

第22回

大商大ビジネス・アイデアコンテスト

まるわかりブック

[2024年度版]

これを読めばビジコンがわかる!

商

推し

そのアイデアを
解き放て!

CONTENTS

コンテストについて／コンテストで経験できること	1
スケジュール	2

1

応募方法

応募要項	3
manabaでの応募方法	5

2

課題テーマ

自由部門	9
企業部門 課題A	10
課題B	11
課題C	12

3

入賞作品の企画書例

企画書例①②③	13
---------	----

4

企画書を書こう

- 👉 企画書を書く前に（準備）
- 👉 企画書の書き方（ポイント）
- 👉 企画書に書いてみる
- 👉 アイディアを考えてみよう
- 👉 アイディアをまとめてみよう（商品アイデア編）
- 👉 アイディアをまとめてみよう（サービスアイデア編）
- 👉 企画書（練習用）

5

前回コンテスト結果（応募学生の声）

セミファイナル・ステージ発表者 アイディア	31
セミファイナル・ステージ発表者 体験談	32
ファイナル・ステージ結果	33
ファイナリスト アイディアパネル	34

6

商品化

アイデアがかたちに	35
-----------	----

すぐわかる 大商大ビジネス・アイデアコンテスト

コンテストについて



「大商大ビジネス・アイデアコンテスト」は、本学の学部生・大学院生を対象として2003年度から毎年実施している歴史あるイベントで、これまでのアイデア応募総数は、**1万5千件**以上にもなります。新たな商品やサービスを考えるコンテストで、2つの部門（①自由部門 ②企業部門）に分けて募集しています。

①自由部門

- 生活をより便利に、快適にする今までにない商品のアイデア
- 新しいサービス及びシステムについての独自のアイデア

②企業部門

企業から提供された課題に答えるアイデア

コンテストで経験できること



①自分のアイデアをまとめる力



自分の考えを書き出して、相手に伝わるように整理することは大切です。レポート作成や試験などでも今後必要な能力です。

②プレゼン能力



審査でプレゼンを経験することで、授業での発表も楽しくなります。

③自信



応募したアイデアが審査を通過したり、人前で発表することで自信につながります！

④ガクチカ



就活ではエントリーシートや面接で必ず聞かれる「大学時代に力を入れたこと」の1つとして活用できます。

⑤思い出



頑張って考えたアイデアや何度も練習を重ねたプレゼン経験は大学時代の思い出になること間違いありません！

スケジュール



応募要項

■ 応募資格

大阪商業大学の学部生と同大学院生

* 審査期間を含めて個人での活動(応募)に限ります。複数件の応募可。

コンテストの情報は
ここから確認できます。

■ 募集するアイデア

一般消費者の生活に関連する商品・サービス及びニュービジネスについてのアイデア

* 過去に応募したアイデアは応募できません。



■ 応募部門 * 同一アイデアを①②両方に応募することはできません。

①自由部門／自由な発想で考えられたアイデア

②企業部門／企業から提供された課題※1に応えるアイデア

【課題A】「暮らしや生活の便利グッズ」 スマイルキッズ(株)

【課題B】「日常生活で出会う『ちょっとした困った』を安全に楽しんで使える商品」

マツダ紙工業(株) & 東大阪市異業種交流グループ 創遊夢

【課題C】「SNSなどネットを活用したスーパーマーケットの新たなビジネス展開」(株)万代

※1 詳細は本学HP「大商大ビジネス・アイデアコンテスト」→「応募要項」→「企業部門について」をご覧ください。

https://ouc.daishodai.ac.jp/faculty/business_idea/

■ 応募方法

スマートフォンやパソコンからmanabaのアンケート「大商大ビジネス・アイデアコンテスト応募用紙」に回答する形で応募情報を入力し、応募します。

* 上記以外の方法での応募は受け付けていません。

* 授業(講義・ゼミ等)の課題として応募する場合は担当教員の指示をよく確認してください。

■ 応募期間

2024年6月1日(土)9時～6月28日(金)18時まで【時間厳守】

* 締め切り後の提出(再提出や「提出ボタン」の押し忘れ等の操作未完了含む)は受け付けられませんので、時間に余裕を持って応募してください。

・授業(講義・ゼミ等)で別途締め切り日等の指定がある場合は、担当教員の指示に従ってください。

・授業(講義・ゼミ等)の課題で期限内に提出できなかった場合は、担当教員に直接相談してください。

・授業(講義・ゼミ等)の課題として出題した教員名のチェックもれや誤りがあった場合は、課題の提出に反映されないことがあります。時間割等で担当教員名をきちんと確認してチェックをつけてください。

◆説明会①(全体説明会)

コンテストに応募するための基本的な知識やコンテストの魅力をお伝えします。

■ 5月9日(木) 12:30～12:50



◆説明会②(企業部門説明会)

課題の内容やポイントについて直接企業から説明を受けられます。

■ 5月14日(火) 12:20～12:50

○ 暮らしや生活の便利グッズ

スマイルキッズ株式会社



■ 5月15日(水) 12:20～12:50

○ 日常生活で出会う「ちょっとした困った」を安全に楽しんで使える商品

マツダ紙工業株式会社 & 東大阪市異業種交流グループ 創遊夢



■ 5月16日(木) 12:20～12:50

○ SNSなどネットを活用したスーパーマーケットの新たなビジネス展開
株式会社万代



※開催場所等は決まり次第、S-Navi! およびmanabaでお知らせします。

5月上・中旬



■ **審査の流れ** *開催方法や日程等に変更がある場合は、S-Navi!やmanabaコースで連絡します。

〈ファースト・ステージ審査〉

- 応募書類に基づく書類審査
- ファースト・ステージ通過者の学籍番号を7/23(火)にS-Navi!の掲示板「その他」の項目で発表します。
- ・**ファースト・ステージ通過者を対象にしたmanabaの「ビジネス・アイデアコンテスト セミファイナル・ステージ」コースを開設します。**
- ・**セミファイナル・ステージ審査に関する情報は、このコースを通じてお知らせします。**

9月3日(火)
9月6日(金)

ブラッシュアップ講座(プレゼン道場)

対象者：ファースト・ステージ通過者は必ず2日間参加してください。
内 容：セミファイナル・ステージ審査に向けて、プレゼンテーションの方法を学ぶ講座です。



9月12日(木)

セミファイナル・ステージ審査 2分間の口頭発表審査



- * セミファイナル・ステージ審査では、よりアイデアの特徴を詳しく伝えてもらうために、
①「アイデアを説明する図・イラスト(試作品でもよい)」と②発表原稿の提出が必要になります。
- セミファイナル・ステージ審査通過者には後日、電話にて審査結果を連絡します。
- * ファイナル・ステージ審査についての説明会を9/19(木)午前中に開催しますので必ず参加してください。

10月26日(土)

ファイナル・ステージプレゼンテーション&表彰式
7分間のプレゼンテーションを実施します。

■ **表彰**

- 学長賞【1名】…賞金50,000円+副賞(ビジネス研修旅行)
- 副学長賞【1名】…賞金40,000円+副賞(ビジネス研修旅行)
- 東大阪商工会議所会頭賞【1名】…賞金30,000円+副賞(ビジネス研修旅行)
- NPO法人東大阪地域活性化支援機構理事長賞【1名】…賞金30,000円+副賞(ビジネス研修旅行)
- 優秀賞【若干名】…賞金10,000円
- 企業賞【若干名】…図書カード5,000円分
- 入選【セミファイナル・ステージ発表者】…賞状(セミファイナル・ステージ審査日にお渡しします)



■ **注意事項**

- 応募するアイデアは必ず内容をメモアプリ等に保存してください。
- 応募作品は未発表のものに限ります。応募前に類似のアイデアがないかインターネット等で調べてください。
- 応募資格等の違反、アイデアの盗用など、不正が発覚した場合は受賞・応募を取り消します。
- 受賞作品については受賞者名、作品の名称および概要等を公表します。
- プレゼンテーションは一般に公開されますので、特に秘密を要するものについては応募者自身が注意してください。
- 知的財産権等権利化の必要が生じた場合は、別途協議します。
- 審査結果についての個別の問い合わせには応じることはできません。

■ **審査基準**

- 市場性・実現可能性 ○新規性・独創性 ○アイデアのおもしろさ

- 主催 大阪商業大学
- 後援 大阪府、日本政策金融公庫、東大阪商工会議所、NPO法人東大阪地域活性化支援機構
- 課題提供企業 スマイルキッズ株式会社、マツダ紙工業株式会社&東大阪市異業種交流グループ創遊夢、株式会社万代

