

Mラボ 課題解決ラボ発表会2021



03 | 提案内容

ネイルの頻度が低い理由  
美容のなかでネイルの優先度が低いから

メイク  
他人に可愛く見られるためにやっている

ネイル  
自己満足のためにやっている

他人に可愛く見られるためのもの

自分に見せるためのもの

付加価値を加えることにより優先度を上げる  
ネイルの頻度向上

一般向け若者市場へ  
美意識高いタイプに向けてネイルのサブスク  
少量タイプで装い多彩に

「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県内の企業と大学生の就職マッチングを目的として取り組んでいる。「Mラボ」の中核事業で、今年で9回目。

各ゼミは昨年8月からマッチングした企業の研究をスタート。10月に行われた中間発表に対する参加企業や審査委員からの感想や評価コメントをもとにさらに調査研究を進めた。12月上旬に、各ゼミが作成したプレゼン映像・シートをもとに6人の審査員による最終審査があり、①設定課題の重要性②研究課題の魅力③情報収集力④論理性・一貫性⑤プレゼンテーション力の五つの基準で評価された。

この結果、グランプリには関西大学・西岡ゼミ(研究企業TAT)、準グランプリに甲南大学・西村ゼミ(同大和出版印刷)、3位に関西学院大学・西本ゼミ(同クロシェ)、また審査委員特別賞に武庫川女子大学・平井ゼミ(同TAT)が選ばれた。

南知恵子審査委員長(神戸大学大学院経営学研究科教授)は、グランプリの関西大学・西岡ゼミの提案について「一般消費者市場拡大というマーケティング課題を設定し、課題の設定力や、クラスター分析とペルソナ分析によるターゲット設定とアプローチというマーケティング施策提案において完成度が高かった」と評価した。また、全体の内容については「これまでの世代とは異なる特徴を持つZ世代をどうターゲット化するか」と述べた。

関西大学・西岡ゼミ × 株式会社TAT

株式会社TAT代表取締役社長 高野芳樹氏

課題に見合う姿勢 素晴らしい

まずは関西大学・西岡ゼミの皆さま、グランプリ受賞おめでとうございます。初回打ち合わせの時点で既に事前調査をした上でプレゼンしてくださり、課題に向き合う姿勢が素晴らしい学生たちでした。ペルソナ分析が独特でおもしろいながらも、非常によく調査されており、レベルの高さを感じました。ネイル商材やサービスの在り方に関して、さらなる展開の可能性を示してください、ありがとうございます。

3位

関西学院大学・西本ゼミ × 株式会社クロシェ

心地よさを「Z世代向けに新ブランド

「Z世代の特性として、周りから浮きたくないという周囲への帰属意識が高い一方で、その中でも自分らしさを保ちたいという矛盾した感情があることを突き止めた。そこで自立と共生を組み合わせた造語「Conviviality」をブランド価値に据えた。クロシェへ企業訪問をして「豊富なカラー展開と包装にまでこだわりの最高の顧客体験価値を提供」していることを感じた。新ブランドは「keep it real(自分らしく生き)」をコンセプトに婦人服および服飾雑貨を手がけるクロシェでは40〜50代に顧客層が偏っているという課題を抱えている。そこで20代のZ世代をターゲットとした新ブランドを提案したい。Z世代の特性として、周りから浮きたくないという周囲への帰属意識が高い一方で、その中でも自分らしさを保ちたいという矛盾した感情があることを突き止めた。そこで自立と共生を組み合わせた造語「Conviviality」をブランド価値に据えた。クロシェへ企業訪問をして「豊富なカラー展開と包装にまでこだわりの最高の顧客体験価値を提供」していることを感じた。新ブランドは「keep it real(自分らしく生き)」をコンセプトに婦人服および服飾雑貨を手がけるクロシェでは40〜50代に顧客層が偏っているという課題を抱えている。そこで20代のZ世代をターゲットとした新ブランドを提案したい。

柔軟な視点で企業に提案

企業 × ゼミ マッチング一覧

|        |                                                        |
|--------|--------------------------------------------------------|
| クロシェ   | 関西学院大学商学部・西本ゼミ<br>甲南大学経営学部・奥野ゼミ<br>武庫川女子大学生生活環境学部・赤岡ゼミ |
| 神戸マツダ  | 神戸大学経営学部・森村ゼミ<br>神戸学院大学経済学部・林ゼミ<br>関西大学商学部・荒木ゼミ        |
| 大和出版印刷 | 甲南大学経営学部・西村ゼミ<br>兵庫県立大学国際商経学部・上瀬ゼミ<br>関西大学商学部・西岡ゼミ     |
| TAT    | 武庫川女子大学生生活環境学部・平井ゼミ<br>関西大学商学部・西岡ゼミ<br>立命館大学経営学部・西岡ゼミ  |
| まねき食品  | 神戸学院大学経営学部・島永ゼミ<br>関西学院大学商学部・永田ゼミ<br>立命館大学経営学部・西岡ゼミ    |

8大学15チーム、8月に研究開始

審査委員長 南 知恵子  
審査委員 清水 信年 小宮 一高 小谷健太郎 深田 昌則 吉住 裕子  
SUNDRED (サンドレッド) 株式会社パートナー カーマインワークス 代表  
有限会社未来教育設計代表

準グランプリ 甲南大学・西村ゼミ × 大和出版印刷株式会社

「アナログに温かみ」着目

「情報発信をお手伝いする」という理念を掲げる大和出版印刷から「BtoC部門の売り上げを向上させる」という課題が与えられた。これを踏まえ、同社のステーションナリブランド「神戸派計画」に着目した。ECサイトの購買者データをみると18〜24歳の割合が全体の3%と低く、10代、20代を取り込むことでBtoC部門の売り上げ向上を狙うと考えた。

「アナログに温かみ」着目

手紙が居る年月は自由指定でき、宛名は同社が持つオンライン捺押し印刷機で印字し、温かみを出す。また、糸と糸が人々を結ぶという思いを込めて職人さんがミシンで縫った封筒を用意する。小中高の卒業式で使ってもらうほか、喫茶店やホテルで販売する。県内の私立小学校、喫茶店、ホテルにヒアリングしたところ、半数以上が利用したいと答えた。「ミリアテガミ」を通して、書く楽しさ、読む楽しさを感じ、ブランドの認知、売り上げの向上につなげることができる。

審査委員特別賞 武庫川女子大学・平井ゼミ × 株式会社TAT

衛生面、環境配慮を重視

企業インタビュー (GSアライアンス様)

ネイルチップ自体に抗菌素材を混ぜることで衛生面をクリア  
環境に優しいネイルチップの接着剤も開発