

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/liaison/>



お問い合わせ先

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

Phone 06-6785-6262 FAX 06-6785-6156 E-mail liaison@oucow.daishodai.ac.jp

編集・執筆者

総合経営学部経営学科教授 桑野 博行 / 経済学部経済学科准教授 柴田 孝
総合経営学部公共経営学科教授 松村 政樹 / 総合経営学部商学科准教授 中嶋 嘉孝

社会連携・研究支援課

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.7 |
| 1 アイディアについて考えよう | P.3 | 4 過去の受賞作品とポイント解説①②③ | P.9~14 |
| 2 ミニワークシート | P.5 | | |

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。



第12回 全国高等学校ビジネスアイデア甲子園

取組校インタビュー

グランプリ受賞校

アイデア名「BBQで便利にするアイデア」
愛知県立豊橋工業高等学校 小久保 寿也先生

大阪商業大学:コンテストに参加したきっかけはなんですか?

小久保先生:自分の考えを他人に伝え、理解を求めるとはかなりのコミュニケーション能力を必要とします。そのような力をつけるために平成23年度より、課題研究で「考える力を育てよう」をテーマに授業展開をしてきました。そして、その力試しの機会として、第三者に評価してもらえる「アイデアコンテスト」に参加することにしました。

大阪商業大学:「課題研究」の授業でコンテストに取り組んでいただいたのですね。「課題研究」での授業展開で工夫した点がありますか?

小久保先生:課題研究での授業展開は、メンバー各人が毎週1案を持ち寄り、そのアイデアを全員で検討する方法で授業を進めました。発表会形式で行い、発表後に質疑応答をしてアイデアの伝わり具合を確かめ合うことを繰り返して行いました。当初は慣れないことと、言葉だけでは伝わらないなど、自分の考えを伝えることの難しさに気付きます。すると、次回からイラストを描き、実物を持ち込むなどして、自然と伝える方法を工夫するようになってきました。当初質疑応答では、アイデアの欠点ばかりを探して指摘していましたが、授業が進むにつれてアイデアの改善案が多く提案されるようになり、前向きな話し合いができるようになりました。このように、生徒自らが工夫してお互いに能力向上することができました。

大阪商業大学:平成23年度から「課題研究」で授業をおこなっているようですが、これまでの経過を教えてください。

小久保先生:平成23年度は、豊橋市から工業高校へアイデアの提案を求める事案が提示され、それに答える形で研究成果を示しました。平成24年度は「第11回ビジネスアイデア甲子園」に初挑戦し、最終審査に残ることができました。最終審査では実物を持ち込んでの実演をする形で発表を行い、「今までにない発表である。」と評価されたのですが、発表の資料内容や表現力など他校と比べて力不足であったと思い知らされました。そして、平成25年度「第12回

ビジネスアイデア甲子園」に再挑戦した結果、再び最終審査に残り、グランプリを受賞することができました。このアイデアは新聞やテレビなどのメディアに取り上げられ、産官学が連携し、アイデアの商品化へと動き出しました。

大阪商業大学:これまでも商品化実現への話はあったのですか?

小久保先生:今まで、企業に呼びかけをして商品化に向けて動くアイデアもありましたが、企業側の採算が見込めないなどの理由のため頓挫してきました。しかし、他学科を見ると、商品化が実現した事例として商業・水産・農業が目立ちます。その理由は商品化する企業側のリスクが少ないことと、製品の内製が可能であるなどの理由で商品化が比較的容易に行われてきました。しかし、工業科が商品化を目指す場合、企業側の設備投資も含めリスクが大きいため、高校生のちょっとした思いつきを相手にはしてくれません。企業が工業高校生をビジネスパートナーとして、真剣に受け入れてもらうことはありませんでした。

大阪商業大学:今回は商品化の実現に向け動いていますね。今までの取組の違いはあるのですか?

小久保先生:今回はアイデアの根拠を実証するために試作や実験を行い、実現に向けての綿密な検討と商品化のしやすさも考慮しました。要するに、実際の企業で行われるような製品開発の過程をたどり、その努力の甲斐あって商品化の実現へたどり着けたのだと思います。

大阪商業大学:最後に、今回の「ビジネスアイデア甲子園」の取組で注意した点は何のようなことですか?

