②特別記念講演

大人向け玩具（Gadget）の企画・開発
―ヒットした商品からボツになったアイディアまで―

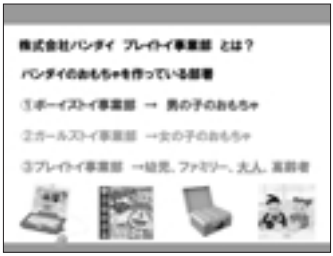
株式会社バンダイ　プレイトイ事業部　高橋晋平

１．はじめに



こんにちは。ただ今紹介いただきました、株式会社バンダイの高橋と申します。よろしくお願いいたします。

まず本日ご出場されました高校生の皆さんのプレゼンテーションを大変楽しく聴かせて頂きました。ありがとうございました。高校生の皆さんならではの自由な発想によるアイディアがすごく多かったと思います。私どももおもちゃのアイディアを創出する仕事をしていますが、おもちゃの企画やアイディアを提出するとなると、年々普通のアイディアしか提案できなくなってきています。アイディアというのは弾けていて、想像を超えて面白いものがすごく可能性があるので、会社に長く勤務していると、結構いろんなことを考えて、元々あるような企画や、なにかに似ているようなアイディアばかり提示してしまう事が多くなってしまうのです。皆さんの発表を聞かせていただいて、改めて自由な発想を社内でもしないといけないと気付かされた感じがしました。高校生の皆さんもぜひもっともっと突飛な弾けたアイディアを提案してほしいと思いました。



まず私の簡単な自己紹介ですが、おもちゃメーカーのバンダイに勤務し、おもちゃの企画開発の仕事をしています。おもちゃのアイディアを考え、それを作るという仕事です。いろいろなおもちゃを作ってきているのですが、今入社８年目になります。２年前に一度身体を壊して一年半くらい休職してしまったのですが、その時は両腕が動かなくなってパソコンが使いづらくなりました。職場復帰してちょうど丸６年くらいです。６年間ずっとおもちゃを考えては作るとい

うことを続けています。所属部署はプレイトイ事業部です。バンダイのおもちゃの部署は、ボーイズトイ事業部、ガールズトイ事業部、プレイトイ事業部と３つあります。バンダイで有名なキャラクターというとガンダムや仮面ライダーですが、これらの商品を作っている部署がボーイズトイ事業部、女の子向けがガールズトイ事業部です。最近では、プリキュアやたまごっちなどの商品を担当しています。その他がプレイトイ事業部になり、性別関係なくどちらも遊べるおもちゃが対象となります。赤ちゃんから始まって幼児向けのもの、アンパンマン、ファミリー家族向け、ボードゲーム、ドンジャラ、これも男女関係なく家族全員で遊べるゲームや大人向け、バラエティーグッズ、例えば東急ハンズ、ロフトにある面白グッズがあります。それから、プリモプエルという商品があり、いろいろ話しかけてくれるおもちゃです。「最近疲れてない？」、朝には「おはよう」、季節がくると「お正月だね」「寒いよね」のようなことを言ってくれます。年中楽しませるような会話をしてくれるのです。これは高齢者の方に非常にうけていて、可愛くて手放せないようです。私の祖父や祖母も、もはや父も母もはまっています。傍に置いておくとだんだん可愛くなってくるというわけですね。こういった性別無関係のおもちゃを作っているのがプレイトイ事業部です。その中で私が主に担当しているのが、大人向けのバラエティ商品を最近は扱っており、弊社ではこのカテゴリーをガジェットというシリーズ名で呼んでいます。ガジェットという単語は意味としては『気の利いた小物』という意味があり、例えば最近ですとアイフォンやPCガジェットという言葉もありますが、デジタル系のものがよくガジェットと呼ばれることが多いのです。そういう大人の方も持っていて楽しいちょっと気の利いたしゃれっ気のあるグッズという意味でこのガジェットシリーズを展開しています。今までいろいろな商品を何年も作ってきているのですが、今からその商品を紹介していきます。



２．ガジェットの企画開発について

ガジェットシリーズの中で一番売れた商品は“無限プチプチ”という商品です。皆さん使ったことあると思いますが壊れやすいものを包む気泡緩衝材、一般的にプチプチと呼ばれる商品です。実はプチプチは川上産業株

