

はじめに

「プチ事業化」にチャレンジしよう

アイデア好きの皆さん、こんにちは。アイデアクリニックの下村です。

この本は、最小限の費用でアイデア商品の事業化にチャレンジしたい人のために書いた入門書です。

発明家の夢は、何といっても自分のアイデアが商品化されて世に出ること。

そして、その商品が大ヒットして大儲けできたら最高です。

儲からなくても、自分のアイデアが世に出るだけでも嬉しいものです。

アイデアを世に出す方法は、二通り。

一つは企業に売り込んで採用してもらう方法で、売れた数量に応じて卸価格の3%前後のロイヤリティがもらえます。

大ヒットした、洗濯機の糸屑採りネットを発明した主婦がもらったロイヤリティは、何と三億円。

市民発明家なら誰でも憧れる成功事例です。

ところが、企業に売り込んで採用のチャンスは少ないのが実情です。

もう一つは、自分で事業化をする方法。

最近ではインターネットの普及で、主婦でも家庭にしながら手軽に商品の販売ができる時代になりました。

また、「初恋・ダイエットスリッパ」を筆頭に、女性の成功者も多く誕生していて、手本となる成功事例も多く、

事業化にチャレンジする発明家が増えてきました。

特に、「プチ事業化」の増加が顕著です。

プチ事業化とは、お金をあまりかけないで、小さく事業化することです。

アイデアクリニックでも以前から、個人向けの発明事業化セミナーや、個人相談で多くの方の指導を行っていますが、ここ数年、事業化を希望する相談が急増しています。

プチ事業化の基本は、お金儲けが主目的ではなくテスト的に世の中に商品を出すことで、本格的なビジネスへの展開はその後です。

事業化に対する正しい知識と勇気をもって、プチ事業化にチャレンジしてみるのも発明の楽しみです。

本書は、筆者の長年の雑貨メーカーでの商品開発の経験や、独立後、数多くのプチ事業化を指導した実例を挙げて執筆しました。事業化の進め方がわからず悩んでいる人や、すでに事業化したものの足踏みしてしまっている人が、次の一步を踏み出す動機づけにしてくれたら嬉しいです。

平成二十三年十一月

知的財産・発明事業化アドバイザー

発明達人塾・アイデアクリニック

代表 下村 正

第1章

発明のプチ事業化にチャレンジしよう

- 1 発明セレブもプチ事業化からスタート／8
- 2 エコアイデアで〇円からのスタート／11
- 3 誰でもマイショップが持てるボックス販売／14
- 4 事業化するとアイデアが採用されやすい／16
- 5 すべて自作・二、〇〇〇円で事業化／18
- 6 いきなり大きな商売は赤信号／22
- 7 特許がなくても事業化はできる／23
- 8 マルチなアイデアマンになろう／24
- 9 事業化で成功する人の一〇ヶ条／26
- 10 失敗しないための心得「ないない七カ条」／28

第2章

プチ事業化しやすい素材はこれだ！

- 1 プチ事業化向けの素材はこれだ／32

- 2 切り売りのナイロン生地で「ジャケットキャリイ」を事業化／33
- 3 既成品のクリップで「チャームクリップ」を事業化／37
- 4 天然竹で快眠を誘う健康竹枕「かぐや姫」を事業化／39
- 5 厚紙の抜き加工で「採便トレイ」を事業化／41
- 6 既成品のチェーンで「ファスナー・上げ下げ名人」を事業化／43
- 7 金型不要の樹脂シートで「帯締め房カバー」を事業化／46
- 8 刺繍加工で「のどウォーマー」を事業化／48
- 9 化粧箱で花のジュエリーボックスを事業化／50
- 10 自然素材や廃物利用もアイデア次第で事業化／52

