

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、商品の開発やビジネスプランの作成など、就職後の業務につながりますから、大学進学を考えている人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、過去のグランプリ、準グランプリ作品を例に挙げ、どの点が評価されたのか、残された課題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 アイディ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	身の回りの商品・サービスが「生まれた理由」や 社会で問題となっていることについて「どのよう な取り組みがなされているか」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 過去の受賞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

「第17回 全国高等学校ビジネスアイデア甲子園」応募要項

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、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。

応募方法

所定の応募書類(応募用紙・応募者フェイスシート)に必要事項を記入のうえ、下記送付先までご郵送ください。応募書類は大阪商業大学 総合交流センターへご請求いただくか、本学のビジネスアイデア甲子園HPからA3サイズでダウンロードしてください(一人何点でもご応募いただけます)。

※規定外のものや規定を超えるものについては審査対象外となります。

※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をください。

応募締切

【応募受付】2018年9月3日(月)から
2018年9月27日(木)消印有効

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

エントリーから審査の流れ

1 4月	応募要項発表(HPにて)
2 9月3日(月)	応募受付スタート
3 9月27日(木)	応募締切 ※消印有効
4 10月上旬～11月中旬	事前審査 ※応募書類に基づく書類審査
5 11月中旬	事前審査結果通知 ※事前審査通過者には学校宛に最終審査の案内を通知します。
6 12月15日(土)	最終審査・表彰式 ※応募書類とプレゼンテーションに基づく総合評価(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)

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、
またアイデアにける熱意(表現力)

最終審査・表彰式

2018年12月15日(土)

大阪商業大学で開催し、一般公開となります。

【審査員】学長、副学長、総合交流センター長、起業教育委員会(予定) 毎日新聞社、経済産業省近畿経済産業局、大阪府東大阪市、東大阪商工会議所

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。
- 事前審査を通過していない場合は、通知は行いません。
- 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手続きをしてください。

昨年との変更点

- 応募に関する追加資料は受け付けできません。

お問い合わせ先

大阪商業大学 総合交流センター(総合交流支援課)

TEL 06-6785-6286 FAX 06-6785-6133

E-mail react@oucow.daishodai.ac.jp

「応募書類」のダウンロードや応募に関する「よくある質問」は、QRコードや下記URLから確認できます。

http://ouc.daishodai.ac.jp/research/high_school/business_idea/



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アとは従来のアイデ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 どのようにアイデアを考えるのか

それではどのように新しいアイデ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は商品が、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。



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。

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3010万人(2015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。

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事が重要です。

● 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アを発想する方法です。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

提出日 年 月 日

第 回 全国高等学校 ビジネスアイデア甲子園「応募用紙」

ビジネスアイデア名

< アイデアの内容 >

① アイデアの概要(どのようなものですか) ② アイデ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

① アイデアの概要(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	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。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。
(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。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。

② アイデアを思いついたキッカケ(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キッカケがあります。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。既存のものに応用する(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 これまでのものとの違い(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キッカケや、③のこれまでのものとの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。

