

教員名

森脇文子

企画名

I1グランプリ

商品開発型  
企業

提案商品:ワッフルカップケーキ。株式会社シンメイの蓋つき紙容器で持ち運び安さを提案。蓋つきの状態



#### 企画・活動概要

持ち歩き、持ち帰りに便利なワッフルカップケーキを提案しました。消費者に親しまれた既存の味を活かして、気軽に買ってもらえる”カップ”に注目しました。

試作品の例:



#### 経緯・背景・目的

- ・なぜ、消費者が増えないか→該当商品にはやや高級なイメージがあり、とっつきにくい状況がある
- ・気軽に買ってもらえるようにするには→赤と黒のパッケージを打破する必要がある
- ・カフェ気分を提示できる提案をすべきだと参加学生は判断した

#### 取り組む課題

- ・いままで消費者として取り込めなかった層にどうアピールするか
- ・気軽さ、おいしさ、楽しさを強調できる提案とは何か
- ・コンビニスイーツの価格帯を念頭に、消費者が納得できる価格帯の提示

#### 本学(学生)の役割

- ・提案内容についての下調べ、報告づくり、検討を繰り返した
- ・試作品づくりに関連するすべての作業を行った

#### 活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

- ・夏休みから、自主的にzoom会議を開き、菓子市場の調査を行い、意見交換・課題の洗い出しを行った。
- ・zoomの設定、zoomでのプレゼン方法なども訓練した。
- ・試作品は、材料検討→試作→味見→評価と課題→次の試作品への流れを繰り返した。

学生が身につけた能力

- ・自分たちで会議を開く準備(ex.zoomの設定、参加者への呼びかけ、役割分担の提示と結果確認)
  - ・予定通りに準備が進まないときには、思い切ってどこかを削る決断をすること
  - ・下準備はやりきることが大事であると理解したこと
  - ・伝えるべき内容、補足程度の情報提供でよい内容を区別できるようになったこと
  - ・参加者同士の協力体制をどのように築いていくかについて、人任せではだめだと気付いたこと
- ※これらが身についたことにより、昨年は突破できなかった予選を通過し、決勝戦に進むことができた。この点での参加学生の満足度は非常に高いが、同時に、入賞できなかったことに対する悔しさも大きい。悔しさを持てる取り組みができたことを教員としては評価したい。

#### 指導教員および関係者の紹介

ワッフルで有名なエール・エル様より、メインテーマならびにサブテーマを提示していただき、詳しい解題をいただいた。そのなかから、本チームではサブテーマの①ブランディング戦略の提案「エール・エルのブランド認知度向上のための施策」と、②新商品や新しい販売方法の戦略提案で「既存の商品と組み合わせたアレンジレシピ提案」を行った。

指導教員:森脇文子 人間社会学部 人間社会学科 教授

指導教員の役割:夏休みに取り組むべきことを提案し、zoomの使い方、資料の探し方、提案の仕方等を指導した。

参加学生:菓子市場の調査、周りの人からの聞き取り(ex.該当商品を食べたことがあるか、どんな場面で食べたか、味の評価)、試作品づくりの繰り返し、ゼミでの提案内容の推敲と報告を繰り返し行った。