②第11回大商大ビジネス・アイディアコンテストの取組について
～地域の企業や団体と連携し学生のビジネスアイディアを商品に～



大阪商業大学起業教育委員会　委員
ビジネス・アイディアコンテスト担当長　柗永佳甫

ビジネス･アイディアコンテストは､大阪商業大学の建学の理念である「世に役立つ人物の養成」とそれを支える４つの柱（思いやりと礼節、基礎的実学、柔軟な思考力、楽しい生き方）を具現化するための教育プログラムのひとつです。ビジネス・アイディアコンテストは 2012 年で第 10 回目を迎えました。ビジネス・アイディアコンテストの応募総数は、その年により幾分波がありますが、2013 年について見てみると、学生総数は約 4,500 名ですので、約 16％の学生がビジネス・アイディアコンテストに応募したことになります。図１は第１回（2003 年）からのビジネス・アイディアコンテストへの応募状況の推移です。

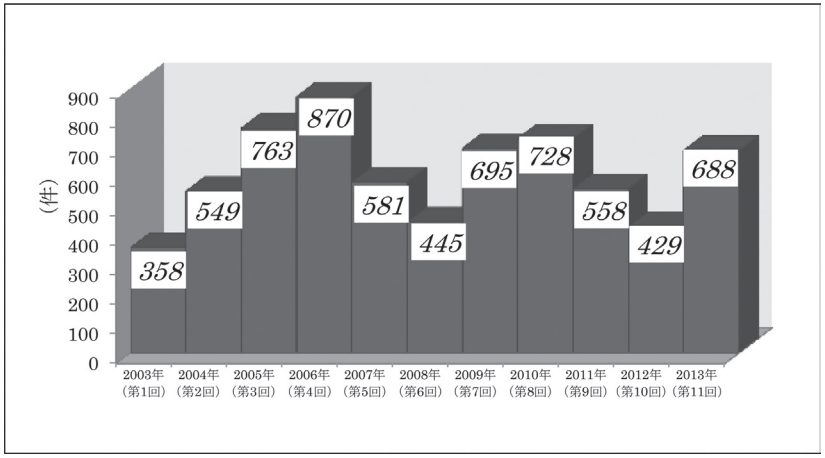


図１：ビジネス・アイディアコンテスト応募者の推移

ビジネス・アイディアコンテストは、座学と実社会をつなぐ実学プラットフォームとして機能してきました。ビジネス・アイディアコンテストへの挑戦を介して、学生は講義で学習したことをビジネスの世界で実践する術を探究することになります。10 年目を迎えた 2012 年のビジネス・アイディアコンテストからは、更に学生にとって魅力的なプログラムへと進化させるために、入賞作品の「商品化」を目標に設定しました。ただし、大阪商業大学が考える「商品化」には、「斬新なアイディアであることは当然として、しっかりとした販路が開拓され、採算もとれていること」という高いハードルが課せられています。そのため、入賞作品を商品化することは容易くはありませんが、もし自分のアイディアが「かたち」になり、市場で販売されるということになれば、学生のコンテストに挑戦するモチベーションは今まで以上にかき立てられます。そこで、学生のアイディアが商品化される可能性を高めるべく、従前の自由部門に加え課題部門を第 10 回ビジネス・アイディアコンテストより新設しました。課題部門を新設するに際し、私たちはまず、これまで大阪商業大学やビジネス・アイディアコンテスト担当教員が個人的におつきあいのある企業のなかから、学生にビジネスアイディアに関する課題を提供し、学生のビジネスアイディアが商品化可能であれば、積極的に生産から販売に至るまで協力していただける企業を訪問し、コンテストへの参加を依頼しました。

従前のビジネス・アイディアコンテストの教育的な目的は、ビジネスに関する学生らしい斬新なアイディアを考える過程で、実社会でも役立つ「企画力」､「プレゼンテーション能力」､「行動力」といったビジネススキルを学生が身に付けることでした。しかし課題部門を設けたことにより、このような教育的な目的の他にも次のような社会的な目的が加わりました。まず、学生のビジネススキルを育成する過程において、地域社会に貢献する企業や団体と協働することにより、地域に根差した大学として本学が地域社会に貢献するという目的です。近年、大学には「コミュニティーの中心－ COC：Center of Community」としての役割を果たすことが期待されています。これは、知の集積地としての大学が保有する様々な資源を地域コミュニティーや地域に根差した企業と共有することで、地域を活性化させようとするものです。また大学側が COC に取組むメリットしては、地域が抱える社会的・経済的課題の解決に組織として取組むことで、教育活動や研究活動、そして地域市民との交流の活性化が期待できる点があげられます。

