

産学連携商品開発プロジェクトの実践報告

濱 口 な ぎ さ

A Case Report on an Industry-Academia Product Development Project

Nagisa HAMAGUCHI

長崎女子短期大学紀要 第51号 令和7年度 別刷

Reprinted form

Nagasaki Women's Junior College Annual Report of Studies, 51 : 69 – 75

2026

研究報告

産学連携商品開発プロジェクトの実践報告

濱 口 なぎさ

A Case Report on an Industry-Academia Product Development Project

Nagisa HAMAGUCHI

キーワード：産学連携、商品開発

1. はじめに

生活創造学科地域未来創生コース（令和6年度入学生までビジネス・医療秘書コース、以下本コースと記す）では、コースの特色化を推進する取り組みの一環として、令和4年度に「事務管理」の授業にて県内企業と連携した商品開発プロジェクトを開始した。オリジナル商品を開発し販売することで、本学の広報活動の一環として本コースの教育内容を地域社会にアピールするという意図も含んでいる。

それまでは講義中心であった「事務管理」の授業が、これからのビジネスの現場で求められる創造力と実践力を持つ学生を育成することを目的とした商品開発を行う内容へと一新されたことに伴い、令和5年度には科目名を「ビジネスプランニング」に変更した。令和7年度には、コース名を地域未来創生コースに改めたことに伴い科目名を「ビジネスデザイン」に変更したが、内容の発展を図りながら本プロジェクトを継続して実施している。

本稿では、本プロジェクトについてこれまでの実践内容を報告する。

2. 商品開発プロジェクト実施の経緯

2.1. 連携体制

令和4年度に本プロジェクトが実現に至るまでには、情報収集、外部人材の活用、授業計画の立

案などを中心となって進めた武藤玲路教授の功績が大であった。武藤教授が中小企業庁認定の経営相談窓口「長崎県よろず支援拠点」でデザイン戦略・商品企画の相談員をされている古澤高志氏に相談したことが全ての契機となった。古澤氏は、株式会社デザイン・スーパーマーケットの代表取締役として、長崎のものづくりを支える地元密着型マッチングサイト COLLA-BORN（コラボン）を運営し、令和3年（2021年）に長崎純心大学と株式会社クリーン・マットとのコラボ商品開発に携われた実績があった。この実績をベースとして、本コースでの商品開発プロジェクトにも外部講師としてご協力いただけることになった。

本プロジェクトでは、学生による商品企画から販売まで取り組むこととし、連携企業を探すこととなったが、古澤氏による県内企業とのマッチングの結果、令和4年度は株式会社クリーン・マット、南島原市の森永材木店、株式会社石丸文行堂と連携できることとなった

株式会社クリーン・マットのアロマ事業部は、オリジナルアロマ商品「聖夜のしずく」シリーズを製造しており、令和元年度と令和3年度には長崎県特産品新作展「工芸・日用品・その他部門」で最優秀賞を受賞している。長崎土産の新しい定番商品として期待されている「聖夜のしずく」シリーズの一つとして、鶴鳴学園オリジナルのアロマオイルを開発できることは、本学・本コースの

教育内容を多くの方々に知っていただく機会を増やすことにもつながることが期待できる。

森永材木店は、南島原市で「いちょうのまな板」などの木製製品の製造販売だけでなく、マイ箸作りのワークショップや林業体験なども行っている。木製製品製造の技術を応用して、アロマオイルを効果的に空間に拡散させるためのアロマウツドの製作に協力していただいた。また、株式会社石丸文行堂は、本店1階に長崎県内の飲食物や雑貨などを販売するコーナー「ながさきマルシェ Jimo」

を展開しており、店頭販売の場の提供だけでなく、商品を販売する際の考え方やノウハウ等の講義も担当していただいた。

2.2. 授業内容

本プロジェクト初年度となった令和4年度は、表1に示した内容で授業を実施した。2回目以降の授業はグループ活動となり、学生たちはお互いに協力し合いながら授業に取り組んだ。本プロジェクト全体の統括は外部講師の古澤氏が担当し、

