

2017/3/6

昭和女子大学とペプチド事業部の共創プロジェクト「コラーゲン美容市場のリバイタライゼーションプロジェクト」の取り組みが健康産業新聞に掲載されました

健康産業新聞

2017年3月1日 第1615号 [35]

トピックス ③

コラーゲンの新価値創造へ 「昭和女子大×新田ゼラチン 共創プロジェクト」

コラーゲン原料メーカーの新田ゼラチン(株)は、「コラーゲン市場の再活性化」を目指し、2015年4月より昭和女子大学ビジネスデザイン学科薬袋貴久ゼミ（マーケティング）との共創プロジェクトに取り組んでいる。

同プロジェクトは、コアユーザーが50代以上の女性というコラーゲン製品に新たな価値を付与し、20代など若い世代にも必要とされる製品を創り上げるのが目的。昭和女子大の学生は「若年層をターゲットにしたコラーゲン製品」のコンセプトづくりから商品企画、販路選定、プロモーションまで、新田ゼラチンは学生の企画立案をクライアントに提案し商品化を目指す。学生たちは学内でのアンケート調査を重ね、若年層の悩みとその解決手段、コラーゲンと組み合わせる食品の選定、若い女性を引き付けるパッケージやキャッチコピーなどを考え出した。新田ゼラチン担当者は「学生に対して特に制限はせず、自由に意見を出してもら



った。考えもつかないようなアイデアなどもあり、私たちにとっても新しい発見があった」と話す。

こうして約2年をかけ、現在プロジェクトは最終段階まで進んでいる。商品化に向けてクライアントへの提案には学生5名と教員も同行し、実際にプレゼンも行った。学生視点の新提案は、クライアントにも刺激になったようだ。学生たちはこの春でプロジェクトを卒業するが、今後は新田ゼラチンが詳細を詰め、今秋の発売を実現すべくクライアントと調整を行っていく。学生たちが創造した新しい「コラーゲン製品」は、若年層を取り込み、コラーゲンの“立ち位置”を変えることができるか、期待がかかる。