過去５年間【第15回(2016)から第19回(2020)】の応募校一覧

ご応募いただいた全ての作品が、ビジネスアイディア甲子園の歴史と未来を支えています。(順不同)※学校名は応募当時のものです

北海道・東北

北海道旭川工業高等学校
北海道旭川商業高等学校
北海道旭川南高等学校
北海道石狩翔陽高等学校
北海道江別高等学校
北海道小樽未来創造高等学校
北海道帯広大谷高等学校
北海道釧路商業高等学校
北海道札幌東商業高等学校
北海道千歳高等学校
北海道苫小牧総合経済高等学校
北海道富良野緑峰高等学校
北海道夕張高等学校
市立札幌啓北商業高等学校(北海道)
札幌北斗高等学校(北海道)
青森県立青森商業高等学校
青森県立名久井農業高等学校
青森県立八戸商業高等学校
五所川原第一高等学校(青森県)
岩手県立大東高等学校
岩手県立高田高等学校
宮城県鹿島台商業高等学校
宮城県気仙沼高等学校
宮城県蔵王高等学校
秋田県立大館国際情報学院中学校・高等学校
秋田県立西目高等学校
秋田県立能代西高等学校
秋田県立平成高等学校
秋田県立矢島高等学校
秋田県立湯沢翔北高等学校
ノースアジア大学明桜高等学校(秋田県)
山形県立庄内農業高等学校
山形県立新庄神室産業高等学校
山形県立新庄南高等学校
山形県立鶴岡中央高等学校
山形県立長井工業高等学校
福島県立郡山商業高等学校
福島県立小高産業技術高等学校
福島県立平商業高等学校
福島県立福島商業高等学校

関 東

茨城県立那珂湊高等学校
茨城県立常陸大宮高等学校
茨城県立守谷高等学校
清真学園中学校・高等学校(茨城県)
栃木県立宇都宮白楊高等学校
幸福の科学学園中学校・高等学校(栃木県)
群馬県立安中総合学園高等学校
群馬県立高崎商業高等学校
群馬県立前橋商業高等学校
桐生市立商業高等学校(群馬県)
利根沼田学校組合立利根商業高等学校(群馬県)
筑波大学附属坂戸高等学校(埼玉県)
埼玉県立岩槻商業高等学校
埼玉県立浦和商業高等学校
埼玉県立八潮高等学校
埼玉県立八潮南高等学校
立教新座中学校・高等学校(埼玉県)
千葉県立千葉商業高等学校
千葉明徳中学校・高等学校(千葉県)
八千代松陰高等学校(千葉県)
東京大学教育学部附属中等教育学校(東京都)
東京都立青梅総合高等学校
東京都立五日市高等学校
東京都立葛飾商業高等学校
東京都立国立高等学校
東京都立国際高等学校
東京都立桜町高等学校
東京都立篠崎高等学校
東京都立芝商業高等学校
東京都立豊多摩高等学校
東京都立成瀬高等学校
東京都立稔ヶ丘高等学校
東京都立六郷工科高等学校
海城中学高等学校(東京都)
北豊島中学・高等学校(東京都)
サレジオ工業高等専門学校(東京都)
渋谷中学高等学校(東京都)
順天高等学校(東京都)
成蹊高等学校(東京都)
専修大学附属高等学校(東京都)
田園調布学園中等部・高等部(東京都)
東京学芸大学附属国際中等教育学校(東京都)
東京電機大学中学校・高等学校(東京都)
東京都市大学等々力中学校・高等学校(東京都)
東京都市大学付属中学校・高等学校(東京都)
広尾学園中学校・高等学校(東京都)
富士見中学高等学校(東京都)
本郷中学校・高等学校(東京都)
日本大学第二高等学校(東京都)
明治学院東村山高等学校(東京都)
神奈川県立相原高等学校
神奈川県立小田原総合ビジネス高等学校
神奈川県立小田原東高等学校
神奈川県立平塚商業高等学校
神奈川県立平塚農業高等学校
横浜市立横浜商業高等学校(神奈川県)
小田原城北工業高等学校(神奈川県)
清泉女学院中学高等学校(神奈川県)
洗足学園中学高等学校(神奈川県)
桐光学園中学校・高等学校(神奈川県)
法政大学国際高等学校(神奈川県)
武相中学・高等学校(神奈川県)

信越・北陸・東海

新潟県立加茂農林高等学校
新潟県立国際情報高等学校
新潟県立五泉高等学校
新潟県立佐渡総合高等学校
新潟県立新潟商業高等学校
富山県立石動高等学校
富山県立小杉高等学校
富山県立高岡商業高等学校
富山県立富山北部高等学校
片山学園高等学校(富山県)
石川県立大聖寺実業高等学校
石川県立金沢商業高等学校
金沢高等学校(石川県)
福井県立奥越明成高等学校
福井県立坂井高等学校
福井県立高志高等学校
福井県立福井商業高等学校
山梨県立富士北稜高等学校
甲府市立甲府商業高等学校(山梨県)
長野県大町岳陽高等学校
長野県小諸商業高等学校
長野県須坂創成高等学校
長野県蘇南高等学校
長野県中野立志館高等学校
長野県穂高商業高等学校
岐阜県立大垣桜高等学校
岐阜県立大垣商業高等学校
岐阜県立加茂農林高等学校
岐阜県立岐阜各務野高等学校
岐阜県立岐阜商業高等学校
岐阜県立岐阜城北高等学校
岐阜県立岐阜総合学園高等学校
岐阜県立中津商業高等学校
岐阜県立東濃実業高等学校
岐阜県立飛騨高山高等学校
岐阜県立武義高等学校
岐阜県立岐阜商業高等学校
静岡県立熱海高等学校
静岡県立伊豆総合高等学校
静岡県立伊豆総合高等学校 土肥分校
静岡県立伊東商業高等学校
静岡県立磐田西高等学校
静岡県立静岡商業高等学校
静岡県立島田商業高等学校
静岡県立下田高等学校
静岡県立沼津商業高等学校
静岡県立浜名高等学校
静岡県立浜松江之島高等学校
静岡県立浜松大平台高等学校
静岡県立浜松北高等学校
静岡県立浜松湖北高等学校 佐久間分校
静岡県立浜松商業高等学校
静岡県立浜松東高等学校
静岡県立富岳館高等学校
静岡県立袋井商業高等学校
静岡県立富士宮北高等学校
静岡県立三島南高等学校
暁秀中学校・高等学校(静岡県)
愛知教育大学附属高等学校(愛知県)
愛知県立愛知商業高等学校
愛知県立一宮商業高等学校
愛知県立犬山高等学校
愛知県立岩倉総合高等学校
愛知県立岡崎商業高等学校
愛知県立春日井商業高等学校
愛知県立木曽川高等学校
愛知県立古知野高等学校
愛知県立新城高等学校
愛知県立田口高等学校
愛知県立津島北高等学校
愛知県立東海商業高等学校
愛知県立豊川工業高等学校
愛知県立豊橋工業高等学校
愛知県立豊橋商業高等学校
愛知県立半田商業高等学校
滝高等学校(愛知県)
同朋高等学校(愛知県)
藤ノ花女子高等学校(愛知県)
星ヶ島おおぞら高等学校 岡崎キャンパス(愛知県)
三重県立宇治山田商業高等学校
三重県立尾鷲高等学校
三重県立津商業高等学校
三重県立名張青峰高等学校
三重県立北星高等学校
三重県立松坂高等学校
三重県立松阪商業高等学校
三重県立四日市農芸高等学校

