

第1回(2002年度)から第14回(2015年度)までの応募校一覧

ご応募いただいた全ての作品が、ビジネスアイデア甲子園の歴史と未来を支えています。(順不同)※学校名は応募当時のものです

北海道・東北

- 北海道阿寒高等学校
- 北海道旭川工業高等学校
- 北海道旭川商業高等学校
- 北海道石狩翔陽高等学校
- 北海道北見商業高等学校
- 北海道札幌工務商業高等学校
- 北海道札幌国際情報高等学校
- 北海道札幌東商業高等学校
- 北海道釧路高等学校
- 北海道帯広商業高等学校
- 北海道中標津高等学校
- 北海道深川高等学校
- 北海道富良野緑帯高等学校
- 北海道紋別高等学校
- 北海道八雲通高等学校
- 北海道由仁商業高等学校
- 北海道稚内高等学校
- 北海道稚内商工高等学校
- 北海道留萌千景高等学校
- 道愛女子中学校・高等学校(北海道)
- 札幌北斗高等学校(北海道)
- 立命館慶祥中学校・高等学校(北海道)
- 青森県立青森商業高等学校
- 青森県立大南高等学校
- 青森県立柏木農業高等学校
- 青森県立石巻商業高等学校
- 青森県立戸高高等学校
- 青森県立三木水産農業高等学校
- 青森県立名久井農業高等学校
- 青森県立弘前実業高等学校
- 青森県立三沢商業高等学校
- 岩手県立岩谷高等学校
- 岩手県立北上翔南高等学校
- 岩手県立大東高等学校
- 岩手県立種市高等学校
- 岩手県立杜陵高等学校
- 岩手県立花北青雲高等学校
- 岩手県立水沢商業高等学校
- 岩手県立高古商業高等学校
- 宮城県石巻高等学校
- 宮城県一迫高等学校
- 宮城県大河原商業高等学校
- 宮城県女川高等学校
- 宮城県鹿島台商業高等学校
- 宮城県工業高等学校
- 宮城県蔵工高等学校
- 宮城県仙台第二高等学校
- 気仙沼女子高等学校(宮城県)
- 東北生活文化大学高等学校(宮城県)
- 秋田県立大曲高等学校
- 秋田県立大館国際高等学校
- 秋田県立角館高等学校
- 秋田県立仁賀保高等学校
- 秋田県立鹿角高等学校
- 秋田県立大館高等学校
- 秋田県立矢島高等学校
- 秋田県立湯沢商工高等学校
- 秋田市立秋田商業高等学校
- 明桜高等学校(秋田県)
- 山形県立露城学園高等学校
- 山形県立上山明新高等学校
- 山形県立涌田光隆高等学校
- 山形県立庄内総合高等学校
- 山形県立鶴岡中央高等学校
- 山形県立南陽高等学校
- 山形県立村山産業高等学校
- 山形県立水沢商業高等学校
- 福島県立楢葉高等学校
- 福島県立会津高等学校
- 福島県立喜多方商業高等学校
- 福島県立郡山商業高等学校
- 福島県立小高商業高等学校
- 福島県立修明高等学校
- 福島県立平商業高等学校
- 福島県立田島高等学校
- 福島県立福島商業高等学校
- 帝京大積高等学校(福島県)
- 福島県立双葉翔陽高等学校

信越・北陸・東海

- 新潟県立国際情報高等学校
- 新潟県立五島高等学校
- 新潟県立佐渡総合高等学校
- 新潟県立新発田商業高等学校
- 新潟県立十日町総合高等学校
- 新潟県立新潟商業高等学校
- 新潟県立新潟中央高等学校
- 新潟県立新井高等学校(新潟県)
- 富山県立魚津工業高等学校
- 富山県立雄山高等学校
- 富山県立小杉高等学校
- 富山県立高岡商業高等学校
- 富山県立山商業高等学校
- 富山県立富山北部高等学校
- 富山県立清川高等学校
- 石川県立金沢商業高等学校
- 石川県立金沢北陵高等学校
- 石川県立小松商業高等学校
- 石川県立鶴来高等学校
- 金沢大学人間社会科学研究科教育学類附属高等学校(石川県)
- 福井県立奥越明成高等学校
- 福井県立勝山高等学校
- 福井県立高志高等学校
- 福井県立若狭高等学校
- 滋賀県立安曇川高等学校
- 滋賀県立吹吹高等学校
- 滋賀県立大津商業高等学校

