

第24回
大商大



ビジネス・ アイデア コンテスト



まるわかりブック

ビジコン
ギョギョツ
と
のすべてを
詰め込んだ
一冊

見つけよう!
その一歩から
新たな自分を!!



CONTENTS

コンテストについて／コンテストで経験できること	4
スケジュール	5

応募方法

応募要項	6
manabaでの応募方法	8

課題テーマ

自由部門について／企業部門について	12
企業部門 課題A	13
課題B	14
課題C	15

入賞作品の企画書例

企画書例①	16
企画書例②	19
企画書例③	23

企画書を書こう

- ☞ 企画書を書く前に（準備）
- ☞ 企画書の書き方（ポイント）
- ☞ 企画書に書いてみる
- ☞ アイディアを考えてみよう
- ☞ アイディアをまとめてみよう（商品アイデア編）
- ☞ アイディアをまとめてみよう（サービスアイデア編）
- ☞ 企画書（練習用）

前回コンテスト結果（応募学生の声）

セミファイナル・ステージ発表者 アイディア	34
ファイナル・ステージ結果	36
ファイナリスト・企業賞受賞者成長と今後の目標	37、38
ファイナリスト アイディアパネル	38

商品化

学生のアイデアが商品として誕生	39
-----------------	----

海外ビジネス研修



すぐわかる！

大商大ビジネス・アイデアコンテスト

コンテストについて



「大商大ビジネス・アイデアコンテスト」は、本学の学部生・大学院生を対象として2003年度から毎年実施している歴史あるイベントで、これまでのアイデア応募総数は、**1万6千件**以上にもなります。新たな商品やサービスを考えるコンテストで、下の2つの部門に分けて募集しています。

① 自由部門

- 生活をより便利に、快適にする今までにない商品のアイデア
- 新しいサービス及びシステムについての独自のアイデア

② 企業部門

企業から提供された課題に応えるアイデア

コンテストで経験できること



① 自分のアイデアをまとめる力



自分の考えを書き出して、相手に伝わるように整理することは大切です。レポート作成や試験などでも今後必要な能力です。

② プレゼン能力



審査でプレゼンを経験することで、授業での発表も楽しくなります。

③ 自信



応募したアイデアが審査を通過したり、人前で発表することで自信につながります！

④ ガクチカ



就活ではエントリーシートや面接で必ず聞かれる「大学時代に力を入れたこと」の1つとして活用できます。

⑤ 思い出



頑張って考えたアイデアや何度も練習を重ねたプレゼン経験は大学時代の思い出になること間違いありません！

スケジュール



ビジコンってなに？
今年の課題を詳しく知りたい！
という人のための説明会

5月7日(木)
12:20~12:50

全体説明会

5月12(火)
~14日(木)
12:20~12:50

企業部門
課題説明会

5月20日(水)
27日(水)
16:20~17:50

ワーク
シヨップ



5月27日(水)
17:00~

manabaで
応募受付開始!

4月2日(木)

応募要項
公開



5月28日(木)

海外ビジネス
研修報告会

7月13日(月)

ファースト
・ステージ
通過者発表

応募締切
~7月上旬

ファースト
・ステージ
書類選考

6月19日(金)

応募締切

審査突破のための!

8月31日(月)
9月 1日(火)

ブラッシュアップ
講座



9月9日(水)

セミファイナル
・ステージ
口頭発表審査



2月中旬

海外ビジネス
研修
(上位4名)

9月14日(月)

ファイナリスト
・企業賞 決定!

10月31日(土)

ファイナル・ステージ
& 表彰式



応募要項

■ 応募資格

大阪商業大学の学部生と同大学院生

* 審査期間を含めて個人での活動(応募)に限ります。複数件の応募可。

■ 募集するアイデア

一般消費者の生活に関連する商品・サービス及びニュービジネスについてのアイデア

* 過去に応募したアイデアは応募できません。

■ 応募部門 * 同一アイデアを①②両方に応募することはできません。

①自由部門 / 生活をより便利に、快適にする今までにない商品のアイデア
新しいサービス及びシステムについての独自のアイデア

②企業部門 / 企業から提供された課題※1に答えるアイデア

【課題A】「暮らしや生活の便利グッズ」スマイルキッズ(株)

【課題B】「日常生活で出会う『ちょっとした困った』を安全に楽しんで使える商品」

東大阪市異業種交流グループ 創遊夢

【課題C】「万代の『食品のムダ』を価値に変えるアイデア提案」(株)万代

※1 詳細は本学HP「大商大ビジネス・アイデアコンテスト」→「応募要項」→「企業部門について」をご覧ください。

■ 応募方法

スマートフォンやパソコンからmanabaのアンケート「大商大ビジネス・アイデアコンテスト応募用紙」に回答する形で応募情報を入力し、応募します。

* 上記以外の方法での応募は受け付けていません。

* 授業(講義・ゼミ等)の課題として応募する場合は担当教員の指示をよく確認してください。

■ 応募期間

2026年5月27日(水)17時 ~ 6月19日(金)18時まで【時間厳守】

* 締め切り後の提出(再提出や「提出ボタン」の押し忘れ等の操作未完了含む)は受け付けられませんので、時間に余裕を持って応募してください。

・授業(講義・ゼミ等)で別途締め切り日等の指定がある場合は、担当教員の指示に従ってください。

・授業(講義・ゼミ等)の課題で期限内に提出できなかった場合は、担当教員に直接相談してください。

・授業(講義・ゼミ等)の課題として出題した教員名のチェックもれや誤りがあった場合は、課題の提出に反映されないことがあります。時間割等で担当教員名を確認してチェックをつけてください。

■ コンテストに関する説明会(予定) ※開催場所等の変更がある場合、S-Navi! およびmanabaでお知らせします。

5月7日(木)

◆説明会①(全体説明会)

コンテスト応募のための基本的な知識や、コンテストの魅力をお伝えします。

■ 5月7日(木) 12:20~12:50 (会場:蒼天ホール)

◆説明会②(企業部門説明会)

課題の内容やポイントについて直接企業から説明を受けられます。

■ 5月12日(火) 12:20~12:50 (会場:蒼天ホール)

○ 暮らしや生活の便利グッズ
スマイルキッズ株式会社 

■ 5月13日(水) 12:20~12:50 (会場:蒼天ホール)

○ 日常生活で出会う「ちょっとした困った」を安全に楽しんで使える商品
東大阪市異業種交流グループ 創遊夢 

■ 5月14日(木) 12:20~12:50 (会場:蒼天ホール)

○ 万代の「食品のムダ」を価値に変えるアイデア提案
株式会社万代 

コンテストの情報は
ここから確認できます。



https://ouc.daishodai.ac.jp/faculty/business_idea/

5月12日(火)

5月14日(木)

■ **審査の流れ** *開催方法や日程等に変更がある場合は、S-Navi!やmanabaコースで連絡します。

【ファースト・ステージ審査】

- 応募書類に基づく書類審査
- ファースト・ステージ通過者は、学籍番号を7/13(月)にS-Navi!の掲示板「その他」の項目で発表します。
 - ・ファースト・ステージ通過者を対象に、manabaの「ビジネス・アイデアコンテスト セミファイナル・ステージ」コースを開設します。
 - ・セミファイナル・ステージ審査に関する情報は、このコースを通じてお知らせします。

8月31日(月)
9月 1日(火)

ブラッシュアップ講座(プレゼン道場)

対象者：ファースト・ステージ通過者。 ※必ず2日間参加してください。
内 容：セミファイナル・ステージ審査に向けて、プレゼンテーションの方法を学ぶ講座です。

9月 9日(水)

セミファイナル・ステージ 3分間の口頭発表審査

- セミファイナル・ステージ審査では、よりアイデアの特徴を詳しく伝えてもらうために、下記2点の提出が必要です。
 - ① 「アイデアを説明する図・イラスト(試作品でもよい)」
 - ② 発表原稿
- セミファイナル・ステージ審査通過者には後日、電話にて審査結果を連絡します。

9月16日(水)

ファイナル・ステージ説明会

対象者：セミファイナル・ステージ審査通過者。 ※必ず参加してください。
内 容：ファイナル・ステージ審査についての説明会です。

10月31日(土)

ファイナル・ステージ 7分間のプレゼンテーション&表彰式

■ 表彰

学長賞【1名】…賞金50,000円+副賞(海外ビジネス研修)
副学長賞【1名】…賞金40,000円+副賞(海外ビジネス研修)
東大阪商工会議所会頭賞【1名】…賞金30,000円+副賞(海外ビジネス研修)
NPO法人東大阪地域活性化支援機構理事長賞【1名】…賞金30,000円+副賞(海外ビジネス研修)
優秀賞【若干名】…賞金10,000円
企業賞【若干名】…図書カード5,000円分
入選【セミファイナル・ステージ発表者】…賞状(セミファイナル・ステージ審査日にお渡しします)

■ 注意事項

- 応募するアイデアは必ず内容をメモアプリ等に保存してください。
- 応募作品は未発表のものに限ります。応募前に類似のアイデアがないかインターネット等で調べてください。
- 応募資格等の違反、アイデアの盗用など、不正が発覚した場合は受賞・応募を取り消します。
- 受賞作品については受賞者名、作品の名称および概要等を公表します。
- プレゼンテーションは一般に公開されます。特に秘密を要するものについては応募者自身が注意してください。
- 知的財産権等権利化の必要が生じた場合は、別途協議します。
- 審査結果についての個別の問い合わせには応じることはできません。

■ 審査基準

- 市場性・実現可能性
- 新規性・独創性
- アイデアのおもしろさ

- 主催 大阪商業大学
- 後援 大阪府、日本政策金融公庫、東大阪商工会議所、NPO法人東大阪地域活性化支援機構
- 課題提供企業 スマイルキッズ株式会社、東大阪市異業種交流グループ創遊夢、株式会社万代

* 授業に関する質問は担当の教員にお問合せください。
* アイデアの内容に関する相談は受け付けておりません。

大商大ビジネス・アイデアコンテスト manaba での応募方法について

応募方法は manaba コースのアンケートに回答することによる応募とします。

なお、このアンケート以外の方法での応募は受け付けておりません。

応募を考えている皆さんは、このページの説明をよく読んでください。

お願い

1. 応募にあたり、「応募要項」をよく読んでください。
2. **万一のデータ破損の危険に備えて、応募したアイデアについて、必ず内容をメモアプリ等で、自身の手元に保存しておいてください。**
3. イラストや図解を添付する際には、写真の画質を高画質にしてアップしてください（撮影した画像が見やすいものかどうか確認してからアップしてください）。
4. manaba のアンケート画面で考えながら入力していると接続が切れたり、誤操作で入力内容が消えてしまうリスクがあります。**事前に入力内容をメモアプリ等に作成しておき、それを応募フォームにコピペする方法を強くおすすめします。**



