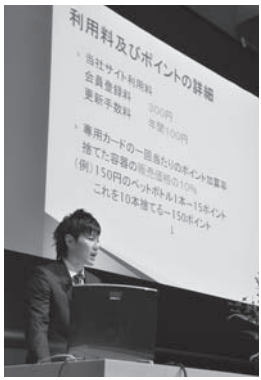
6. 特集2
第7回大商大ビジネス・アイディアコンテスト2009

大阪商業大学 総合経営学部 商学科 准教授
起業教育委員会 委員　北室康一

概要



2009年度も本学学生向けのビジネスアイディアコンテストを開催した。ビジネスアイディアコンテストは、本学の建学の理念である「世に役立つ人物の養成」に基づいた実学教育において、特に力を入れている起業家育成教育の一環として行われている。高校生を対象とするビジネスアイディア甲子園が高大連携の取組であるのに対して、大商大ビジネス・アイディアコンテストは、本学学生を対象とする学内での取組として行われている。そのため、教育の一環として、アイディア創出のための講座である企画塾と、プレゼンスキル向上のための講座であるプレゼン道場をコンテストと並行して開催している。

通算7回目の開催となった今年度のコンテストは、「第7回大商大ビジネス・アイディアコンテスト2009」と題して、第一次審査、第二次審査を経て、10月30日（金）に本学の蒼天にて最終審査を行った。

最終審査は、表彰式と合わせてファイナルプレゼンテーションと称し、1つのイベントとして毎年開催している。またこれは、学内だけでなく、一般にも公開している。今回のコンテストのスケジュールは表1のとおりである。今回の各賞

表1　2009年度コンテストスケジュール

日　時	内　容
4月	応募要項発表，応募受付開始
6月1日～5日	企画塾開催
7月25日	応募締切
9月2日	第一次審査通過アイディア発表
9月25日，30日	プレゼン道場開催
10月10日	第二次審査通過アイディア発表
10月30日	ファイナルプレゼンテーション
12月26日～29日	ビジネス研修旅行

表2　各賞の賞金と副賞の一覧

学長賞（1名）	賞金 ￥50,000＋副賞ビジネス研修旅行
副学長賞（1名）	賞金 ￥40,000＋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＋副賞ビジネス研修旅行
NPO東大阪地域活性化支援機構理事長賞（1名）	賞金 ￥30,000＋副賞ビジネス研修旅行
審査員特別賞（若干名）	賞金 ￥5,000

の内容は表2のとおりである。

今回の応募総数は695件で、第二次審査に進んだアイディアは43件、最終審査

表3　大商大ビジネス・アイディアコンテスト2009の入賞者一覧

受賞名	所属・学生名	アイディア名・概要
学長賞	経済学科2年 (OBPコース) 間中　貴史	**不合格グッズシリーズ?本気の人以外は ゼッタイに使用しないで下さい！?** 従来の合格グッズは「合格」の二文字が書かかれていることが多いが、この不合格グッズは「不合格」と書かれており、縁起が悪い。そこでこの不合格鉛筆や消しゴムを使い続けることで、「不」の文字がなくなり、縁起の良いものにするというアイディア。
副学長賞	経済学科1年 (OBPコース) 平田　拓嗣	**〜きちんと捨てて学校を美しく〜 「ポイントBOX」** 飲料の紙コップなどを専用のゴミ箱に捨てることでポイントをため、自販機での購入時にためたポイントを利用することができるという学校の美化を狙ったアイディア。
東大阪商工会議所 会頭賞	商学科4年 出海　朱絵	**CSR（小さなキャップで！スマイル増やしてリサイクル！！） 〜エコキャップアーティストが地球を笑顔にする〜** 既存のエコ活動「エコキャップ収集」をPRするため、ペットボトルキャップ使ったアート作品コンテストを開くともに、アート作品の製作キットを販売するというアイディア。
NPO東大阪地域活性化支援機構 理事長賞	商学科2年 (OBPコース) 清家　槙	**プリントらくらく　めくれーる** このアイディアは、大量の紙を扱いやすくするグッズ。紙の束の角をこのグッズに差し込むことで、束を持ちやすくなるだけでなく、紙が適度にバラけ、配布しやすくなる。また置いたときには紙がバラけなくなる。
審査員特別賞	経済学科3年 (OBPコース) 串田　達哉	**〜アンテナショップで地方活性化〜 「田舎屋」** 全国の県人会から店内装飾、店員の方言などの指導を得て、都会にいながら田舎の雰囲気を味わえる飲食店を全国に展開していくというアイディア。
審査員特別賞	経営学科3年 岡本　良介	**2段階飲料水** ソフトドリンクやカクテルなど、最初から2つの味が混ざっているのではなく、自分の好みに応じて混ぜる比率、混ぜる味を選べる飲料水を販売するというアイディア。
審査員特別賞	経営学科3年 山本　竜太	**二度寝防止クン** 手の反復運動が脳を活性化させて目が覚めることを利用し、両手でボタンを30回ほど連続でおさなければアラームが止まらないという目覚まし時計。

