

サービスマーケティング インターンシップ フィールドワーク 活動期間:2022年8月~2023年3月

あやべ大学 第3弾

経営学部 藤井先生

綾部市をフィールドに、地域づくりの実践を行う

移住促進に力を入れる綾部市で、地域づくりの実践に取り組みました。最終報告会として、京都産業大学・龍谷大学とともに「3大学合同フォーラム」を行い、地域住民をはじめ、綾部市定住・地域政策課や京都府中丹広域振興局の職員とも交流。今後の集落機能の維持方策を女性リーダーと過少代表性の是正というジェンダーの観点から、地域の担い手育成に関して発表しました。

インターンシップ フィールドワーク 活動期間:2023年6月~8月

学研西宮市北口教室 プロモーション動画作成プロジェクト

学研西宮北口教室

学研教室のプロモーション動画を作成し、認知度向上へ

学研教室のプロモーション動画をオリジナルで作成し、認知度向上に貢献しました。作成した動画は、教室で開かれたイベントで幼稚園生や小学生の子どもを持つ保護者に見ていただき、アンケートを取って改善点の分析を行いました。活動を通じて、情報を分かりやすく伝える難しさや、動画作成の事前準備の重要性を体感。広告業の面白さを知り、将来の希望分野が広がりました。

インターンシップ フィールドワーク 活動期間:2023年8月~9月

ITビジネススクール「資格とキャリアのスクールnoa」で Photoshopソフトの学習&SNS用画像を作成・投稿しよう!

資格とキャリアのスクールnoa(ノア) [ワークアカデミー運営]

スクールの業務であるカウンセリングを学び、広報にも挑戦

ITビジネススクールの主な業務であるカウンセリングと広報を体験しました。カウンセリングの基本姿勢や傾聴の方法を学び、ペアワークやロールプレイングなどを実施。人に向き合う心構えが変化し、円滑なチーム活動につながりました。広報体験では、動画講座を受講したほか、写真加工ソフト「Photoshop」を使ってinstagram投稿画像を作成。ハッシュタグの付け方なども工夫し、効果測定まで行いました。

インターンシップ フィールドワーク 活動期間:2023年10月~2024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

他大学とともに就活マッチングイベントを企画・運営

認知度が低くても、魅力的な中小企業は多くあります。そんな製造業の中小メーカーと、女子学生の出会いの場となる就活マッチングイベントの企画・運営に、園田学園女子大学の学生とともに取り組みました。テーマやコンテンツ決め、参加企業への説明や打合せ、参加学生のPR活動などの幅広い活動を通して、イベントの企画運営を一気通貫かつ実践的に学びました。また、他大学の学生と連携した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 活動期間:2023年6月~12月

他大学合同・ホワイト企業訪問研究プロジェクト (大阪万博向け大学生からの健康経営の国際発信)

一般社団法人社会的健康戦略研究所

他大学の学生と協力しながら、企業インタビューや施策提案に挑戦

企業へのインタビューを通して、健康経営の国際的認知度向上に向けた施策を発表しました。他大学合同のグループで、訪問先(経済産業省・健康経営企業4社:東京と淡路島)を事前調査した後、インタビューを実施。最終的に、その結果報告および大学生の立場から健康経営の国際発信の施策・プロモーションについて発表しました。学部や学年を越えたメンバーとともに活動する中で、コミュニケーションの重要性なども学びました。

フィールドワーク インターンシップ 活動期間:2022年9月~2023年6月

起業支援の現場を知る 「事業と生活の羅針盤を一緒に作るプロジェクト」

合同会社ディスコト

相手に寄り添った起業サポートを経験し、合同会社を設立

大学生の声を取り入れた商品企画やイベント開催、コミュニティーの形成など、相談者に対するコンサルティングと実践を行いながら、合同会社を立ち上げるためのフレームワークを学生自ら作成。事業内容の構築に向けて、展示会へのバイヤーとしての参加や有識者との相談も経験し、2023年8月に「大学生の人生経験を加速する」というコンセプトで「合同会社Bru」の立ち上げを実現しました。

インターンシップ フィールドワーク 活動期間:2023年11月~2024年2月

オフィスワーク&リモートワークで事務職を体験! 顧客データを分析して、分析結果を発表しよう

(株)ワークアカデミー

オフィスで事務仕事を体験し、データの分析・報告を実践

ビジネスの現場で、オンラインミーティングや電話対応、来客対応など、企業人に求められる力を学びました。また、担当者へのインタビューから実状を掴んだ上で、「資格とキャリアのスクールnoa」で開講中の「キッズプログラミング講座」の顧客データを用いて、事務職の立場から傾向や課題を分析・報告。その後、ピボットテーブルや表なども使ってわかりやすい資料を作成し、受講者数や売上アップに向けたアイデアも提案しました。

フィールドワーク インターンシップ 活動期間:2023年11月~2024年2月

女性起業家・経営者と共に取り組む! 「事業創造・事業企画」プロジェクト

(株)イノベーション・アクセルx(株)ソマンベース

地域の植林に関わる企画について改善案を考える

2022年に始まった「三度(たびたび)」。熊野古道沿いに「どんぐり回収BOX」を設置し、観光客や地元住民の方々に投函してもらったどんぐりを苗木として熊野地域に植林を行い、災害対策につなげる企画です。投函数を上げる施策として、この企画内容を分かりやすく説明したポスターの設置などを提案。シーズンオフの活動だったので、アンケートが集まらないなどの困難もありましたが、現地スタッフへの調査なども生かしました。



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/

2023

実践学習

実績集



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、自己の適性に気づくことを目的として、1年次より開始します。『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。

仕事を肌で感じ、自分を知る

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。

新しい視点で社会課題に取り組む

サービラーニング

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。

足を使い現地で集める生きたデータ

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の収集・分析を行います。

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

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

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

アップサイクル製品を作って販売!端材で作るアクセサリとインテリア小物



The DECK(株)

アップサイクル製品の制作から展示販売までを実践

大阪・堺筋本町にあるコワーキング&メイカースペース「The DECK」で、ものづくりを体験し、商品制作と展示販売会を企画・開催しました。ものづくり現場の課題である「使わない端材」をどう活用するかというテーマのもと、別の実践学習でつながりのある「アトリエシャーク」「しろうの森の木」など3社から提供いただいた端材(サメ革・木材・テントシート)を活用し、アップサイクル製品を制作。作業には、レーザーカッターやカッティングマシンなどの本格的なものづくり機材を使用しました。また、製品だけでなく、デザイナーとともに商品パッケージや販売方法なども考案しました。活動の最後には、学生たちが自ら「The DECK」内で展示および販売を行い、企画から販売体験までを一気通貫で経験。手軽に何でも手に入る

時代ですが、自分自身で制作したことにより、一つの商品を作るのにどのくらい時間や手間がかかるかを実感し、市場にあるものの価値を改めて考える機会になりました。

学生 H・K

活動中、想定外のことが起きても、視点を変えたり原因を考えたりすることで自分の学びにつなげることを心がけました。同時に、このような考えができるようになったことに成長を感じます。

廃材を使って、こどもの創造性を育むプログラムを開発せよ!