一方、課題提供企業にとってのメリットもあります。昨今、企業規模に関わらず、生産・販売する製品の特質を活かして、企業の社会的責任（CSR：

Corporate Social Responsibility）に取組むことが、あらゆる企業に求められています。特に地域に根差した企業がCSRに取組むことは、企業市民として地域に受け入れられるためには、欠くことのできない活動の一つであると言われています。ビジネス・アイディアコンテストに参画する企業は、学生が考えたアイディアを磨き直したり（ブラッシュアップ）、アイディアを商品化する際にどのような問題があるか、実際に売れる商品のアイディアを考えるにはどのような事に注意したらよいかなどについて学生を指導したりすることにより、若者のキャリア教育に寄与することになります。学生は企業と一緒に様々なことを考える過程で、自分の強みや弱みは何なのか、自分がどんな職業に向いているのかなど、自分の将来のキャリアについても考える機会を得ることが出来ます。このように、大阪商業大学のビジネス・アイディアコンテストは、企業と大学とが若者のキャリア教育を協働して行うというCSR活動の新しいかたちを企業に提案しています。

そして、若者の斬新なアイディアと企業の商品化に向けた実践的なノウハウがうまく融合すれば、企業と学生の双方の便益となる「売れる商品」を市場に送り出すことが出来ます。ここで学生にとっての便益とは、商品が売れることによる金銭的便益よりむしろ教育的便益を指します。そして教育的便益とは、学生にもたらされる次の「５つの気づき」だと私たちは考えています。

> 自分のアイディアが商品になることの喜び
> 企業が自分のアイディアのブラッシュアップに一生懸命取組んでくれることへの喜び
> 社会に役立つ自分の強みを発見できたことの喜び
> 目標に向かって努力することの心地よさ
> 自分にもいろいろな可能性が広がっていることを実感

ビジネス・アイディアコンテストは、具体的にはこれら「5つの気づき」をもたらす実学フィールドです。

課題部門が新設された第10回ビジネス・アイディアコンテストでは、５つの企業が課題を提供しました（表１参照）。

続く第11回（2013年）ビジネス・アイディアコンテストでは、課題を提供いただく企業を３社に減らして実施しました（表２参照）。第10回では、５つの課題提供企業がありましたが、課題が多様になりすぎたため、各課題への応募数が偏り、中には数人という応募数に留まった課題もありました。第11回で企業を３社に減らしたのは、この点を考慮しての改善でした。

表１：2012年課題一覧

課題提供企業名	課題名
合同会社いしきりん 株式会社せのや	『いしきりん』グッズの開発：目指せ！大阪を代表するおみやげ
ZAQ（株式会社テクノロジーネットワークス） 特定非営利活動法人 スマイルスタイル	『ユメコラボ』を使ったビジネスアイディア
株式会社サンクレスト	携帯電話のアクセサリー： キラキラ・わくわく・ドキドキする商品アイディア
株式会社 Dreams	ポップコーンを使ったアイディア：一生の思い出になる サプライズプレゼント
日本化線株式会社	カラーワイヤーを使った商品アイディア

表２：2013年課題一覧

課題提供企業名	課題名
旭電機化成株式会社	お年寄りや、からだの不自由な方の暮らしが楽で安全になる商品
株式会社ザグザグ	新しい高齢者サービスを考えよう～ドラッグストアの枠に 囚われない、新しいコンセプトのサービス～
東大阪ラグビーグッズ創生クラブ/東大阪商工会議所	ラグビーグッズ　～“東大阪発”お土産No.1を目指せ！～

応募者は、１次審査（書類審査）と２次審査（２分のプレゼンテーション）を経て、ファイナルプレゼンテーション（３次審査）に臨みます（表２参照）。

第11回からは、応募開始後、課題提供した企業の担当者に本学に来ていただき、課題についての詳細や企業の業務内容について、学生に直接伝えていただく機会を数回に分けて設けました。課題部門を新設した第10回では、A4サイズ１枚の紙に課題内容について記載したものを応募書類に添付したのですが、紙媒体からだけでは、課題提供企業がなぜその課題を課したのかということについての企業側の真意が学生に伝わりにくいということを考慮しての措置でした。また企業の詳しい業務内容を知ることをは、商品化の可能性の高いアイディアを考える上で重要な情報の一つでもあります。

応募が締め切られると、課題部門に応募されてきたアイディアについては、課題を提供した企業が、自由部門に応募されてきたアイディアについては、担当教員が１次審査（書類選考）と２次審査（口頭審査）を行います。１次