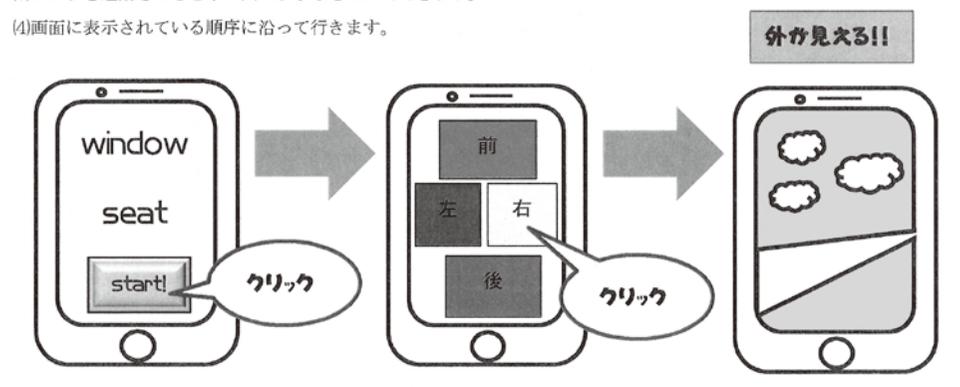
4 過去の受賞作品とポイント解説①

企画書例
1

提出日 2017年 月 日

※ ↓ この欄には何も記入しないでください

第16回 全国高等学校 ビジネスアイデア甲子園 応募用紙

ビジネスアイデア名	window seat
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(どのようなものですか) ④ 商品やサービスなどのイメージ図</p> <p>「飛行機に乗ったとき真ん中の席で、外の風景が見えない」そんな不満を解消します！</p> <p>(1) 飛行機の中に上下左右さまざまな場所にカメラを取り付けます (2) スマートフォンのアプリを使います。その名も「Window seat」です。 (3) アプリを起動させると下の図のようなものができます。 (4) 画面に表示されている順序に沿って行きます。</p> 	
<p>② アイディアを思いついたキッカケ</p> <p>私は1度だけ飛行機に乗ったことがあります。その時の座席は、窓側ではありませんでした。だから、ちらちら見える外の風景がとてもきれいで「窓側だったらな・・・」と残念に感じたのがきっかけでした。</p>	
<p>③ これまでのものとの違い</p> <p>今までなら、離着陸の前にしか、スライドで外の風景は映し出されていませんでした。ですが、この商品は自分のスマートフォンで、見たい時に見ることができます。</p>	

ポイント
解説

「window seat」

アイデアの概要(コンセプトと内容)

このアイデアは、飛行機に乗ったことがある人なら、誰もが1度は思ったことがあるような、多くの人が共感できる不満をテーマにしています。応募用紙の優れているポイントは、解説の文章と図を使って(イメージの流れ図が)書かれている点です。この不満に共感できる人も、そうでない人も非常にイメージしやすい図になっています。

自分の考えていることを他人に伝えるということは、とても難しいことです。文章だけでは、ビジネスのイメージや流れ、ビジネスモデルの特徴をつかむことができず、せっかくの良いアイデアも相手に伝わりにくくなってしまいます。こういった自分の考えを図式化するには、日頃から自分の頭で理解し整理して、相手に伝える能力が必要になります。

アイデアの背景(思いつきのキッカケ)

考案者は、過去に自分が経験した不満をあげて、このアイデアを考えています。思いつききっかけは、日常生活の中にもいろいろとあると思います。自分以外にもお母さん、おじいちゃん、老人、子どもなど他人の生活シーンから4F(不満・不足・不十分・不便)を気づくことがあります。日頃から問題意識を持つことがこのようなきっかけにも繋がります。

既存の類似製品やサービスとの違い

類似製品やサービスとの比較は、自分のアイデアがオリジナリティに溢れて、優れていることを示す部分でもあります。良く似た商品は、どれで、自分の考案したものとは何処が違うのかを明確に示すことで、考案したアイデアの良さが引き立ちます。今回の応募用紙では、類似サービスとどのように違うのか説明が足りないため、もう少し具体的に書く必要があります。

残された課題

このアイデアは、飛行機を利用する顧客のニーズをつかんだ夢のあるサービスだと捉えられますが、実現するには技術的、法規制、航空規制の面でいろいろな問題が残されています。どの面で、何が難しく、何を解決する必要があるのか、事前に調べて事業のリスクを把握しておくことが重要です。また、ある程度のコストの試算、どの程度の市場価値があるのかを示す根拠になる資料(統計、指標、アンケート調査、客観的意見)などを入れ込むことで、より実際のビジネスに近い企画書が出来上がります。