デザイン・クリエイティブセンター神戸 (KIITO)



廃材を使った子ども向けワークショップを企画・実践

これからの神戸を担っていく子どもたちへの創造教育を展開するデザイン・クリエイティブセンター神戸「KIITO」にて、子どもの創造性を育むワークショップの企画・実践を行いました。ワークショップでは、神戸市内の企業から譲り受けたさまざまな廃材を活用し、廃材の可能性を広げるプログラムを考えました。

まずは、子ども向けのイベントやワークショップの事例調査や学生自身の幼少期の経験を深掘りするなど、さまざまな視点でリサーチ・分析。それらを踏まえてアイデアを練り、「100階建てのゆめの部屋をつくる」というプログラムが生まれました。その後、イベントに参加する子どもたちをイメージしながら、部屋を作るためのパーツ素材の加工やサンプルを制作。

最終的に「オープンKIITO2023」の企画の1つとして学生たちが運営を行い、約100個の個性あふれる部屋が誕生しました。企画から運営までトータルに取り組んだことで、リサーチの大切さや当日のハプニングへの対応など、現場でしか学べない多くの経験を得ることができました。

学生 A・M

一から企画を考えることの楽しさや大変さを体感し、ワークショップでは達成感も味わえました。楽しみながら活動できたのは、KIITOの素敵な空間とスタッフの方々のおかげです。

尼崎市消防団PR大作戦!~Z世代に向けて~

尼崎市消防局



若い世代に向けて消防団員の入団促進をPRする企画を提案

消防団は、郷土愛護の精神に基づき住民有志によって組織された市町村の消防機関であり、消防団員は地方公務員の特別職として位置付けられています。全国的な消防団員数の減少傾向、地域防災力の低下が危惧されている中、Z世代の視点や感性を活かし、若い世代をターゲットとした尼崎市消防団への入団促進のPR企画を提案しました。

まずは消防局と消防団の違いから学び、消防団の役割や現状、課題について知ることからスタート。消防と救急業務を実際に体験した後、消防団に関するイメージや認知度を高めるために学内でアンケートを取って分析を行いました。さらに、団員との意見交換会や地域と連携した消防団のイベントにも参加し、団員が行っている広報活動にも協力しました。

これらの経験やアンケート結果の分析を踏まえ、若年層に消防の活動を知って体験してもらえるような課外授業の設定やイベントなどを、これまで以上に行うことを提案。また、この取組の様子を消防団のイメージアップを図って消防局のSNSで発信し、10代20代の若い世代の入団につなげることができました。

学生 N・S

消防団は行政の面を持っているため、内容をよく考えて発信する必要があり難しかったです。消火器の使い方や救命救急など、命を守る行動について学ぶ機会にもなりました。

大阪経済大学と合同で活動!淡路島の洲本市で、マスキングテープを使ったリメイク活動で地域に貢献!

(株)ワークアカデミー



他大学と協力し、地域の魅力を「マスタート」で発信

淡路島の南部に位置する洲本(すもと)市をフィールドに、町を盛り上げるイベントの開催に向けたリサーチと、マスキングテープを使った壁面などのリメイクに挑戦しました。本プロジェクトは、洲本市の魅力の発掘・発信を目的に、大学と洲本市による「域学連携」10周年を記念する企画。大阪経済大学と合同で37名6チームに分かれて活動しました。事前にオンラインで現地の方からレクチャーを受け、現地の写真を見た上で、アートにするモチーフをチームで考案。その後、現地に足を運びリメイク作業を行いました。洲本市に暮らす2頭の保護馬を茶色と黒色のテープで表現したものや、空き家の窓から見たあじさいを表現したものなど、さまざまなデザインが庁舎を彩りました。また、地域の方にインタビュー

も実施。洲本市の魅力だけでなく課題もヒアリングし、「町の良さを発信し切れていない」という問題意識をキャッチ。その成果や学生自身の体験も踏まえて、洲本市をより良くするためのアイデアと発信方法を、市役所職員の方々にプレゼンしました。

学生 Y・M

他大学との協働で互いに意見を言いやすい雰囲気づくりや、説得力のあるプレゼンが心がけました。また、地元の魅力や身近で些細なものの良さを大切に気づくことができました。



地域交流カフェと福祉センターを活かした多世代交流イベントの企画

NPO法人なごみ



2つの地域活動拠点を活かしたイベントを一から企画

NPO法人なごみが運営する2つの地域活動拠点「地域交流カフェ」と「福祉センター」を舞台に、学生や子育て世代などにも足を運んでもらえるような、多世代交流イベントの企画と運営を行いました。カフェでは、普段活用されていない夜の時間帯や土曜日を活用し、地域の小学生と「一日限定まち食堂」を企画。活動に参加してくれる小学生の募集や料理の試作、集客のためのチラシ作りなども行い、イベント開催には多くの準備が必要だと体感。当日は、お寿司作りや接客を子どもたちと一緒にやり、地域の幅広い年代の方と交流できました。また、福祉センターでは、利用されない夜の時間帯を活用し、一般財団法人「100万人のクラシックライブ」の協力のもと、春と音楽をテーマにした「お花見コンサート」

を企画。お花見気分を味わうため室内いっぱい花の装飾をし、お茶とお菓子を用意。質問タイムも設け、約45名の方々とともに演奏のひとつを楽しむことができました。地域の現状と課題を知り、幅広い世代とのコミュニケーションやまちづくりの基本的な考え方に触れ、イベントの企画運営の難しさと楽しさを学びました。

学生 H・W

活動では、いつ・どこで・誰が・何を・なぜ、どのようといった視点を意識していたので、企画を抜けもれなく進められました。地域の方々ややり取りの中で、地域交流の重要性も実感しました。



市民で作る音と灯りと食の屋外イベント「かわにし音灯り2023をつくる」

かわにし音灯り実行委員会



市民が企画運営するイベントに参画し、企画から当日の運営まで関わる

「かわにし音灯り」は、今年が13年目となる兵庫県川西市の音楽と灯りをテーマにした10,000人規模のイベントです。企画・運営・予算計画、手配、関係各所との協議など、すべてを市民ボランティアスタッフによる実行委員会が行っており、学生はスタッフの一員として企画・運営に取り組みました。活動に参加した学生たちは、キャンドル班(キャンドル担当)・せせらぎ班(飲食・ワークショップ担当)・音班(音楽・パフォーマンスステージ担当)の3つに分かれ、キャンドル配置のデザイン企画やSNSを活用した情報発信、子ども向けワークショップの企画・運営など、イベントの企画から当日の運営まで一貫して実践。本番では、8,000機以上のキャンドルの設置、

