

～ 第9回神戸学生イノベーターズ・グランプリ(1-1グランプリ) ～

活動の様子



企画・活動概要

本学が2009年より継続実施している産学連携型の学生課題解決プログラム「第9回神戸学生イノベーターズ・グランプリ(通称:1-1グランプリ)」に、ゼミ学生チーム「どろ☆スター」(3名)が参加した。協力企業はオリバーソース株式会社で、大会テーマは「どろソースの魅力で、世界を虜に!」。本学・兵庫県立大学・明石商業高校など近隣校から21チーム約100名が参加し、2025年10月8日の開会式を皮切りに、フィールドワーク(オリバーソース本社・港島工場見学)、中間プレゼンテーション会を経て、2026年1月10日の最終プレゼンテーション会まで約3か月にわたって活動した。



経緯・背景・目的

1-1グランプリは、学生が地域企業の課題と向き合い、マーケティングの知識と現地調査を組み合わせる実践的な提案力を養うことを目的とした課題解決型教育プログラムである。担当教員は教育活動の一環として参加を奨励しており、企業・消費者・流通の三者関係を実地で学ぶ機会として本プログラムを位置づけている。2025年度の課題企業であるオリバーソース株式会社は神戸を代表する老舗食品メーカーであり、主力商品「どろソース」の認知拡大と新市場開拓という実際の経営課題を学生チームに提示した。学生はこの課題を通じ、流通・マーケティングの理論を実践へ結びつける力の習得が期待された。



取り組む課題

「どろソース」は神戸で長く愛されてきた商品であるが、若年層や全国市場での認知度は低く、「ソース」という既存カテゴリーへの活られ方が新需要の創出を阻む構造的課題を抱えていた。チームはこの課題に対し、消費者行動アンケートの設計・実施、様々な食材との組み合わせを検証する試食と映像記録、ソース市場・調味料市場の競合分析、SWOT分析などを実施した。これらの分析を積み重ねた結果、「どろ」をソースではなく「調味料」として再定義するという独創的なコンセプトを構築し、認知度向上と市場拡大に向けた実現可能な提案を、一次データと市場分析の両面から裏付けることに取り組んだ。



本学(学生)の役割

新ゼミを中心とした3年生、4年生メンバー(チーム名:どろ☆スター)が中心となって活動した。フィールドワークではオリバーソース本社・港島工場を訪問し、製造工程の見学や代表取締役社長への質疑応答を通じて製品・企業への理解を深めた。独自の消費者行動アンケートをGoogleフォームで設計・実施し、どろソースと各種食品を組み合わせた試食実験もビデオ撮影を伴いながら行った。なお本活動は社会共創活動補助費の申請・承認を受けて遂行しており、予算管理を含む活動全体を学生が運営した。最終プレゼンテーションでは18チーム中最終の発表枠で登壇した。



活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

最終プレゼンテーション会(2026年1月10日)において、参加21チーム中グランプリ(優勝)を獲得した。審査員からは「自分たちの言葉で語れており説得力がある」「調味料としてのポジショニングの見せ方がうまい」「プレゼンテーションの熟練度が高い」と評価された。約3か月の活動を通じ、企業の経営課題を自ら設定・分解し、アンケートや試食実験による一次データ収集と市場・競合分析を組み合わせた問題解決プロセスを実践的に習得した。また、多様なステークホルダーに向けたプレゼンテーション能力と、少人数チームで自律的にプロジェクトを推進するチームマネジメント能力を身に付けた。



指導教員および関係者の紹介

<指導教員>

<関係者・企業等>



商学部
マーケティング学科
准教授
新 雅史(アラタ マサフミ)
<専門・担当科目等>
商店街研究

オリバーソース株式会社
代表取締役社長
道満龍彦(ドウマン タツヒコ)