応募フォームの場所について

manaba の「ビジネス・アイデアコンテスト ファースト・ステージ」コースのアンケートに応募フォームを用意しています。そちらから応募してください。

※授業（講義・ゼミ等）の課題として提出する場合は、担当教員の指示に従って応募してください。

応募フォーム

- ・1つの応募フォームには1件のアイデアしか応募できません。
 - ・複数のアイデアを応募する場合は、**応募件数に合わせて「1件目用」の応募フォームから順番に2件目用、3件目用、4件目用のフォームを使って応募してください。**
- ※5件目以上の応募を考えている方は総合交流支援課へお問い合わせいただくか、「ビジネス・アイデアコンテスト ファースト・ステージ」コースの掲示板でご相談ください。

応募の仕方

応募フォームの最初に説明と注意事項があります。よく読んで応募項目を入力してください。

以下の**すべての項目を入力しないと応募が完了しません。**

文字入力欄には記号や絵文字の利用はしないでください。

- 応募部門（自由部門・企業部門 課題A・企業部門 課題B・企業部門 課題C）
- アイディアの名称
- アイディアの概要
- ビジネスのイメージ
- アイディアのポイント①市場性・実現可能性
- アイディアのポイント②新規性・独創性
- アイディアのポイント③アイデアのおもしろさ

このうち、「ビジネスのイメージ」では、文章での説明だけでなく、描いた図やイラストを添付(提出)することができます(詳細は、応募フォーム中の「補足 1・2」と「画像アップロード時の注意事項」を確認してください)。

- ・図やイラストがあると審査員にアイデアのイメージが伝わりやすくなります。
- ・図やイラストを添付する場合は **jpg または pdf の拡張子で保存されたファイル(画像)を 1 つ添付**してください。
※jpg または pdf の拡張子以外の図やイラストを添付した場合、ファイルの内容が確認できず、アイデアの情報がうまく伝わらない場合がありますので注意してください。
- ・PowerPoint の複数枚のスライドの添付は禁止します。1 ページ分を PDF 化したものに限ります。

・ 授業担当教員名

授業(講義・ゼミ等)の課題として提出する場合は、担当教員名を選択してください。一覧に名前がない場合は、入力欄に担当教員の名前を入力してください。
担当教員の指示に従い回答してください。

正しく選択や入力されていない場合は、授業(講義・ゼミ等)の課題として提出したと認められない場合があります。時間割で担当教員名を調べてから選択・入力してください。

応募方法に関する質問受付について

「ビジネス・アイデアコンテスト ファースト・ステージ」コースの掲示板に**応募方法に関する質問**を受け付ける掲示板を用意しています。

不明な点があれば、そちらからお問い合わせください(締め切り直前の掲示板での問い合わせの場合、締め切り時間までに回答が間に合わない場合があります。時間に余裕を持って質問してください)。

なお、アイデアの内容に関する質問には回答しませんのでご注意ください。

また、**掲示板はすべての学生が確認できますので、書き込む内容には注意**してください。

特に、個人情報や、マナーに反した書き込みをしないようご注意ください。

最後に

必ず確認画面で「提出」ボタンを押すことを忘れないでください。

なお、応募締め切りまでは、再提出が可能ですので、修正できます。

〈注意事項〉

・コンテストに関する情報は随時 S-Navi!の掲示板や manaba の「ビジネス・アイデアコンテストファースト・ステージ」コースで配信しますので、確認してください。

・コンテストに関する基本的な情報は、本学 HP から確認できます。

応募に関すること(応募要項):https://ouc.daishodai.ac.jp/faculty/business_idea/recruitment/

コンテスト全般:https://ouc.daishodai.ac.jp/faculty/business_idea/

〈問い合わせ〉

応募に関してのお問合せは、総合交流支援課(リアクト南館 1 階事務室)で受け付けています。

※授業に関する質問は担当の教員にお問合せください。

※アイデアの内容に関する相談は受け付けておりません。



応募情報入力画面

*** 応募画面は過去のもので、実際とは異なる部分がありますので、詳細は今年のお応募フォームで確認してください。**

*** 今年のお応募フォームは5月27日(水)の公開を予定しています。**

《スタート直後の画面:注意事項説明部分》

大商大ビジネス・アイデアコンテストへ応募する方のみ回答(入力)してください。

|(応募に当たってのお願い)

- ①応募にあたり、応募要項をよく読んでください。
⇒ [応募要項2024へのリンク](#)
- ②記入内容をあらかじめメモアプリ等に用意しておくことを推奨します。アイデアの内容を整理することにもつながり、結果としてアイデアが評価されやすくなります。
- ③万一のデータ破損リスクに備えて、応募アイデアは、自身のスマホのメモアプリ等に保存しておいてください。

|(記入時の注意)

- ①高い評価を得るためにも、アイデアの特徴や優位性が伝わるように、丁寧に説明することをおすすめします。
- ②「ビジネスのイメージ」については、図やイラストを添付できますが1枚(1ページ)のみとします。
複数枚のスライド資料は受け付けておりませんのでご注意ください。
添付資料には、学籍番号・氏名は入れないでください。

手書きで作成したものの**写真を添付する際には「高画質」でアップロード**するようにしてください。

なお、スマホで写真を撮影する際には、カメラの設定を「互換性優先」にしてから撮影してください。

以上を確認していただいたら、次ページのお応募フォームに進んでください。

*** 応募画面は過去のもので、実際とは異なる部分がありますので、詳細は今年のお応募フォームで確認してください。**

《応募内容入力画面》

ビジネス・アイデアコンテストのお応募フォームです。各項目に入力するとお応募できます。

応募部門を選択してください。(選択必須)

1.1

- 自由部門
- 企業部門 (課題A) (暮らしや生活の便利グッズ)
- 企業部門 (課題B) (日常生活で出会う「ちょっとした困った」を安全に楽しんで使える商品)
- 企業部門 (課題C) (SNSなどネットを活用したスーパーマーケットの新たなビジネス展開)

(参考) 企業部門の課題についての情報



企業部門_課題A.pdf - 2024-04-13 16:19:12



企業部門_課題B.pdf - 2024-04-13 16:19:22



企業部門_課題C.pdf - 2024-04-13 16:19:37

アイデアの名称 (入力必須)

1.2

アイデアの概要 (アイデアの全体像がわかるように具体的に説明していきましょう)

(入力必須)

(文字による説明: 300字以上推奨)

1.3

0文字

ビジネスのイメージ (ビジネスの流れや全体像、商品の形やデザインについて自由に記入してください)

(補足1) アップロードする画像 (図やイラスト) と、文章入力による説明は併用できます。

(補足2) アップロードする画像の中に説明文が書かれている場合は、文章入力での説明を省略することもできます。その場合、画像の中の説明文が明確に判読できるか、事前に確認しておきましょう。

画像アップロード時の注意事項

図やイラストはjpgまたはpdfの拡張子で保存されたファイルを1つ添付してください。

*写真の設定を「互換性優先」に変更してから撮影するとjpg形式になります。

*PowerPoint等、複数枚の画像の添付は認めていません。審査情報から除外しますのでご注意ください。

画像アップロードは「ファイルを選択」ボタンをクリックして添付する画像ファイルを選択してください。

1.4

文による説明は、以下の入力欄に記入してください。

1.5

0文字

アイデアのポイント①市場性・実現可能性 (購入する人はどんな層の人か? 採算の見込みがあるか?)

(100字以上推奨)

(入力必須)

1.6

0文字

アイデアのポイント②新規性・独創性 (他にない新しいアイデアか? 類似商品・サービスとの明確な違いが示されているか?)

(100字以上推奨)

(入力必須)

1.7

0文字

アイデアのポイント③アイデアのおもしろさ (このアイデアの重要なポイントや魅力はどういうものか?)

(100字以上推奨)

(入力必須)

1.8

0文字

講義・ゼミの課題としてお応募される方は、以下の項目にも回答してください。

課題として課された科目の担当教員名が以下の一覧にあれば該当する教員名を選択してください。

(複数選択可)

1.9

- 太田 一樹
- 岡田 孝浩
- 加藤 司
- 北室 康一
- 金 度淵
- 桑野 博行
- 小林 俊和
- 近藤 祐二
- 坂手 啓介
- 柴田 孝
- 孫 飛舟
- 崔 圭皓
- 中嶋 貴子
- 林 幸治
- 深沼 光
- 南方 建明
- 村上 義昭

一覧にない場合は、次の入力欄に担当教員名をフルネームでお書きください。

1.10

入力欄は以上です。

最後の「提出」ボタンを忘れずに押してください。



自由部門について

募集 テーマ

- ・生活をより便利に、快適にする
今までにない商品のアイデア
- ・新しいサービスおよびシステムに
ついての独自のアイデア



企業部門について



企業部門へ応募する場合は、各企業の課題内容を確認の上、アイデアを考えてください。



次ページより、企業の課題内容、自社商品の紹介、求めるアイデアについて説明がされていますので必ず読んでください。

注意事項

1. 課題についての質問は、総合交流支援課へ問い合わせください。
直接企業への問い合わせは行わないでください。
2. 企業部門へ応募する際は、各課題のテーマに加えて「アイデア(提案)のポイント」に述べられている事項も考慮してアイデアをまとめるようにしましょう。

課題

A

暮らしや生活の便利グッズ

商品アイデアを、足し算・引き算・プラス α アイデアでひとひねりした商品を考えてみてください。
モノの機能を増やす足し算。モノの機能を減らす引き算・アイデアをプラスした便利グッズで商品アイデアを考えてみてください。

課題提供企業



スマイルキッズ株式会社

企業コンセプト

【会社理念】

「アイデアを暮らしに生かしてみんなでハッピーになろう。」

会社概要はホームページでご覧下さい。⇒ <http://www.smile-asahi.co.jp>
(スマイルキッズで検索)



【アイデアのポイント】

世の中には、機能を増やした足し算商品（消しゴム付き鉛筆、カラオケ付きマイクなど）既存品より形や容量、数量を大きくした足し算商品（特盛カップ麺、キングサイズベッドなど）既存品の形を小さくしたり、数を減らした引き算商品（折り畳み傘、一人用鍋つゆなど）があります。形を大きくしたり、小さくしたり、機能を増やしたり減らしたり、プラス α のアイデアを付け足したりした、新しい商品を考えてみてください。

