

■登壇企業一覧

	<p>会社名：mui Lab 株式会社 代表者：大木 和典</p> <p>URL：https://muilab.com/ja/</p>
<p>会社概要・事業内容</p>	<p>Calm Technology & Design に基づき、人と自然とテクノロジーの調和を目指す京都発スタートアップ。天然木タッチパネル「mui ボード」を主力に、Matter 認証取得やスマートホームサービス連携など事業拡大中。CES Innovation Awards を3度受賞。</p>
<p>QTnet との共創事業</p> 	<p>mui Lab×QTnet 「スマートホーム事業」</p> <p>～mui ボードを活用した自然な IoT 住環境の構築～</p> <p>① 共創の目的・テーマ</p> <ul style="list-style-type: none"> • BBIQ 顧客基盤を起点に、家庭内（イエナカ）の体験価値を高める新サービスの芽を探索すること • mui Lab 社の mui ボード/UX を活用し、生活者の中で「自然に使われる」ユースケース（家族のつながり・安心など）を検証すること <p>② 背景・課題認識</p> <ul style="list-style-type: none"> • 通信サービスの差別化が難しくなる中で、回線契約の外側にある生活者の課題に踏み込んだ付加価値の検討が必要であった • 「家庭内ハブ」や IoT の普及が進む一方で、実際に生活に定着するユースケースは限定的であり、「生活に馴染むか」を早期に見極める必要がある（＝机上検討では判断できない） <p>③ 取り組みの概要</p> <ul style="list-style-type: none"> • 実機を用いた生活環境での利用検証を行い、一定期間の利用を通じてユースケースと提供形態（導入・サポート含む）の顧客フィット感を確認 • 事後アンケート/インタビューで、利用実態・価値の感じ方・改善要望を回収し、次の事業設計に反映 • 運用面では、発送・利用開始・追加設定支援・説明会などを組み合わせ、現実運用に近い形で検証 <p>④ 結果サマリー</p> <ul style="list-style-type: none"> • ユースケースとして、生活者が価値を感じやすい方向性（特に安心・見守り・セキュリティ等の文脈）に関する示唆が得られ、次の検証テーマの解像度が向上 • また、導入・運用の設計（初期設定支援、通知・継続利用の仕組み等）を含め、事業化に必要な論点が具体化 <p>⑤ 今後の方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> • デバイス起点ではなく、生活者の「不安の解消」「安心の提供」といった価値起点で、サービスコンセプトと提供パッケージを見直す • QTnet のアセット（顧客基盤、回線品質、請求一体、サポート）を軸に、必要に応じて複数パートナーも視野に入れるなど、スマートホーム事業の拡張を目指す

	<p>株式会社 Yanekara 代表者：松藤 圭亮</p> <p>URL：https://yanekara.jp/</p>
<p>会社概要・事業内容</p>	<p>「分散型電源で 21 世紀の黒部ダムをつくる」を掲げる東大発スタートアップ。ハードからクラウドまで一気通貫で開発し、太陽光・蓄電・EV 充放電を統合管理するエネルギーマネジメントサービスを展開。三井不動産・三菱自動車など大手との実証実績をもつ。</p>
<p>QTnet との共創事業</p> 	<p>Yanekara×QTnet 「LX（ライフトランスフォーメーション）事業」 ～自家消費の活性化と防災～</p> <p>① 共創の目的・テーマ</p> <ul style="list-style-type: none"> 卒 FIT を含む家庭向けに、蓄電池を活用した新しい生活価値（エネルギー×通信）を検証し、LX（ライフトランスフォーメーション）領域の事業仮説を具体化すること 「蓄電池×（非常時の通信・生活継続）」まで含めた家庭向けパッケージの成立可能性の探索 <p>② 背景・課題認識</p> <ul style="list-style-type: none"> 卒 FIT の進展と売電単価低下により、住宅用太陽光の価値が変化し、次の打ち手（自家消費・蓄電池活用）の検討が必要な時期となっている 災害リスクへの関心が高まる中、家庭では停電時でも生活を継続していくための手段の確保（電力・通信）が重要である BBIQ 等の顧客接点と組み合わせた形で、電気代低減と GX 貢献を両立する toC 向けモデルの可能性を探索 <p>③ 取り組みの概要</p> <ul style="list-style-type: none"> 住宅用蓄電池の活用を前提に、生活者の利用意向・訴求内容への反応・提供形態（導入～運用）を確認するための PoC 実施 得られた知見を基に、BBIQ 顧客向け新サービスの早期立ち上げと、次期投資に向けた事業モデルを策定 <p>④ 結果サマリー</p> <ul style="list-style-type: none"> 生活者の意思決定は「節電の経済合理性」だけではなく、防災・レジリエンス（非常時の安心）の価値が重要、という示唆を得た その結果、訴求軸は「節電」中心から、防災時の安心感中心へ再整理する方向性が明確化 <p>⑤ 今後の方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> 防災・レジリエンス訴求に軸足を移し、再検証（再 PoC）を検討 非常時の電源バックアップに留まらず、通信の確保など、QTnet の強みを活かしたサービスの在り方を追求

