

全国高等学校ビジネスアイデア甲子園について

ビジネスアイデア甲子園は「世に役立つ人物の養成」を建学の理念とする大阪商業大学が、社会の変化に柔軟に対応し、自立した人材の育成を目的とした「起業教育」の実践の場として全国の高校生に新しい商品やサービスに関するアイデアを募集するコンテストです。

「こんな商品がほしい!」「こんなサービス便利じゃない?」「この街をもっと元気にしたい!」そんな高校生らしい素朴な問題意識から新しいビジネスプランを構想してみることは、将来、起業や会社経営を目指す人だけでなく、大学進学や将来の進路選択にも大いに役立つと考えます。

活用ガイドについて

全国の多くの高校教育の場で、生徒たちの自立心やチャレンジ精神、問題発見能力、創造力、コミュニケーション力などを育てていく手段の一つとして、また、日常の学習の成果を試すステージとしてビジネスアイデア甲子園が有効活用されています。

ビジネスアイデア甲子園に取り組む上で参考となるように本活用ガイドを作成しています。内容は以下のようになっており、アイデアを考えだし、そしてそれを企画書(応募用紙)にまとめていく手法を掲載しています。

また、前回のグランプリ、準グランプリ作品を例に挙げ、どの点が評価されたのか、残された問題点は何かを解説しています。

本活用ガイドが、ビジネスアイデア甲子園に取り組む方の一助となれば幸いです。

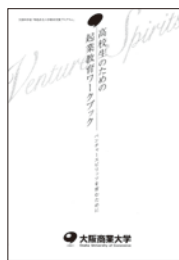
項目	概要	ページ	
1	アイデアについて考えよう	どのようにアイデアを考えていくかのヒントです まずは身の回りにあるものから考えましょう	P.3,4
2	ミニワークシート	日常生活から感じる、商品・サービスの「問題点」・ 「改善案」を考え、整理するためのワークシートです	P.5,6
3	企画書(応募用紙)の書き方	考えたアイデアを実際に企画書にどのように書き 進めていくかの手順です	P.7,8
4	過去の実績作品とポイント解説	過去グランプリ作品を掲載し、どの点が評価された のかを解説しています	P.9~14

【参考文献】『高校生のための起業教育ワークブック』

本学では具体的な起業教育の指導書として、大阪商業大学起業教育研究会編『高校生のための起業教育ワークブック -ベンチャースピリッツを育てるために-』を発行しており、ビジネスアイデア甲子園のより詳しい指導方法も掲載しています。

本活用ガイドの各節末に『高校生のための起業教育ワークブック』(以下「ワークブック」とする)の参照章を記載しています。

ワークブックをご希望の方は社会連携・研究支援課までお問い合わせください。



「全国高等学校ビジネスアイデア甲子園」応募要項

募集受付期間

平成27年9月1日(火)～平成27年9月28日(月)

募集するアイデア

自由な発想で考えられた
独自のビジネスアイデアを募集します

例えば…

- ①世の中を楽しくさせる新しい商品やサービス、ショップについてのアイデアと、そうした商品やサービスをたくさん売るための、ショップを多くのお客様に利用してもらうための工夫。
- ②地域の特徴を生かした特産品(みやげ品)や商店街、地場産業の活性化を考えたアイデアとその工夫。
- ③ボランティア、非営利活動、コミュニティビジネスなど、社会に目を向けたアイデアやそれを具体化するための工夫。
- ④環境、福祉、健康を切り口に、社会に貢献する新しいビジネスについてのアイデアなど。

応募資格

全国の高校生(グループでも応募できます)

※1人または1グループで複数件応募することも可能です。

※グループでの応募は、同一高校に在籍するメンバーに限ります。

応募締切

平成27年9月28日(月)消印有効

応募方法

所定の応募用紙・応募者フェイスシート(A3サイズ)に必要事項を記入のうえ、応募先までご郵送ください。応募要項および応募用紙は大阪商業大学 社会連携・研究支援課へご請求いただくか、本学のビジネスアイデア甲子園HPよりダウンロードも可能です。(一人何点でもご応募いただけます)
※規定を超えるものについては審査の対象外となりますのでご注意ください。
※応募の際は、学校を通じて作品を送付してください。
※[料金別納][料金後納]で送付される場合は、お問い合わせ先まで事前にご連絡ください。

