

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

子ども向けロボットプログラミング教室「ProgLab」教室
マネージメント実践インターン

活動期間:2022年5月~9月

子どもたちに「教えること」を通じて、多くの学びを得た

子どもたちがロボット制作やプログラミングを通じて、新しいモノ・コトを創造するプロセスを学ぶ場『プログラボ』で、プログラミング的思考やコーチング、他者との協働を学びました。

子どもたちに教えることで相手の気持ちの汲み取り方や接し方を学びました。また、想定外の発想や試行錯誤する子どもたちから教えられることも多くありました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年5月~7月

若者の力で地域を盛り上げる!
「門戸厄神地域 課題発見・提案プロジェクト」

6th(株)

地域活動に参加して課題を探し、改善策を提案

門戸厄神地域の地域活動の中から興味のある活動を選んで参加し、そこで体験を通じて地域活動の課題を探し、「こうしたらしいんじやないか」という仮説を立て提案しました。

また、これまで経験したことのない活動にさまざまに参加することで視野も広がり、誰に対しても臆することなくコミュニケーションをとる大切さを体感しました。

フィールドワーク インターンシップ

活動期間:2022年9月~11月

SNS(LINE / Instagram)マーケティングを活用して女性事業者増加を目指す!
回数券アプリMATAKUL(マタクル)のアクセラレーションプログラム

PEPELABO合同会社

アプリのマーケティングや顧客対応を体験し、改善に取り組む

回数券アプリ『MATAKUL』のマーケティングや顧客対応に取り組みました。公式LINEでの顧客対応を経験後、問い合わせの定型文を設定したり、よくある質問などからFAQサイトを作成する作業などを行いました。

成果としては、サイトリニューアルに伴うFAQページ追加の情報整理に貢献したほか、顧客からの問い合わせ数が減少しました。

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:【夏】2022年8月~9月【秋】2022年11月~2023年2月

2025年の大阪・関西万博に向けて、ハルカスで広報活動をしよう!
—ハルカスまるごとキャンパス化プロジェクト—

(株)ワークアカデミー

講座の広報活動に取り組みつつ、今後の広報戦略を立案

大阪府との連携講座「持続可能なくらし創造プロジェクト」の広報活動について、実際に情報発信しながら課題の発見や今後の広報案の企画などに取り組みました。

具体的には「ハルカス大学」の公式InstagramやTwitterを使って広報活動を行い、チームで協働したり目標に向けてやり切る大きさ、SNS広報の奥深さなどを体感しました。

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:2022年11月~2023年1月

グラフィックデザイナー体験!「資格とキャリアのスクールnoa」で
デザインスキルを学んで、若者へのPR策を考えよう!

資格とキャリアのスクールnoa

デザインソフトを学んで作品制作 & 新講座のPR案を提案

IT・ビジネススクール「資格とキャリアのスクールnoa」の新講座を体感してPR案を考案しました。実際に「Illustrator」を習得して作品を制作したほか、スタッフ業務の体験やスタッフ、講師へのインタビューを実施。noaの特徴や新講座の魅力を踏まえて、学生の視点から「認知」の裾野を広げるためInstagramを使ったPR案を提案しました。



武庫川女子大学 経営学部実践学習センター
〒663-8558 兵庫県西宮市池開町6-46 TEL:0798-45-8958
<https://sba.mukogawa-u.ac.jp/>

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:2022年6月~9月

学研西宮北口教室の認知度向上プロジェクト

(株)宇宙叶Q(学研西宮北口教室)

学習塾の認知向上のための広報戦略の企画立案&実践

開室1年の学習塾の認知向上を目的に広報の企画立案、実践をめざし、フランチャイズの学習塾のビジネスモデルを学んだ上で顧客分析やアンケート調査を実施、それをもとに広報戦略を立案、実践しました。

広報という仕事の難しさを体感しつつも、SNSなどの閲覧数アップという成果を得て、今後の広報施策の提案も行いました。

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:【春】2022年5月~7月【秋】2022年11月~2023年2月

株式会社うちゅうマーケティング・プランディング
戦略立案(アドバンスコース)

(株)うちゅう

マーケティング・プランディング戦略の立案や実施に挑戦

小学生向けの宇宙をテーマにした教室のマーケティング・プランディング戦略立案業務として、顧客分析、企業や組織とのイベント立案&実施などに取り組みました。

ビジネスモデルキャンバスやワークシートを用いた分析でイベント案の具体性を上げ、実施に向けての準備と実際にイベントの運営も行い、プランディングの一端を担いました。

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:【夏】2022年8月~9月【秋】11月~2023年2月

オンデマンド学びサービスの販売促進案を提案しよう!
—若者向け学び動画のモニター調査—

(株)ワークアカデミー

若者向け動画アプリサービスのマーケティング戦略を立案

10~20歳代向け会員制サービスサイト『noa+(ノアプラス)』のサービスであるオンデマンド学習動画の視聴モニター調査を通じ、マーケティング分析によるサービス理解、ペルソナ(利用者像)の作成、販売促進案の企画などを行いました。さらに社員との共同活動で、社会人としての基本的な立ち振る舞いやビジネスマナーを学びました。



武庫川女子大学 経営学部

実践学習

社会と交流しながら学ぶ3つの実践科目

武庫川女子大学経営学部では、学内外を学びのフィールドにする3つの実践学習科目を用意しています。社会課題を直接体験することと、自己の適性に気づくことを目的として、1年次後期より開始します。「実践学習センター」によるサポートのもと、めざすキャリアに応じてさまざまな企業や団体、地方自治体などで実施します。

I インターンシップ

国内外の企業、官公庁、非営利組織などにおける就業体験を通じて、実社会の課題を学ぶとともに、自分自身の適性や能力を理解します。

例えば…

- 実際に職場を訪問し、さまざまな仕事を学ぶ
- 受入先の課題について解決策を検討
- 自分たちが考えたプランを発表・提案する
- 商品開発や販売を実際に体験する

II サービスラーニング

社会人として、また市民として、地域におけるボランティア活動に参加。協働を通じて新しい視点を得ると同時に、多様な課題解決を経験します。

例えば…

- 地域のボランティアに参加する
- 子育て支援に参加する
- 高齢者支援に参加する
- 地域交流イベントを企画・運営する

III フィールドワーク

企業、消費者、地域文化など、自分の興味・関心のあるテーマに即した現場に身を置き、観察や聞き取り・アンケート調査などを通してデータ収集を行います。

例えば…

- 商店街やイベント・特定の商品などを調査する
- テーマを決めてインタビューする
- テーマを決めてアンケートをする
- 地方の魅力を探す

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:2022年5月~2023年2月

Z世代向けフェムテック関連の新商品開発とクラウドファンディングへの挑戦!

(株)ユタックス

Re:son
カラダに沿う、あなたに寄り添う、
理想のガードル
'ぶりっと上向き HIP'
Smoon.

¥ 応援購入総額 445,250円
目標金額 100,000円
445%
サポート者 64人
残り 32日
応援購入する

Success!