近 畿

滋賀県立安曇川高等学校
滋賀県立大津商業高等学校
滋賀県立国際情報高等学校
滋賀県立長浜農業高等学校
滋賀県立長浜北星高等学校
滋賀県立八幡商業高等学校
滋賀県立彦根翔陽高等学校
滋賀県立日野高等学校
近江高等学校(滋賀県)
幸福の科学学園関西中学校・高等学校(滋賀県)
立命館守山高等学校(滋賀県)
京都府立大江高等学校
京都府立北桑田高等学校
京都府立木津高等学校
京都府立京都すばる高等学校
京都府立京都八幡高等学校
京都府立南丹高等学校
京都府立宮津高等学校
京都府立宮津高等学校 伊根分校
京都府立洛水高等学校
京都光華中学校/高等学校(京都府)
京都精華学園中学校・高等学校(京都府)
京都明徳高等学校(京都府)
洛陽総合高等学校(京都府)
大阪府立泉大津高等学校
大阪府立和泉総合高等学校
大阪府立茨木工科高等学校
大阪府立園芸高等学校
大阪市立扇町総合高等学校
大阪府立貝塚高等学校
大阪府立かわち野高等学校
大阪府立柴島高等学校
大阪府立堺工科高等学校
大阪府立佐野工科高等学校
大阪府立四條畷高等学校
大阪府立住吉高等学校
大阪府立大正白稜高等学校
大阪府立高津高等学校
大阪府立登美丘高等学校
大阪府立八尾北高等学校
大阪市立大阪ビジネスフロンティア高等学校
大阪市立鶴見商業高等学校
大阪市立淀商業高等学校
岸和田市立産業高等学校(大阪府)
堺市立堺高等学校(大阪府)
あべの翔学高等学校(大阪府)
大阪商業大学高等学校(大阪府)
大阪商業大学堺高等学校(大阪府)
大阪女学院中学校・高等学校(大阪府)
大阪女子短期大学高等学校(大阪府)
大阪緑涼高等学校(大阪府)
関西大学高等部(大阪府)
クラーク記念国際高等学校 大阪梅田キャンパス(大阪府)
好文学園女子高等学校(大阪府)
香里ヌヴェール学院中学校・高等学校(大阪府)
同志社香里高等学校(大阪府)
履正社学園豊中中学校・履正社高等学校(大阪府)
兵庫県立明石南高等学校
兵庫県立有馬高等学校
兵庫県立伊丹高等学校
兵庫県立伊丹北高等学校
兵庫県立加古川南高等学校
兵庫県立川西北陵高等学校
兵庫県立神戸商業高等学校
兵庫県立篠山東雲高等学校
兵庫県立洲本実業高等学校
兵庫県立豊岡総合高等学校
兵庫県立西宮高等学校
兵庫県立西脇高等学校
兵庫県立姫路商業高等学校
兵庫県立松陽高等学校
兵庫県立和田山高等学校
尼崎市立尼崎双星高等学校(兵庫県)
伊丹市立伊丹高等学校(兵庫県)
神戸市立神港高等学校(兵庫県)
神戸市立神港橘高等学校(兵庫県)
神戸市立摩耶兵庫高等学校(兵庫県)
神戸市立六甲アイランド高等学校(兵庫県)
相生学院高等学校 明石校(兵庫県)
神戸星城高等学校(兵庫県)
八洲学園高等学校 エコ・ベッドビジネス総合学院(兵庫県)
奈良県立大宇陀高等学校
奈良県立五條高等学校
奈良県立磯城野高等学校
奈良県立登美ケ丘高等学校
奈良県立奈良情報商業高等学校
関西中央高等学校(奈良県)
西大和学園中学校・高等学校(奈良県)
和歌山県立笠田高等学校
和歌山県立和歌山商業高等学校
和歌山市立和歌山高等学校
慶風高等学校(和歌山県)

中 国

鳥取県立米子東高等学校
松江工業高等専門学校(島根県)
島根県立出雲商業高等学校
島根県立隠岐島前高等学校
岡山県立岡山東商業高等学校
岡山県立岡山南高等学校
岡山県立笠岡商業高等学校
岡山県立勝山高等学校
岡山県立倉敷商業高等学校
岡山県立西大寺高等学校
岡山県立高梁城南高等学校
岡山県立津山商業高等学校
岡山県立矢掛高等学校
岡山県立和気閑谷高等学校
岡山市立岡山後楽館高等学校
岡山県高梁市立松山高等学校
倉敷市立倉敷翔南高等学校(岡山県)
玉野市立玉野商工高等学校(岡山県)
岡山学芸館高等学校(岡山県)
金光学園中学・高等学校(岡山県)
滋慶学園高等学校 美作キャンパス(岡山県)
明誠学院高等学校(岡山県)
AICJ中学・高等学校(岡山県)
広島県立安芸高等学校
広島県立呉商業高等学校
広島県立高陽東高等学校
広島県立総合技術高等学校
広島県立戸手高等学校
広島県立御調高等学校
広島市立広島工業高等学校
修道高等学校(広島県)
安田女子中学高等学校(広島県)
山口県立熊毛北高等学校
山口県立徳山商工高等学校
山口県立防府商工高等学校
山口県立柳井高等学校
高川学園高等学校・中学校(山口県)

