

令和6年度 知財ビジネスアイデア学生コンテスト審査基準

		パテント部門			デザイン部門			地域ブランド部門		
			審査基準	点数		審査基準	点数		審査基準	点数
		募集要件	(A)商品・サービスのビジネスプランであって、その商品・サービスは、大阪・関西万博のテーマとも関連する社会課題等を解決するための事業アイデアを起点として、その解決方法として、学生が特許公報（開放特許を含む）や公開特許公報を自ら探索し、発見した公開技術情報を活用して発案した内容に基づくものであること。		募集要件	(A)物品のビジネスプランであって、その物品は、大阪・関西万博のテーマとも関連する社会課題等を解決するために、人間、資源、環境に配慮した事業アイデアを起点として、学生が自ら発案した意匠（デザイン）に基づき美感や機能性を兼ね備えたものであること。 ただし、本コンテストにおけるデザインの定義は意匠法第2条の規定に準ずるものとする。		募集要件	(A)地域における資源を活用し、商品・サービスの今後の展開のためのビジネスプラン・PR方策であること。そのビジネスプラン・PR方策は、学生が当該商品・サービスを取材し、商品・サービスの魅力や作り手の思い、製品に込められたストーリーなどに基づき発案したものであること。	
			(B)商品・サービスの事業化検討や先行技術調査、市場性調査等を十分に行ったビジネスプランであること。			(B)物品の事業化検討や先行する知的財産の調査を十分に行った物品のデザインであること。			(B) 大阪・関西万博のテーマとも関連する社会課題等を解決するための取組（地域との持続的なつながりや地域の活性化等）や、知的財産（商標や地域団体商標）の取得または活用の検討も行ったビジネスプランやPR方策であること。	
1	商品・サービス・PR方策・デザイン自体の評価	新規性・創造性	・商品・サービスが、一般的に見て（審査委員の視点で）斬新なものであるか、もしくは既存の商品・サービスの改良であれば、その商品・サービスに対する改良度合いが大きいかを評価する。 ・商品・サービスに適用される特許技術が、正しい理解により社会課題を解決するために活用されたものであるかを評価する。	20	新規性・創造性	・商品・サービスのデザインが、一般的に見て（審査委員の視点で）斬新なものであるか、もしくは既存の商品・サービスのデザインの改良であれば、そのものに対しての改良度合いが大きいかを評価する。 ・商品・サービスに適用されるデザインが、社会課題を解決するために、人間、資源、環境に配慮した事業アイデアとなっているかを評価する。	20	新規性・創造性	・ビジネスプラン・PR方策（知的財産の取得または活用の検討を含む）が、一般的に見て（審査委員の視点で）斬新なものであるか、もしくは既存のビジネスプラン・PR方策の改良であれば、そのものに対しての改良度合いが大きいかを評価する。 ・ビジネスプラン・PR方策が、商品・サービスの魅力や作り手の思い、製品に込められたストーリーを十分に引き出したものであるかを評価する。	20
2		実現可能性	・商品・サービスに技術的・商業的飛躍（例えば、一部に実現不可能な技術を用いている、莫大なイニシャルコストがかかる）は無く裏付けがなされているか。現時点で実現していなくても、実現の見込みが立っているものについては、その根拠が示されているかを評価する。	20	実現可能性	・デザインした商品・サービスに技術的・商業的飛躍（例えば、一部に実現不可能な技術を用いている。莫大なイニシャルコストがかかる。）は無く裏付けがなされているか。現時点で実現していなくても、実現の見込みが立っているものについては、その根拠が示されているかを評価する。	20	実現可能性	・ビジネスプラン・PR方策が、技術的・商業的飛躍（例えば、一部に実現不可能な技術を用いている。莫大なイニシャルコストがかかる）は無く裏付けがなされているか。現時点で実現していなくても、実現の見込みが立っているものについては、その根拠が示されているかを評価する。	20