関東

- 茨城県立下妻蓮華学校
- 清真学園高等学校(茨城県)
- 北浦大学中等教育学校(茨城県)
- 栃木県立宇都宮商業高等学校
- 栃木県立高槻沢高等学校
- 栃木県立栃木農業高等学校
- 栃木県立女子高等学校(栃木県)
- 幸福の科学学園中学校・高等学校(栃木県)
- 文野日本大学中等教育学校(栃木県)
- 文星芸術大学附属高等学校(栃木県)
- 群馬県立安中総合高等学校
- 群馬県立伊勢崎商業高等学校
- 群馬県立勢多農林高等学校
- 群馬県立前志高等学校
- 大田市立商業高等学校(群馬県)
- 群馬学園高等学校(群馬県)
- 日生第一人間社会科学研究科教育学類附属高等学校(群馬県)
- 埼玉県立大宮中央高等学校
- 埼玉県立越谷総合技術高等学校
- 埼玉県立秩父工業科学高等学校
- 埼玉県立伏見高等学校
- 埼玉県立栄北高等学校

近畿

- 滋賀県立安曇川高等学校
- 滋賀県立吹吹高等学校
- 滋賀県立大津商業高等学校

- 山梨県立ひばりが丘高等学校
- 長野県小諸商業高等学校
- 長野県塩尻実業高等学校
- 長野県須坂商業高等学校
- 長野県信濃高等学校
- 長野県野高高等学校
- 長野県中野立志館高等学校
- 長野県長野商業高等学校
- 長野県穂高商業高等学校
- 長野県丸上修産商業高等学校
- 東海大学付属第三高等学校(長野県)
- 松商学園高等学校(長野県)
- 岐阜県立恵那南高等学校
- 岐阜県立大垣工業高等学校
- 岐阜県立大垣美高等学校
- 岐阜県立岐阜各務野高等学校
- 岐阜県立岐阜商業高等学校
- 岐阜県立産業技術専門学校
- 岐阜県立芝田高等学校
- 岐阜県立益田商業高等学校
- 岐阜県立武藏高等学校
- 岐阜市立岐阜商業高等学校
- 関市立関工高等学校(岐阜県)
- 静岡県立新居高等学校
- 静岡県立池新田高等学校
- 静岡県立伊東高等学校城ヶ崎分校
- 静岡県立三宅高等学校
- 静岡県立六甲工業高等学校
- 静岡県立若菜総合高等学校
- 静岡県立清水農業高等学校
- 静岡県立御殿高等学校
- 静岡県立相良高等学校
- 静岡県立静岡中央高等学校
- 静岡県立島田商業高等学校
- 静岡県立根野高等学校
- 静岡県立駿河総合高等学校
- 静岡県立中央特別支援学校
- 静岡県立天竜林業高等学校