応募書類送付先

〒530-0001 大阪市北区梅田3-4-5 毎日新聞ビル11F
毎日企画推進センター内
大阪商業大学「ビジネスアイデア甲子園」係

表彰

グランプリ……副賞(教育奨学金10万円)、記念品
準グランプリ……副賞(教育奨学金 5万円)、記念品
審査員特別賞……副賞(教育奨学金 1万円)、記念品
学校賞……副賞(図書カード2万円分)

熱心に取り組んでいただき、優秀な作品の応募があった高校に学校賞を授与します。

審査

【事前審査】応募書類に基づく書類審査。

※事前審査通過者には11月中旬に審査結果を学校へ通知します。

【最終審査】書類審査とプレゼンテーション審査の総合評価。

(アイデアの内容について5分間でプレゼンしていただきます)

※事前審査通過者のみ

審査基準

【事前審査】●他の事例との違いがあるか(新規性・着眼点)
●ニーズがあるか(市場性)
●収益をうむか(実現可能性)

【最終審査】●他の事例との違いがあるか(新規性・着眼点)
●ニーズがあるか(市場性)
●収益をうむか(実現可能性)
●アイデアの内容を的確に伝えることができるか、
またアイデアにかける熱意(表現力)

【審査員】学長、副学長、リエゾンセンター長、起業教育委員会、毎日新聞社、経済産業省近畿経済産業局、大阪府(予定)

「第14回ビジネスアイデア甲子園」エントリーの流れ

1	4月	応募要項発表
2	9月1日(火)	応募受付スタート
3	9月28日(月)	応募締切 ※消印有効
4	10月中旬～11月中旬	事前審査
5	11月中旬	事前審査結果通知 ※事前審査通過者には11月中旬に 審査結果を通知します。
6	12月12(土)	最終審査会・表彰式

最終審査・表彰式

平成27年12月12日(土)

大阪商業大学で開催し、一般公開します。

注意事項

- 応募アイデアは、応募者の所属学校以外の他団体から受賞歴がないものに限ります。また他者の権利を侵害してはけません。
- 応募書類の返却はできません。
- 審査についての個別の問い合わせには応じかねます。
- アイデアの盗用など不正が発覚した場合は、受賞を取り消すことがあります。
- 入賞アイデアについては、受賞者名、高校名、作品の名称、概要などを公表させていただきます。
- 個人情報保護の関係上、応募者フェイスシートに記入された内容は、「ビジネスアイデア甲子園」に関連する目的以外で用いることはありません。
- 応募アイデアに関する知的財産権については、応募者が必要に応じてあらかじめ法的な手続をしてくださいます。

主催 大阪商業大学、毎日新聞社

後援 経済産業省、大阪府、大阪府教育委員会、
東大阪市、東大阪市教育委員会、
大阪市教育委員会、全国商業高等学校協会(予定)

お問い合わせ

大阪商業大学リエゾンセンター(社会連携・研究支援課)

〒577-8505 大阪府東大阪市御厨栄町4-1-10

TEL 06-6785-6262 FAX 06-6785-6156

E-Mail liaison@oucow.daishodai.ac.jp

参考:大商大HPビジネスアイデア甲子園「エントリーの流れ」http://ouc.daishodai.ac.jp/research/high_school/business_idea/entry_flow.html

1 アイディアについて考えよう

1 アイディアを考えよう

アイディアを発見することは難しいことではありません。世の中に出てくるアイディアの大半は、これまであるモノ(商品)やコト(サービス)を修正したり、何かを付け加えたりして生み出されたものといっても過言ではありません。つまり新しいアイディアとは従来のアイディアをもとに生み出すことが出来るのです。以下ではアイディアを考える道筋を考えてみましょう。

2 どのようにアイディアを考えるのか

それではどのように新しいアイディアを考えればいいのか?皆さんの身の回りにあるモノから考えてみましょう。

たとえば勉強に必要な「鉛筆」を例として取り上げてみましょう。鉛筆は紙の上に自由に線を描くことが出来ます。しかし間違えて書いてしまうと、書き直す必要があります。そのときに必要になるのが「消しゴム」です。鉛筆と消しゴムは別の品物ですが、鉛筆を使うときには必ず必要になります。つまり鉛筆と消しゴムは常に一緒に使用する場合があります。そこでこの二つを一つにしたのが「消しゴム付き鉛筆」なのです。