四 国

徳島県立池田高等学校辻校
徳島県立辻高等学校
徳島県立徳島科学技術高等学校
徳島県立徳島商業高等学校
香川県立観音寺中央高等学校
香川県立高松西高等学校
香川県立高松東高等学校
愛媛県立宇和島東高等学校
愛媛県立大洲高等学校
愛媛県立川之江高等学校
愛媛県立西条高等学校
愛媛県立土居高等学校
愛媛県立北条高等学校
愛媛県立松山商業高等学校
済美高等学校(愛媛県)
高知県立安芸桜ケ丘高等学校
高知県立大方高等学校
高知県立佐川高等学校
高知県立須崎高等学校
高知県立山田高等学校

九州・沖縄

福岡県立宇美商業高等学校
福岡県立遠賀高等学校
福岡県立小倉商業高等学校
福岡県立山門高等学校
福岡県立若松商業高等学校
久留米市立久留米商業高等学校(福岡県)
九州産業大学付属九州高等学校(福岡県)
つくば開成福岡高等学校(福岡県)
博多女子高等学校(福岡県)
福岡雙葉高等学校(福岡県)
佐賀県立唐津商業高等学校
佐賀県立多久高等学校
佐賀県立鳥栖商業高等学校
長崎県立小浜高等学校
長崎県立上五島高等学校
長崎県立佐世保西高等学校
長崎県立島原商業高等学校
長崎県立清峰高等学校
長崎県立中五島高等学校
長崎市立長崎商業高等学校
長崎県立松浦高等学校
熊本県立熊本商業高等学校
熊本県立第一高等学校
熊本県立千原台高等学校
熊本県立北稜高等学校
ルーテル学院中学・高等学校(熊本県)
大分県立宇佐高等学校
大分県立宇佐産業科学高等学校
大分県立津久見高等学校
大分県立中津東高等学校
大分県立日出総合高等学校
大分県立別府翔青高等学校
大分国際情報高等学校(大分県)
日本文理大学附属高等学校(大分県)
別府溝部学園高等学校(大分県)
宮崎県立佐土原高等学校
宮崎県立富島高等学校
宮崎県立日南振徳高等学校
宮崎県立本庄高等学校
宮崎県立都城商業高等学校
宮崎県立宮崎商業高等学校
宮崎第一中学高等学校(宮崎県)
鹿児島県立奄美高等学校
鹿児島県立伊集院高等学校
鹿児島県立川内商工高等学校
鹿児島県立鶴丸高等学校
鹿児島県立南大隅高等学校
指宿市立指宿商業高等学校(鹿児島県)
鹿児島純心女子中・高等学校(鹿児島県)
沖縄県立浦添高等学校
沖縄県立小禄高等学校
沖縄県立具志川高等学校
沖縄県立南部商業高等学校
N高等学校(沖縄県)

お問い合わせ先
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

GUIDE BOOK
BUSINESS IDEA KOSHIEN

全国高等学校ビジネスアイディア甲子園

ビジネスアイディア甲子園に取り組まれる方へ



活用ガイド

CONTENTS

活用ガイドについて
応募要項
1 アイディアについて考えよう
2 ミニワークシート
3 企画書(応募用紙)の書き方
4 過去の受賞作品とポイント解説①②③

全国高等学校ビジネスアイディア甲子園について

ビジネスアイディア甲子園は「世に役立つ人物の養成」を建学の理念とする大阪商業大学が、社会の変化に柔軟に対応し、自立した人材の育成を目的とした「起業教育」の実践の場として全国の高校生に新しいサービスや商品に関するアイディアを募集するコンテストです。

「こんなサービス便利じゃない?」「こんな商品がほしい!」「この街をもっと元気にしたい!」そんな高校生らしい素朴な問題意識から新しいビジネスプランを構想してみることは、将来、起業や会社経営を目指す人だけでなく、ビジネスプランの作成や商品の開発など、就職後の業務につながりますから、大学進学を考えている人にも大いに役立つと考えます。

活用ガイドについて

全国の多くの高校教育の場で、生徒たちの自立心やチャレンジ精神、問題発見能力、創造力、コミュニケーション力などを育てていく手段の一つとして、また、日常の学習の成果を試すステージとしてビジネスアイディア甲子園が有効活用されています。

ビジネスアイディア甲子園に取り組む上で参考となるように本活用ガイドを作成しています。内容は以下のようになっており、アイディアを考えだし、そしてそれを企画書(応募用紙)にまとめていく手法を掲載しています。

また、過去のグランプリ、準グランプリ作品を例に挙げ、どの点が評価されたのか、残された課題は何かを解説しています。

本活用ガイドが、ビジネスアイディア甲子園に取り組む方の一助となれば幸いです。

	項目	概要	ページ
1	アイディアについて考えよう	どのようにアイディアを考えていくかのヒントです まずは身の回りにあるものから考えましょう	P.3、4
2	ミニワークシート	4F(不満、不足、不十分、不便)を使って、また、身の回りの商品・サービスの工夫について考え、整理するためのワークシートです	P.5、6
3	企画書(応募用紙)の書き方	考えたアイディアを実際に企画書にどのように書き進めていくかの手順です	P.7、8
4	過去の受賞作品とポイント解説	過去の受賞作品を掲載し、どの点が評価されたのかを解説しています	P.9～14

「第20回 全国高等学校ビジネスアイディア甲子園」応募要項

募集するアイディア

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ます

例えば…

①世の中を楽しくさせる新しいサービスや商品、ショップについてのアイディア。そうしたサービスや商品をたくさん売るためや、ショップを多くのお客様に利用してもらうための工夫。
②地域の特徴を生かした特産品(みやげ品)や商店街、地場産業の活性化を考えたアイディアとその工夫。
③ボランティア、非営利活動、コミュニティビジネスなど、社会に目を向けたアイディアやそれを具体化するための工夫。
④環境、福祉、健康を切り口に、社会に貢献する新しいビジネスについてのアイディア。など

応募資格

全国の高校生(グループでも応募できます)
※1人または1グループで複数件応募することも可能です。
※グループでの応募は、同一高校に在籍するメンバーに限ります。

応募方法

所定の応募書類(応募用紙・応募者フェイスシート)に必要事項を記入のうえ、下記送付先までご郵送ください。応募書類は大阪商業大学 総合交流センターへご請求いただくか、本学のビジネスアイディア甲子園ホームページからA3サイズでダウンロードしてください(一人何点でもご応募いただけます)。
※規定外のものや規定を超えるものについては審査対象外となります。
※応募に関する追加資料は受け付けできません(応募用紙のみ受け付け)。
※応募の際は、学校を通じて作品を送付してください。

