

走るデパ地下：阪急のスイーツ移動販売プロジェクト



#チャンネル開拓 #移動販売 #コンセプト・メイキング

目的

阪急のスイーツ移動販売のスムーズな展開を模索するため、出店場所にあった商品構成やプロモーションを考え、阪急百貨店のブランド価値を高めるような移動販売プロジェクトを目指す



活動の概要

- 主な連携先
阪急阪神百貨店 / 総合情報学部 徳山美津恵ゼミ3年生
- 活動地域
大阪府大阪市、高槻市、吹田市
- 活動期間
2022年2月から2022年10月
- 活動資金
総合情報学部実験実習材料費 (POP作成、子供向けイベントコーナーなど)

連携にいたる経緯

これまでに関西地域の自治体や企業と一緒にプロジェクトに取り組んできた経験により、地域連携センターを経由して依頼される。



活動内容

2022年度の関大フェスにて阪急のスイーツ移動販売を展開することを一つの目標に、同年2月に阪急阪神百貨店、関西大学校友会(関大フェス主催者)、徳山ゼミの顔合わせを兼ねたワークショップを開催した。その際、阪急阪神百貨店から移動販売事業に取り組む経緯等についてヒアリングした後、ゼミ生をターゲット別に3グループに分け、移動販売のコンセプトについてのアイデア出し、リサーチ計画策定などを行なった。その後、百貨店や販売場所候補地での現地調査を行い、5月に高槻キャンパスにて3グループによるコンセプト提案を行った。その結果、メイン・ターゲットは「30代のママ」、サブ・ターゲットは「未就学の子供」と決まった。

7月に安満遺跡公園にてテスト販売を行うため、ターゲットに合わせた商品選定やPOPの作成、顧客満足度に関する調査項目の作成を行い、当日を迎えた。そのフィードバックによって、商品構成や棚割を見直した他、子供向けイベントなどを検討し、10月の関大フェスにて販売と顧客満足度調査を行なった。

活動の成果

- 移動販売の今後の展開への貢献
- ターゲットの設定やコンセプト立案などマーケティングの理論の実践
- 百貨店の販売業務に関わるプロセス(商品選定)への関与

今後の課題・目標・展開の可能性

- より高度な分析と提案ができるような顧客満足度調査データを収集したい
- 学生の能力を発揮できるような、より戦略的な情報発信がしたい

連携先からの一言

従来の百貨店のビジネスからはイメージできない新しい事業領域ではありますが、現地調査や販売の協力など熱心に取り組んでいただきました。百貨店が今後獲得したい若年層にある学生様のアイデアは、我々にはない感性で非常に刺激になりました。学生様にとってはマーケティングやブランディングの基本となる現場でのリアルな声の重要性を感じていただけたのではないかと考えております。

(阪急阪神百貨店
フード新規事業開発部 河野氏)

総合情報学部 教授 徳山 美津恵 Tokuyama Mitsue



専門はマーケティング、ブランド論。地域を対象としたブランディングの研究を続けると共に、様々な自治体での各種委員や学生とのプロジェクトに取り組む。

