課題解決ラボ 神戸で発表会

地域企業と大学生のマッチングラボラトリー
m labo エムラボ

企業の悩み 私たちが解決

10大学21チームが挑戦

商品の販売促進策やブランド戦略の立案など、中小企業が抱えるさまざまな経営テーマについて学生がアイデアを提示する「課題解決ラボ」（事務局・神戸新聞地域総研）の発表会がこのほど、神戸市内で開かれた。県内13企業から持ち寄られたテーマに挑んだのは、10大学21チームの約200人。グランプリにはオリバーソースの商品について認知度向上の提案を行った関西大学・西岡ゼミが選ばれた。

中小企業の経営課題解決方法の一つとして、各地で同様の学生参加型事業提案コンペなどが開催されているが、一方で「調査・研究の内容が浅い」「実現可能性が低い」といった指摘もある。

「課題解決ラボ」では中身の濃い提案に結び付けるため、テーマに即した研究を行うゼミの学生が担当。企業の担当者から情報提供やアドバイスを受けながら研究を進めてきた。この機会を通じて、学生に中小企業に対する理解を深めてもらい、中小企業と学生の雇用のミスマッチを改善する狙いもある。

7月に企業から出された具体的な課題に対し、学生たちは3カ月がかりで提案内容を練り上げた。

発表会では、1チーム10分の持ち時間でプレゼンテーション。計21チームが発表し、論理性、実現可能性、独自性、情報収集力、プレゼンカを基準に評価が行われ、グランプリに関西大・西岡ゼミ（オリバーソース）、準グランプリに関西大・荒木ゼミ（明興産業）、3位に関西大・西岡ゼミ（リアル）、審査員特別賞に立命館大・金ゼミ（伍魚福）が選ばれた。

■審査委員長
南　知恵子氏（神戸大学大学院経営学研究科教授）
■審査委員
西村　順二氏（甲南大学副学長、経営学部教授）
吉川美奈子氏（アシックスCSR・サステナビリティ室室長）
谷井　等氏（シナジーマーケティング代表取締役社長兼CEO）
西村　康朗氏（博報堂関西クリエイティブ・ソリューション局局長代理）
山田　勝重氏（フジッコ取締役開発本部長）
吉住　裕子氏（未来教育設計代表取締役）

関西大学（西岡ゼミ）×オリバーソース

グランプリ

ターゲット 的確に設定
綿密な調査、行動力評価

西岡ゼミが取り組んだ課題は「しょースの現状を見直し、オンライン媒体を通じて価値共創を行い、しょースの認知度を上げる」。

「しょース」は今年3月にオリバーソース（神戸市）が発売した「しょうゆ風味のあっさりお好みソース」だが、消費者の認知が低いのが現状。ゼミは「新調味料として売り出したいのに対し、消費者は『変わった味のソース』だと感じている」と認識の相違があることに着目した。

まず「新しい調味料」のイメージを発信するため「あなたの食卓に新たな楽しみを　料理の幅が広がります」というコンセプトをつくった。

次にターゲットを「新婚から小学生の子どもを持つ主婦層」に設定。「まず価値を知ってもらう」ために、料理教室の総合情報サイトを通じ全国の料理教室で「しょース」を使ってもらうことを提案。さらにその生徒たちに、しょースを使ったレシピを、日本最大の料理レシピサイトに投稿してもらうことで「価値を伝えてもらう」ことを提案した。

チームリーダーの山本美希さんは「誰をターゲットにし、どう広げていくか考えるのが大変だったが、ターゲット層にヒアリングをし、そこに合ったやり方を考えることができた。商品開発の強い思いを知り、これまであまり接することのなかった中小企業の魅力に触れることもできた」と笑顔で語った。

オリバーソース・道満雅彦社長の話
「想定した以上の明快な回答が得られ、喜んでいる。学生たちで試食会まで開いていると聞き、その行動力にも驚いた。今は宿題をもらったという気持ち。提案をどう生かしていけるか真剣に考えていきたい」

関西大学（荒木ゼミ）×明興産業

準グランプリ

お蔵入り商品を改善

荒木ゼミが挑んだテーマは「明興産業のお蔵入り商品の改善策を提案しよう」。

明興産業（神戸市）はさまざまなアイデアを形にした自社商品を数多く送り出しているものの、売り上げにつながっていないものもあるという。そこで荒木ゼミは、傘を閉じた後にしずくがたれるのを防ぐ取り外し式の傘カバー「あっぱれ」（525円）を取り上げ、「BtoC（消費者向け）」「BtoB（企業向け）」の両面で改善案を考えた。

