課題解決ラボ発表会2023

大学生が、ゼミの専門性と若い世代ならではの着眼点で企業が抱える経営課題の解決策を提案する「課題解決ラボ発表会2023」がこのほど、神戸市灘区の神戸大学で開かれた。県内の５社に８大学12ゼミ14チームが挑み、グランプリには、ＴＡＴに対し「（Ｔ）手先から　（Ａ）明日へつながる　（Ｔ）ちょっといいこと」の提案を行った関西学院大学・西本ゼミが選ばれた。

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

若い視点で企業に提案

グランプリに関学大・西本ゼミ

「課題解決ラボ」は、神戸新聞社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」の中核事業で、今年で11回目。

各ゼミは8月からマッチングした企業の研究をスタート。10月の中間発表に対する審査委員からの評価コメントを基に提案を磨き上げた。12月2日、2019年以来4年ぶりに会場でのプレゼン発表大会が開催され、各ゼミが壇上で10分間のプレゼンを行った。その内容を基に4人の審査委員が、研究課題の定義、研究成果の魅力、情報収集力、論理性・一貫性、プレゼンテーション力の五つの基準で評価を行った。

この結果、グランプリには関西学院大学西本ゼミ（研究企業・TAT）、準グランプリに神戸大学森村ゼミ（同・キング醸造）、3位に関西大学西岡ゼミ（同・まねき食品）、また審査委員特別賞に立命館大学金ゼミ（同・兵庫ヤクルト販売）が選ばれた。

南知惠子審査委員長（神戸大学大学院経営学研究科教授）は、「特にグランプリを受賞した西本ゼミは、マーケティング課題と社会的課題の整合性が取れた提案だった」と高く評価した。

グランプリ受賞に喜ぶ関西学院大学商学部・西本ゼミの学生たち＝いずれも神戸市灘区六甲台町、神戸大学六甲台第1キャンパス

企業×ゼミ　マッチング一覧

コープこうべ	武庫川女子大学生活環境学部・赤岡ゼミ 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
兵庫ヤクルト販売	甲南大学経営学部・西村ゼミ 神戸学院大学経済学部・木暮ゼミ 立命館大学経営学部・金ゼミ
TAT	関西学院大学商学部・西本ゼミ 神戸学院大学経済学部・木暮ゼミ
まねき食品	武庫川女子大学生活環境学部・平井ゼミ 神戸学院大学経済学部・林ゼミ 関西大学商学部・西岡ゼミ
キング醸造	関西学院大学総合政策学部・安ゼミ 神戸大学経営学部・森村ゼミ 立命館大学経営学部・西岡ゼミ