* 授業に関する質問は担当の教員にお問合せください。
* アイデアの内容に関する相談は受け付けておりません。

大商大ビジネス・アイデアコンテスト manaba での応募方法について

応募方法は manaba コースのアンケートに回答することによる応募とします。

なお、このアンケート以外の方法での応募は受け付けておりません。

応募を考えている皆さんは、このページの説明をよく読んでください。



お願い

1. 応募にあたり、「応募要項」をよく読んでください。
2. **万一のデータ破損の危険に備えて、応募したアイデアについて、必ず内容をメモアプリ等で、自身の手元に保存しておいてください。**
3. イラストや図解を添付する際には、写真の画質を高画質にしてアップしてください(撮影した画像が見やすいものかどうか確認してからアップしてください)。
4. manaba のアンケート画面で考えながら入力していると接続が切れたり、誤操作で入力内容が消えてしまうリスクがあります。**事前に入力内容をメモアプリ等に作成しておき、それを応募フォームにコピペする方法を強くおすすめします。**

応募フォームの場所について

manaba の「ビジネス・アイデアコンテスト ファースト・ステージ」コースのアンケートに応募フォームを用意しています。そちらから応募してください。

※授業(講義・ゼミ等)の課題として提出する場合は、担当教員の指示に従って応募してください。

応募フォーム

- 1 つの応募フォームには 1 件のアイデアしか応募できません。
- 複数のアイデアを応募する場合は、**応募件数に合わせて「1 件目用」の応募フォームから順番に 2 件目用、3 件目用、4 件目用のフォームを使って応募してください。**
- ※5 件目以上の応募を考えている方は総合交流支援課へお問い合わせいただくか、「ビジネス・アイデアコンテスト ファースト・ステージ」コースの掲示板でご相談ください。

応募の仕方

応募フォームの最初に説明と注意事項があります。よく読んで応募項目を入力してください。

以下の**すべての項目を入力しないと応募が完了しません。**

文字入力欄には記号や絵文字の利用はしないでください。

- 応募部門(自由部門・企業部門 課題 A・企業部門 課題 B・企業部門 課題 C)
- アイディアの名称
- アイディアの概要
- ビジネスのイメージ
- アイディアのポイント①市場性・実現可能性
- アイディアのポイント②新規性・独創性
- アイディアのポイント③アイデアのおもしろさ

このうち、「ビジネスのイメージ」では、文章での説明だけでなく、描いた図やイラストを添付(提出)することができます(詳細は、応募フォーム中の「補足 1・2」と「画像アップロード時の注意事項」を確認してください)。

- ・図やイラストがあると審査員にアイデアのイメージが伝わりやすくなります。
- ・図やイラストを添付する場合は **jpg または pdf の拡張子で保存されたファイル(画像)を 1 つ添付してください。**
※jpg または pdf の拡張子以外の図やイラストを添付した場合、ファイルの内容が確認できず、アイデアの情報がうまく伝わらない場合がありますので注意してください。
- ・PowerPoint の複数枚のスライドの添付は禁止します。1 ページ分を PDF 化したものに限りです。

● 授業担当教員名

授業(講義・ゼミ等)の課題として提出する場合は、担当教員名を選択してください。一覧に名前がない場合は、入力欄に担当教員の名前を入力してください。
担当教員の指示に従い回答してください。

正しく選択や入力されていない場合は、授業(講義・ゼミ等)の課題として提出したと認められない場合があります。時間割で担当教員名を調べてから選択・入力してください。

応募方法に関する質問受付について

「ビジネス・アイデアコンテスト ファースト・ステージ」コースの掲示板に**応募方法に関する質問**を受け付ける掲示板を用意しています。

不明な点があれば、そちらからお問い合わせください(締め切り直前の掲示板での問い合わせの場合、締め切り時間までに回答が間に合わない場合があります。時間に余裕を持って質問してください)。

なお、アイデアの内容に関する質問には回答しませんのでご注意ください。

また、**掲示板はすべての学生が確認できますので、書き込む内容には注意してください。**

特に、個人情報や、マナーに反した書き込みをしないようご注意ください。

最後に

必ず確認画面で「提出」ボタンを押すことを忘れないでください。

なお、応募締め切りまでは、再提出が可能ですので、修正できます。

〈注意事項〉

・コンテストに関する情報は随時 S-Navi!の掲示板や manaba の「ビジネス・アイデアコンテストファースト・ステージ」コースで配信しますので、確認してください。

・コンテストに関する基本的な情報は、本学 HP から確認できます。

応募に関すること(応募要項) : https://ouc.daishodai.ac.jp/faculty/business_idea/recruitment/

コンテスト全般 : https://ouc.daishodai.ac.jp/faculty/business_idea/

〈問い合わせ〉

応募に関してのお問合せは、総合交流支援課(リアクト南館 1 階事務室)で受け付けています。



※授業に関する質問は担当の教員にお問合せください。

※アイデアの内容に関する相談は受け付けておりません。

応募情報入力画面

* 応募画面は過去のもので、実際とは異なる部分がありますので、詳細は今年の応募フォームで確認してください。

* 今年の応募フォームは6月1日(土)の公開を予定しています。

《スタート直後の画面:注意事項説明部分》

大商大ビジネス・アイデアコンテストへ応募する方のみ回答(入力)してください。

|(応募に当たってのお願い)

- ①応募にあたり、応募要項をよく読んでください。
⇒ [応募要項2023へのリンク](#)
- ②記入内容をあらかじめメモアプリ等に用意しておくことを推奨します。アイデアの内容を整理することにもつながり、結果としてアイデアが評価されやすくなります。
- ③**万一のデータ破損リスクに備えて、応募アイデアは、自身のスマホのメモアプリ等に保存しておいてください。**

|(記入時の注意)

- ①高い評価を得るためにも、アイデアの特徴や優位性が伝わるように、丁寧に説明することをおすすめします。
- ②「ビジネスのイメージ」については、図やイラストを添付できますが1枚(1ページ)のみとします。
複数枚のスライド資料は受け付けておりませんのでご注意ください。

手書きで作成したものの**写真を添付する際には「高画質」でアップロード**するようにしてください。

なお、スマホで写真を撮影する際には、カメラの設定を「互換性優先」にしてから撮影してください。

以上を確認していただいたら、次ページの応募フォームに進んでください。

《応募内容入力画面》

ビジネス・アイデアコンテストの応募フォームです。各項目に入力すると応募できます。

応募部門を選択してください。(選択必須)

1.1

1. 自由部門
2. 企業部門(課題A) (暮らしや生活の便利グッズ)
3. 企業部門(課題B) (一人暮らしの脱プラスチック商品をエコなダンボールで開発)
4. 企業部門(課題C) (日常生活で出会う「ちょっとした困った」を安全に楽しんで使える商品)

(参考) 企業部門の課題についての情報



企業部門課題A

SubjectA.pdf - 2023-04-26 13:30:13



企業部門課題B

SubjectB.pdf - 2023-04-26 13:30:33



企業部門課題C

SubjectC.pdf - 2023-04-26 13:30:48

アイデアの名称(入力必須)

1.2

アイデアの概要(アイデアの全体像がわかるように具体的に説明していきましょう)

(入力必須)

(文字による説明: 300字以上推奨)

1.3

0文字

アイデアのポイント①市場性・実現可能性
(購入する人はどんな層の人か? 採算の見込みがあるか?)

(100字以上推奨)

(入力必須)

1.6

0文字

アイデアのポイント②新規性・独創性
(他にない新しいアイデアか? 類似商品・サービスとの明確な違いが示されているか?)

(100字以上推奨)

(入力必須)

1.7

0文字

アイデアのポイント③アイデアのおもしろさ
(このアイデアの重要なポイントや魅力はどのようなものか?)