このように新しく生み出されてくるアイディアは、これまであるモノを修正したり、何か付け加えたりして生み出されることが多いといえます。

3 これまであるモノに「何か」を付け加える

どのようにすれば、これまであるモノを修正したり、何かを付け加えたりすることができるのでしょうか?先ほどの鉛筆の場合は、いつも一緒に使用するモノとして消しゴムがありました。しかし鉛筆と消しゴムを別々に持っている場合、消したい部分があるときに消しゴムがいつもそばにあるとは限りません。また別々に持っている場合、使うときに消しゴムを探さなくてはならないので、すぐに消すことも出来ません。このような消しゴムを探す「不便さ」を解消するアイディアとして鉛筆と消しゴムをあわせた「消しゴム付き鉛筆」が生まれたのです。

私たちの身の回りにある商品は、この「消しゴム付き鉛筆」のように最初から完成されたモノであることは少ないと言っていいでしょう。つまり「不便さ」を改善する何らかの余地が残されているモノが多いのです(「ワークブック」第5章「日常生活における消費者ニーズを探る I 流行している商品やサービスとその理由の発見」参照)。



4 「何か」= 不満、不足、不十分、不便 (4F)

それではこれまであるモノをどのように改善したらよいのでしょうか?先ほどから取り上げている「消しゴム付き鉛筆」は、消しゴムがすぐに見つからない「不便さ」を改善したものでした。つまり使用する人から見ると「不便な点」であったのです。

このように使用する人から見て「不便さ」と似たようなものには、自分の考えていたことと異なる部分が存在する「不満」、自分の考えていたことには足りない部分が存在する「不足」、自分が要求している水準には達していない「不十分」などがあります。これらはモノやコトに存在するいわば「問題点」に注目して考える方法といえます(「ワークブック」第5章「日常生活における消費者ニーズを探る II 日常生活場面の消費者ニーズを探る」参照)。

5 「何か」= あったら使ってみたい、あったら楽しい

モノやコトを改善する方法は、「問題点」を見つけて改善するだけではありません。「いま」は存在しないけれど、もしあったら使ってみたい、もしあったら楽しい、という場合も考えられます。

たとえば東京ディズニーランドやユニバーサル・スタジオ・ジャパンなどのテーマパークを考えてみてください。東京ディズニーランドは1983年に開園されました。それ以前にも日本各地に遊園地があったにもかかわらず1983年という近年に開園されたのです。この東京ディズニーランドはそれまでの子供中心とした遊園地ではなく、大人も楽しめるテーマパークとして人気を博しています。つまり大人の人々も楽しめるような「それまで無かった」遊園地ができて、あったら使ってみたいと考えていた人々が多く存在していたため、年間約3100万人(2013年度)も訪れるようなテーマパークとして成立したのです(「ワークブック」第6章「消費者ニーズを充足するアイディア創出・企画書づくり」参照)。

6 アイディア発見のヒント

これまでみてきたように私たちの身の回りにはいろいろなアイディアのもとになるようなモノやコトがあふれています。当たり前のようにみているモノやコトをもう一度、使用する側にとって考え直してみることがアイディア発見の第一歩といえるでしょう。

その際、これまで取り上げてきた方法とは異なる方法もいくつか存在します。有名なものとして「オズボーンのチェックリスト」というものがあります。

これらはすべてが当てはまるとは限りませんが、いろいろ楽しみながら試してみることが重要です(「ワークブック」第10章「アイディアを発見し整理する技術」参照)。

● オズボーンのチェックリスト

オズボーンのチェックリスト法とは、ブレインストーミングを作ったアレックス・F・オズボーンが作った発想法で、あらかじめ準備したチェックリストに答えることでアイディア発想する方法です。オズボーンのチェックリストは以下の9つがあります。

- | | |
|---------------------|------------------------|
| ① 他に使い道はないか... | ⑥ 代用したら... |
| ② 他からのアイディアを借りたら... | ⑦ 組み替えしたら(アレンジし直す)と... |
| ③ 意味や形を変えたら... | ⑧ 逆にしたら... |
| ④ 拡大したら... | ⑨ 違う機能を組み合わせたら... |
| ⑤ 縮小したら... | |