式会社の登録商標なので、正式名称なんですよ。クッキーの缶にも入っていて、あるとつぶしてしまいます。つぶしてもなくならない、いつまでもプチプチできる、好きな時に持ち歩いてプチプチできるキーチェーン玩具で国内累計260万個売れたのです。どんな国民なんだ日本人はと思いますが、海外でも75万個売れたというガジェットシリーズ最大のヒット商品です。この商品に関しては後で詳しく説明をしたいと思うのですが、これが売れたことで調子にのってしまい、無限にできるシリーズを立ち上げました。ずっとやりたいことは何だということで、プチプチは私が自分で考えたのですが、その後、次も考えようとしたのですが、一人ではそんなにやりたい事が思いつかないのでチームの皆でずっとやりたいことは何だと検討し、何百何千というアイディアを提示しました。その中から商品化されたのはこの５つです。





その１つが“無限エダマメ”で枝豆を何回でもつまみ出せる商品です。これも調べてみると居酒屋の定番で皆大好きでついつい手が伸びるのですが、この動作は味でなくてつまみ出すことがクセになるという人間心理から枝豆についつい手が伸びるようです。だからよく考えると枝豆の味が大好きというよりも枝豆がないと淋しいという心理です。そこに目をつけたのが“無限エダマメ”で、これも累計約200万個売れました。

あと“無限缶ビール”は、カシャッ、シュワシュワーって音が出る商品です。あと“無限チョコレート”は、パキッと割る音がします。“無限ペリペリ”はお菓子のパッケージをはがす商品です。正式名称が分からないのでペリペリと言っていますが、これは磁石が付いていてペリペリと開けて、手を放すとピシャッと戻るのです。“無限ところてん”これが一番売れなかった商品です。ところてんがなぜ売れなかったのかを分析したのですが、そもそも誰もところてんのこの動作をやったことがないのではないでしょうか。やはり本物をやった事があって、それが無限に面白い、リアルに感じられるところがあるのですが、そもそも本物を知らないのにその感触を

楽しむものを買わないだろうと分析した結果でした。







①2006年に“ヒューマンプレーヤー”という商品が誕生したのですが、この時iPodが出始めてミュージックプレーヤーがすごく流行っていたのです。ヒューマンプレーヤーは人間再生機、音楽じゃなくて人間を再生しようと、性格診断の質問が50問提示され、それに○×で答えます。例えば「アナタは涙もろいですか」、「すぐ怒りますか」のような質問を50問答えると、その人の性格が事細かに分かります。質問に50問答えると自分と同じ性格の自分が画面に現れて、24時間生活をし始めるというゲームです。ズボラな人は日中会社でずっと携帯電話をいじっているのです。真面目な人は必死に働いていたりします。これは自分だけでなくて友達に性格診断を答えさせるとメモリーでき、その中で相性のいい人同士は付き合いだすのです。そういう自分達を観察できるといったこの商品も当時ヒットしたのですが、その後ニンテンドーDSでトモダチコレクションという商品が当時16万個売れました。

②私が作った商品の中で一番好きな“５秒スタジアム”という商品で、体内時計で５秒ぴったり止めるというただそれだけのゲームです。ボタンを押すと秒表示が消えて、５秒だなと思うとピッと止めるとぴったりだと「５秒ジャスト！」という音声とヒーローの主題歌が流れます。ズレの大きさに応じて５秒マンに叱咤されます。ずれると「ズレ過ぎだ！」や「帰れ！」のように辛辣なことを言われていくというものです。

③“シンペイ コンパクト”という商品で、私の本名の高橋晋平のシンペイをとっています。これは私が高校３年生の時に考えたボードゲームです。オセロのように二人で戦うゲームですが、高校生の時は内向的だったので、休み時間中に机を見つめてボーッと妄想している間にできたゲームです。

上か下どちらかで３個一列に並べたら勝ちというルールです。インターネットの無料ゲームもありますので遊んで頂けたらと思います。高校の時に考えたものが、入社２年目の時に発売されたのですが、実際に商品になって並ぶと、自分としても思い出深いですし、これ以上嬉しいことはないというくらいでした。このようにアイディアを温めて実現することもできるということです。だから皆さんもやりたいことがあればその夢を持ち続けてほしいと思います。