への進出は7件であった。コンテストの入賞者とアイディアは表3のとおりである。上位4名は副賞として沖縄へのビジネス研修旅行が授与された。

今年度の取組と評価

第1回のコンテストから、審査フォーマット、開催時期などのスケジュール、ビジネス研修旅行などを毎年の評価とともに改善してきた。

今回の大商大ビジネス・アイディアコンテストは、前回までの応募件数が2年にわたって落ち込んできていることから、学内での認知度向上とそれに伴う応募件数の増加を目標にスタートした。これまでの応募件数の変遷は図1のとおり

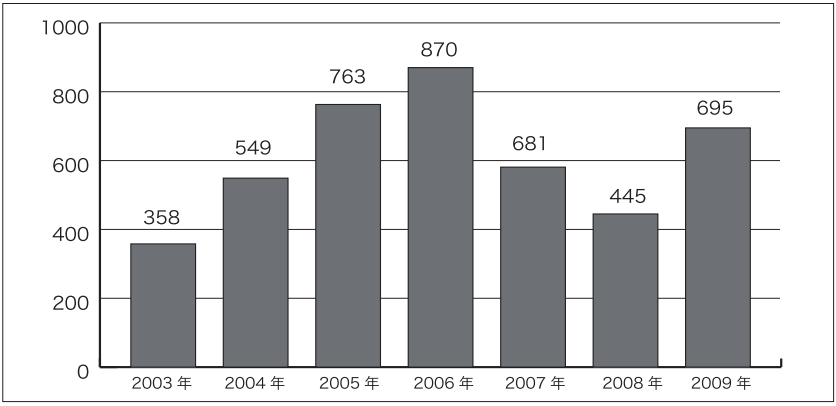


図1　応募件数の変遷

である。

1.認知度向上への取組

認知度向上のための具体的な取組として、①ポスターやチラシの早期掲示、配布、②1年生対象の研修合宿での広報活動、③基礎演習での教材としての採用、④オープンスペースでの企画塾の開催を行った。

認知度を上げるためのポスターやチラシの作成開始時期が年度初めの委員会発足時では遅いとの前回の反省から、前年度である2009年2月から作成に着手した。その後、3月初旬にデザインを決め、3月末には印刷を終えた。結果、4月の委員会発足と同時に広報活動に取り掛かれるようになった。

研修合宿では、各学科でのオリエンテーションの時間に、完成したチラシを配布し、コンテストの概要を説明し、前回の入賞者による体験談を紹介した。研修合宿自体が今年度からの取組であったため、コンテストの広報を行う時間

や進行が場当たり的であった。だが、スタッフの適切な対応と入賞者の熱い体験談によって、非常に良い広報プレゼンができた。

他方で、基礎演習で教材としての採用は叶わなかった。これは、コンテストのスケジュールの都合上、前期の基礎演習で取り上げてもらわねばならないが、既に前期中のシラバスおよび教材が決まっていたことによる。この取組に関しては、今後も各方面へ働きかけていく必要があろう。

前回の広報活動では前々回の入賞者の体験談やコメントなどをビデオ撮影し、食堂や図書館のTVで放映するという取組を行ったが、期待していたほどの効果は得られなかった。また、企画塾はこれまで一般教室や事務室内で行われており、企画塾そのものに興味のある学生の参加に限定されていた。そこで、今回はビデオ放映をやめ、企画塾に広報の要素を加えることにした。具体的には、オープンスペースで企画塾を行うことによって、通りがかりの学生にもコンテストを認知してもらい、また飛び入りでの参加を促そうと考えた。また、企画塾の内容も変更し、従来の教員によるアイディア創出の相談会をサブに回し、前回入賞者のアイディア創出の体験談をメインに据え、スライドを交えてプレゼンしてもらう機会を設けた。

今回の企画塾は6月1日～5日までの昼休み（12:20～12:50）にリラク2階にて、計5回行った。うち、6月3日、4日に前回入賞者のプレゼンを行った。企画塾の参加者数は計64人であった。

企画塾に参加した学生から回収したアンケートの結果、今回の企画塾は好評であった。また要望として、会場の変更を含めて会場の音響設備を改善することと、前回のコンテストを見る機会を設けることが挙げられていた。これらは今後の課題としたい。

これらの取組は、応募件数の増加として成果を残したといえよう。また今回は、初めて大学院生からの応募があったことも強調しておく。

2.審査フォーマット

審査方法は前回と同じく、書類選考による第一次審査、口頭発表による第二次審査、そしてプレゼンテーションによる最終審査（ファイナルプレゼンテーション）の3段階で行われた。

第一次審査では、アイディアの内容について、アイディアのおもしろさ、新規性、市場性、実現可能性を考慮して総合的に評価している。

前期期末試験期間を考慮し、今回はアイディアの提出締め切りを7月25日に設定した。第一次審査は夏季休暇中に審査担当教員によって行われている。

第一次審査の結果は、夏季休暇中の9月2日に、通過者に郵送にて通知した。ここで、第二次審査の形式の通知と、アイディアのブラッシュアップのためのアドバイス、プレゼン道場の案内を行った。