表２：ビジネス・アイディアコンテスト審査プロセス（2013 年）

４月	応募要項発表＆応募受付開始！
6/11(火) 6/13(木) 6/18(火) 12:15～12:50	課題提供企業「課題説明会」 ■平成 25 年 6 月 11 日（火）　12:15～12:50 旭電機化成株式会社　専務取締役　原守男氏 「お年寄りや、からだの不自由な方の暮らしが楽で安全になる商品」 ■平成 25 年 6 月 13 日（木）　12:15～12:50 株式会社ザグザグ　人事採用部新卒採用チーム　引地憲幸氏 「新しい高齢者サービスを考えよう～ドラッグストアの枠に囚われない、新しいコンセプトのサービス～」 ■平成 25 年 6 月 18 日（火）　12:15～12:50　東大阪ラグビーグッズ創生クラブ 「ラグビーグッズ　～“東大阪発”お土産 No.1 を目指せ！～」
7/18(木)　15:00	募集締切
7/23(火)～7/29(月)	第１次審査　　688 件の応募から書類選考
8/３(土)	第１次審査通過者発表　　36 件が通過しました!!
8/27(火).30(金) 11:00～13:00	ブラッシュアップ講座（プレゼン道場） 講師：キャリアアップセミナー講師　勝谷信一郎氏 8/27(火）11:00～13:00【内容】①プレゼンテーションとは･･･の講義　②伝えるため･･･のワークショップ 8/30(金）11:00～13:00【内容】２分間のプレゼンテーションとフィードバック
8/28(水)　11:00～13:00	ブラッシュアップ講座 （アイディア・ブラッシュアップミーティング） 講師：旭電機化成株式会社　専務取締役　原守男氏
9/5(木)	第２次審査（口頭審査）８名の第３次審査進出者と２名の企業賞が決定!!
10 月 26 日(土) 大学祭２日目	第３次審査 プレゼンテーション審査 副賞　ベトナム ビジネス研修！
２月中旬	（学長賞、副学長賞、東大阪商工会議所会頭賞、NPO 法人東大阪地域活性化支援機構理事長賞の受賞者４名）

審査では、アイディアの「新規性」、「独創性」、「市場性」、「実現可能性」の４つの視点で応募書類を審査します。

２次審査（口頭審査）では、自分のアイディアを口頭で紹介するというものです。自分のアイディアを２分間という短い時間で、いかに相手に上手く伝えることが出来ているかを審査します。課題提供企業は、ファイナルプレゼンテーションに進む応募者をそれぞれ１名ずつ選出します。選出結果を起業教育委員会に提出して、起業教育委員会が３次審査に進むファイナリストを８名程度を選出します。

第 10 回ビジネス・アイディアコンテストは、表３のような結果となりました。なお課題部門の新設に際し、新たに「企業賞」を設けました。企業賞は、特に優れていると認められた課題部門のビジネス・アイディアに対して、企業が授与する賞です。

入賞者のうち審査員特別賞と企業賞を除く上位４名については、賞金のほかに海外でのビジネス研修（第 11 回はベトナム）が授与されます。

第 10 回ビジネス・アイディアコンテストまでのファイナルプレゼンテーション（第３次審査）は、プレゼンテーションの結果のみで入賞者を決めていました。しかしこの審査方法はファイナルプレゼンテーションの出来不出来に過度に偏重した審査方法であるとの意見が教員と学生の両方から寄せられたため、第 11 回ビジネス・アイディアコンテストでは、応募時より更に

表３：2012 年入賞者一覧

賞	受賞者名	受賞作品名	課題提供企業名（＊は自由部門）
学長賞	田中 伸我	着火線香	＊
副学長賞	岸畑 雅美	ポップコーンブーケ ～大切な人の大切な記念日に～	株式会社 Dreams
東大阪商工会議所会頭賞	林 亜祐美	いいとこいっぱい　いしきりん かるた	合同会社いしきりん 株式会社せのや
特定非営利活動法人東大阪地域活性化支援機構理事長賞	大西 七瀬	イヤホール ジャんクしょん	株式会社サンクレスト
審査員特別賞	寺西 和也	Remains 遊園地潜入ツアー	＊
	水原 春佳	絶景!!　夕焼けガイドブック	＊
	長﨑　悠	ドアノブカラーアート	日本化線株式会社
企業賞	金田 諒平	なくしても　見つかる 双子ストラップ	株式会社サンクレスト
	八木 有人	ふんわりと匂いのする携帯カバー	株式会社サンクレスト
	松井 歩美	Thank you mama!　キット	＊
	山﨑　大	ワイヤークラフト組立キット ～楽しくリハビリ～	日本化線株式会社

ブラッシュアップされた応募用紙と第３次審査でのプレゼンテーションを同じウエイトで評価して、入賞者を決定しました。また、第 10 回のファイナルプレゼンテーションから、アイディアの試作品を可能な限り作って、それを用いてプレゼンテーションを行うことをファイナリストに課しました。試作品を提示しながらのプレゼンテーションは、視覚効果により、鮮明にアイディアのコンセプトがオーディエンスに伝わりやすいという利点があります。これによりプレゼンテーションの内容が分かりやすくなったというオーディエンスの声が多く寄せられました。

