

2021年1月28日

報道関係各位

CCCマーケティング株式会社 CCCマーケティング総合研究所

### 【結果発表】産学協業の創出を目指す「第1回 学生マーケティング研究会」優秀チームは日本大学水野ゼミ テーマ「ゼビオ：大学生におけるスポーツの価値とは？その価値を実店舗とどのように繋げるか考える」

CCCマーケティング株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：北村和彦）のCCCマーケティング総合研究所は、2020年9月26日（土）～2021年1月23日（土）の約4ヵ月間にわたって、産学協働の創出を目指す「学生マーケティング研究会」（<https://www.cccmk.co.jp/thinktanks/gakusei1>）をオンラインで開催しました。企業のマーケティング課題を大学生が研究成果として発表する「第1回 学生マーケティング研究会」には、大学6校8ゼミおよび一般企業4社が参加し、研究テーマを「現代消費をとらえ、若者視点での新たなマーケティング企画を作成する」と設定いたしました。



1月23日（土）に開催された「第1回 学生マーケティング研究会」最終プレゼンテーションでの総合優勝チームは、日本大学・水野ゼミ（三宅結衣さん、村上優衣さん、土井瑠大さん、林元さん、遠藤清志さん）、テーマはゼビオ株式会社より設定された「大学生におけるスポーツの価値とは？その価値を実店舗とどのように繋げるか考える」となりました。日本大学水野ゼミでは、大学生の5割が「筋トレ」を行っていることに注目し、若者向けの「筋トレオンラインサロン」の企画を発表。自己承認欲求の高い男性向け、自己実現欲求の高い女性向けそれぞれに、“コミュニティ”“共創”“診断”をテーマとした店舗とネットサービスを連携させた筋トレの新しい楽しみ方を通じて、ゼビオ株式会社が設定したマーケティング課題への解決プランとして提案いたしました。

**【審査員総評】**

どのチームも、調査やヒアリングから現状認識や課題・ニーズを深掘りした上で、研究内容を組み立てており、ロジカルシンキングが積み上げられて、非常にしっかりプレゼンテーションできていました。学生のみなさんは、自身の意識として顕在化している課題やニーズを組み立てていましたが、今後は、まだ見ぬ顧客価値からアプローチをしていくことにもチャレンジしてもらいたいと思いました。私たちはこれからも、お客さまからお預かりしているデータを、学生のみなさんや生活者のみなさんのために活用し、共創して、社会的に貢献をしていきたいと思っています。

各賞の受賞、および、最終プレゼンテーションノミネートチームは以下のとおりです。

**【総合優勝・ゼビオ賞：日本大学・水野ゼミ】**

■ゼビオ株式会社のテーマ：大学生におけるスポーツの価値とは？その価値を実店舗とどのように繋げるか考える

■発表テーマ：筋トレ好き男子と女子のためのオンラインサロン提案

■ゼビオ株式会社からの講評：皆さん学生さんらしい視点でプレゼンいただきましたし、「あ、なるほどね」「こんな風には思わなかったな」という気づきが多くありました。全体的に非常に私たちが日ごろ気付かない視点を入れていただいたことに感謝しています。ぜひ、機会があれば当社にてプレゼンしていただきたいです。新店などでも活用できそうなネタがありました。今回、皆さんがまとめていただいたように一消費者としての視点を深掘りしてください。皆さんの提案でマーケットが活性化することにつながれば大変面白いことになりそうです。



**【日産自動車賞：流通科学大学・羽藤ゼミ】**

■日産自動車株式会社のテーマ：若者が心から欲しいと思える自動車サービス・プロダクトを提案する

■発表テーマ：カーディーラーを拠点とした旅行プランの提案

■日産自動車株式会社からの講評：この数カ月間、いろんな緊張やストラグル、進めている中ではチーム運営で難しい局面があったことと思います。そんな中いろいろなチャレンジに取り組んでいただき、本日発表を迎えられたと思います。我々日産自動車メンバーにとっても、楽しく大変身になる話をさせていただきました。受賞したチーム、そうでなかったチームも含めて皆さま方には改めて感謝を申し上げます。すべてのご提案は、日産自動車の血となり肉となり業務の中に生かしていきたいと思っています。