Z世代女子向けフェムテック製品の開発に参画して商品化を実現

今話題のフェムテックをキーワードに、Z世代女子が抱える課題や不満を解消するようなインナーウェアの商品開発に取り組みました。工場見学の後、Z世代女子の悩みをリサーチした結果から、複数の商品アイデアを提案。そこから下半身に悩みがあるものの、ガードルの認知度や利用度が低いことに着目してガードルの開発に絞り込みました。

試作品のガードルが届くと、学生自らフィットティングを重ねることで改善案をフィードバックしたほか、Z世代女子に響く商品名やプロモーション案なども提案しました。

新商品のガードルは「武庫女スマイルフェス」で活動成果をまとめたボス

ターとともに披露すると同時に、クラウドファンディングも実施しました。Z世代女子はガードルの利用度・認知度が低く、新商品は市場開拓への挑戦となりましたが、調査、企画、試作などトータルに取り組ませていただくことができました。

学生 M.I.

学問として学ぶことと、実践することには大きな違いがありました。ひとつの商品が世に出る困難と努力を体感でき、勉強になりました。多くの方に愛用していただけるのが楽しみです。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2021年4月~8月(前半)・11月~2022年3月(後半)

花文化の普及にむけた、新しい取り組みの提案

(株)阪急阪神百貨店×(株)日比谷花壇



花文化の普及や新需要創出アイデアを提案して実践

花と関わるフィールドワークを通じ、今後の花文化の普及や新たな需要創出に向けた取り組みについて提案することをめざしました。活動前半では、市場調査、消費者インタビューなどの客観的なデータをもとに、花文化普及につながるアイデアを提案。後半では、現実的かつ効果的な企画を練り、実践しました。企画は、2022年春に行われた日比谷花壇と神戸阪急の共同企画イベントで採用されました。

採用されたイベント企画は、神戸阪急の対象店舗で一定金額を購入した方におみくじを引いてもらい、当選者に花をプレゼントするというもの。学生たちは企画や当日の運営、おみくじづくりなどの作業に取り組みました。また

プレゼントする花には廃棄予定の花「ロスフラワー」を活用するなど、SDGsにもつながる体験となりました。

女子大生の発想が、若い客層の来店や既存顧客の満足度向上につながったと評価を受けました。



学生 K.M.

「神戸阪急でのイベントに携わる」という貴重な経験ができて嬉しく思います。今回の活動で、企画の提案や実際にイベントを運営する難しさと楽しさの両方を知ることができました。

兵庫県と取り組む「消費者トラブル防止・啓発」グッズ開発プロジェクト

兵庫県×一般社団法人ひょうご大学生支援機構(HUSSO)

活動期間:2022年6月~9月



高校生の悪質商法被害を防ぐための啓発グッズを開発

成人年齢が18歳に引き下がられたことで高校生が消費者トラブルに巻き込まれるのを防ぐため、兵庫県消費生活課や一般社団法人ひょうご大学生支援機構とともに啓発グッズ開発に取り組みました。

高校生をターゲットに、防犯意識、日常よく使用する小物、もらって嬉しいグッズなどについてアンケート調査やインタビューなどを実施。学生たちは高校生が思わず使いたくなる「グッズ」や、環境に配慮した「素材」を念頭に検討を進めました。

文房具のニーズが高かったことを受け、悪質商法への注意喚起スローガン「相手の意図を見透かそう」にかけて「半透明で透ける付箋(紙素材)」に「消

費者ホットライン188」への案内を記載したグッズを開発し、兵庫県内の高校3年生全員(約4万3千人)に配布。学生は兵庫県知事とともに啓発グッズ紹介の記者会見に参加。この様子はNHKや神戸新聞などのメディアでも取り上げられ、啓蒙活動にもつなげました。



学生 A.K.

企画書作成においては、「課題に対する根拠と具体的な施策」を明確にして記載する必要があることを学びました。また「環境に配慮した素材」と予算の兼ね合いが難しかったです。

活動期間:2022年5月~2023年2月

武庫女スイーツ部!「女子大生がインターネットで買うスイーツ」の企画・開発・マーケティング実践

Tastemade Japan(株)



スイーツの共同開発全般に参画し、店頭販売も実施

2012年にアメリカで誕生した食を中心とするライフスタイルメディア『TASTEMADE』と「Z世代女子が買いたくなるスイーツ」を共同開発しました。人気スイーツのフィールド調査やZ世代女子へのアンケート調査を実施した結果、開発商品を「カヌレ」と「琥珀糖」に絞り込みました。

菓子製造開発会社とともに試作と試食を繰り返して商品を完成させると同時に、商品名やパッケージ、リーフレット、販売サイトの写真セレクト、紹介文なども選定し、作成が必要なものは学生が作成を担当しました。さらに、紹介チラシを作成して、学内外でのプロモーション活動にも取り組みました。

インターネット販売の開始に合わせて阪神梅田本店での期間限定販売も実

施し、この時は学生自身も店頭での販売にも関わりました。売れるための商品企画やプロモーションまで、商品開発の実務にトータルに関わられた貴重なプロジェクトとなりました。



学生 Y.T

ものづくりの大変さ、楽しさを学びました。商品企画・開発に取り組んだ商品を販売できて、貴重な経験になりました。売上も好調で、一年間頑張ってきた成果が出て嬉しいです。

活動期間:2022年5月~8月

阪神タイガース新規女性ファン獲得提案プロジェクト

阪神電気鉄道(株)スポーツ・エンタテインメント統括部



さらなるタイガース女性ファン獲得の企画を提案

阪神タイガースは、2014年より新規女性ファン獲得を目的としたTORACOプロジェクトを展開し、2022年度もさらなる新規女性ファン獲得をめざして活動することでした。そこでZ世代の視点や感性を生かし、タイガース女性ファン獲得に向けた企画を提案しました。

まずは、甲子園球場の見学や試合観戦、女性ファンの観察を行い、TORACOおよびその候補者であるネクストTORACOのそれぞれに対するアンケートを設計。女性限定の観戦イベント「TORACODAY」でアンケートやインタビュー調査を行いました。これらの結果分析に加え、タイガース関係者との意見交換も踏まえて企画を練り、最終発表を行いました。

学生たちの提案はファンの入場や観戦のアイデア、球場施設、推し活を意識したグッズなどバリエーション豊かなものに。それぞれに対してプロ目線のコメントをいただき、学生たちはプロスポーツのマーケティングの一端を学びました。



本田 先生

「TORACOをもっと増やす。」この課題に対し、学生は炎天下の調査や全力の意見交換を、企業は学生の発見や分析から真摯に学び、双方が成果を得ることができました。

活動期間:2022年8月~10月

大学生の心を掴むコーヒーショップとは?ソフトコーヒーの新店舗立ち上げプロジェクト

SOT Coffee Roaster ソフトコーヒーロースター



スペシャルティコーヒー専門店の新店舗立ち上げを経験

兵庫県仁川にオープンしたスペシャルティコーヒー専門店の新店舗立ち上げに参画しました。

学生たちは近隣のコーヒーショップ・カフェの商品メニューについての調査と店舗でのインターンシップを経験し、それらをベースに、課題や機会を抽出。SNSでの発信や商品の装飾、キャンペーンなどの企画を提案し、採用された企画を実際に学生たちが実行。成果や問題点などについて最終発表を行いました。自らの手による調査とインターンシップ経験から企画を提案し、実行した上で成果をレビューするという実践的な経験ができました。

また、提案のひとつである「YES/NOで答えると自分の好みのコーヒーがわ

かるテスト」は店舗に導入され、産学連携の取り組みとして神戸新聞に取り上げられました。さらに、メディアやSNSでの発信が店舗の広報宣伝にもつながったほか、武庫女OGがその広報を見て来店してくださるなど、想定外の効果にもつながりました。



