

Brand new you. 出会いがあなたを楽しくする

GUIDE BOOK  
BUSINESS IDEA KOSHÛEN

# 全国高等学校 ビジネスアイデア甲子園

ビジネスアイデア甲子園に取り組まれる方へ

URL

<http://ouc.daishodai.ac.jp/facilities/liaison/>

活用ガイド



お問い合わせ先

大阪商業大学 社会連携・研究支援課

Phone 06-6785-6262 FAX 06-6785-6156

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

〒577-8505 大阪府東大阪市御厨栄町4-1-10

## CONTENTS

- |                 |       |                    |        |
|-----------------|-------|--------------------|--------|
| 活用ガイドについて       | P.1   | 3 企画書(応募用紙)の書き方    | P.5    |
| 1 アイディアについて考えよう | P.2,3 | 4 過去の受賞作品とポイント解説①② | P.7~10 |
| 2 ミニワークシート      | P.4   |                    |        |

【編集・執筆者】総合経営学部経営学科教授 糸野博行／総合経営学部経営学科准教授 崔圭皓／経済学部経済学科准教授 柴田孝

社会連携・研究支援課

## 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。

この度、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ました。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、過去の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.2、3
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.4
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.5、6
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.7~10

## 【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むために-』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。



## 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でしょうか?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機会が多いのです。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)。



## 2 ミニワークシート

ここで取り上げているものは「ワークブック」で取り上げているものを短くしたものです。詳しい解説やワークシートそのものについては、「ワークブック」を参照してください。

### 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2500万人（2011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ア創出・企画書づくり」参照）。

### 6 アイデア発見のヒント

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、使用する側にた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ことが重要です（「ワークブック」第10章「アイデ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

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

### (1) 身の回りのものについて、商品サービスの問題点・改善案を考えよう 【ワークブック】P.45参照】

生活場面 (生活行動)	利用している 商品やサービス	問題点 (不満・不足・不十分・不便)	改善案
【例】学習	鉛筆	消しゴムがないと消せない	消しゴム付き鉛筆
【例】学習	ボールペン	間違えても消せない	消せるボールペン
【例】起床	目覚まし時計	止めると寝てしまう	スヌーズ機能(止めても再びなる)をつける

### (2) ヒット商品から「何を加えているか」(4F)を考えよう 【ワークブック】P.35参照】

生活場面 (生活行動)	利用している 商品やサービス	加えているもの	着目点
【例】機能性下着	Tシャツなどの下着	保温機能、防臭機能	通常の下着は寒いという「不満」点
【例】朝食	レンジで魚が焼ける皿	調理面での機能	レンジで食事を作れないという「不便」性

# 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>&lt; 記入のポイント &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① アイディアの概要(どのようなものですか)</li> <li>② アイディアを思いついたキッカケ</li> <li>③ これまでのものとの違い</li> <li>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</li> </ul>

## 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こと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ことと喜ぶ・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

## 第8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 2009年 10月 10日

ビジネスアイデア名	音楽療法配信サービス
アイデアの内容	<p>&lt; 記入のポイント &gt; 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このサービスは、インターネットを通じてプロの音楽療法士が様々な人に音楽の力で“いやし”を届けるものです。病氣と闘う人や障害者・その家族、精神的肉体的につかれている人、生活習慣病の人たちも対象となります。</p> <p>インターネット上で、利用者はメールを通じて状況・要望を相談します。</p> <p>音楽療法士はカウンセリングをしながら利用者の状況、要望を問診していきます。→音楽療法士は悩み、症状に応じて効果のある音楽を選び出して利用者に提案します。→利用者は試聴し、気に入ったら音楽(楽曲)を一定の価格で購入します。</p> <p>(例) 血圧が朝のうちだけ高い… ex モーツァルト交響曲14番第2楽章 (例) 寝起きがわるい…………… ex グリーク「ペールギュント」朝の歌</p> <p>②③現在、音楽療法は発達障害・身体障害・高齢者のために一部利用されはじめていますが、余り一般的ではありません。施設などでしか利用できないもので気軽に利用できません。一方で生活習慣病や“病い”とされる以前の状態に音楽が効果があることが医学的にも実証されているのに余り役立っていません。</p> <p>CDやDVDがヒーリング目的に売られていますが、1人1人のニーズに答えているとはいえません。薬と同じで処方せんが必要です。音楽療法士も400名近くいますが、十分な仕事の場もありません。音楽療法士を音の薬剤師として活用したいとの思いから考えました。</p> <p>お仕着せの音楽ではなく、利用者側に音楽を選ぶ余地があり、なおかつコンピュータ・インターネットを通じての配信なのでいつでも・どこでも気軽に音楽療法(きちんとカウンセリングにもとづいたもの)が受けられるのが、今までとの大きなちがいです。音楽配信の全く新しい形でもあります。</p> <p>④イメージ図</p> <pre> graph LR     User[利用者のパソコン] -- "メールで依頼" --&gt; Service[音楽療法配信サービス プロの音楽療法士]     Service -- "問診" --&gt; User     Service -- "音楽の処方せん" --&gt; User     User -- "試聴・購入・ダウンロード" --&gt; Service     </pre>