ここからは、チーム全体で考えたゲームです。

④“モグモグわんこ”というお金を食べさせると貯金してくれるという犬で、モグモグモグちょっとずつパクパク食べていってくれる可愛い犬の貯金箱です。



⑤“ガンオクロック”という目覚まし時計です。朝けたたましい音が鳴る目覚まし時計を銃でバーンっとふっ飛ばすという商品です。これがまた勢いよく倒れるのです。目覚まし時計にむかつく気持ちから生まれたアイディア商品です。



⑥“マジックペット”は不沈子（ふちんし）というものがあるのですが、これをペットボトルの中に入れて、ボトルを握ると中の水圧が変わって浮いたり沈んだりするのです。要は握ると中の水圧が高くなるので不沈子の中に水が入って重くなって沈むのです。緩めると軽くなって上に上がります。



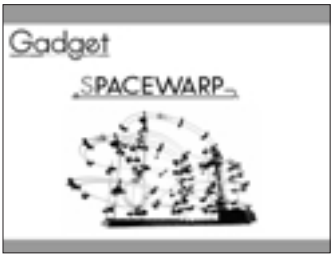
⑦“アンツライフスタジオ”アリをシュミレーションで飼い、アリがどんどん巣を作っていく商品です。この商品はアリの生態を研究して作られたものです。

⑧“キャップヘッズ”は、ペットボトルのキャップのマスコットです。エコと叫ばれている時代でもあるので、自分で買ったペットボトルのキャップを全部おもち

ゃにできないかと考え、例えば自分で買ったおーいお茶のキャップをつけたらおーいお茶マンになり、サントリーと書いてあると、サントリーマンのようになるのですが、そういうボトルキャップを集めたら遊べるというコンセプトです。



⑨“スペースワープ”は、30年前に１回販売したことのある復刻版商品で、レールを自分で組み立てて好きなコースを作れるのです。そのコースに鉄球を転がすと、すごく優雅で、見ていてすごく楽しい、しかもジェットコースターのループのようになっていて、ボールが自然に転がり、エレベーターに球が乗って、インテリアにもなります。



⑩“ツッツキバコ”は、指を入れると自分の指が液晶画面に影のようになって現れます。これはタイヤにぶら下がっているパンダで実際はいないのですが、画面上で触ると揺れるのです。中はただの空洞なのですが、触っている気になる不思議な感覚です。



画面上にはいろいろなものが出現してきます。パンダ以外、人間のでかい顔のようなものも現れます。顔を触ると怒り、いろんな物に指を突っ込めるというものです。



⑪“人間関係計算機”は電卓なのですが、誕生日によって性格がわかるおもちゃです。人間は宇宙の一部だから、生まれてきた日で性格が決まっているという理論なのです。ほんとうかと思うように作られていて、自分の誕生日＋彼の誕生日＝何％の愛情というような計算ができ、友達、友情関係、仕事仲間としてはどうだなど、誕生日＋誕生日で計算できる機能が付いているゲームです。

⑫“アクアドロップ”という商品で、これは超撥水スプレーを原液に使った、超撥水塗料です。この迷路の上に水が乗っかると、球体のように立つ表面加工をしていて、この水玉を転がして迷路ゲームができる不思議なものです。



⑬“電子マネーEjacket”は、SuicaやICOCA、nanacoなどの、タッチして決済するICカードを仮面ライダーのベルト型に入れてタッチをすると「シュイーン」変身というような感じで、今人気のワンピースというアニメの名せりふが出たりする商品もあり、改札や自動販売機でタッチするとアクションも楽しめます。



⑭これは３億円の６分の１スケールのフィギュアで、飾るだけの商品、その名も“３億円”です。３億円持っていたら嬉しいだろうと思い作ってみました。この商品のヒット理由は分からないのですが、圧倒的に大阪府でよく売れています。年末ジャンボが販売されていると、宝くじと一緒に買って、宝くじの好きな方にプレゼントすることもできます。



３．ヒット商品とは、

このような商品を企画・創出していて、“無限プチプチ”が、なぜヒットしたのかを話していきたいと思います。モノがヒットするかどうかはすごく難しく、理由を明確に説明できないことが多いのですが、“無限プチプチ”に関しては１つの理由として、人が本能的にやりたくなるオモチャであったとよく言われています。弊社はオモチャ会社なので、プチプチを物の発送や梱包する時に使用します。私が企画会議の前日に、全然アイディアがなく行き詰まっていた時に、たまたまプチプチがフロアにあり、思いついたというスタートだったのです。これは包む物ですが、つぶすことを、誰が教えたのか始めたのか分からないですが、みんな知っているし、つぶし

