

## ②第1分科会

### 起業教育ワークショップ

「全国高等学校ビジネスアイデア甲子園」の活用

大阪商業大学 総合経営学部 商学科

助教 岡田 孝浩 (起業教育委員)

第1分科会では、「全国高等学校ビジネスアイデア甲子園の活用」をテーマに、3部構成でお時間を共有させていただきました。応募の基になるアイデア創出のポイントや着眼点について整理をしました。さらに、受賞作品に共通する要素である「Happy Surprise!(うれしい驚き)」の醸成についても考察しました。



(写真) 第1分科会のワークショップ

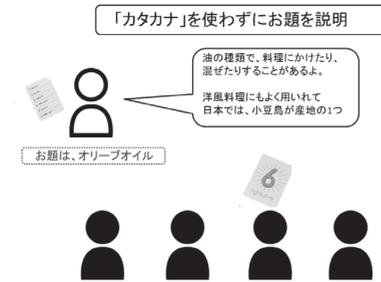
### 1) 発想・イメージを伝えてみる!

実際の企業における製品開発では、オリジナリティ溢れる着眼点から、消費者に支持される製品開発を行っています。企業における製品企画は、単に製品を市場投入することで完結するのではなく、製造段階から生産計画(在庫管理)を行い、在庫リスクを少なくし、在庫をゼロになるまでの「プロダクト・ライフサイクル<sup>(※1)</sup>」を意識した製品開発に取り組んでいます。

企画開発者の自身の発想を「相手に伝え」・「理解してもらう」というプロセスを必要とします。そこで、その「想いを伝える」という体験を「カタカナナシ」というカードゲームを用いてグループでPractice(実践)を行い、伝えることの「難しさ」を体感いただきました。このことは、発信者にとっては、「整理する」・「相応しい文言を選定する」・「発想や視点を変える」ことなどが必要になります。さらに、プレゼンテーション技法にも活用が可能であり、受ける側は、傾聴の実践的な学びにも活用可能になります。カードを用いたゲームから、実感的に発想を豊かにする体感を行いました。

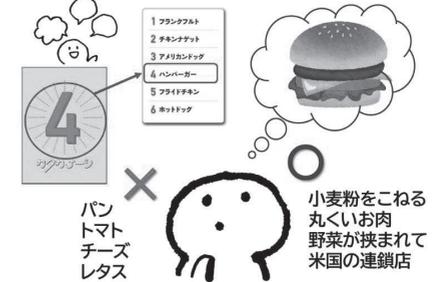
(※1)「PLC:Product Life Cycle」:製品が市場に投入されてから衰退するまでの推移を、4段階(導入期・成長期・成熟期・衰退期)に分けて捉えた理論のこと。

### 1)発想・イメージを伝えてみる!



(図1)「カタカナナシ」発想イメージ①

### イメージを「伝える!」ことを体感しましょう!



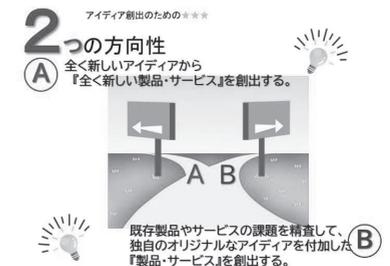
(図2)「カタカナナシ」発想イメージ②

### 2) アイデア創出の着想点をみる!

アイデアの創出には、大きく分類して「2つの方向性」があります。それは、(A) 全く新しいアイデアの創出です。『現代の世の中に、全く存在しない、新製品・サービス・事業』を創出する方法。(B) 現在の市場にある既存「製品・サービス・事業」の課題を精査して、消費者の不満や要望をサーベイする。そして、独自のアイデアを付加した「製品・サービス・事業」に改良開発をすることで、新たな価値を創出する方法になります。双方とも消費者に支持される「あったらいいな!?!」という「ニーズ(Needs) / 必要性」や「ウオント(Wants) / 欲求」が、具現化され製品化に反映されています。ビジネスアイデア甲子園のアイデア創出の1つの方法として、消費者に伝えていく際に、「どのような顧客にどのような価値を提案し、どのような媒体や経路を用いて、情報を消費者に提供し、収益を上げていくか」という視点が必要です。そこで、実際の企業が見極めるツールとして用いている「ビジネスモデル・キャンバス<sup>(※2)</sup>」のフレームワークから事例を考察しました。

### ≪9個の要素≫

- ①顧客セグメント (CS: Customer Segments)
- ②価値提案 (VP: Value Propositions)
- ③チャネル (CH: Channels)
- ④顧客との関係 (CR: Customer Relationships)



(図3) アイデア創出のための2つの方向性

⑤収益の流れ

(RS : Revenue Streams)

⑥リソース

(KR : Key Resources)

⑦主要活動

(KA : Key Activities)

⑧パートナー

(KP : Key Partners)

⑨コスト構造

(CS : Cost Structure)

上記の「9個の要素から“顧客ニーズ”に合った新しい製品・サービス・事業を考察し、関係者と共有できる」分析ツールになります。さらに、競合他社のビジネスモデルを分析することも可能になります。



(図4) ビジネスモデル・キャンバス①



(図5) ビジネスモデル・キャンバス②

(出所：図4・図5)「ジェネレーションビジネスモデル」(2012) 翔泳社を基に報告者が独自に作成

(※2)「BMC : Business Model Canvas」: どのように価値を創造し、顧客に届けるかを論理的に記述したフレームワークのこと。

3)「全国高等学校ビジネスアイデア甲子園」の過去入賞作品の検証しよう。

『全国高等学校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。

毎年、とても素晴らしいアイデアをお寄せいただいています。昨年度の入賞作品(グランプリ・準グランプリ)を基に、高校生ならではの発想から生まれたアイデアの「素晴らしいさ」について検証しました。アイデアのイメージを具体的に可視化(見える化)させることの難しさを確認し、アイデアに盛り込まれた「Happy Surprise! (うれしい驚き)」を探究しました。また、「活用ガイド」を基に、応募用紙の必要な項目や要項の整理を行いました。



(図6) 活用ガイド

3)「全国高等学校ビジネスアイデア甲子園」のご案内(概要)



(図7) 特色の1つとして

参考文献

- ・幻冬舎エデュケーション「カタカナナーシ」(2019) 幻冬舎
- ・アレックス・オスターワルダー、イヴ・ピニユール「ジェネレーションビジネスモデル」(2012) 翔泳社

◀最終閲覧日：2025年3月1日▶

- ・全国高等学校ビジネスアイデア甲子園「過去の入賞作品」

[https://ouc.daishodai.ac.jp/general/est\\_training/business\\_idea/](https://ouc.daishodai.ac.jp/general/est_training/business_idea/)

