

課題解決ラボ2018発表会



県内企業が抱える経営課題について、大学生がゼミ単位で調査研究し解決策を提案する「課題解決ラボ2018発表会」が10月27日、神戸市内で開かれた。今回の参加企業は県内10社と県内外11大学

20ゼミ。グランプリには、ネイル用品卸のTATに対し、爪の汚れに悩む女性農業従事者をターゲットにネイル用品の開発を提案した甲南女子大学・佐伯ゼミが選ばれた。

甲南女子大(佐伯ゼミ) グランプリ

「課題解決ラボ」は、神戸新聞社、兵庫県、兵庫県、中小企業団体中央会が県内8月に行われた中間発表会の結果、グランプリには甲南女子大・佐伯ゼミ(TAT)が選ばれた。審査員が、この日行われた発表会で、各チームが10分の持ち時間でプレゼンテーションを実施。7人の審査員が、情報収集力、実現可能性、独自性、論理性、プレゼン力の観点から評価した。この結果、グランプリには甲南女子大・佐伯ゼミ(TAT)が選ばれた。審査員が、この日行われた発表会で、各チームが10分の持ち時間でプレゼンテーションを実施。7人の審査員が、



11大学20ゼミ、6月から取り組み

企業	ゼミ
ウィル	関西学院大学商学部・川端ゼミ 名古屋学院大学商学部・濱ゼミ
エム・シーシー食品	神戸学院大学経済学部・井上ゼミ 関西大学商学部・荒木ゼミ
菊正宗酒造	関西学院大学総合政策学部・安ゼミ 関西大学商学部・西岡ゼミ
キッパニア甲子園(KCJ GROUP)	神戸学院大学経営学部・島永ゼミ 武庫川女子大学生活環境学部・赤岡ゼミ
TAT	関西学院大学総合政策学部・古川ゼミ 甲南女子大学人間科学部・佐伯ゼミ
東洋ナツ食品	神戸学院大学経営学部・林ゼミ 立命館大学経営学部・金ゼミ
富永貿易	甲南大学経営学部・西村ゼミ 大阪経済大学経営学部・足立ゼミ
ナンバーズリー	甲南大学経営学部・藤田ゼミ 流通科学大学商学部・上田ゼミ
ホロニック	兵庫県立大学経営学部・西岡ゼミ 関西大学商学部・千葉ゼミ
ワシオ	兵庫県立大学経営学部・山口ゼミ 武庫川女子大学生活環境学部・井上ゼミ

審査委員長を務めた神戸大学大学院経営学研究所の南知恵子教授は「グランプリは、農業従事者の指先保護というテーマ自体に非常に新規性があり、分析も論理的だった。進ぐグランプリの紅茶の持つ特性からミニ・ニゲーションに焦点を当てた着想が新しく、またプレゼン能力も力強かった。3位は、顧客接点をつくる具体的な方法の実現可能性が高かった。また審査員特別賞は、高度な分析をもとに論理の流れをつくっていたことを高く評価した」と講評を述べた。

柔軟な発想 企業に提案

テーマ ネイル業界が農家の指先を救う!?

甲南女子大学人間科学部 (佐伯ゼミ)

ネイル産業市場の成長率は2013〜15年で年平均1.5%と停滞気味であり、新規事業の創出が求められている。TATの一世の中に新しい価値と文化を創造」という経営理念に沿って、私たちが着目したのが農業市場だ。農家を訪ね、悩みを聞き出した中で、特に女性で爪

と指の間に土が入ること「汚い手で土に触れ続けると皮膚病の原因になる」という悩みを抱えている。JAの担当者から「農家は口コミで広がります」というアドバイスを聞き、お試しも兼ねた即売会形式で広げる方法を提案。また、農水産省が推進する農業女子プロジェクトの担い手からも好意的な反応が得られた。また、農業以外に興味人口の多いガーデニング市場に広げれば、ビジネス機会が見込めると考えている。



爪の間の土汚れ防除に着目



ゼミ提案を商品に

株式会社TAT代表取締役社長・高野芳樹氏の話。農業とネイルを結びつけること自体、私たちが全く思いつかなかった発想で非常に驚かされた。農業の現場や関係者に深く入り込んで調べる行動力にも頭が下がる思いだ。農業従事者の1割でも商品を買ってくればかなりのマーケットになる。ゼミ提案を商品に商品化まで結び付けていき



若者照準 ギフトセット考案

富永貿易が総代理店として輸入し、数多くのフレーバーティーを展開する英国の紅茶ブランド「アーマッド(DRY)」の新規顧客として18〜22歳の男女をターゲットに設定した。調査の結果、認知度はほとんどなく、認知度アップのための接点づくりが必要と考えた。そこで英国では歴史的に



甲南大学経営学部 (西村ゼミ) × 富永貿易

テーマ たった一杯で胸いっぱい 新規顧客の獲得に向けて

富永貿易が総代理店として輸入し、数多くのフレーバーティーを展開する英国の紅茶ブランド「アーマッド(DRY)」の新規顧客として18〜22歳の男女をターゲットに設定した。調査の結果、認知度はほとんどなく、認知度アップのための接点づくりが必要と考えた。そこで英国では歴史的に

家族をつなぎ、紡ぐMCC

関西大学商学部(荒木ゼミ) × エム・シーシー食品

「商品を作るんだ世代の人は食べてもらいたい」というエム・シーシー食品からの要望をふまえ、二つのターゲットを設定する。一つは「食のテキス」。各商品の「歴史、文化、環境」「品種、栽培法」「出荷法」「調理法」「栄養価」を伝える。二つ目は「食のテキス」だ。買い物が大変な親、妊娠中の娘など、贈り物販売戦略を考えた。

- 審査委員長 南知恵子 神戸大学大学院経営学研究所教授
- 審査委員 清水信年 流通科学大学商学部教授
田代正雄 シナジーマーケティング株式会社代表取締役社長

- 深田昌則 パナソニック株式会社、Game Changer Catapult代表
- 丸山秀喜 シオノギデジタルサイエンス株式会社代表取締役社長
- 水田 整 西日本旅客鉄道株式会社創造本部ビジネスプロデュースグループ部長
- 吉住裕子 未来教育設計代表取締役



関西学院大学商学部 (川端ゼミ) × ウィル

3位

テーマ あなたの住まい探し、まずはウィルから。

ウィルの特徴は「顧客の気持ちに深く理解し、思ってもみなかった提案を行う営業力」で、それを実現できる「人が強みだ。ただ人の魅力はお店に来てもらわないと伝わらない。そこで「ウィルと顧客の出会いをつくる」ことを課題に据えた。

インタビュなどの結果、不動産探しは広さやエリアありきでネットを活用しているケースが大半で、どこかで妥協している現実が浮かび上がった。そこで「物件ありき」ではな

安心、納得の「人」PR

「人」から始める住まい探しを提案。家族構成、営業体験といった属性を踏まえ相性のいい営業担当者を選べる「1対1」制度を設け、店に気軽に入れるようカフェを併設する。会社のホームページも営業担当者の人物紹介に重点を置く。