【足し算、引き算、プラス α のアイデアを追加した商品例】

① 引き算商品

掃除機から充電機能を省いた



② 足し算商品

トング+容器で取り箸いらず、洗う手間いらずの食品保存容器。



③ アイデアプラス α の商品

洗う時に水はねしない様に、凸凹を付けて水の勢いを和らげて、水はねをなくしたお玉。
(大商大の学生のアイデアを製品化しました)。



【弊社の商品の販売販路】

皆さんが考えた商品が採用され、商品化されたら、アマゾンなどの通販・生協などで販売しようと思います。

価格は、1,000円～3,000円ぐらいのものを考えてください。

課題

B

日常生活で出会う 「ちょっとした困った」を安全に楽しんで使える商品

自分自身や身近にいるお年寄り、からだの不自由な方、小さな子どもが出会う日常生活の小さな不便や課題を遊び心のあるアイデアで解決できる商品を募集します。

課題提供企業

創遊夢

東大阪市異業種交流グループ 創遊夢

企業コンセプト及びグループコンセプト

金属加工・試作・金型・ビニール加工・パッケージ・シルク印刷・食品など多種多様なものづくり集団です。

東大阪市異業種交流グループ『創遊夢(ソユウム)』は、

「遊び心を持ってアイデアを出し合い、独創的な商品を作り出し、夢の実現を目指す」

をコンセプトに、東大阪市が異業種連携でものづくりを進める集団です。

【アイデアのポイント】

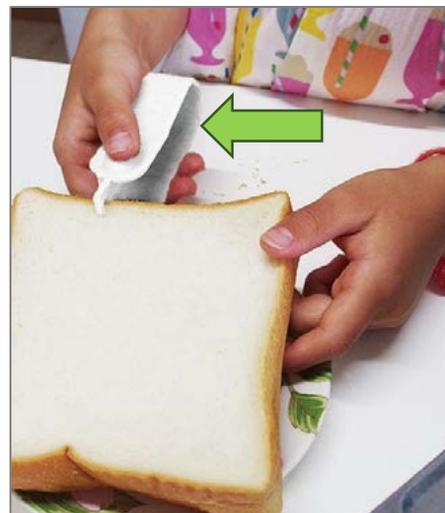
自分自身や身近にいるお年寄り、からだの不自由な方、小さな子どもが出会う日常生活の小さな不便や課題を、遊び心のあるアイデアで解決できる商品をSDGsの観点も視野に入れて考えてください。

ターゲット層、価格、販売場所も考えてください。

【商品例】

「クラストカッター」

「クラストカッター」は食育の観点で子どもにも、安全に楽しんで使える商品として開発されました。食パンを焼く前に耳に切れ目を数カ所入れることで耳までサクサクに焼け、バターやジャムなどの味も染み込みやすくなる商品です。



課題

C

万代の「食品のムダ」を価値に変えるアイデア提案

スーパーでよく見かける食品や売場を観察し、「これ、なくてもいいかも？」
「もったいないかも？」を見つけてください。量・形・売り方・使い方を少し変えること
で食品のムダを減らし、うれしい価値に変えるアイデアを考えてください。

課題提供企業



株式会社 万代

企業コンセプト

日本一 買い物に行きたい店舗を目指して

<https://www.mandai-net.co.jp/>

「食品のムダを価値に変える」とは

本来は売れたり食べられたりする食品を無駄にせず、まだ使える食品を活かしてゴミ
やCO₂を減らし、現場で無理なく続けられる仕組みをつくり、その取り組みをお客様や地
域に分かりやすく伝えることです。

【例】

刺身の「つま」は本当に必要？

刺身に添えられる大根のつまは、食べられず廃棄されることが多い。
つまをなくし、その分トレー形状を工夫して刺身同士が触れない設計に変更。
「見た目」と「衛生」を保ちながら食品ロスを削減できないか検討する。

食べる量が違う家族にやさしいトレー

少食の人・大食いの人が同じ量を買うことで、食べ残しが発生している。
家族で取り分けしやすく、量を調整できる仕切り付きトレーを提案。
「ちょうどいい量」を選べることでロス削減につなげる。

使われない爪楊枝の再活用

箸に付属する爪楊枝は使われず、そのまま捨てられることが多い。
爪楊枝を「袋留め」「食べ終わり表示」など別用途に使える設計に変更。
付属品の価値を高め、ムダな廃棄を減らすアイデアを考える。

調理方法が分からず捨てられる食材

珍しい野菜や魚は、調理方法が分からず使われないまま廃棄される。
簡単レシピやQRコード動画をパッケージに付加。
「分からない＝捨てる」を防ぐ仕組みを考える。

【アイデア（提案）のポイント】

上記の切り口に縛られる必要はありません。1つの「ムダ」でも、複数を組み合わせて
もOK。万代の店舗や売場、働く人・お客様を思い浮かべながら考えてください。「実現
できそうか」「続けられそうか」も意識してもらえるとなお良いです。

入賞作品一企画書例①

第21回 大商大ビジネス・アイデアコンテスト

企画書 【1枚目】

- ①この書類での応募やこの書類全体を写真に撮った画像を添付しての応募はできません。
- ②企業部門へ応募する学生は、本学HPの「企業部門について」の内容を確認して応募してください。
- ③自由部門と企業部門にそれぞれ同じアイデアを応募することはできません。
- ④「4 ビジネスのイメージ」のみ写真に撮って、マナビコースの応募フォームに添付することは可能です。

1 応募部門

1.自由部門、2.企業部門A、3.企業部門、4.企業部門C、いずれかの部門の数字に○をつけてください。

1.自由部門

2.企業部門A 「暮らしや生活の便利グッズ」 スマイルキッズ(株)

3.企業部門B 「一人暮らしの『脱プラスチック商品』をエコなダンボールで開発」 マツダ紙工業(株)

4.企業部門C 「日常生活で会う『ちょっと困った』を安全に楽しんで使える商品」 創遊夢

2 アイデア名

洗う時に便利?!水跳ねしないお玉

3 アイデアの概要

アイデア全体がわかるように具体的に説明してください。

私が考えた商品は「洗う時に便利?!水跳ねしないお玉」です。

この商品は調理器具を洗う人を対象に考えたものです。従来のお玉はカーブしている所に水が当たると、水の流れを塞ぎ止めるものがなく広範囲に水が跳ねてしまいました。しかし、「水跳ねしないお玉」はお玉の中央部分から外側に向かって二～三重の凹凸があることで、水の勢いを和らげ水がほとんど跳ねません。洗っている時に便利なのは勿論のこと、調理中に水を足すときにも、この商品を使うと水が跳ねてしまってお玉にほとんど水が残っていないというのを防ぐことができます。

実際にこのお玉で水跳ねをしないか検証してみましたが、どの角度でも従来のお玉より跳ねないことがわかりました。

4 **ビジネスのイメージ** ビジネスの流れや全体像、商品の形やデザインを自由に記入してください。



5 **アイデアのポイント** ①②③の項目ごとに記入してください。

①市場性・実現可能性

お玉は料理を作るときには欠かせないものなので、使ってみたい人はいると考えます。主婦(主夫)や一人暮らしをしている人は自分で食器を洗う機会が多いので、少しでも洗うのが便利になる方が多いと考えます。

従来のお玉にひと手間加えた商品なので、実現可能であると考えます。

②新規性・独創性

今までの便利グッズは料理を作るときに便利になるというものが多く、洗うときに便利さを感じられる物は無かったので、その点は新規性があると考えます。

お玉という既存の商品にひと手間加えただけであるため、独創性は乏しいと考えます。

③アイデアのおもしろさ

重要なポイントは凹凸が激し過ぎないことです。凹凸が激しいと料理をすくって盛りつける際に食べ物が引っ掛かってしまい、お玉本来の機能が低下してしまいます。なので凹凸を激しくし過ぎないことで、お玉本来の機能を活かしつつ、洗うときにも便利さを味わうことができます。

ポイント解説—企画書例①

ここを参考にしよう！

▶ アイディアの概要

簡潔な記述

- ・商品の機能、水跳ねしない仕組み、販売ターゲットを簡潔に記述しています。
- ・そのうえで、詳細な内容は「ビジネスのイメージ」「アイディアのポイント」で説明しています。

▶ ビジネスのイメージ

試作品を作成

- ・試作品を作成し、既存のお玉と比較しています。

イメージ図（写真）を用いているので分かりやすい

- ・文字を最小限に抑えて、写真で商品の特徴をわかりやすく伝えています。

▶ アイディアのポイント

■ 新規性・独創性

既存の便利グッズとの違いを強調

- ・洗うときに便利さを感じられる点が既存の便利グッズと異なる点であり、そこに新規性のあることを強調しています。

■ アイディアのおもしろさ

水跳ねしない仕組みにこまかな工夫を凝らしている

- ・料理をすくって盛り付けるというお玉本来の機能を低下させないように、凹凸の大きさを調整しています。

▶ アイディアをブラッシュアップするために

① 便利な機能を追加しましょう

- ・水跳ねしない機能だけでなく、さらに便利な機能を考案しましょう。そうすることで、この商品をより強くアピールすることができます。

② 販売面についても検討しましょう

- ・どんなに優れた商品（Product）でも、それが販売ターゲットにちゃんと届かなければ売れ行きは期待できません。どの程度の価格で販売するのか（Price）、どのような販売経路で商品を流通させるのか（Place）、どのようにプロモーション（Promotion）するのかを検討しましょう。
- ・検討にあたって「マーケティングの4P」について調べてみましょう。

この企画書のアイディアはどのように進化したでしょうか。
最終審査会（ファイナルステージ）の発表動画を見て確認してください。
動画は右のQRコードから→



入賞作品一企画書例②

第23回 大商大 ビジネス・アイデアコンテスト

企画書 【1枚目】

- ①この書類での応募やこの書類全体を写真に撮った画像を添付しての応募はできません。
- ②企業部門へ応募する学生は、本学HPの「企業部門について」の内容を確認して応募してください。
- ③自由部門と企業部門にそれぞれ同じアイデアを応募することはできません。
- ④「4 ビジネスのイメージ」のみ写真に撮って、マナビコースの応募フォームに添付することは可能です。

1 応募部門

1.自由部門、2.企業部門A、3.企業部門、4.企業部門C、いずれかの部門の数字に○をつけてください。

1. 自由部門

②**2.企業部門A** 「暮らしや生活の便利グッズ」スマイルキッズ(株)

