

3. 提案概要

テーマ選定（該当する項目に○を記入（※①～④のうち、「1つ」テーマを選択））	
< 課題テーマ >	< 自由テーマ >
①【水産資源の確保】 / ②【海洋環境保全】 / ③【海洋資源・廃棄物の利活用】	④海を活用したビジネスアイデア
アイデア（製品・サービス）名称	
< アイデア名 >	
海上移動ホテルで横浜観光 Yokohama Floating Base (YFB)	
< キャッチコピー >	
まだ見たことのない、横浜を — A new perspective of Yokohama —	

提案の概要（200字程度）

横浜は日本の主要な観光都市であるにも関わらず、外国人からの知名度は低く、また日帰りの観光客が多い。そこで、新たな名所として「海上を移動する世界初の球体型ホテル」を作ることによって地域経済の活性化を促しつつ、横浜の魅力を世界に発信していく。移動式のホテルからは、みなとみらいの景観を始めとして、京浜工業地帯の夜景や花火、巨大ガンダムなどを一望することができ、今までとは異なる観光体験が実現される。本企画では、浮体式ホテルの開発から運用計画まで技術的な観点を踏まえて提案する。

4. 提案内容

目的

<背景>

昨年、横浜市では観光 MICE 戦略を策定し「世界に注目される国際観光都市 YOKOHAMA」を目指すことを発表した。しかし、2019 年度における横浜の対外国人知名度は 33%にとどまり、国内観光都市では 10 番目となっている。また、横浜への観光客のうち 74%は日帰り客（観光客一人当たりの消費額が宿泊客の 3 分の 1 以下）という状況にある。このような状況下で、YOKOHAMA AIR CABIN や GUNDAM FACTORY のような新たな観光体験や話題性を狙いにしたサービスが導入されており、陸上商業施設等の再開発も着々と進められている。

また近年、アニメツーリズムと呼ばれる、アニメと観光を結びつけた動きが盛んになっている。アニメツーリズムにおいて重要なことは、アニメ人気による集客から、地域資源への誘客、その地域での消費という流れである。成功例として、埼玉県秩父市では、アニメの聖地巡礼スポットとして集客を図り、様々な地域イベントとアニメを結びつけ、伝統工芸品の商品開発など地域の経済活性化に繋げたものがある。横浜を舞台にしたアニメは「アイドルマスター」など数多く、聖地巡礼的な要素も取り入れられる。

以上の点を踏まえ、本企画では、港町横浜の「海を利用した世界初の体験型宿泊サービス」を提案することで、横浜観光に新たな視点と価値を与え「選ばれる都市」を実現する。

・参考文献

[第 1 回横浜観光 MICE 戦略ミーティング 会議資料](#)（参照 2022/10/20）

[GUNDAM FACTORY YOKOHAMA](#)（参照 2022/10/20）

[YOKOHAMA AIR CABIN](#)（参照 2022/10/20）

[コンテンツと地域活性化](#)（参照 2022/10/29）

[クールジャパンの推進／コンテンツを活用した地域活性化](#)（参照 2022/10/29）

<目標・課題>

横浜観光政策の現状課題として、以下の3つが挙げられる。

- (a) 観光客の宿泊利用が少なく経済的インパクトが小さい
- (b) 外国人に注目される「日本ならではの魅力」が足りない
- (c) 陸上開発の飽和、海を利用した観光体験の不足

そこで本事業では、

《宿泊のアクティビティ化×アニメカルチャー×港利用》をテーマとし、

次の目標達成を目指す。

- (a') 泊まること自体に価値を与え、横浜の観光宿泊者数を増加させる
- (b') 「アニメ文化」を横浜の魅力として推進することで、外国人観光客の注目を集める
- (c') 海を活用した斬新なサービスによって、新たな横浜の観光体験を実現する

<ターゲット>

【国】

海外からの観光客をメインターゲットとして、特に日本のアニメ文化に興味を持つ外国人を積極的に誘致する。近年では、コロナ禍による動画配信サービスの普及に伴って、日本のアニメを視聴する外国人も増加しておりターゲットとしての時機が良い。加えて、アニメ文化の隆盛、大衆化は日本国内においても同様であり、日本人観光客を対象としたこれまでとは異なる横浜観光を提案することができる。さらに、海の上での宿泊体験という付加価値によって、一度横浜に訪れたことがある観光客にも再度アプローチが可能であると考ええる。

【年齢】

プライベートな空間での夜景観光を提供することで、コト消費を目的とした20-30代のカップル層および30-40代ファミリー層の富裕旅行をターゲットとする。

具体的な事業内容

本事業では、世界初の浮体式球体ホテル Yokohama Floating Base (以下 YFB) によって、横浜港沿岸を自由に移動しながらの観光と海の上での宿泊サービスを提供する。