ステージ上での点灯宣言、お菓子の出店や射的ブースの運営などを担当し、イベントの盛り上げに貢献したと評価を受けました。ボランティアも含めると100名以上の関係者・スタッフが集う中、自分は何をするべきかを考え、自ら行動するよう心がけました。大人数で一つの企画を実現し、場を作り上げるという貴重な経験ができました。

学生 E・K

さまざまな業界・世代のスタッフの方に支えられ、やりがいを持って活動できました。集団で一つのことに取り組むことで、人とのつながりや一人では得られない感動と達成感を味わいました。



【イベント実践/調査】神戸旧居留地プロムナードコンサートの運営と改善提案

旧居留地はこれからプロジェクト(旧居留地連絡協議会)



コンサートの運営を体験し、インタビュー調査も実施

神戸の中でも歴史のあるエリア、旧居留地で開催する「プロムナードコンサート」の運営に加え、今年は近隣の類似イベントのリサーチを実施し、それらを踏まえてプロムナードコンサートの改善提案をまとめる活動に取り組みました。今年のテーマは「ジャズ喫茶」。プロミュージシャンのジャズステージに加え、キッチンカーを設置してスイーツやドリンクを提供しました。当日の運営では、会場付近でピラ配りを行ったほか、演奏後、来場者に直接声をかける形でアンケート調査を実施。またイベント終了後の関係者の振り返りに同席し、運営側の意見をヒアリング。総合的な調査とその評価に取り組みました。さらに、近隣で行われているイベントにも複数参加し、他の

イベントとの比較も行いながら、来年、より良いイベントの実現ができるような改善案をまとめました。イベントの運営から、取材、調査、インタビューまで幅広い経験を通して、他者とコミュニケーションを取る大切さを実感。また、自分の考えをきちんと表現し、相手に伝える難しさも学ぶことができました。

企業側担当者 S・L さん

学生さんは、自分なりの考えや意見を持って積極的に発言してくれました。また、改善提案については、他イベントとの比較も織り交ぜることで、より説得力のある内容に仕上がっていました。



【2023秋】あべのハルカス(近鉄百貨店)でSNS広報活動! 「バレンタイン ショコラ コレクション」や「クリスマスマーケット」 について発信し、広告効果を検証しよう!

ハルカス大学[ワークアカデミー運営]



若年層に響くSNS投稿を目指し、取材・投稿・効果検証を実施

あべのハルカス(近鉄百貨店)の「バレンタインショコラコレクション」や、てんしばの「大阪クリスマスマーケット」について現地取材を行い、ハルカス大学の公式アカウントを使って、InstagramやTikTokといったSNSへの投稿を行いました。活動中は、近鉄百貨店の広報担当者からお話を聞く機会があったほか、過去に炎上した企業の投稿についても学習。3チームに分かれて、記事投稿と効果検証を2度繰り返し、若年層の目に留まるSNS投稿について検討を行いました。活動を通して、SNS広報活動の難しさを楽しさを学ぶことができました。

もっと大学生に愛される店舗に! 「Lavy's Café Project」

(株)ライフィノベーション



カフェの利用者数を増加させる施策を考案し、実際に導入

鳴尾・武庫川女子大前駅構内にあるカフェ「Lavy's Café」が、学生利用者数の伸び悩みに直面していることを受け、経営的な視点による提案を行いました。武庫川女子大生を対象とした曜日限定の学生割引や、二次元コードの読み取りでポイントがたまるLINEショップカードなどの施策を考え、実際に導入。最終的に、店舗運営会社に向けて各学生が販促方法や期間限定メニューなどの具体的な提案を行いました。より実践的に店舗経営を学ぶとともに、「自分のアイデアが形になる」貴重な経験となりました。

あしやふるさと寄附の返礼品をブラッシュアップ! 「ふるさと納税リサーチAND提案プロジェクト」

芦屋市



芦屋市のふるさと納税の返礼品と発信方法を提案

住宅街として発展してきた芦屋市には農地や工場が少なく、ふるさと納税の返礼品開発が課題となっています。そこで、学生による新しい返礼品のアイデアと発信について提案を行いました。まず、ふるさと納税サイトの模擬体験などで返礼品への理解を深め、フィールドワークで返礼品案をピックアップ。その後、教職員や学生の保護者などにアンケートを実施しました。これらの結果から、芦屋市のおしゃれな雰囲気やグルメの豊富さ、地域ならではのイベントなどに着目。返礼品案として、食事やスイーツと一緒にめぐる芦屋探索ツアーなどを提案しました。

商品開発プロセスを体験!お客様目線を学び、 新しい商品やサービスを生み出そう!

(株)桃谷順天館



現場と同じ流れで、一連の製品開発にチャレンジ

創業から130年以上の歴史を持つ化粧品製造メーカーとともに、実際に企業で使われるフォーマットや流れに沿って製品開発に取り組みました。化粧品や食品を中心とした製品開発を想定し、ニーズ調査、市場調査、コンセプトワーク、ビジネスモデルの創出、という流れで提案書をチームで作成。課題発見から解決方法の考案、最終の提案方法までの一連を経験し、最終日には各チームで企画・事業開発部門担当の方へプレゼンテーションを実施。社内ではなかなか見出せない課題に注目した提案も多いと、好評を得ることができました。

武庫女生が歯並びの悩みを 気軽に相談できる歯科医院にしたい

医療法人社団 伊藤歯科クリニック 武庫川矯正歯科



医療マーケティングに携わり、ウェブサイトの改善を実現

鳴尾・武庫川女子大前駅にある、マウスピース矯正専門歯科医院の認知度向上のためのマーケティングに携わりました。医療のマーケティングは身近に感じる事が少ないですが、医院の現状を理解するにつれ親近感を抱くように。アンケート調査など、マーケティングのプロセスを通じて、ターゲットとなる女子大生の関心をひくようなメディアの改善方法を提案。提案の多くを実際に取り入れていただき、結果、来院が増えて矯正部門の業績が直近の半年に比較して5割近くまで上がりました。

住民が多世代で楽しめる 「鳴尾東ふぁみり〜マルシェ」の企画・運営プロジェクト

NPO法人なごみ



地域の人々とともにマルシェに参加し、スムージーを販売

地域の人々による旬の食材や手作りが集まり、季節のイベントなども開催される「鳴尾東ふぁみり〜マルシェ」に参加し、イベント企画運営のノウハウを学びました。さまざまな年代に喜ばれるようスムージーの販売を企画。地元の八百屋から果物を仕入れ、試行錯誤して数種類の味を用意しました。また、広告のためにチラシを作成して配布し、集客へとつなげました。活動を通じて、商品開発と同様にイベントにおいてもコンセプトやテーマ作り、ターゲット設定、広報などの事前準備の大切さを学ぶことができました。

兵庫県と取り組む若者への 「エシカル消費の行動例」啓発ツール提案プロジェクト

兵庫県×一般社団法人ひょうご大学生支援機構(HUSSO)



