

指導教員名	梶田真生
-------	------

活動区分	商品開発型	連携先	企業
			学校(教育機関)

## ～ Sカレ(Student Innovation College)2025 ～

### 活動の様子



### 企画・活動概要

Sカレは、実際に商品化を目指す商品企画のビジネスコンテストである。32大学40ゼミ526名の3年生による161チームが、ゼミ対抗で、8テーマの商品企画をFacebookで公開し「いいね！」で支持を集め、コメントで改善し、発売を目指す。10/5 オンライン開催(南山大学主催)の「秋カン」(大会)でコンセプトを競い、12/7 法政大学で開催の「冬カン」で商品化権を最終プランで競い合い、翌秋カンでは発売実績にもとつき総合優勝を決める。

### 経緯・背景・目的

Sカレは学生が企業提示テーマに基づき商品企画を行い、実際の商品化を目指すインカレ形式の大会である。Facebook上で企画を公開し、顧客の支持やコメントを得ながら改善を重ね、秋カン・冬カンでの審査を経て商品化を競う。企業・教員・学生委員会の支援のもと、発売実績まで含めて総合的に成果を評価することを目的としている。実際に当該企業に商品化を検討してもらえるような商品企画を提案することが求められるため、高いレベルの実践的な学びと社会人基礎力の向上といった教育効果が期待される。



### 取り組む課題

- ①段ボール商品(株式会社美販様):段ボール素材を使用した商品企画を行う。その商品を購入・使用することで、ユーザーがどのような体験ができるかを考え、市場や顧客のニーズを正確に捉えた「共感される」商品開発を行う。
- ②ギフト用のオーラルケア製品(ヤマトエスロン株式会社様):オーラルケアギフトの習慣化・市場拡大を目指し、「贈りたくなる」「もらって嬉しい」ギフト用オーラルケア製品のアイデア・企画を考案する。

### 本学(学生)の役割

上記2つのテーマをそれぞれ4人チームで取り組み、リアリティのある商品企画を考案し、その成果をプレゼンテーション形式で企業様に対して発表した。この商品企画の考案のために、半年以上かけて、企業様に対するヒアリング、ショッピングセンターなどでフィールドワークと市場調査、消費者に対するアンケート調査、試作品の作成などに精力的に取り組んだ。



### 活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

- ①マーケティングの知識が実際のビジネスで重要であり活用できるという気づき
- ②大学で学んだマーケティングの知識を活かし、実際に商品企画を考える厳しさと面白さ
- ③企業が求めているものは何かを考え、それに対応するためのコミュニケーション能力と社会人基礎力



### 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  
講師  
梶田真生(カジタマサキ)  
  
<専門・担当科目等>  
マーケティング、流通、小売マネジメント

#### <関係者・企業等>

Sカレ委員会  
株式会社美販様  
ヤマトエスロン株式会社様