

“Z世代”の学生たちによる自由なアイデアで新商品誕生のチャンスも！ 家庭用チーズの商品開発プロジェクトを開始

学校法人滋慶学園　東京コミュニケーションアート専門学校との産学連携

日本ハム株式会社　　2022年05月25日

日本ハム株式会社（本社：大阪市北区、代表取締役社長：畑 佳秀）は、学校法人滋慶学園 東京コミュニケーションアート専門学校と連携し、マーケティング戦略の一環としてZ世代の視点を取り入れた商品開発プロジェクトを実施します。

食肉、ハム・ソーセージ事業など10を超える事業領域を展開するニッポンハムグループにおいて、チーズ、水産品、フリーズドライ、冷凍食品等の事業を担う株式会社宝幸では、チーズ専門ブランド『ロルフ』を展開しています。国内チーズ市場は右肩上がりに推移しており、『ロルフ』は業務用におけるメーカー別シェアにおいてトップクラスの売上（※）を占めます。

ニッポンハムグループは2030年のありたい姿に向けて「食やスポーツを通じた地域・社会との共創共栄」を重要課題の一つとして掲げています。その一環としてこの度、学校法人滋慶学園 東京コミュニケーションアート専門学校と連携し、『ロルフ』ブランドの家庭用チーズ商品を共同開発するプロジェクトをスタートさせました。

※TPCマーケティングリサーチ（株）「2021年 チーズの市場分析調査」



＜実施スケジュール＞

【4月～5月】

学生向けオリエンテーション※

【6月】

（株）宝幸展示会にて東京コミュニケーションアート専門学校との連携パネルを設置

【7月】

中間審査

【9月】

最終プレゼン審査※

※オンラインにて全国姉妹校とつないで実施

共に商品開発を行う東京コミュニケーションアート専門学校は、これまで様々な企業と連携して、学生ならではの自由な発想やアイデアで「手に取って買ってみたい」「食べてみたい」と思えるような商品を提案しており、数々の実績があります。

プロジェクトの中心となる10代～20代半ばの若年層はいわゆる「Z世代」と呼ばれ、SDGsや社会的課題への関心が強いと言われています。“Z世代”のニーズをキャッチし、さらにその視点を商品開発に活かすことで、将来的な成長戦略へもつなげていく取り組みです。この産学連携により、ニッポンハムグループは学生の教育・育成に寄与していきます。

プレゼン募集課題例（一部抜粋）

（1）短期的提案

商品の形はそのまま、ネーミングやパッケージ、食べ方、プロモーション方法などを自由に考える

（2）長期的提案

商品の形を現状のものにこだわらず自由に考える

学校法人滋慶学園 東京コミュニケーションアート専門学校サイトはこちら

https://www.tca.ac.jp/creative/