

教員名 山口 志郎

企画名

六甲バタープロジェクト

商品開発型
企業



企画・活動概要

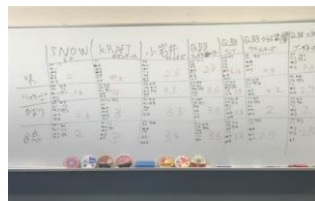
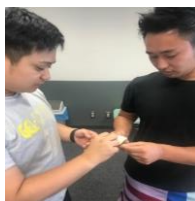
本プロジェクトは、6月3日(月)にゼミ内において、キックオフミーティングを行い、六甲バタープロジェクトの概要説明と今後の進め方について議論を行った。その後、2グループに分かれ、六甲バターの現状分析を様々な視点から検証し、6月26日(水)に健康サービス企画運営論内にて、ゲスト講義を行っていただき、六甲バターの会社概要やマーケティング戦略についてレクチャーを受けた。その後、神戸工場の見学をさせて頂き、六甲バターの最新のシステムやチーズができるプロセスについて学んだ。

7月上旬から9月下旬にかけ、自分たちで仮説やリサーチクエッションを設定し、それらの問いを解決するために、質問紙調査を実施し、各グループで分析を行った。10月から12月にかけ、各グループにて、マーケティング戦略を考え、パワーポイントを作成しながら、準備を進めた。

そして、12月9日(月)に、六甲バターにて社員の方4名に対し、3グループによるプレゼンテーション大会を実施した(4回生チームが1チーム参加)。各グループが半年の成果を発表し、先方よりフィードバック並びに順位の発表等あり、本プロジェクトは終了した。

経緯・背景・目的

本プログラムの目的は、六甲バターを代表するQ・B商品のマーケティング戦略を立案することである。その際、スポーツの視点を取り入れながら、学生らしいオリジナリティある発表を行っていただくよう、指導を行った。普段あまりチーズと接点がない学生も多くみられたが、本プロジェクトを通し、スポーツとチーズの可能性について考えるきっかけとなった。



取り組む課題

六甲バターのQ・Bは、日本の家庭用プロセスチーズにおいて売上トップを誇るが、主なターゲット層は主婦層であり、新たなターゲット層の獲得やスポーツとのコラボレーションによる新たな可能性を探っていたことから、今回山口ゼミとの社会共創を行う運びとなった。そのため、六甲バターが抱える課題を解決できるよう、学生に上記の課題と向き合うよう、長期間に渡って指導を行った。



本学(学生)の役割

学生は2グループに分かれ、現状分析、アンケート調査による市場調査、そしてプレゼンテーション大会に向けたパワーポイント作成等、学生自らが行った。教員は、学生の方向性や企画の趣旨にマッチしているか等、随時確認しながら、プレゼンテーション大会に臨めるクオリティにもっていくことを念頭に置いた。六甲バター様には、ゲスト講演、工場見学、プレゼンテーション大会等、半年間にわたって、本プロジェクトのサポートを担って頂いた。



活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

本プロジェクトの活動の成果として、六甲バターとの社会共創を通し、スポーツとチーズの新たな可能性を流通科学大学視点で発信できたのが挙げられる。チーズの企画は、商品企画が中心であるが、本プロジェクトはマーケティング戦略を立案する中で、スポーツの要素を必ず入れるということで、食とスポーツの融合を通じた新規プロジェクトの可能性についても、考える機会となった。また、指導教員にとっても、一企業との連携は初めての試みであったことから、学生指導の難しさを肌で痛感し、教育力の向上に繋がったと考えられる。

また学生に関しては、これまでスポーツとチーズをコラボレーションするといった考えはなかったことから、知的好奇心の醸成や発想力、主体性、半年間の集大成をまとめるといった情報集約力や目標達成力といった様々な学びを本プロジェクトを通し、学べたと思われる。



指導教員および関係者の紹介



人間社会学部
人間健康学科
准教授
山口 志郎
(ヤマグチ シロウ)

専門は、スポーツマネジメント、スポーツマーケティング、イベントマネジメント



六甲バター株式会社
開発本部マーケティング部
部長 黒田 浄治
(クロダ ジョウジ)

マーケティング部長として、Q・Bの広報戦略や社会連携担当を担う。