

～ シンコー食産共同開発商品の販売促進企画立案 ～

活動の様子

宝塚阪急



ローソン流科大実習店



取り組む課題

「きゃらふれ」および「サクッとパスタ(バター醤油味)」について、その美味しさが伝わるようにするには売り場のディスプレイや説明などの接客はどのようにすればいいか、学生自身でアイデアを出し、実行する。



千里阪急

本学(学生)の役割

学生はこれまで学んだ流通・マーケティングに関する知識を活用しながらAKOMEYA TOKYO、シンコー食産、ナチュラルスムファームといった関係者の現状を分析し、既存の資源を市場ニーズにマッチさせる案を提案する。その際、学生らしい自由な発想で様々なアイデアを模索し、新規性のある商品企画を行う。

企画・活動概要

「きゃらふれ」および「サクッとパスタ(バター醤油味)」について、ローソンでのディスプレイを担当し、季節によって適宜変更した。また、学園祭ではフルーツヨーグルトときゃらふれを合わせたデザートを試食提供し、様々な意見を徴収しながら販売促進を行った。さらに、1月には千里阪急および宝塚阪急において売り場を設置、試食販売を実施した。

活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

学生は試食などの販促を実施する中でどうすればよりお客様の注意を集められるか、また魅力が伝わりやすくなるかについて考え、改善案を出しながら取り組んだ。その結果、コミュニケーション力や観察力の向上が見られた。



学園祭

経緯・背景・目的

2023年度にシンコー食産とともに開発した「きゃらふれ」および「サクッとパスタ(バター醤油味)」について、幕張メッセで実施されたスーパーマーケットトレードショーで紹介、その後、学園都市ダイエー、ローソン流科大実習店などで販売された。2024年度はローソンでの売り場展開や阪急百貨店での試食販売を実施し、商品の魅力をより多くの人々に伝える。

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
後藤こず恵 (ゴトウコズエ)
<専門・担当科目等>
ブランド戦略、マーケティング

<関係者・企業等>

シンコー食産株式会社
吉岡 礼成 (ヨシオカ アヤナリ)

机に座っているだけでは学べない、現場を知って気づきを得る！
現場で苦労されている方々の想いに気づき、自分事化する！
ターゲットニーズに想いを馳せて、商品を組み立てる！
商品を通じてブランド・アイデンティティを実現する！

本学 流科サービス、理事長室 および 阪急阪神百貨店
からも多大なご協力を得ました。