- 静岡県立土肥高等学校
- 静岡県立遠江総合高等学校
- 静岡県立沼津商業高等学校
- 静岡県立浜松大平台高等学校
- 静岡県立浜松商業高等学校
- 静岡県立浜松東高等学校
- 静岡県立富岡商業高等学校
- 静岡県立磐田商業高等学校
- 静岡県立富士北高等学校
- 静岡県立吉原高等学校
- 静岡県立商業高等学校
- 静岡県立山田高等学校
- 富士市立高等学校(静岡県)
- 富士市立吉原商業高等学校(静岡県)
- 静岡北中学校・高等学校(静岡県)
- 静岡愛まき高等学校(静岡県)
- 星陵高等学校(静岡県)
- 徳島県立徳島商業高等学校
- 徳島大学付属翔洋高等学校(静岡県)
- 海津中央高等学校(静岡県)
- 愛知県立愛知商業高等学校
- 愛知県立刈谷商業高等学校
- 愛知県立一宮商業高等学校
- 愛知県立犬山高等学校
- 愛知県立岡崎商業高等学校
- 愛知県立岡崎高等学校
- 愛知県立豊橋工業高等学校
- 愛知県立春日井商業高等学校
- 愛知県立蒲郡高等学校
- 愛知県立木曾川高等学校
- 愛知県立吉和高等学校
- 愛知県立国府高等学校
- 愛知県立古知野高等学校
- 愛知県立新城高等学校
- 愛知県立成瀬高等学校
- 愛知県立多岐高等学校
- 愛知県立知立高等学校
- 愛知県立天白高等学校
- 愛知県立豊川工業高等学校
- 愛知県立常滑高等学校
- 愛知県立豊橋工業高等学校
- 愛知県立南陽高等学校
- 愛知県立半田商業高等学校
- 同志社青里中学校・高等学校(大阪府)
- 愛知県立緑丘商業高等学校
- 愛知県立守山高等学校
- 東海大学附属高等学校(愛知県)
- 社友高等学校(愛知県)
- 兵庫県立淡路高等学校
- 兵庫県立伊川谷北高等学校
- 兵庫県立上野ヶ原特別支援学校
- 兵庫県立小野高等学校
- 兵庫県立小野工業高等学校
- 兵庫県立柏原高等学校
- 兵庫県立加古川南高等学校
- 兵庫県立神戸高等学校
- 兵庫県立神戸商業高等学校
- 兵庫県立国際高等学校
- 兵庫県立佐用高等学校
- 兵庫県立篠山産業高等学校
- 三重県立名張高等学校
- 兵庫県立北舞野高等学校
- 兵庫県立志知高等学校
- 山口県立岩国商業高等学校
- 山口県立豊前総合高等学校
- 山口県立長門高等学校
- 山口県立徳山工業高等学校
- 山口県立光丘高等学校