表1 令和4年度の授業内容

回	月日	内 容
1	9/26	本授業の目的と実習内容について 社会で役立つ「デザイン思考」について 社会は変化する→変化に対応する能力→問題解決能力 デザイン思考力：自ら本質的な問題に気づき、解決するアイデアを提案できる力 ※デザインとアートは別である 商品のデザインの目的→購買意欲を促す→消費者のニーズを検討する
2	10/3	「アロマ商品」に関する商品企画（ターゲット、コンセプト設定） 長崎らしい商品名のブレインストーミング、KJ法 商品名のグループ分け（食べ物、景色、歴史、文化など）→タイトル分け アイデアの組み合わせ、強調、飛躍
3	10/17	「アロマ商品」に関する商品企画（ターゲット、コンセプト設定） 商品企画書の第一段階：コンセプト、ターゲット、ポジショニングマップ 商品名、使用法、キャッチコピー
4	10/24	「香り」について 長崎女子短大に合ったオリジナルの香りのポジショニング
5	10/31	「商品デザイン」の方向性について 商品のイメージを表す写真やイラストを収集する（グループワーク）
6	11/7	「デザイン」アイデア展開（モチーフ出し、デザイン案） デザインボードの作成
7	11/14	「デザイン」アイデア展開 デザインボードの作成
8	11/21	「デザイン」最終提案 プレゼン資料作成 デザインボードの完成→プレゼン用パワーポイントの作成
9	11/28	「販売会の企画」店舗販売における考え方、準備など グループ別の商品開発のプレゼン 石丸文行堂による販売促進セミナー
10	12/5	販売方法と情報発信について考える（ブースデザイン、販促物など） 目標設定（販売計画、売上個数など収支計画） 情報発信（プレスリリース、SNS、動画、印刷物など）
11	12/12	販売方法と情報発信について考える（ブースデザイン、販促物など） 目標設定（販売計画、売上個数など収支計画） 情報発信（プレスリリース、SNS、動画、印刷物など）
12	12/19	役割ごとの打ち合わせ
13	1/16	商品の梱包、店頭のディスプレイ 販売のリハーサル
14	1/21	浜の町アーケード、石丸文行堂本店 店頭での販売会実施
15	1/23	振り返り・まとめ 実績集計 グループ別成果発表、総評

アロマ商品開発の指導は株式会社クリーン・マツトアロマ事業部の担当者が、販売に関しては石丸文行堂の販売担当者が講師となり、学生に直接指導をしていただいた。本コース教員は、プレゼンテーションや商品の情報発信、販売会の準備などを担当した。

学生たちは、デザイン思考のプロセス¹⁾について学んだ後、グループに分かれてブレインストーミングを行い、「長崎」や「長崎女子短期大学」のイメージを出しあい、KJ法でまとめたキーワードを抽出した。このキーワードを参考にグループごとにイメージボードと香りの案を作成し、プレゼンテーションを経て、アロマウッドのデザインとアロマオイルの香りを投票により選出した。学生が選出したデザインや香りを参考に、各企業で調整を行ったのち、商品化に至っている。

今年度まで本プロジェクトは4回実施しているが、各回で実施する授業内容の骨子には大幅な変更はなく、年度によって時間配分に若干の変更を加えた程度である。

各年度のコンセプトに合わせて「自由な発想でイメージボードを作成し、そのイメージに合う香りを調香し、ラベルデザインも考えた結果をプレゼンテーションする」「開発した商品について情報発信をする」「店頭で直接お客様に商品を販売する」という体験は、学生たちにとって難しさもあるが喜びや達成感も感じられたようである。受講後の学生による感想は4.1. 授業アンケート結果に示した。

3. 開発した商品の概要

これまでに開発した商品は、次の4種類である。令和4年度から順に長崎の冬、春、夏、秋が商品のコンセプトとなっていたため、令和7年度の商品で本コースの学生たちが考えた長崎の四季の香りの商品が揃ったことになる。

【令和4年度】

- ・ブレンドエッセンシャルオイル KAKUMEI
 - ・アロマウッド（ディフューザー）
- 3種類（猫・教会・路面電車）

香りのコンセプト	長崎の冬のランタンフェスティバルと異国情緒漂う長崎の街の女性をイメージした香り。
ブレンド精油	グレープフルーツ、イランイラン、パチュリー、フランキンセンス
利用シーン	就寝前などにおすすめ
ラベルデザイン	ランタンをイメージした、赤系統の華やかなデザイン

【令和5年度】

- ・ブレンドエッセンシャルオイル KAKUMEI
- spring 波佐見焼アロマストーンセット

香りのコンセプト	長崎の春の帆船祭り。青い海に浮かぶ帆船に心地よい薫風が吹き抜けるような、透明感あふれる爽やかなシトラスの香り。
ブレンド精油	ベルガモット、ライム、マンダリン、パインスコッチ、フランキンセンス
利用シーン	リフレッシュしたいとき、朝や昼におすすめ
ラベルデザイン	長崎の海をイメージした青を基調に、柑橘のオレンジや黄色をアクセントにしたデザイン

