

Mラボ 課題解決ラボ発表会2021



大学生が、ゼミの専門性と学生らしい柔軟な視点で企業が抱える経営課題の解決策を提案する「Mラボ 課題解決ラボ発表会2021」がこのほど開かれた。県内の5社を対象に8大

学13ゼミ15チームが挑み、グランプリには、TATに対し「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」を提案した関西大学・西岡ゼミが選ばれた。

柔軟な視点で企業に提案

関西大学 西岡ゼミ

グランプリ

「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。

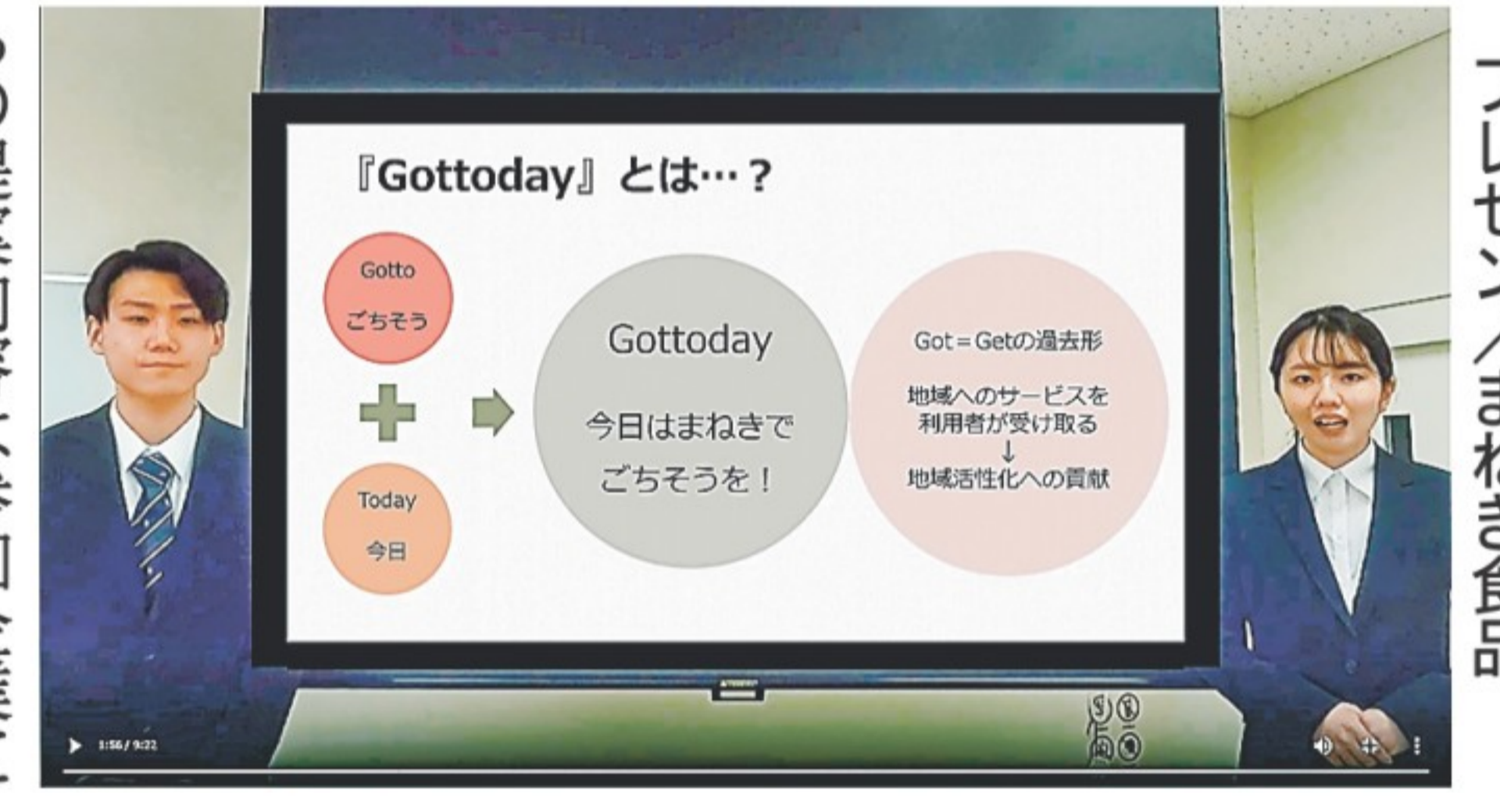
企業 × ゼミ マッチング一覧	
クロシェ	関西学院大学商学部・西本ゼミ 甲南大学経営学部・奥野ゼミ 武庫川女子大学生活環境学部・赤岡ゼミ
神戸マツダ	神戸大学経営学部・森村ゼミ 神戸学院大学経済学部・林ゼミ 関西大学商学部・荒木ゼミ
大和出版印刷	甲南大学経営学部・西村ゼミ 兵庫県立大学国際商経学部・上瀬ゼミ 関西大学商学部・西岡ゼミ
TAT	武庫川女子大学生活環境学部・平井ゼミ 関西大学商学部・西岡ゼミ 立命館大学経営学部・西岡ゼミ
まねき食品	神戸学院大学経営学部・島永ゼミ 関西学院大学商学部・永田ゼミ 立命館大学経営学部・西岡ゼミ