応募締切

【応募受付】2021年8月30日(月)から
2021年9月23日(木・祝)消印有効

応募書類送付先

〒530-0001　大阪市北区梅田3-4-5 毎日新聞ビル13F
毎日アド推進センター内
大阪商業大学「ビジネスアイディア甲子園」係

エントリーから審査の流れ

1 4月	応募要項発表(ホームページにて)
2 8月30日(月)	応募受付スタート
3 9月23日(木・祝)	応募締切 ※消印有効
4 10月上旬～11月中旬	事前審査 ※応募書類に基づく書類審査
5 11月中旬	事前審査結果通知 ※事前審査通過者には学校宛に最終審査の案内を通知します。
6 12月11日(土)	最終審査・表彰式 オンライン開催 ※応募書類に基づいたプレゼンテーションによる総合評価(アイディアの内容について5分間でプレゼンテーションをした動画を提出していただきます)。

表彰

グランプリ……副賞(教育奨学金10万円)、記念品
準グランプリ……副賞(教育奨学金 5万円)、記念品
審査員特別賞……副賞(教育奨学金 1万円)、記念品
奨励賞
学校賞……副賞(図書カード2万円分)
熱心に取り組んでいただき、優秀な作品の応募があった高校に学校賞を授与します。

審査基準

【事前審査】●他の事例との違いがあるか(新規性・着眼点)
●ニーズがあるか(市場性)
収益をうむか(実現可能性)

【最終審査】●他の事例との違いがあるか(新規性・着眼点)が表現されているか
●ニーズがあるか(市場性)
収益をうむか(実現可能性)が表現されているか

最終審査・表彰式

2021年12月11日(土) オンライン開催

【審査員(予定)】学長、副学長、総合交流センター長、起業教育委員会
毎日新聞社、経済産業省近畿経済産業局、大阪府
東大阪市、東大阪商工会議所

注意事項

●応募アイディアは、応募者の所属学校以外の他団体から受賞歴がないものに限ります。また他者の権利を侵害してはいけません。
●応募書類の返却はできません。
●審査についての個別の問い合わせには応じかねます。
●事前審査を通過していない場合は、通知は行いません。
●アイディアの盗用など不正が発覚した場合は、受賞を取り消すことがあります。
●入賞アイディアについては、受賞者名、高校名、作品の名称、概要などを公表させていただきます。
●個人情報保護の関係上、応募者フェイスシートに記入された内容は、「ビジネスアイディア甲子園」に関連する目的以外で用いることはありません。
●応募アイディアに関する知的財産権については、応募者が必要に応じてあらかじめ法的手続きをしてください。

お問い合わせ先

大阪商業大学 総合交流センター(総合交流支援課)
TEL 06-6785-6286　FAX 06-6785-6133
E-mail react@oucow.daishodai.ac.jp

「応募書類」のダウンロードや応募に関する「よくある質問」は、
QRコードや下記URLから確認できます。
https://ouc.daishodai.ac.jp/general/est_training/business_idea/

1 アイディアについて考えよう

1 アイディアを考えよう

アイディアを発見することは難しいことではありません。世の中に出てくるアイディアの大半は、これまであるモノ（商品）やコト（サービス）を修正したり、何かを付け加えたりして生み出されたものといっても過言ではありません。つまり新しいアイディアとは従来のアイディアをもとに生み出すことが出来るのです。以下ではアイディアを考える道筋を考えてみましょう。

2 どのようにアイディアを考えるのか

それではどのように新しいアイディアを考えればいいのでしょうか？ 皆さんの身の回りにあるモノから考えてみましょう。

たとえば勉強に必要な「鉛筆」を例として取り上げてみましょう。鉛筆は紙の上に自由に線を描くことが出来ます。しかし間違えて書いてしまうと、書き直す必要があります。そのときに必要になるのが「消しゴム」です。鉛筆と消しゴムは別の品物ですが、鉛筆を使うときには必ず必要になります。つまり鉛筆と消しゴムは常に一緒に使用する場合が多いのです。そこでこの二つを一つにしたのが「消しゴム付き鉛筆」なのです。

このように新しく生み出されてくるアイディアは、これまであるモノを修正したり、何か付け加えたりして生み出されることが多いといえます。

3 これまであるモノに「何か」を付け加える

どのようにすれば、これまであるモノを修正したり、何かを付け加えたりすることができるのでしょうか？
先ほどの鉛筆の場合は、いつも一緒に使用するモノとして消しゴムがありました。しかし鉛筆と消しゴムを別々に持っている場合、消したい部分があるときに消しゴムがいつもそばにあるとは限りません。また別々に持っている場合、使うときに消しゴムを探さなくてはならないので、すぐに消すことも出来ません。このような消しゴムを探す「不便さ」を解消するアイディアとして鉛筆と消しゴムをあわせた「消しゴム付き鉛筆」が生まれたのです。

私たちの身の回りにある商品は、この「消しゴム付き鉛筆」のように最初から完成されたモノであることは少ないと言っていいでしょう。つまり「不便さ」を改善する何らかの余地が残されているモノが多いのです。

4 「何か」＝不満、不足、不十分、不便（4F）

それではこれまであるモノをどのように改善したらよいのでしょうか？
先ほどから取り上げている「消しゴム付き鉛筆」は、消しゴムがすぐに見つからない「不便さ」を改善したものでした。つまり使用する人から見ると「不便な点」であったのです。

このように使用する人から見て「不便さ」と似たようなものには、自分の考えていたことと異なる部分が存在する「不満」、自分の考えていたことには足りない部分が存在する「不足」、自分が要求している水準には達していない「不十分」などがあります。これらはモノやコトに存在するいわば「問題点」に注目して考える方法といえます。

5 「何か」＝あったら使ってみたい、あったら楽しい

モノやコトを改善する方法は、「問題点」を見つけて改善するだけではありません。「いま」は存在しないけれど、もしあったなら使ってみたい、もしあったら楽しい、という場合も考えられます。

たとえば東京ディズニーランドやユニバーサル・スタジオ・ジャパンなどのテーマパークを考えてみてください。東京ディズニーランドは1983年に開園されました。それ以前にも日本各地に遊園地があったにもかかわらず1983年という近年に開園されたのです。この東京ディズニーランドはそれまでの子どもを中心とした遊園地ではなく、大人も楽しめるテーマパークとして人気を博しています。つまり大人の人々も楽しめるような「それまで無かった」遊園地ができて、あったら使ってみたいと考えていた人々が多く存在していたため、年間約2900万人（2019年度）も訪れるようなテーマパークとして成立したのです。

