

教員名 羽藤雅彦

企画名: ケーエスフーズ株式会社との商品開発

商品開発型
企業



企画・活動概要

2019年9月から2020年1月にわたり、ケーエスフーズ株式会社に協力してもらい、新商品の開発を行った。11月に中間発表を行い、商品の方向性を確認した。そして2020年1月に最終発表・サンプルの試食会を行った。最終発表にて、次年度以降は、今回提案した商品を用いながらプロモーション試作を検討していくことになった。



経緯・背景・目的

ケーエスフーズ株式会社の主なユーザー層は40代以上の女性である。そのため、今回はターゲットをユーザー層の拡大を狙い、20,30代のファミリー層に設定。このターゲットに向け、学生らしい斬新なアイデアを提案することが目的である。

客層の特徴



1. メインユーザーの年齢層…40代以上
2. 商品支持層…女性>男性
3. より強化したい客層…『ファミリー層』

※ 小さいお子さんを持つ家庭、家族の健康を考えた料理を求めている人に向けて…等

取り組む課題

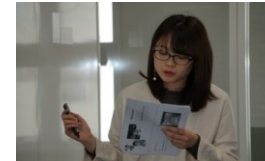
豆腐を生かした新商品提案

新商品パターン

- I. 既存商品リニューアル
 - ・包装形態・パッケージデザイン・ネーミングの変更
 - ・入り数(枚数・個数)の変更
- II. コンセプトづくり～製品化

本学(学生)の役割

市場調査、ターゲット層が抱える問題設定、問題を解決する手段(商品)の提案



活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

市場調査を行う上での分析能力、発表時のプレゼン力、アイデアを生み出す発想力、チームをまとめ引っ張るリーダーシップ等が学生が身につけた能力である。活動成果としては、豆腐チップスのサンプルで、次年度以降は当該商品を活用して企業のプロモーションを手伝う予定である。

問題提起①共働き世帯増加について



豆腐×米 = 豆腐揚げおにぎり



指導教員および関係者の紹介

指導教員: 羽藤雅彦
参加学生: 羽藤ゼミの学生
協力企業: ケーエスフーズ株式会社