- 滋賀県立大津清陵高等学校
- 滋賀県立国際情報高等学校
- 滋賀県立湖南商業高等学校
- 滋賀県立膳所高等学校
- 滋賀県立長浜北高等学校
- 滋賀県立高根翔陽高等学校
- 滋賀県立日野高等学校
- 滋賀県立八幡商業高等学校
- 滋賀県立八日市高等学校
- 滋賀県立八日市南高等学校
- 立命館山中学校・高等学校(滋賀県)
- 京都府立網野高等学校
- 京都府立大江高等学校
- 京都府立桂川高等学校
- 京都府立木津高等学校
- 京都府立京都すばる高等学校
- 京都府立久美浜高等学校
- 京都府立高岡商業高等学校
- 京都府立東洋商業高等学校
- 京都府立雲津高等学校
- 京都府立山城高等学校
- 京都府立豊学校
- 京都市立須知高等学校
- 京都市立西京高等学校
- 京都市立伏見工業高等学校
- 京都教育大学附属高等学校(京都府)
- 京都地星高等学校(京都府)
- 京都明德高等学校(京都府)
- 長尾台高等学校(京都府)
- 立命館中学校・高等学校(京都府)
- 立命館学治中学校・高等学校(京都府)
- 大阪府立豊岡高等学校
- 大阪府立大冠高等学校
- 大阪府立身延高等学校
- 大阪府立勝山高等学校
- 大阪府立門真西高等学校
- 大阪府立かわち野高等学校
- 大阪府立柴島高等学校
- 大阪府立金剛高等学校
- 大阪府立住吉高等学校
- 大阪府立登美丘高等学校
- 大阪府立産業高等学校
- 大阪府立校岡樟風高等学校
- 大阪府立藤井寺工科高等学校
- 大阪府立布施北高等学校
- 大阪府立布施工科高等学校
- 大阪府立箕面商業高等学校
- 大阪府立箕面高等学校
- 大阪府立美原高等学校
- 大阪府立八尾北高等学校
- 大阪府立山田高等学校
- 大阪市立泉尾工業高等学校
- 大阪市立市岡商業高等学校
- 大阪市立扇形総合高等学校
- 大阪市立大阪ビジネスフロンティア高等学校
- 大阪市立咲くやこの花高等学校
- 大阪市立住吉商業高等学校
- 大阪市立中央高等学校
- 大阪市立鶴見商業高等学校
- 大阪市立天王寺商業高等学校
- 大阪市立西高等学校
- 大阪市立東商業高等学校
- 大阪市立淀商業高等学校
- 堺市立産業高等学校(大阪府)
- 東大阪市立日新高等学校(大阪府)
- 大阪教育大学附属高等学校平野校(大阪府)
- 大阪大学中等教育学校(大阪府)
- 追手門学院大手前・高等学校(大阪府)
- 大阪国際大和田中学校・高等学校(大阪府)
- 大阪東大学附属中学校・高等学校(大阪府)
- 大阪東大学附属高等学校(大阪府)
- 大阪府立東高等学校(大阪府)
- 大阪女子高等学校(大阪府)
- 大阪女子短期大学高等学校(大阪府)
- 近畿大学附属高等学校(大阪府)
- 好文学園女子高等学校(大阪府)
- 樟蔭高等学校(大阪府)
- 精華高等学校(大阪府)
- 清風高等学校(大阪府)
- 千里国際学園中等部・高等部(大阪府)
- 東海大学付属仰光高等学校(大阪府)
- 同志社青里中学校・高等学校(大阪府)
- 八洲学園高等学校(大阪府)
- 兵庫県立芦屋国際中等教育学校
- 兵庫県立北高等学校
- 兵庫県立有馬高等学校
- 兵庫県立淡路高等学校
- 兵庫県立伊川谷北高等学校
- 兵庫県立上野ヶ原特別支援学校
- 兵庫県立小野高等学校
- 兵庫県立小野工業高等学校
- 兵庫県立柏原高等学校
- 兵庫県立加古川南高等学校
- 兵庫県立神戸高等学校
- 兵庫県立神戸商業高等学校
- 兵庫県立国際高等学校
- 兵庫県立佐用高等学校
- 兵庫県立篠山産業高等学校
- 三重県立名張高等学校
- 兵庫県立北舞野高等学校
- 兵庫県立志知高等学校
- 山口県立岩国商業高等学校
- 山口県立豊前総合高等学校
- 山口県立長門高等学校
- 山口県立徳山工業高等学校
- 山口県立光丘高等学校