3.企業部門B 「日常生活で出会う『ちょっと困った』を安全に楽しんで使える商品」
東大阪市異業種交流グループ 創遊夢

4.企業部門C 「日常生活で出会う『ちょっと困った』を安全に楽しんで使える商品」 創遊夢

2 アイデア名

カモフラージュ洗濯ネット

3 アイデアの概要

この商品は男性物の服の形をした洗濯ネットです。
1人暮らしの女性は洗濯物を外に干すことによって一人暮らし女性であるとばれてしまい防犯面で危険があると言われています。洗濯物を外に干せないという悩みを持っている人は身近にもいたため、洗濯物をカモフラージュしつつ品質を保持する商品を考えました。
製品の素材は洗濯ネットに使われているものと同じ風通しの良いメッシュ素材を使用し、形は普通の洗濯ネットと違い男性物の服の形をしています。洗濯する際には普通の洗濯ネットと同じように中に洗濯物を入れて洗濯し、干す際にカモフラージュしたい服の上にかぶせて干すことで洗濯物から女性の一人暮らしだと分かりにくいようになっています。
洗濯ネットの機能を持っているため不必要に洗濯機の容量を圧迫しないこと、外に洗濯物を干す際に女性の一人暮らしだと分かりにくくなるため安全であること、の二点がこの商品のポイントです。

4 ビジネスのイメージ ビジネスの流れや全体像、商品の形やデザインを自由に記入してください。



5 アイディアのポイント ①②③の項目ごとに記入してください。

①市場性・実現可能性

1人暮らしの女性をターゲットにしています。洗濯ネットという誰もが洗濯で使うことのある物なので需要がなくなることはないと考えています。用途がシンプルな洗濯ネットという商品に、分かりやすい見た目の付加価値をつけたため手に取るハードルも低く、簡単に一人暮らしの安全性を高められるためターゲットである一人暮らし女性も手に取りやすいと考えています。

②新規性・独創性

同じようなカタチが多い洗濯ネットという商品の中で一見男性物の服の形に見えるという本商品は他の製品との差別化が図れていると考えています。一人暮らしの女性の防犯問題という無くなることのない問題を、洗濯物という面から解決しようとする新しいアイデアだと思います。

③アイデアのおもしろさ

まず、洗濯ネットの機能を持っているため不必要に洗濯機の容量を圧迫しないこと。次に、外に洗濯物を干す際に女性の一人暮らしだと分かりにくくなるため安全であること。この2つの部分が社会問題の解決にもアプローチする商品のポイントです。

変わり映えのしない洗濯ネットという商品の中に、男性物の服というユニークな形の洗濯ネットを加えることで、とても目を引き手に取ってもらいやすいのではないだろうかと考えています。さらに洗濯ネットという商品柄、購入のハードルも低いのも特徴です。

防犯面で問題となっている洗濯物を、部屋で干す方向で考えるのではなくあえて外に干すことで安全性を保つという逆転の発想には面白さがあると思っています。

ポイント解説—企画書例②

ここを参考にしよう！

▶ アイディアの概要

「あったらいいな」の具体化

- ・女性の「ライフシーンを変えたい」という強い思いから生まれたアイディアです。
- ・「安全性」と「機能性」を兼ね備えたアイディアは、社会課題にもアプローチしています。
- ・女性の潜在的なお悩みを「一石二鳥」の形で解消する画期的なアイディアです。

▶ ビジネスのイメージ

独自のデザインと機能性へのこだわり

- ・メッシュ生地を用いることで、通気性を活かし、外側からは内側が見えない機能になっています。
- ・男性の服にデザインにすることで、女性が住んでいることをカムフラージュしています。

具体的にイメージを表現

- ・「カムフラージュ」という機能を具体的にイメージできるようにイラストによって解りやすく説明しています。

▶ アイディアのポイント

■新規性・独創性

「洗濯ネット+服のデザイン（形状）」

- ・洗濯ネットに入れて、洗濯をして取り出し干すのではなく、「洗濯ネット機能」と「服のデザイン」が一体化しているので、洗濯物を取り出さず、そのまま干すことができます。（⇒品質保持にも最適！）
- ・メッシュの織が角度により中が見えないため、外からは、普通のTシャツを干しているようにカムフラージュします。（⇒これなら一人暮らしの女性もベランダに洗濯物を安心して干せますね！）

■アイディアのおもしろさ

カメレオンのように「カムフラージュ」して、外干しすることで快適生活

- ・「部屋干し臭」や「半濁き」を解消することができ、スッキリ、さらさらの洗濯物になります。

▶ アイディアをブラッシュアップするために

具体的な試作品への着手へ

- ・洗濯ネットを用いた、洗濯・天日干しの実験から機能としての成果は生まれています。もう一段階、前に進めて、メッシュ生地の選定やどのような服のデザイン考案など、試作品にて改めて機能性を担保してください。そうすることで、さらに素晴らしい製品になると思います。

消費者へのアプローチ

- ・「Product（製品）」は先進的で素晴らしいです。あとの課題は、消費者へどのように伝え、クロージング（購入）までのプロセスです。マーケティングミックス（4P）の「Price（価格）」「Place（流通）」「Promotion（販売促進）」の要素を基にシュミレーションをしてみましょう。

この企画書のアイディアはどのように進化したでしょうか。
最終審査会（ファイナルステージ）の発表動画を見て確認してください。
動画は右のQRコードから→



入賞作品一企画書例③

第21回大商大ビジネス・アイデアコンテスト

企画書 【1枚目】

- ①この書類での応募やこの書類全体を写真に撮った画像を添付しての応募はできません。
- ②企業部門へ応募する学生は、本学HPの「企業部門について」の内容を確認して応募してください。
- ③自由部門と企業部門にそれぞれ同じアイデアを応募することはできません。
- ④「4 ビジネスのイメージ」のみ写真に撮って、マナビコースの応募フォームに添付することは可能です。

1 応募部門

1.自由部門、2.企業部門A、3.企業部門、4.企業部門C、いずれかの部門の数字に○をつけてください。

1. 自由部門

②**2.企業部門A** 「暮らしや生活の便利グッズ」 スマイルキッズ(株)

3.企業部門B 「一人暮らしの『脱プラスチック商品』をエコなダンボールで開発」 マツダ紙工業(株)

4.企業部門C 「日常生活で出会う『ちょっと困った』を安全に楽しんで使える商品」 創遊夢

2 アイデア名

2way ピンセット・トング

3 アイデアの概要

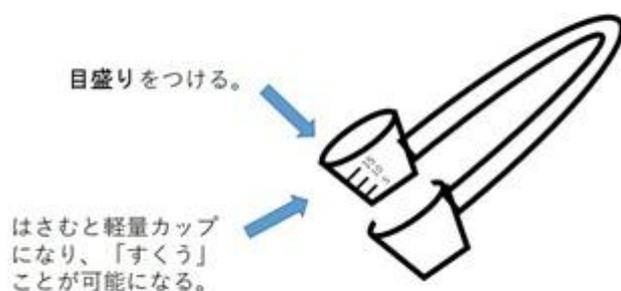
アイデア全体がわかるように具体的に説明してください。

私が思いついたアイデア商品は、一定の量を「すくって量り」、「つかむ・はなす」ことができる『2wayピンセット・トング』である。

この商品の主な客層は、料理をする人や、ペットを飼っている人などである。料理で細かな作業をする人や、ペットに一定の量の餌やりをする人にとって便利であるのだ。さらに、料理などの用途だけではなく、例えば、ネイルアートをする際、細かいパーツを一定の量すくい、はなし、わけることも可能であると考え。

この商品により、一度に一定の量を「すくって量り」、「つかむ・はなす」ことができるようになり、作業の効率化が期待される。商品を大量生産し100円ショップで販売することで、多数の人に手に取り使用していただくことができるのである。

4 ビジネスのイメージ ビジネスの流れや全体像、商品の形やデザインを自由に記入してください。



【概要】

一定の量を①「すくって量り」、②「つかむ・はなす」ことができる『2wayピンセット・トング』

【使い方】

①ピンセット・トングを「つまみすくいたいものを量り」入れる

②①でつかんだものを置きたい位置で「はなす」。

【特徴】

一定の量を量り入れることができる盛り付けたい位置に盛り付けることができる。

5 アイディアのポイント ①②③の項目ごとに記入してください。

①市場性・実現可能性

商品は、誰もが足を運びやすく、買い求めやすくするために、100円ショップを中心に発売する。業者向けにもネット販売も行う必要があると考える。100円ショップで、大量生産、大量消費で単価を下げる。そして、価格は、110円から220円ぐらいで販売すべきだと考える。サイズ展開も豊富にし、様々な用途によって使い分け、たくさんの人に手に取っていただけるように工夫をする。

②新規性・独創性

この商品の類似商品としては、私が調べた限りでは、2つあった。1つ目は、「ベルフィーナすくえるトング」で、価格は1,000円である。炒める、揚げる、茹でることができる。くると回して、トングから穴あきスプーンに変身する便利グッズである。2つ目は、「ファインスケルトング」で、価格は1,480円である。すくう、炒める、はさむ、水切りができる。これらの商品と比較すると、私が考えた商品の新規的な部分は、穴が開いておらず、「液体をすくう」ことができ、「計量する」ことができることである。

③アイデアのおもしろさ

アイデアのおもしろさは、今までにない、「つかむ」と「量る」を同時にできる2wayトングで、時間短縮できるところである。サイズ展開も多くすることで、使用する場合によって、使い分けられるところもおもしろさの一つである。

ポイント解説—企画書例③

ここを参考にしよう！

▶ アイディア名

特徴をイメージしやすいアイディア名

- ・商品の形状や複数の機能があることが、アイディア名を見ればイメージしやすい名称です。

▶ ビジネスのイメージ

イメージ図を用いているので分かりやすい

- ・「すくって量る」「つかんではなす」という機能があることを、わかりやすく図示しています。

▶ アイディアのポイント

■市場性・実現可能性

価格・販路を検討

- ・たんなる商品のアイディアにとどまらず、価格、販売ルートなどを検討することで、市場性があることをアピールしています。

■新規性・独創性

具体的な類似品と比較

- ・実際に存在する2つの類似品と比較することで、商品の機能面での特徴を明らかにしています。
- ・価格面でも、類似品より安価に設定していることがわかります。

■アイディアのおもしろさ

サイズ展開の可能性を指摘している

- ・異なるサイズの商品を展開することで、使用する場面や用途などの幅が広がる可能性があることを指摘しています。

▶ アイディアをブラッシュアップするために

①試作してみましょう

- ・商品を試作し、「すくって量る」「つかんではなす」の2wayが実際に可能であるかどうかを確認しましょう。また、想定している価格で販売できるかどうかを、試作を通じて検討しましょう。
- ・試作品を使うことで、使い勝手の良さ悪しを評価し、商品の改善や機能の追加ができるかどうかを検討しましょう。

②販売促進の方法についても検討しましょう

- ・すでに価格、販売ルートについては検討しています。さらに、販売促進の方法も検討したいところです。

この企画書のアイディアはどのように進化したでしょうか。
最終審査会（ファイナルステージ）の発表動画を見て確認してください。
動画は右のQRコードから→



企画書を書こう

STEP 1

企画書を書く前に(準備)