(100字以上推奨)

(入力必須)

1.8

0文字

ビジネスのイメージ(ビジネスの流れや全体像、商品の形やデザインについて自由に記入してください)

(補足1) アップロードする画像(図やイラスト)と、文章入力による説明は併用できます。

(補足2) アップロードする画像の中に説明文が書かれている場合は、文章入力での説明を省略することもできます。その場合、画像の中の説明文が明確に判読できるか、事前に確認しておきましょう。

画像アップロード時の注意事項

図やイラストはjpgまたはpdfの拡張子で保存されたファイルを1つ添付してください。

※写真の設定を「互換性優先」に変更してから撮影するとjpg形式になります。

※PowerPoint等、複数枚の画像の添付は認めていません。審査情報から除外しますのでご注意ください。

画像アップロードは「ファイルを選択」ボタンをクリックして添付する画像ファイルを選択してください。

1.4 選択されていません

文による説明は、以下の入力欄に記入してください。

1.5

0文字

講義・ゼミの課題として応募される方は、以下の項目にも回答してください。

課題として課された科目の担当教員名が以下の一覧にあれば該当する教員名を選択してください(複数選択可)。

1.9

1. 太田 一樹
2. 加藤 司
3. 北室 康一
4. 金 度測
5. 桑野 博行
6. 小林 俊和
7. 孫 飛舟
8. 柴田 孝
9. 崔 圭皓
10. 中嶋 貴子
11. 林 幸治
12. 南方 建明
13. 村上 義昭

一覧にない場合は、次の入力欄に担当教員名をフルネームでお書きください。

1.10

入力欄は以上です。
最後の「提出」ボタンを忘れずに押してください。




自由部門について


募集
テーマ

- ・生活をより便利に、快適にする
今までにない商品のアイデア
- ・新しいサービスおよびシステムに
ついての独自のアイデア



企業部門について

 企業部門へ応募する場合は、各企業の課題内容を確認の上、アイデアを考えてください。

 次のページに、企業の課題内容、自社商品の紹介、求めるアイデアについて説明がされていますので必ず読んでください。

注意事項

1. 課題についての質問は、総合交流支援課へ問い合わせください。
直接企業への問い合わせは行わないでください。
2. 企業部門へ応募する際は、各課題のテーマに加えて「アイデア(提案)のポイント」に述べられている事項も考慮してアイデアをまとめるようにしましょう。

課題 A

暮らしや生活の便利グッズ

商品アイデアを、足し算引き算で考えてみてください。
モノの機能を増やす足し算。モノの機能を減らす引き算で商品アイデアを考えてみてください。

企業コンセプト



スマイルキッズ株式会社

プラスチック・電化製品の企画、製造、販売等を行う会社です

「アイデアを暮らしに活かしてみんなでハッピーになろう。」



<http://www.smile-asahi.co.jp>

(「旭電機化成株式会社」or「スマイルキッズ」で検索)

【弊社の商品の販売販路】

皆さんが考えた商品が採用され、商品化されたら、アマゾンなどの通販・生協などで販売しようと思います。

価格は、1,000円～3,000円ぐらいのものを考えてください。

【アイデアのポイント】

世の中には、機能を増やした足し算商品（消しゴム付き鉛筆、カラオケ付きマイクなど）既存品より形や容量、数量を大きくした足し算商品（特盛カップ麺、キングサイズベッドなど）既存品の形を小さくしたり、数を減らした引き算商品（折り畳み傘、一人用鍋つゆなど）があります。形を大きくしたり、小さくしたり、機能を増やしたり減らして新しい商品を考えてみて下さい。

【アイデアグッズの例】

① 足し算商品

ルーペ+マグネット
冷蔵庫などにピタッと
ついて探しやすい。
いつでも使える便利な商品。



② 足し算商品

トンゴ+容器で
取り箸いらず、
洗う手間いらずの
食品保存容器。



③ 引き算商品

光だけで臭い・煙を
引き算した乾電池式
ろうそく・線香。



課題 B

日常生活で出会う 「ちょっとした困った」を安全に楽しんで使える商品

自分自身や身近にいるお年寄り、からだの不自由な方、小さな子どもが出会う日常生活の小さな不便や課題を遊び心のあるアイデアで解決できる商品を募集します。

企業コンセプト及びグループコンセプト

マツダ紙工業株式会社

東大阪で段ボール製品や紙器の製造をしている会社です。

弊社では「**家族に笑顔 ほっこりした家庭を**」をコンセプトに、段ボールを使用したエコな商品開発を行っています。

創遊夢

東大阪市異業種交流グループ創遊夢

金属加工・試作・金型・ビニール加工・パッケージ・シルク印刷・食品など多種多様なものづくり集団です。

東大阪市異業種交流グループ『創遊夢(ソユーム)』は、「**遊び心を持ってアイデアを出し合い、独創的な商品を作り出し、夢の実現を目指す**」をコンセプトに、東大阪市が異業種連携でものづくりを進める集団です。

【アイデアのポイント】

自分自身や身近にいるお年寄り、からだの不自由な方、小さな子どもが出会う日常生活の小さな不便や課題を、遊び心のあるアイデアで解決できる商品をSDGsの観点も視野に入れて考えてください。

ターゲット層、価格、販売場所も考えてください。

【商品例】

「クラストカッター」は食育の観点で子どもにも、安全に楽しんで使える商品として開発されました。
食パンを焼く前に耳に切れ目を数カ所入れることで耳までサクサクに焼け、バターやジャムなどの味も染み込みやすくなる商品です。



SNSなどネットを活用した スーパーマーケットの新たなビジネス展開

SNSなどインターネットを使ってこんなことをすれば買い物が更に楽しくなり、シナジーが得られるのではという新しいビジネス展開を提案してください。

企業コンセプト

株式会社 万代

「もっと便利に、もっとおトクに！」

<https://www.mandai-net.co.jp/>

株式会社 万代におけるネットを活用した既存サービス

■ ネット宅配事業

事業概要：スマホ、パソコンなどで24時間注文、ご自宅に商品をお届けサービス

■ 万代アプリ

事業概要：mandai payによるスマホ決済やポイント付与、クーポン情報などを提供



毎月1日の
月の市
の特売品!

毎週火曜日の広告や
大感謝祭
の特売品!

toilet paper

広告品も並ばないで前日から注文できます!
(広告品で一部取り扱いの無い商品がございます。)

**食料品・冷蔵商品・冷凍商品・
お米等 重量物も配達**

- ネット宅配会員限定お買い得商品を用意しています。
- 一日の配達受付件数が上限に達した場合は、当日の注文は出来なくなります。

ネット宅配



万代アプリは
便利な機能が盛りだくさん!

- ポイントカードとして使える
- mandai pay連携でスマホ決済
- いつでも見られるデジタルチラシ
- 役立つお知らせ
- おトクなクーポンがもらえる
- アンケート機能も

【アイデア（提案）のポイント】

- ・ 消費者目線で、新しい発想、新しい創造を期待しています。
- ・ 日本一買い物に行きたい店舗（ファン層の増加）を目指してどんなビジネスが考えられるか。

以上のポイントで幅広い提案をお願いします。

- ①この書類での応募やこの書類全体を写真に撮った画像を添付しての応募はできません。
- ②企業部門へ応募する学生は、本学HPの「企業部門について」の内容を確認して応募してください。
- ③自由部門と企業部門にそれぞれ同じアイデアを応募することはできません。
- ④「4ビジネスのイメージ」のみ写真に撮って、マナビコースの応募フォームに添付することは可能です。

1 応募部門 1.自由部門 「2.企業部門A」 「3.企業部門」 「4.企業部門C」 いずれかの部門の数字に○をつけてください。

1.自由部門

2.企業部門A 「暮らしや生活の便利グッズ」 スマイルキッズ(株)

3.企業部門B 「一人暮らしの『脱プラスチック商品』をエコなダンボールで開発」 マツダ紙工業(株)

4.企業部門C 「日常生活で出会う『ちょっと困った』を安全に楽しんで使える商品」 創遊夢

2 アイデア名

洗う時に便利?!水跳ねしないお玉

3 アイデアの概要 アイデア全体がわかるように具体的に説明してください。

私が考えた商品は「洗う時に便利?!水跳ねしないお玉」です。

この商品は調理器具を洗う人を対象に考えたものです。従来のお玉はカーブしている所に水が当たると、水の流れを塞ぎ止めるものがなく広範囲に水が跳ねてしまいました。しかし、「水跳ねしないお玉」はお玉の中央部分から外側に向かって二～三重の凹凸があることで、水の勢いを和らげ水がほとんど跳ねません。洗っている時に便利なのは勿論のこと、調理中に水を足すときにも、この商品を使うと水が跳ねてしまってお玉にほとんど水が残っていないということを防ぐことができます。

実際にこのお玉で水跳ねをしないか検証してみましたが、どの角度でも従来のお玉より跳ねないことがわかりました。

4 ビジネスのイメージ ビジネスの流れや全体像、商品の形やデザインを自由に記入してください。



5 アイディアのポイント ①②③の項目ごとに記入してください。

①市場性・実現可能性

お玉は料理を作るときには欠かせないものなので、使ってみたい人はいると考えます。主婦(主夫)や一人暮らしをしている人は自分で食器を洗う機会が多いので、少しでも洗うのが便利になる方が多い人はいらっしゃると考えます。

