

指導教員名	後藤こず恵
-------	-------

活動区分	商品開発型	連携先	企業

～ AKOMEYA TOKYOオリジナル商品(米菓子)の商品開発 ～

活動の様子



スーパーマーケットトレードショーにて 出所) 本学HP

企画・活動概要

AKOMEYA TOKYOの店舗見学を通して、顧客層、売れ筋商品、店舗イメージなどを知った上で、新しいお米菓子のアイデア出しを行った。また、アイデアについてはヒアリングなどを通じてより深い洞察を得た。その結果、健康や環境を重視したお米菓子に着目し、有機栽培のお米を栽培している農家であるナチュラルリズムファームの大皿氏に協力を仰ぐことになった。農地の見学を通じて知った有機栽培への想いを込めた商品をAKOMEYA TOKYOの方々にプレゼンテーションを行った。その結果、最終的にノンフライおこめスナック(伊勢海老味、焼きあご味)として商品化された。

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、その際に平田氏よりお声がけいただき、AKOMEYA TOKYO店舗での販売体験やPB商品開発を実施することとなった。AKOMEYA TOKYOは以前から大学との連携活動を実施してきた。なお、平田氏は本学卒業生である。

取り組む課題

AKOMEYA TOKYOのプライベートブランド商品の開発。AKOMEYA TOKYOの大切にしている価値観を理解し、それに見合った商品を提案すること。大地の恵みを大切に、“おいしい”の循環型社会をつくっていくことに寄与する商品を考案する。



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、ナチュラルリズ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。

活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

企画した内容はほぼそのまま採用され、スーパーマーケットトレードショーでお披露目された。3日間で1000食以上を試食提供することができた。また、商品は関西5店舗とオンラインショップにおいて販売されることとなった。学生は、実際に現地を訪れたり、事業に関する詳しい話を聞くことによって、より具体的に課題を理解した上で商品提案をすることができた。また、提案する内容について、アンケート調査を実施することにより、自分達の考えだけではなくより客観的な意見を受け入れ、適宜修正した。このプロジェクトを通じて、消費者理解力、データ分析力、企画力が高まったと考えられる。



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

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！

<関係者・企業等>

株式会社 AKOMEYA TOKYO
商品部 兼 OMOプロジェクト
平田 和也(ヒラタ カズヤ)

ナチュラルリズムファーム 大皿さん夫妻
シンコー食産 吉岡さん
本学 理事長室 大竹さん、榎谷さん、前田さん、山本さん
東京オフィス 木村さん、入職予定の夢野さん、松尾さんにも大変お世話になりました。