【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当センター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] ▶ [リエゾンセンター] ▶ [アイデア甲子園] ([http://ouc.daishodai.ac.jp/research/high\\_school/business\\_idea/](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・1枚のみ。※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 「音楽療法配信サービス」の例

#### ここにも注目! アイディアの概要(コンセプトと内容)

本アイデアでは最近、脚光を浴びている音楽配信サービスを応用したものです。アイデアの新規性としては、一般に使われているエンタテインメントとしての音楽配信ではなく、幅広い意味でのヒーリング(治療、癒し)を目的としているところにあります。具体的には、一部特定の層(患者、障害者、生活習慣病などを患っている人たち)にサービス対象を絞ることでより目標顧客の設定を明確にしています。

#### アイデアの背景(思いつきのきっかけ)

音楽がもつさまざまな病状に対しての効用はすでに学術的に証明されているにもかかわらず、まだそれを利用したサービスは現段階においてビジネスとして定着していません。一方、日本では一部の県と市で音楽療法士という資格制度が認定され、独自の音楽療法士資格を発行してはいるものの療法士の活躍の場は依然限られています。本アイデアでは音楽療法士、利用者、音楽の配信チャンネルとしてインターネットを組み合わせることで新しいビジネスの創出を目論んでいます。

#### サービスの内容

一般人はいうまでもないですが、いくら音楽の専門家あるいは愛好家であっても音楽がもつヒーリング効果についてまで詳しいとは限りません。ここで、薬における薬剤師と同じく音楽療法士が利用者の個別ニーズへ対応し、処方箋を出す。つまり、カスタマイズされたサービスを提供する。利用者との間はインターネット経由でやり取りを進めていく。利用者は処方箋に対してコンサルティング・フィーを払うとともに音楽配信サービスと関連し、業者への手数料を払うことになります。

#### 残された問題点

配信サービスの場合、月額額のストリーミング・サービスにするのか、一件ごとのダウンロードと所有の形態をとるのか、また、楽曲を巡って権利処理も決めなければなりません。著作権者(直接に創造活動に関わった作曲家・編曲家)と著作隣接権者(レーベル会社・実演家・放送局)に対する権利処理とは、言葉をかえれば適切な利益配分が求められるということです。また、音楽療法士の資格認定を現在の一部行政団体によるものではなく、国家試験にする必要性も後に出てくるかもしれません。

