

教員名

前川 明

企画名

第4回 神戸学生イノベーターズ・グランプリ

商品開発型

企業

## 提案内容の抜粋

④ イメージ図



### 企画・活動概要

第4回 神戸学生イノベーターズ・グランプリ:「時代の変化に適応した、新しいスイーツビジネスを考えよう!」

にゼミで参加し、課題解決に取り組む。

### 経緯・背景・目的

活動に取り組んだ結果、どのような成長(特に社会人基礎力が伸びるか)を得られるかを検証し、ゼミのテーマであるキャリア形成と能力開発の研究を深めるために本企画に参加する。

### 取り組む課題

ワッフルケーキの店RL(エール・エル)様に対して「時代の変化に適応した、新しいスイーツビジネスを考えよう!」をメインテーマに本ゼミでは新商品や新しい販売方法について企画提案し、課題解決に取り組んだ。

### 活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

活動成果:

- ①コロナ禍で対面での提案ができなかったため、Zoomでのプレゼン方法や動画の作成方法を学べた点
- ②自分たちのアイデアが必ずしも社会で活かせる内容でないということに気づき、謙虚な姿勢を持つことが出来た点(特に、しっかりとした準備が必要である点に気づいたようである)
- ③研究演習Ⅱ(前川ゼミ)では卒業研究の研究計画書の作成と並行して、今回のI-1GPに参加したため、時間のやりくりや、優先順位の付け方、両方を最後までやり抜く力が身についたと担当教員から見て感じた。

昨年もそうであったが、自分たちのアイデアが社会で通用するものではないと気付くことで、現在、謙虚な姿勢で早め早めの就職活動に取り組んでいる。今回の取り組みでは、入賞などの結果を得ることは出来なかったが、結果が出なかったからこそ、慢心せず、就職活動に取り組んでいる点は、結果論ではあるが、良い効果があったと考えている。(自分たちのレベルを把握できた点は非常に良い気づきだと考えている。)

### 指導教員および関係者の紹介

指導教員:前川 明(まえかわ あきら) 流通科学大学 人間社会学部 人間健康学科 専任講師

略歴:株式会社東急ハンズ 店舗スタッフ、株式会社アンリ・シャルパンティエ(現 シュゼット)採用担当者、フリーランスのキャリアコンサルタントを経て、2013年よりフリーランスのキャリアコンサルタントに加えて、流通科学大学人間社会学部キャリア教育担当講師に着任。これまで、関西を中心に、約80大学で、大学生を対象としたキャリア教育・就職活動関連の授業、講座を5000コマ以上実施してきた。大学の授業・講座のほか、面接・会社説明会代行業務や人材紹介会社で転職希望者への面接指導(セミナー、模擬面接)も担当してきた。

教員名

後藤こず恵

企画名

第4回神戸イノベーターズグランプリ(研究演習1)

商品開発型  
企業



最終報告会を終えて、左からチーム「和つふる」および「ワッフルPay」。惜しくも受賞はならなかったが、2年生ながら決勝に進出し、健闘した。初めての大教室の発表であったが、リハーサルの甲斐もあって落ち着いて発表することができた。

### 企画・活動概要

神戸イノベーターズグランプリは、流通科学大学主催の「社会共創プログラム」である。企業の課題に対して学生ならではの視点から発想した解決法を提案するコンテスト。2021年はワッフル・ケーキの店 R.L(エール・エル)の協力を得て、「時代の変化に適応した新しいスイーツ・ビジネスを考えよう!」というメインテーマに基づいて様々な企画提案を行った。後藤こず恵ゼミ(2回生)からは4チームが出場し、そのうち2チームが決勝に進出した。今年は新型コロナウイルス感染症により、企業訪問や本格的な試食会ができなかったが、感染対策を行いながら対面でのグループワークを行った。グループで協力しながらユニークなアイデアを発想したり、エビデンスを積み上げたり、実現可能性の高い企画を策定したりした。