6 アイディア発見のヒント

これまでみてきたように私たちの身の回りにはいろいろなアイディアのもとになるようなモノやコトがあふれています。当たり前のようにみているモノやコトをもう一度、使用する側にたって考え直してみることがアイディア発見の第一歩といえるでしょう。

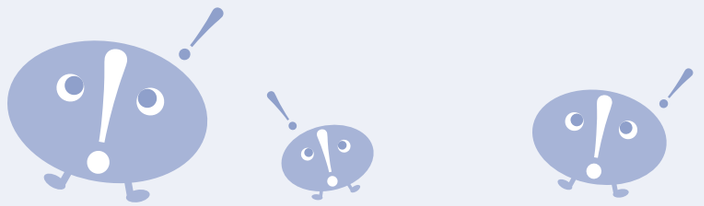
その際、これまで取り上げてきた方法とは異なる方法もいくつか存在します。有名なものとして「オズボーンのチェックリスト」というものがあります。

これらはすべてが当てはまるとは限りませんが、いろいろ楽しみながら試してみることが重要です。

●オズボーンのチェックリスト

オズボーンのチェックリスト法とは、ブレーンストーミングを作ったアレックス・F・オズボーンが作った発想法で、あらかじめ準備したチェックリストに答えることでアイディアを発想する方法です。
オズボーンのチェックリストは以下の９つがあります。

① 他に使い道はないか・・・
② 他からのアイディアを借りたら・・・
③ 意味や形を変えたら・・・
④ 拡大したら・・・
⑤ 縮小したら・・・
⑥ 代用したら・・・
⑦ 組み替えしたら（アレンジし直すと）・・・
⑧ 逆にしたら・・・
⑨ 違う機能を組み合わせたら・・・



2 ミニワークシート　アイディアを考えるための下準備をしてみよう。

（1）4Fを使ってサービスや商品について考えよう（空白部分を考えて埋めてみよう）。

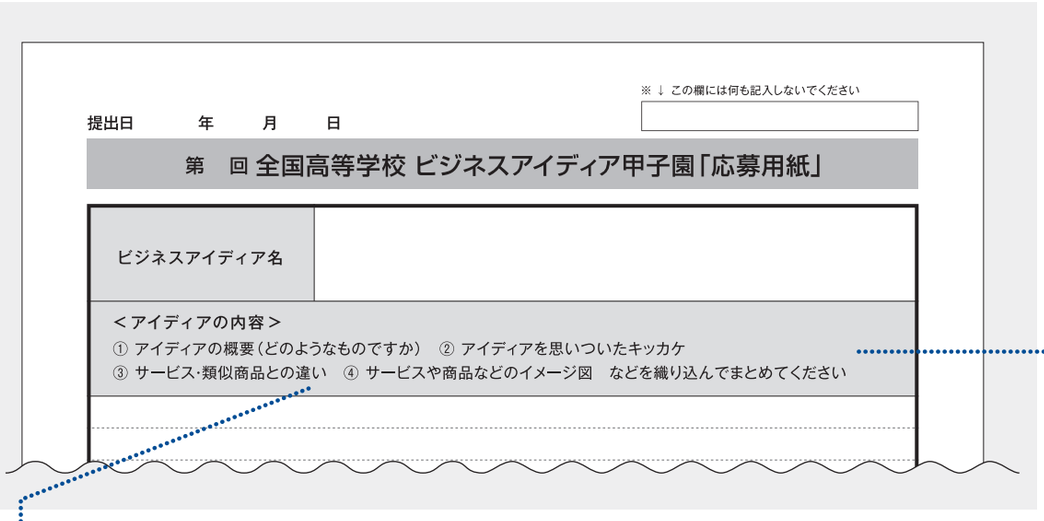
テーマ、又は課題	4F（不満、不足、不十分、不便）	改善されたサービス・商品
目覚まし時計		ナンダクロッキー （部屋中を逃げ回る目覚まし時計） ニドネン （二度寝を防ぐ! 目覚ましマット）
ダウンジャケット	雨に弱い、水分が縫い目から ダウンに染み込む	
ヘアカット		QBハウス （10分1200円のカットハウス）
	服が流行遅れになると着れない、 沢山の服を購入できない。	メチャカリ （ファッションレンタル）

（2）身の回りのサービスや商品の工夫について考えよう。

テーマ、又は課題	改善するためのサービス・商品
受動喫煙	建物内外に喫煙スペース
タオルハンカチは 吸水性に優れているがかさばる	半分サイズのタオルハンカチ
筆箱の中身が取り出しにくい （見えづらい）	縦置き型筆箱 （中のものを探しやすく、取り出しやすい）
1人暮らしのお年寄りの安全	無線通信機を内蔵した「電気ポット」 （「電気ポット」の使用状況を、家族の携帯電話またはパソコンにEメールでお知らせすることで、高齢者の安否確認）
なかなか進まないダイエット	個人トレーナーによる ダイエット・サポートサービス

●上を参考にして自分でテーマを考えよう。

3 企画書（応募用紙）の書き方



① アイディアの概要（どういうアイディアなのか、全体像を説明します）

考案したアイディアについて、（1）誰に対して、（2）どのような価値を、（3）どのように提供するか、（4）提供することの対価を、どのように何を得るか、について整理します。

（1）	誰に対して	このアイディアを利用して満足を得る顧客（個人・企業・自治体・NPO）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、あなたの考えたアイディアを利用することで解消されたとき、顧客が「満足」や「利益」を得ます。 したがって、その悩みや課題がもたらしていた不都合な部分を解決できた時、それは価値へと変化します。これを金銭で表現できると、より分かりやすくなります。
（3）	どのようにして提供するか	魔法のアイテムというわけにはいきませんから、あなたの考えたアイディアが（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をチェックしておくとより説得力が増すでしょう。
（4）	提供することの対価を、どのように何を得るか	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されていることが大切です。アイディアに顧客が対価を支払ってくれるかどうかは、アイディアの実現性という点で重要です。つまり、商品であれば代金など、サービスであれば仕組みや支払い方法などについて考えましょう。 もちろんアイディアの種類によっては、対価を得られ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誰が負担するのか、そして、その負担する人にとってのメリットは何かを説明することが大切です。

② アイディアを思いついたキッカケ（そのアイディアは誰のためのものですか）

ビジネスアイディアを思いつくには、様々なキッカケがあります。たとえば、あなたが何かに困っていて、その課題を解決する方法を発見した場合を考えてみましょう。同じ悩みを持つ人々がお金を払ってでもその解決法を必要とするならば、そのアイディアはビジネスとなりえます。悩みの解消が支払うお金以上の価値をもつならば、悩みを解決できた人は満足、解決法を提供したあなたもお金を受け取って満足、win-winの関係ということになります。