8大学14チーム　4年ぶり会場でプレゼン

審査委員長

神戸大学大学院経営学研究科
教授
南　知惠子

審査委員

神戸大学大学院経営学研究科
准教授
吉田　満梨

大阪大学産業科学研究所広報室
特任学術政策研究員
大田　結

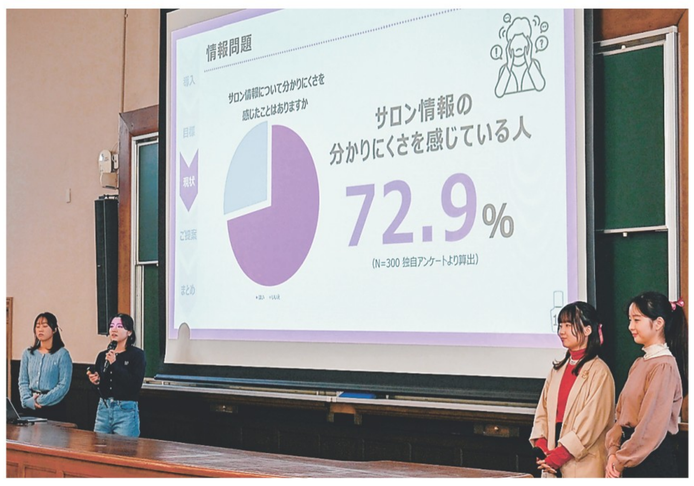
有限会社未来教育設計代表
吉住　裕子

（敬称略）

学生らの熱心なプレゼンを受け、評価する審査委員ら

グランプリ

関西学院大学・西本ゼミ × 株式会社ＴＡＴ



研究テーマ　「（Ｔ）手先から　（Ａ）明日へつながる　（Ｔ）ちょっといいこと」

ＴＡＴからは「市場リーダーとして社会的配慮をしながら、ネイルサロンの新規顧客を増やしたい」という課題をもらった。現在、女性のサロン利用率は25％であり、サロン未経験者の中で利用を検討したことのある人を加えて31・8％にまで向上させることを目標とした。4人に1人から、3人に1人の世界を作り出すということだ。

不要品活用して四方良し

新たな1人になれる顧客のことを考えた。23歳女性。普段は自分で塗る「ポリッシュネイル」を使っているが、はがれやすいので週3回塗らなければならず面倒だ。サロンに行きたいと思うが、店が多すぎて迷う。ちなみにポリッシュネイルは20本以上持っているが使うのは5本だけ。使わないものは捨てられずにいるが固まってしまう。

同じように迷子ポリッシュを持っている人はたくさんいるようだ。そんな人たちに提案するのが「ポイポイポリッシュ」だ。迷子ポリッシュを5本以上投入して「ガチャ」を回すと、QRコードとパスをゲット。LINE（ライン）友達になってパスコードを入れると、サロンで各種メニューを利用できる割引クーポンを入手でき、GPS情報を基に近いサロンを教えてくれる仕組みだ。回収したポリッシュネイルは薄め液を利用すれば再利用できるので、ネイルスクールで学ぶネイリストの卵の練習用に寄付する。顧客にとっては上質な顧客体験を、サロンにとっては新顧客の獲得を、TATにとっては収益を、加えてネイリスト育成にもつながる四方良しの提案だ。

Mラボの切り口が勉強に

ゼミ長・山田　寛太さん（3回生）

社会課題の解決とどう両立させるか、というMラボならではの切り口が非常に勉強になった。「ポイポイポリッシュ」のアイデアはゼミの女子学生がネイルに関する困りごとの実体験を話し合う中で出てきた。オンラインのアンケートでも迷子ポリッシュを持つ人が多いという確証を得ることができた。プレゼンではネイルのことを知らない人でも分かりやすく表現することに努めた。昨年はゼミの先輩が優勝したので2連覇でき、ほっとしている。

株式会社ＴＡＴ　髙野芳樹社長

実現したいプランに感謝

ネイルサロン利用率の向上という弊社の解決すべき課題に対して、新規顧客を獲得できるネイルサロン、ネイルサロン未体験者、ネイリストを目指す学生、それらの課題を解決できる弊社、四方良しの課題解決のプランが見事でした。さらに業界の課題でもあるサステナビリティ（持続可能性）の要素も加味されており、素晴らしいプランでした。投資費用次第ではありますが、採用して実現したいプランでした。関西学院大学西本ゼミの皆さまの熱意と努力に感謝したい。

準グランプリ

神戸大学・森村ゼミ × キング醸造株式会社

研究テーマ　醸造粕を用いた　キング醸造ブランドの再生

キング醸造から主力商品のみりんや酒の製造の際に生成する醸造粕を再利用できないかという相談があった。そこで醸造粕を用いて新商品を開発し、①ブランドのリブランディング②女性の働きやすさ向上を通してSDGsを達成することーを目指した。

