

指導教員名	三浦玉緒
-------	------

活動区分	地域活性化型	連携先	企業
	高業活性化型		自治体・団

～ エム・シーシー食品(株)と共創するブランド力向上プロジェクト ～

活動の様子



取り組む課題

本企画で取り組んだ課題は、エム・シーシー食品(株)の代表的な商品の一つである「国産牛肉の100時間かけたビーフカレー」が持つ品質やこだわり、商品に込められた想いを、若年層により効果的に伝えていくための方法を検討することである。商品と企業名の結び付きをより明確にし、情報接触の機会を広げるため、ターゲット設定や発信手法を整理し、将来的なファン層の拡大につながる施策の構築を目指した。



企画・活動概要

本企画は、大学コンソーシアムひょうご神戸が実施する企業・自治体課題解決プログラムの一環として行われたゼミ活動である。ゼミ生がエム・シーシー食品(株)と連携し、商品理解を深める試食、企業担当者へのヒアリング、学内アンケート調査を実施。得られた知見を基に、若年層との接点拡大を意識したSNS活用や体験型施策など、実現性と継続性を考慮したプロモーション案を検討・提案した。



本学(学生)の役割

ゼミ生は、企業理解を出発点として、調査設計、試食会の企画運営、アンケート実施・分析、施策立案、最終発表までの全工程を主体的に担当した。企業担当者との意見交換を重ねながら、若者視点とデータに基づいた提案を行い、実現性や継続性を意識した内容へとブラッシュアップした。チームで協働しながら課題解決を進める中心的役割を担った。



経緯・背景・目的

エム・シーシー食品(株)は、長年培ってきた高い品質とブランド価値を有しており、それらの魅力を次世代へさらに広く発信していくことが期待されていた。こうした背景のもと、本企画では企業課題を学修の題材とし、ゼミ生の若者視点とマーケティングの専門知識を活かした提案を行うことを目的とした。あわせて、実社会と運動した実践的な学びを通じ、課題解決力を備えた人材育成を図った。



活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

調査結果を基に、SNSを活用した情報発信と商品体験を組み合わせた段階的な魅力発信施策を提案した。活動を通じて、課題整理力、論理的思考力、データ分析力、プレゼンテーション力が向上。さらに、企業の視点や現場の条件を踏まえて考える姿勢が身につく、実社会においても活用可能な実践的課題解決力と主体性の成長が確認された。



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
三浦玉緒 (ミウラタマオ)
＜専門・担当科目等＞
サービス・マーケティング・消費者行動論

<関係者・企業等>

エム・シーシー食品株式会社 x 一般社団法人大学コンソーシアムひょうご神戸