また、悩みがある・困っているとは誰からも聞いていないが、○○ができるようになると喜ぶ・ありがたいと思う人はいないだろうかという視点からの着想もあります。それを欲する人がいればビジネスになるでしょう。

この②では、アイディアを思いつくまでの試行錯誤の結果を整理してください。それにより、アイディアを必要としている人（顧客）をよりはっきり理解する助けとなります。

※発想法にはいろいろあります。【例】4F（不満、不足、不十分、不便）から考える。異なる要素を結合させてみる。既存のものを応用する（違う用途を発見する、これまでとは異なる顧客層を発見する）。などがあります。

③ サービス・類似商品との違い（新しい点はどこですか）

せっかくみつけたアイディアも既にあるものと同じ（ほぼ同じ、同じようにみえる）では高い評価につながりません。既存アイディアと異なる点がどこか、はっきりと説明しましょう。

※インターネットで簡単に検索できるので、アイディアの要素をキーワード化して、グーグルなどのポータルサイトで検索して、既存アイディア・類似アイディアを調べましょう。似たものがあっても、異なる着想やポイントを考えてアピールしましょう。

④ サービスや商品などのイメージ図など

ときに図は、言葉よりも関係をはっきりと説明する力があります。①～③で説明していることを、サービスならば顧客と提供側との関係について、商品ならば外観だけでなく、どのような機能がどのような効果を発揮するのかについて図解すると読み手の理解を助けるでしょう。

豆知識 「企画書における項目の順番」と「発想から完成までの順番」は異なる!



実際に企画案を考える場面では、最初から全体（アイディアの概要）を思いつくとは限りません。むしろそのようなことは少ないでしょう。おそらくは②のアイディアを思いついたキッカケや、③のサービス・類似商品との違いといった部分から企画案の作成が始まると思います。そして関係や機能・外観についてイメージ図を書くなどして考えを深めていくなかで、最終的なアイディアの形が出来上がっていくものと思います。最後に出来上がったアイディアを整理したものが①の概要になります。このように、企画書を作成することはみなさんのアイディア発案の最終段階（まとめ）ですので、発想の段階では①から順番に、などと考えすぎないように進めていきましょう。

4 過去の受賞作品とポイント解説①

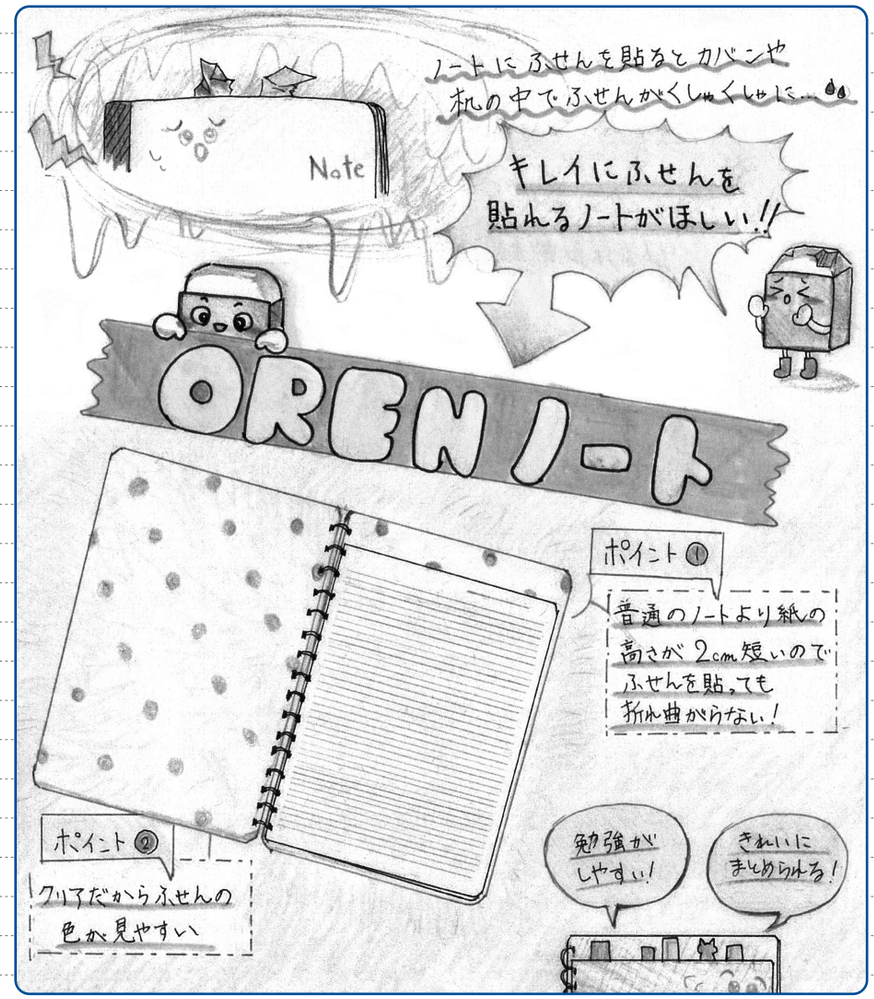
企画書例 1

※ ↓ この欄には何も記入しないでください

提出日　2019年　　月　　日

第18回 全国高等学校 ビジネスアイディア甲子園 応募用紙

ビジネスアイディア名	ORENノート
アイディアの内容	＜記入のポイント＞ ① アイディアの概要（どのようなものですか） ② アイディアを思いついたキッカケ ③ これまでのものとの違い ④ 商品やサービスなどのイメージ図 などを織り込んでまとめてください



ポイント解説「ORENノート」

アイディアの概要（コンセプトと内容）

このアイディアは高校生が毎日授業などで使用するノートに関するものです。ノートに付箋（ふせん）を貼り付けることがあると思いますが、時間の経過とともにその付箋は折れ曲がったりしたことがありませんか。ノートを使っている誰もがその場面を思い浮かべることができ、こんな商品があったら便利だと納得できるアイディアである点が優れています。さらに、アイディアのネーミングも「折れない」と「ノート」を結合した点も評価できます。

普段の生活の中で感じている4F（不満、不足、不十分、不便）をもとにアイディアを見出すきっかけとし、そこからどうしたらその4Fを解消できるのかを試行錯誤している過程が大切であり、そして難しいことでもあります。身の回りの4Fを日頃から気に掛ける観察力を養っていくことが必要となります。

