



大阪の人においしく野菜を! 産学官連携プロジェクト『大阪ええモン 関大Vグルメ』



DATA

■ 主な連携先・メンバー

大阪府／株式会社高島屋／株式会社エー・ティー・エー／株式会社かなたに／株式会社ダイヤ製パン／株式会社今井／2019年度関西大学社会学部池内裕美ゼミ生

■ 活動地域

大阪府大阪市(大阪高島屋 地下1階惣菜売場)

■ 活動期間

2018年度～2019年度

■ 活動資金

なし(自己負担)

活動の目的

- 1 野菜摂取量が全国ワーストクラスの大阪府民におすすめする野菜グルメメニューの開発
- 2 考案者である学生たちによる、リーフレットの作成や店頭販売など販売促進活動の実践



連携にいたる経緯

大阪府から当研究室に“大阪府民の野菜摂取量を増やすためのアイデアが欲しい”との依頼があった。そこで以前より交流のある株式会社エー・ティー・エー(高島屋グループの広告会社)に相談したところ、商品の開発から販売まで実施可能な大阪高島屋とのコラボが実現した。

活動内容

池内研究室では、消費者心理の知識をビジネスの現場に生かすことを研究テーマとしている。今回のプロジェクト『関大Vグルメ』は、Vegetableをおいしく食べて、健康づくりのVictoryを目指す商品を開発しようというもの。具体的には、大阪高島屋の名物企画「大阪ええモン」での販売を目標に、メーカー3社と学生とが共同でメニュー開発を行った。

開発に先立つこと1年前。まず学生が百貨店の惣菜売場を観察し、「健康意識調査」を実施。野菜の消費傾向や百貨店の来店状況など、基礎データの集約から着手した。その後、高島屋とエー・ティー・エー、各メーカーと検討会や試食を重ねた結果、次のメニュー開発に至った。

①ダイヤ製パン：「パストラミポークと5種の野菜サンド」

②かなたに：「秋のええとこ彩(ど)り弁当」

③道頓堀今井：「イベリコ豚と野菜の旨味たっぷりうどん鍋」

期間中、学生が考案したリーフレットを自ら配布するなど、店頭での販売促進活動にも携わり、『関大Vグルメ』は全商品連日完売といった大盛況のうちに幕を閉じた。

活動の成果

- 1 企業目線で商品開発や販売促進をすることで、学生たちに新たな気づきがあった
- 2 各種メディアで取り上げて頂き、他大学との学術交流のきっかけにもなった
- 3 学生たちが店頭に立つことにより、売り場の活性化をもたらした

今後の課題・目標

- 1 本プロジェクトを次年度に継承し、確立させる
- 2 大学生など若者層の来店を高めるような商品を考案する
- 3 消費者心理の理論や法則を活かした販売促進を実践する

教員紹介



社会学部 教授

池内 裕美
Hiromi Ikeuchi

兵庫県神戸市生まれ。大学院修了後、広告デザイン会社で実務経験を経て現職。専門分野は社会心理学・産業心理学。現在の主な研究テーマは、買い物依存やモノの溜め込み、苦情行動といった「逸脱的消費者行動に関する心理的メカニズムの解明」。特に苦情研究は注目度も高く、メディアからコメントを求められることも多い。