【令和6年度】

- ・空間用アロマミスト KAKUMEI summer

香りのコンセプト	夜空に咲く花火のように、爽やかなラベンダー、グレープフルーツとスパイシーなシダーウッドが香るブレンド
ブレンド精油	ブラックペッパー、シダーウッドアトラス、ラベンダー、グレープフルーツ、フランキンセンス
利用シーン	リラクセスしたいとき、就寝前などにおすすめ
ラベルデザイン	長崎の夏の夜の花火をイメージした紫と黄色のデザイン

【令和7年度】

・空間用アロマミスト 眠れる森のミスト

香りのコンセプト	長崎の秋の香り
香りの説明	長崎の秋をイメージした、フローラルなラベンダー、ウッディ系の対馬ヒノキ、長崎ゆうこうを配合したブレンド
ブレンド精油	対馬ヒノキ、長崎ゆうこう、ラベンダー、プチグレン
利用シーン	リラックスしたいとき、就寝前など
ラベルデザイン	長崎ゆうこうを月に見立て、尾曲がり猫が寝ているイメージで、眠る時に使うことを表している

4. 成果と課題

4.1. 授業評価アンケート結果

令和6年度の授業評価アンケートの結果は下記の通り（令和4年度・令和5年度はアンケートを実施していない）。

学生自身による授業への取り組みを自己評価した結果が図1である（複数回答可の設問）。この結果を他学科・コースも含めた同学年同学期開講された全ての授業の回答である図2と比較すると、「授業に集中して臨んだ」は同数の48%であるが、「授業に関して積極的に質問などを行った」は全

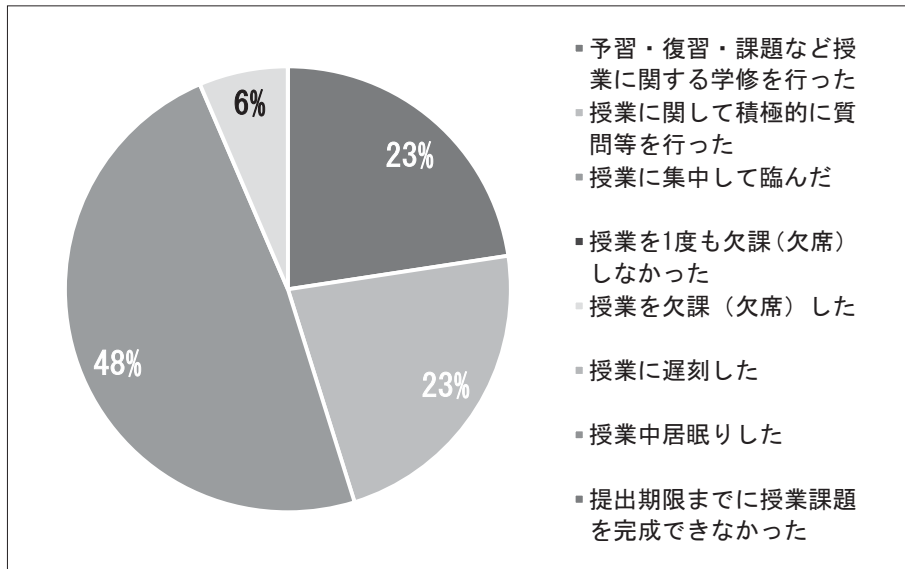


図1. 学修に取り組む姿勢・本コース授業受講者 (回答率89%)