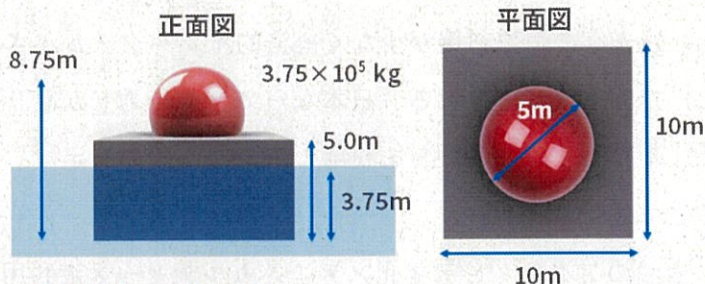
具体的な開発設計や運用計画については、PowerPoint 資料を添付しながら説明を加える。

- (a) YFB の基本情報：子どもから大人まで楽しめるポップなデザインと広々とした居住空間によって、快適×ワクワクの宿泊体験を届ける。製造性を考慮して形状はすべて同一のものとするが、外観や内部インテリアには子供ウケ・外国人ウケを狙った様々なアニメデザインを導入する(横浜では過去にピカチュウやガンダムとの観光コラボ施策が実現している)

YFBの基本情報

- 2~4人乗り
- 2階建て / 20㎡
- 1泊2万円
- 直方体の浮体部分と球体の居住部から構成
- アニメデザイン
形状は全機同一として球体外部/内部を変更

YFBの主要目



球体部のデザイン

ポケモンコラボ



YFB × ピカチュウ大量発生チュウ!

ガンダムコラボ



YFB × GUNDAM FACTORY

出典画像：[BEYOND G TOFU](#)（参照 2022/10/25）

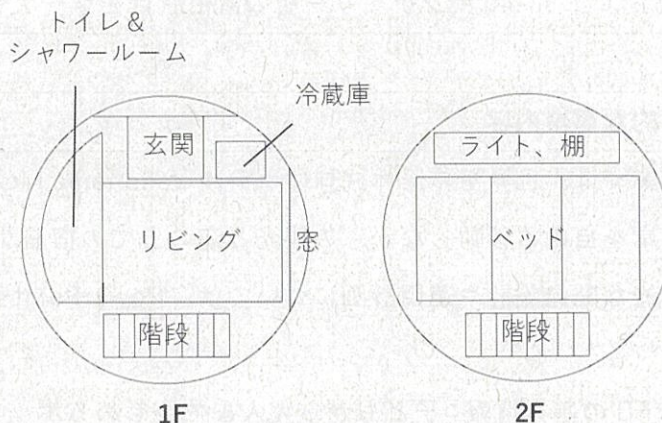
[グッズ一覧 | ポケットモンスターオフィシャルサイト](#)（参照 2022/10/25）

(b) YFBの間取り：YFBは2階建てとし、1階は居住スペース、2階は寝室である。2階はガラス張りにすることで開放感のある環境をつくる。また、シャワー等の水はあらかじめ用意しておいた淡水を用いることとする。

間取り

- 1階は玄関、リビング、トイレ、シャワールーム
- 2階は寝室で、壁の代わりにカーテン付の窓を設置
- 冷蔵庫には日本食の冷凍食品やお酒、軽食などを完備

間取りイメージ図

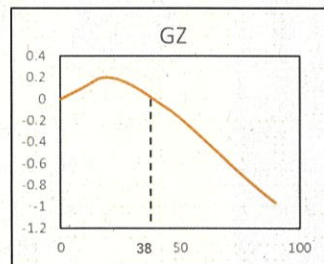
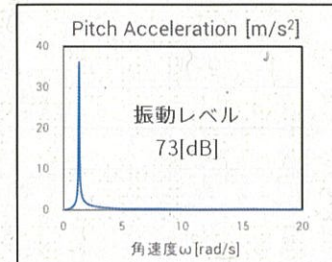
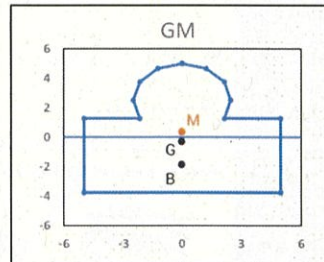


(c) 技術的な安全性評価：本企画では簡易設計モデルに対してシミュレーションを行うことで、浮体構造物としての安全性・快適性を示した。ただし、実際の開発では、より詳細なモデル設計と安全性評価が必要となるため、大学や企業との連携が要求される。

