



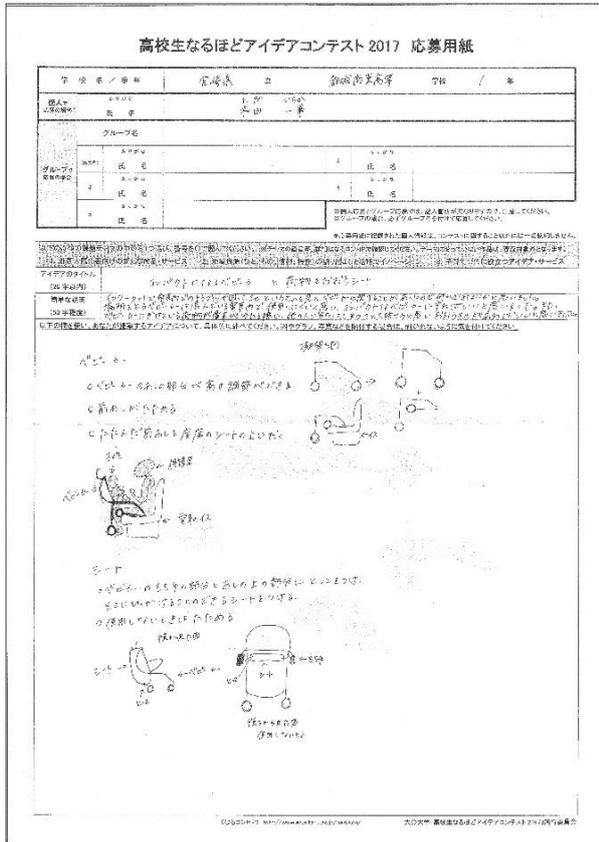
奨 励 賞

選択テーマ：③ 子育て世代に役立つアイデア・サービス

コンパクトになるベビーカーと荷物をおおうシート

インターネットで電車内でのトラブルや困ったことというのを見て、ベビーカーに関することがあったので、何かできないかと思いました。場所をとるベビーカーは混んでいる電車内で使用しにくいと思い、コンパクトなベビーカーにすればいいと思いました。また、ベビーカーにかけている荷物が、電車が揺れる際に他の人に当たってしまうことを防ごうと思い、おおうものがあればいいと思いました。

宮崎県立都城商業高等学校 和田一華



応募作品



発表資料

発案の経緯、アイデアの概略など

インターネットで、電車内でのベビーカースペースの設置に関する記事を読み、他にも子育てに役立つアイデアがあるのではないかと思います、混んでいる電車内でも使用しやすいように、座席に乗せられるベビーカーと、電車が揺れたときに荷物が人に当たるのを防ぐシートを考え付いた。

苦労や工夫など

提案する機能が分かりやすく説明できるよう、工夫してベビーカーの絵を描いた。

アピールポイント

電車の座席の高さや自動改札の幅などを調べた上で、座席に乗せることのできるベビーカーを提案。





**努力賞**

選択テーマ：① 外国人観光客向けの新たな商品・サービス

**外国人観光客向け通訳ガイドサービスアプリ**

自宅に待機するご当地通訳がスマホの facetime を経由して、リアルタイムで外国人観光客に対するガイドサービスを行う

宮城県立都城商業高等学校 永友大晴

高校生なるほどアイデアコンテスト 2017 応募用紙

学 校 名 / 学 年	宮 城 県 立 都 城 商 業 高 等 学 校	学 年	1 年 次	氏 名	永 友 大 晴
個人名 / 所属校	永 友 大 晴	氏 名	永 友 大 晴	所属校	宮 城 県 立 都 城 商 業 高 等 学 校
グループ名					
1 氏 名	永 友 大 晴	2 氏 名		3 氏 名	
4 氏 名		5 氏 名		6 氏 名	

※ 応募用紙に必要事項を記入し、応募用紙とアイデアコンテスト応募用紙を一緒に提出してください。

アイデアの概要

外国人観光客向けの通訳ガイドサービスアプリを開発し、外国人観光客がスマートフォンで通訳ガイドを呼ぶことができるようにする。アプリは、外国人観光客がスマートフォンで通訳ガイドを呼ぶことができるようにする。アプリは、外国人観光客がスマートフォンで通訳ガイドを呼ぶことができるようにする。

発案の経緯

自分が海外で暮らしていた際にとっても苦勞した経験から、日本に来た外国人もそうなのではないかと思い、外国人観光客に対して、スマートフォンのアプリを通してご当地通訳が行うガイドサービスを考え付いた。

アピールポイント

外国人観光客に、ストレス無く観光してもらえるという点。

発表資料

応募作品

発案の経緯、アイデアの概略など

自分が海外で暮らしていた際にとっても苦勞した経験から、日本に来た外国人もそうなのではないかと思い、外国人観光客に対して、スマートフォンのアプリを通してご当地通訳が行うガイドサービスを考え付いた。

アピールポイント

外国人観光客に、ストレス無く観光してもらえるという点。



大分大学 COC+賞

水引シリーズ第2弾『あいらび DX(デラックス)』

伝統工芸の新たな可能性を追求

紙と文化のくにコンソーシアム、伝統工芸伝承型教材、社会福祉支援型商品

愛媛県立土居高等学校 伊予の水引ガールズ(井原千晴, 宮崎真奈, 近藤亜美, 佐瀬唯菜, 宮崎彩)

高校生なるほどアイデアコンテスト 2017 応募用紙

水引シリーズ第2弾 『あいらび DX』

伝統工芸の新たな可能性を追求 紙と文化のくにコンソーシアム、伝統工芸伝承型教材、社会福祉支援型商品

以下のような内容が盛り込まれた応募用紙が、制作チームのメンバーから、各チームの代表者へ送られてきた。応募用紙には、作品の概要、制作の経緯、制作の目的、制作の過程、制作の成果、制作の感想などが記載されている。

応募作品

発表資料

選択テーマ：② 地域資源（ひと、もの、情報、特性）の掘り起こしと活用でイノベーション

発案の経緯、アイデアの概略など

地元の伝統工芸を守っていくという気持ちが強く、地域の課題を解決するために地元紙産業、伝統工芸「伊予の水引」などの地域資源を活かした地域活性化の提言をし、その提言に沿ったボランティア活動やフィールドリサーチを行ってきた中から考えついた。

「あわじ結び」ができない人でも簡単に作れる、小中高校で教材として使える、高齢者の認知症予防や楽しみになる、福祉施設でのリハビリ作業になる、などの特徴を持つ水引工作キット。

苦労や工夫など

第1弾水引工作キット『あいらび』を商品化するさいの価格設定で、伝統工芸士や職人さんと消費者との間にある大きなギャップを埋めるのが難しかった。伝統工芸水引の常識(基本結びのあわじ結びが前提である)を覆した発想から生まれた開発商品『あいらび』を、職人さんに理解してもらうのに時間がかかった。