学生 M.N

課題の解決策は、頭で考えるだけでも挙げられます。しかし、解決策を実施して生まれる新たな問題点は実際に現場に立たないと挙げられません。現場に立つ重要性を知ることができました。

活動期間:2022年8月~2023年1月

神戸市「思い出の飲食店・商店街魅力発信業務」における広報・ガイドブック制作・若者へのアプローチ施策

KOBE 飲食店・商店街 魅力発信事業体



学生目線で地域の人に地域事業者の良さをアピール

神戸市が実施した、飲食店を中心としてコロナ禍でも頑張る地域事業者を盛り上げる取り組みに学生が参画しました。新型コロナウイルスの影響が続き、より意識されていたのが地域循環経済の活性化で、その施策の一つとして行われたのが「思い出の飲食店・商店街魅力発信業務」です。

本施策では、人々の心に残る店舗を募集し、その中から選んだ101店舗を「思い出エピソード」とともに紹介するガイドブックを制作したり、デジタルスタンプラリーを実施しました。学生たちは、ガイドブックのモデルや撮影をはじめ、現地取材をもとにしたライティング業務にも関わり、若者世代に向けた広報活動にも貢献しました。

完成したガイドブックは3万部発行され、神戸市内の駅や区役所・ホテルなどでも配布。さらに増刷されるなど、好評を博しました。



学生 M.M

限られた文字数・時間でそれぞれのお店の魅力を表すことにとっても苦戦しましたが、感じた魅力を文章を通して誰かに伝えることの楽しさとやりがいを感じることができました。

魅力あふれる沿線創造のための、ウォーキングイベント企画

阪神電気鉄道(株) 都市交通事業本部 運輸部営業課

活動期間:2021年10月~2022年5月

ウォーキングイベント運営や未来に向けた提案

阪神電鉄が開催するウォーキングイベントに、若年層や女性の参加を増やすことをめざして提案を行いました。前半は実際にウォーキングイベントを体験し、学生へのアンケート結果にもとにハイキングコースの提案を行い、後半は実際に提案したコースを巡るウォーキングイベントの運営を支援しました。下見を通じたガイドポイント設定、立ち寄り先やスポンサー企業との調整などを経て、開催当日は運営スタッフとして活動。活動後は今後のハイキング事業運営について提案しました。

商業施設「アクタ西宮」の活性化案を考え、まちを元気にしよう!

(株)関西都市居住サービス

活動期間:2022年5月~7月

マーケティングの視点から商業施設の活性化を考える

阪急西宮北口駅北側にある商業施設「アクタ西宮」を題材に、ショッピングセンターを核とする地域活性化策を提案しました。まず最初に施設の現状や課題・地域活性化について学習し、続いてチームごとにアンケート調査を実施。結果をもとに提案をまとめました。「QRコードを使った位置情報サービス」、「ポップアップストア」、「キッズプレイコーナー」、「レンタルスペース」など、学生らしい発想の提案が相次ぎました。その後、施設関係者を交えて活発な意見交換が行われました。

子どもから高齢者まで多世代で楽しめる「もっとほっとマルシェ」の企画・運営プロジェクト

NPO法人なごみ(まちcafeなごみ)

活動期間:【春】2022年5月~9月【秋】2022年8月~12月

地域の人々と交流しながら「まちづくり活動」に取り組む

これまで「まちcafeなごみ」の店舗前で月1回開催していた「もっとほっとマルシェ」を、駅前や福祉センターといった新たな場で開催。新たな場所でも多くの方に参加してもらえるよう、大学生らしい新メニューへのチャレンジや季節に合わせたイベント、他団体とのコラボ企画など、地域の子どもからお年寄りまでが毎回楽しみになるマルシェを考え、運営しました。学生が普段関わることが少ない高齢者や子育て世代の方との交流は、お互いに学びと刺激がある時間になりました。

名物ミックスジュースをもっと若者に届けるプロジェクト

(株)サカイ

活動期間:2022年5月~8月

老舗ジュース店の若年層向けアピール手法を提案

阪神電鉄・大阪梅田駅にあるジューススタンド「梅田ミックスジュース」の若年層の購買アップがテーマ。最初に井戸辺社長から「梅田ミックスジュース」の歴史や人気の秘訣、抱える課題などの話を聞きました。その後、学生はグループでアンケートや店舗・大学構内の調査やSNS向け広告制作を行い、提案内容を作成・発表しました。また、現状透明のコップにロゴを入れてSNSの発信を促進するアイデアは、学内での実証実験を経てコップのリニューアルにつながりました。

『まちとひとと繋がり届ける』西宮市のタウン情報誌制作プロジェクト

就労移行支援事業所Wow!(ワオ)

活動期間:2022年6月~10月

学生たちが制作に加わったタウン情報誌が受賞

「あなたのまちにいのみや」は、企画・取材・執筆・編集などを西宮市の障害福祉施設「Wow!」が手がけるタウン情報誌です。本プロジェクトでは「アート」をテーマにした号の誌面制作に学生たちが参加し、プロの制作スタッフに指導を受けながらカフェやギャラリーなどへの取材・執筆を担当しました。全国各地から公募で集まったフリーペーパーの中から、その年もっと支持されたフリーペーパーを決める企画「フリーペーパー・オブ・ザ・イヤー2022」において完成したタウン情報誌がWEB投票部門賞を受賞。受賞後、西宮市長を表敬訪問しました。

**5年後のルクア大阪を提案するフィールドワーク
～ショッパー体験からのMD提案まで～**

JR西日本SC開発(株)ルクア大阪

活動期間:2022年5月~7月

大型商業施設の魅力や改善点を考え、その未来像を提案

ルクア大阪の5年後を提案するためのフィールドワークに取り組みました。ひとりのショッパーとしてルクア大阪館内での見学体験を踏まえて施設の魅力や改善点を議論した後、ルクア大阪の運営やマーケティングについてレクチャーを受けました。最終発表では「ルクア大阪の競合・類似施設」、「ルクア大阪のいいところ・残念なところ」などのテーマで、ルクア大阪担当者とディスカッション。「時間帯ごとに気づきが違った」や「授業での学びを現場で理解できた」など、学生は大きな学びを得ました。

**地域の魅力をネットで発信!
旧居留地 "おしゃマニ" 広報室**

旧居留地はいからプロジェクト(旧居留地連絡協議会)

活動期間:【春】2022年5月~8月【秋】10月~2023年1月

学生目線で旧居留地の魅力を発信するプロジェクト

神戸の中でも歴史のあるエリア「旧居留地」の知られざる魅力を学生目線でPRするプロジェクト。最初に学生たちは旧居留地を訪れ、noteやInstagramなどで公開する記事を作成。学生のBarデビューやランチスポット紹介、神戸市立博物館の特別展示の体験など、学生視点や体験を活かした数々の企画が生まれました。チームごとに異なる企画テーマを設け、企画書づくり、取材のアボ取り、原稿作成、リリースまで、広報で必要とされる一貫したプロセスを経験しました。

**市民で作る音と灯りの屋外イベント
「かわにし音灯り2022をつくる」**

かわにし音灯り実行委員会

活動期間:2022年5月~12月

市民が企画運営するイベント「かわにし音灯り」に参画

兵庫県川西市で開催される音楽と灯りをテーマにした市民が企画運営するイベント「かわにし音灯り」に、企画・運営スタッフとして参加しました。学生たちはイベントの魅力を多くの方に伝えるため、Instagramでの広報活動やラジオ出演などの情報発信を担当したほか、会場内のインスタスポット作成なども担当しました。12月のイベント当日は1万人を超える来場があり、多くの方がインスタスポットで写真を撮影するなど、イベントの魅力発信に貢献できました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年5月~7月

西宮市貝類館の魅力を再発見し、PRしよう!