3 企画書(応募用紙)の書き方

※ ↓ この欄には何も記入しないでください

**第 回 全国高等学校 ビジネスアイデア甲子園
応募用紙**

提出日 年 月 日

ビジネスアイデア名	
アイデアの内容	<p>< 記入のポイント ></p> <ul style="list-style-type: none"> ① アイディアの概要(どのようなものですか) ② アイディアを思いついたキッカケ ③ これまでのものと違い ④ 商品やサービスなどのイメージ図 などを織り込んでまとめてください

① アイディアの概要(どういうアイデアなのか、全体像を説明します)

考案したアイデアについて、(1)誰に対して、(2)どのような価値を、(3)どのようにして提供するか、(4)提供することの対価をいただけるのか、について整理します。

(1)	誰に対して	このビジネスアイデアを利用して満足を得る顧客(個人・企業・自治体・NPO)を具体的に説明しましょう。
(2)	どのような価値を	<p>価値を言い換えると「満足」や「利益」といってもいいでしょう。個人や企業が抱えていた、それまで解消されなかった悩みや課題が、あなたの考えたビジネスアイデアを利用することで解消されたとき、個人や企業が「満足」や「利益」を得ます。</p> <p>したがって、その悩みや課題がもたらしていた不都合部分の大きさが価値となります。これを金銭で表現できるとより分かりやすくなります。</p>
(3)	どのようにして提供するか	魔法のアイテムというわけにはいきませんから、あなたの考えたビジネスアイデアが(2)で述べた価値を提供する方法を説明することが大切です。サービスであれば仕組み、商品であれば機能・機構について、わかりやすく説明することを心がけましょう。実用化されている技術を活用すること、法律等で問題がないかなどをチェックしておくより説得的になるでしょう。
(4)	提供することの対価をいただけるのか	<p>何をするにも費用がかかります(例えば人件費など)。その費用をどう負担するか考慮されていることが大切です。ビジネスアイデアの顧客が対価を支払ってくれるかどうかは、ビジネスアイデアの実現性という点で重要です。</p> <p>もちろんアイデアの種類によっては対価をいただける性質のものではない場合もあります。その場合でもかかった費用をだれが負担するのか、そしてその負担する人にとってのメリットは何か説明することが大切です。</p>

② アイディアを思いついたきっかけ(そのアイデアは誰のためのものですか)

ビジネスアイデアを考え付くには様々なきっかけがあります。たとえば、あなたが何かに困っていてその課題を解決する方法を発見した場合を考えてみましょう。同じ悩みを持つ人々がお金を払ってでもその解決法を必要とするならば、そのアイデアはビジネスとなりえます。悩みの解消が支払うお金以上の価値をもつならば、悩みを解決できた人は満足、解決法を提供したあなたもお金を受け取って満足、win-winの関係ということになります。

また、悩みがある・困っているとは誰からも聞いていないが、〇〇ができるようになると喜ぶ・ありがたいと思う人はいないだろうかという視点からの着想もあります。それを欲する人がいればビジネスになるでしょう。

この②では、アイデアを思いつくまでの試行錯誤の結果を整理してください。それにより、アイデアを必要としている人(顧客)をよりはっきり理解する助けとなります。

※発想法にはいろいろあります。【例】不満、不足、不十分、不便(4F)から考える。異なる要素を結合させてみる。既存のものを応用する(違う用途を発見する、これまでとは異なる顧客層を発見する)。などがあります。

③ これまでのものと違い(新しい点はどこですか)

せっかくみつけたアイデアも既にあるものと同じ(ほぼ同じ、同じようにみえる)では高い評価につながりません。既存アイデアと異なる点がどこか、はっきりと説明しましょう。

※インターネットで簡単に検索できるので、アイデアの要素をキーワード化して、グーグルなどのポータルサイトで検索して、既存アイデア・類似アイデアを調べましょう。似たものがあっても、異なる着想やポイントを考えてアピールしましょう。

④ 商品やサービスなどのイメージ図など

ときに図は言葉よりも関係をはっきりと説明する力があります。①～③で説明していることを、商品ならば外観だけでなく、どのような機能がどのように効果を発揮するのか、サービスならば顧客と提供側との関係について図解すると読み手の理解を助けるでしょう。

Tips 「企画書における項目の順番」と「発想から完成までの順番」は異なる!