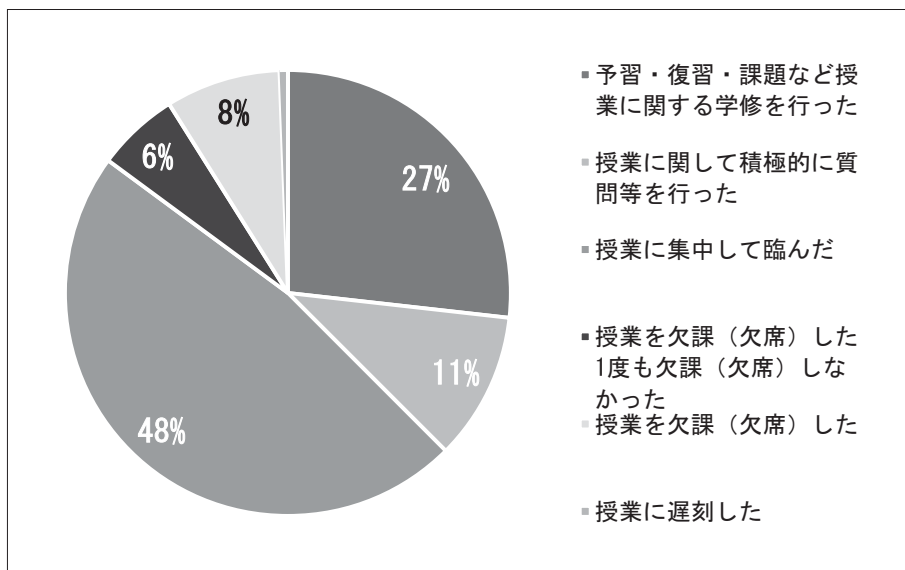


図2. 学修に取り組む姿勢・学年全体 (回答率87%)

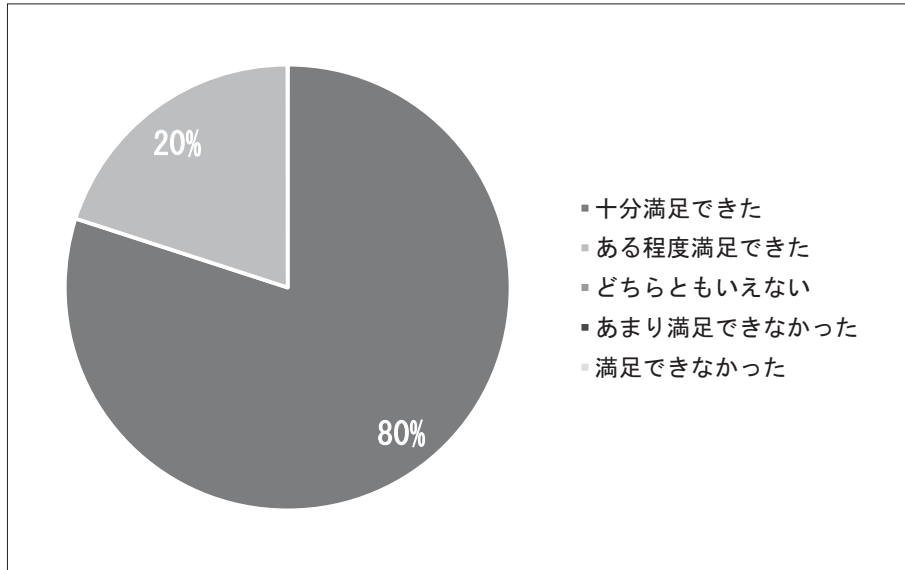


図3. 授業の総合評価 (回答率83%)

体では11%に対して受講者は約2倍の23%となっており、学生たちが能動的に授業に取り組んでいたことが伺える。

授業の総合評価の結果は図3の通りである。「十分満足できた」が80%、「ある程度満足できた」が20%であり、学生の満足度が非常に高かったことが確認できる。

なお、アンケートには「授業の内容やレベル」「教員の教え方」「学生の取組み」等の設問もあったが、これらも図3とほぼ同様の結果であった。

自由記述の「授業の感想・意見・要望」(回答率73%)の内容は下記のとおりである。記述された内容にはネガティブな意見は皆無であり、図3の授業の総合評価のデータとも一致している。

- ・「商品開発」という貴重な経験をする事ができてよかったです。普段では経験できないことなので、これからの人生にも役立つような科目だったと思います。
- ・この授業では、イメージボード作りから始めて販売会に至るまで、皆と協力して取り組む事ができて販売会当日は完売させる事ができたのはとても嬉しく、良い経験になりました。外部の方々と協力し合って匂いもパッケージも素敵なアロマミストを作ることが

きて良かったです。

- ・アロマミストの販売が楽しかった
- ・他の講義とは全く違った実践型の内容でクラスのみならず関わる機会が多かったのも楽しかったです！
- ・企業様と一緒にアロマミストを開発できてとても楽しかったです。
- ・調合も自分たちでして、ラベルデザインも自分たちで考えることができ楽しかったです。
- ・商品を開発してそれを販売するという初めての経験ばかりでしたが、仲間と協力し合いながら楽しく活動することができたので楽しかったです。
- ・商品開発に初めて取り組んで楽しかったです。
- ・販売会に向けて一から自分たちでアロマミストの調合やラベルのデザインなどひとつの商品を作るのにたくさんの試行錯誤があり、クラスで協力し合いながら取り組むことで多くの達成感を得られました。実際に販売会を行って、過去一の売上げを更新することができたのもとても嬉しかったです。
- ・1からアイデアを出し、みんなで協力しながら自分たちの手で販売するという体験はなかなかできない貴重な体験になりました。実際にやってみてだんだんと楽しく取り組むことができ、完売できた時は本当にうれしかった

