

CASE STUDY 01

株式会社シンギ

叡啓大学

日々の業務に忙殺される中で、将来を見据えた「重要だが緊急ではない」課題をいかに形にするか。食品容器の専門商社シンギは、大学との共創を通じて、自社の前提や業界の常識を見直しながら、新たな価値の可能性を探っていきました。

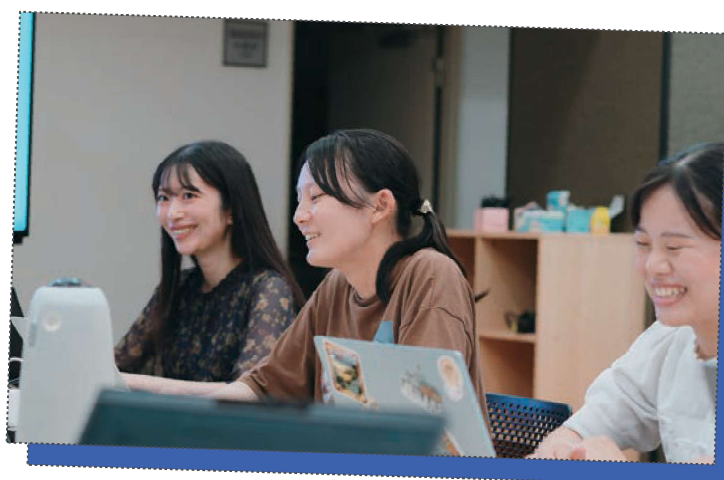


業界の「当たり前」をリセットし、未来の柱を。創業90年の専門商社が挑んだ「思考の棚卸し」と事業のシフト



未来に必要なだと分かっている、着手は難しい

多くの企業にとって、新規事業や社会課題への対応は「重要だが緊急ではない」テーマになりがちです。必要性は感じていても、日々の売上や既存業務への対応に追われ、後回しになってしまう。食品パッケージの企画・販売で確固たる地位を築く株式会社シンギも、そうした難しさを抱えていた一社でした。プラスチック削減や資源循環という難易度の高い社会課題に向き合う中で、共創プログラムは、同社にとって自分たちの考えを整理し直す場として機能していったようです。



シフト / SHIFT

既存の経営資源や技術をベースにしながらも、文脈をずらすことで新しい意味や顧客価値を創出する「非連続な成長」へのアプローチのこと。日々の改善(チューン)とは異なり、既存顧客や市場での検証を前提にし、自社にとっての「重要だが緊急ではない」領域において、新たな価値の柱を打ち立てることを目指す。

経営者こそ参加すべき「思考の棚卸し」の3ヶ月

共創プログラムの特徴は、前半3ヶ月を徹底した現状分析に充てる点にあります。田中社長は、この期間を「自分たちの頭の棚卸し」の時間だったと振り返ります。「業界にどっぷり浸かっていると、慣習が染み付いてしまう。社内では「そんなの知っている」という反発が生まれることもある「ロジックツリー」などの手法も、大学という中立な立場と対話することで、現状を客観的に図式化・言語化でき、頭の中がクリアになった」と田中社長は語ります。問いを立て直し、「自社の強み」と「社会的ニーズ」がどこで重なるのかを探る。この「思考の棚卸し」が、次の一步の土台になっていきました。

ロジックツリー / Logic tree

課題の全体像を樹形図のように分解し、原因の深掘りや解決策を論理的に導き出すフレームワーク。共創プログラムでは現状分析や思考の整理のために活用される。

学生の素直な「問い」と行動が、仮説を「確信」に変える

後半の3ヶ月からは、「推進メンバー」として企業と有償雇用契約を結んだ学生がチームに加わります。シンギが取り組んだ「紙コップの資源循環」という、業界でも正解の出ない難題に対し、大きな推進力となったのは学生たちの「なぜこれできないんですか?」という純粋な問いでした。ビジネスの「無理だ」という常識を知らないからこそ発せられる言葉は、既存の仮説を心地よく破壊し、新しい視点をもたらしました。