考案したアイデアを(1)～(4)の項目に整理します。



(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やターゲット層(個人、企業、自治体、NPO、男性、女性、若年者、中高齢者等)を具体的に説明しましょう。
(2) どのような価値を	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、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。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(これは(4)につながります)。
(3) どのようにして提供するのか	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・構造・効果について、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チェックしておくことで、より説得力が増すでしょう。
(4) 提供することの対価をいただけるのか	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しておくことが大切です。顧客が対価を支払ってくれるかどうかは、費用をどう賄うかという点で、ビジネスアイデアの実現性にとって重要です。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。

STEP 2

企画書の書き方(ポイント)

①～④のポイントをおさえて、アイデアをまとめます。



① アイデア名

- ◎その製品やサービスの特徴が表れているもので、かつインパクトあるネーミングを目指しましょう。
- ◎他者の権利を侵害することがないよう、商標登録されていないか(似ていないか)事前に調べておきましょう。

② アイデアの概要

どういうアイデアなのか、全体像がつかめるように要約して説明しましょう。

◎書き方の順序として③および④の作業を先に行ってから取り組みましょう。

※「(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のか」「(4)提供することの対価をいただけるのか」について準備段階で整理した結果をまとめましょう。

③ ビジネスのイメージ

ビジネスの流れや全体像、商品の形やデザインなど特徴的な部分を強調しましょう。

- ◎「(1)誰に対して」と「(2)どのような価値を」「(3)どのようにして提供するのか」を意識しながら説明すること
- ◎アイデアの仕組みを具体的に説明し、図や絵を積極的に用いること。
- ◎形やデザインのほか、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こと。

④ アイディアのポイントと審査基準

以下の3つの審査基準の観点から特徴を強調しましょう。

市場性・実現可能性

- ◎世の中にニーズがあるか(購入する人はどんな層の人かもしくは、そのアイデアはどのように社会貢献につながるか など)
- ◎ビジネスチャンスをもたらすか(採算の見込みがあるか など)

新規性・独創性

- ◎他にない新しいアイデアであること
 - ◎もしくは、他の商品やサービスとの明確な違いが示されていること
- ※インターネットでアイデアの要素をキーワード化して検索し、既存アイデア・類似アイデアを調べましょう。似たものがあった場合、異なる着想やポイントを考えてアピールしましょう。

アイデアのおもしろさ

- ◎このアイデアの重要なポイントや魅力はどのようなものか

STEP
3

企画書に書いてみる

練習用の企画書のシートに書いてみます。

ワーク
P32
33

1 応募部門 「1.自由部門」、「2.企業部門」どちらかの部門の数字に○をつけてください。	4 ビジネスのイメージ ビジネスの流れや全体像、商品の形やデザインを自由に記入して下さい。
1.自由部門	③
2.企業部門	
2 アイディア名	5 アイディアのポイント ①②③の項目ごとに記入してください。
①	①市場性・実現可能性(購入する人はどんな層の人か?採算の見込みがあるか?) ②新規性・独創性(他にない新しいアイデアか?類似商品・サービスとの明確な違いが示されているか?) ③アイデアのおもしろさ(このアイデアの重要なポイントや魅力はどのようなものか?)
3 アイディアの概要 アイディア全体がわかるように具体的に説明してください。	④
②	

アイデアを考えてみよう

考えたアイデアを企画書にまとめる前に下記の項目に沿って整理してみよう。

誰に対して	ターゲット	
何のために	ニーズ・必要性	
何を	商品	
どんなとき	時期・機会	
どのような場所で	場所・場面	
どのようにして提供するのか	販売方法やプロモーション	
提供することの対価をいただけるのか	価格・数量	

アイデアをまとめてみよう (商品アイデア編)

では、アイデアの概要が固まったところで、アイデアを具体化してみましょう。

《ビジネスのイメージの作成ポイント》

- ① 考えたアイデアがモノ、つまり商品の場合は、外観や構造を描いてみましょう。
- ② このときに、機能、使い方、特長などを図に書き込んでいくことをおすすめします。アイデアを具体的にイメージすることで、企画書を作成しやすくなります。矢印や吹き出しなどを駆使して、書き込めるだけ書き込んでみましょう。

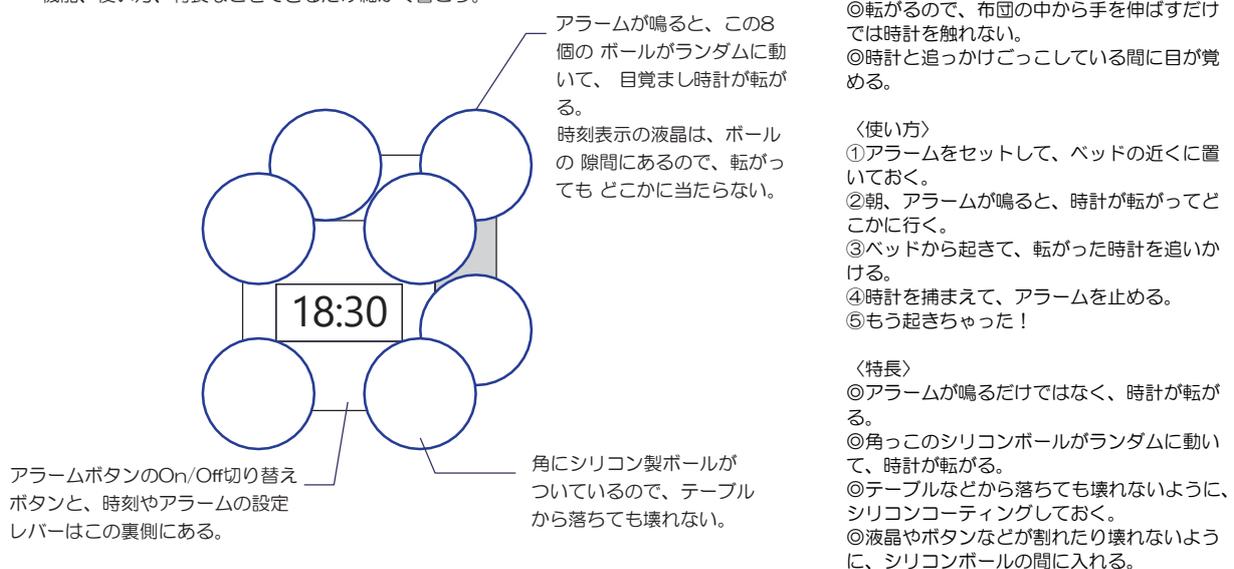
《ビジネスのイメージに盛り込むこと》

- ◎商品の全体図：絵の上手い下手は関係ありません。まずはどんな商品なのか描いてみましょう。
- ◎機能：ほかの商品と比べてどんな機能を持っているのか、図に書き込んでみましょう。
- ◎使い方：ユーザーはどう使うのか、商品はどう動くのか、どうなるのかなど、順を追って説明してみましょう。
- ◎特長：商品がどのように優れているのか、説明します。商品の形によるのか、機能によるのか、機能はどう作用するのか、なるべく具体的に書き込みましょう。

下の例を参考にしながら、次のページのワークシートを埋めてみましょう。

商品アイデアのビジネスのイメージ

商品の外観や構造を描いてみよう。
機能、使い方、特長などをできるだけ細かく書こう。



商品アイデアのビジネスのイメージ

商品の外観や構造を描いてみよう。
機能、使い方、特徴などをできるだけ細かく書こう。

<概要>

<使い方>

<特徴>

アイデアをまとめてみよう (サービスアイデア編)

では、アイデアの概要が固まったところで、アイデアを具体化してみましよう。

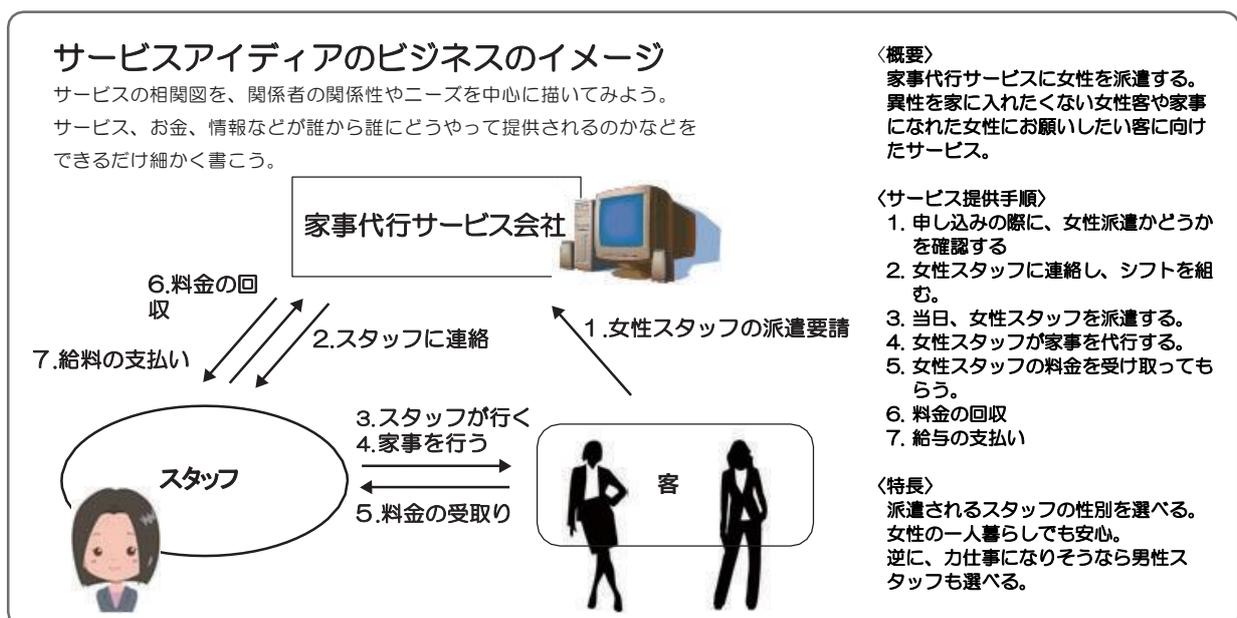
《ビジネスのイメージの作成ポイント》

- ① 考えたアイデアがサービスの場合は、そのサービスに関わる人(サービスを提供する人、サービスを受ける人、お金を払う人など)が、どのような関係性にあるのか、相関図を描いてみましょう。
- ② この時に、誰が誰に、何を提供するのかを図に書き込むと、アイデアをより具体的にイメージすることができ、アイデアの説明がぐっと簡単になります。矢印や吹き出しなどを駆使して、書き込めるだけ書き込んでみましょう。