- 山口県立防府商業高等学校
- 下関市立下関商業高等学校(山口県)
- 梅光学院高等学校・中学校(山口県)

四国

- 徳島県立鳴島商業高等学校
- 徳島県立小松島高等学校
- 徳島県立辻高等学校
- 徳島県立美馬商業高等学校
- 徳島県立吉野川高等学校
- 徳島文理中学校・高等学校(徳島県)
- 香川県立笠田高等学校
- 香川県立坂山商業高等学校
- 香川県立高松商業高等学校
- 英明高等学校(香川県)
- 愛媛県立宇和島商業高等学校(愛媛県)
- 愛媛県立宇和特別支援学校
- 愛媛県立大洲高等学校
- 愛媛県立大洲商業高等学校
- 愛媛県立土居高等学校
- 愛媛県立新居浜商業高等学校
- 愛媛県立新居浜南高等学校
- 愛媛県立北条高等学校
- 愛媛県立松山北高等学校中島分校
- 愛媛県立松山商業高等学校
- 愛媛県立三崎高等学校
- 愛媛県立八幡浜高等学校
- 愛媛県立引高高等学校
- 奈良県立磯城野高等学校
- 奈良県立大法院高等学校
- 奈良県立五條高等学校
- 奈良県立奈良昇陽高等学校
- 奈良県立奈良中等教育学校
- 奈良県立奈良情報商業高等学校
- 奈良県立奈良朱雀高等学校
- 和歌山県立笠田高等学校
- 和歌山県立神島高等学校
- 和歌山県立新宮高等学校
- 和歌山県立新翔高等学校
- 和歌山県立日高高等学校
- 和歌山県立和歌山高等学校
- 和歌山県立和歌山商業高等学校
- 和歌山県立和歌山東高等学校
- 鳥取県立倉吉総合産業高等学校
- 鳥取県立鳥取商業高等学校
- 鳥取県立鳥取養護学校
- 鳥取県立米子工業高等学校
- 鳥取県立雲雲商業高等学校
- 鳥取県立隠岐高等学校
- 鳥取県立隠岐島前高等学校
- 鳥取県立隠岐島実業高等学校
- 鳥取県立佐賀商業高等学校
- 鳥取県立佐賀商業高等学校
- 鳥取県立多気高等学校
- 松江工業高等専門学校(鳥取県)
- 岡山県立江見商業高等学校
- 岡山県立岡山後楽館中学校・高等学校
- 岡山県立鶴見商業高等学校
- 岡山県立岡山東商業高等学校
- 岡山県立北岡商業高等学校
- 岡山県立藤岡田高等学校
- 岡山県立勝山高等学校
- 岡山県立久世高等学校
- 岡山県立倉敷商業高等学校
- 岡山県立倉敷翔羽高等学校
- 岡山県立琴浦高等学校
- 岡山県立瀬戸南高等学校
- 岡山県立高梁高等学校
- 岡山県立高梁城南高等学校
- 岡山県立玉島商業高等学校
- 岡山県立津山商業高等学校
- 岡山県立新見高等学校
- 岡山県立高陽高等学校
- 岡山県立北高高等学校
- 岡山県立和気岡谷高等学校
- 岡山県立井原市立高等学校
- 高梁市立松江高等学校(岡山県)
- 玉野市立玉野商業高等学校(岡山県)
- 岡山縣谷高等学校(岡山県)
- 吉備原学園高等学校(岡山県)
- 広島県立油木高等学校
- 広島県立大崎海星高等学校
- 広島県立尾道商業高等学校
- 広島県立呉商業高等学校
- 広島県立呉三津田高等学校
- 広島県立京留商業高等学校(大分県)
- 広島県立高陽商業高等学校
- 広島県立世羅商業高等学校
- 広島県立総合技術高等学校
- 広島県立戸手高等学校
- 広島県立豊田高等学校
- 広島県立広島観音高等学校
- 広島県立広島商業高等学校
- 広島県立松山商業高等学校
- 広島県立松永高等学校
- 広島県立三次高等学校
- 広島県立三次青陵高等学校
- 広島県立広島工業高等学校
- 三重県立名張高等学校(広島県)
- 広島学院中学校・高等学校(広島県)
- 安田女子高等学校(広島県)
- 山口県立岩国商業高等学校
- 山口県立豊前高等学校
- 山口県立長門高等学校
- 山口県立徳山工業高等学校
- 山口県立光丘高等学校



CONTENTS

- 活用ガイドについて P.1
- 応募要項 P.2
- アイデアについて考えよう P.3

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、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。

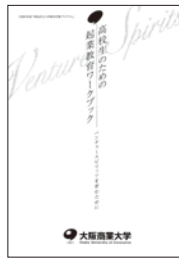
項目	概要	ページ
1 アイディアについて考えよう	どのようにアイデアを考えていくかのヒントです まずは身の回りにあるものから考えましょう	P.3、4
2 ミニワークシート	日常生活から感じる、商品・サービスの「問題点」・「改善案」を考え、整理するためのワークシートです	P.5、6
3 企画書(応募用紙)の書き方	考えたアイデアを実際に企画書にどのように書き進めていくかの手順です	P.7、8
4 過去の実績作品とポイント解説	過去グランプリ作品を掲載し、どの点が評価されたのかを解説しています	P.9~14

【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28年9月1日(木)～平成28年9月28日(水)

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28年9月28日(水)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、大阪府東大阪市、東大阪商工会議所(予定)