技術評価項目

1. 安定して浮かぶ
静安定：GM曲線
2. 揺れても元に戻る
動安定：GZ曲線
3. 人が快適に暮らせる
住快適性：振動レベル

簡易モデルを設計し、安全性を評価



- (1) GMが正：静安定
- (2) GZが0~38度まで正：38度傾いても大丈夫
- (3) 縦揺れ振動レベル：73 ≤ 75 [dB]で快適

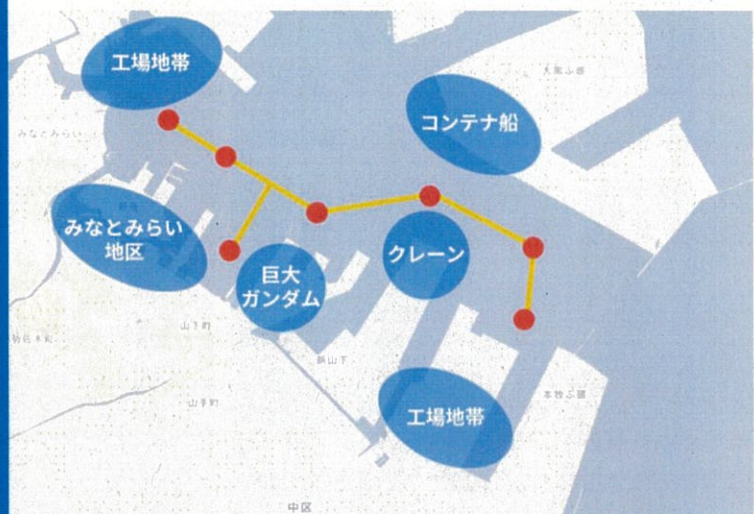
(d) 運用計画：YFBの想定運用海域として、臨港パーク～本牧ふ頭の範囲を検討する。事業計画段階では、周辺海域の安全性調査（波の強さや船舶の航路調査）を行い、運用経路を決定する。YFBの移動はGPSを用いた自動運航となり、規定のルートに沿った移動に限定する。

運用計画

- 臨港パーク～本牧ふ頭の海域安全性の調査
- 観光ポート(図中赤丸)航路(図中黄線)の決定
- 利用客がポートを選ぶとGPSによる自動運航で到着
- 花火や開港祭などイベント時の特別運用

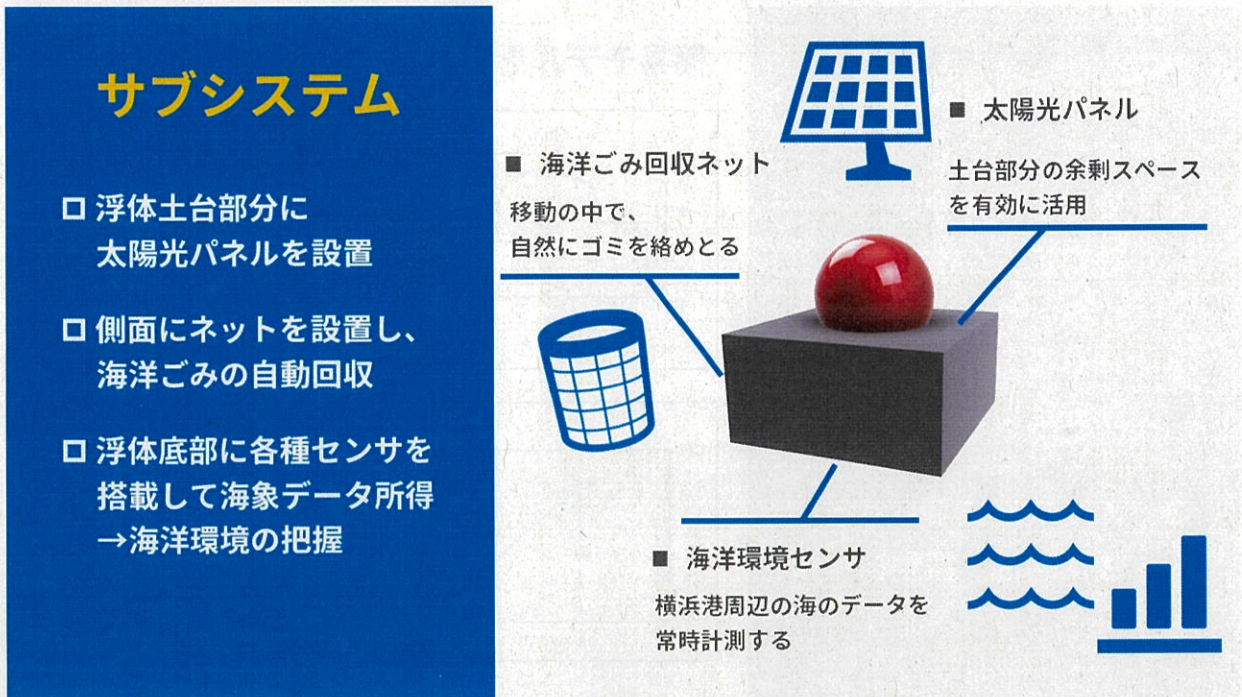
想定海域と観光スポット

※海域の安全性やYFBの運航性能によって、移動範囲は変更する



By google my maps

(e) サブシステム：近年では SDGs に代表されるよう、環境への配慮が欠かせない。そこで、YFB には太陽光パネルを設置して電気駆動にする他、常時海に浮かび移動する特徴を活かした海洋ごみの回収や海洋環境データの所得を可能にするサブシステムを搭載する。