従来のお玉にひと手間加えた商品なので、実現可能であると考えます。

②新規性・独創性

今までの便利グッズは料理を作るときに便利になるというものが多く、洗うときに便利さを感じられる物は無かったので、その点は新規性があると考えます。

お玉という既存の商品にひと手間加えただけであるため、独創性は乏しいと考えます。

③アイデアのおもしろさ

重要なポイントは凹凸が激し過ぎないことです。凹凸が激しいと料理をすくって盛りつける際に食べ物が引っ掛かってしまい、お玉本来の機能が低下してしまいます。なので凹凸を激しくし過ぎないことで、お玉本来の機能を活かしつつ、洗うときにも便利さを味わうことができます。

ポイント解説—企画書例①

ここを参考にしよう！

▶ アイディアの概要

簡潔な記述

- ・商品の機能、水跳ねしない仕組み、販売ターゲットを簡潔に記述しています。
- ・そのうえで、詳細な内容は「ビジネスのイメージ」「アイディアのポイント」で説明しています。

▶ ビジネスのイメージ

試作品を作成

- ・試作品を作成し、既存のお玉と比較しています。

イメージ図（写真）を用いているので分かりやすい

- ・文字を最小限に抑えて、写真で商品の特徴をわかりやすく伝えています。

▶ アイディアのポイント

■新規性・独創性

既存の便利グッズとの違いを強調

- ・洗うときに便利さを感じられる点が既存の便利グッズと異なる点であり、そこに新規性のあることを強調しています。

■アイディアのおもしろさ

水跳ねしない仕組みにこまかな工夫を凝らしている

- ・料理をすくって盛り付けるといってお玉本来の機能を低下させないように、凹凸の大きさを調整しています。

▶ アイディアをブラッシュアップするために

① 便利な機能を追加しましょう

- ・水跳ねしない機能だけでなく、さらに便利な機能を考案しましょう。そうすることで、この商品をより強くアピールすることができます。

② 販売面についても検討しましょう

- ・どんなに優れた商品（Product）でも、それが販売ターゲットにちゃんと届かなければ売れ行きは期待できません。どの程度の価格で販売するのか（Price）、どのような販売経路で商品を流通させるのか（Place）、どのようにプロモーション（Promotion）するのかを検討しましょう。
- ・検討にあたって「マーケティングの4P」について調べてみましょう。

この企画書のアイディアはどのように進化したでしょうか。
最終審査会（ファイナル・ステージ）の発表動画を見て確認してください。
動画は右のQRコードから→



第21回大商大ビジネス・アイデアコンテスト

企画書 【1枚目】

- ①この書類での応募やこの書類全体を写真に撮った画像を添付しての応募はできません。
- ②企業部門へ応募する学生は、本学HPの「企業部門について」の内容を確認して応募してください。
- ③自由部門と企業部門にそれぞれ同じアイデアを応募することはできません。
- ④「4 ビジネスのイメージ」のみ写真に撮って、マナビコースの応募フォームに添付することは可能です。

1 応募部門 1.自由部門 「2.企業部門A」 「3.企業部門」 「4.企業部門C」 いずれかの部門の数字に○をつけてください。

1.自由部門

2.企業部門A 「暮らしや生活の便利グッズ」スマイルキッズ(株)

3.企業部門B 「一人暮らしの『脱プラスチック商品』をエコなダンボールで開発」マツダ紙工業(株)

4.企業部門C 「日常生活で出会う『ちょっと困った』を安全に楽しんで使える商品」創遊夢

2 アイデア名

バス空席丸わかりシステム

3 アイデアの概要 アイデア全体がわかるように具体的に説明してください。

私が考えたのは、「バス空席丸わかりシステム」という、バスの座席の空席をアプリで簡単に確認することができるサービスである。主に、幼稚園バスや小中学校などの送迎バスなどに使用するもので、車内に長時間、子供が取り残されないようにするためのサービスである。

このサービスを思いついたきっかけは、昨年（2022年）、幼い子供が送迎バスに長時間取り残される事件がたくさんニュースで取り上げられたことである。この「バス空席丸わかりシステム」というサービスを利用することで、そのような事件を未然に防ぐことができるのではないかと思い、このアイデアを考えた。

また、幼稚園の送迎バスだけではなく、民間バスにも取り入れることで、バスを利用する人が簡単に空席を確認することができ、人混みを事前に避けることなどにも活用できると考える。

4 ビジネスのイメージ ビジネスの流れや全体像、商品の形やデザインを自由に記入してください。

【ビジネスのイメージ】



ICチップを埋め込んだクッション



- ①子供が座る
- ②重さで反応し、アプリ内の座席表に赤が点灯
- ③子供がバスから降りる
→下車したらアプリ内の座席表は赤から緑に表示が変わる

※下車しなかった場合
下車後30分以上、アプリの座席表が赤の点灯のままだと警告音が鳴って知らせる

【バス車内の仕組み】

座席にICチップの埋め込んだ薄いクッションを敷いて、座席に座ると重さで反応し、人が乗っていることをアプリ内で確認することができる

【アプリ内の仕組み】

【基本表示】

- 座席に座っているとき→赤
- 座席に座っていないとき→緑

【危険反応】

バスから降りても30分以上の赤点灯
→警告音が鳴る
※長時間、バス車内に取り残されている可能性を知らせる

【安全確認】

- 子供の親にもアプリ内の情報を共有
→親も安全の確認をすることができる

5 アイディアのポイント ①②③の項目ごとに記入してください。

①市場性・実現可能性

これは、子供が幼稚園や小中学校に通う際に送迎バスを利用するときに、学校の職員や子供の親がアプリを利用して、安全を確認するためのサービスである。ICチップが埋め込まれた薄いクッションを敷くことでどのバスにも簡単に取り付けることができ、アプリとの連動で、すぐに行うことができるサービスである。

②新規性・独創性

このサービスは、幼い子供がバスに長時間取り残されないようにするためのものである。ICチップとスマホのアプリが連動させることで、大人が簡単に安全を確認することができる。また、幼稚園や学校の送迎バスだけではなく、民間バスにも活用できると考える。

③アイデアのおもしろさ

このサービスの重要なポイントは、送迎バスに子供が長時間取り残されることを防ぐことができる点である。今までは、車内にいる同行していた大人が、子供全員の下車を目視で確認していたが、それでは、幼い子供を見落とし、車内に取り残してしまうおそれがある。それを防ぐために、バスの座席に埋め込んだICチップを活用し、アプリで安全確認を行えるようにした。このようなサービスは、今までにはないものである。

ポイント解説—企画書例②

ここを参考にしよう！

▶ アイディアの概要

記述内容の絞り込み

- ・このサービスの目的と発想のきっかけに絞って記述しています。
- ・サービスの仕組みは簡潔に説明しにくいことから、「アイディアの概要」では記述せず、「ビジネスのイメージ」で詳しく説明しています。

▶ ビジネスのイメージ

仕組みの説明に工夫を凝らしている

- ・仕組みの全体像を3プロセスに分けて示し（左側の図と説明）、そのうえでバス車内とアプリの仕組みを詳しく説明しています（右側の説明）。このためサービスの仕組みがわかりやすくなっています。

複数の機能を備えている

- ・たんに子供の置き去りを警告するだけでなく、子供の親と情報共有できる機能を備えています。

▶ アイディアのポイント

■市場性・実現可能性

導入のしやすさをアピール

- ・ICチップが埋め込まれたクッションを座席に敷くことで、どのバスにも簡単に導入できることをアピールしています。

▶ アイディアをブラッシュアップするために

① アイディアのポイントを整理しましょう

- ・「アイディアのポイント」3項目に記述している内容が、やや重複しています。それぞれの項目で説明することを整理しましょう。そうすることで、このサービスの魅力をいっそうアピールすることができます。

② 仕組みの詳細を検討しましょう

- ・バスの座席の数だけあるICチップの情報を受信して処理し、それをスマートフォンのアプリに表示するための情報処理端末をバス車内に設置するなど、仕組みの詳細を検討する必要があります。

③ 類似商品・サービスと比較しましょう

- ・バス車内の置き去りを防止するための商品・サービスはすでに存在します。それらと比較することで、本サービスのセールスポイントや付加すべき機能などを検討することができます。

この企画書のアイディアはどのように進化したでしょうか。
最終審査会（ファイナル・ステージ）の発表動画を見て確認してください。
動画は右のQRコードから→



入賞作品の企画書例③

第21回大商大ビジネス・アイデアコンテスト

企画書 【1枚目】

- ①この書類での応募やこの書類全体を写真に撮った画像を添付しての応募はできません。
- ②企業部門へ応募する学生は、本学HPの「企業部門について」の内容を確認して応募してください。
- ③自由部門と企業部門にそれぞれ同じアイデアを応募することはできません。
- ④「4 ビジネスのイメージ」のみ写真に撮って、マナビコースの応募フォームに添付することは可能です。