「第15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(木)	応募受付スタート
3 9月28日(水)	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17日(土)	最終審査・表彰式

最終審査・表彰式

平成28年12月17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いけません。
- 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手続きをしてください。

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
東大阪商工会議所

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(2014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

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...
- 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	<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、○○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

※ ↓ この欄には何も記入しないでください。
※ ↓ この欄には何も記入しないでください。

第14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 2015年 月 日

ビジネスアイデア名	四季ファニチャー
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</p> <p>などを織り込んでまとめてください</p>
<p>① アイディアの概要 衣類などを入れる家具のアイデアです。日本には四季があり、季節が変わるたびに衣類も整理しなければなりません。今まで使っていた衣類を奥へ、これから着る衣類を前に出します。この作業は大変で面倒くさいですね。そんな煩わしさから解放するために私が考えたアイデアは、引き出しの向きを変えて4方向から入れられるようにしました。写真1のように、引き出しの中は4区画に仕切られているので、各面2シーズンが前にきます。写真2のように 春・夏 / 夏・秋 / 秋・冬 / 冬・春 の4面が使えます。これは、季節の移り変わりで少し寒い、少し暑いときに衣類が取り出しやすくなります。季節は色で表現しています。春=ピンク、夏=ブルー、秋=オレンジ、冬=ホワイトにして、季節が色で直感的にイメージできるようにしています。</p>  <p>写真1</p>	
<p>② アイディアを思いついたキッカケ 季節の変わり目に、衣類を整理している母が「服を入れ替えるのは大変！」と言いながら苦勞していました。そんな母が楽になるようなアイデアはないかと考えたのが今回の「四季ファニチャー」です。この家具があれば季節の変わり目に引き出しを入れ替えるだけで衣替えが完了します。</p>	
<p>③ これまでのものとの違い 類似商品がありました。写真3の「両面タンス」です。この商品は前後に引き出しがついていて、衣替えには家具そのものを反転する使い方でした。しかし、家具を反転する作業は大変だと思います。そこで私は、引き出しのみ向きを変えて4方向から入れる方が結果的に楽になると考えました。その結果常に2シーズンの衣類が取り出せるので、ちょっと寒い、ちょっと暑いといった微妙な変化に対応しやすくなります。引き出しを入れ替えるのが重いのではないかと疑問を持つかもしれませんが、衣類が主体なのでそれほどの重さにはならず、主婦の方でも充分入れ替えが可能ではないかと思えます。</p>  <p>写真3</p>	
<p>④ 商品やサービスなどのイメージ 引き出しに衣類を入れる場合は、写真4のように季節毎に仕分けして入れます。衣替えの季節になったら、写真5のように引き出しの向きを入れ替えて簡単に衣替えができます。各面で、2シーズンの衣類が取り出せるので、ちょっと寒い、ちょっと暑いといった微妙な変化に対応しやすくなります。</p>  <p>写真4</p>  <p>写真5</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。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 「四季ファニチャー」

アイデアの概要 (コンセプトと内容)

概要では、なるべく具体的に、誰が、どこで、どんなときに、どのように使用するのか、またどのような効用やメリットがあるのかをわかりやすく書くことが重要です。また、商品であれば、外見の特長を書くことで、使い方や効用などの具体的なイメージを伝えることができます。

この応募用紙では、具体的な使い方として季節の組み合わせを提示することによって、なぜ2つの季節の衣類を取り出せるようにしているのかという特長的な機能を説明しています。さらに使い方をより具体的にイメージさせるために、季節ごとに異なる色使いという外見の特徴を説明しています。正方形の引き出しを4つに間仕切りし、季節に合わせて引き出しを90度ずつ回転させて入れ替えるだけで、衣替えを完了させるというこのアイデアの特長と使い方がわかります。

アイデアの背景 (思いつきのきっかけ)

背景では、アイデアを思いついたきっかけを説明しますが、きっかけが読み手の共感を得られれば、アイデアに対する理解が深まりますし、概要では説明しきれなかったアイデアの特長をイメージしやすくなります。