西宮市文化振興課



西宮市貝類館のPRポイントや手法を女子大生目線で提案

西宮市の文化施設のひとつ「西宮市貝類館」の魅力を女子大生目線からPRする方法を考えました。まず貝類館の現状と問題点について学び、来館者へのアンケート調査、インタビューを通じて客観的な数字と生の声から貝類館の問題や魅力を浮き彫りにしました。これらを踏まえて、行政目線でのPR案、SNSなどの広告手法を駆使した案、展示イベントを充実させる案、キャラクター案などを提案しました。特にどの班からも出たSNS強化については、大変参考になったとの評価をいただきました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年6月~2023年3月

大学生が運営する
SDGs動画コンテストの企画・運営

慶應義塾大学 横田ゼミ



全国7大学の学生が運営する動画コンテストの企画・運営に参画

全国7大学の学生約20人が集まる実行委員会メンバーの一員として動画コンテストの企画・運営を担当しました。『#SASS2022』はSDGs教育の普及を目的とし、全国の中高生を対象としたSDGsをテーマとする動画コンテストで、コンテスト全体の設計、SDGs教材の制作、募集促進、応募作品の審査などに携わりました。3年目を迎えた今年は全国67校(1007名)から262作品の応募があり、武庫川女子大学賞には『つながり・コミュニティ』をテーマにした作品を選出しました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年8月~11月

兵庫の木に新しい価値をつける!
「木材を有効活用する商品企画プロジェクト」

(株)しそうの森の木 (株)山弘



木の端材をアップサイクルした新商品を企画

工場で発生する木の端材を生かした商品開発に取り組みました。まず最初に工場見学を行い、木材加工の現場、使用する機械、木材の特徴などについて学んだほか、モデルハウスを見学。その後、市場調査や消費者インタビューなどを行い、チームごとに商品アイデアを考えて実際に商品のプロトタイプを作成し、最終提案を行いました。学生は「森林浴」をコンセプトとした入浴商品と「一生使えるおもちゃ」をコンセプトとした木製おもちゃを考案し、いずれも企業から高い評価をいただきました。

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:2022年8月~9月

ものづくりと場のプロモーション実践!
コワーキングスペース「The DECK」を若者にも届けよう!

The DECK(株)



本格的な加工機材を使うなど、トータルに「ものづくり」を経験

大阪堺筋本町のコワーキングスペース「The DECK」で「ものづくり」を体験、情報発信に取り組みました。レーザーカッターなどの工作機械を使用し「OWN WORK」というテーマでオリジナルアクセサリーを制作体験。「ものづくり」に一貫して関わる経験をしたことで、学生は企画、デザイン、制作、SNS発信などの知識が身に付きました。情報発信面では、Z世代ファンを作るための調査やアイデアを学生が実施。社会人にはない発想で参考になったと企業から評価を受けました。

フィールドワーク インターンシップ

活動期間:2022年9月~12月

コラボ商品開発!
音羽DELIのファンづくりプロジェクト

(株)音羽



惣菜や弁当の商品開発に加えて、販促物やリピート施策も提案

音羽グループの新業態であるお寿司・お弁当・お惣菜のテイクアウト専門店「音羽DELI」と商品開発プロジェクトに取り組みました。先行事例リサーチの後、「お祝い」「お花見」「健康」の3つのテーマに沿った弁当や惣菜を提案するとともに、販促物に加えてSNSやポイントカードなどリピートづくりのための施策も提案しました。学生の提案内容をもとに試作を行って実施した試食会では、学生たちが改善点をフィードバックしました。学生による企画商品は、3つの時期に分けて実際に販売する予定で準備が進んでいます。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年10月~12月

地元に愛されるダンススクールを目指せ!
鳴尾クリスマスダンスコンサートプロジェクト

KDTダンスファクトリー



駅前広場でのクリスマスイベントの企画・運営に携わる

ジャズダンススクール「KDTダンスファクトリー」の企画として、鳴尾・武庫川女子大前駅の駅前広場で実施された鳴尾クリスマスダンスコンサートの企画・運営に学生が携わりました。企画のアイデア出しから参加し、フォトスポットの作成や周辺店舗のスタンプラリー参加の営業、子どもと一緒に踊るダンスステージの企画など、学生それぞれ担当を持って活動しました。イベント当日は1,000名以上の方々が参加。華やかなクリスマスのひと時を楽しんでいただきました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年9月~12月

「シェアホースラボ」淡路島の
保護馬牧場の商品企画プロジェクト

SHARE HORSE ISLAND



学生が考案したソーシャルプロダクトがカタチに

淡路島の保護馬交流牧場「シェアホースアイランド」での新商品開発に参画しました。まずは保護された馬たちと触れ合い、牧場の理解からスタート。その後、商品コンセプトやターゲット設定などのマーケティング、プロダクトデザインなどを担当しました。最終的に、馬ふんから作った紙「ばふんペーパー」を活用した「ラッキーホースチャーム」というカード型のお守りが完成。SNSでの情報発信や、学内でのテスト販売&デザインアンケートも担当し、現在は牧場のお土産・支援グッズとして販売されています。

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:2022年10月~2023年1月

「丹波大納言小豆」を使った商品の開発とPR

丹波大納言小豆ブランド戦略会議



丹波大納言小豆を使ったスイーツを開発し、商品化を実現

小豆の最高品種「丹波大納言小豆」と学生が食べるお菓子に関する情報収集や、アンケート調査を実施。その調査結果を踏まえて新商品を提案しました。最終的に2名の学生の提案を折衷する形で「小豆のもんぶらんタルト」の商品化が決まりました。学生たちは試作品を試食して意見をフィードバックしたほか、ネーミングも提案。最終的に商品名は『丹ぶらん』に決まり、丹波市と共同でプレス発表を実施し、期間限定商品として発売し、約300個の売り上げを記録しました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2021年6月~2022年2月

神戸市の課題解決! 産学官連携仕掛けごみ箱プロジェクト

神戸市

行動心理学を駆使したポイ捨て削減ゴミ箱を考案

ナッジ(仕掛け)を用いたゴミ箱を考案し、ポイ捨て削減をめざすプロジェクトに学生が参画。「なぜポイ捨てをするのか?」という行動心理学を学んだ後、企業や行政などとの意見調整をしながら「きちんとゴミを捨てたくなる」仕掛けを用いたゴミ箱のデザイン・設計・設置方法を考案しました。

インターンシップ サービスラーニング フィールドワーク

活動期間:2021年8月~2022年3月

新入生の迷いを解消!武庫女情報スマート化プロジェクト LINEを使ったFAQプロジェクトチーム

武庫女情報スマート化プロジェクト(MISプロ)

在学生向け質問サポートサービスの運用や進化に貢献

学校生活において疑問がある時、LINEから情報にアクセスや質問ができる「MUKOJO質問サポート」の運用を大学職員と連携し行いました。具体的には、各部署からの情報発信依頼を受け、各種コンテンツを作成。また、学生の疑問に答える「先輩チャット」の運営も今年度は他学科の学生たちと連携し、より充実したものに。この活動によって新入生の不安緩和や大学生活への期待感を膨らませることに貢献しました。さらに、全学生対象に行ったアンケート結果からDXのためのアプリ導入を大学に提案しました。

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:2022年5月~7月

ENSEMBLE CAFE マーケティングクラス

(株)トランジットジェネラルオフィス

本校舎内のカフェの改善ポイントを調査&提案

本学経営学部校舎内にある2つのカフェについて、課題のリストアップや利用実態調査を実施しました。ここでは利用頻度や認知度、購入意向などをアンケート形式で調査しました。さらに、カフェを知っている人と知らない人という2パターンの座談会を実施して学生の本音を探りました。

いくつかの課題と改善ポイントを提案し、それに基づいてカフェ側もメニュー変更の実施や新メニューを発売しました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年5月~8月

弁護士の役割を学び、士業の未来を考える!

