

⇒ 大コン事業 参加店舗の声 ◀



THE DECK TEN 伊熊 未来さん

若い目線と的確な分析でコンサルティングをしていただきましたが、学生さんの能力に驚かされました。大コン事業のおかげで、商品の魅力が伝わるメニュー表や看板のリニューアルができました。



お弁当どんどん 境 美帆さん

大コン事業は、地域事業者と学生双方にとって非常に価値のある取り組みだと実感しました。私たちは新しい知見とチャレンジの機会を得られ、学生たちは実践的なビジネス経験を積めたと思います。



ラッシュ 伊藤 一恵さん

学生ならではの視点と発想で、日常の経営では気づけない魅力を再発見しました。コラボ商品は大型イベントで完売し、公式LINEの登録者増にもつながる戦略を実践できました。



石橋旅館 石橋 美津子さん

やる気満々の学生さん達に思いを伝える事が大変でしたが、固定観念に囚われないアイデアを出してくれた事に感謝しています。発信力の大切さを身に沁みて感じることができました。



⇒ 大コン事業 各店舗学生リーダーの声 ◀

THE DECK TEN チームリーダー

私達の提案が実際に形となり、顧客の元へ届いていく過程を経験できた事をうれしく思います。地域の取り組みの一端を担えたと感じ、貴重な経験をさせていただきました。

お弁当どんどん チームリーダー

お弁当どんどんさんと一緒にこの事業に取り組めたことを、心からうれしく思います。また、学生だけでは学ぶことのできなかつたことを数多く吸収することができ、非常に有意義な経験となりました。

ラッシュ チームリーダー

実際にお店の方と連携しながら課題を整理し提案する難しさ楽しさを学びました。私たちの提案が形となり、販売やお客様の反応につながったことに大きなやりがいを感じました。

石橋旅館 チームリーダー

私達大学生の意見を快く受け入れてくださり、その後改善していく様子にやりがいを感じました。今後の発展に少しでもお役に立てたらうれしいです。関係者の皆様、ありがとうございました。

大コン事業コンサルティング対象店舗の募集について

- 募集期間
毎年4月上旬～5月中旬
- 対象店舗
 - 1 静岡市内に店舗がある（小売業、飲食業など）
 - 2 昼間営業している
 - 3 お店の改善・発展を具体的に考えている
 - 4 学生と協同した取組・実践ができる
- ※ 応募後、静岡県立大学と静岡市で選考し、店舗を決定します。（最大4店舗）

問い合わせ先

静岡市 経済局 商工部 商業労政課 商業・まちなか活性化係
電話：054-354-2306 FAX：054-354-2132 E-mail：shogyo@city.shizuoka.lg.jp

この冊子はユニバーサルデザインフォントを使用しています。

令和7年度「大学生によるお店コンサルティング事業」

通称

大コン事業

「大コン事業」での取組内容をお店の魅力向上の参考に！

静岡市・静岡県立大学 岩崎ゼミ 連携事業

Marketing



Shizuoka City



Consulting

Iwasaki Seminar



大コン事業とは…

本市では商業の振興に向けて、①魅力あふれる「個店」の支援、②連携して地域課題に取り組む「商店街」の支援、③個店・商店街が育つ豊かな「まちづくり」を3本柱として取り組んでいます。

その中で大コン事業は「個店」への支援の一環として、静岡市と静岡県立大学経営情報学部・岩崎ゼミが連携し、魅力的で個性のある個店を増やすため、マーケティングを学んでいる学生が個店に対してアドバイスやコンサルティングを行う事業です。

「お客様の声を聴きたい」、「効率的なプロモーションを考えたい」、「お店の強みをさらに磨きたい」等、具体的な取組みを考えているお店に対して、学生がアンケート調査やヒアリング等に基づき、アドバイスを行い、店主と学生が力を合わせて、一緒にお店の魅力向上に取り組んでいます。

教授・ゼミ紹介



岩崎邦彦 教授

<プロフィール>

静岡県立大学 経営情報学部 教授・学長補佐・地域経営研究センター長

【主要研究テーマ】

地域に関連するマーケティング課題の研究

【主な著書】

「地域引力を生み出す観光ブランドの教科書」(日本経済新聞出版社)
 「農業のマーケティング教科書:食と農のおいしいつながり」(日本経済新聞出版社)
 「引き算する勇気:会社を強くする逆転発想」(日本経済新聞出版社)
 「小さな会社を強くするブランドづくりの教科書」(日本経済新聞出版社)
 「小が大を超えるマーケティングの法則」(日本経済新聞出版社) 他