# 4 過去の受賞作品とポイント解説②

企画書例  
2

## 第9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 2010年 10月 4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	高齢者電話サービス(詐欺防止!生活安心サービス)
アイデアの内容	<p>&lt;記入のポイント&gt; 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> <p>① <b>アイデアの概要</b> このサービスは高齢者の方を対象にした詐欺被害防止電話サービスです。主な内容は、(1) ボタン一つで相談員へ電話相談。(2) 振り込め詐欺防止機能、電話の内容(フレーズ)から機械が、振り込め詐欺の内容にあたるかどうかを判断し、利用者にランプで警告する。(3) 振り込め詐欺などに使われた電話番号の受信拒否機能。(4) 電話の内容をボタン一つで録音。(5) 登録していない電話番号、非通知設定などの電話を受信しない。などで、契約者が希望するサービスを選択します。</p> <p>② <b>このアイデアを思いついたきっかけ</b> 私たちの住んでいる上島町は、人口7,575人、うち65歳以上の高齢者が2,112人と高齢化率27.9%の高齢社会です。町内でも高齢者を狙った詐欺などの犯罪が発生しており、何かできることはないかと思いました。全国的にも高齢化が進み、高齢者の単身世帯が増加しています。単身世帯の増加によって、高齢者の孤独化や犯罪被害の増加など様々な問題が起きています。近年、振り込め詐欺など的高齢者を狙った詐欺行為が多発しています。警察庁のホームページによると、平成21年度は被害の認知件数が7,340件、被害総額が95億7,912万円です。被害者全体の90%以上が、年齢60歳代以上の方となっており、高齢者への被害防止のための対策が求められています。このような現状を改善するために考えました。</p> <p>③ <b>これまでのものとの違い</b> これまでの振り込め詐欺対策は、行政機関による放送や掲示物を通じての注意の喚起や、金融機関による高齢者への声かけなどが中心でした。しかし、これらの対策では認知症が進んでいる人や自分の考えを表現するのが苦手な人、周囲に相談できる人がいない人には効果が不十分だと考えました。私たちの考えたアイデアは、振り込め詐欺防止機能は警察庁や各都道府県警察本部のホームページに公開されている会話例などを元にデータベース化し、電話中に出てくるフレーズから振り込め詐欺の可能性があるものかどうか、機械が判断します。振り込め詐欺などに使われた電話番号の受信拒否機能は警察庁や金融庁などの行政機関が公開しているものを元にデータベース化し、該当する番号から電話が掛かった場合は受信拒否をすることができます。録音機能は第三者に相談するとき役に立ちます。また、機械はシンプルでデザインで高齢者の方でも操作できるよう、分かりやすいものにしました。</p> <p>④ <b>サービスのイメージ図</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>(1) 機械の設置</p> <p>電話機とモジュラー・ジャックの間に機械を設置する。</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>(2) サービスの流れ</p> <p>① データを機械に送信 ② 異常がある場合に送信、電話相談 ③ 契約者本人に電話連絡</p> <p>異常がある場合は行政機関へ連絡。</p> </div> </div>

【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当センター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】▶【リエゾンセンター】▶【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・1枚のみ。※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 「高齢者電話サービス」の例

ここにも注目! ネーミング

企画や商品のネーミングに際しては、「名は体をあらわす」を心がけましょう。「ネーミングを見れば、商品の概要・特性が類推できる」「商品の概要・特性と一致したネーミングとなっている」ことがポイントです。もし、アイデアのネーミングが簡潔にまとめきれない場合ならサブタイトルをつけたり、カッコを使ったりして追加内容を書くのも一つの工夫です。しかし、「長すぎず、インパクトがあって覚えやすいネーミング」であることがもっとも重要です。ここではカッコでの追記で「詐欺防止」「安心サービス」などのキーワードを入れた形になっています。

### 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。ここでは高齢者が、詐欺電話に巻き込まれないように、家庭電話に専用の機械を付けることで、安心をもたらすアイデアです。

### アイデアの背景(思いつきのきっかけ)

日本社会で高齢者の単身世帯が増えるなか、彼らを狙った悪質犯罪が社会問題化しています。このアイデアでは上記の事実を自分が住んでいる地域の具体的なデータを用いて、説明している点が評価に値します。また、その事実を踏まえ、高齢者に役立つ電話サービスを開発提供することを目論んでいます。

### 既存の類似製品やサービスとの差

かつての高齢者詐欺事件の対策が金融機関による注意の喚起や行政による広報が大半であったのに対し、この企画では高齢者家庭の電話機に直接機械をつける点が大きな特徴です。またその機械が警察本部からの犯罪関連情報やデータベースを自らやりとりし、とりわけ会話内容を分析したり、ボタン一つで相談員につながったりなど高齢者にとって優しいサービスを心かげているところも注目したいです。

### 残された問題点

高校生らしい斬新な発想ではありますが、アイデアの領域から脱皮できず、ビジネスとしての条件のクリアまでには至っていません。事業として持続可能で収益創出による発展性の追求が課題として残されています。