	<p>株式会社クリプトリエ 代表者：手塚 康夫</p> <p>URL : https://cryptolier.co.jp/index.php</p>
<p>会社概要・事業内容</p>	<p>法人向け Web3 ソリューションを提供する 2023 年設立のスタートアップ。NFT マーケティング SaaS「MintMonster」を主力に、暗号資産不要で NFT 活用を実現。NEC・KDDI 等大手での導入実績を持ち、2025 年に JMAS の完全子会社として事業を拡大中。</p>
<p>QTnet との共創事業</p> 	<p>クリプトリエ×QTnet 「社内インナーマーケティング実証」 ～社員の見えない努力や貢献を NFT で証明し、組織を活性化～</p> <p>① 共創の目的・テーマ</p> <ul style="list-style-type: none"> • インナーマーケティング（社内コミュニケーション／参加促進）の課題解決手段を広げる • クリプトリエ社のツール「MintMonster」の NFT を活用した施策が、行動のきっかけづくりや継続参加に有効かを検証する <p>② 背景・課題認識</p> <ul style="list-style-type: none"> • 社内施策は「情報提供だけ」では行動につながりにくい • 参加のきっかけづくりや継続参加の設計が難しい • NFT の「受け取った事実が残る」「参加の証明になり得る」特性は、社員の目立たない貢献や努力を証明し、社内の活性化に寄与できる可能性がある <p>③ 取り組みの概要</p> <ul style="list-style-type: none"> • 社内副業制度（QT10%ルール）を活用し、多様な部署のメンバーでチームを組成。多角的な視点で社内向け施策と連動し検証を実施 • 配布方法、運用ルール、参加導線などを整備し、運用しながら改善を重ねた <p>④ 結果サマリー</p> <ul style="list-style-type: none"> • NFT 活用施策の設計・運用に関する実務的な示唆を獲得 • 配布の方法や運用主体の置き方により、受け止められ方が変わる点を確認 • 今後の改善論点（より参加しやすい体験設計、運用負荷の低減）が明確化 <p>⑤ 今後の方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> • より自然に参加が広がる体験設計へ磨き込み • 運用負荷を抑えつつ継続できる仕組みへ整備 • NFT 活用の適用領域・活用パターンを整理し、段階的に検証を継続する