(f) PR 戦略：ポスター広告の例として考案したものを添付する。実際の YFB が完成した際や、アニメデザインのコラボが決定した際には、それらを広告に取り入れることでより話題性を呼べると考えている。※詳細なマーケティング戦略は次頁にて紹介する。



PR戦略

ポスター / SNS / LP制作で話題性を集める
アニメとのコラボデザインも検討



特徴

<強み・想定される競合相手（サービス）に対する優位性>

まず、競合相手として広く見た場合には「国内外の宿泊施設」、狭く見た場合には「夜景観光のクルーズ船」が想定される。他の宿泊施設に対する強みとしては、海上移動式ホテルという新規性やアニメ文化を取り入れたポップなデザインによって、独自性のある唯一無二のサービスを提供することができる。また、他の夜景観光サービスと比較した場合においても、本事業では「プライベートな空間」で「行きたい場所に行ける」という自由度の高さが大きな優位性として挙げられる。そして、観光施策一般に対する強みとして「導入のしやすさ」が存在する。YFBは一台から導入可能であり、需要に応じて増産する形を取れるため、初期コストの低下を図りやすく事業の拡張性も高い。また、海を舞台としているため、陸上施設の開発時に生じる様々な負担（土地の選定や大規模な工事）を必要としない。

<マーケティング（プロモーション）戦略>

マーケティング施策としては以下の5つを提案する。

- (a) 観光情報を扱っているインフルエンサーに、InstagramやYouTubeのプロモーション制作を依頼する：外国人観光客向けにはSNSの活用が効果的であり、ターゲティングもしやすい。
- (b) 在日外国人を対象にした先行体験の実施：在日外国人が旅行をする際には、知人や友人の口コミを参考にする事例が最も多い。そのため、日本在住の外国人コミュニティに先行してアプローチをかけることで、友人や家族への口コミによる訪日外国人観光客の増加を図る。
- (c) 多言語対応のwebサイト作成：横浜市観光情報サイトで特設ページを設ける、タイアップ記事の依頼をする、LP制作などにより国内外に情報を発信していく。
- (d) 横浜駅構内でのポスター広告の掲載：本事業の強みである視覚的なインパクトを表現した巨大ポスター広告によって国内の話題を集める。
- (e) その他にも、事業の斬新さを活用したクラウドファンディングが広告施策として考えられる。実際に、エヴァンゲリオンの公式プロジェクト「ロンギヌスの槍を月に刺すプロジェクト」では、クラウドファンディングによる資金調達は達成しなかったものの、各種のニュースサイトで取り上げられ、大きな広告効果が得られたという事例が存在する。

・参考文献

[クラウドファンディング×エヴァンゲリオン](#)（参照：2022/10/25）

[観光マーケティングに在日外国人を活用、失敗しないためのポイントとは | やまところ.jp](#)

（参照：2022/10/25）

< 想定地域（海域）、又は全国的な地域（海域）にふさわしいか >

地域としては「横浜」を選択し、ふさわしさとしては主に以下の二つが挙げられる。

(a) 横浜市では現在、国際観光都市を目指した観光 MICE 戦略に力を入れている。だが、統合型リゾート（IR）のようなリスク/反対意見が大きいビジネスモデルは受け入れられない。こうした背景の中、新たに何か大きな施設を作るのではなく、海上小型ホテルを利用した宿泊観光といったサービスによって「既存の横浜の魅力溢れる景観」を新たな視点から国内外に周知していくことができる。（港町横浜には沿岸部の建物や工場地帯の景観が既に整っている）

(b) 横浜は「異国情緒のある綺麗な港町」が売りになっているが、裏を返せば外国人観光客向けの日本らしさが不足している。しかし、過去には「ピカチュウ大量発生チュウ!」や「GUNDAM FACTORY」のようなアニメカルチャーを取り入れた観光イベントが定期的に開催されている。そこで、本事業を通して「アニメ×横浜」のイメージを推進し、外国人観光客が横浜を訪れたくなる魅力を発信していく。

参考文献：[トップページ | ピカチュウ大量発生チュウ! 2019 公式サイト](#)（参照 2022/10/24）

期待できる効果

< 市場規模・事業展開の可能性 >

【市場規模】

観光市場、特に訪日外国人による消費（インバウンド）が相当する。観光庁によると 2019 年度の訪日外国人旅行消費額は 4 兆 8135 億円と推定されている。内訳として、宿泊が占める割合は 29.4% であり、インバウンドにおける宿泊市場規模は 1 兆 4151 億円となる。2019 年度以降では、コロナ禍の影響により外国人旅行者は大幅に減少しているが、2024 年頃には以前の水準に回復すると予想されている。