エシカル消費を伝える、高校生向けの啓発ツールを提案

兵庫県が取り組む、人や社会・環境に配慮した消費行動「エシカル消費」の推進に向け、若者を対象にした啓発ツールを提案しました。現在兵庫県には、高校生にエシカル消費の具体的な行動を示し、自分ごとに意識させるようなツールがなく、十分な啓発ができていないことが課題に上がっています。SDGsやエシカル消費の基礎を学んだ後、高校生へのヒアリングや普段の生活の振り返りを実施しました。「エシカル消費」という言葉の認知度向上と、若者が自分ごとに捉えて実践できるような具体的な行動を啓発する、ホームページ・チラシ・ポスターなどを作成し、兵庫県に提案しました。

「フードロスゼロチャレンジ2023」アイデア コンテストの参加者募集、表彰式の企画・運営

エイチ・ツー・オー リテイリング(株)



アイデアコンテストの広報と、表彰式の企画・運営を体験

百貨店や食品スーパーを運営する企業が行っている、地域での食品廃棄削減に対する意識向上を図るためのアイデアコンテストの広報・表彰式を企画・運営しました。地域の小・中学生にコンテストに参加してもらうため、チラシ配布・SNS投稿・子ども向けイベントへの参加などに取り組み、集客の難しさを体験。スムーズにイベントを運営するには指示を待つのではなく、自分ができることを考えて積極的に行動することが不可欠だと感じました。この活動を通して、自主的な行動を心がけるようになったとともに、環境問題について考えるきっかけにもなりました。

西宮市貝類館Instagram活用実践プロジェクト！ ～新設アカウントの情報発信の仕組みづくり～

西宮市文化振興課



ターゲットを意識したSNS投稿とフォーマット作りを経験

「西宮市貝類館」のワークショップと特別展をPRするというミッションのもと、広報活動に取り組みました。学生の視点から現状の課題を把握し、取材やワークショップの立ち会い、一般参加者へのインタビューなどを実施。ターゲットである子育て世代や若者に見てもらえるよう、デザインツール「Canva」を駆使したビジュアルデザインやコピーのフォーマットを作成し、Instagramに投稿を行いました。公共施設のPRには制約があり難しい点もありましたが、アカウントのフォロワー数の増加につなげることができました。

コーヒーエクス文化を広めるプロジェクト ～メニュー開発とプロモーション～

ハニー珈琲(株)



コーヒーエクスを活用してもらうためのメニューの考案と発信

日本では認知度の低い「コーヒーエクス」を、多くの消費者に利用してもらえるメニューを提案しました。工場見学で製法などを学んだ後、各家庭でサンプルを用いて、味・容器・価格・使い勝手などについてフィードバック。同世代へのアンケートで、コーヒーの消費動向やエキスの認知度・関心について調査・分析も行い、レシピを考えました。報告会では、料理やドリンク、菓子のメニューを提案した上で、試食会も実施。提案メニューはInstagramで発信するとともに、コーヒーエキスの認知度・興味喚起のための施策も提案しました。

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



琴平町の魅力を若い世代に知ってもらえるツアーを提案

琴平町は「こんびら参り」で有名ですが、若い層の観光客が他の地域に比べて少ないという課題がありました。そこで、より多くの若い層に来てもらえるようなツアーを学生目線から考えました。事前研修では琴平町についての知識やプレゼンの仕方、観光業・地域創生について学び、現地研修では琴平町の観光スポットを実際に巡りました。これらの経験から、琴平町は観光だけでなくアクティビティ・グルメ・人柄などの魅力があり、日本人だけでなく海外の方にも魅力を伝えるべきだと実感。地域活性化にもつながるプランを考えて、提案を行いました。

商業施設「アクタ西宮」をZ世代に アピールするイベントを考えてみよう

(株)関西都市居住サービス



地域活性化を視野に入れた、商業施設のイベントを考案

西宮北口駅の東側にある商業施設「アクタ西宮」に、若い世代の方々に来てもらうためのイベントを企画・提案しました。まず、施設の歴史や現状を学び、企画を進めるうえで必要なことをピックアップ。グループごとに「どの顧客層をターゲットにするのか、どの季節にイベントを行うのか」という視点で、施設を訪れる顧客の商圏データを分析しました。最終的に、現地調査やイベントにかかる費用、得られる効果などを踏まえ、商業施設の活性化がその周辺地域の活性化につながるようなアイデアを提案し、実現に向けてとても高い評価をいただきました。

Z世代が考えるコーヒーペアリングスイーツ!自家焙煎 スペシャルティコーヒーショップでの商品開発プロジェクト

SOT COFFEE ROASTER ソットコーヒーロASTER



バリスタ体験を通じて、Z世代目線によるスイーツを開発

スペシャルティコーヒーを取り扱うコーヒー店の、既存およびZ世代のお客様に向けて「Z世代が考えるコーヒーペアリングスイーツ」の開発に取り組みました。まず、競合他社の市場調査を行い、実際に店舗でバリスタ業務を行い客層などを分析。グループディスカッションを経て、来客の多い年齢の方や新しい客層に向けたスイーツを「販売価格・作業効率・ロスにならない材料」を踏まえて提案しました。現在、販売に向けて試作や準備が進んでいます。バリスタ体験を通じて多くの人と触れ合い、お客様の声を直接聞く貴重な経験ができました。

2023公務員と語る、公務員を語る スピノフ武庫川女子大学

尼崎市役所(自主研修グループ夜カツ)



公務員のイメージを変える学生向けイベントを企画・運営

公務員の仕事内容や働き方などのリアルな実情を聞き、学生の公務員に対するイメージを変えるためのイベントを、企画から運営まで行いました。質問の方法や内容、イベント進行などの企画・準備はスムーズに進みましたが、広報活動はとても苦労しました。イベントは人が集まらないうちと成り立たないので、集客のための広報の重要性を痛感しながらも、開催に向けて取り組みました。実際に開催したイベントでは、公務員に興味がなかった方から将来の選択肢の一つになったという声などをいただき、「イメージを変える」という目標を達成することができました。

自己肯定感を高めるプログラムを体験し、 その学びを人の役に立てるプロジェクト

(株)ビジネスコンサルタント



「自己肯定感」に関するプログラムの体験と交流を行う

グループワークを中心に行いながら、他者に対して自己肯定感を高めるアプローチについて考えました。まずは社会人向けの「自己肯定感を高めるプログラム」を体験することからスタート。学生目線でも考え、自己の学びをどのように社会へ還元していくと良いかを検討。参加者同士の交流も多く取り入れ、お互いに刺激を受けながら自己肯定感について学びを深めていきました。最終的に、グループで独自の調査やデータをもとに新規ターゲットやプログラムの展開方法をまとめ、企業の役員に直接プレゼンを行い、高い評価を得ることができました。