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。

審査委員長	
神戸大学大学院経営学研究科教授	南 知恵子
審査委員	
流通科学大学商学部教授	清水 信年
兵庫県立大学国際商経学部教授	小宮 一高
日本政策金融公庫神戸支店 中小企業事業総括課長	小谷健太郎
SUNDRD (サンドレッド) 株式会社パートナー	深田 昌則
カーマインワークス 代表	吉住 裕子
有限会社未来教育設計代表	＝敬称略

8大学15チーム、8月に研究開始

「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」という課題を与えられた。これを踏まえ、同社のステーションナードブランド「神戸派計画」に着目した。ECサイトで購買者データを見ると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えると考えた。



神戸学院大学島永ゼミのプレゼン/まねき食品

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。宛名は同社が持つオンライン指押印刷機で印字し、温かみを出す。また、糸と糸が人をつなぐ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。「ミソイアテガミ」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。

「未来」と「書く」 神戸派計画による新たな価値提供



「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」という課題を与えられた。これを踏まえ、同社のステーションナードブランド「神戸派計画」に着目した。ECサイトで購買者データを見ると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えると考えた。

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」。TATでは「ネイルで世の中を良くしたい」という理念を掲げており、老人ホームを訪ねて高齢者に施術をし、指先から楽しんでもらう社会貢献活動にも取り組んでいる。我々は、ジェルネイル樹脂、接着剤、ネイルチップのプラスチックが使われていることに着目。昨今、海洋プラスチック汚染の問題が顕在化していることから、その使用削減に取り組むべきと考えた。



