

【最優秀賞】

起業アイデアの新たなコンテスト方式

～Facebook 活用によるアイデアの進化を目指して～

明治大学商学部

有吉 奎人

安齊 友希

飯嶋 大輝

(提言の要約)

現在、日本経済は低迷を続けている。この低迷を打開するために、何が必要であるか考え、私たちは「起業」に焦点を当てた。現在、わが国の起業率は減少の一途を辿っているが、これを反転させる方策を検討した。

起業には良いアイデアが不可欠である。良いアイデアを生み出す方法の一つとして、コンテストの利用を考えた。コンテストを利用することで、起業数の増加だけでなく、質の良いアイデアを活かした起業ができるはずである。

しかし、従来のコンテストには大きな問題がある。具体的には、選ばれなかったアイデアが活かされないことや、コンテストが始まってしまうと、アイデアの改善や他人の意見を取り入れる時間がないことなどである。これらの問題を改善することが、私達の提案する起業コンテストの目的である。

私達の提案は、web2.0の概念のもとに、情報の共有、相互協力を行うことによって得られる「集合知」の利用が基本である。その具体的なツールとして、コンテストとFacebookを組み合わせ、新しい方式のコンテストを実施することによって、これまでのコンテストでは、活かされずに終わっていたアイデアを活かすことである。加えて、大学の授業料を使ったファンドを設立し、優秀な起業アイデアに投資することを提案する。私達の提案する新型コンテストの具体的な仕組みは、次のとおりである。

- ① 起業がしたい学生から、起業のアイデアを募集する。そのアイデアの中身をFacebook上で公開する。
- ② アイデアの公開とコメントに期間を設け、この期間中に寄せられたコメントをお互いに採り入れ、コンテストの参加者間でコメント機能を使って意見を交換し合う。これによって、アイデアをより良いものへと進化させていくことが可能となる。
- ③ コンテストでの優勝アイデアは、Facebookの「いいね！」の数によって判断する。

次に、コンテスト優勝者に対する実際の投資とリターンの仕組みは、つぎのとおりである。

- ① 投資の資金は、大学が受け取った学費から大学が供出する。
- ② 新型コンテストでは、出資者とアイデアを出した人との双方に対して報奨金が与えられる。前者は通常の投資のリターンと同じであり、後者はアイデアを活発化させるために支払われるインセンティブである。

この提案から得られる効果は、学生の起業増加による経済の活性化や「起業できる」大学というブランドを構築できること、学生がより起業しやすい環境が整うことなどである。

こうした新型コンテストでは、1人で起業するという意識を変え、多くの参加者と共にアイデアを創造していくことが重要なポイントである。

(はじめに)

現在、日本経済は長期に亘って低迷状態を続けている。このような低迷を打開するカギとして、イノベーションや起業が重要と思われる。そもそも、起業は一人、多くても数人単位で行うことが一般的であり、リスクを伴うことである。しかし、私たち日本人は「村文化」からの影響からか、一人で新しいことを始めるとか、リスクを伴うことにチャレンジするといった精神が乏しいようである。このことは、終身雇用制度や大企業への就職志向などの安定志向からも見て取れる。現に、わが国の起業率は減少の一途を辿っている。

こうした現状を打破するひとつの手段として、2000年代より提唱されているweb2.0の概念を使うこととする。具体的なツールとして、私たちが提案するのは、世界最大のSNS“Facebook”の活用である。一見、何の関連性もない起業とFacebookを組み合わせることによって、新たなコンテスト方式を提案する。また、コンテスト方式で起業のアイデアを募るだけでなく、Facebookを利用することで、単なるコンテストに終わらせず、コンテストのプロセスを通じて、アイデアをさらに進化させる方式の起業アイデアのコンテストを提案する。

1. 起業の経済効果と学生による起業のメリット

(1) 起業の経済効果

起業がもたらす効果についてみると、ベンチャー企業に対しては、革新的な技術や独創的なビジネスモデルを生み出す原動力となり、日本経済全体のイノベーションの重要な源泉となる。また、既存企業に対しては、技術・ビジネスモデルなどの大きな変化・革新をもたらす可能性がある。

(2) 学生による起業のメリット

起業を増やすためには、そもそも創業を志す起業家(アントプレナー)なくしては、何も始まらない。そこで、私たちが目を付けたのが学生による起業である。

学生による起業がもつ大きなメリットとしては、時間があることと、大学というコミュニティが存在することが指摘できる。まず、前者の時間のメリットとは、アイデアを考える時間のことである。アイデアはじっくり考え、研究を重ねることでより良いアイデアとなる。閃きから生まれるアイデアであっても、閃きから時間をかけて研究する時間が不可欠であり、やはり、多くの時間を使える学生にはメリットがある。

次に、後者の学生が大学に所属している主なメリットとしては、①大学とい

う研究機関をフルに活用できること、②近年、日本の大学でも産学連携などで起業の支援もおこなっていること、③優秀な学生が大学内にいることを活用して人材確保ができること、などがあげられる。