小さなまちのキャンドルナイト ～みんなの想いをつなげよう～

NPO法人なごみ



幅広い世代の地域住民とともに、イベントを企画・開催

「まちcafeなごみ」設立10周年を記念して、鳴尾東地域の公園やガレージなどを会場に「キャンドルナイト」を企画しました。事前に、キャンドルづくりのワークショップや、キャンドルで描くデザイン案を募集するミニイベントを開催。また、大学のcafeで使われるプラコップを回収ボックスで収集し、再利用することも提案。子どもたちに絵を描いてもらい、素敵なキャンドルが完成しました。当日は、キャンドルの設置や案内に多くのボランティアが携わり、多世代の地域の方々と一緒に創りあげたことで、とてもあたたかなひとときになりました。

フィールドワーク インターンシップ サービスラーニング 活動期間:2023年2月～3月

女子大生による大阪・兵庫観光スポットの魅力発信



大阪府×兵庫県

同世代向け、地域の観光資源を発信するレポートを作成
 大阪府・兵庫県の魅力的な観光資源を発信する観光レポートを作成しました。まず、観光・旅行に関するアンケート調査を行い、その結果からテーマ設定やスポット選定をして現地取材を行いました。その後、魅力を効果的に伝えるために、学生自身の実体験や映写写真を盛り込むなどの工夫をしながらレポートを作成。今後、ウェブサイトやSNSで活用されることになり、地域の取り組みや観光スポットを知るとともに、その効果的な伝え方を実践的に学ぶことができました。

フィールドワーク インターンシップ サービスラーニング 活動期間:[冬]2023年2月～4月 [夏]2023年9月～11月

LINE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のアクセラレーションプログラム



PEPELABO合同会社

顧客目線を大切に、アプリのマーケティング・顧客対応を実践
 美容サロンやジム、飲食店などで使われる回数券アプリ「MATAKUL(マタクル)」の女性利用拡大のため、Instagramを利用したSNSマーケティングとFAQ作成を行いました。SNSマーケティングでは、どんな文章だと興味を持ってもらえるのか、飽きさせたり不快な気持ちにさせたりしないかなど顧客にとって最適な文章を意識し、FAQ作成では、理解しやすい文章を心がけながら取り組みました。活動を通じて、場に適した文章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 活動期間:2023年3月

もずやん(大阪府広報担当副知事)も来る！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！



ハルカス大学「ワークアカデミー運営」

「もずやん」も広報に協力！学生目線でSNS広報に挑戦
 「ハルカス大学」では、2025年の「大阪・関西万博」につながる活動として、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」を実施しています。この活動を広く知ってもらうため、「ハルカス大学」の公式SNSを利用して広報活動に取り組みました。多くの人に周知するにはどんな投稿が良いかをさまざまな視点から考えながら、実際に投稿を行いました。仮説を立てて検証していくことの難しさ、チーム連携の大切さ、SNS広報の面白さを体感することができました。

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:2023年2月～3月

乾麺の老舗がつくった新店にまちの外から人を呼べ！テイクアウトメニュー開発プロジェクト



森口製粉製麺(株)

市外からの来店者のきっかけになるような新メニューを提案
 たつの市の乾麺メーカーが新たな取り組みとして2022年にオープンした直営飲食店「麺乃家」の目玉商品開発に向けたアイデアを考案しました。店舗の立地や周辺店舗のフィールドワーク、アンケートを実施したほか、播州地方の地場産業である乾麺や、その商品ラインナップについても調査を行いました。その学びを生かしながらも、自由な発想で新たなテイクアウト商品を企画・提案。市外からも来たいと思ってもらえるようなきっかけとなるメニュー作りに貢献しました。

インターンシップ フィールドワーク 活動期間:2023年2月～3月

企業内でリアルなオフィスワーク(事務職)を体験しよう！入社1年目で行う事務業務とは？



(株)ワークアカデミー

企業に欠かせない事務職を実際のオフィスで体験
 事務職に必要なビジネスマナーやパソコンスキル、コミュニケーションについて学び、クレーム対応策や販売施策の提案に挑戦しました。実際にオフィス内で、ビジネスマナーの実践や社員との対話会、インタビューのほか、クレーム対応のケーススタディやGoogleサービス・Excelなどを用いた本格的な資料作成・データ分析など、学生のスキルアップにつながる多くの体験をしました。その後、売上データを分析し、学生の視点から販売改善策の提案を行いました。

フィールドワーク インターンシップ 活動期間:[冬]2023年2月～3月 [夏]2023年7月～9月

ビジネスホテル「大阪コロナホテル」内の コワーキングスペースの販売促進案を 学生視点で考案しよう！～新大阪でホテルマン業務体験～



大阪コロナホテル「ワークアカデミーグループ」

コワーキングスペースの魅力を最大化するアイデアを提案
 新大阪のビジネスホテル内にあるコワーキングスペース活性化に向けた企画を提案しました。他社との違いを比較・分析し、どんな来客者を増やすかという視点でアイデアを考案。また、現地での調査活動やホテル業務も体験し、企画を練るとともにチームで「自分にはなかった視点」を学び合いました。最終発表会では、ホテルシェフによるお菓子が食べられるプラン、お風呂でくつろいでから仕事に取り掛かれるプランなど、既存サービスと新しいアイデアをかけた提案を行いました。

サービスラーニング インターンシップ フィールドワーク 活動期間:[冬]2023年2月～3月 [夏]2023年8月～9月

武庫川女子大学×日本マクドナルド 「DMHアンバサダープロジェクト」



日本マクドナルド(株)

マクドナルドの支援活動について知り、施設の改善点を検討
 家から遠く離れた病院に入院している子どもとその家族のための滞在施設「ドナルド・マクドナルド・ハウス(DMH)」を訪れ、ボランティアとして活躍されている方や実際に働いている方に話を聞きながら、現場が抱える問題を探りました。また、マクドナルドの店舗にも訪れ、社会活動や店舗運営を学びました。これらの環境社会活動をもとに、学生ドナルド・マクドナルド・ハウス・アンバサダーとして、より良い「DMH」のための改善点をマクドナルド社に対して提案しました。

フィールドワーク インターンシップ サービスラーニング 活動期間:2023年2月～3月

武庫川女子大学×多気町 「多気町観光造成プロジェクト」



三重県多気町役場

地域の魅力を知ってもらえるツアーを学生目線で企画
 多気町は、水源が豊富なことから企業の工場が進出しており、最近では日本最大級のリゾート施設もオープンしました。しかし、町にもとからある観光スポットや特産品の認知度は低く、若い世代の来訪者が少ないのが現状です。若い世代の方に多気町元来の観光スポットに足を運んでもらうことを課題として、町にある観光スポットや食事などを体験。魅力が伝わるツアーを学生ならではの目線で企画し、SNSでの発信方法まで含めて提案しました。