海洋プラスチックフリーネイル 爪の先からSDGs貢献

グランプリ

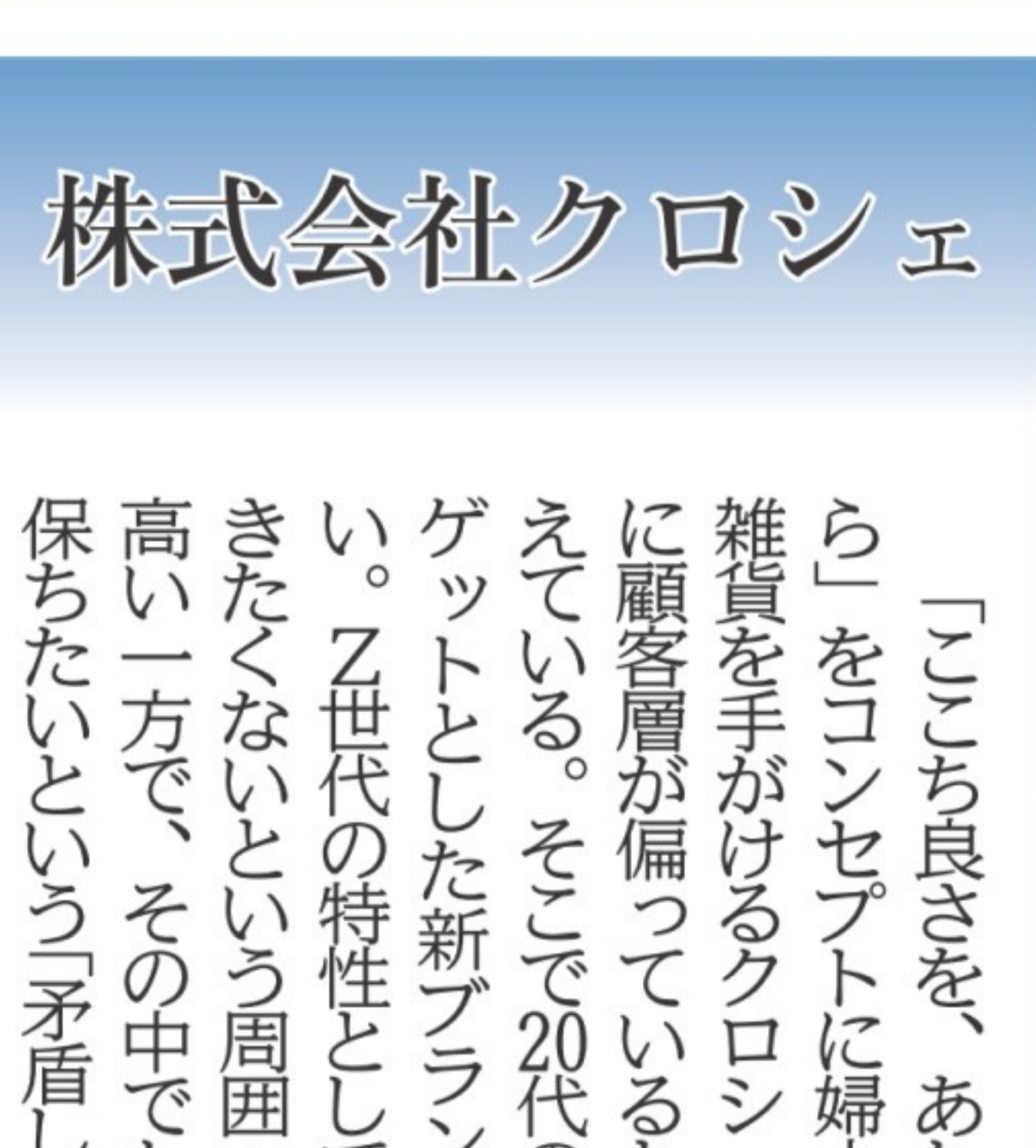
プロ、一般市場向けにネイル関連用品を販売するTATだが、2010年ごろから両市場ともに成長は鈍化しつつある。TATのビジネスの現状を見ると、プロ市場向けは、市場成長率こそ低いものの市場占有率は高く「金なる木」だが、一般市場向けは、市場成長率は相対

関西大学・西岡ゼミ × 株式会社TAT

的に高いものの市場占有率は低い「問題児」だ。開拓の余地が残されている。一般市場、かつその中でも年代別顧客層で全体の2割しか占めていない10代、20代をターゲットとすべきだ。



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いと、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と、ありがとうございます。



「この成長を、あたらしい視点から」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った、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



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

ポリッシュなどを少量のカプセルタイプで提供することにより、気軽にさまざまな色を楽しめ、自分だけの色のカスタマイズも簡単、というメリットをアピールすることができる。「美意識高め」の市場を開拓することで、かわいく見られたという「面倒くさい、難しいと感じている」「ネイルには興味があるが、美意識が高いタイプには興味がない」「ネイルなんてO.T.O.F.眼中タイプ」グループにも影響を与え、若者向け一般市場の拡大を狙うことができる。



株式会社TATさまとお話を進めると、「お役立ち」をキーワードにネイルに関わる方を幸せにすることを目指されていると感じました。そこで私たちがTATさまにとって「お役立ち」になるかを考え、若者の一般市場開拓に向けた提案をさせていただきました。特に統計ソフトを用いたデータ分析では自分たちの勉強不足から悩むこともありましたが、先輩方や先生にご指導いただき、活動を進めることができました。企業さまと協同で活動を行うことで実践的な学びができ、実り多い期間となったことを実感し深く感謝しております。

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」の視点から Z世代向けに新ブランド。実際にターゲット層に尋ねたところ、58%が「購入したい」と回答した。現在、JR大阪駅直結の商業施設「ルック」のポップアップストア出店を目標に動いているところだ。