1 応募部門 1.自由部門 「2.企業部門A」 「3.企業部門」 「4.企業部門C」 いずれかの部門の数字に○をつけてください。

1. 自由部門

②.企業部門A 「暮らしや生活の便利グッズ」スマイルキッズ(株)

3.企業部門B 「一人暮らしの『脱プラスチック商品』をエコなダンボールで開発」マツダ紙工業(株)

4.企業部門C 「日常生活で出会う『ちょっと困った』を安全に楽しんで使える商品」創遊夢

2 アイデア名

2way ピンセット・トング

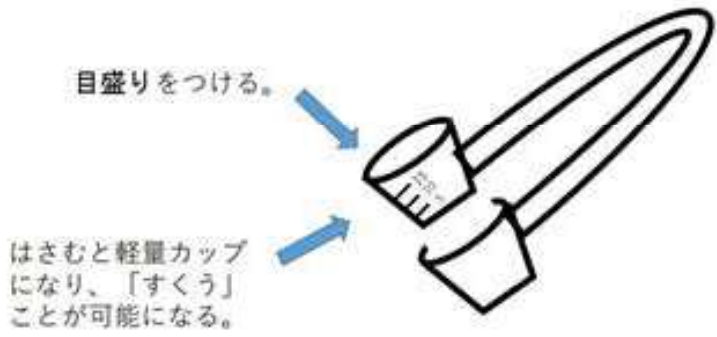
3 アイデアの概要 アイデア全体がわかるように具体的に説明してください。

私が思いついたアイデア商品は、一定の量を「すくって量り」、「つかむ・はなす」ことができる『2wayピンセット・トング』である。

この商品の主な客層は、料理をする人や、ペットを飼っている人などである。料理で細かい作業をする人や、ペットに一定量の餌やりをする人にとって便利であるのだ。さらに、料理などの用途だけではなく、例えば、ネイルアートをする際、細かいパーツを一定の量すくい、はなし、わけることも可能であると考えられる。

この商品により、一度に一定の量を「すくって量り」、「つかむ・はなす」ことができるようになり、作業の効率化が期待される。商品を大量生産し100円ショップで販売することで、多数の人に手に取り使用していただくことができるのである。

4 ビジネスのイメージ ビジネスの流れや全体像、商品の形やデザインを自由に記入してください。



【概要】
一定の量を①「すくって量り」、②「つかむ・はなす」ことができる
【2wayピンセット・トング】

【使い方】
①ピンセット・トングを「つまみすくいたいものを量り」入れる
②③でつかんだものを置きたい位置で「はなす」。

【特徴】
一定の量を量り入れることができる
盛り付けたい位置に盛り付けることができる。

5 アイディアのポイント ①②③の項目ごとに記入してください。

①市場性・実現可能性

商品は、誰もが足を運びやすく、買い求めやすくするために、100円ショップを中心に発売する。業者向けにもネット販売も行う必要があると考える。100円ショップで、大量生産、大量消費で単価を下げる。そして、価格は、110円から220円ぐらいで販売すべきだと考える。サイズ展開も豊富にし、様々な用途によって使い分け、たくさんの人に手に取っていただけるように工夫をする。

②新規性・独創性

この商品の類似商品としては、私が調べた限りでは、2つあった。1つ目は、「ベルフィーナすくえるトング」で、価格は1,000円である。炒める、揚げる、茹でることができる。くると回して、トングから穴あきスプーンに変身する便利グッズである。2つ目は、「ファインスクエルトング」で、価格は1,480円である。すくう、炒める、はさむ、水切りができる。これらの商品と比較すると、私が考えた商品の新規的な部分は、穴が開いておらず、「液体をすくう」ことができ、「計量する」ことができる場所である。

③アイデアのおもしろさ

アイデアのおもしろさは、今までにない、「つかむ」と「量る」を同時にできる2wayトングで、時間短縮できる場所である。サイズ展開も多くすることで、使用する場合によって、使い分けられるところもおもしろさの一つである。

ポイント解説—企画書例③

ここを参考にしよう！

▶ アイディア名

特徴をイメージしやすいアイディア名

- ・商品の形状や複数の機能があることが、アイディア名を見ればイメージしやすい名称です。

▶ ビジネスのイメージ

イメージ図を用いているので分かりやすい

- ・「すくって量る」「つかんではなす」という機能があることを、わかりやすく図示しています。

▶ アイディアのポイント

■市場性・実現可能性

価格・販路を検討

- ・たんなる商品のアイディアにとどまらず、価格、販売ルートなどを検討することで、市場性があることをアピールしています。

■新規性・独創性

具体的な類似品と比較

- ・実際に存在する2つの類似品と比較することで、商品の機能面での特徴を明らかにしています。
- ・価格面でも、類似品より安価に設定していることがわかります。

■アイディアのおもしろさ

サイズ展開の可能性を指摘している

- ・異なるサイズの商品を展開することで、使用する場面や用途などの幅が広がる可能性があることを指摘しています。

▶ アイディアをブラッシュアップするために

①試作してみましょう

- ・商品を試作し、「すくって量る」「つかんではなす」の2wayが実際に可能であるかどうかを確認しましょう。また、想定している価格で販売できるかどうかを、試作を通じて検討しましょう。
- ・試作品を使うことで、使い勝手の良さ悪しを評価し、商品の改善や機能の追加ができるかどうかを検討しましょう。

②販売促進の方法についても検討しましょう

- ・すでに価格、販売ルートについては検討しています。さらに、販売促進の方法も検討したいところです。

この企画書のアイディアはどのように進化したでしょうか。
最終審査会（ファイナル・ステージ）の発表動画を見て確認してください。
動画は右のQRコードから→



企画書を書こう

ステップ
1

企画書を書く前に(準備)

考案したアイデアを(1)～(4)の項目に整理します。



(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やターゲット層(個人、企業、自治体、NPO、男性、女性、若年者、中高齢者等)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、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。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(これは(4)につながります)。
(3) どのようにして提供するのか	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・構造・効果について、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チェックしておくことで、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しておくことが大切です。顧客が対価を支払ってくれるかどうかは、費用をどう賄うかという点で、ビジネスアイデアの実現性にとって重要です。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。

ステップ
2

企画書の書き方(ポイント)

①～④のポイントをおさえて、アイデアをまとめます。



① アイデア名

- ◎その製品やサービスの特徴が表れているもので、かつインパクトあるネーミングを目指しましょう。
- ◎他者の権利を侵害することがないように、商標登録されていないか(似ていないか)事前に調べておきましょう。

② アイデアの概要

どういうアイデアなのか、全体像がつかめるように要約して説明しましょう。

◎書き方の順序として③および④の作業を先に行ってから取り組みましょう。

※「(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のか」「(4)提供することの対価をいただけるのか」について準備段階で整理した結果をまとめましょう。

③ ビジネスのイメージ

ビジネスの流れや全体像、商品の形やデザインなど特徴的な部分を強調しましょう。

- ◎「(1)誰に対して」と「(2)どのような価値を」「(3)どのようにして提供するのか」を意識しながら説明すること。
- ◎アイデアの仕組みを具体的に説明し、図や絵を積極的に用いること。
- ◎形やデザインのほか、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こと。

④ アイディアのポイントと審査基準

以下の3つの審査基準の観点から特徴を強調しましょう。

市場性・実現可能性

- ◎世の中にニーズがあるか(購入する人はどんな層の人かもしくは、そのアイデアはどのように社会貢献につながるか など)
- ◎ビジネスチャンスをもたらすか(採算の見込みがあるか など)

新規性・独創性

- ◎他にない新しいアイデアであること
 - ◎もしくは、他の商品やサービスとの明確な違いが示されていること
- ※インターネットでアイデアの要素をキーワード化して検索し、既存アイデア・類似アイデアを調べましょう。似たものがあったとしても、異なる着想やポイントを考えてアピールしましょう。

アイデアのおもしろさ

- ◎このアイデアの重要なポイントや魅力はどういうものか

ステップ

3

企画書に書いてみる

練習用の企画書のシートに書いてみます。

ワーク

P29~30へ

1 応募部門 「1.自由部門」、「2.企業部門」どちらかの部門の数字に○をつけてください。

1.自由部門

2.企業部門

2 アイディア名

①

3 アイディアの概要 アイディア全体がわかるように具体的に説明してください。

②

4 ビジネスのイメージ ビジネスの流れや全体像、商品の形やデザインを自由に記入してください。

③

5 アイディアのポイント ①②③の項目ごとに記入してください。

- ①市場性・実現可能性(購入する人はどんな層の人か?採算の見込みがあるか?)
- ②新規性・独創性(他にない新しいアイデアか?類似商品・サービスとの明確な違いが示されているか?)
- ③アイデアのおもしろさ(このアイデアの重要なポイントや魅力はどういうものか?)