インターンシップ フィールドワーク 活動期間:2023年5月～9月

子ども向けロボットプログラミング教室 「ProgLab」授業サポート実践インターン



プログラボ教育事業運営委員会・(株)ミマモルメ

プログラミング教室の運営に関わりながら、実践的に学ぶ
 子ども向けのロボットプログラミング教室「プログラボ」で、教室運営のサポートや授業作り、教室だよりの作成などに取り組みました。実際にプログラムを作成したり、スタッフや子どもたちに教えたりすることで、プログラミング的思考やコーチング、他者との協働を経験。授業作りでは、子どもたちにより分かりやすく伝えるための工夫やコミュニケーションの取り方などを学び、教室だより作成では、保護者にとって分かりやすい文章やレイアウトを考えることができました。

サービスラーニング インターンシップ フィールドワーク 活動期間:2023年2月～3月

武庫川女子大学×パナソニック「淡路島地方創生人材育成プロジェクト」 地方創生と協働による持続可能な地域経営



(株)パナソニック

フィールドワークなどを通して地方再生を学び、自ら企画提案
 フィールドワークを行い、地方再生に関する企画提案を行いました。事前研修ではパナソニックが取り組んでいる地方再生の概要を学び、その後の現地研修で、SDGs体験学習プログラムや観光地の見学を通して、地方創生事業に関する多くの情報をインプット。事実やデータに基づいてグループ内で課題を洗い出し、提案書を作成しました。最終発表として、パナソニック淡路地方創生事業に関する企画をパナソニック社員に提案し、フィードバックをいただくことができました。

サービスラーニング インターンシップ フィールドワーク 活動期間:2023年4月～12月

「であい市門戸厄神」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)

地域コミュニティに関わり、イベントへの出展を実現
 2023年5月で93回目を数える「であい市門戸厄神」は、地域コミュニティの醸成を目的として開催されています。昨年に続き2年目となる今回の活動では、コミュニケーションに力を入れ、主体的に取り組むことができました。また、これまでの姿勢が認められて11月のであい市でのブース出店が実現。多くの「であい」をきっかけに、地域とのつながりが広がりました。地域の方々からの「これからも引き続き関わってほしい」という声は何よりの成果となりました。

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:2023年5月～9月

弁護士と学ぶ社会問題と論理的思考！



弁護士松田昌明(六甲法律事務所)

社会問題や事件の背景について多角的に考える
 普段触れる機会の少ない裁判傍聴や事件記録閲覧を体験し、ニュースで報道されるような事件の背景を垣間見ることができました。また、模擬裁判を通じて多角的な視点で物事を視ることの大切さを学んだうえ、社会問題を1つ取り上げて、それについて検討した内容を発表。社会問題や事件について、その背景にも着目しながら多角的に考えるとともに、課題に対してデータや根拠をもとに分析し最適解を探索するという、社会で欠かせない論理的思考力を育みました。

フィールドワーク インターンシップ 活動期間:2023年5月～8月

Z世代目線で考える「お菓子」に関する メディアコンテンツ企画&マーケティング調査

(株)山星屋



新メディアのコンテンツ企画と記事作成にチャレンジ

菓子を起点とした情報・話題性の発信と情報収集のプラットフォームとして、新たに立ち上げられたWEBマガジン「お菓子と、わたし」のコンテンツ企画と記事作成に取り組みました。大学生のお菓子の消費行動やトレンド、お菓子に関するイメージや課題、利用するメディア・SNSなどの調査と分析を実施。「伝えることの難しさ」を実感しながらも、どうすればZ世代にお菓子の良さが伝わるか、学生ならではの目線で発信する情報や内容を考えて、記事を作成しました。

インターンシップ フィールドワーク 活動期間:2023年5月～7月

社会で活躍する働く女性に出会える!SOMPOひまわり生命とコラボ! FPが登壇するキャリアイベントを広報・運営しよう

一般社団法人未来教育推進機構



トークイベントの広報や運営、今後の施策提案を実施

女性のファイナンシャル・プランナーをゲストに迎えたオンラインイベント「働く女性のロールモデルトーク」の広報・運営を行いました。チームで協力し、ゲストの魅力伝えるためのSNS投稿のデザインやキャッチコピーを考案。Zoomウェビナーを使った当日の運営も行い、過去最高と同数の参加者を集めることができました。また、今後の広報施策や登壇してほしいゲストのペルソナ像も提案。活動を通して、学生自身が将来について考える機会にもなりました。

サービスマーケティング インターンシップ フィールドワーク 活動期間:2023年6月～2024年3月

大学生が運営する、中高生対象 『SDGs動画コンテスト』の企画・運営

慶應義塾大学横田自主ゼミ



SDGsをテーマとした動画コンテストの企画・運営に参画

「#SASS2023」は、SDGs教育の普及を目的とし、全国の中高生を対象にSDGsをテーマとする動画作品を募集・表彰するコンテストです。全国14大学の学生約30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。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。4年目を迎えた今年は、全国68校(980名)から251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。

フィールドワーク インターンシップ 活動期間:2023年5月～6月

Instagram&TikTokを通じて、 北野の街に集客しよう!

PIPELINE(株)



北野町の活性化を目的に、 SNSを利用したPRを実践

神戸の北野町は、観光地として認識される一方で、地元の人がかかなか足を運ばない現状があります。地域を盛り上げるため、SNSによる情報発信に取り組みました。ツールはTikTokとInstagramを使い、各プラットフォームの違いを把握した上で撮影から編集、投稿までを行いました。どのようにリーチ数や反応を増やしていくかを考えながら、インサイトを常にチェック。トレンドも意識し、ミーティングと投稿を繰り返して、より効果的なコンテンツ作成を目指しました。

フィールドワーク インターンシップ 活動期間:2023年5月～7月

話題の新キャンパス「西宮北口キャンパス内MUKOOno+」で お役立ちMAPづくり&ミニOPENキャンパス運営しよう!

(株)ワークアカデミー



施設利用者に向けたツール作成やイベントを実施

武庫川女子大学が社会人向けのリカレント教育事業の拠点として新たに開設した「西宮北口キャンパス」。施設を利用する方に向けた「お役立ち周辺MAP」作りと、教職員などに向けた「ミニOPENキャンパス」の開催に取り組みました。マップ作りでは、周辺地域を歩いて店舗の調査や掲載許可取りなどを行い、オープンキャンパスは、館内ツアーの内容や順路などを一から考えて企画。自分の言葉で説明する力やコミュニケーション力、チームワーク力を養いました。

インターンシップ サービスマーケティング フィールドワーク 活動期間:[夏]2023年7月～9月
[秋]2023年10月～2024年1月

関西うちゅう教室(梅田校) 運営補佐インターン(スタンダードコース)