BtoBでは、百貨店やショッピングモール、書店などをターゲットに、購入した企業の広告をカバーにつける▽「あっぱれ」を持参するとポイントが付くサービスの提供―などを提案した。BtoCではビニール傘とのセット販売を提案。アンケート調査に基づく価格設定や競合製品を考慮した販売戦略などに評価が集まった。

関西大学（西岡ゼミ）×リアル

3位

SNS使い販売促進

「米ぬか商品に関するマーケティングリサーチ」をテーマにした西岡ゼミ。化粧品・医薬部外品製造販売のリアル（神戸市）の中核商品、米ぬかの「純米シリーズ」について「保湿の効能が最も生きるのは20代」と位置づけ、販売促進策を考えた。

ターゲットに対するインタビューを基に、「オンライン」のSNS（ソーシャル・ネットワーク・サービス）と「オフライン」のドラッグストアの相乗効果を狙うことを考えた。

SNSでは、使用者の感想や裏技を、テーマに沿って投稿してもらうなどして情報量を増やし、そこで投稿された口コミを店内のポップ広告にして紹介。さらに店頭で見た顧客をSNSに誘導するというサイクルをつくることで、商品の価値を伝える仕組みを提案した。

立命館大学（金ゼミ）×伍魚福

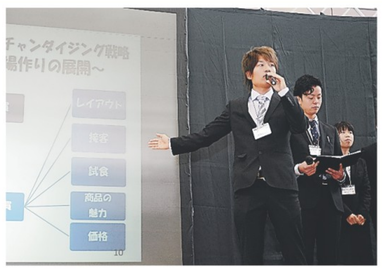
特別賞

客単価の増加策を模索

金ゼミが挑んだテーマは「客単価を1200円から1500円に上げるための解決策」。珍味製造卸の伍魚福（神戸市）が阪神百貨店に持つ直営店の客単価アップの方策を考察した。

売り場を訪れた顧客にアンケートをとり、商品購買に影響するものを質問し、回答の多かった「レイアウト」に着目。店内のレイアウトを目立つものにするため、売れ筋の人気商品のランキングを「相撲の番付表」にして掲示。番付に応じて商品を陳列する方法を提案した。

さらに、このアイデアを採用した場合の店頭での接客方法を、学生が演じるイメージビデオで紹介。これに伴う経費と見込める売り上げ増を試算し、財務的効果も示した。



参加企業、参加ゼミ一覧

企業	ゼミ
カネヘイ	関西学院・古川ゼミ
	愛知・太田ゼミ
グリップインターナショナル	関西学院・安ゼミ
明興産業	関西・荒木ゼミ
ジェム	関西・西岡ゼミ
	名古屋学院・濱ゼミ
神戸クルーザー	流通科学・福井ゼミ
弓削牧場	神戸国際・中村ゼミ
伍魚福	立命館・金ゼミ
	名古屋学院・濱ゼミ
	甲南・奥野ゼミ
オリバーソース	関西・西岡ゼミ
	京都産業・森村ゼミ
シュゼット（アッシュ・セー・クレアシオン）	立命館・金ゼミ
	愛知・太田ゼミ
カワノ	兵庫県立・西岡ゼミ
	京都産業・森村ゼミ
村上工務店	立命館・金ゼミ
リアル	関西・西岡ゼミ
	京都産業・近藤ゼミ
昭和精機	京都産業・森村ゼミ

Mラボとは

「課題解決ラボ」は神戸新聞社と兵庫県中小企業団体中央会が中小企業と大学生の就職マッチングを目指す狙いで実施している「Mラボ」の中核事業。

ネットによる採用活動が主流になる中、大学生の大企業志向は強いままだ。「Mラボ」は大学生に行き届きにくい県内の中小企業情報を発信し、交流の場を設け、企業と学生をつなげる手伝いをする。

課題解決ラボのほか「合同就職面接会」「中小企業理解のための出前講座」「産業集積地をめぐるクラスターツアー」「企業向け若手社員研修」などを展開している。

約270人の学生らが集まった「課題解決ラボ発表会」＝神戸市中央区・神戸ハーバーランド

※この紙面は全国中小企業団体中央会補助事業「平成24年度補正地域中小企業の人材確保・定着支援事業」の補助を受けて作成しました。