ます。なぜプチプチしたくなるのかを研究されている場所があります。アフォーダンスという心理学用語で、モノは人間にこう扱ってくれというようなメッセージをその形によって発信しているようです。だから、例えば赤ちゃんが何も教わってなくても、ドアの取手を開けることができたり、バナナを剥いたりなどできるのです。プチプチを見ると誰でもつぶしたくなるのは、本能で誰も逆らうことはできないのです。だから無限プチプチがお店に販売されていたらみんな押したくなるから買うということです。このプチプチを販売している川上産業株式会社様は、プチプチに関する書籍も出されており、実際に老若男女に初めてプチプチを渡したらどうするかという実験レポートを執筆されています。43歳の方が、野外でお花見した時にプチプチを渡してみると意外と夢中になってつぶし始めたということです。85歳無職の方は、水戸黄門が始まるまでの時間で104個プチプチしたということです。フィルさんは大好きなゴットファーザーを見ながらグラスを傾け無意識にプチプチしていました。気付けば1粒も残さずにきっちりつぶしていました。強いお酒もプチプチしながらお酒を飲むと、翌朝二日酔いがまったくないという結果でした。誰でもつぶしたくなる、世界中の人間がつぶしたくなるということです。そして川上産業株式会社のプチプチの10000個に１個はハート形のものがあるのです。つぶしてればいつかはなくなるので、「何度つぶしてもなくならない奇跡のプチプチ、無限プチプチ」を、商品プレゼンテーションしました。さっきの10000分の１個のハートにかけて、プチプチすると音が出て、100回に１回プチじゃない音が出るのです。突然「イヤーン」、全然関係ない犬の鳴き声などが出て、100回押したという感じで、するともう100回押そうと思って気付くとずっと押し続けているという仕掛けです。この単純な仕掛けがずっとプチプチさせて、気付けば人前でプチプチしていると、口コミにも繋がる仕掛けになっています。これが大ヒットしたのですが、そもそもこれをプレゼンテーションした時に、これが売れるか全然分からないし、会社は売れなかったら赤字になるわけですから、これを商品化するかどうかとことはすごく問題になって、営業側は反対でした。発売までこぎつけて成功した理由は、仲間を作ったことが良かったと思っています。やはり一人だと何もできないですね。アイディアの実現は、すごくおもしろいと思って自分自身やろうとしても、全国のおもちゃ屋にも商品を並べなければいけないですし、話題もつくらなければいけないのです。私一人でこれを実現できるわけでもない

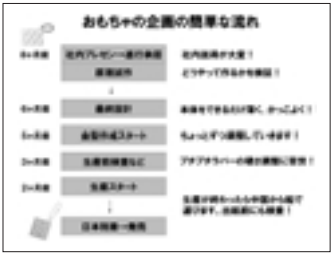
のです。プロの技術者の方の力が必要で、みんなに協力してもらわなければできないということです。だから今日も高校生の皆さんのおもしろいプレゼンテーションがありましたが、共感を得ていただける人をたくさん作って、みんなに手伝ってもらわないとヒット商品やビジネスの成功はないと思います。企画を提示しても、上司にこれはなんだと言われると、申し訳ありませんと引きます。しかし、“ 無限プチプチ ” の企画に関しては、根拠はないのですが妙に自信がありました。そういう瞬間があると思うのです。今日のアイディアも皆さん自信をもってプレゼンテーションされたと思うのですが、やはりそういう時は理屈抜きに引かないという、態度に出ることができ、僕も怖い上司にこの商品に関しては初めて逆らって「やらせてください」と自然に言えました。あと、プレゼンテーションの中でこれが売れると説得するための作戦もいろいろ考え、説明する前に、最初に何もいわないで出席者にプチプチを配ったのです。そうするとみんながつぶすのです。会議中にプチプチと鳴り始めて、その上でこの説明をして「このように、これを見たら人は誰でもつぶしたくなる」「だからこれがお店に吊るされていたらみんなつぶしたくなる」と説明しました。営業部は反対していたのですが、部長に「面白い、やってみろ」と言われました。この時私は入社３年目だったのですが、部長の強力な一言で営業の皆さんにも協力頂いて、何回も打ち合わせを繰り返してみんながだんだん味方になり発売して、成功したということです。