弁護士松田昌明(六甲法律事務所)

士業を通じ、多角的視点で物事を見る重要性を学ぶ

裁判所で裁判を傍聴したり、行政書士や司法書士、税理士、社労士など士業の人たちとのコミュニケーションを通じ、それぞれの士業の役割を学びました。同時に、企業や個人が抱える問題、社会には表裏が存在すること、多角的な視点で物事を見る大切さを学ぶことができました。

さらに、現状や課題を分析すること、そこから最適解を考える力を身につけることができました。



行動心理学を駆使したポイ捨て削減ゴミ箱を考案

ナッジ(仕掛け)を用いたゴミ箱を考案し、ポイ捨て削減をめざすプロジェクトに学生が参画。「なぜポイ捨てをするのか?」という行動心理学を学んだ後、企業や行政などとの意見調整をしながら「きちんとゴミを捨てたくなる」仕掛けを用いたゴミ箱のデザイン・設計・設置方法を考案しました。

サービスラーニング フィールドワーク

活動期間:2021年8月~11月(前半) 2022年1月~3月(後半)

あやべ大学

志賀郷地域振興協議会・志賀郷自治会連合会・志賀郷を楽しむ会×藤井善仁

地域づくりに向け、90人以上の地域住民にインタビュー

綾部市に滞在して地域づくりの実践に取り組むプロジェクト。地域住民93人に対し、大学が取り組む地域活性化の取組みや地域と大学の連携、都市と農村の交流における地域と大学の課題などについてインタビューを実施した後、市民ホールや公民館で地域住民を前に最終報告会を行いました。この活動を通じて地域が直面する課題を住民と共有することができ、域学連携教育モデルの示唆が得られました。



地域づくりに向け、90人以上の地域住民にインタビュー

綾部市に滞在して地域づくりの実践に取り組むプロジェクト。地域住民93人に対し、大学が取り組む地域活性化の取組みや地域と大学の連携、都市と農村の交流における地域と大学の課題などについてインタビューを実施した後、市民ホールや公民館で地域住民を前に最終報告会を行いました。この活動を通じて地域が直面する課題を住民と共有することができ、域学連携教育モデルの示唆が得られました。

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:2022年3月~5月

武庫女×HIS 三重県多気町ツアープロジェクト

(株)HIS

旅行業界について学び、地方創生ツアー企画に挑戦

旅行業界全体と三重県多気町の観光や課題について学びました。事前研修後、現地に赴いて地方創生ツアーを企画するためのアイデアをインプットしました。その後課題を洗い出し、グループワークにて提案書を作成し、担当者から提案のフィードバックを受けました。学生の課題を解決することをめざした提案の中には、実際に採用が検討されそうな内容も。学生たちもひとつのテーマを深く調査する経験ができました。



旅行業界について学び、地方創生ツアー企画に挑戦

旅行業界全体と三重県多気町の観光や課題について学びました。事前研修後、現地に赴いて地方創生ツアーを企画するためのアイデアをインプットしました。その後課題を洗い出し、グループワークにて提案書を作成し、担当者から提案のフィードバックを受けました。学生の課題を解決することをめざした提案の中には、実際に採用が検討されそうな内容も。学生たちもひとつのテーマを深く調査する経験ができました。

インターンシップ サービスラーニング フィールドワーク

活動期間:2021年8月~2022年3月

新入生の迷いを解消!武庫女情報スマート化プロジェクト LINEを使ったFAQプロジェクトチーム

武庫女情報スマート化プロジェクト(MISプロ)

在学生向け質問サポートサービスの運用や進化に貢献

学校生活において疑問がある時、LINEから情報にアクセスや質問ができる「MUKOJO質問サポート」の運用を大学職員と連携し行いました。具体的には、各部署からの情報発信依頼を受け、各種コンテンツを作成。また、学生の疑問に答える「先輩チャット」の運営も今年度は他学科の学生たちと連携し、より充実したものに。この活動によって新入生の不安緩和や大学生活への期待感を膨らませることに貢献しました。さらに、全学生対象に行ったアンケート結果からDXのためのアプリ導入を大学に提案しました。

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:2022年5月~7月

ENSEMBLE CAFE マーケティングクラス

(株)トランジットジェネラルオフィス

本校舎内のカフェの改善ポイントを調査&提案

本学経営学部校舎内にある2つのカフェについて、課題のリストアップや利用実態調査を実施しました。ここでは利用頻度や認知度、購入意向などをアンケート形式で調査しました。さらに、カフェを知っている人と知らない人という2パターンの座談会を実施して学生の本音を探りました。

いくつかの課題と改善ポイントを提案し、それに基づいてカフェ側もメニュー変更の実施や新メニューを発売しました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年5月~8月

弁護士の役割を学び、士業の未来を考える!

弁護士松田昌明(六甲法律事務所)

士業を通じ、多角的視点で物事を見る重要性を学ぶ

裁判所で裁判を傍聴したり、行政書士や司法書士、税理士、社労士など士業の人たちとのコミュニケーションを通じ、それぞれの士業の役割を学びました。同時に、企業や個人が抱える問題、社会には表裏が存在すること、多角的な視点で物事を見る大切さを学ぶことができました。

さらに、現状や課題を分析すること、そこから最適解を考える力を身につけることができました。



士業を通じ、多角的視点で物事を見る重要性を学ぶ

裁判所で裁判を傍聴したり、行政書士や司法書士、税理士、社労士など士業の人たちとのコミュニケーションを通じ、それぞれの士業の役割を学びました。同時に、企業や個人が抱える問題、社会には表裏が存在すること、多角的な視点で物事を見る大切さを学ぶことができました。

さらに、現状や課題を分析すること、そこから最適解を考える力を身につけることができました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年2月~5月

地域拠点「鳴尾老人福祉センター」の活性化プロジェクト

NPO法人なごみ

福祉センターの活性化に学生たちのアイデアが活躍

コロナ禍で約2年間、イベントができるいなかった「西宮市鳴尾老人福祉センター」をフィールドにし、高齢者を中心としながらも、様々な世代が交流できる機会や施設を活性化できる取り組みを学生たちが考えました。

地域に開いた交流イベントを開催し、子供向けのワークショップや愛称募集企画を行った。住民投票の結果「ほのぼのふれあいセンター」という愛称に決め、施設を紹介するリーフレットや看板の製作までを学生たちが行いました。



福祉センターの活性化に学生たちのアイデアが活躍

コロナ禍で約2年間、イベントができるいなかった「西宮市鳴尾老人福祉センター」をフィールドにし、高齢者を中心としながらも、様々な世代が交流できる機会や施設を活性化できる取り組みを学生たちが考えました。

地域に開いた交流イベントを開催し、子供向けのワークショップや愛称募集企画を行った。住民投票の結果「ほのぼのふれあいセンター」という愛称に決め、施設を紹介するリーフレットや看板の製作までを学生たちが行いました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年4月~9月

オーガニック米を使った『おむすびの商品開発・製造・販売』プロジェクト!