【事業展開】

事業展開としては、以下の 4 つが考えられる。

(a) 神奈川県観光移動手段：YFB 運航範囲の拡大によっては、川崎・八景島・江の島などに浮上ホテルのポートを設置し、乗り捨て可能なサービスとして運用できる

(b) 複数の YFB を用いた海上パフォーマンス：泊まるだけでなく、見る楽しさを提供できる

(c) YFB で収集した海象データの活用：海の環境保全や新しい洋上ビジネスに利用

(d) 将来の洋上都市実現に向けた、海上生活の知見利用：人類の新たな居住領域として、海上の浮体式都市が考案・注目されている。本事業を通して「人が海の上で暮らす」ためのノウハウを得ることで、将来の洋上都市開発事業に貢献できる可能性がある。

参考文献：[訪日外国人の消費動向](#)（参照 2022/10/20）

<自治体、関連団体（漁協など）への貢献>

まず、横浜市の観光促進という目標に直接貢献することができる。その中でも特に、外国人観光客の宿泊数増加にコミットすることで、より多くの消費を促し、地域経済の活性化を実現する。また、海からの観光/移動式という特徴を活かして、今まで気づかなかった横浜の一面を見せることで、商業と工業が盛んな横浜の魅力を存分に周知することができる。さらに、宿泊に伴う滞在時間の増加によって、みなとみらい周辺に留まらず、山下町・鶴見・金沢といった地域にも足が伸びる可能性があり、周辺地域経済への貢献も期待される。

最後に、少し別の観点にはなるが、常時海の上を漂う YFB から集めた海象データを提供することで、商船や漁船の効率的な運航にも貢献できると考える。

<期待される波及効果（全国的な汎用性）>

日本は海に囲まれた島国であり、浮体式ホテルは穏やかな沿岸部であればどこでも運用できる。そのため、横浜に限らず港を持つ全国の観光都市で普及が期待される。例えば、静岡であれば和のデザインを取り入れた浮体式ホテルから富士山を眺めるなど、各地域に合わせたサービスの提供が考えられる。また、静岡は海沿いにちびまる子ちゃんランドがあり、神戸は攻殻機動隊の聖地として知られている。こうした各地のアニメ文化と結びつけたホテルを設計し、運用することも可能だと考える。

想定されるリスク・課題とその対応策

リスクとしては、まず初めに「ホテル転覆」の可能性が指摘される。しかし、この点に関しては【具体的な事業内容】で述べたように、安全な海域や運用経路の事前調査、浮体構造物を専門に扱う大学や企業との連携によって対策が可能である。また、万が一の事故に備えて、室内には救命道具を完備する他、GPS によってホテルの位置情報を常時把握することで、問題が発生したときの素早いケアを可能にする。次に考えられるリスクは「貨物船や漁船との衝突」の可能性である。こちらのケースに関しては、YFB は利用者が操縦するわけではなく、行きたいスポットを選択した後は安全な航路を自動で運航するシステムを採用することで対処が可能だと考える。更なる安全性を考慮するならば、横浜港沿岸の船舶動向や YFB の現在地を観測する地上管制局を用意することが対策として挙げられる。最後に想定されるのは、海を利用することによる「海洋環境汚染の懸念」とそれに伴う事業に対する反対の声である。これに対しては、YFB を自家発電・電気駆動のサブシステムにする他、海洋ごみの回収や海洋環境の計測といった役割を持たせることで、むしろ環境保全に繋がるサービスにできると考える。



2022年度 学生海洋ビジコン
—海を活用したビジネスアイデア—

海上移動ホテルで横浜観光 Yokohama Floating Base

横浜国立大学 機械・材料・海洋系学科
航空宇宙システム研究室

学部4年 鳥居 壮瑠
修士2年 藤井 元春



Chapter 1 : Problem

#みなとみらい #綺麗な街並み #港町 #歴史的建造物
#豪華客船 #工業
#夜景 #オシャレ
#デートスポット #異国情緒 #ショッピング #中華街

横浜と言えば？



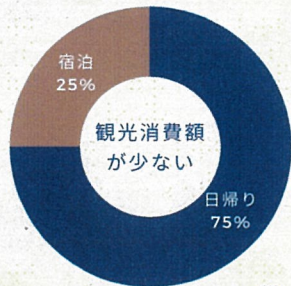
実は...