小久保先生:数あるアイデアコンテストに応募して感じたことですが、応募作品の多くは、目新しい言葉や仕組みを提案する内容が多く、聞こえはいいのですが、そのほとんどのものが実現性のないアイデアであると感じていました。そんな中、授業でコミュニケーション能力を高めた高校生が試作や実験を行い、根拠を示すことによってアイデアを提案するのは、とても説得力があったと感じています。

大阪商業大学が展開する さまざまな「起業教育」についての取組

大阪商業大学では、ビジネスアイデア甲子園のほかにも、高校教員の方々との起業教育研究会や高校への出張講義など、さまざまなかたちで起業教育への積極的な取組を展開しています。さらに全国の高校生や高校教員が情報を共有し、相互に交流できるネットワークの構築も進めています。

起業教育研究会

大阪商業大学起業教育委員会の教職員と、起業教育に関心のある高校の先生方による組織。起業教育に関する研究や情報交換などにより、高校生の起業家精神を養うことを目的としています。

起業教育の出張講義

大阪商業大学の教員が高校で起業教育に関する出張講義を実施。ビジネスアイデア甲子園の取組にそった講義メニューもあり、実社会で活躍できるチャレンジ精神旺盛な人材の育成に努めています。

起業教育研究会
Web サイト

全国の高校の先生方同士のネットワークを広げ、起業教育の活性化を図ることを目的にしたサイト。起業教育についての実用的なノウハウを広く提供しています。起業教育研究会報告書「起業教育 Vol.1、2、3、4、5」のデータベースもご覧いただけます。 <http://ouc.daishodai.ac.jp/entre/>

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。

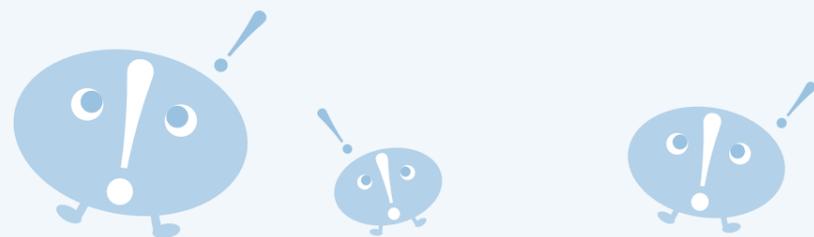
たとえば勉強に必要な「鉛筆」を例として取り上げてみましょう。鉛筆は紙の上に自由に線を描くことが出来ます。しかし間違えて書いてしまうと、書き直す必要があります。そのときに必要になるのが「消しゴム」です。鉛筆と消しゴムは別の品物ですが、鉛筆を使うときには必ず必要になります。つまり鉛筆と消しゴムは常に一緒に使用するが多いのです。そこでこの二つを一つにしたのが「消しゴム付き鉛筆」なのです。

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)。



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「これまで無かった」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...

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

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る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②

企画書例
2

第12回 全国高等学校 ビジネスアイデア甲子園 応募用紙

※ ↓ この欄には何も記入しないでください

提出日 2013年 月 日

ビジネスアイデア名	らくらく😊レンジフードフィルター
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 ・レンジフードフィルターを簡単に取り替えが出来るもの。 ・レンジフードに取り付けられ、フィルターが汚れた時 フィルターをロール状にして切れ目を入れることにより簡単に取り替えが出来る。</p> <p>② 母がレンジフードも替えるのを「面倒臭い」に由りバタバタして汚れるよって聞いて、ML紙の様にいば、切れたら簡単になるんじゃないかな?と思いました。</p> <p>③ 従来のレンジフィルターは、レンジフードの幅に合わせてハサミで切らないといけないがこれを取り付けることで、はさみ出すだけで簡単に手で切れる事ができ、取り替えが便利にできる。</p> <p>④ キッチンメーカーさんがこれからの開発でレンジフードにはめ込み式にしてもらえたなら、ロールフィルターだけの取り替えですみより安全で磁石を使わずに良い分価格も下げることが出来る。</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 「らくらくレンジフードフィルター」

アイデアの概要(コンセプトと内容)

本アイデアは、台所において最も油汚れのつきやすい「レンジフード」に着目し、そこに設置するフィルターの形状に工夫をこらしたものです。フィルター交換に際しての利便性を向上させるために、ロール型フィルターとミシン目を組み合わせています。

アイデアの背景(思いつきのきっかけ)

応募者のお母さんがレンジフードフィルターを交換する際に、「手間がかかる」「手が汚れる」という不満をこぼしているのを知り、フィルターの形状を改善することによって上記の問題点を改善しようと考えたことです。

既存の類似製品やサービスとの差

レンジフードフィルター自体は従来から販売されています。その多くは、一枚のシート状になったフィルターをマグネットなどでフードに固定し、汚れが溜まったら、シートごと交換するというものです。本アイデアでは、ロール状になったシート(フィルター)をフードに固定し、汚れが溜まると新しいシートを引出すことで、簡単にフィルターを新しくできます。