第3章

知って得する商品企画の秘策

- 1 開発&製造部長の役割／64
- 2 商品の命はデザインで決まる／65
- 3 市場調査は疑問解決の特効薬／67
- 4 プラスチック成型品はデザイン設計に
手を抜くな／70
- 5 ネーミングやキャッチフレーズは薬事法に
気をつけよう／72
- 6 定価を決める二つの方法／78
- 7 定価を決める「一〇・四・二の法則」／79
- 8 利益はいくらとればいいの？／81
- 9 原価の種類と呼び方／83
- 10 原価表を作成してみよう／85
- 11 既成品の会社の探し方と交渉のコツ／88
- 12 既成品の包装材料を活用しよう／91

第4章

発明家でもできる営業マン入門

- 1 開発者に勝るセールスマンはいない／96
- 2 「当たって砕けろ」の精神が道を開く／97
- 3 商談に必要な七つ道具／102
- 4 売り込み先の探し方／106
- 5 商品数は多い方が有利／109
- 6 ライバル商品のウイークポイントを探せ／110
- 7 インターネットオークションで販売しよう／112
- 8 東急ハンズで販売してもらおう／116
- 9 営業応援は任せてください／119
- 10 アイデア商品は催事販売がよく売れる／121
- 11 見積書って何？／123
- 12 東京の有名問屋街／125

第5章

売上を二〇倍伸ばす販売促進法

- 1 吊下げ台紙で売上一〇倍／128
- 2 既成品の販促促進グッズを活用しよう／129
- 3 記念日はビジネスチャンス／131

第6章

無料でマスコミを活用する方法

- 1 無料のパブリシティを積極的に活用しよう／148
- 2 マスコミは興味のあるネタを探している／151
- 3 マスコミで紹介してもらおう／154
- 4 マスコミの種類とアプローチの方法／156
- 5 マスコミ向け資料の書き方／159
- 6 マスコミ情報はフル活用しよう／162
- 7 切り口を変えて何度でもアプローチしよう／164

- 4 縁起物・開運グッズは販売促進のチャンス／133

コラム

- 発明学会で発明仲間を作ろう／13
- デジカメを使ってみよう／20
- カラーコピーもできる便利な複合プリンター／35
- 初心者のためのパソコンの選び方／58
- 商品パッケージに必要な項目／75
- 売れる商品パッケージを作ろう／92
- 図解で学ぶ発想の転換と活用／100
- 事業化したらホームページを作ろう／103
- メールはビジネスの必需品／115
- 失敗事例から学ぶ五つのポイント／137
- 事業化したら知っておきたい業界用語 1／145
- 事業化したら知っておきたい業界用語 2／150
- ホームページで商品やアイデアを紹介します／152
- 事業化したら知っておきたい業界用語 3／161

第

1

発明のプチ事業化に
チャレンジしよう

章



発明セレブもプチ事業化 からスタート

神奈川県的主婦・中沢さんは、「初恋・ダイエットスリッパ」を事業化して、発明界はもちろん一般にも有名な発明セレブです。

スリッパに続いて炊事用の「女優さんのおもいつきり手袋」や、五本指靴下の「明日元氣になーれ」等、続々とヒットを飛ばし、年商数億円の売上を誇るまでになりました。

今では連日、テレビや雑誌の取材に追われる発明スターですが、実は「初恋・ダイエットスリッパ」はスポンサー企業を採用したのではなく、自分で事業化したそうです。

しかも、スタート時はへそくり程度の資金で始めた「プチ事業化」でした。

● プチ事業化のお手本 ●

中沢さんの成功は、個人発明家でも事業化ができる良いお手本になっています。

発想のきっかけは、自分が悩んでいた腰痛やダイエット対策をいろいろと調べていたら、つま先立ちをすると効果があることがわかりました。

ところが、一分間もつま先立ちをしていると、身体が不安定になったり、想像以上に辛くて長くは続けられませんでした。

そこで、市販のスリッパを買ってきて、かかと部分を短くカットして詰め物で高くすることで、つま先立ちの状態になるか試してみました。

すると、とても具合が良かったので、台所に置いて料理をする時に履いていたら、脚の後ろが引き締まって、腰の痛みも楽になったのです。

本人には自信作でしたが、家族や発明仲間と話したところ、笑われてしまいました。

しかし、効果を実感した中沢さんは、きっと自分以外にも

困っている人がいるだろうと、信念をもって事業化を決意しました。

とはいっても、どうしたらいいのかわからず、とりあえず電話帳を見てスリッパ屋さんに電話をかけて、「私が発明した、かかるとが短くて高いスリッパを作って欲しいのですが……」と頼みました。