《ビジネスのイメージに盛り込むこと》

- ◎ **サービスの全体図**：絵の上手い下手は関係ありません。まずはどんなサービスなのか、登場する関係者はどんな人や会社があるのかを描いてみましょう。
- ◎ **経営資源の移動**：経営資源(人、モノ、カネ、情報)が誰から誰にどうやって提供されるのか、矢印を使いビジネスの流れを図に書き込んでみましょう。お金を払うからには、誰かが何かを手に入れるはずですから、逆向きの矢印についても考えてみましょう。
- ◎ **特長**：このサービスがどのように優れているのかを、説明します。ほかのサービスよりどこが優れているのか、どうやってお金が手に入るのか、なるべく具体的に書き込んでみましょう。

下の例を参考にしながら、次のページのワークシートを埋めてみましょう。



サービスアイデアのビジネスのイメージ

サービスの相関図を、関係者の関係性やニーズを中心に描いてみよう。
サービス、お金、情報などが誰から誰にどうやって提供されるのかなどをできるだけ細かく書こう。

<概要>

<サービス提供手順>

<特徴>

大商大ビジネス・アイデアコンテスト

企画書【練習用1枚目】

【①～⑤の内容を必ず読んでから記入してください】

- ①この書類での応募やこの書類全体を写真に撮った画像を添付しての応募はできません。
- ②企業部門へ応募する学生は、本学HPの「企業部門について」の内容を確認して応募してください。
- ③自由部門と企業部門それぞれに同じアイデアを応募することはできません。
- ④追加資料は添付できません。
- ⑤4の「ビジネスのイメージ」のみ写真に撮って、マナビコースの応募フォームに添付することは可能です。

1 応募部門 「1.自由部門」、「2.企業部門」どちらかの部門の数字に○をつけてください。

1. 自由部門

2. 企業部門

2 アイデア名

3 アイデアの概要 アイデア全体がわかるように具体的に説明してください。

4 ビジネスのイメージ ビジネスの流れや全体像、商品の形やデザインを自由に記入してください。

5 アイディアのポイント ①②③の項目ごとに記入してください。

- ①市場性・実現可能性(購入する人はどんな層の人か？採算の見込みがあるか？)
- ②新規性・独創性(他にない新しいアイデアか？類似商品・サービスとの明確な違いが示されているか？)
- ③アイデアのおもしろさ(このアイデアの重要なポイントや魅力はどういうものか？)

学年	年	クラス	番号	氏名
----	---	-----	----	----



【HP応募要項】



【マナバログイン】



第23回 大商大 ビジネス・アイデアコンテスト



セミファイナル・ステージ(口頭発表審査)にのべ61名が挑戦!

第23回大商大ビジネス・アイデアコンテストに応募されたアイデア総数744件のうち、ファースト・ステージを通過したアイデアに対し、2025年9月11日にセミファイナル・ステージが開催されました。学生たちは発表の練習を重ね、このセミファイナル・ステージに臨みました。その結果、8名がファイナル・ステージに進むことになり、2名が企業賞に決定しました。

セミファイナル・ステージに挑んだ学生たちとそのアイデアを紹介します。

自由部門 44名

(受付番号順)

どこでも睡眠! アイマスクバンド	雨でも安心!機能盛り 込み折りたたみ杖	ワンハンドノート	おやゆび♥ひめ	香りキャッチ&チェック
日高 大喜さん 総合経営学部 経営学科1年	松本 想未さん 総合経営学部 経営学科1年	辰己 悠太さん 総合経営学部 商学科1年	小林 来実さん 総合経営学部 商学科1年	松村 晃輝さん 総合経営学部 経営学科2年
傷が柄になる スマホケース	洗濯物が乾いたら 色が変わるハンガー	楽しく!座って! 歯磨さくん	あなたの手を守る! コンパクトかつ安全な 包丁ガード	買い忘れない トイレトペーパー
谿口 欧久さん 総合経営学部 経営学科2年	谷村 厚丞さん 総合経営学部 経営学科2年	川原 巧聖さん 総合経営学部 経営学科2年	山本 晋士さん 総合経営学部 経営学科2年	木守 陸人さん 総合経営学部 経営学科2年
Change Aroma	これ一つで解決! アウトドアに便利な 万能ユートンシル!	ベルトキーブクリップ	コンビニで気軽に 健康チェック	左利きの人が感じる "ちょっとした不便" を解決!!
坂川 暁さん 総合経営学部 商学科2年	廣畑 芳美さん 総合経営学部 商学科2年	湯澤 滯さん 総合経営学部 商学科2年	馬部 陽介さん 公共学部 公共学科2年	飯島 穂さん 公共学部 公共学科2年
Re:local Beat	自転車の位置情報が わかるライト	バイク用グリップ エアコンディショナー	TI(タイ)字カミソリ	居眠り運転防止空気砲
谷 碧唯さん 公共学部 公共学科2年	鍋本 和甫さん 総合経営学部 経営学科3年	岡下 透大さん 総合経営学部 経営学科3年	市木 康太さん 総合経営学部 経営学科3年	小野 敦生さん 総合経営学部 経営学科3年
タバコ自販機	「ツインズ・スプレー」	徒歩・自転車・自動車 遅延証明システム	冷・温風2in1ハンディ ファン「HeatFold」 (ヒートフォルド)	トッピングスロット
弓場 駿輝さん 総合経営学部 経営学科3年	福本 拓実さん 総合経営学部 経営学科3年	窪田 翔太さん 総合経営学部 経営学科3年	田中 陶冶さん 総合経営学部 経営学科3年	橋本 佳凧人さん 総合経営学部 経営学科3年
自動運転バス	電車番目指し時計	ふりふりのり	後ろ姿も見える!? 取り外し可能 コンパクトミラー	スマート忘れ物リマインダー 「MemoMate (メモメイト)」
吉岡 大輔さん 総合経営学部 経営学科3年	中谷 雄心さん 総合経営学部 経営学科3年	島本 夕聖さん 総合経営学部 商学科3年	仁木 さくらさん 総合経営学部 商学科3年	柳本 和樹さん 公共学部 公共学科3年

そのまま使える
シャンプーストック袋

大井 更紗さん
総合経営学部
経営学科4年

ふむやつ

森本 都生さん
総合経営学部
商学科4年

なんでも変換アプリ

安井 咲人さん
総合経営学部
経営学科1年

Kumbe (クンベ)

井村 慎之介さん
公共学部
公共学科1年

リセットペン

西村 蒼衣さん
総合経営学部
商学科2年

気持ちcurtain

田中 優羽さん
総合経営学部
商学科2年

バブリーな肩パッド

中島 菜々美さん
総合経営学部
商学科2年

のりがいらない！
シールで貼るだけシート

増野 ソフィア美羽さん
総合経営学部
経営学科3年

スマホで探せるメガネ

星野 さくらさん
総合経営学部
経営学科3年

くるっと印鑑ケース

西村 明日香さん
総合経営学部
商学科3年

ペンの木

尾崎 武流さん
総合経営学部
経営学科2年

集中力、ON。
『フォーカス・キューブ』

山下 修都さん
総合経営学部
経営学科2年

スキンケア
らくらくシート

油井 かなえさん
総合経営学部
商学科2年

足袋ニール

上野 僚太さん
総合経営学部
商学科3年

企業部門 17名

(受付番号順)

風まかせくん

中井 大地さん
総合経営学部
商学科1年

☆ストレスフリー
♡アク取り☆

松本 祐希さん
総合経営学部
経営学科2年

持ち手が『ひんやり』
手持ち扇風機

吉内 大祐さん
総合経営学部
商学科2年

自動圧縮ゴミ箱

益吉 涼香さん
総合経営学部
商学科2年

カモフラージュ
洗濯ネット

高岡 向葵さん
総合経営学部
商学科2年

イヤータイル
(Ear Tail)

川口 翔大さん
総合経営学部
経営学科3年

トリプルガード

平岡 龍也さん
総合経営学部
経営学科2年

フツテ簡単!!
たこバポトル

吉原 弘暉さん
総合経営学部
商学科3年

なんでも書ける
ホワイトタンス

阪本 優人さん
総合経営学部
経営学科2年

シャワー上下左右
自由自在

吉井 レイカさん
総合経営学部
商学科2年

持ち込み型傘立て

矢本 遥大さん
総合経営学部
商学科2年

おしえてフック

飯田 朝陽さん
総合経営学部
経営学科4年

フタの番人！3分を彩
る『カップ麺のぞき猫』

山下 修都さん
総合経営学部
経営学科2年

「ありえへん！」
超チーズ弁当

渡邊 璃王さん
総合経営学部
商学科1年

プロテインドレッシング

藤田 弦己さん
総合経営学部
経営学科3年

いちご大福バーガー

坂川 暁さん
総合経営学部
商学科2年

深夜飯

弓場 駿輝さん
総合経営学部
経営学科3年



第23回 大商大 ビジネス・アイデアコンテスト

結果発表

学長賞



企業部門 アイデア名

カモフラージュ洗濯ネット
高岡 向葵さん
(総合経営学部商学科 2年)

10/25(土)『第23回大商大ビジネス・アイデアコンテスト』ファイナル・ステージ&表彰式が開催され、総合経営学部商学科2年、高岡 向葵さんの「カモフラージュ洗濯ネット」が見事栄えある学長賞に輝きました！



副学長賞



自由部門 アイデア名

ふむやつ
森本 都生さん
(総合経営学部商学科 4年)



自由部門 アイデア名

TI (タイ) 字カミソリ
市木 康太さん
(総合経営学部経営学科 3年)



自由部門 アイデア名

**のりがいらない！
シールで貼るだけシート**
増野 ソフィア美羽さん
(総合経営学部経営学科 3年)



優秀賞



自由部門 アイデア名

くるっと印鑑ケース
西村 明日香さん
(総合経営学部商学科 3年)

優秀賞



自由部門 アイデア名

「ツインズ・スプレー」
福本 拓実さん
(総合経営学部経営学科 3年)

優秀賞



自由部門 アイデア名

ベルトキープクリップ
湯澤 澪さん
(総合経営学部商学科 2年)

優秀賞



企業部門 アイデア名

「ありえん！」超チーズ弁当
渡邊 瑠王さん
(総合経営学部商学科 1年)

オーディエンス賞



自由部門 アイデア名

TI (タイ) 字カミソリ
市木 康太さん
(総合経営学部経営学科 3年)

企業賞



企業部門 アイデア名

トリプルガード
平岡 龍也さん
(総合経営学部経営学科 2年)

企業賞



企業部門 アイデア名

なんでも書けるホワイトタンス
阪本 優人さん
(総合経営学部経営学科 2年)