アドバイスは、目の付けどころは良いものの掘り下げが足りないアイディアや、既存アイディアとの差別化が難しいアイディアに対して、どのように改善すべきかを示唆する簡単なヒントであり、第一次審査で審査担当教員から出される。

プレゼン道場は、第二次審査の口頭発表に向けて、プレゼンのまとめ方、話し方などを教える講座である。今回は、9月25日、30日の2回にわたって行われた。今回の講師は、株式会社スマイルマーケティングの高橋健三氏に依頼した。プレゼン道場のプログラムは表4のとおりである。

第二次審査では、2分間の口頭発表を通じて，ブラッシュアップされたアイデ

表4　プレゼン道場のプログラム

9月24日	**1.プレゼンの目的とは何か？** きれいな資料、上手な説明でなく相手の行動を起こせ **2.見せ方のポイント** ポイントを三つに絞り、色はむやみに使うな **3.ストーリー作りのポイント** 起承転結で構成し、印象的なキーワードを残せ
9月30日	**4.桃太郎で組み立てるプレゼンストーリー** 既に認知した話を、想定外の話に組み立てろ **5.プレゼンリハーサル「7分間1本勝負！」** つかみで空気を作り、持ち時間を使いきれ **6.本番に向けたアクションプラン立案** 優勝するための最後の一手

ィアを評価するとともに、プレゼンのスキルを確認している。口頭発表ではA4サイズの白紙1枚の使用を認めている。この白紙の使用方法に特に規定はなく、また使用せずに発表しても構わない。今回の第二次審査は、10月10日に行われた。2人は資格試験によって当日に審査を受けることができないため、10月9日にビデオ撮影を行い、プレゼン終了後に審査員がビデオを見て審査した。またこの第二次審査で、アイディアが既存のものであるかどうかを確認している。

プレゼン道場を受講してきていることもあり、発表者のプレゼンは概ね満足のいくレベルに達していた。受講者アンケートではプレゼン道場の評価も高く、プレゼンスキルの向上についての取組は現行で十分といえる。

ビデオ審査も初めての試みであったが、審査において特に違和感もなかった。今回のようなケースであれば、今後も引き続きビデオ審査で対処できよう。

最終審査は前回に引き続き、観客数の増加を見込んで、学園祭期間中の10月30日に行われた。学園祭と60周年記念事業との兼ね合いから、蒼天の使用時間に限りがあるため、今回も講演会はなく、7件のプレゼンと表彰式のみの内容となった。最終審査では、アイディアの内容と7分間のプレゼンテーション、審査員との質疑応答をもとに審査員が点数をつけ、この点数の合計で順位を決めている。

今回は第二次審査から最終審査までの期間が短かったことに起因するのか、発表者によってはプレゼンテーションの準備不足の感が否めなかった。今後は、最終審査への準備期間として最低3週間を完全に取れるように調整すべきであろう。

3.ビジネス研修旅行

今回のビジネス研修旅行では、12月26日から29日までの4日間、沖縄に行った。旅程は表5のとおりである。

これまでのビジネス研修旅行では海外に行っていたが、今回は新型インフルエンザの世界的な流行によって国内となった。前回のビジネス研修旅行から、それまでの3日間の旅程から4日間となったことで、時間に余裕ができ、より充実した研修旅行となっている。

表5　沖縄ビジネス研修旅行の旅程

12月26日	空路沖縄 南部戦跡の訪問
12月27日	道の駅かでな、万座毛、沖縄記念公園、美ら海水族館の見学
12月28日	株式会社ぬちまーすの企業視察 沖縄観光コンベンションビューローにてセミナー受講
12月29日	首里城の訪問 空路大阪



また、これまでは2月、3月といった授業期間外に旅程を組んでいた。しかしながら、前回の旅行後に最近の就職活動の早期化に伴って、その時期では3年が参加しにくいとの意見があったため、今回は冬期休暇中に旅程を組んだ。参加者には好

評であったが、年末が近いこともあり、研修先の選定が困難であった。時期については今後も検討が必要であろう。

総括



近年の傾向として、アイディアグッズ的なものからビジネスモデルを提案するアイディアが増加しているようである。また、エコロジーをテーマとしたアイディアが数多く見られ、学生の意識が身近な生活だけでなく、広く社会に向いてきているように思われた。

しかし、その一方で、大雑把なアイディアも少なくなかった。学生本人だけでは、自分のアイディアを掘り下げ、ブラッシュアップすることが難しい。そこで、学生が自分のアイディアをより精緻なものにする機会を設けることが必要であろう。

今回で7回目となった大商大ビジネス・アイディアコンテストのフォーマットは、これまでの取組を経て、成熟してきている。フォーマットの整備の段階から、応募アイディアの質の向上に注力すべき段階にきているといえよう。