3		重要性	・商品・サービスが社会課題を解決することにより社会に与えるインパクトの度合いを評価する。 ・大阪・関西万博のテーマである、「いのち輝く未来社会のデザイン」に貢献する度合いを評価する。	10	重要性	・デザインした商品・サービスが社会課題を解決することにより社会の実現に与えるインパクトの度合いを評価する。 ・大阪・関西万博のテーマである、「いのち輝く未来社会のデザイン」に貢献する度合いを評価する。	10	重要性	・ビジネスプラン・PR方策が、地域内の他の特産品や他地域の同種商品との相乗効果、二次加工への展開や販路拡大、地域の他の事業者と与えるインパクトの度合いを評価する。 ・大阪・関西万博の来訪者等に対して、地域ブランドを通じて我が国の魅力を伝えることができる度合いを評価する。	10
4	商品・サービス・PR方策・デザイン	市場・ユーザーに対する理解力	・想定する市場規模・競合・ユーザーニーズが適切に設定されているかを評価する。 ・メッセージを届けたい人（ターゲット）は明確になっているかを評価する。	10	市場・ユーザーに対する理解力	・想定する市場規模・競合・ユーザーニーズが適切に設定されているかを評価する。 ・メッセージを届けたい人（ターゲット）は明確になっているかを評価する。	10	市場・ユーザーに対する理解力	・想定する市場規模・競合・ユーザーニーズが適切に設定されているかを評価する。 ・メッセージを届けたい人（ターゲット）は明確になっているかを評価する。	10
5		コスト設計	・商品・サービスを製造・提供するにあたり、収支計画（売上高、経費、利益）の計算が適切に行われているかを評価する。 ・収支計画（特に、売上高）の根拠が、市場規模やユーザーニーズを考慮した説得力のあるものになっているかを評価する。	10	コスト設計	・デザインした商品・サービスを製造・提供するにあたり、収支計画（売上高、経費、利益）が適切に作成されているかを評価する。 ・収支計画（特に、売上高）の根拠が、市場規模やユーザーニーズを考慮した説得力のあるものになっているかを評価する。	10	コスト設計	・商品・サービスを製造・提供するにあたり、又はビジネスプラン・PR方策を実践するにあたり、収支計画（売上高、経費、利益）の計算が適切に行われているかを評価する。 ・収支計画（特に、売上高）の根拠が、市場規模やユーザーニーズを考慮した説得力のあるものになっているかを評価する。	10
6	事業としての評価	ユーザー体験・主体性・マーケティング戦略	・ユーザー（顧客）が商品・サービスを使用した時の体験を魅力的に描けているかを評価する。 ・商品・サービスの価値を、どのような手段で社会に普及させる（自ら製造・販売するのか、他者と連携して行うのか）かを評価する。 ・商品・サービスを提供するためのマーケティング戦略をどのように策定しているかを評価する。	20	ユーザー体験・主体性・マーケティング戦略	・ユーザー（顧客）がデザインされた商品・サービスを使用した時の体験を魅力的に描けているかを評価する。 ・デザインされた商品・サービスの価値を、どのような手段で社会に普及させるのか（自ら製造・販売するのか、他者と連携して行うのか）を評価する。 ・デザインされた商品・サービスを提供するためのマーケティング戦略をどのように策定しているかを評価する。	20	ユーザー体験・主体性・マーケティング戦略	・ユーザー（顧客）が商品・サービスを使用した時の体験を魅力的に描けているかを評価する。 ・商品・サービスの価値を、どのような手段で社会に普及させるのか（自ら製造・販売するのか、他者と連携して行うのか）を評価する。 ・商品・サービスを提供するためのマーケティング戦略をどのように策定しているかを評価する。	20
7	発表に対する評価	プレゼン	・商品・サービス及びビジネスモデルの魅力が伝わる説明／プレゼンテーションとなっているかを評価する。	10	プレゼン	・デザインした商品・サービスの魅力が伝わる説明／プレゼンテーションとなっているかを評価する。	10	プレゼン	・地域及びビジネスプラン・PR方策の魅力が伝わる説明／プレゼンテーションとなっているかを評価する。	10

* 企画立案、検討に当たり、生成AI（ChatGPT等）を使用することは問題ありませんが、生成された回答を、独自のアイデアを加えることなく、そのまま企画案として利用することはお控えください。本コンテストは、参加者の独自性、創造性の発揮を大いに期待するものです。上記のとおり、生成AIによる回答を企画内容にそのまま活用したと疑わしき場合には、審査ステージに関わらず、失格とさせていただきます。ご注意ください。