アイディアの背景（思いつきのキッカケ）

授業の復習などをする際にノートに付箋をつけることがあります。その付箋は時がたつにつれ、カバンや机の中で折れ曲がったり、取れてしまったりすることがあり、発案者はこの悩みを解決するにはどうしたら良いか考えました。そこで表紙と用紙の大きさを変えることで付箋が折れないことに気が付いたのです。表紙を透明な素材にして張り付けた付箋が一目瞭然に区別できるよう工夫がされています。

既存の類似製品やサービスとの違い

本アイディアは、表紙と用紙部分の大きさを変え、そこに付箋を見出しとして張り付けるというオリジナリティに溢れたものです。市販されているノートは表紙と用紙がほぼ同じサイズになっています。あるようでない商品という点がポイントです。

残された課題

一般のノートには表紙と用紙の大きさに差は見らませんが、バインダーに一枚一枚用紙を挟み込む形態、いわゆるルーズリーフを使用する場合は、バインダーと用紙の大きさに差があり、付箋を貼っても折れにくい構造になります。ルーズリーフではなくノートを使用する顧客層はどういった層なのか、すなわちこのアイディアのターゲットを明確化することが必要です。そのためにノート市場の調査を行い、市場の特徴を把握するとより具体的なデータをもとにターゲッティングができるでしょう。さらに表紙と用紙の大きさを変えることで製造の手間やコストの変化など、製造工程や原価などを検証すると、ビジネスにより近づいたものとなるでしょう。

4 過去の受賞作品とポイント解説②

企画書例 2

※ ↓ この欄には何も記入しないでください

提出日　2019年　　月　　日

第18回 全国高等学校 ビジネスアイディア甲子園 応募用紙

ビジネスアイディア名	***温泉で作るヨーグルト体験ツアー*** 「温泉で外から健康にそしてヨーグルトで体の中から健康に」
アイディアの内容	＜記入のポイント＞ ① アイディアの概要（どのようなものですか） ② アイディアを思いついたキッカケ ③ これまでのものとの違い ④ 商品やサービスなどのイメージ図 などを織り込んでまとめてください

①アイディアの概要

大分県別府市の温泉や良い部分をふんだんに入れて体験型の温泉ヨーグルトを作ってもらおうと思います。自分で菌をとり作っていただき朝作ったヨーグルトを食べていただく一泊二日の体験型ツアーを提案します。

②アイディアを思い付いたキッカケ

日頃から旅館などを見たり、行ってみると確かに昔ながらの伝統的な雰囲気は伝わりますが、おまけの温泉というような印象を持ちます。

私はそうではなくもっといろんな人に温泉に入りに、また別府、大分県を堪能しに来てくれた観光客日本人だけではなく、外国人にも大分の魅力を楽しんでもらいたいと思い提案しました。

③他とのサービスとの違い

他のツアー、他の旅館との違いは２つあり１つ目の違いは温泉から作るヨーグルトです。今までに温泉から菌をとってヨーグルトを作るというのは、今までになかった発想で温泉県大分県ならではのアイディアだと思います。２つ目は温泉の場所を旅館などのきれいな広いお風呂場ではなく、各地区の温泉に入ってもらい地域の人との交流をしてもらいたいと思っています。従来の旅館ならそう言った地域の人などと触れ合う機会などがなかったので、そこに目を向けてみました。そうすることによって大分県別府市などは高齢者なども多くいるので、昔からある温泉などの伝統なども聞けると思うので面白いと思いました。（もし狭い温泉が嫌だ、あまり地域の人と交流したくないなど有名な温泉に入りたいというお客様には別府八湯などの有名な温泉への行く道などのパンフレットを渡す。）

④商品やサービスなどのイメージ

昼から受付をしていただき、その後きれいにろ過された温泉の設置してある所に行っていただき、温泉から菌を取っていただきます。この時に安全面には気を付けるために消毒などを徹底してもらいます。そのあとに菌と牛乳などを混ぜていただき係員が預かります。その後各自自由行動にし、夜からは大分を満喫してもらうべく温泉に入ってもらい、夜のご飯は大分名物とり天や団子汁やせ馬などを堪能していただきます。その次の日の朝に自分で作ったヨーグルトを食べてもらいたいと思っています。午前は竹細工などの別府ならではの伝統的な文化に触れていただき体験は終了です。

キャッチフレーズは「温泉で外から健康にそしてヨーグルトで体の中から健康に」でいこうと思います。

ポイント解説

温泉で作るヨーグルト体験ツアー「温泉で外から健康にそしてヨーグルトで体の中から健康に」

アイディアの概要（コンセプトと内容）

このアイディアは、地元である別府･大分県を訪ねる観光客に温泉をより堪能してもらうため、オリジナル･ヨーグルト作りへの挑戦を提案するものです。温泉から観光客自身で取り出した乳酸菌を用いてヨーグルト作りをしてもらうとともに、旅館の温泉ではなく各地区にある共同温泉に入浴することで地元住民との交流を深めてもらいます。観光客の満足度を高めるとともにコミュニティの活性化を図るアイディアです。

アイディアの背景（思いつきのキッカケ）

別府が湧出量日本一を誇る温泉地であるにもかかわらず、観光客へのもてなしに際して温泉がおまけの扱いを受けている印象を持ったことがきっかけとなっています。また、少子高齢化の深化に伴い地域経済の地盤沈下が進みつつある中、訪問観光客による地元への経済効果が広がりを欠き、その恩恵を受けるのが一部の有名温泉に限られているという現状認識もありました。以上のような問題を解消し、観光客と地元住民との交流を深めるために用意されたものが「温泉で作るヨーグルト体験ツアー」です。

既存の類似製品やサービスとの違い

従来、牧場などにおける酪農キャンペーンの一環としてヨーグルト作りが一部地域で行われてきました。ですが、温泉から乳酸菌を取りヨーグルトを作るという発想は今までなかったユニークな発想です。

観光客に、ヨーグルト作りというプロセスを通し、浸かる以外の新たな温泉の楽しみ方を提示するとともに、別府ならではの資源と言える各地区の共同温泉を活用した地元住民との交流も提案しており、地域資源を十分に活用したプランと言えます。また、温泉地でのオリジナル･ヨーグルト作りは、湯治がもたらす体への美白効果だけではなく、翌日出来上がるヨーグルトの摂取による健康への効果を合わせ、体へのトータル･ケアーの実現とも言えます。

