



約350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

商品の販売促進や事業戦略のあり方など中小企業が抱えるさまざまな経営課題について、大学生がゼミの専門性を生かして調査研究しアイデアを提示する「Mラボ課題解決ラボ」の発表会がこのほど、神戸市内で開かれた。県内10

企業から持ち寄られた課題に挑んだのは13大学18ゼミ20チームの約240人。グランプリには、若年層に好感を持ってもらい継続的に来店を促すアイデアを子ども服メーカーのファミリアに提案した立命館大・金ゼミが選ばれた。

# 私たちの知恵 企業のために

## 立命館大(金ゼミ)がグランプリ

Mラボは、大学生に引き届きにくい県内の優良中小企業情報をさまざまな形で発信し、交流の場を設けて企業と大学生とのマッチングを目指す事業。中でも課題解決ラボは、企業が直面している課題を学生がゼミで専攻する学問のアプローチから分析、検討し提案するMラボの中核事業だ。対象企業の経営者や担当者からアドバースや情報提供を受けながら研究を進めることで、より実

### 13大学20チームが参加

現可能性の高い提案を収集し、プレゼン力を基準に、7人の審査員による評価が行われ、グランプリにはファミリアを研究した立命館大・金ゼミが選ばれた。その他の成績は次の通り(かっこ内は研究対象企業)。  
 今年6月に企業から出された具体的な課題に対して、大学生たちは約半年がかりで提案内容を練り上げ、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。論理性、実現可能性、独自性、情報



登壇者のプレゼン発表を聞く審査委員ら

## 顧客つなぐ贈答品提案

金ゼミはファミリアに「老舗子ども服メーカーであるファミリアの認知度向上に向けた「ミラクル」の思いを込めたユニケーション戦略」を提案した。神戸、大阪、京都、草津でそれぞれ約100人にヒアリングして企業イメージを調査。他ブランドに比べ「贈答品として贈りたい、もらいたい」ブランドとして高く認知されていることを踏まえ「ファミくる」と呼ぶけたマーケティング戦略を立案した。「くる」はファミリア

「名前の付いたお返し」がもらえる招待券を入れ、来店を促す。来店時には大学生がカメラマンを使った家族撮影会を行う。写真と親のメッセージカードを「タイムカプセルカード」にし、将来の日指定で届くようにする。その結果、来店客が好感を

## グランプリ

### 立命館大(金ゼミ) × ファミリア テーマ「『ファミくる』～リポジショニングの構築」



自分たちのアイデアを説明する立命館大学・金ゼミの学生ら

ゼミ代表・飯田瑞生さんの持った。社員の方と接している話。4カ所で100人ずつヒアリングするのは大変だった。その結果、私たちの考えられることができ、中小企業につなげると確信し、自信が

## 長期的な来店サイクル作る



グランプリを獲得した立命館大学・金ゼミ



ファミリア代表取締役社長岡崎忠彦氏の話。若さあふれる取り組みと感性あるアイデアに感動した。特に「ファミくる」の「くる」を奇跡のミラクルと結びつけたところは強く心に響いた。きょうの二つのゼミのプレゼンを、社員にも聞かせる機会をつくりたい。われわれが100年企業を目指すには若い力が必要。今後もMラボなどを通して学生とのつながりを大切にしたい。

抱き、自身も贈答品としてファミリアを選ぶサイクルができ、それが「長期的に伝統的かつ個性豊かな企業の市場地位を獲得することにつながる」とした。

## 3位

### 関西学院大学(川端ゼミ) × ケンミン食品

テーマ「若年層市場をターゲットとしたビーフン・マーケティングの研究」



3位の関西学院大学・川端ゼミ

## 若者向けに包装を一新

米から作られるビーフンを製造するケンミン食品が、同社がこれまでマーケティング対象としてきた主婦層ばかりでは市場の成長が期待できないため、新たに若年層の市場の育成を提案した。関西学院大学の学生を対象に試食会とアンケートとして若者の利用

## 準グランプリ

### 関西大学(西岡ゼミ) × レック

テーマ「冠婚葬祭業ビジネスの構造転換」



準グランプリの関西大学・西岡ゼミ

## 薄利多売の強み生かす

少数・低価格のサービスを手掛けるレックの事業について、少人数・高価格の他社と競争するため「式を挙げたくも挙げられない人」に低価格でアプローチする打ち合わせ回数増サービスコンセプトを加え、列席者の増加が、レックがこれまで提供していたサービスの上で、オペレーション

- 審査委員長 平野光俊氏 (神戸大学大学院経営学研究科教授)
- 審査委員 清水信年氏 (流通科学大学商学部教授)
- 審査委員 森田成敏氏 (みなと銀行地域戦略部長)
- 審査委員 吉住裕子氏 (未来教育設計代表取締役)
- 北原利行氏 (電通・電通総研メディアイノベーション研究部部長)
- 石井孝一氏 (兵庫県産業労働部長)
- 森田成敏氏 (みなと銀行地域戦略部長)
- 吉住裕子氏 (未来教育設計代表取締役)

### 大学×企業マッチング一覧

企業名	大学・ゼミ
井上食品	関西・西岡ゼミ
	京都産業・森村ゼミ
植垣米菓	兵庫県立・山口ゼミ
	武庫川女子・福島ゼミ
音羽電機工業	神戸学院・井上ゼミ
	近畿・足立ゼミ
ケンミン食品	関西学院・川端ゼミ
	愛知・太田ゼミ
伍魚福	兵庫県立・西岡ゼミ
	神戸学院・林ゼミ
ドンク	流通科学・田中ゼミ
	関西・荒木ゼミ
ファミリア	神戸・南ゼミ
	立命館・金ゼミ
マキシ	神戸・南ゼミ
	関西学院・古川ゼミ
リアル	甲南・西村ゼミ
	関西学院・福井ゼミ
レック	関西・西岡ゼミ
	名古屋学院・濱ゼミ

## 特別賞 兵庫県立大学(山口ゼミ) × 植垣米菓

テーマ「植垣米菓の東南アジアでの市場開拓」



審査委員特別賞の兵庫県立大学・山口ゼミ

植垣米菓が東南アジアに進出したいという海外戦略を持っていることを知り、その中でも今後の成長力が期待されるインドネシアに着目。実際に現地足を運んでヒアリングを行った。イスラム教徒の多い国で食ビジネスを行うには、国ごとに「ハラル」という認証を受けることが必要とされているが、調査の結果、同国で輸入品パッケージングに義務付けられている「MLチッパー」で代用できることを確認。販売場所については富裕層や中間富裕層の多いジャカルタを優先。製品については現地で試食会を開き、好む味付けが好きな現地の人々の嗜好を踏まえ、黒糖やワサビを使った商品を生かしたパッケージングに「日本のおかき」のネーミングで3500円の価格で売れることを提案した。

## 日本の食材で海外進出狙う



## Mラボキャラクターらぼらとり



ラボラトリーから生まれたトリ。目つきは悪いが悪気はない。「企業」と「学生」のマッチングを応援したいと思っている。