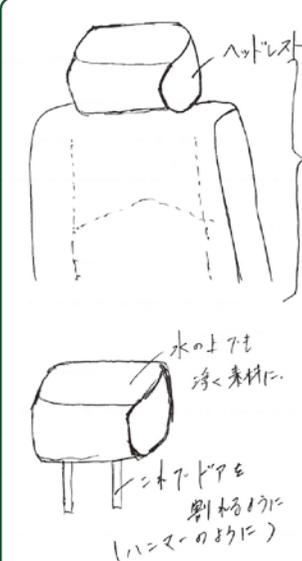
4 過去の受賞作品とポイント解説②

企画書例
2

提出日 2017年 月 日

※ ↓ この欄には何も記入しないでください

第16回 全国高等学校 ビジネスアイデア甲子園 応募用紙

ビジネスアイデア名	水害時に役立つヘッドレスト
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>ヘッドレスト</p> <p>水の上で浮く素材に</p> <p>ヘッドアを割るのに(ハンマーの要に)</p>	
<p>モレ、車が転落して川に落ちた時に、ヘッドレストが川に長い間浮いていられるようにする。</p> <p>車のヘッドレストを丈夫で水の上でも浮いていられるような素材にする。</p> <p>また、シートとヘッドレストをつける部分でガラスを割れるようにして、水害時に車から脱出できるようにする。</p> <p>自分も車を考えたのは、ニュースで大雨時に川の増水で川に転落した車、アンダーパスが冠水して川に入ってしまったなど死んだ人かいるというニュースを見たので、もしやなことが起きた時に助かるようにしたいと思ったからです。</p> <p>車に座り前についているものをなくする事でも役に立つと思い、また、自分のヘッドレストの水害時の有効活用を考えました。</p>	

ポイント
解説

「水害時に役立つヘッドレスト」

アイデアの概要(コンセプトと内容)

このアイデアは、車のヘッドレストを人の体を支えて水に浮く素材でつくり、かつ丈夫なものにすることで車両の水没から人の命を守ろうとしたものです。具体的には、ヘッドレストのシートへの差し込み部分である金属棒(支柱)をハンマー代わりに使用して脱出し、その後ヘッドレストを浮代わりにして、水面に浮上するという考えです。異常気象による災害が多発する近年において、まさに必要とされる、社会のニーズを敏感にキャッチしたビジネスアイデアと言えるでしょう。

アイデアの背景(思いつきのキッカケ)

ゲリラ豪雨などによって、車両が河川に転落したり、冠水したアンダーパスに誤って進入してしまったりして車両が水没したりすることで人が亡くなっているというニュースを聞くことがあります。考案者は、このようなニュースを見て、このアイデアを思いついたということです。また、人の役に立ちたいという考案者の気持ちがあつたアイデアであることが推測されます。

既存の類似製品やサービスとの違い

車両水没事故があつた際の緊急ツールとして、脱出ハンマーという既存品があります。ただし、これは事故に備えて各々が購入し、車内に常備しておく必要があります。また、ハンマーで車の窓ガラスを割ったり開けたりすることができたとしても、浮き輪などが無い場合、脱出後も非常に危険な状態です。そこで、考案者は、どの車にも必ずあるヘッドレストに2つのこと(金属棒をハンマーのようにすること、ヘッドレストそのものを水に浮く素材で作ること)を加えることで、各個人が特別なグッズを購入せずとも常に災害に備えておくことができるような商品を提案しています。

人は、実際に被害に合わない災害に備えて何かを購入することに消極的になりがちです。このアイデアは、車を購入した時点で誰もが災害に備えられるという点で、非常に良く考えられています。

残された課題

このアイデアは社会で起きている出来事に目を向けた素晴らしいものです。よりこのアイデアの素晴らしさを人に伝え、説得的にし、実現化するために残された課題は、この商品をどのようにして提供しビジネスとして成り立たせるためにどのようにして対価を得るか、という点を具体的にすることです。例えば、水害にあった人を助けるという目的を達成するためには、顧客を自動車メーカーとし、このヘッドレストを備えつけた自動車を販売してもらうという方法が考えられます。安全な車の提供は自動車メーカーの責任の1つと考えられていることを鑑みると、自動車メーカーをこの商品の顧客とするということは、実現性の高い戦略と言えるでしょう。このように、具体的にどのようにビジネスとしていくのかといったところまで明確なプランが立てられると、実現性が高いビジネスアイデアとしてアピールすることができるでしょう。