第 11 回（2013 年）ビジネス・アイディアコンテストは、表４のような結果となりました。

表４：2013 年入賞者一覧

賞	受賞者名	受賞作品名	課題提供企業名（＊は自由部門）
学長賞	岡本 梨沙	脂肪もコストも燃焼!! フィットネスクラブ	＊
副学長賞	桂 怜央奈	ハンズフリー買い物カゴ	＊
東大阪商工会議所会頭賞	田代 翔太	オシャレ蛍光ワッペン	旭電機化成株式会社
特定非営利活動法人東大阪地域活性化支援機構理事長賞	片岡 長祥	広告パーキング	＊
審査員特別賞	蔵下 真美	ロケット綿棒	＊
	野田　将	～World Chips～	＊
	山口 綾乃	トライくんとプリクラ撮ろう!	東大阪ラグビーグッズ創生クラブ/東大阪商工会議所
	中西 健朗	ふれあい・ペット広場	＊
企業賞	中本 良輝	ザグザグシアター	株式会社ザグザグ
	石田 幸多	ラクラクプラグ～テラシー君～	旭電機化成株式会社

第 11 回ビジネス・アイディアコンテストでは、入賞者が決まり、ビジネス研修が終われば、今年のビジネス・アイディアコンテストは終了というわけではなく、入賞作品のうち、特に商品化の可能性が高いアイディアについては、学生が課題提供企業とアイディアのブラッシュアップを続けます。このようにして大阪商業大学と課題提供企業は、ビジネス・アイディアコンテスト終了後も、学生のアイディアの商品化に向けた協働を継続することになります。どの入賞作品が商品化されたかについては、今後の「起業教育研究会報告書」でご報告させていただく機会があると思います。

ところで、大阪商業大学には、ビジネス・アイディアコンテストの他にもさまざまな教育プログラムが学生に自分への挑戦と自己探求のための実学プラットフォームを提供しています。

大阪商業大学ビジネスパイオニア（OBP）コースは、次世代のビジネスリーダーを目指す学生たちが、学部・学科の枠を越え少数精鋭クラスでグループワークやプレゼンテーションを数多く体験し、コース生同士が競い合う実学プラットフォームを提供しています。フィールドワーク型ゼミナールは、講

義によって習得する教養と専門知識を、フィールド（実社会の現場）において実際に活用させるための実学プラットフォームです。フィールドワーク型ゼミナールでは、社会の現状を分析し、その中から社会が抱える問題を発見し、解決策を見出し、自らが率先して社会問題を解決していく能力を養成することを目的としています。またフィールドワーク以外のゼミナールや座学を基本とする講義でも、常に実学を意識した講義がなされています。

これらの教育プログラムはそれぞれ独立したものではなく、学生がこれらの教育プログラムのうちのいずれかに挑戦することを契機に、他のプログラムへの興味が誘引され、これらのプログラムに次々と挑戦して行く過程で、自分の可能性や強み・弱みなどに気づきながら、世に役立つ人物へと育成されるように工夫されています（図２参照）。またこれらの教育プログラムに挑戦したことを契機に、学生が更なる挑戦の機会を学外や海外に求めて行く事例も少なくありません。

高校生の約半数が大学に進学する現状において、学生の価値観は多様化しています。この潮流を鑑み、大阪商業大学は、多様な価値観を持った学生の挑戦意欲を誘引するバラエティーに富んだ教育プログラムを連続的に開発して行こうとしています。ビジネス・アイディアコンテストも、産、学、官、地域コミュニティーのそれぞれが便益を享受できるような実学プラットフォームへと更に研鑽して行きたいと考えています。

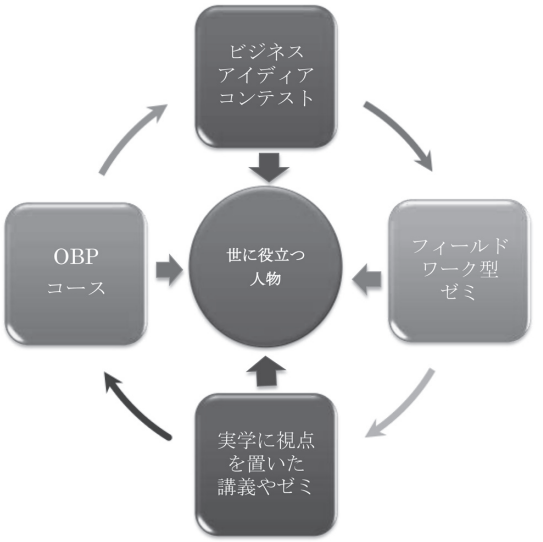


図２：実学教育プログラムの相乗効果と建学の理念