



10/13

企業説明会(企業から学生へ課題の説明)

課題1 WEBツールを活用した「千歳水族館 来館者アップ」の提案

大学生ならではのアプローチで、若い世代に、

- ①水族館に興味を持ってもらえる
- ②「興味」から来館という「行動」につながる

WEBツールを提案して欲しい。

課題2 販売商品の考案

水族館売店で販売するオリジナルグッズについて、

- ①来館者が欲しいと思うような商品
- ②来館者の満足度を上げる商品 ③リピートしたくなる商品をテーマに考えて欲しい。



11/17

中間報告会(学生から企業へ検討状況を説明)

提案

チーム1

- ・サイト福引きイベント
- ・若者受けするグッズやネオンカラーのHP制作

チーム2

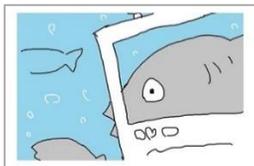
- ・展示される生き物のレアな姿を撮影するミッション

チーム3

- ・インスタ映えスポットの設置
- ・ネットビンゴ企画

意見

- ・科技大生の7割が水族館に行ったことがないとのことだが、どうしたら来てもらえるか
- ・ミッションやビンゴは面白いアイデア
- ・年間を通し様子が変わる「水中観察窓」を使う企画であればリピートにも繋がるかも



ZOOMで進捗報告。厳しい指摘に思わず凍り付く場面も…

12/15

最終報告会(学生から企業へ解決策の最終提案)

チーム1

- 「館内SNSシステム」
WEB上の管内フロアマップに写真やコメントを掲載
- 「サモンくんUSBメモリ」
若者向けにキモカワを意識



チーム2

- 「O2O(※)ギャラリー」
学生が千歳水族館をテーマに制作した作品を館内に展示
- 「アクリルキーホルダー」
- 「季節限定ステッカー」



チーム3

- 「千歳水族館ビンゴ」
WEB上のビンゴカードを入口で配布し、館内で撮影した生き物の写真でビンゴゲーム



(※)Online to Offline

事業参加後のコメント(一部抜粋)

- 提案にするにあたり、何故その提案に至ったのか根拠を考えるのが難しく、色々なWEBサイトからデータを引っ張ってきたり自分たちでアンケートを採ったりして検討したが、分析やそこから提案が難しかった。良い経験が出来た。
- 企業の方と一緒に取り組むという、中々味わえない独特の緊張感を経験でき、ありがたい機会をいただいた。チーム活動は大学でよくやるが、(今回は)3チームで同じところに向かい、いいところ、悪いところを知ることができ、チーム間での関わりも出来たことが良かった。
- 課題解決型のグループワークは他の講義でも経験があったが、何時間もかけ同じチームで取り組むのは新鮮だった。
- コストやどういう効果があるといったところまで考える機会がなかったので、貴重な経験を得られて良かった。
- 今まで課題解決型のワークは結構あったが、目の前に提案する人がいるということが今までとは全く違い、目を見て、いかに相手を喜ばせるかを目指し、非常に頑張った。
- 普通の授業ではやらない現地調査や企業様への提案、普段では行えないことができ、充実した活動であった。
- 自分たちの班では早い段階からビンゴでいくという方針は決まっていたが、仕組み等を深掘りしていく中、コスト、AIといった点について実現可能かどうか不明な点があるので、引き続き授業の活動の中でももう少し頑張っていきたい。

学生感想 (抜粋)

(有)谷川企画クリアデザイン

ターゲットとして大学生、特に科技大生で水族館に来たことがない人がどうやったら来るかを考えてくれた方が多かったが、実際に科技大生である皆さんの意見を聞ける良い機会だった。

館内SNSは、ファンクラブ的な形で水族館が好きな人同士がネットで繋がれる場となれば面白い。ビンゴは中間発表の時も面白とおもったが、これから試作品を作って貰えるということで楽しみなところ。商品として一番グサツきたのはサモンくんUSB。キモカワイイものは刺さる人には凄く刺さる。コストとの兼ね合いがあるが意見としては面白い。実現性でいえばアクリルキーホルダーや限定ステッカーはコストとしても現実的。今でも4パターンあるステッカーはどれもそれなりに売れている。限定品があれば自分も買いたいと思うので社内で提案したい。

現実的な意見が、特にグッズ側ではかなり出た。これから先の検討段階があるかと思うが、クリアデザインとしても持ち帰り話しをしたい。自分としても何かが実現して千歳水族館に持って行くことがゴールだと思っているので、頑張りましょう。

●サケのふるさと千歳水族館

事前情報があまりなかったのでわくわくしながら聞いていたが、期待以上によくまとまっていたというのが正直な感想。今回、主に科技大生をターゲットとして色々分析いただいたが、千歳水族館のお客様の中で、大学生は非常に弱い分野。近くに大学があるのに中々集客に結びつかない。一度来館いただいた方がまた行きたいという満足度の高さが見えた解析の部分は水族館としても非常に参考になった。

グッズも奇抜なアイデアや現実味のあるもの大変参考になった。掛け率や、実際に水族館の売店で売れている商品の傾向についても分析に含まれていくと面白い。今回は大学生向けということだったが、実際売店で購入される客層も考えていただけるとより良いかと。

SNSシステムのマップやビンゴは実際導入してもいいと思えるもの。コスト的なところが上手にクリアできるのであれば新たなツールとして取り入れたい。ビンゴの難易度が二つあり、観察窓と常設展示に分けるというアイデアも秀逸だった。

私自身、本業は生き物を飼う方でこうしたデジタルの世界は疎い。その部分を皆さんの得意分野としてサポートいただき、どんどん広げていただけると非常にありがたい。今日の話だけに留まらずお互いに良い関係を築かせていただきたい。

企業講評 (抜粋)