

近藤ゼミナール 成果報告

文責者：3年 橋本郁弥 伊木陽菜 甲斐辰輝 寺川一輝 山中峻太郎

ゼミの目的・概要

近藤ゼミナールでは、マーケティングを座学で学び、その知識を応用し、実際に学外の企業や団体と活動を通して地域活性化を目指す。その活動の中で、学生自らが問題解決を模索することより、企画力・提案力を身に付けることを目的としている。私たちは、座学で学んだパイン・ギルモアの体験価値というものをもとに活動を展開している。パイン・ギルモアの体験価値とは、図1のように2つの軸があり横軸は顧客の参加の度合い、縦軸は、顧客とイベントや出し物といった経験を深く結びつける関係性を表している。体験価値の向上が付加価値の向上につながることを実社会に応用し3つのグループで活動している。

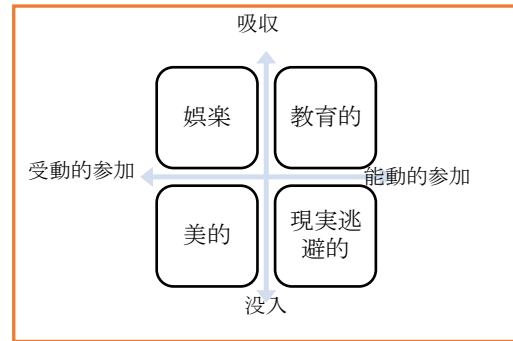


図1 パイン・ジョセフ2世, ギルモア・ジェームス・H(2005)「経験経済-脱コモデティ化のマーケティング戦略-」ダイヤモンド社、p. 57 を基に筆者作成

グループ活動紹介

▶地域活性化ユニット(住之江ボート)

<活動内容>

活動としては、12月1日に住之江ボートレース場の視察を行った。実際に利用している年齢層やフードの種類、施設の雰囲気を知る事ができた。また同日に、住田社長からの住之江ボートレース場の課題として挙げられていた「若年層・ファミリー層を呼び込むコンテンツ不足」の解消に繋がるフラッシュアイデアをいくつか提案した。若年層に対して行なったアンケート結果から、初心者講座やフードをより充実させることが効果的であり、訪れた人が関心を持てるようなイベントを生み出す必要があると考えていた。しかしその中で、施設への興味を持たせるための新たな広報手段を考案することも重要だという話が挙げられた。



<今後の活動>

施設側からの意見として顧客の満足度が把握出来ていないとの事だったため、満足度や新フード、広告に関するアンケートを新たに作り若年層のニーズを把握する手段としてさらに活用していく。現在追加の案として、若年層・ファミリー層向けに少し変わった個性溢れる半個室の設置、VRでのレース体験、フォトコンテスト、TikTokやInstagramを通して、ボートレースの裏側やボートレーサー目線の動画を発信する事を考えている。



▶地域活性化ユニット(奈良市観光)

<活動内容>

まず奈良市の観光課題解決のため柳生街道をどのように活用して観光資源に変えていくのかを話し合った。その結果、柳生街道の長さを生かしフルマラソンなどのスポーツイベントの開催を行うことになった。そこで柳生街道の環境や柳生街道への交通インフラについて把握する必要があった。他にもスポーツイベントに参加する観光客がイベント参加後に奈良市で観光をすることを考慮し、奈良市内の有名な観光地である世界遺産を全て回るためにどのくらい時間がかかるのかも把握する必要があった。そのため12月1日に柳生街道の観光活用に向けて現地調査に向かった。しかし柳生街道は整備が行き届いておらず前日の天気は雨ということや足場が石畳であったこともありぬかるんで足を滑らせることが多かった。それに加えて柳生街道の横には川が流れておりガードレールのような転落防止用の柵が無かったため危険を感じ途中で引き返した。



<最終成果>

柳生街道の現地調査を行い学生には解決できない環境整備問題が発生したため今後の活動について話し合った結果、柳生街道の観光資源化を諦めることになった。



商品開発ユニット(駅弁)

近藤ゼミナール 成果報告

文責者：3年 橋本郁弥 伊木陽菜 甲斐辰輝 寺川一輝 山中峻太郎

<活動内容>

私達駅弁開発チームは、若年層の駅弁離れに着目し、若年層向けの低価格でボリュームのある駅弁を作るべく、兵庫の老舗駅弁屋【株式会社淡路屋】協力のもと駅弁開発に取り組んでいる。まず私たちのチームでは油淋鶏弁当の開発に取り組むにあたり、2つの調査を行った。まず1つ目は、新大阪駅にて、年代別で駅弁を購入した人・店舗に立ち寄った人の人数の集計。2つ目は、他大学にてアンケートを実施し、若年層が駅弁に使える金額・メインとして求める食材などの調査である。2つの調査から分かった事は、若年層の駅弁購入者は極めて少ないが、店舗に立ち寄る人数は少なくないこと。また、購入する場合は1000円までは許容範囲であること。牛肉・鶏肉がメインとして好まれていることである。これらの点を踏まえた上で、低価格でボリュームのある駅弁として油淋鶏弁当が考案された。株式会社淡路屋のイメージを損なわないよう、神戸中華街から連想した駅弁となっており、ボリュームはもちろんのこと、鶏肉を使っているので原価自体も低く抑えるといった狙いがある。また、本ゼミナールにおいて観光関連事業について学んでいることから、駅弁がもたらす旅の幸福度の度合いについても研究中である。



▷商品開発ユニット(お土産)

<活動内容>

活動としては11月21日にどのようなお土産が若者には需要があるか調べるためにJR新大阪駅改札内の駅マルシェを視察した。その結果駅弁は社会人や高齢者には人気が高く売れていたが若者には認知すらされておらず近くにあるコンビニや日持ちするようなお菓子を購入する人がとても多かった。また12月26日には新神戸駅に現地調査した。スペースはあまり広くなかったがお客さんは多く、13時には人気商品などは売り切れていた。実際に調理している光景を見ることができ、玉ねぎスープなどの温かい限定商品なども販売されていた。そして同日、商品開発をする際のアイデア収集のためイオンモール神戸南店の神戸うまい市に赴いた。瀬戸内海の海鮮や兵庫のお肉、神戸やその周辺の都道府県の名産品が販売されており、こちらもお客さんは多かった。



<今後の活動>

若者向けに写真映えできる商品を開発することを前提として万能調味料やスープなどを案として出している。

▷観光関連産業ユニット



<活動内容>

私たちの班では、日本旅行業協会と関西エアポート株式会社が「学生と旅行会社が作る海外旅行」というテーマで開催しているコンテストがあるので、そこで入賞することを目的に活動を行っている。今の旅行会社のツアーは既存のツアーを組み合わせたり、少しだけ手を付けくわえただけのツアーが多いといわれている。そのためどのツアーでも内容は似ていて、違いといえば価格だけというようなことになっている。また、一つの会社が新しいツアーを考えそれがヒットするとほかの会社もそれをまねしていき、同じ内容のツアーが多くなってしまっている。そこで私たちは「アメリカ シリコンバレー 企業訪問ツアー」というツアーを考案した。このツアーの対象者は日本で起業を考えている人や、起業し、もっと大きな企業に成長したいと熱心に思っている人だ。そういった人たちが実際にIT産業など多く集まっているシリコンバレーに行き、そこで活躍している日本人の方々に、どのようにして成功したのかを聞いて回るツアーを計画している。

成果報告の動画はこちら→



<https://youtu.be/zmt7FzsLEOk>