観光に課題がある



75%

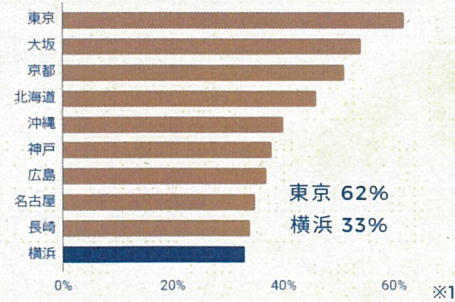
横浜観光における日帰り客の割合



※1

第10位

訪日外国人旅行者に聞いた認知度



※1

観光MICE戦略

横浜の強み・資源を活かした経済波及の最大化

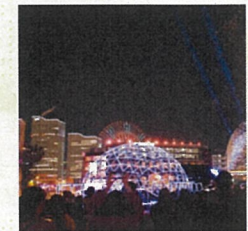
国内外から「選ばれる」国際観光都市を目指す



YOKOHAMA AIR CABIN ※2



GUNDAM FACTORY ※3



ヨルノヨ ※4



"泊まること"
自体に価値を

横浜独自の
"日本らしさ"

港町ならではの
"海のサービス"



1-4

Chapter 2 : Solution

横浜の港を自由に漂う浮体式ホテル

Yokohama Floating Base

世界初の
宿泊体験

横浜
×
アニメ文化

新たな
移動観光

2-1

世界初の宿泊体験



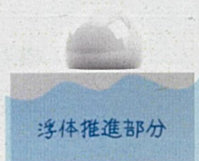
参考イメージ ※5

浮体・移動式ホテル

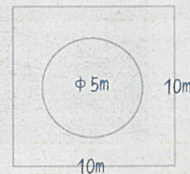
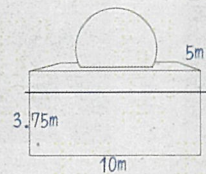
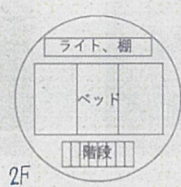
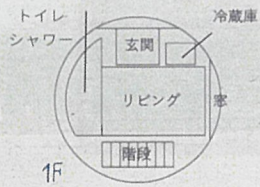
球体居住部と浮体推進部