④

アイデアを考えてみよう

考えたアイデアを企画書にまとめる前に下記の項目に沿って整理してみよう。

誰に対して	ターゲット	
何のために	ニーズ・必要性	
何を	商品	
どんなとき	時期・機会	
どのような場所で	場所・場面	
どのようにして提供するのか	販売方法やプロモーション	
提供することの対価をいただけるのか	価格・数量	

アイデアをまとめてみよう (商品アイデア編)

では、アイデアの概要が固まったところで、アイデアを具体化してみましょう。

《ビジネスのイメージの作成ポイント》

- ①考えたアイデアがモノ、つまり商品の場合は、外観や構造を描いてみましょう。
- ②このときに、機能、使い方、特長などを図に書き込んでいくことをおすすめします。アイデアを具体的にイメージすることで、企画書を作成しやすくなります。矢印や吹き出しなどを駆使して、書き込めるだけ書き込んでみましょう。

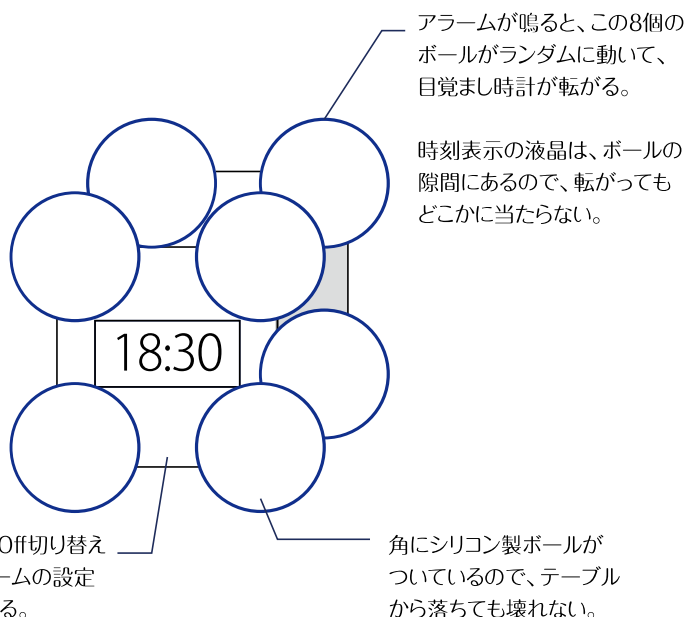
《ビジネスのイメージに盛り込むこと》

- ◎商品の全体図: 絵の上手い下手は関係ありません。まずはどんな商品なのか描いてみましょう。
- ◎機能: ほかの商品と比べてどんな機能を持っているのか、図に書き込んでみましょう。
- ◎使い方: ユーザーはどう使うのか、商品はどう動くのか、どうなるのかなど、順を追って説明してみましょう。
- ◎特長: 商品がどのように優れているのか、説明します。商品の形によるのか、機能によるのか、機能はどう作用するのか、なるべく具体的に書き込みましょう。

下の例を参考にしながら、次のページのワークシートを埋めてみましょう。

商品アイデアのビジネスのイメージ

商品の外観や構造を描いてみよう。
機能、使い方、特長などをできるだけ細かく書こう。



《概要》

- ◎アラームが鳴ると、音だけでなく、時計本体が転がる。
- ◎アラームを止めるまで転がり続ける。
- ◎転がるので、布団の中から手を伸ばすだけでは時計を触れない。
- ◎時計と追っかけごっこしている間に目が覚める。

《使い方》

- ①アラームをセットして、ベッドの近くに置いておく。
- ②朝、アラームが鳴ると、時計が転がってどこかに行く。
- ③ベッドから起きて、転がった時計を追いかける。
- ④時計を捕まえて、アラームを止める。
- ⑤もう起きちゃった!

《特長》

- ◎アラームが鳴るだけではなく、時計が転がる。
- ◎角このシリコンボールがランダムに動いて、時計が転がる。
- ◎テーブルなどから落ちて壊れないように、シリコンコーティングしておく。
- ◎液晶やボタンなどが割れたり壊れないように、シリコンボールの間に入れる。

商品アイデアのビジネスのイメージ

商品の外観や構造を描いてみよう。
機能、使い方、特徴などをできるだけ細かく書こう。

< 概要 >

< 使い方 >

< 特徴 >

アイデアをまとめてみよう (サービスアイデア編)

では、アイデアの概要が固まったところで、アイデアを具体化してみましょう。

《ビジネスのイメージの作成ポイント》

- ①考えたアイデアがサービスの場合は、そのサービスに関わる人(サービスを提供する人、サービスを受ける人、お金を払う人など)が、どのような関係性にあるのか、相関図を描いてみましょう。
- ②この時に、誰が誰に、何を提供するのかを図に書き込むと、アイデアをより具体的にイメージすることができ、アイデアの説明がぐっと簡単になります。矢印や吹き出しなどを駆使して、書き込めるだけ書き込んでみましょう。

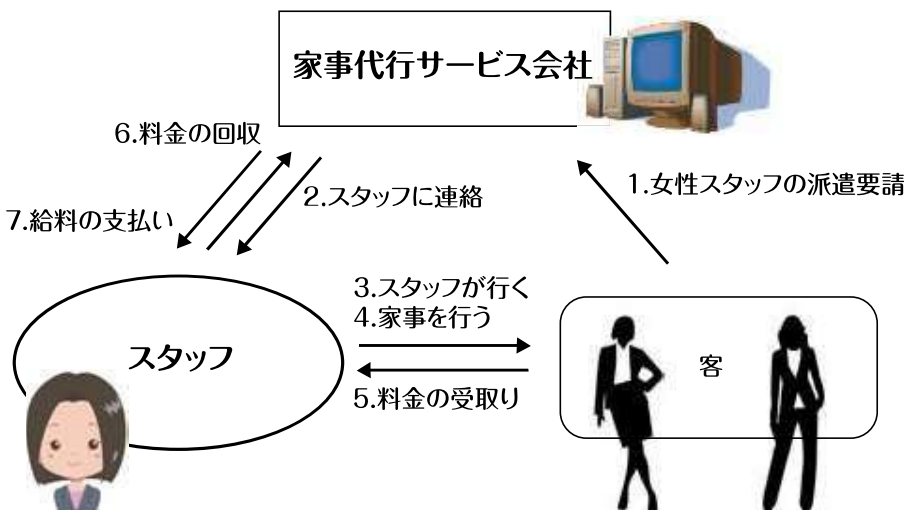
《ビジネスのイメージに盛り込むこと》

- ◎サービスの全体図: 絵の上手い下手は関係ありません。まずはどんなサービスなのか、登場する関係者はどんな人や会社があるのかを描いてみましょう。
- ◎経営資源の移動: 経営資源(人、モノ、カネ、情報)が誰から誰にどうやって提供されるのか、矢印を使いビジネスの流れを図に書き込んでみましょう。お金を払うからには、誰かが何かを手に入れるはずですから、逆向きの矢印についても考えてみましょう。
- ◎特長: このサービスがどのように優れているのかを、説明します。ほかのサービスよりどこが優れているのか、どうやってお金が手に入るのか、なるべく具体的に書き込んでみましょう。

下の例を参考にしながら、次のページのワークシートを埋めてみましょう。

サービスアイデアのビジネスのイメージ

サービスの相関図を、関係者の関係性やニーズを中心に描いてみよう。
サービス、お金、情報などが誰から誰にどうやって提供されるのかななどをできるだけ細かく書こう。



《概要》

家事代行サービスに女性を派遣する。
異性を家に入れたくない女性客や
家事になれた女性にお願いしたい客に
向けたサービス。

《サービス提供手順》

1. 申し込みの際に、女性派遣かどうかを確認する
2. 女性スタッフに連絡し、シフトを組む。
3. 当日、女性スタッフを派遣する。
4. 女性スタッフが家事を代行する。
5. 女性スタッフの料金を受け取ってもらう。
6. 料金の回収
7. 給与の支払い

《特長》

派遣されるスタッフの性別を選べる。
女性の一人暮らしでも安心。
逆に、力仕事になりそうなら、男性スタッフも選べる。

サービスアイデアのビジネスのイメージ

サービスの相関図を、関係者の関係性やニーズを中心に描いてみよう。
サービス、お金、情報などが誰から誰にどうやって提供されるのかなどをできるだけ細かく書こう。

< 概要 >

< サービス提供手順 >

< 特徴 >

【①～⑤の内容を必ず読んでから記入してください】

- ①この書類での応募やこの書類全体を写真に撮った画像を添付しての応募はできません。
- ②企業部門へ応募する学生は、本学HPの「企業部門について」の内容を確認して応募してください。
- ③自由部門と企業部門それぞれに同じアイデアを応募することはできません。
- ④追加資料は添付できません。
- ⑤4の「ビジネスのイメージ」のみ写真に撮って、マナビコースの応募フォームに添付することは可能です。

1 応募部門 「1.自由部門」、「2.企業部門」どちらかの部門の数字に○をつけてください。

1.自由部門

2.企業部門

2 アイデア名

3 アイデアの概要 アイデア全体がわかるように具体的に説明してください。

4 ビジネスのイメージ ビジネスの流れや全体像、商品の形やデザインを自由に記入してください。

5 アイディアのポイント ①②③の項目ごとに記入してください。

- ①市場性・実現可能性 (購入する人はどんな層の人か?採算の見込みがあるか?)
- ②新規性・独創性 (他にない新しいアイデアか?類似商品・サービスとの明確な違いが示されているか?)
- ③アイデアのおもしろさ (このアイデアの重要なポイントや魅力はどういうものか?)

