

指導教員名	後藤 こず恵
-------	--------

活動区分	商品開発型	連携先	企業

## ～ 大阪王将新メニュー開発プロジェクト ～

### 活動の様子



### 企画・活動概要

大阪王将と連携し新メニュー開発プロジェクトを実施した。キックオフを行い、市場調査やターゲット分析、競合研究を進めた。商品コンセプトの立案、ネーミング、価格設定、販売戦略を検討した。企業担当者から講義とフィードバックを受けながら企画をブラッシュアップした。複数の案について試食会を通じて改良を重ねた。最終審査会でプレゼンテーションを行い、関西らしさをテーマにしたメニューを商品化候補として選定した。選ばれた商品は期間限定で店舗販売された。

### 経緯・背景・目的

2025年2月に参加したスーパーマーケット・トレードショーがきっかけとなり連携協力の運びとなった。学生が実際の企業の現場から学びながら、地域食材をテーマに市場調査・分析、商品コンセプト立案、ネーミングや販売戦略の検討までを経験することを目的としている。これは学生のマーケティング実践力を高めると同時に、企業に新たな発想や価値を提供し、地域と企業をつなぐ新メニューを創出するための取り組みであった。



### 取り組む課題

ネーミングや提供スタイル、想定販売価格、販促方法まで含めた商品企画として具体化し、企業担当者から実務視点での改善指導を受けた。試作品開発後は試食会を通じて味の調整や食材構成の見直しを行い、完成度を高めた。最終的には市場性・収益性・ブランド適合性を踏まえたプレゼンテーションを実施し、実際に店舗販売できるレベルの商品へと仕上げる課題に挑戦した。

単なるアイデア出しではなく、「売れる商品」を前提とした企画立案から検証までを一貫して行った。

### 本学(学生)の役割

学生はまず外食市場の動向分析や来店客層の把握を行い、若年層・ファミリー層などのターゲット設定を行った。次に競合チェーンの商品構成や価格帯、人気メニューの特徴を調査し、差別化ポイントを明確化した。その上で「関西らしさ」や親しみやすさを軸に、味・見た目・ボリューム・原価を意識した商品コンセプトを複数立案した。



### 活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

学生たちはこの産学連携プロジェクトを通じて実践的な学びと成長を得た。単に授業で学ぶ理論を超えて、実際の企業現場のマーケティング戦略やブランド思考を学び取る姿勢を身につけた。試作品の試食やプレゼンテーションでは、チームワークや現場の視点を取り入れた改善提案ができるようになったほか、企業担当者から高い評価を得るなど、自信と実践力の向上が見られた。こうした体験を通じて「学びが現場で生きる」という実感を得ることができた。



### 指導教員および関係者の紹介

#### <指導教員>



商学部  
マーケティング学科  
准教授  
後藤 こず恵(ゴトウ コズエ)  
＜専門・担当科目等＞  
ブランド戦略、マーケティング

#### <関係者・企業等>

株式会社イトアンドフーズ 商品本部  
マーケティング戦略部 加盟店営業支援部  
大阪王将 道頓堀本店