

企業と大学 協力

関西の企業などの間で商品開発に学生の感性を取り入れようとする動きが活発になってきた。おせち料理など食品のほか、包装資材など分野は様々。企業にとって学生と身近に接することは将来の購買層の志向を探る有効な手段になり、新鮮な発想も得られる。学生側はインターンシップ的な体験ができる。双方にメリットがあり、今後も広がりそうな気配だ。

デザインに注目

生協ならコープ（奈良市）は奈良女子大学と組んで、来年の正月用の「オリジナル特選おせち」（1万8000円）を共同開発した。3段重のうち1段分は学生たちが検討したレシビに基づく。

若草巻（大和茶入りのだて巻き）、吉野のあさつゆ（吉野葛入りみずま

んじゅう）など地域の素材を使った。重箱のふたは同大の藤野千代特任教授が天平時代の文様をモチーフにデザインした。

学生は食への関心が高く、食品の開発例は多い。（草津市）と同大学の菓

立命館大学びわこ・くさつキャンパス（滋賀県草津市）の売店ではソユクサ科の青花を使ったケーキ（180円）が好評だ。待する企業も目立つ。業

（FC）展開する神戸物産は、武庫川女子大学と組み、店頭販売するジャガイモ用のカートンを開発した。

発想「粗いが斬新」 対象分野広がる

5キロ入りの厚紙製の箱で、同大生活環境学科空間計画研究室のゼミ生9人が「品質の良さが伝わるように」とデザインした。来店客の評判も良く、同社はナガイモ、ゴボウの箱のデザインも同様に依頼した。

ワコールは4月、京都精華大学と共同で「未来のインナープロジェクト」を始めた。20代を主な顧客とするブランド「ウンナナクール」の新商品という設定だ。プロダクトデザイン学科の3年生が新たな下着を提案し、取引先向けの展示会などですでに紹介した。

地域活性化も

ワコールは4月、京都精華大学と共同で「未来のインナープロジェクト」を始めた。20代を主な顧客とするブランド「ウンナナクール」の新商品という設定だ。プロダクトデザイン学科の3年生が新たな下着を提案し、取引先向けの展示会などですでに紹介した。「ターゲット層にあたる女子学生のアイデアを取り入れ、商品開発に生かしたい」（広報・宣伝部）。ワコールは来年以降も共同プロジェクトを継続する方針だ。

北島酒造（滋賀県湖南市）は清酒のラベルに滋賀県立大学の学生によるデザインを採用した。清酒離れといわれる20〜30代の消費喚起を狙う。連携は旅行商品の分野にも広がる。阪南、和歌山、近畿の3大学は2009年から韓国の3大学、阪急交通社と協力した商品開発を進めている。阪南大国際観光学部

学生の感性 商品に



ワコールは京都精華大の学生がデザインした下着を紹介（東京都内）

京都精華大→女性用下着



滋賀県立大の学生が清酒のラベルを製作（京都市東山区での発表会）

滋賀県立大→清酒ラベル

連携による商品開発の例

企業など	大学など	共同開発した商品(検討中も含む)
今西清兵衛商店	奈良女子大	県花「奈良八重桜」の花びらから取った酵母を使った清酒
神戸物産	武庫川女子大	店頭販売するジャガイモ用の厚紙製の箱
青花食研	立命館大	青花の粉末と滋賀県産米粉を使ったケーキ
阪急交通社	阪南大など 日韓6大学	韓国・日本の観光資源を生かした新しい旅行商品
きちり	京都産業大	居酒屋「ちゃぶちゃぶ」で夏季限定の女子会メニュー
北島酒造	滋賀県立大	清酒のラベルに学生によるデザインを採用
ワコール	京都精華大	20代女性を主要顧客に見込むブランド「ウンナナクール」の新商品
大和郡山市商工会	奈良女子高	地元産のイチゴなどを使ったスイーツ