<静岡県立大学 経営情報学部 岩崎ゼミ>

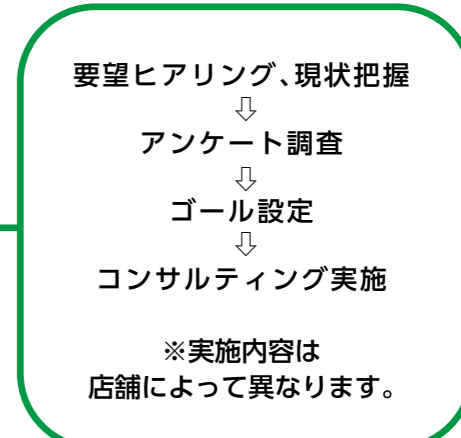
マーケティングを研究テーマとしているゼミで、地域の抱える諸問題の解決や地域経済の発展に資する研究・情報発信・実践活動を行い、「地域の元気」に貢献することをモットーとしている。

大学でマーケティングを専攻する学生が、静岡市内のお店のコンサルティングを行う「大コン」は、学生にとって貴重な学びの機会です。ご支援をいただいている静岡市のみなさまに心より感謝申し上げます。

学生は、コンサルティングを通して、お店が抱える様々なマーケティング課題を体感し、マーケティングの方向性を真剣に考えました。コンサルティングの現場では、受診企業の皆様から多くを学ばせていただきました。コンサルティング成果は、学生と受診企業の共働から生まれたものです。今回の事業が、静岡市の個店の発展に少しでもお役に立てたのなら幸いです。

静岡県立大学経営情報学部 教授 岩崎邦彦

<事業のスケジュール>



THE DECK TEN 【葵区人宿町】

素材を活かした創作料理が味わえる居酒屋

依頼内容 集客力向上
学生の来店数増加

ゴール設定 新規顧客獲得
若年層への認知拡大



アンケートによる現状把握

調査概要	調査結果
目的…学生にニーズのあるメニューを把握し、新たに学生限定コースを提案するため 対象…大学生54人 調査方法…Googleフォーム	<ul style="list-style-type: none"> 刺身が最も人気 既存のコースメニューにはない、ポテトやからあげといった価格の安いメニューが人気 →既存のコースよりも価格帯を下げて学生限定のコースメニューを提案

取組内容

①ブランド力の強化

「人づてに紹介してもらえそうな店にしたい」との依頼
→口コミによって広がりやすいよう、一言で店を表す
→「**創作ネオ居酒屋**」
→活動の基礎をつくる

②A型看板の改善

改善前
写真が小さく、どんな店なのか分かりにくい

改善後
「創作ネオ居酒屋」を前面に出し、商品を大きく掲載

→看板を見て来店する顧客が**増加!**

③メニュー表の改善

改善前

- 創作料理の見た目や味が分からない
- 名物料理が何か分からない
- こだわりのポイントが記載されていない

改善後

「創作ネオ居酒屋」をコンセプトにデザインを依頼

- 写真の追加・何人前か記載
- 項目ごとにオススメメニューを大きく載せる
- メニューの説明欄を追加し、おいしさを言葉で表現

→看板を見て来店する顧客が**増加!**

④Instagram運用・学生限定コースの提案

- アンケート結果を元に既存メニューを組み合わせた学生限定コースを提案
- Instagram投稿用にリール動画を作成

再生数：2,254回
コメント欄には肯定的な声

- 学生向けに映えドリンクのリール動画を投稿
再生数：3,219回
- アンケートで人気だったメッセージプレートの写真を投稿
再生数：4,847回

その他、電話またはInstagramのメッセージ機能のみであった予約のハードルを下げるため、ホットペッパーグルメを導入。予約数は約1ヶ月で81件あり、学生をはじめとした若年層が予約しやすい環境を整えた。

- ### 取組の効果
- コンセプトの設定により、店舗の特徴が一言で伝わるようになり、口コミや紹介に繋がる土台ができた。
 - 通行人が店の雰囲気やメニューを一目で理解できるようになり、新規顧客獲得につながった。
 - メニュー表が見やすくなり、商品の魅力を効果的に訴求できるようになった。
 - Instagramの投稿を通し、若年層への認知拡大を図った。またネット予約の集客力が示された。

お弁当どんどん 【清水区袖師町】

静岡発・地域密着型の弁当チェーン

依頼内容 若年層への認知拡大

ゴール設定 若年層へのアプローチの提案



取組内容

①テスト販売の実施

1回目：割引券を授業で配布し販売
2回目：SNS割引、販売時間・販売メニューの変更
3回目：試食の実施
4回目：購入特典(缶バッジ)の付与

4回目の販売では**目標の100個完売**を達成!