<https://www.umds.ac.jp/201226/>



<https://www.umds.ac.jp/200929/>

### 経緯・背景・目的

R.Lは様々な味、形態のワッフルを店舗およびオンラインで販売しており、好評を博している。しかし、昨今の新型コロナウイルス感染症の影響で、店舗における売り上げが低迷しているようだ。また、大きなトレンドとして少子高齢化が進む中、国内市場は縮小が続いており、新たな販売方法の展開や商品の投入が求められている。以上の背景に基づいて設定されたメインテーマに対して、以下のスケジュールで企画内容を作成した。

#### ★9月 開会式

開会式でのテーマ解題を受け、自分たちの興味のあるサブテーマの選定を行った。その際、自らの経験やホームページ、雑誌、新聞、SNSなどにおける情報を収集し、グループで納得できる意思決定した。

#### ★10月 質問会

#### ★11月 中間プレゼンテーション会

Zoomによるオンラインでの発表会であった。各チームに対してコメントをいただくことができ、その後のブラッシュアップが有意義になった。

#### ★12月 最終プレゼンテーション会(予選・決勝)

予選は録画、決勝は対面でのプレゼンテーションとなった。録画の際には納得がいくまで何度も繰り返し撮り直すなど粘り強く取り組むことができた。決勝では、大教室でのプレゼンテーションを経験することができ、強い印象が残った様子であった。

### 取り組む課題

各チームが取り組んだ提案内容は以下の通り。

- 和つふる・・・日本らしさが伝わる和のワッフルの提案
- ワッフルPay・・・オフィスで働く男性にワッフルを届ける販売方法の提案
- September4・・・ファミリー向けワッフルの提案
- こずえしか勝たん・・・小さな子供と親と一緒に楽しめるワッフルのアレンジ提案

課題の設定にあたっては、自分達が良いと思うだけでなく、企業やそれを取り巻く市場環境を踏まえた上で取り組む意義があると確認することを促した。



### 本学(学生)の役割

本学学生の役割は、R.Lから提供された情報や自ら収集した情報に基づいて、学生ならではのユニークな発想に基づく企画提案を行うことである。これは多くの商品企画のコンペに共通して言えることだが、社会人経験を積むにつれ、成功体験や既存概念に捉われて自由な発想が難しくなることがある。そのため、学生は過度に既存のビジネスモデルに依拠することなく、ある程度新規性のある提案を行うことが求められる。重要なのは、新規性と事業性のバランスを取ることである。また、いうまでもないが、各種プレゼンテーションツールを使いこなし、企画内容を正確かつ魅力的に伝えることのできるコミュニケーションを行うことも求められている。これらの役割を果たすべく企画活動を行うことで、ビジネスパーソンとしての基礎的能力を高めつつ、社会に貢献できると考えられる。

### 活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

後藤ゼミ(2回生)からは4チームが出場し、そのうち2チームが決勝に進出した。活動する際には、次の3つの力を高められるように助言した。一つ目は、ユニークなアイデアを思い出す発想力である。これには、ある程度は拡散モードでありあらゆる情報を収集することが必要である。自分の経験や協力企業から与えられた情報だけでは目新しい観点を導くことは難しい。時には、異なる市場やライフスタイルという次元まで考慮することが必要である。二つ目は、エビデンスを積み上げる分析力である。企画提案の内容は決して夢物語になってはいけない。市場規模、カスタマージャーニー、受容性といった点については詳細に検討して商品やサービスとして実現することが十分に可能であることを示さなければならない。三つ目は、現実的で実現可能性の高い提案をする企画力である。提案する際には、実際にどのようなマーケティングミックスの展開が可能なか、もしくはそれを実施することが経営資源と照らし合わせた時に現実的かを検討する必要がある。



**販売促進**

- 季節ごとに和を楽しめる限定ワッフル  
いつ買っても新しい味、新しい和を感じられる
- イベントに合わせたギフトセット  
父の日ギフト どちらワッフル + マグカップ  
母の日ギフト どちらワッフル + エプロン  
ハロウィン どちらワッフル + お菓子アソートセット