実際に企画案を考える場面では、最初から全体(アイデアの概要)を思いつくとは限りません。むしろそのようなことは少ないでしょう。おそらくは②のアイデアを思いついたきっかけや、③のこれまでのものと違いといった部分から企画案の作成が始まると思います。そして関係や機能・外観についてイメージ図を書くなどして考えを深めていくなかで、最終的なアイデアの形が出来上がっていくものと思います。最後に出来上がったアイデアを整理したものが①の概要になります。このように、企画書を作成することはみなさんのアイデア発案の最終段階(まとめ)ですので、発想の段階では①から順番に、などと考えすぎないように進めていきましょう。

4 過去の受賞作品とポイント解説①

企画書例
1

第13回 全国高等学校 ビジネスアイデア甲子園 応募用紙

提出日 2014年 月 日

※ ↓ この欄には何も記入しないでください

ビジネスアイデア名	Acle
アイデアの内容	<p>< 記入のポイント > ① アイディアの概要 (どのようなものですか) ② アイディアを思いついたキッカケ ③ これまでのものとの違い ④ 商品やサービスなどのイメージ図 などを織り込んでまとめてください</p> <p>① 屋外や室内、どんな場面でも素早く手を清潔にする。カプセルタイプのハンドクリーナー。 ・カプセルを容器から、一つ取り出し、手のひらで押しつぶし、手全体にもみ返していきます。 素早く手をきれいにでき、タオルや水もいらずに除菌できます。 カプセルは、手の熱と軽い圧迫で破裂するくらいの硬さです。</p> <p>② 店頭に、よくジェルタイプのハンドクリーナーを見かけます。ジェルタイプだとベタベタして、こぼれてしまったとき、服やカバンを汚してしまいそうだと思います。そのとき、カプセルタイプなら、液体がこぼれることもなく、汚れず、ベタベタしないと考えました。</p> <p>③ この Acle (カプセルタイプのハンドクリーナー) を使えば、ふたが開いていても、液体ではないので、服が汚れることがなくなります。手拭、つめかえがしやすいです。この Acle を親子で使ってもらえば、楽しい手洗いを習慣づけられます。手、持ち運びの際オシャレとし、身につけられます。</p> <p>④ ①取出 ②もみ返す ③きれいに</p>

《 注意事項 》 応募は、本紙またはコピーを使用してください。
応募要項および応募用紙は社会連携・研究支援課へご請求いただくか、「全国高等学校ビジネスアイデア甲子園」ホームページ【大阪商業大学】▶【ビジネスアイデア甲子園】(http://ouc.daishodai.ac.jp/research/high_school/business_idea/)からダウンロードしてください。追加資料をつけても構いません。ただしA4サイズ・1枚(片面のみ)。様式は任意とします。また、裏面に学校名、氏名を記入してください。
※規定を超えるものについては審査の対象外となりますのでご注意ください。

ポイント解説 「Acle」

アイデアの概要 (コンセプトと内容)

本アイデアは、私たちの日常生活のとても身近なハンドクリーナーについて、新たな使いやすさと、オシャレ感を考案されています。従来の一般的な液状・ジェル状のハンドクリーナーをカプセルタイプに工夫することで、場所や状況を問わない利便性の向上と楽しさが加わっています。

アイデアの背景 (思いつきのきっかけ)

本アイデアの考案者は、日頃利用しているハンドクリーナーの使用体験から不便や不満に思っていることを具体的に記述しています。従来のものとベタベタする、こぼれて、靴や衣服につくなどの不便がありますが、本アイデアはその点を克服しているところが強みであるとしています。

既存の類似製品やサービスとの差

このアイデアに関する類似製品はいくつかありますが、ハンドクリーナーであること、またデザイン性を重視した工夫が施されているなどの差別化があります。既に考案済みのアイデアや既存製品とは、異なる視点を追求することで別の商品になり、多くの需要も期待できます。

残された問題点

身近な製品に新たな使いやすさとおしゃれ感をプラスしている点は、幅広いユーザー層に共感の意識を与えることでしょう。しかし、もう少しカプセルの素材や仕組みについての工夫などが追加されていれば、より現実的にアイデアの製品化に近づくとと思います。