このアイデアでは、衣替えの大変さを簡単に解消するという最大の特長をこの背景の部分で端的に説明しています。

既存の類似製品やサービスとの差

類似製品やサービスがないことはアイデアとして非常に斬新であることを示しますが、類似製品やサービスがあるということは、翻って自分のアイデアがいかに優れているかを示すチャンスでもあるととらえられるでしょう。

このアイデアでは、同じ狙いの類似商品と比較することで、簡単に季節の入れ替えができること、また気温や天候に柔軟に対応できる2つの季節を選択できることというこのアイデアの優位性を再度提示しています。

残された問題点

このアイデアのような使い勝手や収納などを特長とする商品は、商品の大きさや重さを明確にすることで、より説得力が増します。また、このアイデアのように、特殊な機械や機構などを使わないような商品の場合は、どのような素材を用いるかを明記することによっても、大きさや重さ、さらに予想されるコストや値段までもイメージは膨らみます。

さらに発展的な使い方を提示することができれば、アイデアの魅力を最大限に表現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②

企画書例
2

※ ↓ この欄には何も記入しないでください。
※ ↓ この欄には何も記入しないでください。

第14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 2015年 月 日

ビジネスアイデア名	Ladle change (レイドル チェンジ)
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 アイディアの概要 おたま1つで、具材だけを取ったり、スープだけを取ったり あくを取ることが出来る万能おたま。 元は穴が開いていて具材が取れ、スライドをひとつ動かすと あくが取れ、ふたつ動かすと スープも取れるおたまになる。 スライドの部分は、金筒のふちに引っかけることができます。</p>	
<p>② アイディアを思いついたキッカケ 金筒を食べる時に、いくつものおたまを使い分けるのに手間が かかってしまうのでその手間を省く為に1つのおたまで具やスープ あくが取れると便利だと思いました。</p>	
<p>③ これまでのものとの違い このLadle changeを使えばスライドだけで万能なおたまに なるので、いくつもの道具を使い分けることがなくなります。 キッチンでも場所を取ることがなくなります。</p>	
<p>④ デザイン図 イメージ図</p> <p>• 左の図のようなものが おたまに内蔵されています あしと穴があかなくなるもので 半分におかれています</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。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 「Ladle change (レイドル チェンジ)」

アイデアの概要 (コンセプトと内容)

このアイデアは、台所で誰でも見かけるレードル(たま杓子)という調理器具に着眼しています。レードルは普段、いろんなサイズや材質のものが用いられ、なかには独特なデザイン性で注目されるものもあります。本アイデアにおいては材質やデザインではなく、レードルが持つ機能に焦点を当てています。たとえば鍋料理などで灰汁をとったり、具だけをすくったり、食材をかき混ぜるなど普段複数のレードルを使い分ける場面において、一つのレードルに多様な機能を持たせ、使い分けることを可能にしました。レードルの機能に幅をもたせたのがこのアイデアの面白いところです。

アイデアの背景 (思いつきのきっかけ)

料理には欠かせないレードルとはいえ、台所という限られたスペースに複数備えておくとかさばってしまいます。その理由は、なんといっても一つのレードルは使用目的が限定されているからです。考案者はそこに注目し、幾つかの機能(すくう、混ぜる、とるなど)を兼ね合わせています。

既存の類似製品やサービスとの差

今日の台所で使われているのは主に単純機能に特化したレードルであり、類似製品は見当たりません。また様々な機能を持つ形状のコンポ(入れ替え部品)開発によって、新たな機能や商品の提供も期待できます。

残された問題点

製造面において、技術的に実現可能であっても新規製品としての市場性が限られる場合も少なくありません。複数機能を持たせたレードルが世に存在しなかったことは、ユーザーがそのニーズに気付いていないかあるいはそこまで必要としていないからでしょう。

