②第１分科会

新規導入　起業教育ワークショップ
全国高等学校ビジネスアイディア甲子園の活用

大阪商業大学　経済学部　准教授
起業教育委員会　委員長　柴田　孝

第１分科会は起業教育に取り組もうとされている方を対象としたワークショップです。大阪商業大学は1998年度から「起業教育」に取り組んできました。その起業教育の一つとして取り組んでいるのが、全国高等学校ビジネスアイディア甲子園（毎日新聞社と共催）です。

私たちは、高校生の皆さんがこのコンテストに取り組むことを通じて、分析力や課題解決力、それを整理して伝える表現力と、資金繰りや運営などといったビジネス的視点まで考慮する経営マインドを伸ばすことにつながると考えています。自立性や探求心、チャレンジ精神といった起業家精神を育み、決断力や分析力、判断力などの起業家的な資質・能力を伸ばすことこそが、私たちの考える起業教育の目標です。（佐々木・南方・古沢・酒井（2007）「大学生のためのアントレプレナーシップ入門」p.6）



コンテストでは「自由な発想で考えられた独自のビジネスアイディア」を募集しています。ビジネスとは利益を得ることを目的として営む経済活動です。利益を得るためには、売れるものを作って売り、そこにかかる費用以上の売上を得られれば、（プラスの）利益を得ることができ、この「ビジネス」が継続できることになります。「売れるもの」とは「人々が欲しいと思うもの」です。誰かが何かに困っていてそのことで時間や手間・労苦がかかっている状況について、その「困っていること」を改善・緩和・解消できる方法があるなら利用したいと思ってもらえるのではないでしょうか。そうした「方法」となる商品・サービスを提案することが応募案となります。『コトラー、アームストロング、恩藏のマーケティング原理』によれば、顧客のニーズを満たす目的で市場に提供されるものを「製品」といい、サービスは製品の一形態とされています。サービスの説明はその物理的特性としてモノとの対比で語られることが多い（モノと違って形がなく、所有されることがない）のですが、それよりもサービスを「（なにかを）してもらうことや、（なにかを）させてもらうことに対して顧客が対価を支払うもの」と捉えることにします。

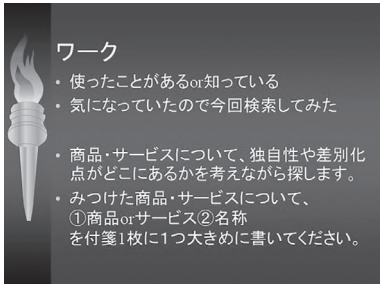


今回のワークショップでは、商品やサービスに関するビジネスアイディアを考えるための準備として、参加者のみなさんに「おすすめしたい商品・サービス」を紹介してもらうワークに取り組みました。使ったことがあるもの以外にも、使ったことはないが気になっていたものも含めて、①商品かサービスかの種別と②名称の２つを付箋に書きこんでもらい、それをホワイトボードに貼って、順に紹介するという手順で進めました。紹介する際には、他との独自性や差別化点を強調して説明をお願いしました。

ワーク
製品（サービス含む）を探し、他の参加者に紹介して共有しましょう。

•使ったことがあるor知っている
•気になっていたので今回検索してみた

•商品・サービスについて、独自性や差別化点がどこにあるかを考えながら探します。
•みつけた商品・サービスについて、
①商品orサービス②名称
を付箋１枚に１つ大きめに書いてください。



このワークのねらいは、既存のサービス・商品を調べることを通じてそれぞれにどのような工夫が込められているのかを考えてもらうことにあります。ビジネスアイディアを考えるための準備の一つとして位置づけていま

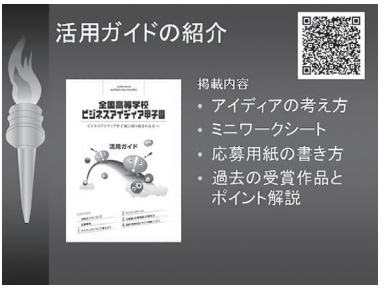
す。また、自分以外の参加者による紹介を拝聴することを通じて、自分にない視点や関心の方向を感じて多様なものの見方に触れることも狙いとしています。

コンテストに取り組むにあたって『全国高等学校ビジネスアイディア甲子園活用ガイド』もご活用いただければ幸いです。アイディアの考え方から、アイディアを考えるためのミニワークシート、応募用紙の書き方に加えて過去の受賞作品とポイント解説を掲載しています。

活用ガイドの紹介

掲載内容

- アイディアの考え方
- ミニワークシート
- 応募用紙の書き方
- 過去の受賞作品とポイント解説



参考文献

1．佐々木保幸、南方建明、古沢昌之、酒井理『大学生のためのアントレプレナーシップ入門』大阪商業大学、2007年
2．フィリップ・コトラー、ゲイリー・アームストロング、恩藏直人『コトラー、アームストロング、恩藏のマーケティング原理』丸善出版、2014年