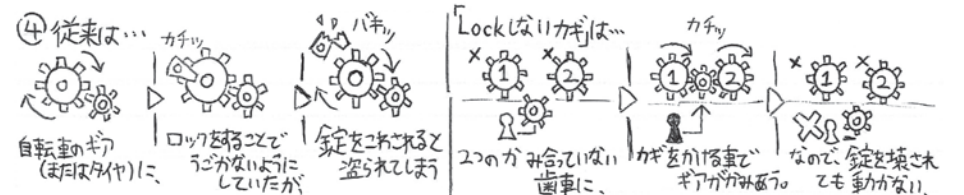
4 過去の受賞作品とポイント解説②

企画書例 2

第13回 全国高等学校 ビジネスアイデア甲子園 応募用紙

提出日 2014年 月 日

※ ↓ この欄には何も記入しないでください

ビジネスアイデア名	自転車、傘用の新しい錠前
アイデアの内容	<p><記入のポイント> ① アイディアの概要(どのようなものですか) ② アイディアを思いついたキッカケ ③ これまでのものとの違い ④ 商品やサービスなどのイメージ図 などを織り込んでまとめてください</p> <p>アイデア 2 『ダイヤルパソル』 ①③ 傘にダイヤル錠をつけたもので、数字をそろえないと開けられないという防犯目的の錠です。錠の紛失を防ぐためダイヤル式を用い、片手でダイヤルを回せるようにするため、柄の上の方に弱い力で回せるような錠を設置します。従来には、傘の柄の部分に脱着可能な防犯グッズがありましたがデメリットとして、傘の柄を持ち歩かなくてはならない、脱着作業が面倒で時間を要する、柄のとれた傘は壊れていると基力減り、場合によっては処分される等があげられ、問題点が多々と言えます。</p>  <p>④ 従来は... カチッ 自転車のギア (歯が噛み合う)に、ロックをすることで、錠をこねると盗まれてしまう</p>  <p>Lockしないカギは... 2つのギアが噛み合っていない状態で、カギをかけることで、ギアが噛み合う。そのため、錠を壊さなくても盗む事が出来ません。</p> <p>アイデア 1 『Lockしないカギ』 ①③ これは自転車等に取り付ける特殊な錠で、錠はダイヤルをそろえる車によって、自転車のギアが噛み合うようになって車輪が動くように、逆に錠を外すと歯車がずれて噛み合わなくなり、タイヤは動かなくなるというものです。従来の自転車に使われている錠前は、自転車の車輪の部分に錠という障害を設けて、自転車を動かさなくして盗難を防ぐというもので、錠自体を壊されても盗まれています。しかし「Lockしないカギ」は、このような従来の歯車をロックして動かさなくしているシステムではなく、逆に不完全な自転車のギアが錠をかけたとき噛み合い、動かされるという構造なので、錠を壊さなくても盗む事が出来ません。</p> <p>② 近日世間では防犯意識が高まり、様々な盗難防止グッズが出回っています。ですがそれらの防犯グッズにも、まだ改善の余地があるのでは？、あるいはこういうものにも盗難対策をほどこすべきなんじゃないか？という風に考える方も多く、私もちょうど来たビニール傘が気付いたら消えていたという経験があり、傘立てを前に突然と立ちくんだ時に、「今までにないカギを考案しよう。」と思いつき、これら2つの錠を考案しました。</p>

【注意事項】 応募は、本紙またはコピーを使用してください。
応募要項および応募用紙は社会連携・研究支援課へご請求いただくか、「全国高等学校ビジネスアイデア甲子園」ホームページ【大阪商業大学】▶【ビジネスアイデア甲子園】(http://ouc.daishodai.ac.jp/research/high_school/business_idea/)からダウンロードしてください。
追加資料をつけても構いません。ただしA4サイズ・1枚(片面のみ)。様式は任意とします。また、裏面に学校名、氏名を記入してください。
※規定を超えるものについては審査の対象外となりますのでご注意ください。

ポイント解説 「自転車、傘用の新しい錠前」

アイデアの概要(コンセプトと内容)

概要では自分の企画が「誰を対象に、どんなニーズを、どのような方法を利用して、問題解決していくのか」を書きます。このアイデアは、自転車所有者を対象に、大事な自転車を盗まれたくないというニーズを、錠と本体を一体化させることで盗んだとしても簡単には使えなくすることにより、盗難を防ぐことができるものです。