2. Facebook 型コンテストの提言

以下では、従来型コンテストの問題点を述べた後、私たちが提案する Facebook 型コンテストについて説明する。

2-1 従来型の起業コンテストの問題点

起業のアイデアをより出しやすくするために、コンテスト方式は有用であることは明らかである。しかし、従来型のコンテスト方式による起業アイデアの評価には問題が多い。具体的には、選ばれなかったアイデアが活かされることのないこと、および参加者と審査員が一堂に会して行われ、その場の一時点での行為であるため、コンテストが始まると、アイデアの改善や他人の意見を取り入れる時間がないことが挙げられる。これらの欠点を改善することが私たちの起業コンテストにおける目的である。

2-2 新しいコンテスト方式と Facebook

私たちの提案は、Facebook を利用することで、コンテストのなかに web2.0 の概念を持ち込むことである。多くのユーザーが参加して情報を出し合うことで、その蓄積が全体として巨大な「集合知」を形成するものである。例えば、ブログは多くの執筆者が議論を重ねていく過程が全体として広がりや深みのある情報の集積となっている。また、SNS は参加者が URL に特徴や分野を表す短いフレーズであるタグを自由に付け、それを合成することで、よりよいアイデアとなる。

2-3 Facebook 型コンテストの流れ

(1) アイデアの募集

まず最初に、図-1 のように、起業がしたい学生から、起業のアイデアを募集する。そのアイデアを、Facebook 上で、起業のアイデアの中身が記されているページに掲載する。

私たちが提案する、Facebook 型コンテストは、大学内で行う。大学内でコンテストを行うメリットには、報奨金の出し易いことや、起業アイデアの漏えいの可能性を低くすることがある。さらに、大学では多種多様な分野の研究を

行っている学生・教授が大勢いることから、多方面の意見が寄せられることが期待できる。

(2) アイデア公開とコメント期間の設定

次に、アイデア公開およびコメント期間を設ける。アイデアの公開期間中は、同じ大学の学生・教授であれば、誰でも、その起業アイデアのページにアクセスすることができる。アクセスして、「ここを改善したほうが良い」、「こういったことを加えると良い」、などのコメントができることとする。さらに、アイデアの出し手側からのレスポンスも行えるようにする。

このコメント期間において、コメントを採り入れ、何度でもアイデアの改良をできるようにし、その都度ページの更新を行う。これによりアイデアをより良いものにしていくことが可能となる。さらに、コンテストの出場者間でも、コメント機能を使って意見を交換し合うなかで、より良いアイデアにしていくことを可能とする。

これが私たちの考えるコメント期間設定の目的であり、アイデア公開とコメント期間の設定によって、意見を広く募ることが可能となり、従来のコンテストではできなかった、より良いアイデアへの進化が可能となる。

また、通常のコンテストであれば、アイデアの応募と審査とは完全に区別されてしまうため、完成したアイデアでなければ意味をなさない。しかし、このコンテストでは、アイデアの種であったとしても、このコメント期間設定によって、アイデアがより良いものとなるため、コンテスト特有のハードルの高さや手の出しにくさもなくなり、応募の段階から広くアイデアを集めることも可能となる。

さらに、このコンテストの参加者相互間で交流を深め、参加者同士が協同で起業を目指すなどの新たな可能性も見いだせる。

(3) 優勝アイデアの決定

優勝アイデアの決定は、「いいね！」の数によって判断する。また、Facebook上にある起業アイデアのページでは、アイデア公開中は、いつでも「いいね！」を押すことを可能とする。さらに、1人が1つのアイデアにしか「いいね！」を押せない、というわけではなく、良いと思ったアイデアすべてに「いいね！」を押すことを可能とする。例えば、図-2のように、上位アイデアの「いいね！」の数が500、800、1000となった場合、1000のアイデアが優勝となる。

3 Facebook 型コンテストを通じた投資とリターン

以下では、コンテスト優勝者に対する投資とリターンのスキームについて述べる。

(1) 投資の資金源

投資の資金は、大学に支払った学費から捻出するものとする。学生一人当たり 1000 円を授業料の中から移管し、投資の原資に充てる。例をあげると、明治大学では、学生数が約 4 万人のため最高 4000 万円までの投資が可能となる。2010 年に設立した企業の平均資本金は、474 万円であることをみても、一人当たり 1000 円でも、十分な資金を集めることが可能であることがわかる。

(2) 投資スキーム

図-3 のように、コンテスト優勝アイデアに投資することを目的に、大学は投資ファンド「大学ベンチャーファンド」を設立する。出資者は大学であり、一旦、学費として集めたお金を大学がまとめて大学ベンチャーファンドに出資する。その上で、起業アイデアの優勝者に起業に必要な資金として投資する。