### 指導教員および関係者の紹介

後藤こず恵 商学部 マーケティング学科 准教授  
ワッフルケーキのお店 R.L

石川 結菜	田中 一成
猪谷 美咲	長瀬 健也
高原 一樹	橋本 大輝
池田 万優	前川 銀陸
猪垣 美優	水関 晏
井原 真一	溝口 聖弥
茨木 雄大	
小谷野 茂々世	
高木 啓世	



“なりたい自分”を発見する。  
流通科学大学

教員名 後藤こず恵

企画名  
第4回神戸イノベーターズグランプリ(研究演習2)

商品開発型  
企業



最終報告会を終えて、左からチーム「わくわくワッフルボンバー」および「後藤ゼミ男」。新型コロナウイルス感染症対策としてオンラインでのグループワークを中心に企画を進めてきた。慣れないコミュニケーションツールであったが、意思疎通をしっかりとするために、お互い声がけを頻繁に行うなど工夫をして完成させた。

#### 企画・活動概要

神戸イノベーターズグランプリは、流通科学大学主催の「社会共創プログラム」である。企業の課題に対して学生ならではの視点から発想した解決法を提案するコンテスト。2021年はワッフル・ケーキの店 R.L(エール・エル)の協力を得て、「時代の変化に適応した新しいスイーツ・ビジネスを考えよう!」というメインテーマに基づいて様々な企画提案を行った。後藤こず恵ゼミ(3回生)からは4チームが出場し、そのうち2チームが決勝に進出、1チームが第3位を受賞した。今年は新型コロナウイルス感染症により、企業訪問や本格的な試食会ができなかったが、オンラインのグループワークを実施し、グループで協力しながらユニークなアイデアを発想したり、エビデンスを積み上げたり、実現可能性の高い企画を策定したりした。



<https://www.umds.ac.jp/201226/>



<https://www.umds.ac.jp/200929/>

#### 経緯・背景・目的

R.Lは様々な味、形態のワッフルを店舗およびオンラインで販売しており、好評を博している。しかし、昨今の新型コロナウイルス感染症の影響で、店舗における売り上げが低迷しているようだ。また、大きなトレンドとして少子高齢化が進む中、国内市場は縮小が続いており、新たな販売方法の展開や商品の投入が求められている。以上の背景に基づいて設定されたメインテーマに対して、以下のスケジュールで企画内容を作成した。

##### ★9月 開会式

開会式でのテーマ解題を受け、自分たちの興味のあるサブテーマの選定を行った。その際、自らの経験やホームページ、雑誌、新聞、SNSなどにおける情報を収集し、グループで納得できる意思決定した。

##### ★10月 質問会

##### ★11月 中間プレゼンテーション会

Zoomによるオンラインでの発表会であった。各チームに対してコメントをいただくことができ、その後のブラッシュアップが有意義になった。

##### ★12月 最終プレゼンテーション会(予選・決勝)

予選は録画、決勝は対面でのプレゼンテーションとなった。録画の際には納得がいくまで何度も繰り返し撮り直すなど粘り強く取り組むことができた。決勝では、大教室でのプレゼンテーションを経験することができ、強い印象が残った様子であった。

#### 取り組む課題

各チームが取り組んだ提案内容は以下の通り。

わくわくワッフルボンバー・・・ワッフルのサブスクリプションとデリバリーサービスの提案

後藤ゼミ男・・・ネットショップにおける高齢者向けギフトの提案

キュンキュンわっふるクリーム隊・・・美容ワッフルの提案

GoToJAPAN・・・アプリでオーダーするオリジナルパフェの提案

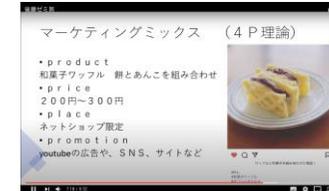
課題の設定にあたっては、自分達が良いと思うだけでなく、企業やそれを取り巻く市場環境を踏まえた上で取り組む意義があると確認することを促した。また、メンバー間で調整して、イメージ図や試作品などの作成を行うように助言した。