2階建て、20㎡、最大5人

居住部分



YFB設計モデル



※引用5

2-2

横浜×アニメ文化



ピカチュウ
大量発生チュウ! ※6

過去のアニメ観光施策

外装と内装のデザイン

インバウンド獲得の促進



GUNDAM
FACTORY ※7



ポケモンコラボ ※8



YFB居住部分



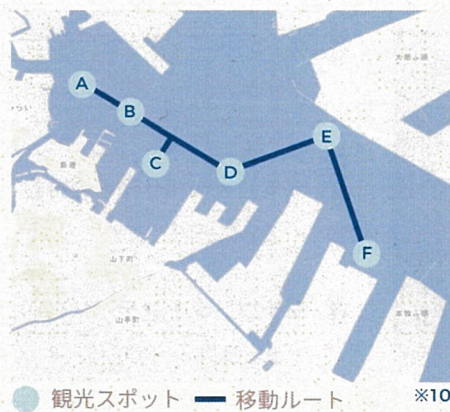
ガンダムコラボ ※9

※引用6,7,8,9

2-3



新たな移動観光



※引用10

2-4

強み・機会・競合優位性

新規性

浮体移動式の球体ホテルは世界初

アニメツーリズム

インバウンド消費の促進

プライベート性

観光クルーズ船との比較

観光資源の利用

横浜の夜景とのシナジー効果

2-5

地域貢献性

観光課題に直接貢献

知名度・宿泊者数の増加

経済波及効果

周辺地域にも足が伸びる

導入性

陸上開発が不要、批判リスク小

横浜の魅力発信

商業と工業の横浜を周知

2-6

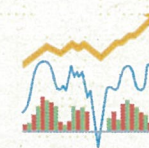


Chapter 3 : Business Model

アイデアを形にするために



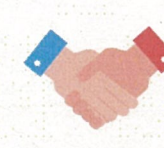
Marketing



Revenue



Cooperation

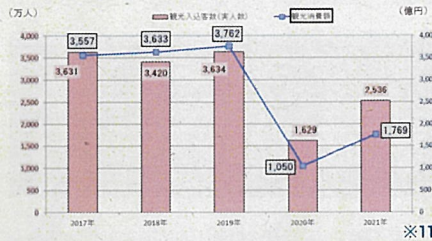


3-1

市場

2019年国内観光市場27.9兆円
訪日外国人消費額は4.8兆円

コロナ禍でも横浜の影響は比較的小さい
2025年頃には回復が見込まれる



ターゲット

サービス初期

アニメ文化に興味 / 20-30代 / 在留外国人
コト消費を目的 / 20-30代 / 国内の若者

口コミによる話題拡散
YFB運用機数の増加

日本に興味 / 20-40代 / 外国人旅行者
小さな子供連れ / 30-40代 / ファミリー層



ポスター広告イメージ

マーケティング

インフルエンサー マーケティング
・外国人観光客向けのターゲティング
・SNSで話題性を集める

横浜観光情報サイトの特設ページ
・多言語対応、タイアップ記事の作成

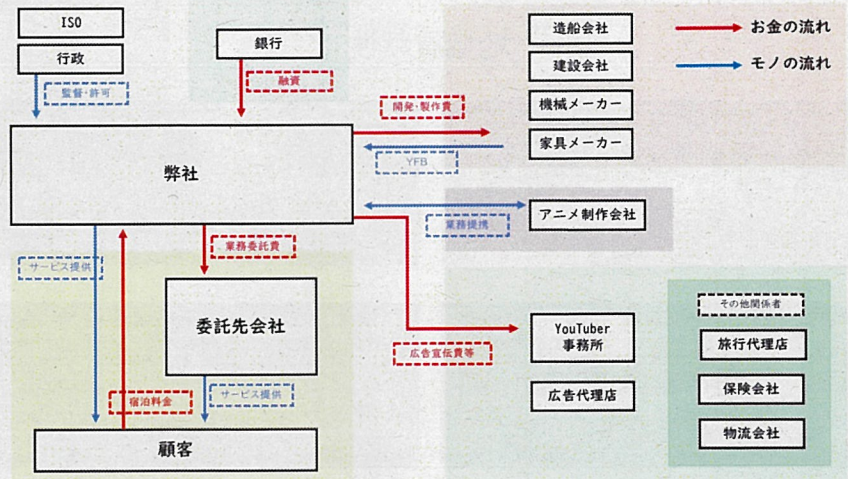
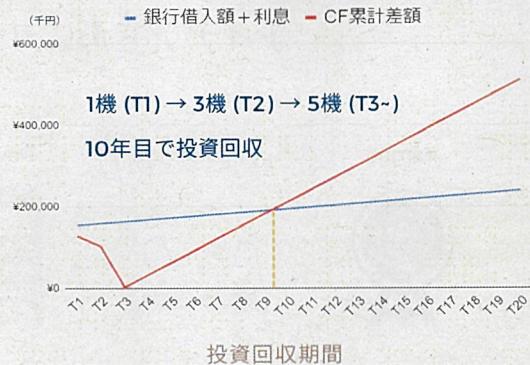
クラウドファンディング
・資金調達+宣伝効果