また、古い(汚れた)シートを切り取りやすくするために、一定幅で切込みが入っているため、ハサミ等の道具も必要としません。このように、利便性に重点を置いて従来製品との差別化を図っています。

残された問題点

消費者の利便性を飛躍的に高めることを期待できる本作品ですが、いくつかの問題点を挙げておきましょう。まず一つ目は、耐久性の問題です。レンジフードは、長時間高温にさらされ、油が付着するという環境にあります。そういった悪条件に耐える素材を用意し、さらには本体に付着した油汚れへの対策が必要になるでしょう。

二つ目は、商品価格の問題です。従来のフィルターであれば、本体=紙一枚で済みましたが、本作品であればフィルターロールおよびフィルターロールを固定するパーツが必要になります。ローラー一本で、従来のフィルター何枚分の使用が可能かどうかわかりませんが、従来製品よりはかなりの高価格になることが予想されます。一か月300円程度の費用で、取り換えが簡単なレンジフードフィルターが売り出されています。こういったサービスとの差別化を図る工夫も必要になるでしょう。

4 過去の受賞作品とポイント解説③

企画書例
3

第12回 全国高等学校 ビジネスアイデア甲子園 応募用紙

※ ↓ この欄には何も記入しないでください

提出日 2013年 月 日

ビジネスアイデア名	キョロキョロかっぱ
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>①④ この商品は雨の日に雨合羽を着て自転車に乗っている時、合羽のフードが視界をさえぎることなく左右を確認できるものです。合羽のフードのせいで十分に車の確認ができず、事故にあたり、けがをしてしまうことを防止します。これは従来の合羽とサンバイザーを組み合わせたものです。</p> <p>② 学校から合羽を着て帰る時、視界が悪く、車を十分に確認できずヒヤッとすることがありました。雨天時の事故につながってしまう可能性があるので、その時考えました。すると母に「雨の日はフードはつけずサンバイザーをしていた」という話を聞き、それでは2つを一つにすればいいのでは、と思ったのがキッカケです。</p> <p>③ これまでは合羽といえば「雨の日」という印象でしたが、サンバイザーをとり外し可能でとり入れることで、熱中症対策として一部を晴天の日でも使えるようになりました。また、サンバイザーをアヒルのくちばしなどに見たて、子供向けにかわいらしくデザインすると、子供の左右確認不足の交通事故、とひ出しも防ぐことができるのでは、と思います。</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 「キョロキョロかっぱ」

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、自転車通学者を対象に、雨の日でも安全に運転できるために、既存の商品を組み合わせて視界が広がる合羽(カッパ)を開発するアイデアです。

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から、配送用などの業務用までさまざまに利用されています。自転車通学は、多くの地域で小学生には許可されていません。

また中学生も同様な学校が多いはずですが、しかし高校では、広域からの通学者がいることもあり、自転車通学が許可されている学校が多くみられます。こうした違いは、自転車が免許もいらず手軽な乗り物の半面、常に危険と隣り合わせの乗り物という点にあります。自転車事故は、自転車と自動車はもちろんのこと、自転車同士の事故、自転車と歩行者の事故まであり、また死亡事故も多く報告されており近年では関係する法律も強化されています。

雨の日の自転車運転は、通常時よりも増して視界が制限され、また路面がスリッパしやすく、危険度が増します。この合羽は、その雨の日の運転において、少しでも視界を確保し、安全に近づけるものといえます。

またこの合羽は、雨の日だけでなく、晴天の日の紫外線対策にも活用でき、視界の確保のみならず、肌を守る機能もあります。

既存の類似製品やサービスとの差

このアイデアは、雨の日の運転に不可欠な合羽を改良し、運転者の視界を確実に確保する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雨の日における自転車運転の安全性の向上、②雨天時以外での他用途の開拓、③既存商品である合羽とサンバイザーを組み合わせることにより開発費を抑制できる、④各地で自転車運転の問題が指摘される中で時代の即した製品、という点で評価できます。

残された問題点

合羽はコンビニからホームセンターまでいろいろところで売られ、またビニール製の低価格品から雨を寄せ付けない頑丈なものまで種類も豊富で、価格帯も幅広くなっています。その中でこの製品を確実に売っていくためには、学校指定の合羽や警察署推薦の商品といういわばお墨付きを与えることや、実演販売を行うことによって、他の製品との差別化をはかること、購入層である親御さんに良いイメージをもってもらうことが効果的でしょう。