はじめは相手にされず、数件の業者に断られましたが、必死になって電話をかけていると、ついにある業者が熱意に負けて、「わかりました、協力しましょう。でも、こちらも商売なので一〇〇足くらい注文をください」と引き受けてくれたのです。

数量が少なかったので生地も在庫品を利用して、へそくり程度の資金で商品ができました。

● ネーミングが当たってマスコミが飛びついた ●

ネーミングは、特長がわかりやすいように「ダイエットスリッパ」にして、商品のラベルは娘さんにパソコンで作ってもらいました。

営業は苦手だったので、テレビ局や婦人雑誌の出版社に新製品紹介の手紙を出したところ、「主婦が発明した、履くだけでダイエット効果のあるスリッパ」というのが面白いと、ワイドショーや若い女性向けの番組で紹介され、大反響となりました。

一度テレビに出たら、他の局や婦人雑誌から取材が殺到し、次々とテレビで放映され一気にブレイク。テレビや雑誌を見た女性達が売り場に殺到したので、大手デパートから販売したいと注文が入り始めました。

その後、有限会社「阿蘇山」を設立し、本格的な事業としてスタートさせました。

最近では、価格の安い類似品が出回っていますが、お客さんは「中沢さんのダイエットスリッパをください」と指名してくれるので、立派なブランドになっているようです。

● 事業化成功・五つのポイント ●

① 金型不要の少量生産商品

スリッパは少量ならハンドメイド的な生産もできるので金

型代がかからず、少量生産が可能だったので、お試し感覚で生産することができた。

② ネーミングの勝利

ネーミングは商品の看板なので、インパクトがあつてわかりやすいことが一番。

「ダイエット」はインパクトがあつて、商品の特長がわかりやすく、女性の心を掴んだ最高のネーミング。

③ 美容・健康用品は成長市場

美容・健康用品はいつの時代もニーズがあり、永遠の売れ筋商品。

特にこれからは本格的な高齢化社会に突入し、さらなる成長市場と見込まれる。

④ マスコミを積極的に活用

新製品は一人でも多くの人に知ってもらうことが大切なので、マスコミで紹介してもらうのが一番効果的。
しかも取材なので、費用はかからない。

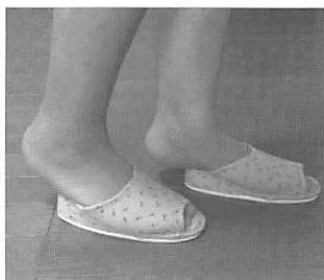
⑤ 信念をもつ

いくら優れたアイデアでも、実行しなければ「絵に描いた

餅」。

周囲に反対されても、信念をもつことが大切。

「初恋・ダイエットスリッパ」



エコアイデアで 〇円からのスタート

東京・八王子で開催している「八王子アイデアを楽しむ会」では毎回、元気なシニアが脳トレと商品化を目指してアイデアを楽しんでいます。

参加者は市の広報を見て集まった発明の超初心者が多く、私も定期的に講師としてアイデアの発想法や、小グループによるアイデアトレーニングを行っています。

一人ではなかなか出にくいアイデアも、五〜六名のグループになると、珍案・奇案がどんどん出てきます。

テーマは身近なもので、「台所の不便を探そう」「五歳若返るアイデア」「簡単・プチダイエット法」等で、毎回変わります。

● エコな手作りコサージュが大好評 ●

教室では、参加者のアイデア発表のコーナーがあります。ある時、熱心に通う女性会員の中田さんが、パーティや結婚式などで胸元に飾る、かわいらしいコサージュを二〇個ほど持ってきました。