学 年		年	ク ラ ス		番 号		氏 名	
-----	--	---	-------	--	-----	--	-----	--



【HP応募要項】



【マナバログイン】

前回

第21回 大商大 ビジネス・アイデアコンテスト

第2次審査(口頭発表審査)に39名が挑戦!

第21回大商大ビジネス・アイデアコンテストに応募されたアイデア総数671件のうち、第1次審査を通過したアイデアに対し、2023年9月14日、第2次審査が開催されました。学生たちはこの第2次審査のために、発表の練習を重ね、この審査に臨みました。最終審査にはこの中から8名が進むことになり、企業賞に2名が決定しました。第2次審査に挑んだアイデアと学生たちを紹介します。

自由部門 30名

アイデア名 ▶

BBC幼稚園

中山 慶祐さん
(経済学科1年)

アイデア名 ▶

ツインズ押しピン

文元 咲希さん
(経済学科1年)

アイデア名 ▶

掃除 コロコロ

弓場 駿輝さん
(経営学科1年)

アイデア名 ▶

温度で色が変わる箸

本村 秀太さん
(経済学科2年)

アイデア名 ▶

BTS
(Box・Table・Seat)

兵頭 瀬凧さん
(経済学科2年)

アイデア名 ▶

指ハンコ

近沢 愛斗さん
(経営学科2年)

アイデア名 ▶

ラップくん

下永 夕河さん
(商学科2年)

アイデア名 ▶

枕変身カバー

柳澤 志哉さん
(商学科2年)

アイデア名 ▶

ボタン一つで現在使っているシャー芯の濃さの種類を調べると同時にシャー芯の残りの長さを教えてくれる万能シャーペン

三堤 京聖さん
(公共学科2年)

アイデア名 ▶

レコーディングAI

松岡 恭平さん
(公共学科2年)

アイデア名 ▶

ゴッキラー

鶴戸 智輝さん
(経営学科3年)

アイデア名 ▶

「かさロック」

相澤 真菜さん
(経営学科3年)

アイデア名 ▶

ロングワンピース用ハンガー

田中 莉乃さん
(経営学科3年)

アイデア名 ▶

手助けドア

乾口 翔大さん
(経営学科3年)

アイデア名 ▶

unique (ユニーク)

池田 慎さん
(商学科3年)

アイデア名 ▶

廃油で肥料

田中 翔さん
(公共学科3年)

アイデア名 ▶

Suppo Met

三枝 快さん
(公共学科3年)

アイデア名 ▶

思考巡らせ中シール

小西 優作さん
(経営学科4年)

アイデア名 ▶

どこでもごみばこ

藤田 彩華さん
(経営学科4年)

アイデア名 ▶

マウスパッド手帳

田中 かのんさん
(商学科4年)

アイデア名 ▶

洗う時に便利?!
水跳ねしないお玉

左近 のぞみさん
(商学科4年)

アイデア名 ▶

どこでもベビーカー

京極 立さん
(経済学科4年)

アイデア名 ▶

生きづらさを感じている方々の元にすぐに駆けつけます。
お助け専用デリバリーアプリケーション「ユアサイド(あなたのそばに)」

山田 杏実さん
(経済学科1年)

アイデア名 ▶

型取り下敷き

秦 美羽さん
(商学科2年)

アイデア名 ▶

商大農場

永田 耕基さん
(経済学科3年)

アイデア名 ▶

安眠できる
ネックピロー

小山 蒼夢さん
(経営学科4年)

アイデア名 ▶

総合歯ブラシ

吉井 海さん
(商学科4年)

アイデア名 ▶

バス空席
丸わかりシステム

鎌田 翔太さん
(経営学科3年)

アイデア名 ▶

多機能蛍光ペン

アイデア名 ▶

色が変わる
子供用の帽子

岡田 啓汰さん
(経営学科3年)

アイデア名 ▶

キレイトート

森本 都生さん
(商学科2年)

企業部門 9名

アイデア名 ▶

2way
ピンセット・トンダ

三宅 愛未さん
(公共学科2年)

アイデア名 ▶

「多機能クリップ
「何個あっても困らない」

倉元 拓摩さん
(経済学科3年)

アイデア名 ▶

Helmet Attacher

松本 陸さん
(経営学科3年)

アイデア名 ▶

自転車 着脱式
折りたたみ買い物かご

赤堀 駿さん
(経営学科3年)

アイデア名 ▶

ゴミ箱収納

小山田 悠莉さん
(商学科2年)

アイデア名 ▶

チョイかけ
ダンボールトレイ

野中 保至さん
(公共学科3年)

アイデア名 ▶

文庫本専用本棚
(仮称)

尾田 豪太さん
(経済学科2年)

アイデア名 ▶

取り外し可能
ソール&グリップ

福満 亮さん
(経済学科1年)

アイデア名 ▶

薬味形成

北嶋 真知さん
(商学科3年)



実際にコンテストに応募した人の声を聞いてみよう!

第2次審査体験者の声

1次審査は私自身商品化したい!と思っていた商品なので審査に通過した際は本当に嬉しかったです。2次審査は緊張がとてもすごくて、今になってはどんな感じで自分が発表できていたかは覚えてないのですが、やりきりました!

去年も第1次審査を通ったが、第2次審査で落選したので、今年こそは最終審査に残りたいと思っていたので、イメージ図の資料をわかりやすいように工夫したり、発表の練習をたくさんした。第2次審査では、少し緊張したが、堂々と発表することができたと思う。

アイデアコンテストで行う、プレゼンや企画書の作成は社会に出ても役に立ちますし、1回の経験でも、経験のない人とはだいぶ差ができ、自分のキャリアアップ、経験値の向上のためにも積極的に参加して経験しておくことが大事だと思います。

ビジネスコンテスト参加前は企画を日常で考えることがなかったが、参加する事で視野が広がった。

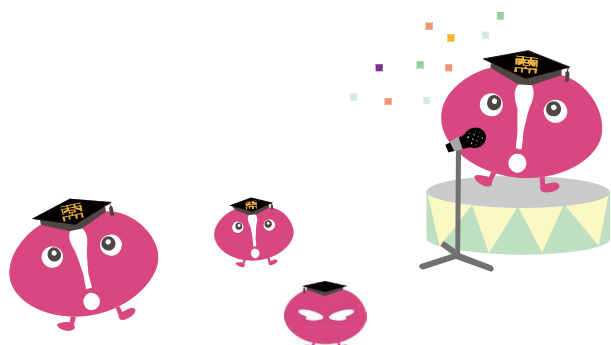
第1次審査を突破できると思っていなかったのととても驚いたのですが、人前で発表する機会が私はあまりなかったため、プレゼン道場や第2次審査の場で実際に人前で発表させていただくことができ、自身のスキルアップに繋がったので、応募して良かったと思います。

アイデアの発想も大切ですが、人前での発表機会やプレゼンのノウハウを勉強できることはこれからの社会人人生にプラスになると思うので、チャレンジしてみたいと思います。

ファイナルに通りたいという気持ちはずっとあるのでここまで進めてよかった。今回の結果を踏まえてファイナルや来年に繋がりたい。

ゼミの課題としてとりあえず出してみようと思い、応募しただけだったのですが、1次審査を通り、2次審査に進むに当たってファイナルまで残りたいという気持ちが強くなった。2分間の口頭でのプレゼンは、普段人前で発表する機会が少ないので緊張したが、良い機会となった。

※一部抜粋して掲載しています。



見つけよう!!
その一歩から新たな自分を

第21回 大商大ビジネス・アイデアコンテスト

結果発表

学長賞



自由部門

アイデア名

洗う時に便利?!水跳ねしないお玉
左近 のぞみさん(商学科4年)

10/28(土)『第21回大商大ビジネス・アイデアコンテスト』
ファイナルプレゼンテーションが開催され、応募総数671件から、
商学科4年の左近 のぞみさんの「洗う時に便利?!水跳ねしないお玉」が
見事栄えある学長賞に輝きました!