(株)うちゅう



小学生向けの教室運営に関わるさまざまな業務を体験

小学生向けの宇宙をテーマにした教室「関西うちゅう教室」の運営サポートを行いました。具体的には、子供および保護者への対応、教材開発や教室前準備と後片付けなどの業務を体験。実際に行われる授業や教材の制作にも取り組みました。学習中の子供の集中力を切らさないような工夫や声かけの仕方など、小さな気付きを改善・行動していくことで、よりよい授業＝サービスへとつながっていくことを身をもって学ぶことができました。

フィールドワーク インターンシップ 活動期間:2023年5月～8月

神戸旧居留地"おしゃマニ"広報室 (地域の魅力発信事業)

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」の知られざる魅力を学生目線で企画して発信

神戸の中でも歴史あるエリア「旧居留地」の魅力の発掘・発信に取り組みました。学生は3チームに分かれて、おすすめの店を紹介する記事を企画・制作し、noteとinstagramで発信。旧居留地内のデザイン会社の協力のもと、企画の立て方から写真の撮り方に至るまでプロの知見を共有してもらい、活動に活かしました。チームで協力して取り組んだ結果、質の高い記事が完成。さらに、認知度向上のための具体的な提案も行いました。

インターンシップ サービスマーケティング フィールドワーク 活動期間:2023年8月～11月

六甲ミーツ・アート芸術散歩2023 beyond 「設営・運営・情報発信サポート」

六甲山観光(株)



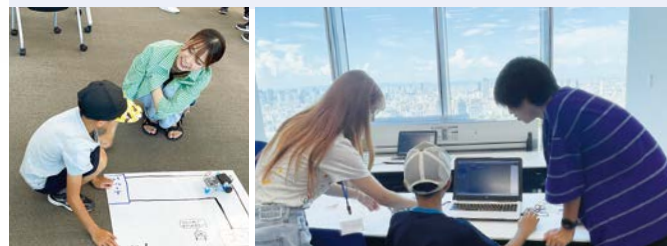
芸術祭の情報を発信する「こども新聞」を作成して配布

「六甲ミーツ・アート芸術散歩2023 beyond」の設営・運営・情報発信サポート業務を行いました。はじめに芸術祭の概要を学んだ後、情報発信ツールの一つである「こども新聞」の作成方針についてミーティングを実施。集中制作期間には、アーティストの作品制作のサポートも体験しました。その後、学生が記者として各会場で取材を行い、作品やグルメ、スタンプラリーなど各自が決めたテーマで記事を執筆。完成した「こども新聞」は、会場にて来場者に手渡して配布しました。

インターンシップ サービスマーケティング フィールドワーク 活動期間:2023年8月

子どもに教えていっしょに楽しむ!あべのハルカスで キッズプログラミング講座を運営しよう!

ハルカス大学[ワークアカデミー運営]



学びの楽しさを伝える!子ども向けの講座を運営&企画

ハルカス大学「あべのサマーキャンパス」でキッズプログラミング講座を開催しました。「子どもたちに楽しくプログラミングに親しんでもらうには?」をテーマに、企画から準備、受付、アンケートなど、一連の運営に取り組みました。リハーサルを繰り返して改善しながら迎えたイベント当日は、「もっとやりたかった」という声が出るほど子どもたちから好評。さらに、運営の経験を活かして、子どもたちに学びの楽しさを伝えられるような新しい講座を考案しました。

フィールドワーク インターンシップ 活動期間:2023年8月～9月

アミシング潮江(JR尼崎周辺)調査& エリアマーケティングをやってみよう!

(株)関西都市居住サービス



商業について学び、地域活性化のアイデアを提案

「アミシング潮江」はJR尼崎駅北側を再開発したエリアで、さまざまな商店が集まっています。ショッピングセンターの現状から商業界の盛衰を学び、市街地再開発商業施設を題材にマーケット分析やアンケート調査を実施。ECや大型商業施設にはまねできない商店街ならではの雰囲気を守りながら、さらなる活性化につながるような案を「アミシング潮江(商業)振興会」の関係者の方たちとディスカッション形式でプレゼン。非常に高い評価をいただくことができました。

サービスマーケティング インターンシップ フィールドワーク 活動期間:2023年9月～2024年1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



環境・社会問題に関するSNS運用とイベント開催に取り組む

「地球にやさしい暮らしは楽しい」をコンセプトに、環境問題や社会問題解決に向けたアクションを推進するSNS運用とイベント企画に取り組みました。自分たちが一次情報となること、正しい情報を伝えることを意識しながら、投稿画像の作成と発信を3カ月間実施。イベントでは、「フリーランス国際協力師・原真太さん講演会」を企画。集客の難しさを体感しながらも、当日は約100名の方にご参加いただき、環境問題・社会問題に関わる学びを提供できました。

フィールドワーク インターンシップ 活動期間:2023年7月～9月

あべのハルカス(近鉄百貨店)でSNS広報活動!「アイスクリーム万博」や 催事などについて投稿し、広告効果について検証しよう!

ハルカス大学[ワークアカデミー運営]



広告効果を検証しながら、百貨店の催事をSNSで発信

「あべのハルカス近鉄本店」での催事を現地取材し、記事を作成、InstagramやTikTok、YouTubeへの投稿を通じて、広報活動に取り組みました。各SNSの広告効果を検証した上で、撮影方法や動画の秒数、ハッシュタグ、音源などに着目して仮説と検証を繰り返しました。その結果、再生回数が目標値を大きく上回ったチームもありました。催事・広報担当者から直接レクチャーを受けることで職業理解も深まり、広報活動の難しさと楽しさを知ることができました。

コワーキングスペース&メイカースペース The DECKの運営をしてみよう!

The DECK(株)



多くの社会人と交流し、その体験をブログで発信

コワーキングスペースとものづくりスペースを併設する、大阪堺筋本町の「The DECK」の運営を体験しました。会員である多くの社会人と交流しながら、店内に掲載する会員紹介カードを約30名分作成。海外から来たノマドワーカーに対しても、英語で積極的なコミュニケーションを心がけました。また、会員による特別講座を受け、その体験談をブログに掲載。さまざまな働き方をする社会人とつながることで視野も広がり、将来につながる貴重な経験となりました。

0-1を生み出す会社!W Inc.のインターン募集 (①コワーキングスペースの運営&広報 ②水道筋商店街のイベントを盛り上げる広報)

(株)W



地元の施設や商店街の広報活動を通じて、地域社会に触れる

コワーキングスペースの広報と水道筋商店街のイベントを盛り上げるためのSNS運用に挑戦しました。Instagramの活用方法や写真の撮り方をプロの方から教わることで、どのような投稿が効果的なのかを学びました。また、地域住民への取材などを通して多様な働き方をする人々と交流を行い、地域社会はさまざまな方たちの活動と努力で成り立っていることを実感。プロジェクトを通して、価値観を広げることや新たな発見につながりました。