４．ボツネタを将来商品に



おもちゃの発売までの流れですが、おもちゃを作るのに８カ月から１年くらいかかるので、完成した時にはもうそのネタは古くなっていることもあり、企画がたいへん難しいのです。８カ月前くらいにプレゼンテーションをして、そこから設計や工場で量産する金型を作る期間として２～３ヶ月かかります。生産の前に最終検査もしつつ、販売の２ヵ月前から中国の工場で製造します。商品を生産して販売店に運搬して発売という流れになります。結構長い工程ですが、発売した時には喜びもひとしおというところもあります。





私はアイディアを考えるのが好きで、今日も本当に楽しみにしていましたし、楽しかったのです。本当にアイディアは面白いし、いろんな人のアイディアは力があって面白いです。やはり何年もやっていると、アイディアはどうしても枯渇していき、前にも考えたアイディアとなってしまうのです。そこでアイディアをひねり出すために常々いろいろな事を実施していて、入社一年目にはアイディア千本ノックをやらされました。一年間で千個の企画書を書かないといけないのです。一日３個ペースなのでできるだろうと思っていたのですが、全然できないのです。普通の人は200個くらいから心が折れはじめるのです。なんとか1000個アイディアを企画したのですが、結局この中から商品化されたのは、高校時代に考えた「シンペイ」というゲームの一つだけです。採用されるアイディアは1000分の１です。999のアイディアは不採用です。アイディアを商品化することができる確率はこの程度なのです。この時にアイディアを出すことの苦しさが分かったと同時に、アイディアの出し方を考えなくてはいけないと、いろいろ考えています。例えば一例として、国語辞典を適当に開き、出てきた言葉で無理やりアイディアを考えます。「リンゴ」と出たら“リンゴ握り潰しゲーム”のように、何でも無理やり考えていくのです。何もないところからアイディアを出すことは結構難しいので、辞書の一個一個の単語に対して、商品を考えていくとどんどん出てきますが、ほとんど商品には結びつかないものです。しかし1000個出すと１個くらいはいいアイディアがあるのです。私は結構数打てば当たる人間なので、例えば自分でしりとりをしながら「リンゴ、ゴリラ…ゴリラからゴリラを撃つゲーム」、「ラッパ…ピアノの音が出るラッパ」など、とにかく何でもいい、どんどんアイディアを出していって、偶然奇跡のように凄いアイディアが浮ぶのです。そういうアイディアの出し方を行っています。いいアイディアだけを考えようと思ってもなかなか出ないものだと思うのです。だから何でもかんでもどんどん考えて、1000個に１個拾うといったようなところからヒット商品が生まれると

考えています。社内で私はほとんど企画が通らないことで有名で、８年やっているとはいえ5000個くらいはボツネタがあると思います。でもアイディアを出すのは好きなので出して出して、ボツネタも1000個あったらその中から１個のアイディアは上手くいって９個くらいが惜しい、凄く売れそうだけど、作ったら値段が高くなり、壊れやすいなどがあります。やはりおもちゃは安全でないといけないので、面白いけれども安全性や耐久性に欠けるといったことで、商品としては販売できないこともあります。990個くらいは箸にも棒にもかからないアイディアです。でも私はここを非常に大事にしていて、今回の全国高等学校ビジネスアイディア甲子園で応募された6604件のアイディアがあって、その中には見過ごしてしまった凄くいいアイディアがあるかもしれないと、先程の挨拶の中でおっしゃっていましたが本当にそうだと思うのです。１つのアイディアを他の人がほんのちょっとアレンジするだけですごくいいものになったりするのです。だから私は、ボツネタはさっきの辞書引きやしりとりなどでうんだボツのアイディアを貯めていった中にも非常におもしろい要素があると思っています。それをストックしていっていつか時代が来た時にやってやろうと種にしています。

ということで今日はボツネタをいくつか紹介したいと思います。

①“歩き鉢”：植物はしっかりと根を生やしているから大地に根付いていますが、一回も移動したことはないだろう植物も歩いてみたいのではないかと考え、足を付けてあげたら自分の可愛い植物も嬉しいだろうという企画です。