学生サポーター

ファイナル・ステージ&表彰式での学生サポーターとして、司会・ステージマネジメント・表彰式の運営に携わり、コンテストを支えてくれました。





第23回大商大ビジネス・アイデアコンテスト

【ファイナリスト・企業賞受賞者 今回の取組での自分の成長と今後の目標】



今回のビジコンで、人前で発表することの難しさ、自分の考えを人に伝えることの難しさを学ぶことができました。

元々人前で発表するのが苦手な私は、資料作り、原稿作りとにかく力を入れることで少しでも自信を持って発表できるようにしました。

資料を作る際には、どう言い換えれば、どの資料を使えば、自分の考えが100%人に伝わるのか、それを考えるのはとても難しく自分の中の最適解を見つけるのにとても時間がかかりました。

他者に自身のイメージを伝えること、伝わりやすいデザインの資料を作ることができるようになったのは自身の成長だと思えます。

これからは、さらに他者に伝わりやすい表現を身につけることを目標にして頑張ります。

今回のビジネス・アイデアコンテストでは商品をどう売るのがかに焦点を当てました。商品の特徴や良さはもちろんアピールしながら、どのような計画を持って販売するのかを考えました。今までのビジネス・アイデアコンテストの経験から商品の販売やマーケティングについて深掘しているアイデアは少ないと考え、他のファイナリストと差別化を図るためこの部分を強調しました。それができたことが今回での成長だと思えます。今後は社会人となり働くため、このビジネス・アイデアコンテストで得た物事への視点やビジネスとしての考え方を生かしながら仕事に取り組んでいきたいです。

私が今回の取り組みを通し、成長した点は「相手に納得させる力」でした。教授や知人の力を借り、聞き手としてのフィードバックを受け、改善を繰り返すことで私自身の案を更に説得力のあるものに仕上げることが出来ました。プレゼンでは、重要点を表現する際、アニメーションや自分自身が動きながら解説することで聞き手の頭に残りやすいよう工夫しました。ですが、試作品が存在しなかったことによりコストの予測不能だったことやビジネス戦略での自身では気づけなかった観点など、足りない面が数個見つかったので、次はもっと自身の発想に更なる気づきを増やしていき、質の良い発表を行い学長賞を目指していきたいです。

今回の大商大ビジネス・アイデアコンテストを通して、私は説明力が最も成長したと実感しました。自分のアイデアを初めて聞く人でも理解できるように伝えることは至難の業だと考えております。アイデアを伝える方法は、PowerPointとプレゼンのみでした。それを最大限に活用し、コンテストが終了してからも100%までとは言いませんが、どこか記憶に残るアイデアになるよう尽力しました。

相手に伝える力というのは、社会人になってからも必要な能力です。このコンテストでは事前準備ができたのですが、社会に出てからは臨機応変な対応が求められる場面が多々あるはずで、その日のために、今回の貴重な経験を軸にし、さらなる自分らしい成長をしていけたらと考えております。

今回、成長したと思うことは、昨年度挑戦したときと比べて落ち着いて発表ができたことです。まだまだ緊張してよく分からない発表になってしまいましたが、昨年より観客の顔を見て、話したいことを考えながら落ち着いて話せたからです。私は2年連続でファイナルステージに進むことができましたが、どの製品もちょっとコアな層に向けたものばかりだったので、今後はもう少し広い層に向けたアイデアを考えたいです。

今回私は一回生で初めてビジネスコンテストに参加させていただきました。とにかく挑戦できることは挑戦しようという気持ちで挑戦した結果このような経験をさせていただいて誠に光栄だったと思っています。自分で一から発案し、資料を作って、発表するという今後で必要不可欠な技術、経験でありながらも学生の間でたくさん経験するのは難しいことを一回生で体験できたのがものすごくいい経験であり、今後社会に出ていく上で必ず生きていくなと思いました。主にパワーポイントの作成をはじめ、一から発案し魅力を伝える難しさを学びました。私は将来的に起業、もしくは経営者になりたいと考えているので今回の経験を活かし人々の需要を考え、影響力のある人間になるため今後も積極的に、ビジコンなどに自発的に参加していこうと思います。良い経験をさせていただきありがとうございました。

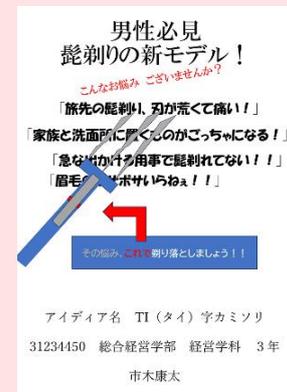
私は今回の取り組みの中で成長できたことはアイデアを考案するきっかけのを見つけ方です。今まで自分の悩みをコンテスト前に考えて捻り出したものをアイデアに落とし込んでいました。今回私が考案したアイデアは私の友人の長年の悩みから得たものになります。急いで悩みを出してもその悩みはそこまで大きな問題では無いため、長期間で悩んでいるものの方がアイデアとして深堀がしやすいのだと感じました。そのため、ビジネスアイデアコンテストの前に急いで悩みを探すのではなく、日頃のちょっとした悩みをメモして次のコンテストに挑み、次こそ学長賞を狙いたいと思います。

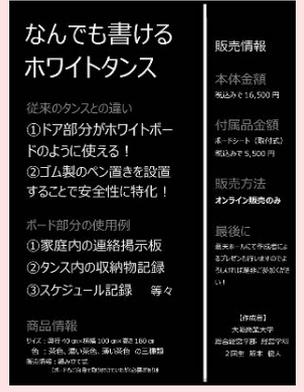
ビジネスアイデアコンテスト(以下ビジコン)の中で成長したと思う所は時間管理が上手くなったことです。アルバイトや一般講義とその課題と平行して教職課程の課題や模擬授業といった取り組みをビジコンの準備と平行してこなすのは時間管理を徹底しないとできなかつたと終わった今になると感じています。ビジコンを終えて数日が経ちましたが、現在、来年へのビジコンへのモチベーションが高く、次はファイナリスト、そして上位4名に選ばれたいです。(目標)また、その数日の中でビジネスアイデアを自然と探したり、感じたりする機会が多くなったと感じます。そのような点も成長した部分といえるかもしれません。

今回のビジコンを通して、自分が成長したなど感じる所は「プレゼン力が向上した」である。今までは、人前で発表するのはとても緊張して、上手く発表出来なかつたが、発表構成や喋り方などの細かいアドバイスを基に、ファイナル・ステージに挑んだ結果、緊張せずに発表することが出来た。今後の目標は次回のビジコンでは「ファイナリストに選出すること」である。今回のビジコンの結果は「企業賞」だったので、正直悔しかった。ビジコンで得た経験や知識を活かして、さらなる高みを目指して行きたいと思う。

私は商業高校時代から、「地域にあるちょっとした違和感」から、ビジネスプランを立てたりしてきましたが、「ターゲット層を絞ったPR方法の設定」「商品を販売する上で手段や金額について」はあまり考えたことがなく、本コンテストを通じて、ターゲット層に沿ったPR方法の設定や類似商品の金額を参考にオリジナル商品の金額設定の方法について学習することが出来た。しかしながら、まだまだマーケティングに関する知識が不足しているということから、今後はビジネスに関する知識もそうだが、マーケティングに興味を持ち、より良い商品を企画できるように学び続けたいと思う。

ファイナリスト・企業賞受賞者 アイディアパネル

<p>高岡 向葵さん 総合経営学部商学科2年</p>  <p>総合経営学部 商学科2年 高岡向葵</p>	<p>森本 都生さん 総合経営学部商学科4年</p>  <p>総合経営学部 商学科4年 森本都生</p>	<p>市木 康太さん 総合経営学部経営学科3年</p>  <p>アイデア名 TI(タイ)字カミソリ 31234150 総合経営学部 経営学科 3年 市木康太</p>	<p>増野 ソフィア美羽さん 総合経営学部経営学科3年</p>  <p>総合経営学部 経営学科3年 増野ソフィア美羽</p>	<p>西村 明日香さん 総合経営学部商学科3年</p>  <p>総合経営学部 商学科3年 西村明日香</p>
---	--	--	---	--

<p>福本 拓実さん 総合経営学部経営学科3年</p>  <p>総合経営学部 経営学科3年 福本拓実</p>	<p>湯澤 滯さん 総合経営学部商学科2年</p>  <p>総合経営学部 商学科2年 湯澤滯</p>	<p>渡邊 璃王さん 総合経営学部商学科1年</p>  <p>総合経営学部 商学科1年 渡邊璃王</p>	<p>平岡 龍也さん 総合経営学部経営学科2年</p>  <p>総合経営学部 経営学科2年 平岡 龍也</p>	<p>阪本 優人さん 総合経営学部経営学科2年</p>  <p>総合経営学部 経営学科2年 阪本 優人</p>
---	--	--	--	---



大商大ビジネス・アイデアコンテスト



学生のアイデアが「商品」として誕生!

「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では、ビジネス社会における諸問題を発見し、そして解決できる能力の育成を目指し、起業家精神あふれる人材を育成しようとする取組の一環として、「大商大ビジネス・アイデアコンテスト」を開催しています。

学生自身が考案したアイデアを「かたち」にするため、連携企業協力のもと、打合せ、試作品の製作、市場調査、商品名の検討、ラッピングデザインの検討等の過程を実践します。実際に学生のアイデアから商品として発売された取組を紹介します。



「Ecoスライドシューズラック」

『Ecoスライドシューズラック』とは、棚がスライドすることによりサイズ変更が可能な、ダンボール製のシューズラックです。

「第20回大商大ビジネス・アイデアコンテスト」において、審査員特別賞を受賞。連携企業（課題提供企業）のマツダ紙工業㈱と連携し、打合せ、市場調査、商品名の検討等を経て、商品名『Ecoスライドシューズラック』として商品化が実現しました。このアイデアの特徴は2つあり、1つ目は棚をスライドさせ、横幅を調節することで、スペースに合わせて設置することができます。2つ目は下宿先や災害時の避難所等でも使用でき、ダンボール製のため廃棄も容易でエコな商品であるというメリットがあります。



阪口遥海さん（総合経営学部商学科 2025年3月 卒業）



「水のはねにくいお玉」

『水のはねにくいお玉』とは、日常生活でお玉を洗う時にお玉からの水はねで衣服を濡らすという不便を解決する商品です。

「第21回大商大ビジネス・アイデアコンテスト」において、学長賞を受賞。連携企業（課題提供企業）のスマイルキッズ㈱と連携し商品化にむけ打合せ、市場調査（他社情報、価格、材質等）を経て、「水のはねにくいお玉」として商品化が実現しました。スマイルキッズ㈱を通じて海外クラウドファンディングに取り組んだ後、R7年2月、楽天市場で販売が開始されています。