(3) 事業が成功した場合のリターン

投資に対するリターンとしては、成功した場合、通常の投資と同様に投資した分に見合った利益が、大学に分配されることになる。このリターンに関しては、通常のファンドと同様の仕組みである。Facebook 型コンテストならではのものが、後述のコメントに対する報奨金である。また、大学側のメリットとしては、「起業できる大学」としてブランド力向上に大きく貢献することになる。

(4) 事業が失敗してしまった場合

事業が失敗した場合でも、学費から捻出された金額のため、大学は損失を被るが、学生側には損失を与えることにはならない仕組みである。

(5) コメントに対するリターン

前述のとおり、Facebook 型コンテストでは、アイデアに対するコメントが活発になされることを期待しているが、人は何かしらの見返りがなければ、動かないのもまた事実である。そのため、提案するコンテストでは、従来の投資におけるリターンとは、異なる形式のリターンを用意する。具体的には、アイデアに対するコメントを行った者に対しても報奨金を与えるのである。このためには、コメントについても、何らかの方法で評価、順位づけをしなければな

らない。

そこで、「いいね！」を使った評価と優勝者による評価の二つの方法で、コメントに対する評価と順位付けを行う。この評価の仕組みは、まず、コメントにも良い意見があった場合、誰からでも「いいね！」ボタンを押せることとする。この「いいね！」の数によって、貢献度を計ることとする。次に、コンテストの優勝者からみて、「どのアイデアが役に立ったか」を順位付けしてもらう。こうした方法によって、意見を出すことに対するモチベーションのアップを狙うこととする。

4 提案から得られる効果

私たちが提案する Facebook 型コンテストは、以下のような効果がある。

(1) 学生の起業増加による経済の活性化

より良いアイデアをもつ学生が起業できるようになり、日本の開業率が上昇し、経済の新陳代謝がよくなる。これによって、イノベーションが生まれやすい状況となり、イノベーションが生まれることで、「失われた 20 年」からの脱出の可能性が高まる。

(2) 「起業できる」大学というブランドの確立

私たちの提案は、「起業できる」大学というブランドを提案していることでもある。このブランドは一旦、世間に認知されれば、起業を目指す学生が多く集まるようになり、さらに起業できる大学となる好循環が生まれる。

(3) 学生がより起業しやすい環境の提供

学生がより起業しやすい環境が生まれる。前述の資金調達の課題が解決されたことにより、起業へのハードルが下がる。ハードルが下がることで、より多くの学生による起業が生まれる。結果として、わが国経済の活性化につながるものと思われる。

(おわりに)

現状の日本経済の停滞感を打破するためには、イノベーションによる新しい力が必要不可欠である。そのためには、単に競争し、お互いに蹴落としあうのではなく、共に情報を共有し、全体でより良いものを創造するという「集合知」、すなわち web2.0 的な考え方を持って行動することが重要である。我々の提案する Facebook 型コンテストが、こうした若い力、頭脳を結集し、新たなイノベーションを起こすことができるのではないかと期待している。

参考文献

- 1) 秋好陽介著 『意外と知られていない Web2.0 の謎を解く』 C&R 研究所 2006 年
- 2) 磯崎哲也著 『起業のファイナンスベンチャーにとって一番大切なこと』 日本実業出版社 2010 年
- 3) 井上真花,佐藤新一著 『これ 1 冊で完全理解 Facebook 改訂版』 日経 BP 社
- 4) 梅田望夫著 『ウェブ進化論本当の大変化はこれから始まる筑摩書房 2006 年』
- 5) 梅田望夫 飯吉透著 『ウェブで学ぶ ―オープンエデュケーションと知の革命』 2010 年
- 6) 小川浩,後藤康成著 『Web2.0 BOOK』 インプレス 2006 年
- 7) 株式会社レッカ社著,編集 『Facebook (フェイスブック) が 2 時間でマスターできる本』 PHP 文庫 2011 年
- 8) 小林良彰著 『選挙・投票行動』 東京大学出版会,2000 年
- 9) ジェームズ・スロウィツキー著 小高尚子監修、翻訳『「みんなの意見」は案外正しい』 2009 年
- 10) 塩野誠著 『リアルスタートアップ ~若者のための戦略的キャリアと起業の技術~』 集英社 2012 年

- 11) 志村一隆著 『明日のメディア 3 年後のテレビ、SNS、広告、クラウドの地平線』 ディスカヴァー・トゥエンティワン 2011 年
- 12) ふくりゅう,山口哲一著 『ソーシャルネットワーク革命がみるみるわかる本』 ダイヤモンド 2011 年
- 13) 星野希著 『大学 2 年で社長になるということ』 ダイヤモンド社 2007 年
- 14) 松村太郎,徳本昌大著 『図解ソーシャルメディア早わかり』 中経出版 2011 年

図—1 起業アイデアページのイメージ図

イメージ図



図—2 優勝アイデア判断のイメージ図



図—3 投資プランの流れ