4 過去の受賞作品とポイント解説③

企画書例
3

提出日 2016年 月 日

※ ↓ この欄には何も記入しないでください

第15回 全国高等学校 ビジネスアイデア甲子園 応募用紙

ビジネスアイデア名	キャッチリトリ
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

① アイディアの概要(どのようなものですか)

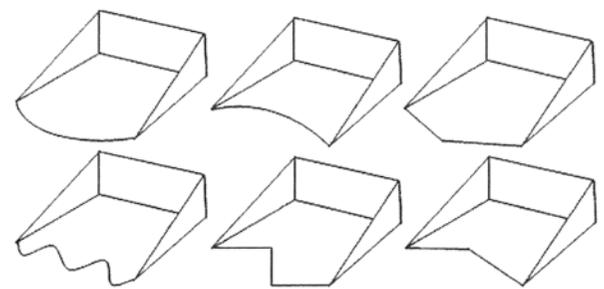
このアイデアは、ちりとりでゴミを取ったときにできるだけゴミの取り残しを少なくするアイデアちりとりです。ちりとりは、どのタイプを見ても先端の形状は写真のようにまっすぐです。しかし、実際に使ってみると、塵の取りこぼしが発生します。なぜ細かい塵が取れないのかを観察してみると、床とちりとの間に隙間ができて塵の取りこぼしが発生しているのです。

そこで私たちは隙間がでにくいちりとの先端形状をいろいろ変えて実験をしてみました。



写真: 普通のちりとり

このように、様々な形状のちりとりを作り実験をしました。普通のちりとの先に図の様な先端形状を取り付けて実験しました。



実験の結果、左図のちりとりが一番取り残しが少ない形状となりました。実験結果から考えると、ちりとりを使うときは先端を床につけ柄を持って少し角度をつけます。このとき、左図のちりとりが床とちりとの先端が一致して隙間がほとんどなくなるのです。

② アイディアを思いついたキッカケ

掃除当番をしているとき、ちりとりでゴミを取るのですが、細かい塵が残ってしまい、何度もほうきを動かすのですが、きれいに取ることができません。そんな悩みを解決するために、ちりとの形状を工夫してみようと思いました。

③ これまでのものとの違い

いろいろなちりとりを調べてみましたが、私たちがのような形状のちりとはありませんでした。

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。

通常のちりとの先端の形状を独自のアイデアで考えたので、今までのちりとの先端に装着するか、全体の形状変更をするだけで、実現できます。プラスチック製のちりとは射出成形で作られます。型を作って製すれば、大量に安く作ることができます。

ゴミを逃さずキャッチするちりとりなので、「キャッチリトリ」と名付けました。

ポイント解説 「キャッチリトリ」

アイデアの概要(コンセプトと内容)

この応募用紙で優れているポイントの1つ目は、身近な製品から問題点を指摘している。2つ目は、図で分かり易く検証している。3つ目は、さまざまな改善策の提案をしているところです。さらには、ネーミングもとても凝っていて、どのような商品かを連想させ、インパクトがあり、利用するユーザーにも愛されそうな名称が付けられています。アイデアの提案から、読み手に対しての情報伝達まで、分かり易くアイデアの概要が理解できるように記されています。

アイデアの背景(思いつきのキッカケ)

このアイデアは、考案者が身近にある、ちりとの問題点(塵の取り残し)の発生について指摘し、改善するための試行錯誤が記されています。ちりとの細かなゴミの取り残しは、誰もが経験したことのある、共感できる部分といえます。

既存の類似製品やサービスとの違い

既存の商品(ちりとり)の図を載せて、先端部分の形状に問題があることが明確に示されています。また自分の考案した商品の形状を同じアングルで示し、最終案に至るまでの形状も示して比較することで、より考案したアイデアが優れていることが分かるように書かれています。

残された課題

このアイデアは、実体験に基づいて、新たな商品開発がなされていますが、問題点もいくつかあります。1つ目は、コストや値段の問題で、ある程度、価格や原価について提示することで、現実離れしていないか、市場価値があるか把握することが出来ます。2つ目は、市場性の問題で調査や統計を用いると、世の中に受け入れられるかどうかを客観的に示すことが出来ます。

過去の入賞作品はこちらから