左近のぞみさん（総合経営学部商学科 2024年3月 卒業）



「電動式香炉の灰ふるい」

『電動式香炉の灰ふるい』とは、手軽に香炉灰のお手入れができ、お仏壇まわりをきれいに保つことができる商品です。

「第16回大商大ビジネス・アイデアコンテスト」で審査員特別賞を受賞し、(アイデア名「綺麗な仏具に…万能ロウ 線香取り」)旭電機化成株式会社においてビジネスインターンシップを開始し、アイデアを「かたち」にする挑戦に取り組みました。自宅が仏具店を営んでいる強みを生かして、来店客に対してアンケートを実施するなど、消費者の声を商品に反映する形で検討を重ね、商品として販売されました。



西口太誠さん（経済学部経済学科 2021年3月 卒業）

「マルチオープナー」「ルーペ付らくらくオープナー」

『マルチオープナー』『ルーペ付らくらくオープナー』とは、力の弱いお年寄りやネイルをした女性が、ペットボトルやゼリー飲料等のキャップを楽に開けることができ、さらにルーペやドライバーなどの便利な機能も兼ね備えた多機能オープナーです。

「第13回大商大ビジネス・アイデアコンテスト」への応募をきっかけに旭電機化成株式会社においてビジネスインターンシップを実施しました。H27年10月から継続して打ち合わせを行い、市場調査、消費者モニター会、東京インターナショナル・ギフトショーへの参加を経て、H28年9月に旭電機化成株式会社の会議にて商品化が決定し、H29年6月に商品として発売されました。

中岡智哉さん（経済学部経済学科 2019年3月 卒業）



「ねこのコンセントカバー」

『ねこのコンセントカバー』とは、コンセント火災（トラッキング火災）を防ぎ、部屋をオシャレに演出する可愛くて安全なコンセントカバーです。

「第13回大商大ビジネス・アイデアコンテスト」で東大阪商工会議所会頭賞を受賞（アイデア名「らくらくプラグ〜横並びコンセント対応型〜」）。

旭電機化成株式会社においてビジネスインターンシップを実施しました。H27年11月から約15回もの打ち合わせを行い、アンケート結果によるアイデアの変更や消費者モニター会でのアンケートの実施を経て、H29年3月に商品として発売されました。

平峠佑望さん（総合経営学部商学科 2017年3月 卒業）



「迷惑電話お断りピンポン」

『迷惑電話お断りピンポン』とは、ボタンを押して「ピンポン」と鳴らすことでお客様が来たことを装い、しつこい勧誘や保険の営業などに不快な思いをさせずに電話を切る手助けをしてくれる商品です。

「第12回大商大ビジネス・アイデアコンテスト」への応募をきっかけに旭電機化成株式会社においてビジネスインターンシップを実施しました。

H26年10月から約20回もの打ち合わせを行い、アンケート調査、商品承認会議（旭電機化成株式会社）でのプレゼンテーションを経て、H28年9月に商品化が決定し、H29年6月に商品として発売されました。

乾 由佳さん（総合経営学部商学科 2017年3月 卒業）



「マグネット反射ワッペン」

『マグネット反射ワッペン』とは、車のライトなどの光が当たることで、自分の存在を知らせることができる高輝度反射ワッペンです。歩行者の服やカバン、帽子など自分の思いのところに取り付けることができる、オシャレな交通安全対策商品です。

「第11回大商大ビジネス・アイデアコンテスト」において、東大阪商工会議所会頭賞を受賞。課題提供企業の旭電機化成株式会社と連携し、H25年7月から商品化に向けて何回も打ち合わせを行い、アンケート調査、商品承認会議を経て、H26年7月に「マグネット反射ワッペン」として商品化が実現しました。

田代翔太さん（経済学部経済学科 2015年3月 卒業）



第23回 大商大 ビジネス・アイデアコンテスト

海外ビジネス研修 in マレーシア

国を越え現地の方と心を通わせることによって、いつまでもあせることのない思い出と人間関係を築き、その国の良さを知り、同時に日本の良さにも気づくプログラムとしました。

- 現地で活躍する企業を視察する。
- 現地の大学で日本語を学ぶ学生と受講及びスポーツ交流や学外散策を行う。
- 一般家庭でのホームビジットを行い、その国の生活を学び、人との交流を図り、異国での人間関係を築く。
- JICAと連携を図り、現地では、海外ボランティアの活動内容や体験談を聞き交流を深める。
- JICAマレーシアでのプロジェクトとして研究機関を視察し、現地で活動されている方から活動内容を聞き交流を図る。
- 各日の担当がリーダーシップを発揮し、その日の活動をコーディネートする。



Day 1
2/8 (日)

関西国際空港 09:55 発
↓
クアラルンプール空港
15:45 着

2/11
~12(木)

クアラルンプール空港
2/11 22:40 発
↓
関西国際空港
2/12 05:50 着

Day 2
2/9 (月) **TARUMT大学で学生との交流**

午前：日本語クラスに参加
アクティビティ

午後：キャンパスツアー&記念写真
現地学生と校外散策

TARUMT大学の学生たちと

TARUMT大学前にて

アクティビティ

教室での交流

Day 3
2/10(火) **ホームビジット体験と市内観光**

ホームビジット体験
バンプリス村訪問

- ・ウエルカムセレモニー
- ・農業観光
- ・ホストファミリーと昼食

ホストファミリーと

バンプリス村にて

マレー系民族衣装に身を包み

農業観光で作業を体験

素敵なランチに感謝

Day 4
2/11 (水) **日系企業・JICAマレーシア訪問**

午前：TASKAL訪問

午後：① JICAマレーシア事務所訪問
② マレーシア日本国際工科院 (MJIT)
マレーシア・ジャパンリンクセンター
強化プロジェクト視察

TASKAL職員の方と

JICAマレーシア事務所の方々と

マレーシア日本国際工科院視察

マレーシア日本国際工科院のみなさんと

クアラルンプール市内観光

海外ビジネス研修 事前・事後学習

【事前学習】

海外ビジネス研修の事前学習として、以下を実施。

海外ビジネス研修説明会

- 名鉄観光サービス株式会社による事前説明会

【第1回】
2025年11月18日(火) 12:20~12:50
・海外ビジネス研修について
(概要・期間・内容・事前学習内容)

【第2回】
2026年1月29日(木) 12:20~12:50
・海外ビジネス研修での行程説明と役割分担
・海外ビジネス研修後について

英会話English Cafe

- 本学で開催している英会話個別レッスン・グループレッスン
を利用し、交流を図るように語学力を高める

【講師】 ネイティブ講師

【時間】 11:00~14:00 【場所】 リアクト1階 i-CALL

【日程】

11/12(水)、13(木)、19(水)、20(木)、26(水)、27(木)
12/ 3(水)、4(木)、10(水)、11(木)、17(水)、18(木)
1/ 7(水)、8(木)、14(水)、15(木)

【事後学習】

海外ビジネス研修の事後学習として、以下を実施。

- 海外ビジネス研修報告書の作成
【作成完了時期】 2026年3月末
【担当】 第1日目 森本 都生
第2日目 市木 康太
第3日目 市木 康太
第4日目 増野 ソフィア 美羽

- 報告会の開催
2026年5月28日(木) 12:20~12:50
・参加学生自身が経験、体験した内容を在学
生に還元し、在学生も海外に目を向ける機会
にもする。

第23回
大商大 ビジネス・アイデア コンテスト
海外ビジネス研修
報告会



2026年2月8～12日に開催された海外ビジネス研修（マレーシア）に参加された
学生3名からご報告いただきます。

現地での貴重な経験を在學生にも共有し、
海外に興味を持っていただくきっかけとして開催します。

皆様のご参加をお待ちしています！

2026.05.28 (木) 12:20～12:50

場所：ユニバーシティホール蒼天

【プログラム】

1. 開会
2. 海外ビジネス研修概要説明・報告者紹介
3. 報告
4. 質疑応答
5. 閉会

【令和8年度 起業教育系イベント】



「大商大ビジネス・アイデアコンテスト」

5月28日(木) 海外ビジネス研修 報告会

9月下旬(後期開始時)役割決定、運営業務打合せ等

10月24日(土) 全体リハーサル

10月31日(土) ファイナル・ステージ、表彰式対応



「全国高等学校ビジネスアイデア甲子園」

9月下旬(後期開始時) 交流会企画検討

11月初旬～ 役割決定、運営業務打合せ等

12月5日(土) 全体リハーサル

12月12日(土) 最終審査・表彰式及び交流会対応



※上記活動終了後、振り返りと次期開催に向けたミーティングを予定

【学生運営委員応募のスケジュール(予定)】

4月初旬 学生運営委員 募集告知 ※S-navi! 掲示および学内掲示

4月15日(水)、16日(木) 9:00~17:00 応募受付

※応募書類提出時に面談あり(10分程度)

応募者多数の場合は、学内選考 ※書類及び面談結果をもとに決定

4月末頃 学生運営委員 決定および採否通知 ※S-navi! にて

5月16日(土) 10:00~12:30 研修実施

学生のみなさんの積極的なご応募をお待ちしております!

令和8年度 起業教育系イベント 学生運営委員 大募集!!



「大商大ビジネス・アイデアコンテスト」ファイナル・ステージ、表彰式



「全国高等学校ビジネスアイデア甲子園」最終審査ならびに交流会

2つのイベント運営に参加してみませんか？

具体的には、両コンテストの最終審査・表彰式の運営していただくほか
学内コンテストの認知度アップのための施策を考えてもらうことや
ビジネスアイデア甲子園ファイナリストの高校生が参加する交流会の運営に携わっていただきます。



【求める(期待する)学生像】

- イベント運営に意欲的に取り組める人
- コンテストを盛り上げていく施策を考えたい人
- 最終審査・表彰式(交流会含む)当日以外の打合せなどに参加及びスケジュール調整ができる人

申込用紙はこちら



【募集人数】 10名程度

- ※ビジネス・アイデアコンテストのファイナリスト選出者は当日運営除く
- ※各イベント当日にあたり謝礼は5,000円(クオカード)

【応募受付・面談】

4月15日(水)、16日(木)
9:00~17:00

提出先:リアクト南館1階事務室

※活動の詳細スケジュールは裏表紙の内側をご覧ください。

問い合わせ先

大阪商業大学総合交流センター(総合交流支援課)

〒577-8505大阪府東大阪市御厨栄町4-1-10

TEL 06-6785-6286 FAX 06-6785-6133 E-mail react@oucow.daishodai.ac.jp

『第24回 大商大ビジネス・アイデアコンテスト まるわかりブック【2026年度版】』

【執筆者】経営学科 教授 桑野博行／経営学科 教授 村上義昭／商学科 教授 金度渕／商学科 助教 岡田孝浩

【企画・編集】経済学科 准教授 柴田孝／総合交流支援課