(株)ファイブスクエア

飲食店の新規オープンを商品開発段階から体験

神戸元町のおむすび屋の新店舗の立ち上げに関わりました。飲食店の新店舗の立ち上げという貴重な機会に参加し、自社栽培の有機米をどう美味しいか見つけた目も楽しいおむすびとしてよりお客様に食べていただくなどを重点的に考えました。こうした商品開発のほか、製造プロセスの構築、実演販売、SNSを使ったPRなど、小さなお店を運営するに必要な活動に実践的に取り組みました。



インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年5月~9月

公務員と語る、公務員を語るスピノフ in武庫川女子大学

尼崎市役所(自主研修グループ夜カツ)

公務員のイメージや仕事を学び、そのやりがいを知る

尼崎市役所の自主研修グループ「夜カツ」とのコラボで、「公務員を語る、公務員と語る」というイベントを企画運営しました。

学生目線の公務員のイメージを調査し、どのようにすれば参加してもらう方に満足してもらえるかを考えました。また、イベントでは現役公務員から話を聞き、公務員の仕事のやりがいについて学びました。他にもボランティア活動に参加し、「公務員としてまことに関わること」を学びました。



公務員のイメージや仕事を学び、そのやりがいを知る

尼崎市役所の自主研修グループ「夜カツ」とのコラボで、「公務員を語る、公務員と語る」というイベントを企画運営しました。

学生目線の公務員のイメージを調査し、どのようにすれば参加してもらう方に満足してもらえるかを考えました。また、イベントでは現役公務員から話を聞き、公務員の仕事のやりがいについて学びました。他にもボランティア活動に参加し、「公務員としてまことに関わること」を学びました。

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:2022年7月~8月

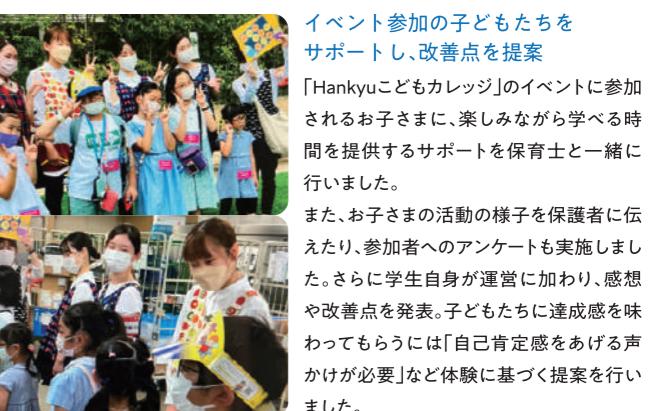
阪急こどもカレッジ 2022インターンシップ

(株)阪急阪神百貨店

イベント参加の子どもたちをサポートし、改善点を提案

「Hankyuこどもカレッジ」のイベントに参加されるお子さまに、楽しみながら学べる時間を作り、サポートを保育士と一緒に行いました。

また、お子さまの活動の様子を保護者に伝えたり、参加者へのアンケートも実施しました。さらに学生自身が運営に加わり、感想や改善点を発表。子どもたちに達成感を味わってもらうには「自己肯定感をあげる声かけが必要」など体験に基づく提案を行いました。



インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年5月~12月

「あい市門戸厄神」に参加し、地域イベントの表と裏、地域の人のつながりを知る

6th(株)

「あい市門戸厄神」に参加し、地域イベントの表と裏、地域の人のつながりを知る

「あい市門戸厄神」に運営に参画し、イベントを作りあげる

20年以上続いている地域イベント「あい市門戸厄神」に携わりました。最初期から携わっている人々をはじめ、子どもから大人、同年代の大学生まで、地域に関わる皆さんと交流することで、さまざまな気づきを得るとともに、門戸厄神地域の人とのつながりを感じることができました。今回は、門戸厄神の抱える課題や目標を地域の皆さんと一緒に考え、会場マップの作成を提案し、導入に至りました。



「あい市門戸厄神」に運営に参画し、イベントを作りあげる

20年以上続いている地域イベント「あい市門戸厄神」に携わりました。最初期から携わっている人々をはじめ、子どもから大人、同年代の大学生まで、地域に関わる皆さんと交流することで、さまざまな気づきを得るとともに、門戸厄神地域の人とのつながりを感じることができました。今回は、門戸厄神の抱える課題や目標を地域の皆さんと一緒に考え、会場マップの作成を提案し、導入に至りました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年8月~11月

環境問題・社会問題をテーマとしたイベント企画運営、SNS運用

暮らしの目からウロコ

エコ＆エシカルな空気感醸成をめざす取り組みを実践

「地球に私に家族にやさしい暮らし」をテーマに、「SNSでエコ・エシカルに関する投稿をする」「エコ・エシカルをテーマにしたイベントを開催する」の2つの活動を行いました。SNS投稿では、根拠や出典の明らかな情報の発見や「自分が一次情報になること」を意識して作成し、質の高い投稿をめざしました。また、イベントでは「いらなくなったTシャツでカバンを作るワークショップ」の企画・広報・運営までを学生が担当し、満足度の高いイベントを開催しました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年7月~9月

重要文化財「茅葺住宅」の管理を手伝いながら、活用方法を考えよう

特定非営利活動法人茅葺座

文化財に指定されている茅葺建造物の活用法を考える

兵庫県指定重要文化財の茅葺住宅「内田家住宅」は、約300年前(江戸時代)に建てられた庄屋の住宅で、現在は神戸市が所有しています。一般公開日は、歴史好きや建築に興味のある人々が見学に訪れます。今回は、草刈りやかまどの火起こしなど管理の大変さ、自然を活用した構造の快適さなどを体感し、若い世代をはじめとした多くの人々に茅葺住宅の魅力を伝える方法を検討して提案しました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年8月~10月

**武庫川女子大学×琴平町
琴平町観光造成プロジェクト**

香川県琴平町役場

観光客を増加させる企画の立案をめざして学ぶ

「こんびら参り」で有名な香川県琴平町の観光客が他地域に比べて少ないという課題をいかに解決するかを学びながら、琴平町に多くの人が訪れるようなツアーを学生目線で企画立案することをめざしました。まず事前研修で企画立案や現地情報に関するインプットを行いました。グループに分かれての現地研修では、現地観光課おすすめのレーな観光スポットなどを見学。その後、課題を洗い出し、グループワークにて提案書を作成して担当者に発表、フィードバックを受けました。

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:2022年11月~2023年1月

観光地に新規オープンした飲食店の運営・活性化提案インターン

森口製粉製麺(株)

飲食店の立ち上げ&オープン後の運営までトータルに実践

乾麺メーカーが乾麺の美味しさや自社商品の魅力をPRするためにオープンした直営飲食店。城下町の風情が残るエリアに建つ古民家をリノベーションした店舗で、実際に接客や調理に携わりながら乾麺や店舗で取り扱う商品、技術について学びました。さらに、店舗が立地する重要伝統的建造物保存地区のフィールドワークを行い、メニュー改善やSNS発信強化など、店舗運営や集客増のアイデアを提案しました。