アイデアの背景(思いつきのきっかけ)

近年自転車は、子供から大人まで、用途も通勤・通学やレジャーなどさまざまに利用されています。特に大人の通勤用としてスポーツタイプの需要が増え、大型の自転車量販店が増加するなど自転車の市場は拡大しているといえるでしょう。その中で自転車の価格帯は、広がってきており、高額なものも多くなっています。そこで心配になるのが盗難です。

警察庁の調べによる自転車盗難件数は、減る傾向にありますが30万件を超えています。その中で検挙件数はわずか6%であり、盗まれたら見つかる可能性は極めて低いと言えます。したがって施錠するなどの対策が必要になりますが、施錠しても錠を壊され盗まれる件数は12万件にのぼり、施錠が完全な防衛となっていないのが現状です。

既存の類似製品やサービスとの差

このアイデアは、簡単に盗むことができない点に既存製品との大きな違いがあります。
本アイデアが評価されるのは①錠を本体の一部とすることで盗んだとしてもすぐに使えなくする点、②エコ意識や健康目的など自転車ユーザーが増えている時代に即した製品、という点で評価できます。

残された問題点

まず構造の問題です。自転車のギアの部分は、使用する上で大変重要な部分です。その部分を常に取り外し、また装着することになるので耐久性がより必要になるでしょう。つぎに価格の問題です。既存の自転車よりも、高コストになりますので、いかに低コストで生産するか、その方法が重要になるでしょう。

最後に現状の錠との違いを出すための広告・宣伝活動です。この活動は、店頭におけるアピールはもちろんのこと、警察署、警備会社推薦の商品といういわばお墨付きを与えること、そして学校や自転車置場において実演を行うことによって、少しお高いがメリットが多いとアピールし、差別化をはかることが効果的でしょう。

※傘用の新しい錠前のアイデアは、審査対象外となっています。

4 過去の受賞作品とポイント解説③

企画書例
3

第13回 全国高等学校 ビジネスアイデア甲子園 応募用紙

提出日 2014年 月 日

※ ↓ この欄には何も記入しないでください

ビジネスアイデア名	風で飛ばない紙コップ「フンバルンバ！」(飛ばないシリーズ第二弾!!)
アイデアの内容	<p>< 記入のポイント > ① アイディアの概要(どのようなものですか) ② アイディアを思いついたきっかけ ③ これまでのものとの違い ④ 商品やサービスなどのイメージ図 などを織り込んでまとめてください</p>

① アイディアの概要
 昨年このビジネスアイデア甲子園でグランプリに輝いた風に飛ばされない皿「エアロディッシュ」の続編です。私たち豊橋工業高校は、飛ばないシリーズ第二弾として、風に飛ばされない紙コップ「フンバルンバ！」を提案します。
 「エアロディッシュ」はお皿の形状を工夫して、風に飛ばないアイデアを実現しました。しかし、紙コップはどんなに形状を工夫しても高さがあるので、形状で乗り越えることはできません。そこで、紙コップの底部分に注目して、紙コップの底に「おもり」をはめ込んで飛ばないように工夫しました。(図1) 試作品を作り実験しました。その結果は完璧でした。すばらしいアイデアができましたが、私たちはこのアイデアに付加価値を付けました。
 第二案、紙コップはどれも同じで誰のコップなのかわからなくなることがあります。これを解決するために、「おもり」を底から少し露出させ色を塗ることで、コップの識別を可能にしました。(図2)しかし、このアイデア商品はバーベキューに行くときにしか使わないので普段から別の用途で使用できないかを考えました。
 第三案、「おもり」を磁石にしました。これにより、普段はホワイトボードや冷蔵庫に貼り付けて使う「マグネット」として使用します。バーベキューなどで使うときにははずしてもっていきま。しかも、磁石でお互いにひっつくので持ち運びにも便利です。

② アイディアを思いついたきっかけ
 「エアロディッシュ」の開発のときから話題になっていたのですが、屋外バーベキューで風に飛ばされて困るのはお皿もありますが、実は紙コップの方がより飛びやすいです。高さがあるので風の影響を受けやすく昨年は上記第一案をビジネスアイデア甲子園で提案したのですが、最終ノミネートにはなれませんでした。しかし、先輩の考えたアイデアはすばらしいので、私たちが引き継ぎ、更にアイデアの価値を上げてリベンジします！