また日常的に用いる調理用具には、衛生面の配慮やデザイン面の工夫なども加わると説得力が増します。

4 過去の受賞作品とポイント解説③

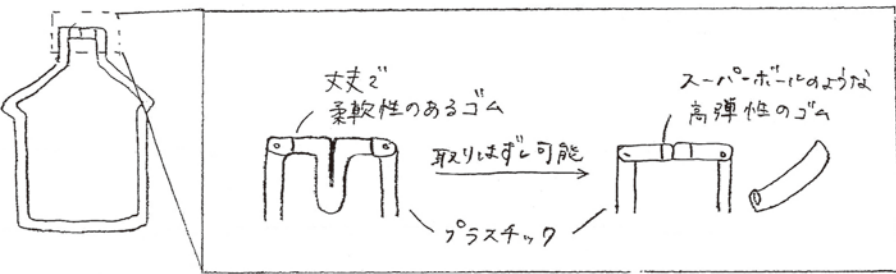
企画書例 3

※ ↓ この欄には何も記入しないでください。
際して応募者フェイスシートと応募用紙の太枠内は必ずご記入ください。

※ ↓ この欄には何も記入しないでください

第14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 2015年 月 日

ビジネスアイデア名	ラクドリー
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低身長の人、洗濯をするのが億劫な人のための洗濯が楽になるハンガー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本体の両脇を持って、押し引きして使用します。簡単な動作なため、子どもでも楽しく家事のお手伝いができます。 ・腕を高く上げずに済むため、肩こりや仕事疲れの人でも楽に洗濯物を干したり取り入れたりすることができます。 ・本体、取り外し可能のゴム が別売りで、色がそれぞれ 22 色(ピンク、赤、オレンジ、黄色、黄緑、緑、水色、青、紫+それぞれの乳白色+黒、白、グレー、茶色)ずつあり、自分好みの配色にして洗濯を楽しくすることができます。また、ゴムは長く使うと劣化してしまうので、商品を買いつけてもらい、利益を生み続けることが可能です。  <p>②私は身長が低いので、背伸びをしながら精一杯手を伸ばさないと竿まで手が届きません。そのため、いつも洗濯物を干したりするとき、もっと楽に洗濯ができればいいのになと思っていたので、この商品を考えました。</p> <p>③・洗濯ばさみを用いれば、本体下部にズボンや靴下などを干すこともできます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本体の両脇に突起をつけることで、袖にしわがでにくくなるようにしています ・本体中央から下部は、洗濯物を取り入れしりする際の負担軽減や、ななめ風などによってできるシワ対策のために、四角形のような形になっています。

《 注意事項 》 応募は、本紙またはコピーを使用してください。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 「ラクドリー」

アイデアの概要(コンセプトと内容)

このアイデアは、洗濯をする際に使用するハンガーについて、家事がもっと楽しく、便利になるよう、新たな提案がなされています。身長が低い人や子どもでも簡単に洗濯物を干すことができるように、従来の一般的なハンガーより形状や素材に拘っています。

アイデアの背景(思いつきのきっかけ)

このアイデアは、考案者自身の洗濯物を干しづらいという実体験から、低身長な人も簡単に干せるハンガーが欲しいという思いで考案されています。ハンガーは、誰もが日常的に利用するものですから、様々な視点から不満や不便を感じている人は多く存在すると思われ、非常に共感の持てるテーマです。

既存の類似製品やサービスとの差

既存のハンガーと違い、長い形状によってシワになりにくだけでなく、また別のものが干せるなど、新たなハンガーとしての利用ができるよう提案がなされています。既存の商品と差別化を図り、提案したアイデア商品に対して更にメリットを加えることで、市場の需要も大きく増すと期待が膨らみます。

残された問題点

このアイデアは、実体験に基づいて新たな商品の提案がなされており、記入の要点をよく押さえて書かれています。しかし、改善点もいくつかあります。例えば、コスト面(生産コストや販売価格など)や、技術面(重要な上部の詳しい技術的に可能な仕組み)などの説明です。身近な製品であり、アイデアもシンプルですから、細かく説明することで誰もがイメージしやすくなり、商品化に向けての可能性は一気に上がるでしょう。