

ボディペイント商品「ASOBody」を用いた「楽がき文化」の創造



ロフト千里パンパクロフト店でのイベントの様子

活動の概要

目的	文化としてのボディペイント普及 / ボディペイントの普及による連携先企業の振興
連携メンバーおよび役割	日本理化学工業株式会社…商品開発、学生指導 株式会社ロフト…商品PRにかかる資源（知見・広報ツール・場所等）提供、学生指導 株式会社ワイズコーポレーション…商品PRにかかる知見提供、学生指導 関西大学総合情報学部 徳山美津恵ゼミ…商品および商品PRの企画提案および運営、連携メンバー間の意見調整 関西大学総合情報学部 松下光範ゼミ…ボディペイント普及のためのデジタルコンテンツの制作
活動地域	大阪府内、兵庫県内
活動期間	2015年12月～2016年10月
費用	連携メンバー各自が人的・物的両面にわたり負担

連携の経緯

徳山ゼミでは、全国の大学生が参加するマーケティングコンテスト「Sカレ（Student Innovation College）2015」（※）において、日本理化学工業（株）がテーマに挙げた「楽がき文化の創造」に対し、ボディペイント商品「ASOBody」を企画提案。同提案のテーマ別優勝とプラダ賞受賞を契機に同社との商品開発がスタートした。その後、徳山ゼミがボディペインティング文化の普及をテーマにゼミ活動を進めていたところ、関西大学と（株）ロフトの連携協定締結があったことを受け、メーカー・小売業者・卸売業者が一体となった連携が開始した。

※Sカレ2015…参加企業のテーマに対し、各大学のゼミがそれぞれマーケット調査等を通じて企画立案・プレゼンテーションを行い、コンペ形式で企画を競う大会



オリックス・パファローズ2軍戦会場でのペイントブース

デジタル・インスタレーションブースの様子

解決すべき課題

- (1) 日本理化学工業株式会社…商品のロングセラー化につながるようなプロモーションの実施
- (2) 株式会社ロフト…売り場における学生視点の斬新なアイデア・企画の創出

大学の役割

本プロジェクトにおいて、徳山ゼミは商品開発および商品PRにかかる企画提案と運営を行っている。この取り組みの大きな特色の一つとして、商品の流通に重要な役割を占めるメーカー・卸売業者・小売業者の各社と連携している点が挙げられる。

商品企画提案については、上記のとおり、Sカレにおいてマーケット調査等に基づいた企画提案を行った。その際、「あそび方BOOK」の作成やペイント実践動画の配信などを通じて、ボディペイント初心者でも楽しめる工夫を施した。

商品PR活動の一環であるロフトでのブース出展では、イベント内容だけでなく、商品販売時期や価格設定などの実務面に至るまで意見調整を行い、連携メンバーの意向を反映できるよう配慮した。10月のハロウィンイベントでは学内の松下ゼミとも連携して学部の特徴を活かしたデジタルコンテンツを展示。さらに、前ページの「オリックス・パファローズ観客動向調査研究2016」の活動ともリンクすることで、同球団2軍戦にてボディペイントブースを設けるなど、研究室のネットワークを駆使した幅広い活動を展開している。

成果

- (1) ボディペイント商品開発
- (2) ロングセラー商品化に向けた大学とメーカー・卸・小売との連携と協力体制の確立
- (3) 複数回にわたるPRイベント実施

今後の展望

- (1) ボディペイント文化のさらなる普及

研究者の紹介



総合情報学部 教授
徳山 美津恵
(とくやま みつえ)

専門はマーケティング、ブランド論。地域ブランドの研究を継続する中で、自治体の各種委員を歴任するだけでなく、ゼミ生とともに地域活性化プロジェクトに取り組む。



総合情報学部 教授
松下 光範
(まつした みつなり)

専門はインタラクティブシステムデザイン。様々な情報処理システムの、機能性の高さ（インテリジェンス）と使いやすさ（インタラクション）とを両立するシステムの実現ならびにその方法論について研究を行っている。

現場の声

・西本淳一氏（株式会社ロフト 大型店事業部）

関西大学との産学連携の取り組みのなか、商品開発、流通、販促企画、顧客提案の一連の商行為に真摯に取り組む学生の姿勢に深く感銘を受けました。体験の場を有意義にご活用いただき、感謝しています。