です。ありがとうございました。

産学連携で商品開発を行う取り組みは、全国の商業系の高等学校でも実施されているが、ほとんどが食品の商品開発である。公益財団法人全国商業高等学校協会のホームページ²⁾で確認できる例で言うと、令和6年度は13校中12校、令和7年度では、8校中7校が食品の商品開発を行っている。短期大学での商品開発事例が確認できたのは、湘北短期大学の文具があったが、これ以外は「食」に関するものが多かった(例：戸板女子短期大学³⁾、新島学園短期大学等⁴⁾)。

このような状況の中で、本コースで実施している商品開発プロジェクトは、受講した学生の満足度が高く、開発した商品のオリジナリティの面でも学内外に誇れる取り組みであると言える。

4.2. 広報活動への影響

商品開発プロジェクトに関しては、令和4年度の販売会当日の状況が長崎新聞紙面およびNCC長崎文化放送のローカルニュースにて報道された。

令和5年度は本コースの公開講座として前年の商品開発で協力していただいた森永材木店に外部講師を依頼し、小学生を対象とした「マイ箸づくり」のワークショップを実施した。

令和6年度の公開講座では、株式会社クリーン・マットに外部講師を依頼し、一般市民を対象とした「調香体験」を実施したが、好評につき令和7年度も継続して実施するなど、商品開発で連携していただいている企業の方々に協力していただきながら、学外の方々に对本コースの教育活動を知っていただく機会を設けている。

また、令和4年度、令和6年度、令和7年度は、長崎市浜町アーケードにある石丸文行堂本店の店頭で学生による販売会を実施し、多くの市民の方々に学生の姿を見ていただき、本コースの取り組みを知っていただく機会となっている。

これまでに開発した商品は、石丸文行堂や県内の土産物店、県外では東京・日本橋にある長崎県のアンテナショップでも販売されている。また、長崎市の浜屋デパートで春と秋に開催されている

長崎県産品のイベントでも販売されており、年間を通して様々な場所で購入可能となっている。

さらに、令和7年度の授業はNIB長崎国際テレビによる複数回の取材を受け、販売会終了後の2026年1月28日夕方のローカルニュース内で詳しく紹介していただき、同日付の長崎新聞紙面にも記事が掲載された。本プロジェクトが長崎県内全域への本コースの広報活動としての役割も果たすことができている。

4.3. 今後の課題

AIが社会の中に浸透し、業種も職種も急速に変化していくことが確実なビジネスの現場では、創造力と実践力を持つ人材が求められることは間違いない。そのような力を持った学生を育成することを目的として産学連携による商品開発プロジェクトを実施してきたが、1科目だけでその目的を達成することは困難である。アロマという本コース独自の商品開発も、学生にとっては比較的高額な商品になることや、アロマ自体に興味・関心がない場合は意欲の継続が難しいことなど課題がある。

また、学生たちが初回で学ぶ「デザイン思考」は、問題解決の方法として身につけることができれば、日々刻々と変化する社会の中で、その変化に対応する能力として役立てることができるが、1回の授業だけで修得するのは難しい。

次年度は選択授業となり、受講する学生の数によってはこれまでのような商品開発が実施できるのか不透明な部分もあるが、連携していただいている企業の方々と協力しながら、より魅力的な商品開発を継続するとともに、デザイン思考のプロセスを他の科目でも取り入れられないか検討を重ねていきたい。

最後に、この商品開発プロジェクトを軌道に乗せるために尽力され、2025年7月に逝去された武藤玲路教授に心から感謝いたします。誠にありがとうございました。

参考文献

- 1) ジャスパー・ウ：実践 スタンフォード式 デザイン

- ン思考, 第1版, 46~48インプレス (2019)
- 2) 公益財団法人全国商業高等学校協会: 商品開発プロジェクト一覧, 令和7年度, <https://zensho.or.jp/products/date/2025/> (最終閲覧日: 2026年1月9日)
 - 3) 戸板女子短期大学: 国際コミュニケーション学科・フードビジネス, <https://www.toita.ac.jp/department/international/foodbiz/> (最終閲覧日: 2026年1月9日)
 - 4) 新島学園短期大学: NEWS&TOPICS, 【報告】11/1 (土) 群馬県庁にて『フードビジネス甲子園2025』を開催しました, 2025年11月17日, https://www.niitan.jp/cms/news/event/1410_post/ (最終閲覧日: 2026年1月9日)