③ これまでのものとの違い
 現在市場に、このような商品は存在しません。また、特許検索をしてみましたが該当がありませんでした。

④ 商品やサービスなどのイメージ図
 商品価値を上げるために、色で識別するだけでなく、冷蔵庫の「マグネット」として利用するので形もいろいろな形状を作ります。多角形やハート型などいろいろと考えられます。図3・4は六角形です。
 さらに、形状をキャラクターデザインで展開すればテーマパークのお土産として販売できます。

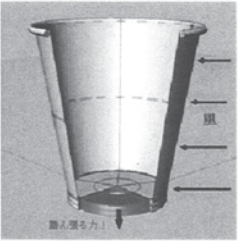


図1 第一案




図2 第二案

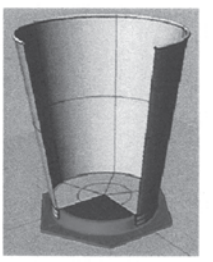


図3 第三案

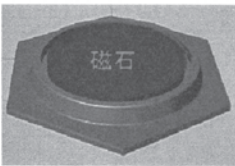


図4 イメージ図

【注意事項】 応募は、本紙またはコピーを使用してください。
 応募要項および応募用紙は社会連携・研究支援課へご請求いただくか、「全国高等学校ビジネスアイデア甲子園」ホームページ【大阪商業大学】▶【ビジネスアイデア甲子園】(http://ouc.daishodai.ac.jp/research/high_school/business_idea/)からダウンロードしてください。
 追加資料をつけても構いません。ただしA4サイズ・1枚(片面のみ)。様式は任意とします。また、裏面に学校名、氏名を記入してください。
 ※規定を超えるものについては審査の対象外となりますのでご注意ください。

ポイント解説 「風で飛ばない紙コップ『フンバルンバ!』」 (飛ばないシリーズ第二弾!!)

アイデアの概要(コンセプトと内容)

このアイデアは、昨年のグランプリ作品「エアロディッシュ」の続編として、シリーズ第二弾として考案された作品です。卒業した先輩たちが挑戦してきたアイデアに対して、新たに後輩たちが付加価値を加えた点はこれまでになかった取り組みといえます。簡単なようで難しいアイデアの継承は、そのアイデアに対する疑問や改善点を深く考えてこそ達成できるものであり、その意味で、「ビジネスアイデア甲子園」にとっても、大変興味深い活動であると称賛できるものです。

アイデアの背景(思いつきのきっかけ)

第一弾の「エアロディッシュ」からの基本スタンスである、屋外バーベキューでの利便性を考慮しつつ、お皿よりも飛ばされやすいコップに着目した点、そして先輩たちが作った失敗作をさらにグレードアップさせた点、さらに不便を便利に変えるための試行錯誤を繰り返し、問題解決を狙った点がそれぞれ評価できます。

既存の類似製品やサービスとの差

既存の類似製品はなく、特許の有無を確認した点も評価できます。

残された問題点

普段の何気ない不便に気付き、それを改善していくためのアイデアを考えることは、簡単なようで難しく、身近な商品が新たな商品へと生まれ変わるためには、様々な努力の成果が必要になります。応募用紙において、イメージ図だけでなく、第一案から第三案までイラストをそれぞれ掲載していることは、アイデアの詳細を具体的に伝え、描くための必要な作業だと思われます。どのようなアイデアを考え、工夫をしたのかなど、実験を繰り返したことが具体的に分かるように応募用紙を作成したことは大変評価されます。

ただし、アイデア商品のビジネスとしての発展可能性を表現することはよかったです。その際には、他者が持つ「特許」等の知的財産権に注意する必要があります。「既存にない」製品であったとしても、その販売手法や企画が、あきらかに「ある既存のキャラクター」に依存しているとわかってしまう仕様や、イメージ図などの形がキャラクターの形であることは、意匠や商標といった知的財産権を侵す可能性があります。その権利の保有者との交渉が必要となるため、キャラクターとのタイアップ商品への展開という部分は、アイデアの中では追加部分とみるべきでしょう。