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:2022年8月~9月

**キッチンカーでのお弁当の販売戦略を考案しよう!
～お客様からのヒアリングやエリア分析を通して～**

(株)大阪コロナホテル

キッチンカーでの弁当販売を通じて新たな販売プランを創出

ホテルの新サービス「弁当販売」の成功をめざし、キッチンカーでの弁当販売の現場においてアンケート調査や近隣店舗調査を実施しました。まず、販売業務を通じてアンケート調査を実施。さらにアンケート集計と分析を行い、結果から見えたサービスの課題に対して販売戦略を考案し、成果発表会でホテルへ提案しました。ゼロから何かを作りあげるという、実際の企業でも行われている企画提案を体験しました。

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:2022年8月~9月

Twitterで話題の「大阪コロナホテル」の集客策を考えよう!～新大阪でホテルマン業務体験～

(株)大阪コロナホテル

ホテルワーマンとして働き、若い感性を生かして企画提案

宿泊客対応や研修会場の運営、カフェでの配膳といったホテル業務体験をした後、ホテル内施設の活用プランや集客策など、若い世代の感性を生かした提案を検討しました。実際に、業務体験やクチコミ調査で発見したサービスの課題を集客につなげる企画の立案を行い、成果発表会でホテル側に提案しました。ホテルワーマンとしての姿勢や今ある素材や価値を活かして集客策を提案する重要性を学びました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年10月~12月

**水道筋商店街の大学生向け
つまみ食いツアーの企画運営**

(株)W

商店街の魅力を発掘するツアーを企画し、運営まで体験

大学生目線で水道筋商店街を楽しめるような食べ歩きツアーの開発をめざしました。事前調査を通じて大学生から見た商店街の魅力を考え、「レトロ」をテーマにつまみ食いツアーを企画。2回のツアーを実施する中で、企画内容や広報をブラッシュアップし、当日の進行やSNSの運用など、さまざまな工夫を行いました。参加者に楽しんでもらうことをめざした企画から集客、運営まで総合的なスキルを学びました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年11月~2023年2月

**王子公園・水道筋商店街地域の
ローカルSNSの立ち上げ&運営**

(株)W

Instagramを学び、商店街の情報発信をブラッシュアップ

20~40代の女性に水道筋商店街を楽しんでもらうことをめざしてリニューアルしたInstagramアカウントの投稿を担当しました。まずカメラ講座やInstagram講座で基礎を学び、学生や生活者から見た商店街の魅力を発信する投稿を作成。プロフィール文やデザイン刷新のほか、店舗取材は1人が3投稿分を担当。今まで商店街になかった切り口での発信ができ、フォロー数増へと繋がりました。

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:2022年8月~10月

**兵庫工業会を救え!
「WEBサイトリニューアルマーケティング大作戦」**

公益社団法人 兵庫工業会

製造業を学び、最大の課題である情報発信について提案

兵庫工業会のウェブサイトリニューアルに取り組みました。まず経営者への直接ヒアリングをもとに現在のウェブサイトの課題の分析を実施。その後、新たな提案を行いました。新たな提案では、若い世代を中心とする会員企業への情報発信やコンテンツづくりを提案しました。

また、経営者たちと直接会話をすることで、インタビューの基本から礼儀や立ち振舞いまで身をもって学びました。

インターンシップ フィールドワーク

活動期間:2022年8月~11月

**六甲ミーツ・アート芸術散歩2022
設営・運営・情報発信サポート**

六甲山観光(株)

現代アートの展覧会の運営側としてさまざまな活動に挑戦!

六甲ガーデンテラス、六甲高山植物園、ROKKO森の音ミュージアムをはじめ、六甲山上のレジャー施設など、計10施設を会場とする「六甲ミーツ・アート芸術散歩2022」。今回はアーティストの作品設営補助や会期中の会場運営のほか、興味のある作品やイベントなどを取材し、「こどもしんぶん」の記事を作成しました。さらに全活動終了後、イベントをブラッシュアップする視点で改善点などを提出しました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年10月~2023年2月

**製造業の働き方・魅力を伝える!
女子大学生向けマッチングイベント企画運営インターン**

公益社団法人兵庫工業会

女子大生とメーカーのマッチングイベントを企画・運営

兵庫工業会の指導の下、園田学園女子大学・神戸親和女子大学(2023年4月より「親和女子大学」)の学生とともに、2023年2月に開催する製造業と女子学生の出会いの場となるマッチングイベントの企画・運営を行いました。テーマやコンテンツ決め、参加企業への説明や打ち合わせ、参加学生へのPR活動など、幅広くイベントの企画運営を一気通貫で学びました。また、他大学の学生と連携しながらの取り組みも大きな刺激となりました。

インターンシップ フィールドワーク サービスラーニング

活動期間:2022年10月~2023年2月

**もう迷わせない!
市役所市民課フロア誘導カイゼンプロジェクト**

芦屋市役所

「市民が困らない、迷わない市役所」をめざした改善案を提案

市役所に来た市民の皆さんと、手続き開始までに困らないようなフロア誘導の改善策について提案を行いました。芦屋市役所の他に、8つの近隣市役所・区役所で利用者・施設・職員について、主に観察手法を使って調査を行い、調査結果を比較することで、改善点とその対策を検討しました。芦屋市役所の市民課職員に改善提案プレゼンを行い、実現できそうなものについては着手が始まっています。

サメ革小物専門店の認知向上大作戦!

合同会社 AtelierShark

SNSを盛り上げ、PV1万超えや購入増など、大きな成果

世界でも珍しいサメ革専門のレザーブランド「アトリエシャーク」。公式SNSをPRするための競合調査や施策を検討し、プロフィールや投稿内容を提案しました。単に考えるだけでなく、作成した内容をSNSへ反映することで成果を検証し、さらにディスカッションを通じて改善を繰り返す実践的な経験となりました。約300フォロワーのSNSアカウントながら1投稿で1万PV超え、SNS経由の商品購入増など、成果に繋がりました。

**六甲ミーツ・アート芸術散歩2022
フィールドワーク**

六甲山観光(株)

現代アートイベントで、来訪者の調査や分析に取り組む

六甲山上で実施される現代アートの展覧会をフィールドにて、調査や分析を実施しました。六甲ミーツアートでの自らの体験をもとにヒアリング項目や選択肢を設計、インタビューなどの調査を実施しました。目標とした100件のインタビューが実施できたほか、スタンプラリーや展示内容、移動などの項目について顧客セグメントごとの分析を行い、より良いイベントをめざすための前向きな提言を行いました。

**武庫川女子大学×日本マクドナルド
「マック・ハッピーデー・チャリティ企画」**

日本マクドナルド(株)

マクドナルドが行う世界的なチャリティ活動に参加

「マック・ハッピーデー」は、各国のマクドナルドがその国の人々の幸せを願い、長年展開するグローバルチャリティ活動です。事前研修で企画立案や現地情報に関するインプットを行い、イベント当日は多くのお客様に募金の声かけを行うなど、積極的に活動しました。参加後は気づいた課題や改善点を本部社員に提案しました。良い案は来年度の活動で反映されるそうです。