学生たちは自らアポを取り、現場(フィールド)へ積極的に飛び込み、顧客の生の声を収集しました。その徹底したフィールドワークから生まれたのは、「歯磨きに使う紙コップ」という、企業側では思いも寄らない意外な再利用シーンのアイデアでした。現場の「生きた事実」を材料にした対話は、単なる思いつきではない、チーム全員が「これならいける」と腹落ちできるストーリー、すなわち「納得(センスメイキング)」を構築していきました。



6ヶ月で終わらない、広島資源循環モデルへ

このプロジェクトは、6ヶ月で完結する単なる「実習」ではありません。活動を通じて見えた「経済性と継続性を両立させる資源循環」の構想は、現在、行政や他社を巻き込んだコンソーシアム(共同体)の設立へと力強く動き出しています。田中社長は「学生が中心にいたからこそ、企業の垣根を越えて本気で取り組めるようになった」と振り返ります。学生との協働が生んだ自律的なプロセスは、今、広島資源循環モデルという社会実装に向けて、企業の枠を超えて広がっています。

学生からのコメント

最初はインタビュー調査により課題を特定するところまで終わる予定だったのですが、私たちから「解決策の創出までやらせてほしい」と提案し実現しました。企業にとっても未知の課題に対して、「何ができるのか」「どこまでできるのか」を自分たちで考え、提案し受け入れていただいたことは大きな自信に繋がりました。

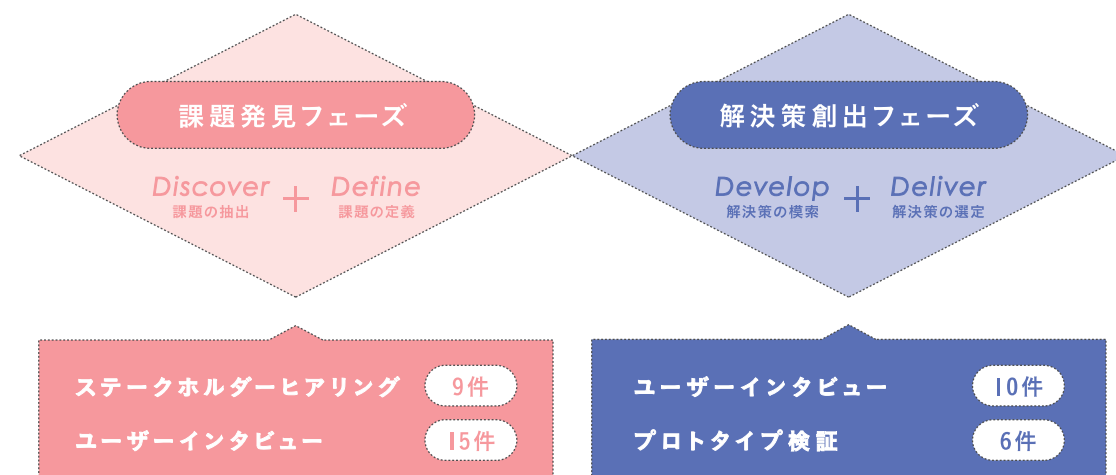


対話と実践の時間

合計 609時間

価値探索プロジェクト 企業 12時間
学生協働プロジェクト 企業 42時間 + 学生(6名) 555時間

フィールドワークの成果



PROJECT PARTNER

株式会社シンギ 広島市中区

創業90年を超える包装資材の専門商社・メーカー。食品容器の企画・開発・販売を主力とし、減プラ蓋デバイス「シュリンテックエコ」の普及など、環境負荷低減に向けた新製品開発にも注力している。

【事業内容】食品パッケージ(紙・プラスチック容器)の企画・製造・販売
【従業員数】約230名(2025年5月時点)