	<p>株式会社 AI Impulse 代表者：水谷 晃大</p> <p>URL： https://hr.aiimpulse.jp/</p>
<p>会社概要・事業内容</p>	<p>生成 AI キャラクター技術を軸に、AI VTuber ライブ配信アプリ「Lumina Live」と人事採用領域において生成 AI キャラクターを活用する AI 面接官や AI 説明会サービスなどを展開する 2023 年設立のスタートアップ。エンタメと HR の両領域で AI 活用による新市場を開拓中。</p>
<p>QTnet との共創事業</p> 	<p>AI Impulse×QTnet 「AI リクルーター事業」 ～AI による採用活動の価値向上と手間削減～</p> <p>① 共創の目的・テーマ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 新卒向け企業説明会の体験を、生成 AI アバターで“常時稼働”に近づけること（企業紹介、質問対応、案内の自動化） ● 説明会運営の省力化だけでなく、説明会を「対話データが取れるチャンネル」に変えること（質問傾向、関心領域、不安点などを可視化） <p>② 背景・課題認識</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 新卒向け企業説明会は、企業の担当者に依存しやすく、対応品質のばらつきと運営の負荷が課題 ● 一方で、単なる AI チャットによる業務負荷軽減だけでは、候補者体験（納得感、安心感）で人間に劣り逆効果になる可能性がある <p>③ 取り組みの概要</p> <ul style="list-style-type: none"> ● QTnet の新卒採用において学生向けの説明会で、AI アバターが企業紹介と質疑応答を担う形の検証を実施。 ● 検証設計としては、社内・学生双方の満足度などの評価指標を置き、質問対応の品質・運用上の課題を計測。 ● 検証後は、説明会で確実に採用担当者でない価値提供ができない要素（どこまで AI に任せるか）を明確にし、AI 説明会との棲み分けを検討 <p>④ 結果サマリー</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 一定の好意的反応（質問しやすい等）は確認。 ● ただし、体験品質の一部で“人の対応”を下回る点が見え、全面代替ではなく「AI ならではの価値提供ができる説明会」と「従来通りの説明会を使い分ける」方向に整理が進んだ。 <p>⑤ 今後の方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> ● “説明会のどの瞬間で価値が出るか”を定義し直し、AI に任せる範囲を狭めて勝ち筋を作る（例：定型 QA、初期案内、反復質問の吸収、説明の個別最適化など）。 ● 大学や学生と共同して、UI と対話プロンプトを共同で磨き込み、導入の足場を作る。

 Portus AI	Portus AI 株式会社 代表者：渡邊 一功 URL：https://www.portus-ai.co.jp/
会社概要・事業内容	ホワイトカラーの業務を汎用的に代替する「自発的な AI」の開発を目指す東大松尾 研発スタートアップ。現在は「自発的な AI」の原型として情報収集を自動化する SREA をリリースしており、正式リリース後 2 ヶ月でエンタープライズをはじめとした多くのユーザーの方にご好評いただいている。
QTnet との共創事業 	Portus AI×QTnet 「データと AI による最適化」 ～米穀卸売業における熟練者の相場感を AI で再現～ ① 共創の目的・テーマ <ul style="list-style-type: none"> サプライチェーン領域における意思決定（仕入・在庫・価格変動対応など）を、勘と経験への依存から脱却させ、データに基づく判断の再現性を高めること。テーマは、価格変動が大きく難易度の高い商材を対象にした「需要・価格見通しを起点とする意思決定支援」。 ② 背景・課題認識 <ul style="list-style-type: none"> 価格変動局面で「高値掴み」「欠品」「余剰在庫」が起きやすく、損失回避の難度が高い。 発注判断が属人化しやすく、担当者負担の増加や説明責任（会議で根拠が残らない）につながる。 現場側は在庫状況や流通量など外部要因の影響を強く受け、効果測定や定着（使われ続ける状態づくり）が課題になりやすい。 ③ 取り組みの概要 <ul style="list-style-type: none"> 特定の協力企業の実データをもとに、過去期間のシミュレーションを通じて「予測の納得感」「損失回避インパクト」「現場運用のしやすさ」を検証 予測値を単発で出すのではなく、平常時と変動時でのロジック切替や不確実性（レンジ）提示など、判断に使える形で出力する設計を重視 事業化を見据え、運用・顧客対応と技術提供の役割分担、トライアル設計、サポート条件（SLA 等）を両社で整理 ④ 結果サマリー <ul style="list-style-type: none"> 一定期間のバックテストで、目標水準を満たす予測精度を確認 シミュレーション上、損失回避（コスト抑制）に関して「年間で一定規模」の改善余地を立証（大きく効果が出る局面がある） ⑤ 今後の方向性 <ul style="list-style-type: none"> 短期は、有償トライアル等で「現場に定着させる」ことを優先し、効果測定と運用設計を磨き込み 中期は、成功モデルをパッケージ化して近接業界・近接地域へ横展開し、提供体制（一次受け、サポート範囲、価格体系）を標準化 長期は意思決定支援にとどめず、業務を前に進める“エージェント型”の支援（承認は人が行い、実行は AI が担う方向）まで拡張