「かぐや姫の紙づくり」紙の魅力再発見プロジェクト

(株)大同印刷所

放置竹林問題の認知向上をめざしたスタンプラリー企画を提案

竹林の資源化と地域活性化をテーマに調査・研究を行いました。幼竹の皮を原料にした手漉き紙「かぐや姫紙」を使ったスタンプラリーの企画を発案し、「純国産メンマサミットin淡路島」において企画展示とアンケート調査を実施しました。その調査結果をもとに未利用農産物の資源化、観光客誘致と放置竹林問題の認知度向上を目的としたスタンプラリー企画にまとめ、洲本市に向けて提案しました。

**「自分らしい生き方・あり方を模索する
ワークショップ」企画運営**

一般社団法人 うちだけのIKIKATA

自己の内面と向き合う対話型イベントの企画、運営を実践

自分らしい生き方・あり方を模索するため、自分と向き合う対話型イベント開催に取り組みました。気軽に参加できるものがいいという学生の発案により双六形式とし、自分と向き合うための「問い合わせ」も作成。当日、学生たちは各テーブルにファシリテーターとして付き、参加者の「問い合わせ」に対する答えを具体化する「チャンクダウン」、抽象化する「チャンクアップ」の問い合わせを重ね、価値観に迫れるよう深堀しました。

**神戸旧居留地
「音楽と食のプロムナード」の運営とリサーチ**

旧居留地はいからプロジェクト(旧居留地連絡協議会)

旧居留地のイベント運営やPR、リサーチに取り組む

旧居留地でのイベント「音楽と食のプロムナード」の運営およびPR、リサーチに取り組むプロジェクトに参画しました。事前ミーティングへの参加に加え、イベントのチラシ作成やSNSでのPRを実施。イベント当日は、ビラ配りのほか、来場者アンケートや出店者インタビューも行いました。初実施のアンケートでは有意義なフィードバックも多数あり、意義のある取り組みとなりました。

**YUNGA Japan:
地球を楽しく学ぶ展示・ワークショップ企画・実践**

YUNGA Japan

中高生がSDGsを学ぶ仕掛けや普及方法を検討して発表

SDGsに関する講義をテーマごとに受講後、中高生がSDGsを学ぶための仕掛けを考え、SDGsを広く普及させるにはどうすべきかをグループで考えました。最後にパソコン担当者や中高生に発表を行い、パソコン担当者からは今後のカリキュラム作成の参考にしたいとの言葉を、中高生からは内容がわかりやすくSDGsを理解できだと感想をいただきました。

教育・資格を通じて武庫川女子をプランディングしよう!

(株)ワークアカデミー

資格講座の広報活動を企画&実践。申込者数増の成果も

本学の資格サポート窓口で展開中の資格講座の広報活動を企画&実行しました。具体的には、SNSを用いた広報、QRコードを用いたクイズ、校内放送やポスターの展示などに取り組みました。結果としてInstagramのフォロワー増加、資格サポート窓口の存在や活動の認知度向上、さらには資格講座への申込者数の増加などを達成することができました。

**『武庫川女子大学スクーデントジョブ制度』
推進のための認知度向上プロジェクト**

(株)学生情報センター

SNSの選定やペルソナ設定など、具体的な戦略を立案

在校生の経済支援や社会常識習得をサポートする『武庫川女子大学スクーデントジョブ制度』の認知度向上に取り組みました。まず課題を整理し、SNSにInstagramを選定したり、ターゲットのペルソナ設定を行って活用戦略を検討しました。さらに類似アカウントを調査してデモ画面を作成。さらに掲載内容などの具体的な提案も行いました。

女性のためのコワーキングスペースの運営インター

(株)ICB

女性向けキャリアイベントの企画運営などを担当

SNSを使った広報、キャリアイベントの企画と立案、運営の補助を行うことにより、女性向けコワーキングスペースの広報活動に取り組みました。実際にSNSのフォロワーが増加する成果のほか、イベントでは女子大学生としての意見を発信することで女性とキャリアの問題について参加者と情報共有でき、自身のキャリアについて考えるよい機会となりました。

**「ハンドメイドで端材をアップサイクル」
ハンドメイドの可能性の探求とSDGsの課題解決プロジェクト**

triangle(株)

端材のアップサイクルを拡大するコンテンツ案の提案

さまざまな端材のアップサイクルを拡大するべく、市場調査をもとにハンドメイドのユーザーニーズをとらえたコンテンツ制作や商品企画の提案を行いました。端材は材料として使うのもそのままで商品として販売するのも困難なものなので、商品企画の難易度は高いです。アップサイクルにとどまらない、さまざまな商品企画に役立つ良い経験になりました。

スタジオアリス インターンシッププログラム

(株)スタジオアリス

撮影スタジオの業務ややりがいを実践的に学ぶ

実践型インターンシップとして、実店舗でお客様とふれあう一連の業務を行いました。実際に着付けやヘアセットなどを担当した際は、「お客様を笑顔にするために自分が何ができるか?」を考えながら取り組みました。参加した学生は、お子さまの晴れ姿を見る親御さんの嬉しそうな顔を見て、この仕事のやりがいを実感。活動を通じて業務内容、話し方や伝え方、臨機応変な対応を学びました。

地域のこどものための楽しく学べるイベント企画

西宮てらこや

子どもを対象とした地域社会の交流イベント企画&運営

子どもを対象とした地域社会の交流を目的としたイベントの企画から運営までを、学生たちが主体となって取り組みました。2月に行った冬のイベントは「自然の中で大冒険をしよう!」をテーマに甲山森林公園を存分に使った企画を提案。企画する際に検討すべき事項の多さや子どもたちとの接し方、周囲の人を動かす難しさなど、多くのことを学ぶとともに、子どもたちの「楽しかった!また来たい!」という声を聞ける喜びや達成感を体感しました。

**“住みたい!”“住み心地がいい!”を叶える
マンション運営プラン企画**

東急住宅リース(株)

マンション管理会社の仕事を学び、オーナー様への提案を検討

マンションの管理会社の仕事を知るとともに、新築マンションの企画や入居希望者増加戦略、マンションオーナーのお悩み解決、築古マンション資産価値向上などの課題に対して、調査・分析を交えながら新しいアイデアを検討しました。具体的には、事前学習後に設定された条件やオーナー様の要望からアイデアをグループで出し合い、提案資料を作成&発表しました。

授業現場を体験しながら、授業案作成にチャレンジ

関西うちゅう教室(梅田校)運営補佐インター(スタンダードコース)

(株)うちゅう

授業現場を体験しながら、授業案作成にチャレンジ

小学生向けの宇宙をテーマにした教室の運営をサポートし、実際に教室で行われる、授業の制作に取り組みました。工作やクイズなどの授業現場に参加し、具体的かつリアルな授業案を作成することをめざしました。また、授業終了後の振り返りでの意見交換での気づきを自身の授業案に活かし、“行動→気づき→改善”的なサイクルを回しました。

**他大学合同・ホワイト企業訪問研究プロジェクト
(健康経営の大学生向け認知度調査)**

一般社団法人社会的健康戦略研究所

健康経営に取り組む企業や監督官庁にインタビューを実施

従業員の健康を重視するホワイト企業(健康経営企業)5社と、監督官庁である経済産業省へ事前調査&インタビュー項目を作成した上で他大学の学生とともに訪問し、調査インタビューを実施。さらに大学生に認知度調査も実施し、各訪問先の担当者に対してインタビュー結果と健康経営の認知度を高める施策を提言しました。