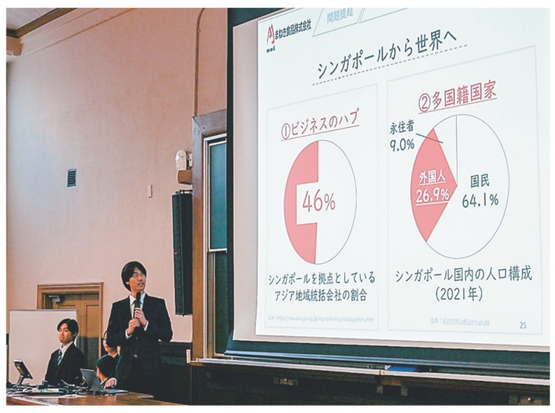
酒かすは長期摂取するほど体温の上昇効果が大きい食品であることを踏まえ、冷え性の悩みを多く持つ20～30代の働く女性をターゲットとした。職場での冷え性の悩みと食生活についての潜在的なニーズをインタビューで探ったところ、「上司に意見しづらくエアコンの寒さに耐える人が多い」「音が出ず、手が汚れない一口サイズのチョコを好む」ことが分かった。そこで酒かすをチョコで包んだチョコ「リーズ（英語で酒かすの意味）」を考案した。一口サイズで仕事中でも手軽に摂取でき、即効性を加えるためカプサイシンも混ぜた。

消費者の購買行動プロセスを、認知・監視・検索・購入・共有の5段階に分け、プロモーション施策も考えた。認知を高めるため、夏場の電車のクーラー近くに「チョコで日常に温活を」というコピーのつり広告を置く。冬場の購入では温かい飲料の近くに売り場を設け陳列場所にも工夫を凝らす。

働く女性向けに〝温活チョコ〟

3　位

関西大学・西岡ゼミ × まねき食品株式会社



研究テーマ　姫路からの挑戦～弁当と伝統のイノベーション～

外で買ってきたものを家などで食べる「中食」市場は縮小傾向にある。持続的な企業であり続けるためには、既存市場だけに固執するのではなく、そこで培った力を生かして新しい市場に進出し、成長し続ける両利きの経営が必要だ。海外の人に日本食の評価を尋ねたところ、まねき食品のお弁当のように彩りやバランスが意識された食事への評価が高いことが分かった。

そこで成長著しいアジア諸国の中でも高所得者層の多いシンガポールの30～40代共働き世代をターゲットに定めた。この世代は労働力人口に占める割合が4割と高く、健康への支出額が高い。器にはわっぱを使い、彩り豊かな食材を詰め、姫路の四季をイメージしたパッケージとする。提供価格は輸送費、税などを考慮に入れ1人当たり4千～5千円とする。販売場所は、ターゲット層が多く暮らすセントラルエリアの中でも富裕層向けで日本食材コーナーもある「CSフレッシュ」というスーパーを考えた。パッケージを通して姫路の情報も伝えることで「まねき＝姫路」のイメージが浸透する。多国籍国家であるシンガポールで広がれば、世界に認知が広がり、姫路に外国人を呼ぶことにもつながる。

シンガポールの富裕層焦点

審査委員特別賞

立命館大学・金ゼミ × 兵庫ヤクルト販売株式会社

研究テーマ　「1000フェス」～ヤクルトが明るい未来を導きます～

「ヤクルト1000」を1日5万本販売するためにどんな施策を展開するかという課題が与えられた。2023年6月時点の販売本数は3万6626本なので1万3374本増やす必要がある。ヤクルト1000を同じように訪問販売をしている競合他社の乳酸菌飲料と比較した結果を踏まえ、訪問販売に抵抗のある人が多く、価値が伝わっていないとの仮説を立てた。アンケートの結果、学生が最も訪問販売に抵抗がないことが分かり、潜在顧客になると考えた。そこで県内にある大学の学園祭でヤクルト1000の魅力を伝える「1000フェス」の開催を提案する。フェスではヤクルトを使った料理体験をしてもらうほか訪問販売の良さを伝えるチラシも配布する。学生にインスタグラムを使ってレシピを投稿してもらうキャンペーンを展開することで認知を図る。効果を予測した結果、3万9451人の学生が閲覧すれば、目標の販売本数に達する。

学園祭でキャンペーン