「私は発明はできませんが、以前から趣味で不要になったブラウスなどのプリント生地を再利用してコサージュを作っていました。原価は〇円ですから、皆さんにプレゼントします」というのです。

参加者からは、奥さんへのお土産にしたいとか、帽子やカバンにつけたいと大好評で、あつという間になくなってしまいました。

とても上手にできているので「エコな手作りアイデアアクセサリーとして、プチ事業化して、ひと月一、五〇〇円くらいのボックス販売で売ってみたらどうですか？」とアドバイスしました。

すると同じく女性会員の浜津さんと市川さんが、「私達も手作り品が好きなので、一緒にやりたい」と手をあげました。

中田さんも「一人では不安だけど、三人ならやってみようかしら。ひと月一、五〇〇円なら、三人で割れば五〇〇円だから、赤字にはならないわね」と乗り気の様子でした。

● MAY企画誕生 ●

次回の教室で三人が、「MAY企画という名前で、アイデアアクセサリーをプチ事業化することにした」と発表。

MAY企画というのは、三人の下の名前の頭文字を組み合わせたそうで、女性のシルバーパワーに男性陣は圧倒されていました。

最近では三人の個性を大切にしようと、それぞれの作品を持ち寄って新製品を検討し、商品も増え、催事販売にも出展したりして、売上が月に数万円の時もあるようです。

将来は、三人で会社を興して、エコアイデアの手作りグッズの会社を作りたい、とのこと。

特許や実用新案などにはこだわらず、お金をかけずに自分流のアイデアを形にして、小さく事業化する方法はいくらでもあります。

問題は、やる気とアイデアと行動力なのです。

MAY企画の商品は八王子のレンタルボックス「はなな」で好評発売中



和気あいあいの「八王子アイデア発明研究会」
<http://8aiken.web.fc2.com/>



さらに、商品の開発までの経緯を「発明主婦の奮闘記」としてレポートにまとめ、子育て主婦が花粉症の子供のために開発に奮闘したエピソードを、婦人雑誌に送る予定だそうです。

ほかにも、テレビや雑誌を見ながら、ネタになりそうな切り口を探して、積極的にマスコミに資料を送りたいと楽しみに話していました。

メディアに何度か登場すると、マスコミ側から声がかかるようになるので、山本さんの熱意と行動力はきつと成功すると思いました。

プレスリリースの書き方や広報活動については、詳しく書かれた本がたくさん出版されているので、しっかり読んで勉強してほしいと思います。

●著者紹介●



知的財産・発明事業化プロデューサー
発明達人塾 アイデアクリニック
代表 下村 正（しもむらただし）

1951 年東京生まれ。(株)日立製作所を経て主婦の発明品で大ヒットした「洗濯機の糸くず取りネット」を商品化した(株)ダイヤコーポレーションに入社し、開発部長として全国の発明家のアイデアを数多く採用してきた発明仕掛人。2001 年、発明プロデューサーとして発明達人塾「アイデアクリニック」を設立。現在、発明の個人相談や発明の事業化、企業への売り込みをプロデュース。発明界にスターを誕生させるために全国で講演活動、カルチャー教室、執筆活動その他活躍中。

テレビでも「ザ・特許ハンター」や「ズームインスーパー」等、数多くの番組に発明仕掛人として出演。

全国発明コンクール審査員を務める。

主な著書に『「発明売込みの極意」ご指導いたします』（日本法令）、『あなたの発明らくらくお金に変える本』（中経出版）がある。

HP:URL <http://i-cli.com/>

E-mail fwkk3245@mb.infoweb.ne.jp

〒 272-0015 千葉県市川市鬼高 3-20-8

TEL&FAX 047-378-6243