地域のこどものための 楽しく学べるイベント企画・運営

特定非営利活動法人 西宮てらこや



子供向けのイベントを企画から運営まで実践

青少年の育成や地域社会の交流を目的に、地域の子どもたちが楽しく学べるイベントを、学生主体で企画から予算作成、運営まで取り組みました。地域で行われるほかのイベントの運営を手伝いながら企画を考案。企画作成に時間がかかったり、企画案がなかなか通らなかったりと困難がありながらも、イベントは無事成功。予算・時間配分・準備物など、企画には綿密な計画が必要だと感じるとともに、子どもたちの笑顔を見ることができた時の感動は大きく、今までにはない喜びと達成感を得ました。

映画館を街の賑わいや文化を発信する 情報発信基地化プロジェクト

オーエス(株)



「推し活」を軸に、映画館の若者向けPR方法を考案

神戸市にある映画館「OSシネマズ」のスペースを活用し、若い世代が足を運びたいような情報発信の方法を提案しました。映画館としての広告価値をどう高めるか、実際に施設を巡りながらその活用方法や顧客ニーズについて検討。各チームで「推し活」を軸にしたPR方法を企画し、効果シミュレーションに取り組みました。アンケートの実施と結果分析によって実現性が高い企画内容を提案でき、多角的な視点や数字の重要性を学ぶことができました。

女性起業家・経営者と共に取り組む! 「事業創造・事業企画」プロジェクト

(株)イノベーション・アクセル×平安伸銅工業(株)



突っ張り棒の老舗メーカーのもとで商品の魅力発信を体験

若者世代には馴染みがない突っ張り収納ですが、その良さを発信する2月8日「つっぱり棒の日」を盛り上げるための企画に取り組みました。まずは、自社製品の「突っ張る」機構へのこだわりや、それを利用したアイデア商品への理解を深めました。その後、アンケート調査からターゲットとその生活課題を「ペンライトの収納方法で困る推し活系女子」に設定。顧客調査や商品企画、TikTok動画の制作・投稿分析など、マーケティングに関する幅広い分野の業務に携わりました。

愛犬を洗う!セルフ式ドッグスパ「K・DogSpa」の 利用者増に向けて販売促進案を考えよう!

ハルカス大学[ワークアカデミー運営]



サービスについて深く知り、イベントの開催や広報を提案

セルフ式ドッグスパ「K・DogSpa」について知り、販売促進アイデアを提案しました。まずは愛犬のいる暮らしへの理解を深めることからスタート。実際の店舗で入店~退店までの一連のサービスを体験し、店舗周辺・同業種のリサーチなども通じて、課題点を抽出しました。3チームに分かれて新規出店の際の立地条件や、SNSを活用した広報強化、季節ごとに楽しめる新しいイベントなどを、運営会社の担当者へ提案。企画提案における、具体的な数値を用いた根拠とその反証の重要性を学びました。

オンラインイベントの企画&広報・運営を体験! 資格サポート窓口を利用して卒業生にキャリアインタビューしよう

武庫川女子大学 資格サポート窓口



就職について、卒業生にインタビューするイベントを開催

大学の資格サポート窓口の認知度向上を目的とした、オンラインイベントの企画・運営・広報に挑戦しました。在学生に、社会で働く卒業生にどんなことを聞きたいかヒアリングを行った後、卒業生にインタビューするイベントを開催。就職活動や社会人生活で必要となる資格やスキル、学生時代に後悔していることなどを聞くことができました。実施した内容はまとめて、資格サポート窓口前に掲示しました。活動を通して、傾聴力が身に付き、自身の将来について考える貴重な機会となりました。

女性起業家・経営者と共に取り組む! 「事業創造・事業企画」プロジェクト

(株)イノベーション・アクセル×(株)Lino



カフェの新メニューや広報を考案し、新しい価値を発掘

北堀江に新規開業する美活カフェ「COIRO」のプロモーションに挑戦しました。まず、近隣カフェの競合調査を行い、新店舗の特徴を設定。Z世代の目線からニーズを捉え、そこにアプローチする価値があることを示すため、TikTokによるPR案と新しいデザートメニューを提案しました。結果、検証期間の約1カ月の間にTikTok経由では1名、デザートは2名の顧客から注文をいただきました。仮説・実行・検証を繰り返すことで、投稿も3,000近い閲覧数を達成し、カフェの新しい価値の発掘につながりました。

武庫川女子大学×日本マクドナルド 「青いマックの日・チャリティ企画」

日本マクドナルド(株)



学生目線による、チャリティイベントのアイデアを提案

「マックハッピーデー」は、各国のマクドナルドがその国の子どもたちの幸せを願い長年展開しているグローバルチャリティ活動です。事前研修では、企画立案の方法や企業の慈善活動への取り組み姿勢についてインプット。イベント当日は、多くの方に募金の声かけを行うなど積極的に活動しました。日本ではこういった活動の認知度が低いため、どのようにしたら認知度が上がるか、活動の方法や内容・周知の仕方などの改善案を提案し、実現に向けて高い評価を得ることができました。

まちと人、人と人をつなげよう! 「公民館地域学習推進員会」でイベントを企画・運営しよう!

西宮市 産業文化局 生涯学習部 地域学習推進課



地域の公民館で、幅広い世代が楽しめる交流会を企画

地域づくりの拠点となる公民館で、「どうすれば今まで公民館に来たことのない人たちに来てもらえるか」「参加者同士の交流のために、どんな工夫が必要か」という視点で、子どもも大人も一緒に楽しめる『なつかしい!新しい!遊びで交流会』を企画。広報や当日の運営まで、地域住民でもある推進員と相談・協力しながら進めました。当日は、ゲームごとにチームを替え、多くの人と交流できるよう工夫。活動を通じて、地域づくりには人と人とのつながりが大切だということを実感しました。

農家が企画する「ウェルアベニューマルシェ」 Instagram情報発信作戦!

一般社団法人 農サイド



取材や記事の作成を通して、マルシェの魅力を発信

「心も、体も、環境も。全てにとって健康なマルシェを。」をコンセプトに、西区の住民の体調・心の健康を、食を中心とした空間作りで支える、農家さんたちの活動について、広報活動に取り組みました。まずは、参加する店舗への取材からスタート。出店者の方々の熱意を記事にすることは難しかったですが、活動を続けるうちに「伝えたいことを記事にすることができるようになりました。また、取材を通して、何をやるにおいても、人と人とのつながりが大切だと実感しました。

六甲ミーツ・アート芸術散歩2023 beyond フィールドワーク

六甲山観光(株)



芸術祭でインタビューを行い、イベントの改善提案に取り組み

六甲山上で開催される現代アートの芸術祭をフィールドに、観察と来場者インタビューに取り組みました。まずは顧客として参加し、下見調査を実施。参加者は何を感じているのか、仮説を立ててアンケート項目を設定しました。その後、どこで調査をすれば来場者の声がかうまく拾えるか、六甲山観光の方と意見交換して場所を決定。実際にインタビューを行い、目標の150名分のアンケートデータを取得しました。調査をもとに、Z世代の参加者を増やすことに焦点をあてた改善提案を行いました。