**【AJS 賞：日本大学・岸本ゼミ】**

■オール日本スーパーマーケット協会のテーマ：若者にとっての食事とは何なのか？コンビニでもなく、ドラッグストアでもなく、ECでもなく、通いたくなる食品スーパーを考える

■発表テーマ：食生活の5大罪悪感を解消するための店舗の仕掛けづくり提案

■オール日本スーパーマーケット協会からの講評：今回長い期間にわたってテーマについて真剣に向き合っていたいてありがとうございます。皆さんがいろいろと調べられたデータであるとか、実際に議論したこととか、学生さんなりの感性に触れさせていただいて私どもが固定観念で持っているようなこととか、思い込みであるとかを、強く反省いたしました。ご提案いただいた中身については、本当に勉強になる点多かったですし、これは実際のスーパーでも活かせるなどということも随所がありました。私ども協会の合言葉が「知恵の共同仕入れ」ですので、皆さんからいただいたお知恵を協会の中でも共有させていただきたいと思っています。本当に今回は皆さんから貴重なメッセージをいただきましてありがとうございました。

**【吉野家賞：日本大学・河本ゼミ】**

■株式会社吉野家のテーマ：外食の機会が増える大学生にとって、吉野家を長期間にわたって利用してもらえるようになるための施策を考える

■発表テーマ：吉野家キャンパス DP（ダイナミックプライシング）割・ひみつのテラス席・G1 グランプリ

■株式会社吉野家からの講評：ご参加いただいた4つのゼミの皆さん、本当にありがとうございました。これだけの時間をかけてさまざまな角度から吉野家のことを考えてもらったということが、我々にとっては嬉しかったことですし、プレゼンテーションからほとばしる熱意を感じました。ここまでのものを仕上げさせていただいたことにまずは、感謝というか感動したということをお伝えしたいと思います。本当にありがとうございました。

今後は、幅広い大学や研究機関、企業への「学生マーケティング研究会」への参加を募り、生活者のデータやインサイトを軸とした新たな産学協働の創出を目指し、オープンイノベーションを推進してまいります。CCC マーケティングは、「UNIQUE DATA, SMALL HAPPY.」をグループミッションに、多種多様なデータを、テクノロジーとアイデアで価値創造し、個人のライフスタイルとそれを取り巻く社会をつないで、一人ひとりの毎日の小さな幸せを作ることを使命としています。

**【学生マーケティング研究会について】**

CCC マーケティング総合研究所が目指す、生活者や企業、教育機関、自治体などあらゆる方々との共創によるイノベーション創出の一環として取り組むものです。「第1回 学生マーケティング研究会」は、研究テーマを「現代消費をとらえ、若者視点での新たなマーケティング企画を作成する」に設定し、大学6校および一般企業4社が参加。2020年9月26日（土）～2021年1月23日（土）の期間にかけてオンラインにて実施し、CCC マーケティングは、データやリサーチサービスなどさまざまなアセットを提供しながら、データベースマーケティングのノウハウをもとにサポートいたしました。



■参加大学とゼミ：

- ・近畿大学 経営学部「大内秀二郎ゼミ」
- ・専修大学 商学部「石川和男ゼミ」
- ・東京工業大学 工学院経営工学系「鍾淑玲ゼミ」
- ・日本大学 商学部「河本淳孝ゼミ」「岸本徹也ゼミ」「水野学ゼミ」
- ・宮崎大学 地域資源創成学部「土屋有ゼミ」
- ・流通科学大学 商学部「羽藤雅彦ゼミ」

**【CCCマーケティング総合研究所について】**

消費データ、生活者のインサイトや心の変化、さらには社会環境や経済情勢などを踏まえ、生活者のみなさまの「ちょっといいな」を実現するために役立つ情報を発信することを目的に、2020年7月に設立いたしました。

---

本件に関するお問い合わせ：

CCCマーケティング株式会社 広報担当：安藤 TEL：03-6800-4464