残された課題

モノ作り中心の製造業とは異なり、観光をはじめとするサービス業においてはサービスの提供と享受における場（ば）が大事です。なぜなら、サービスというものはその場に行かなければ受けることは出来ないし、感じることも味わうことも出来ません。つまり、体験型ビジネスです。では、別府でなければ出来ないオリジナル･ヨーグルトはどうあるべきなのか。世界には多種の発酵乳や乳酸菌が散在しています。果たして、地元別府の温泉からどれほど有益な成分を含むものが得られ、しかもそれが管理され、ビジネスとして持続できるのか。課題は残されています。

4 過去の受賞作品とポイント解説③

企画書例 3

※ ↓ この欄には何も記入しないでください

提出日　2020年　　月　　日

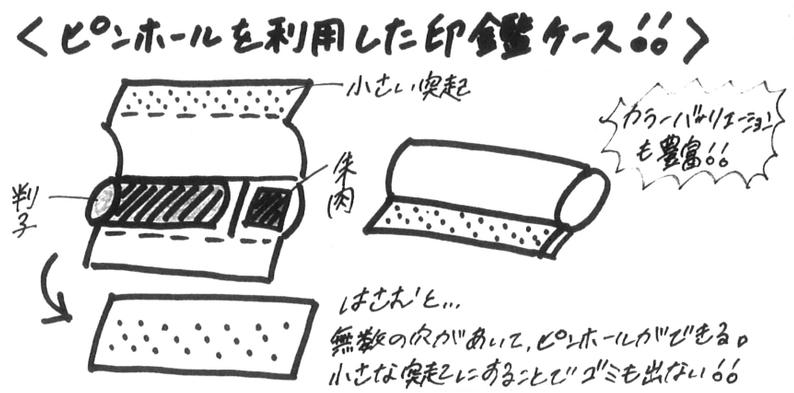
第19回 全国高等学校 ビジネスアイディア甲子園 応募用紙

ビジネスアイディア名	ぱん子
アイディアの内容	＜記入のポイント＞ ① アイディアの概要（どのようなものですか） ② アイディアを思いついたキッカケ ③ これまでのものとの違い ④ 商品やサービスなどのイメージ図 などを織り込んでまとめてください

アイデアの概要

書類を書きたいけど老眼鏡ない！こんな時にメガネが作れる印鑑ケースです。印鑑は持ってきたけけど、メガネを忘れることってよくありますよね。特に今は書類などを書く場所に置いてあった老眼鏡がコロナ対策で撤去されていることが多く、老眼鏡が無くて困ることが多くなりました。そんなとき、メモ紙一枚を挟み込んでパチンと一瞬でピンホールメガネが作れる、印鑑ケースに穴あけパンチを組み合わせた商品です。ピンホールメガネは近視、遠視、老眼を問わずピントを合わせることができるので使う人を選びません。

＜ピンホールを利用した印鑑ケース!!＞



アイデアを思いついたきっかけ

私たちは福祉生産システム科で福祉について学んでいます。身近な福祉の問題を調べていく中に「老眼でスマホが読めない」という問題点がありました。「手元に老眼鏡がない人がどのようにすれば解決できるのか」を調べていく中で、ピンホールメガネというどんな人でもピントが合い安価に簡単にできるものが見つかりました。また、書類を書くときにメガネがないと困ることが多いことが分かりました、書類を書くとき印鑑は忘れないがメガネを忘れる、というところから「メガネと印鑑ケース」というアイデアを思いつきました。

サービス・類似商品との違い

ピンホールメガネを作る穴あけパンチと印鑑ケースいうアイデアはと私たちが調べた限り見つかりませんでした、主に販売しているピンホールメガネは視力改善・回復用として販売しているものがほとんどです。この商品には「メガネを作る」といった楽しさがあります。好きなデザインの紙でピンホールメガネを作り、視力改善・回復用として使うことができます。お年寄りだけでなく最近はスマホの影響で目のピントが合いにくい人が増加しています。私たちは視力の改善で福祉の貢献ができればと考えています。

ポイント解説「ぱん子」

アイディアの概要（コンセプトと内容）

自宅外で、印鑑は持っているけれども老眼鏡がなくて書類作成に不自由することがあります。特にコロナ禍では感染防止の観点から、備えつけられていた老眼鏡が撤去されているところも多いようです。

このアイディアは、印鑑は忘れないが老眼鏡を忘れることが多いという人の悩みに着目し、印鑑ケースにピンホールメガネを作れる機能を付け足せばよいのでは、との発想から生まれたものです。つまり、紙に穴をあけて簡易なメガネをつくる「パンチ付き印鑑ケース」と呼べるものです。

ピンホールとは針穴のことで、ピンホールメガネとは「針穴の効果」を使って見えるようにしたものです。老眼だけでなく近視や乱視の方にもピントが合い、視力回復にも役立つと期待されています。

しっかりと観察をして「困りごと」を発見し、きちんと調べて根拠のある方法で解決しようとする優れたアイディアだと評価できます。

アイディアの背景（思いつきのキッカケ）

考案者は、福祉の問題を調べていく中で「老眼でスマホが読めない」という人の悩みを知り、「手元に老眼鏡がない人はどのようにすれば、読めるのか」との解決方法を探り、ピンホールメガネの存在を知りました。さらに調べていく内に、書類作成時にも老眼鏡がなくて不自由している実態を知り、このアイディアを思いつきました。スマホでの困りごとを契機に、さらに同様の困りごとがないか調査対象を広げていったところは、アイディアを膨らませるうえで大切な点です。

既存の類似製品やサービスとの違い

ピンホールメガネの存在とその効果については、以前から知られていることでした。しかし、特にコロナ禍で増加している老眼鏡がなくて不自由している人々を助けてあげたいとの想いで考案した「パンチ付き印鑑ケース」は、今まで世の中に存在していませんでした。既存の製品でも、他の技術を組み合わせて新たな用途を提案することで、人々の利便性は高まり、社会に貢献できる商品が誕生します。このアイディアはその良い典型例です。

残された課題

今回のアイディアは、困りごとを解決する優れたアイディアです。さらにアイディアを膨らまし洗練するためには、「使用する対象者」、「使用する場面」、「その場面で提供する価値（利便性）」とともに、「同機能を提供する類似商品との違い」の4つの点について議論を深める必要があります。図表やイラストを使って「見える化」して、多様な人から意見を聞いたり、使用する対象者の方々からの反応を調べたりすることも大切です。実際に商品化するには、上記の活動に加えて、マーケティングの4P（製品、価格、販売促進、販売チャネル）と呼ばれる具体策についても検討すると良いでしょう。

過去の入賞作品はこちらから