#### 本学(学生)の役割

本学学生の役割は、R.Lから提供された情報や自ら収集した情報に基づいて、学生ならではのユニークな発想に基づく企画提案を行うことである。これは多くの商品企画のコンペに共通して言えることだが、社会人経験を積むにつれ、成功体験や既存概念に捉われて自由な発想が難しくなることがある。そのため、学生は過度に既存のビジネスモデルに依拠することなく、ある程度新規性のある提案を行うことが求められる。重要なのは、新規性と事業性のバランスを取ることである。また、いうまでもないが、各種プレゼンテーションツールを使いこなし、企画内容を正確かつ魅力的に伝えることのできるコミュニケーションを行うことも求められている。これらの役割を果たすべく企画活動を行うことで、ビジネスパーソンとしての基礎的能力を高めつつ、社会に貢献できると考えられる。3回生は去年の神戸プリンに続いて2回目のI-1参加となるため、昨年度の経験も活かして自発的な気づきや行動を起こすように促した。

#### 活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

後藤ゼミ(3回生)からは4チームが出場し、そのうち2チームが決勝に進出、1チームが第3位を受賞した。ゼミ活動をする際には、次の3つの力を高められるように助言してきた。一つ目は、ユニークなアイデアを思いつく発想力、二つ目は、エビデンスを積み上げる分析力、三つ目は、現実的で実現可能性の高い提案をする企画力である。今年度は、ゼミ生の全員がオンライン授業を希望したため、ZoomおよびLINEを用いてオンラインのグループワークを行った。オンラインのグループワークを行う際は、司会進行役を決めておくこととスムーズであった。これは対面のグループワークでも同じだが、オンラインの場合は通常より発言のタイミングがわかりにくいいため、司会進行役が意見を聞いていくことが求められる。初めは慣れない様子だったが、このようなコミュニケーションツールを使用しつつもメンバーは自らの意見をしっかりと伝えられるようになっていったように見受けられる。また、通学時間が必要ない分、グループワークの時間を延長したチームもあったため、困難な状況でも自分たちができることを探して実践していきう意欲が感じられた。



#### 指導教員および関係者の紹介

後藤こず恵 商学部 マーケティング学科 准教授  
ワッフルケーキのお店 R.L

井戸下 優奈  
岩瀬 太陽  
福田 凌平  
向 流星  
山本 尊生  
吉川 太都  
井上 由理  
大志万 詩葉  
小梅 浩一朗

小河原 愛美  
中井 玲緒  
西海 愛  
細谷 駿斗  
水野 綾香  
村田 智春  
吉田 樹生



[https://www.umds.ac.jp/wp-content/uploads/200923\\_01.pdf](https://www.umds.ac.jp/wp-content/uploads/200923_01.pdf)

教員名

村上友章

企画名

初年次クラス(K02)によるI-1グランプリへの参加

商品開発型  
企業

プレゼン資料準備中の学生



表彰式

## 企画・活動概要

本企画は、神戸学生イノベーターズ・グランプリ(I-1グランプリ)に、初年次教育クラス「自己発見とキャリア開発B」(K02)の学生(32名)が参加し、約3か月にわたって商品開発に挑戦したものである。

今回のI-1グランプリは、本学学生をはじめ、他大学・高校の学生・生徒約180人が参加し「時代の変化に適応した新しいスイーツ・ビジネスを考えよう!」というテーマで、ワッフル・ケーキの店・R.L(エール・エル)の商品開発を競った。これに対して、K02クラスでは、指導教員がまず、32名を6チーム(1チーム、約5人)に分け、大会にエントリーした。したがって、基本的には、I-1グランプリ事務局との連絡は各チームの連絡係が行うことになった。各チームは、他の出場チームと同じく、R.L(エール・エル)や本学審査員を前にして、2回(Liveと動画)にわたってプレゼンテーションに挑んだ。各チームとも、商品開発もプレゼンも初めての経験ばかりか、対面式授業も初めてであったため、当初は手探り続き、悪戦苦闘した。それでも、R.L担当者による質問会(オンライン)やミニ講義を手がかりにして、最終的にはどのチームもユニークなアイデアを絞り出せたと思う。

