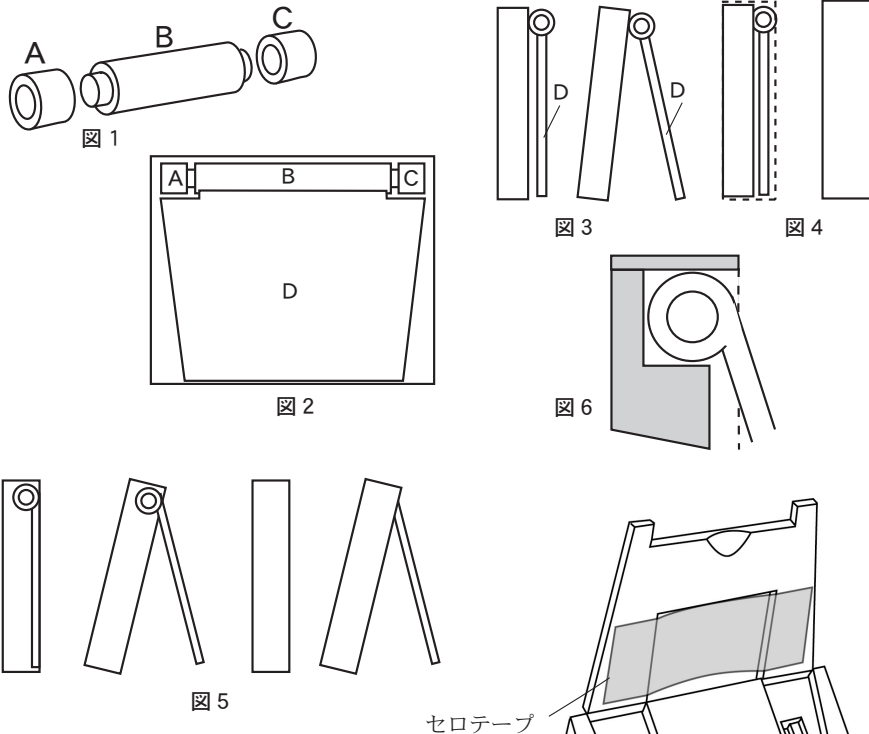


## ☆ 蝶番を別のタイプで作る

テキストではポリプロピレンのような素材で蝶番の部分を作っていますが「安っぽく見える」「強度が足りない」「曲げられる素材が使えない」などの理由で普通の蝶番を使う場合を考えてみました。とは言えプラスチック成型では市販の蝶番は使いません。本体と一体にすることで、組み立ての手間が省けるからです。パイプとその穴に入る丸棒を用意し、図1のように3個にカット、Bに丸棒を差し込み接着します。本体の裏側の上部にABCを並べて置き、ACを本体に接着します。その時Bの丸棒をどちらかに寄せると外れるようにして下さい。そのBに板状の脚Dを接着すれば出来あがりです。しかしこれだと脚が横から見えてしまい、体裁が悪いので周囲を薄い板で囲みました(図4)。更にこれを本体の中に埋め込んでしまったのが図5です。穴を掘るように削って作るのではなく、枠の上部をL字状に削り、0.5mmに板で脚も隠れる程度に囲みました。



## ☆ 普通では飾れないところに飾る

セロテープを多少弛みを付けて両端で止めます。脚を収納するとセロテープが挟まれて固定され、接着面が外側に晒される。このまま押し付けると何処にでも貼り付き、引っ張ると簡単に外せて跡が残りにくい。

## ☆ 「なぜこんな優れた考案が採用され、商品化されないのか？」と疑問に思うあなたへ

出願されてない考案なので、あなただけが考えたものとお考えではありませんか？ そこから出発した考案はいくら努力しても無駄です。「こんなにたくさんの人間がいるのだから他にも同じことを考えた人が大勢いる筈だ、なのに商品になっていないのはなぜだろう？」是非ここから出発して下さい。商品化には数々の条件が必要になっているのだということが解ってきます。逆にその商品化出来なかった条件が解決できれば商品化に手が届くとお考えください。

## ☆ なぜ商品に近い試作品に拘るのか？

作用や機能だけの分かる試作品では、それがその会社にとって「採用に値する」アイデアだと言う結論が出たとしても、コストや利便性、素材、デザイン、強度、安全性などの他、プラスチック商品の場合は金型設計を考慮して商品を組み立てて行くと、全く違った構造やデザイン組み合わせの、提案物とは似ても似つかない形状の商品に生まれ変わる可能性が非常に高いのです。これは間違いなくその会社の独自の考案品であり、あなたは単にそのヒントを無料で提供しただけで終わり、採用する意味も全く存在しなくなるのです。

## ☆ こんなに違う アイデアと商品の例