収益モデル

宿泊費：5万円
年間稼働率：70%

製造費：2000万円
年間販管費：500万円
銀行借入額：1.5億円
金利：3%



計画・運用



調達



製造



事業展開



Chapter 4 : Consideration

事業計画上の課題と対策

技術



法律



環境



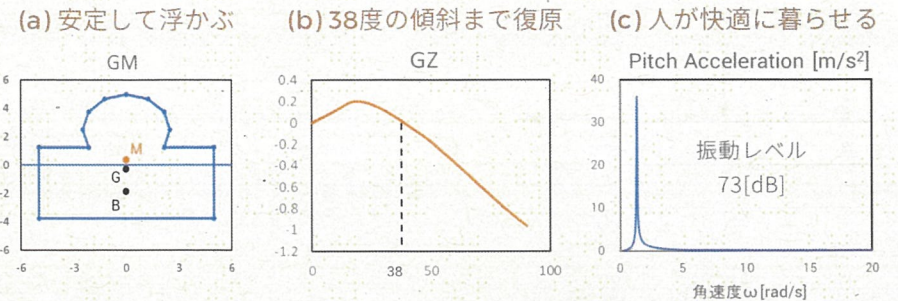
電力



技術面・安全性

海域調査：波の強さや船舶航路を基に運用区間を設定

YFB製造：簡易モデルで数値シミュレーションを実施



法律

電動・GPSによる自動運航を想定（定期航路事業）

国土交通省は2025年に自動運航船の実用化を発表

電動推進機

無人自動運航の実証実験は大型・小型船ともに成功



※12



※13



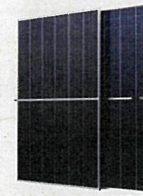
※13

電力

生活用電力：浮体部分の太陽光パネル

移動用電力：太陽光パネル+港で給電

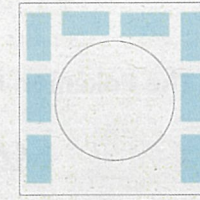
5人宿泊に必要な生活用電力のおよそ4倍を確保



トリナ・ソーラー
Vertex TSM-DE21

約1.3m×2.4m
出力650~670W

※14



YFB上面図

5人世帯の消費電力量
一日平均で30.5kWh

左図の太陽光パネル
2枚で生活用の電力は確保

環境対策

生活用水：小型の汚水処理装置の搭載

観測ブイとして環境保全にアプローチ



海洋ごみ自動回収システム

浮遊ゴミ
表層油・汚染物質
マイクロプラスチック
を自動で回収する



海洋気象ブイとしての観測

常時浮遊性を活かして
観測センサによる
気象・海象・水質調査
を継続的に行う



参考文献

- [1]第1回横浜観光MICE戦略ミーティング会議資料,
<https://www.city.yokohama.lg.jp/city-info/yokohamashi/org/bunko/sonota/senryakumtg.files/jimuky-okushiryou1.pdf>
- [2]YOKOHAMA AIR CABIN, <https://yokohama-air-cabin.jp/>
- [3]GUNDAM FACTORY, <https://gundam-factory.net/>
- [4]PhotoAC, <https://www.photo-ac.com/>
- [5]産経フォト,
<https://www.sankei.com/photo/daily/expand/170306/dly1703060004-p1.html>
- [6]ファミ通ニュース,
<https://www.famitsu.com/news/201908/08181096.html>
- [7]横浜観光情報,
https://www.welcome.city.yokohama.jp/blog/detail.php?blog_id=95
- [8]POKEMON公式HP, <https://www.pokemon.co.jp/goods/>
- [9]相模屋, https://sagamiya-kk.co.jp/beyond_g_tofu/
- [10]Googleマイマップ,
<https://www.google.co.jp/intl/ja/maps/about/mymaps/>
- [11]横浜市観光集客指標,
https://www.city.yokohama.lg.jp/kanko-bunka/miryoku/data/chosa_gaiyo.files/0060_20220531.pdf
- [12]Response,
<https://response.jp/article/2022/10/04/362507.html>
- [13]無人運航線プロジェクト「MEGURI2040」,
<https://www.nippon-foundation.or.jp/what/projects/meguri2040>
- [14]トナリソーラー, <https://www.trinasolar.com/jp/product>

参考文献

- [15]ピカチュウ大量発生チュウ2019,
https://www.pokemon.co.jp/ex/pika_event/
- [16]朝日新聞DIGITAL,
https://www.asahi.com/articles/photo/AS20180306003353.html?iref=pc_photo_gallery_1
- [17]designboom, <https://www.designboom.com/design/jet-capsule-unidentified-floating-object-boat-04-17-2016/>
- [18]やまごころ.jp, <https://yamatogokoro.jp/report/43751/>
- [19]クラウドファンディング×エヴァンゲリオン,
<https://f3w.jp/%E3%82%AF%E3%83%A9%E3%82%A6%E3%83%89%E3%83%95%E3%82%A1%E3%83%B3%E3%83%87%E3%82%A3%E3%83%B3%E3%82%B0%E3%82%A8%E3%83%B4%E3%82%A1%E3%83%B3%E3%82%B2%E3%83%AA%E3%82%AA%E3%83%B3/>
- [20]訪日外国人の消費動向,
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/content/001345781.pdf>
- [21]清水建設, <https://www.shimz.co.jp/topics/dream/content03/>
- [22]農林水産省,
<https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/mokuryu/kakaku/>
- [23]産業新聞web, <https://www.japanmetal.com/iron-steel-price>
- [24]生コンクリート標準価格表,
<http://www.tmaterial.jp/takasawa-rmc/kakaku3.pdf>
- [25]ガラススマート, <https://www.glassmart.co.jp/glasscost>
- [26]グロービス経営大学院,
https://mba.globis.ac.jp/about_mba/glossary/detail-12521.html
- [27]高野総合会計事務所,
<https://www.takanosogo.com/news/2018/01/post-181.php>
- [28]三井住友銀行,
<https://www.smbc.co.jp/hojin/businessassist/project/>

2022年度 学生海洋ビジネスコンテスト 2023/01/17



2022年度 学生海洋ビジネスコンテスト 2023/01/17

参考文献

- [29]Risona Bank,
<https://resonacollaborare.com/finance/18102207/>
- [30]三井ガーデンホテルズ,
<https://www.gardenhotels.co.jp/concept/>
- [31]三井不動産第37期決算書類,
https://corp.gardenhotels.co.jp/pdf/financial_results_37.pdf
- [32]三井E&S, <https://www.mes.co.jp/>
- [33]日本造船工業会, <https://www.sajn.or.jp/membership>
- [34]住友林業, <https://sfc.jp/>
- [35]日本鉄鋼物流, <http://kohei-express.co.jp/>
- [36]ニュージャパンマリン, <https://www.njmsy.co.jp/products.php?lang=ja>
- [37]オクムラボート, <https://www.okumuraboat.co.jp/>
- [38]ジャパンマリンユナイテッド,
https://www.jmuc.co.jp/products/special_purpose_frp_ship/
- [39]横浜海上保安部,
<https://www.kaiho.mlit.go.jp/03kanku/yokohama/gyoumu/gyoumu.htm>
- [40]国土交通省 海事局,
https://www.mlit.go.jp/about/soshiki_kaiji.html#wrapper
- [41]fundbook, <https://fundbook.co.jp/venturefunding/>
- [42]横浜銀行, <https://www.boy.co.jp/hojin/shikin-chotatsu/index.html#anc-8>
- [43]LMND, <https://lmnd.jp/>
- [44]シービン, <https://seabin.co.jp/>
- [45]株式会社五光製作所, <http://www.go-ko.co.jp/products/marine.html>

2022年度 学生海洋ビジネスコンテスト 2023/01/17