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

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

柔軟な発想 企業に提案

11大学20ゼミ、6月から取り組み

「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の企業と大学生の就職マッチングを目指して取り組んでいる「Mラボ」のメイン事業で、今年で6回目の開催。企業が直面している課題について、学生がゼミの専門性を生かしながら課題を分析し、柔軟な発想で解決策の提案を行う。6月から企業訪問をスタートし、8月に行われた中間発表会で有識者から得たアドバイスをもとにさらに磨きをかけ、より実践的な提案として練り上げた。

この日行われた発表会では、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）、準グランプリに甲南大・西村ゼミ（富永貿易）、3位に関西学院大・川端ゼミ（ウィル）、審査員特別賞に関西大・荒木ゼミ（エム・シーシー食品）が選ばれた。

審査委員長を務めた神戸大学大学院経営学研究科の南知惠子教授は「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。準グランプリは、紅茶の持つ特性からコミュニケ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。

企業×ゼミ　マッチング一覧

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
キッザニア甲子園（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
東洋ナッツ食品	神戸学院大学経済学部・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
ナンバースリー	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
南知惠子　神戸大学大学院経営学研究科教授

■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
（敬称略）

学生のプレゼンを聞く審査委員ら

甲南女子大学人間科学部（佐伯ゼミ）×TAT

グランプリ

テーマ　ネイル業界が農家の指先を救う!?

爪の間の土汚れ防除に着目

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「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」ことで「汚い手で子どもに触れたくない」「汚れが恥ずかしい」という悩みを抱えている問題に着目。これを解決するために「土が入る前にすき間を埋める」商品の開発を提案した。

爪への埋めやすさ、はがしやすさを重視し、既存の商品を使って実験したところ液体ばんそうこうが一番適していることが分かった。さらに、農家に実際にヒアリングしたところ、その日によって作業が異なる多品種栽培農家は「はがしやすい」、また同じ作業が続く単品種栽培農家は「はがれにくい」商品を求めていることが分かった。

JAの担当者から「農家は口コミで広がりやすい」というアドバイスを受け、お試しも兼ねた即売会形式で広げる方法を提案。また、農林水産省が推進する農業女子プロジェクトの担当者からも好意的な反応が得られた。また、農業以外に趣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。

ぜひ提案を商品に

株式会社TAT代表取締役社長・髙野芳樹氏の話　農業とネイルを結び付けること自体、私たちでは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ればかなりのマーケットになる。ぜひ提案を基に商品化まで結び付けていきたい。

素直な思い基に課題設定

ゼミ代表・森麻里奈さん（4回生）の話　去年3回生で参加したのだが、自分の思っていたことができないまま入賞を逃した。今年こそは、とリベンジの思いで臨んだ。去年、ゼミのフィールドワークで多可町の農家を訪ねた時に感じた素直な思いを基に課題を設定した。テーマが唐突な印象を与えるので、どうすれば聞く人に伝わるかプレゼン内容も吟味した。

甲南大学経営学部（西村ゼミ）×富永貿易

準グランプリ

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～

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「アーマッドティー」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、知名度はほとんどなく、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紅茶がコミュニケーションのツールとして使われ、前頭葉を刺激する作用があることをふまえたギフト商品を提案。娘が親に伝えたい思いに合わせて、安眠、美肌、ストレス軽減など商品ごとに特有の効能を持つフレーバーを簡単に選べるチャートを作成した。4個のティーバッグとメッセージ、抽出時間を計る砂時計をセットにして324円で販売する。「親子の絆をつなぐ」プチギフトだ。

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。

安心、納得の「人」ＰＲ

ウィルの特徴は「顧客の気持ちを深く理解し、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。

インタビューなどの結果、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」ではなく「人」から始める住まい探しを提案。家族構成、営業体験談といった属性を踏まえ相性のいい営業担当者を選べるパートナー制度を設け、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。

関西大学商学部（荒木ゼミ）×エム・シーシー食品

特別賞

テーマ　家族をつなぎ、紡ぐMCC

多世代の興味誘う企画立案

「商品をいろんな世代の人に食べてもらいたい！」というエム・シーシー食品からの要望をふまえ、二つのサービスを提案する。

まず「はぴデリ」。目利きのプロが、顧客の家族構成や好みをふまえ、必要な栄養素を考えて一人ひとりに合わせたレトルト食品をレシピとともに届けるサービスだ。買い物が大変な親、妊娠中の娘などを思って贈る販売戦略を考えた。

二つ目が「食のテキスト」。各商品の「歴史、文化、環境」「品種、栽培法」「出荷法」「調理法」「栄養価・食べ方」を伝える冊子だ。学校に配布すれば子どもたちの食育に貢献し、保護者に商品の認知を広げることになる。避難訓練時に商品とともに配布すれば非常食としての新たな魅力を伝えることもできる。

発表会の様子（動画）は、Mラボホームページ（http://m-kobe.com/）でご覧いただけます。