

指導教員名	後藤 こそ恵
-------	--------

活動区分	商品開発型	連携先	企業

～ 東ハト新商品開発プロジェクト ～

活動の様子



企画・活動概要

SDGsをテーマとした菓子ギフト商品の企画開発と企業提案に取り組んだ実践型プロジェクトである。学生は株式会社YRK andの継続的な伴走支援を受けながら、社会課題への問題意識と企業活動としての実現性の両立を意識して企画を構築した。調査、現地訪問、ディスカッションを重ねたうえで、株式会社東ハト本社にてプレゼンテーションを実施し、実務に近い商品開発プロセスを体験した。

経緯・背景・目的

SDGsを知識として学ぶだけでなく、実際の商品企画を通して社会課題と企業価値のつながりを理解することを目的としてスタートした。持続可能性を重視した商品や消費行動への関心が高まるなか、学生自身の問いを出発点に、新しい価値を創出する力の育成を目指したものである。株式会社YRK andの専門的支援を受けながら、調査から提案までを一貫して行う産学連携型の学びとして発展してきた。



取り組む課題

つくる責任・つかう責任といったSDGsの視点を、消費者にとって魅力ある商品価値として具体化することを中心課題とした。理念だけで終わらせず、「誰に、どんな場面で、どのような価値を届けるのか」を丁寧に整理し、市場で受け入れられる企画へと磨き上げることを目指した。また、日本人学生と留学生が協働するチーム構成のなかで、多様な考え方をすり合わせながら企画の軸をつくることも重要な挑戦であった。

本学(学生)の役割

学生は文献調査や店舗見学、生産者訪問を通して社会課題への理解を深め、その成果をもとに商品コンセプトの立案や企画書作成を行った。さらに、アンケート調査によるペルソナ設定や価値提案の整理を進め、専門家や企業担当者からの助言を受けながら内容をブラッシュアップした。意見の異なるメンバー同士の調整や議論の整理も学生が主体となって行い、企画全体を形にしていた。



活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

企業からは、学生ならではの視点や新鮮な発想に対して高い評価が示され、実務的にも活用可能な企画であるとの意見が寄せられた。学生は「売れるかどうか」だけでなく、「誰にどんな価値を届けるか」を考える企画思考を身につけ、商品開発の奥深さを実感した。また、多様な背景を持つ仲間と協働するなかで、対話力やまとめる力、提案力が大きく向上し、自信を持って意見を発信できるようになった。



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 こそ恵 (ゴトウ コスエ)
＜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)YRK and、(株)東ハト