②“USびっくり箱”というダジャレですが、これはリモコンで作業中の人に後ろからポチっとやると悪魔が映し出されるといったものです。

③“お掃除しロボット”はルンバのようなお掃除ロボットが流行っていますが、これは口だけ出してくるというもので、「そろそろトイレが汚いんじゃないか」や「網戸そろそろ汚いよ」というように言います。

④“ラジオ体操”で、体操するラジオという無駄にハイスペックなロボットです。

⑤“元彼ボウリング”は、ボウリングのピンに写真のフォトフレームが付いていて、彼氏にふられた時に写真をつけて蹴散らすというアイディアです。これで遊ぶくらいならボウリング合コンに行けるという感じですが。

⑥マイホームを買うために貯金しよう、そのために貯める貯金箱は、家く

らいの大きさになってしまうというアイディアです。
⑦ダンベルに月と地球の絵を描いたら重みを感じるのではというネタです。
⑧“マッチ売りの少女キーホルダー”は、マッチを擦ると幸せな光景が映るというものです。音声で「七面鳥だわ」など幸せな事を言ってくれます。
⑨バスの整理券が家にあって、子供が取れたら楽しいのではないかと考えました。これを今朝見ていて、これが薄い紙せっけんで取って洗えるというようなものを風呂に置いて、バスの整理券のように手にとることができるアイディアを思い出しました。久々に以前考えたアイディアを見たら発想が広がっていくということもあります。
⑩地球の裏側の人と会話できる糸電話じゃないですが、疑似体験ですが、地球の裏のリオデジャネイロでの言葉が聞くことができ、地球の裏側の人と疑似会話ができる電話もいいですね。

このようなボツネタがいっぱいあって、とても自分で考えても商品化は難しいのですが、なにかのアレンジ、組み合わせ、他の人が考えることでいいアイディアになったりするので、こういうボツネタをとにかくどんどん出して、アイディアを広げていってほしいと思います。私はこのようなアイディアを本にして出版したいと考えています。

５．商品化の必要条件



商品化にならない３大理由として、「つくれない」、技術的につくれないと意味ないです。あと「価格」、価格的にもつくったものが５万円になったでは意味がないのです。あと、「誰が買うかわからない」。これも結構見落としがちで、さっきのアイディアも言ったら笑ってもらえるのですが、実際に商品として販売すると誰がお金を出してくれるかということです。だからこういう人だったら買うという対象が必要なのです。あとは一人で頑張っても無理なので、みんなに協力してもらわないと商品化には結びつかないということです。「つくれない」はプロに協力してもらえばいいし、買う人は、先程のゴキブリロボットの話じゃないですが、少人数でも絶対買う人がいれば販売する価値はあるのです。日本人だけでも１億２千万人いますから。100人に１人だとしても100万人、

100万個売れるわけです。100人に１人がすごく好きだったらかなり強力なものだと言えるのです。あとは「仲間を巻き込む」。そのためには自分が本当に心から努力して、努力してそのアイディアを商品化したいという気持ちが必要です。心の中では商品化できなくてもいいぐらいに思っていたら、会社のお金を使って、商品化して店に並べるということはできないでしょう。

先程の「３億円」フィギュアは、本当に信じられないくらい会社で反対されたのですが、僕の亡くなった祖父が宝くじ好きで、家に結構いろいろなものを飾っていて、テレビの上や茶箪笥に、人形や置物を置くのが好きだったので、３億円フィギュアを置いてあげたら喜んだだろうなと思っています。このように思う人はいっぱいいるだろうから、このニーズはあると考え、社内でも頑張ってこのアイディアを提案したのです。そのような熱意が結局一番大事なところです。社内でボツになったアイディアですが、またいつか提案しようとアイディアをストックしてあります。今日のプレゼンテーションしてくださった皆さんも、将来やりたいことがあると思うのですが、実現を信じてやっていけば、いつか必ず形になると思います。やりたいことに迷う、将来どんな仕事をしよう、将来の夢がわからなくなることもあると思うのですが、そのような時は先程のボツネタの場合のように、つまらないアイディアを100個、1000個と考えていけば、その中で自分はこれがやりたいというものが見つかり、いつか、それにすべてをかけてやれる日が来ると思います。皆さんも、私も、これから一緒にどんどんおもしろいアイディアを考えて日本を元気にしていきましょう。以上で本日の講演とさせていただきます。どうもありがとうございました。