

30周年記念にふさわしいスペシャル感とオリジナリティのあるアイデアを追求した。学内アンケートや日経MJなどを参考に、いま欠かせない「インスタ映え」やSNSによる宣伝・拡散効果も意識してコンセプトワーク。中間発表を経て改善点を振り返り、企業とのミーティングを重ねながら試作やコストシミュレーションを行って最終案をつくり上げていった。

最終日に開かれた成果発表会では、各チームが200日間に及ぶ取り組みの過程と最終案についてプレゼンテーション。Cafeチームはティラミスパフェ、Eventチームは3Dラテアート+フォトブース、Shopチームはコーヒーとタンブラーのセット販売を提案した。審査の結果、Eventチームが最高得点を獲得して優秀賞を受賞。最後に企業側から、すべての企画提案を実現化に向けて進めるとの発表があり、学生たちに達成感いっぱい笑顔が広がった。



神戸松蔭女子学院大学（神戸市灘区）の学生たちが日本経済新聞社との連携講座に取り組んだ。テーマは「UCCコーヒー博物館」の開館30周年にちなんだ集客アイデア立案。19人の参加学生が3チームに分かれ、約8カ月間活動した。最終日には、同館を運営するUCC上島珈琲株式会社（神戸市中央区）に対して最終案の提案を行った。

2017年10月1日に開館30周年を迎えたUCCコーヒー博物館では、さまざまな記念企画を実施している。本講座ではその一環として「Cafeチーム」には館内喫茶の新メニュー開発、「Eventチーム」には中高生や若い女性の来館促進企画、「Shopチーム」には館内ショップの展示や新商品の提案が課せられた。

学生たちはそれぞれの課題について、現場となる博物館内を視察したうえでディスカッション。どのチームも

〔神戸松蔭女子学院大学・日本経済新聞社連携講座〕

女子大生3チームの企業への企画提案がすべて実現化決定!

▼企業の視点から
UCCコーヒー博物館館長 山岡 昭雄

今回、どのチームのご提案も実現化の価値があると判断させていただきました。この成果は、まず「現場をよく見て、人の声を聞く」ことから始まったと思います。そこから8カ月間、皆さんが取り組んでこられた「問題を抽出・分析して施策を考え、仮説を立てて検証する」という過程を、今日のプレゼンテーションが終わってからもぜひもう一度振り返ってみてください。そうすれば本プロジェクトがよりいっそう有意義なものになるでしょう。この経験を今後の学びにも生かし、どうぞ頑張ってください。




▲UCCコーヒー博物館



Cafe チーム 館内喫茶の新メニュー開発

厨房で作りやすく、見栄えもする8層のおいしさのティラミスパフェ

リーダー 日下部 絢美さん

コンセプトは「コーヒー屋さんが作った本気のティラミスパフェ」。上島珈琲ならではのスペシャルティコーヒーゼリーをメインに、バームクーヘン、チョコチップクッキー、マスカルポーネクリーム、ココアパウダーを組み合わせた8層の味わい。「発注先の関係で食材が限定される中、おいしさには妥協したくなくて」。見た目にもこだわり、カクテルグラスに入れて側面から美しい層が見えるようにした。天面にはココアパウダーで「30」の数字を表すことも提案。現場での作りやすさやコストバランスまで考慮した結果、期間限定メニューとして提供されることに。



ティラミスパフェ



【後列左から】日下部 絢美さん/乾 亜里紗さん/河野 彩香さん/瀧川 奈央さん/西田 陽花さん
【前列左から】平野 るいさん/坂根 彩巴さん/西田 愛さん

Event チーム 若い女性・中高生の来館を促すイベント企画 **優秀賞**

人気の3Dラテアートのイベントを手作りフォトブースでパワーアップ

リーダー 福島 実紀さん

ターゲットである20代女性や中高生を対象にしたアンケート結果と日経MJの記事から、「インスタ映えするイベント」を目指すことに。今あるイベントの中で人気の高い「3Dラテアート」をチームメンバーが実際に体験したことで「作ったラテアートを置いて、背景まで美しい写真が撮れるフォトブースがあればいいのでは」というアイデアにたどり着いた。フォトブースを「ラテハウス」と名付けて季節感あふれる工夫を凝らし、プレゼンテーション当日に3種類の完成品を披露。「これがウケる!という根拠になるデータを取り、実際に体験したので自信を持って提案できました」。既存のイベントを低コストでパワーアップさせるアイデアと実行力が評価され、最優秀賞に輝いた。



▲3Dラテアートがインスタ映えする「ラテハウス」



【後列左から】前田 真由子さん/福島 実紀さん/下川 華さん
【前列左から】園賀 彩歌さん/張 真由子さん

Shop チーム 館内ショップの展示や新商品の提案

若い女性を惹きつける、コーヒーとタンブラーのセット売りを提案

リーダー 浦 理菜子さん

ショップの利用者数と客単価を上げるために目標としたのは、女子大生の感性を生かした、若い女性に魅力的なショップづくり。「女性はいろんなものを少しずつ楽しみたいので、手軽なドリップコーヒー数種類の組み合わせをまず考えました」。さらにプレミアム感を付加しようと、独自のタンブラーをセット売りすることに。「神戸松蔭のオリジナルグッズやファッションショーで使われた実績のある、神戸タータンというチェック柄でデザインしました」。併せて、可愛さと地域ブランド力をアピールできる透明な包装バッグまで提案した。



コーヒーとタンブラーのセット



【後列左から】藤森 晴名さん/荒木 悠里さん/立道 友梨さん
【前列左から】浦 理菜子さん/小林 くる美さん/坂本 萌さん