……その他、お弁当総選挙を実施

1位：チキン南蛮弁当
2位：親子丼
3位：特製のりころ弁当
4位：からあげ弁当

学生の行動データを把握するため静岡県立大学でテスト販売を計4回実施

行動を観察し、メニューや販売時間を変更

食後アンケートの実施

調査概要	調査結果
目的…若年層のお弁当のニーズを把握するため 対象…テスト販売購入者30人 調査方法…Googleフォーム	<ul style="list-style-type: none"> お弁当の満足度 →「とても満足」60%「やや満足」40% これまでに何回購入したことがあるか →実際購入したことがある人は16%のみ 今度購入したいか →機会があれば購入したい人が70%

②販促物の作成

- 販売当日配布用のチラシ
→チラシ限定クーポンを付け、取ってもらいやすく
- 掲示用ポスター
→掲示物に埋もれないよう蛍光色を使用
- お弁当総選挙ボード
→人気メニューを可視化して分かりやすく

③ヒアリング調査

【購入者へヒアリングを実施】【ヒアリング内容・結果】

- 今回買おうと思ったきっかけ
- なぜ買ってくれたのか
- どちらも共通して友人の口コミが多数
- お弁当への要望
- ワンコインを求める学生が多数
- 今回で何回目の購入か
- はじめての学生が多数

【学生限定メニューの提案】

友人と来店で割引し口コミ効果を狙う

- ### 取組の効果
- 実際の購買行動から机上では分からないニーズが把握できた。
 - 情報発信の重要性を実践的に理解できた。
 - 口コミによって心理的ハードルが下がっていることが把握できた。

ラッシュ シュ

【葵区七間町(本店：浜松市)】

県内唯一のGlutenfree & Veganスイーツ専門店



依頼内容 店舗までの道案内
新規顧客の獲得

ゴール設定 店舗の認知拡大

取組内容

①道案内リール動画の作成

・Googleマップの推奨ルートは遠回りで見分りにくい

複雑なルートから直線的なルートに変更し、
動画撮影・編集

静岡伊勢丹を
目印に!



閲覧数
2,445回

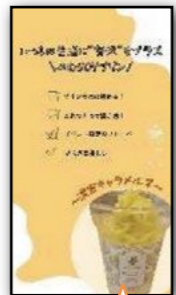
②限定フレーバーの考案

・イベントの主力商品である
「のむSOYプリン」の限定フレーバーを考案
・のむSOYプリンは七間町店で生まれた
→七間町店のアピールにもなる



季節感→「濃密キャラメル芋」
王道人気→「濃厚ショコラキャラメル」

③限定フレーバーの広告、イベントチラシの作成



商品の特徴を
分かりやすく



ゼミとのコラボ
であることを強調



架空の人物像を作り上げる
ペルソナ設定で顧客像を明確に!

主力商品である
「のむSOYプリン」を強調

④秋のお菓子・パンフェアでの販売

学生が販売のお手伝い!



《限定フレーバーを購入した方の反応》
・濃厚でSOY感が控えめで飲みやすい
・SOYなのに思ったより甘くておいしい!

目標: のむSOYプリン販売数75個

結果: 110個販売「完売!」

・チラシ配布
・LINEの100円オフクーポン
→LINE登録のきっかけに

LINE登録者数58人増加

取組の効果

- ①Instagramフォロワーの方やそれ以外の方にも七間町店の場所を知ってもらえる機会となった。
- ②限定フレーバーの考案により、限定フレーバーの季節感と“ここだけ”感を創出することができた。
- ③限定フレーバーの広告・チラシの作成は商品やお店の魅力を伝え、認知度向上へと繋げることができた。
- ④イベントでの販売は、限定フレーバーやLINEクーポンを通して新規顧客の獲得につながった。

石橋旅館

【駿河区根古屋】

創業135年の老舗旅館



依頼内容 お店のPR
レトロアイテムの活用

ゴール設定 毎シーズンに向けて
魅力あるお店にする

取組内容

①ブランド強化

☆アイコンリニューアル

改善前



改善後



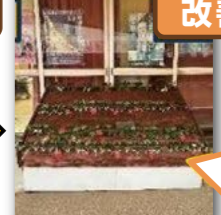
・レトロな色味に
・石垣の葉をイメージ
・“商売黒字”の意味で
文字を黒色に

☆入口の差別化

改善前



改善後



一目でわかる
石垣の苺に!

②店内レイアウト改善

壁のスペースを活用し展示



段差を活かし石垣の苺風に!



③Instagram運用

☆ストーリー投稿

→苺のシーズンに限らず、
一年中販売している商品を
常に見られるように!

☆自慢の苺ジャム

→製造過程を掲載する
ことで、安心感を生み
出す



おいしい!

④商品情報

☆メニュー表作成

→レトロ感のある表紙を
使用
→商品をイメージできる
よう写真を掲載



☆ポップ作成

→140年物のレジスターや火鉢など、
レトロアイテムを紹介するポップを作成



取組の効果

- ①苺を売りにしているお店であることが分かりやすくなり、ブランド強化につながった。
- ②入口から飲食スペースへの導線を意識したことで、お店が広く見えるようになった。
- ③SNSを通して新規顧客の獲得につながった。
- ④メニューやレトロアイテムの魅力が伝わりやすくなった。