

活動区分	商品開発型	連携先	企業

～ Student Innovation College (Sカレ) ～

活動の様子



「Sカレ」公式サイト

企画・活動概要

マーケティングを学ぶ全国の大学3年生およそ500名が参加する商品企画コンテストで、2022年度で第17回を迎えた。1チーム3名を基本とする各チームが支援企業から示されたテーマにもとづき約半年間をかけて市場調査、コンセプト構築、試作品製作などを行ない最終プレゼンで審査される。各テーマで1位に選ばれたチームの企画内容は、当該企業によって実際の商品化・事業化が行われる。運営主体であるSカレ委員会は、参加する大学教員や当活動を経験した大学4年生が運営する自主活動組織であり、支援企業からの支援金などで運営されている。

経緯・背景・目的

当イベントに清水ゼミは第1回から参画しており、毎年度異なる企業にご協力いただいている。当イベントの支援企業は毎年度、実際に自社が抱えるマーケティング課題に関連した商品化テーマを示し、それに対する学生視点からのマーケティング提案を自社の課題解決に活用することができ、またその過程で優秀な学生をリクルーティングする機会も得られるという狙いがある。参加している大学側には、実際に当該企業に商品化を検討していただけるような商品企画を提案するということが求められるため、高いレベルでの実学教育の機会を得ることができるというメリットがある。

取り組む課題

2022年度は、8社の支援企業から下記テーマが示された。(◎は、清水ゼミのチームが挑戦したテーマ)
 ◎「体験価値のある段ボール商品」(株式会社美販)
 ◎「マグネット商品でSDGs！」(ニチレイマグネット株式会社)
 ◎「地球が笑顔になる通販配送箱」(株式会社ティエイチシー)
 ◎「未来が描けるノートづくり」(大阪書籍印刷株式会社)
 ◎「アウトドア商品・PR企画」(田村駒株式会社)
 ◎「花×キャンディでSDGs」(春日井製菓株式会社)
 「社会課題を解決する印刷製品」(株式会社明成孝橋美術)
 「暮らしに役立つ便利商品」(旭電機化成株式会社)



最終報告会の会場(関西大学高槻キャンパス)

本学(学生)の役割

当イベントでは中間と最終の2回のプレゼンテーション機会があり、前者では主に提案する商品のコンセプト、後者ではそれを含めてマーケティング活動全般についてのプレゼンテーションが求められる。参加学生は普段からマーケティングを学んでおり、講義で身につけた専門知識に加え、ゼミ活動で培ってきたチームワーク、そして若者らしい感性や発想をもとに魅力的なマーケティング提案を企業側に示すことが期待されている。最終プレゼンで各テーマ1位に選ばれた企画は、実際に当該企業が事業化する前提のため、収益性も十分検討することが求められる。

活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

今年度、清水ゼミの学生は6チームに分かれ、それぞれ選択した商品化テーマに挑戦した。2022年12月10日の最終プレゼンは、3年ぶりにリアル開催(会場:関西大学高槻キャンパス)となり、6チームいずれも求められている要件での最終プレゼンを実施できた。残念ながら、商品化・事業化の実現につながるテーマ1位に選ばれたチームは無かったが、高いレベルでの企画提案を実務家に対して行なうという貴重な経験を通じて、プレゼンテーションの能力やマーケティング知識の程度もかなり向上した。



最終プレゼンの様子

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
 教授
 清水信年(シミスノブシ)

<専門・担当科目等>
 マーケティング論

<関係者・企業等>

Sカレ委員会、株式会社美販、
 ニチレイマグネット株式会社、
 株式会社明成孝橋美術、
 田村駒株式会社など