

# 実施報告書

1/2 取組みに関する基本情報

## ◆ 基礎情報

計画名	商品開発コンテストにおいて商品化を実現するための全員発揮リーダーシップの実践
実施責任者	ビジネス学部ビジネス学科 東 利一
対象者	ビジネス学部ビジネス学科 3年 11名（ゼミ3年生）
実施期間	2025年4月～12月

## ◆ 取組み概要

2025年度も「未来のマーケター」を育成するSカレ（Student Innovation College）に参加し、商品化を目指した商品企画のインターラッジに参加した。

2024年度の一ダーシップGPの助成により状態目標達成の手ごたえを得たものの、成果目標達成に関してはもう少し上を目指せたのではないかという感が否めなかった。

そこで、本取組みは以下の2つを目的とする。

- ①商品化の可能性を高めるために、ゼミ生全員がリーダーシップを発揮できるようになる。
- ②教員は、上記目的の実現のためにリーダーシップ教育を実践し、マーケティングとリーダーシップの両面からゼミ生の成長を一層支援できるようになる。

## ◆ 取組み全体の流れ

### Sカレの活動プロセス

4月：Sカレ参加企業からのテーマ理解とそれをもとにしたチーム編成。チームごとに目標設定。探索的調査開始。

5月：探索的調査

6月：探索的調査、プロトタイピング（うまくいかない場合は前工程に戻る）

7～9月：探索的調査、プロトタイピング、検証的調査（うまくいかない場合は前工程に戻る）

10月：中間プレゼンテーション、振り返り。

検証的調査。企画練り直しの場合は、探索的調査、プロトタイピング、検証的調査

11月：探索的調査、プロトタイピング、検証的調査（うまくいかない場合は前工程に戻る）

12月：探索的調査、プロトタイピング、検証的調査（うまくいかない場合は前工程に戻る）  
最終プレゼンテーション、振り返り。

### 商品企画のプロセス

探索的調査：観察法やインタビュー法などを定性的調査を行う

コンセプトデザイン：前段階で得られた情報から創出したアイデアをもとにコンセプトを開発しプロトタイピングを行う

検証的調査：市場規模の確認や競合・技術の確認、顧客ニーズの確認を行う

企画書作成：販促提案、価格提案、チャネル提案等を含んだ企画書を作成する

Sカレの活動を通してこの商品企画プロセスを行きつ戻りつつながら進めていく。

## ◆ 取組みの成果

ゼミ生11名が3チームに分かれて、以下の通り企業のテーマに対して価値提案を行い、商品化を目指した。

- ①「段ボールを使った商品」とテーマに対して、女子大生をターゲットに「写真立てに変わるデコれる」価値をもつギフトボックスを提案。  
([https://www.facebook.com/profile.php?id=61576563040456&ref=embed\\_page#](https://www.facebook.com/profile.php?id=61576563040456&ref=embed_page#))
- ②「暮らしに役立つ便利グッズ」というテーマに対して、主婦をターゲットに「塩分量も計量できる液だれしない」という価値をもつ醤油キャップを提案。3月の業界展示会での発表・商品化を打診され、活動継続。  
([https://www.facebook.com/profile.php?id=61577402101560&ref=embed\\_page#](https://www.facebook.com/profile.php?id=61577402101560&ref=embed_page#))
- ③「ギフト用のオーラルケア」というテーマに対して、女子大生をターゲットに「ふたりの繋がりを日常のケアで感じられる」価値を有するハート形のフロスを提案。  
([https://www.facebook.com/profile.php?id=61576349365398&ref=embed\\_page#](https://www.facebook.com/profile.php?id=61576349365398&ref=embed_page#))

## 実施報告書

2/2 リーダーシップの育成に関する報告

### ◆ リーダーシップ教育に関する実践

共立リーダーシップの意識づけ、目標設定の活動	ゼミ初回で、自己開示を目的とした自己紹介とSカレで取り組むテーマを基にチーム決めを行った。そのうえで、意識づけ・目標設定として、「チームの方針やルール」と「リーダーシップ行動確認シート」を配布し、チームと個人で記入をしてもらった。教材は、リーダーシップについてはリーダーシップGPのホルダーから入手した資料を、商品開発については『1からの商品企画』を事前学習してゼミ活動を開始した。ゼミ生はリーダーシップについては熟知しているが、これは知っているだろうと決めつけずにゼミ生の様子を見ながら資料の説明を行った。
協働活動	3チームが取組んだ課題は、次の3つである。①「段ボールを使った商品」、②「暮らしに役立つ便利グッズ」、③「ギフト用のオーラルケア」 ゼミ活動では、ゼミ始まりに先週の活動結果と次週の活動計画について毎回報告させ、Q&Aの機会を設けた。また、アイデア創出のために模造紙や付箋、マーカーを準備した。情報取得のために企業とのオンラインミーティングを推奨し、作って考えるためにプロトタイピングも推奨した。取り組みの停滞や困っている場合は相談にのるというスタンスで、基本的にはチームワークを見守るスタンスをとった。
共立リーダーシップの観点での振り返り	目標に関しては、4月当初に設定した共有目標を意識した活動ができていた。 率先垂範は、できたという学生が多いが反省すべき点を挙げた学生が他の項目と比べると多かった。4要素の中で相対的に弱い要素である。 相互支援は、互いを肯定しながら意見交換がどのチームもできている。若干の学生が不十分だったと認識しているものの大半がメンバーの特性活かした役割分担ができた。 包容性に関しては、まず相手の意見を聞いてから自分の意見を述べるといったマイルールで活動したり、10月の中間振り返りを機に特に意識できるようになった学生もいた。

### ◆ 学生の成長に関する総括

上記の「共立リーダーシップの観点での振り返り」にも記入したが、大半のことは意識して行動できていた。1, 2年次に履修したリーダーシップ開発演習で身につけたリーダーシップ要素や手法をさらに活用し自信をつけていった。

掲げたものの難しかったことは、成果目標の達成と率先垂範である。成果目標は、1位になることや自分たちが納得いく商品を創り出すことを掲げていたが、12月の振り返りでは状態目標のみで多くの学生が触れていないかった。率先垂範は、活動が壁にぶつかったり次の段階の動き出しに相手に頼りすぎることが出たりして、もう少し積極的に行動すればよかったというコメントが出ていた。

### ◆ 取組みを通した全体の所感

ゼミ活動とリーダーシップ教育の関係を認識できた。ゼミでは未来のマーケター育成を目指して商品開発活動を行っている。そのため、活動のマネジメントも不可欠で、そのためにゼミ生全員がリーダーシップを発揮することが必要であると考えている。つまり、活動の成果を出すためにはメンバーの状態（目標）をいいものに保ちながら活動を行う必要がある。

そのために大変だったが気づき修正したことは、声かけである。明らかに修正した方がいいと思える活動や提案に対しどのように声かけをしたらいいのか難しい。結論を言って修正点をアドバイスしても、ゼミ生の気持ちが下向きになるのを感じる。「私はこう思ったのだけど、みんなはどう考える？」などゼミ生自身が考えて気づくような声かけが重要だと気づき、心掛けるようにした。

### ◆ 今後の展開

今年度の活動は業界展示会への参加というさらに進んだ提示を企業から得るなど、実りあるものになった。今後もゼミでは未来のマーケター育成のためにより実践的なマーケティング活動を行う。次年度はさらによい商品開発の成果を得られるように活動のマネジメントの在り方を検討するが、常に皆で発揮するリーダーシップを意識することで実現できるのではないかと感じている。