副学長賞



自由部門

アイデア名

どこでもごみばこ
藤田 彩華さん(経営学科4年)

東大阪商工会議所 会頭賞



自由部門

アイデア名

手助けドア
乾口 翔太さん(経営学科3年)

NPO法人東大阪地域活性化 支援機構 理事長賞



企業部門

アイデア名

2way ピンセット・トング
三宅 愛未さん(公共学科2年)



審査員特別賞



自由部門

アイデア名

型取り下敷き
秦 美羽さん(商学科2年)

審査員特別賞



自由部門

アイデア名

バス空席丸わかりシステム
鎌田 翔太さん(経営学科3年)

審査員特別賞



自由部門

アイデア名

安眠できるネックピロー
小山 蒼夢さん(経営学科4年)

審査員特別賞



自由部門

アイデア名

枕変身カバー
柳澤 志哉さん(商学科2年)

オーディエンス賞



自由部門

アイデア名

どこでもごみばこ
藤田 彩華さん(経営学科4年)

企業賞



企業部門

アイデア名

「多機能クリップ
~何個あっても困らない~」
倉元 拓摩さん(経済学科3年)

企業賞



企業部門

アイデア名

文庫本専用本棚(仮称)
尾田 豪太さん(経済学科2年)

最終審査でのファイナリストのサポーターとして、
司会・ステージマネジメント・表彰式の運営に携わり、
ビジネス・アイデアコンテストを
裏方として支えてくれました。

学生運営スタッフ





ファイナリスト アイディアパネル

①藤田彩華さん(経営学科4年)



②三宅愛未さん(公共学科2年)



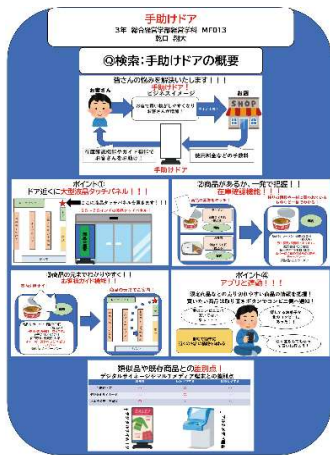
③秦美羽さん(商学科2年)



④鎌田翔太さん(経営学科3年)



⑤乾口翔大さん(経営学科3年)



⑥左近のぞみさん(商学科4年)



⑦小山蒼夢さん(経営学科4年)



⑧柳澤志哉さん(商学科2年)



ファイナリストの声



1番成長したところはプレゼンテーション能力かなと思います。笑顔で相手に伝わりやすいプレゼンテーションをすることができたと思います。もっと努力すれば良かったことは、下手くそでも実際に試作品を作れば良かったなと思いました。

ファイナル審査での発表は緊張したが、自分のアイデアを自信を持って発表することができた。少し詰まったところもあったが、しっかりとプレゼンすることができた。

アイデアをもっともっと深めれば、良くなると思いました。人に伝える能力は、とても向上したと思う。

自分が一番成長したところは、人前に立っても以前より緊張しなくなったところです。やはり何度も練習を重ねて自信をつけることが大切なのだと実感しました。自分なりに最大限に努力したつもりですので、特にもっと努力すれば良かったという点はありません。

4年間在籍して初めてのことだったのでとても緊張したのですが、最後なので全力を出して頑張ろうと思い臨みました。結果は満足いきませんがとても良い経験ができました。企業の方にもフィードバック、アドバイスをいただいたのでとても良かったですし、新たな発見もあり有意義な時間になりました。

※一部抜粋して掲載しています。

さらにこんな経験ができるかも!?

学生のアイデアが「かたち」になりました!



商品化

「企業部門」で入賞したアイデアは、「商品開発プログラム」に参加できるチャンスがあります。自分の考案したアイデアを「かたち」にするための過程を企業の方と打ち合わせをしながら学びます。実際に商品として発売された例を紹介します!

「マグネット反射ワッペン」



田代翔太さん
(経済学科 卒業生)



『マグネット反射ワッペン』とは、車のライトなどの光が当たることで、自分の存在を知らせることができる高輝度反射ワッペンです。歩行者の服やカバン、帽子など自分の思いのところに付けることができる、オシャレな交通安全対策商品です。

田代翔太さんは、「第11回大商大ビジネス・アイデアコンテスト」において、東大阪商工会議所会頭賞を受賞。課題提供企業の旭電機化成株式会社と連携し、H25年7月から商品化に向けて何回も打ち合わせを行い、アンケート調査、商品承認会議を経て、H26年7月に「マグネット反射ワッペン」として商品化が実現しました。



「マルチオープナー」 「ルーペ付らくらくオープナー」



中岡智哉さん
(経済学科 卒業生)



『マルチオープナー』『ルーペ付らくらくオープナー』とは、力の弱いお年寄りやネイルをした女性が、ペットボトルやゼリー飲料等のキャップを楽に開けることができ、さらにルーペやドライバーなどの便利な機能も兼ね備えた多機能オープナーです。

中岡智哉さんは、「第13回大商大ビジネス・アイデアコンテスト」への応募をきっかけに旭電機化成株式会社においてビジネスインターンシップを実施しました。H27年10月から継続して打ち合わせを行い、市場調査、消費者モニター会、東京インターナショナル・ギフトショーへの参加を経て、H28年9月に旭電機化成株式会社の会議にて商品化が決定し、H29年6月に商品として発売されました。



「ねこのコンセントカバー」



平峠佑望さん
(商学科 卒業生)



『ねこのコンセントカバー』とは、コンセント火災(トラッキング火災)を防ぎ、部屋をオシャレに演出する可愛くて安全なコンセントカバーです。

平峠佑望さんは、「第13回大商大ビジネス・アイデアコンテスト」で東大阪商工会議所会頭賞を受賞(アイデア名「らくらくプラグ〜横並びコンセント対応型〜」)し、旭電機化成株式会社においてビジネスインターンシップを実施しました。H27年11月から約15回もの打ち合わせを行い、アンケート結果によるアイデアの変更や消費者モニター会でのアンケートの実施を経て、H29年3月に商品として発売されました。



「迷惑電話お断りピンポン」



乾由佳さん
(商学科 卒業生)



『迷惑電話お断りピンポン』とは、ボタンを押して「ピンポン」と鳴らすことでお客様が来たことを装い、しつこい勧誘や保険の営業などに不快な思いをさせずに電話を切る手助けをしてくれる商品です。

乾由佳さんは、大学2年生の時に「第12回大商大ビジネス・アイデアコンテスト」への応募をきっかけに旭電機化成株式会社においてビジネスインターンシップを実施しました。H26年10月から約20回もの打ち合わせを行い、アンケート調査、商品承認会議(旭電機化成株式会社)でのプレゼンテーションを経て、H28年9月に商品化が決定し、H29年6月に商品化して発売されました。



「電動式香炉の灰ふるい」



西口太誠さん
(経済学科 卒業生)



『電動式香炉の灰ふるい』とは、手軽に香炉灰のお手入れができ、お仏壇まわりをきれいに保つことができる商品です。

西口太誠さんは、大学2年生の時に「第16回大商大ビジネス・アイデアコンテスト」で審査員特別賞を受賞し、(アイデア名「綺麗な仏具に…万能ロウ、線香取り」)旭電機化成株式会社においてビジネスインターンシップを開始し、アイデアを「かたち」にする挑戦に取組みました。自宅が仏具店を営んでいる強みを生かして、来店客に対してアンケートを実施するなど、消費者の声を商品に反映する形で検討を重ねた結果、商品として販売することが決まりました。





TANIOKA GAKUEN Vision 100

心の扉

GATEWAY TO THE FUTURE

信念、誇り、そして知的冒険へ

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)

〒577-8505 大阪府東大阪市御厨栄町4-1-10

TEL 06-6785-6286 FAX 06-6785-6133 E-mail react@oucow.daishodai.ac.jp

「第22回 大商大ビジネス・アイデアコンテスト まるわかりブック [2024年度版]」

【執筆者】経営学科 教授 糸野博行／経営学科 教授 村上義昭／商学科 教授 金 度淵／商学科 助教 岡田孝浩

【企画・編集】経済学科 准教授 柴田 孝／総合交流支援課