結果として、全6チームは最終プレゼン大会まで脱落することなく、最後までグランプリに挑むことが出来た。そして、その中から1チーム(チーム・アジア)が決勝戦(対面式)進出を果たし、みごと「特別賞」を受賞した。

## 経緯・背景・目的

初年次教育クラス「自己発見とキャリア開発A」(前期)では、本学が標榜する「夢の種プロジェクト」を具現化するべく、1年生から将来の目標を描いてもらうように、社会人の講話など様々なプログラムを提供している。後期開講の「自己発見とキャリア開発B」もその延長線上にあるが、その内容は基本的には個々の担当教員に委ねられている。

そこでK02クラスでは、前期で学んだコミュニケーション力等を実習し、さらには、よりリアルに「夢の種」を思い描くべく、I-1グランプリへの出場を決めた。つまり、本企画の目的は、チーム・ビルディングが試され、なおかつ、企業人と直接、対峙するI-1グランプリを通じて、初年次教育の教育成果を確かなものとするところであった。



決勝戦に臨む学生

## 取り組む課題

R.L(エール・エル)ワッフル  
(大学HPより)

今年のI-1グランプリの課題は「時代の変化に適応した新しいスイーツ・ビジネスを考えよう!」というテーマの下、魅力ある商品開発を行うことであった。したがって、参加者にはコロナ禍における消費動向を的確に把握し、顧客目線に立ち、個々の能力を最大限に引き出すチーム力が試された。そこでK02クラスでは、日向野幹也『高校生からのリーダーシップ入門』(筑摩書房)を参考にして、「目標設定」・「率先垂範」・「同僚支援」を意識したチーム・ビルディングを行うことを課題とした。

## 本学(学生)の役割

I-1グランプリにおける学生の役割は、グランプリに出場し、企業から出された課題に対する答えをプレゼンすることにある。したがって、大会運営そのものは本学事務局を中心に進められるため、比較的、学生が参加しやすい形態の社会共創活動であると言えるだろう。とはいえ、大会テーマは、参加企業にとっては死活的な課題であるため、プレゼンに対する審査員の視線は厳しい。学生・生徒は、これに応え得る水準のプレゼンが求められる。なお、K02クラスは他の「自己キャリアB」クラスと足並みを揃える必要があるため、授業時間外の作業は、担当教員による指導は控えられ、各チームの自主性に任せられた。

プレゼンに見入る審査員  
(大学HPより)

## 活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力



プレゼン資料準備中の学生

## 【活動結果】

りゅうが祭における教室展示(WEB)を行い、I-1グランプリによる公式な中間プレゼン大会、最終プレゼン大会に出場した。1チームが決勝戦進出を果たし、特別賞を受賞した。

## 【活動成果】

見える結果の有無にかかわらず、最後までグランプリを戦い抜くことができたことで、個々の学生が得られた教育的効果は少なかつた様に思われる。それは、今後の大学での学びや就職活動に活かされるであろう。

## 【学生が成長した点】

チーム内の学生同士のコミュニケーションの難しさ、他の出場チームとの比較、そして、審査委員から浴びせられる鋭いコメントにより、大学生としての自覚が深まったように思う。

## 【学生が身につけた能力】

社会人を説得するために求められる能力ープレゼンテーション能力、論理的思考力等の必要性を痛感し、そのワンステップとなるような能力は身につけたように思う。

## 指導教員および関係者の紹介

【参加学生】「自己発見とキャリア開発B」(K02 クラス) 32名

【指導教員】村上友章(経済学部)

【協力企業・団体】 R.L(エール・エル)

流通科学大学



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。