愛知工業大学 経営学部 経営学科 経営情報システム専攻

ものづくり会計研究室

THINK SCRAP　活動報告

＜2026 年 4 月～7 月＞

担当教員：柊 紫乃

メンバー：奥田 武生，小野菜々子，黒沢 拓樹，古崎 開夢

全 純大，長坂 優冴，疋田 利光，満尾 奏太

目次

1. 活動開始からオープンキャンパスまでの経緯

2. オープンキャンパス：「推し THINK SCRAP」活動概要

3. オープンキャンパス：成果のまとめ

4. THINK SCRAP 活動：今後の展望

（参考資料）オープンキャンパス展示資料

①「推し THINK SCRAP」ポスター

②「推し THINK SCRAP」投票ボード

③「こんな製品があったらいいな」投票ボード

1． 活動開始からオープンキャンパスまでの経緯

- 企画の背景：愛知工業大学 経営学部経営学科 ものづくり会計研究室 担当教員の紹介により，株式会社東海理化（以下，東海理化）のアップサイクルブランド THINK SCRAP を知り，自分たちも連携して何かできないかと考えた。2026 年度前期ゼミ活動として，7 月の本学オープンキャンパスを日程上のゴールとして，何ができるかを検討した。研究室一同が，オープンキャンパス時点でするべきこと・できることを考えた所，THINK SCRAP の認知度向上と来場される高校生やそれ以外の方々が持つシートベルトのイメージやアイデアを分析・調査しようという案が上がった。
- 目的
  - 認知度向上・EC サイト誘導： ブランド認知度の向上および EC サイトへの集客
  - 意識・ニーズ調査： シートベルトに対するイメージやニーズの調査・分析
  - 商品需要の検証： 学生による商品プレゼンと投票を通じた，学生の推し商品・新アイデアの検証
- 内容
  - ブランド・事業調査： THINK SCRAP のブランドコンセプトおよび既存事業の分析
  - ターゲット・ニーズ分析： ペルソナ分析を用いた既存商品および我々が考えた新規企画商品の客層・ニーズの整理
  - コンセプトの策定： シートベルトの本質的価値である「守る」を主軸としたコンセプトマップの作成
  - 展示物の制作・投票の準備： 当日用プレゼン資料，ポスター，投票シート，投票シールの作成
- ターゲット：愛知工業大学自由ヶ丘キャンパス オープンキャンパス参加者（高校生・保護者・地域住民の方々等）
- 活動詳細と日程

① 事前準備（4 月 27 日～5 月 19 日）

東海理化との初回オンラインミーティングに向けて，事前調査を行った。東海理化の企業概要や事業内容，競合他社について調査するとともに，シートベルトから連想される特徴をもとに新製品のアイデアを考案した。また，各自が考えた製品案を発表し，意見交換を行った。

② 東海理化とのオンラインミーティング（5 月 19 日）

東海理化の荒河氏とのオンラインミーティングを実施した。THINK SCRAP の目標として，「端材の活用」「顧客志向」「社会的責任」の 3 つが示され，製品開発では「販売の出口」を意識し，「誰に・どこで・どのように販売するのか」や市場規模を事前に調査することの重要性に

ついて説明を受けた。また，5 月 29 日の工場見学時にシートベルト端材を持ち帰り，製品開発に活用することとなった。

③ ミーティング後の活動（5 月 20 日～5 月 28 日）

オンラインミーティング後は，各自で担当課題に取り組んだ。たとえば，新製品の販売方法や市場規模について調査を行い，製品化に向けた検討を進めた。

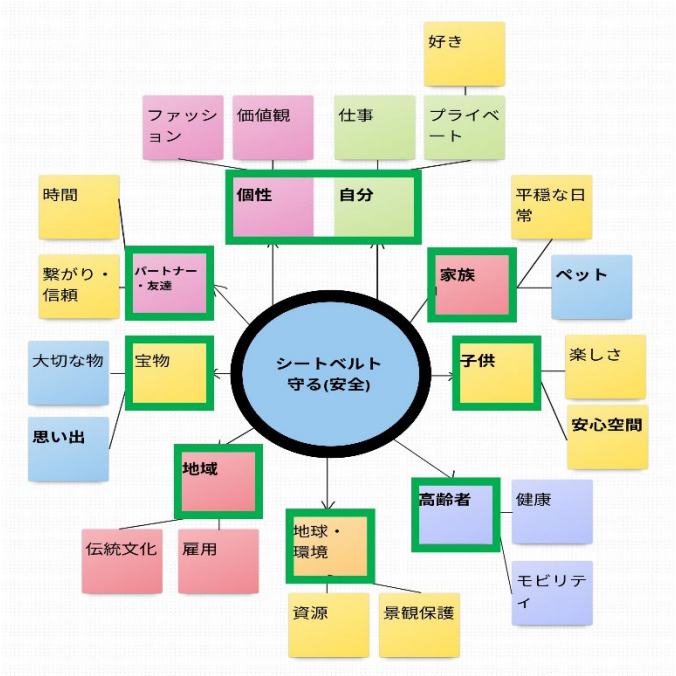
④ 東海理化　豊田工場 見学（5 月 29 日）

東海理化を訪問し，工場見学を実施した。シートベルトの製造工程や端材の発生状況について理解を深めるとともに，実際にシートベルト端材を受け取り，今後の製品開発に活用するための材料とした。

⑤ オープンキャンパスに向けた活動（5 月 29 日～7 月 10 日）

工場見学後は，7 月 11 日・12 日に開催される愛知工業大学（自由ヶ丘キャンパス）オープンキャンパスに向けた準備を進めた。THINK SCRAP の認知度向上を目的として，ゼミ全体でコンセプトマップを作成し，ブランドの特徴や価値を整理した。また，各自が THINK SCRAP の既存製品または新たに考案した製品についてペルソナ分析を行い，想定する利用者像や製品の魅力を具体的にまとめた（図表 1）。

図表 1　THINK SCRAP：シートベルトの拡張コンセプトマップ（価値分析）



資料出所：ものづくり会計研究室 作成

⑥ オープンキャンパス（7 月 11 日・12 日）

オープンキャンパスでは, コンセプトマップやペルソナ分析を展示し, 来場者へ THINK SCRAP の魅力や活動内容を紹介するプレゼンを行った。また，アンケートを実施して来場者から意見を収集し，今後の製品開発や改善に向けた基礎データを得た。

2． オープンキャンパス：「推し THINK SCRAP」活動概要

1. 活動概要

- 活動日時：2026 年 7 月 11 日（土），12 日（日） 8:30～13:00
- 活動場所：愛知工業大学 自由ヶ丘キャンパス
- 参加メンバー：ゼミ生 8 名　担当教員 1 名

2. 活動目的

- 「THINK SCRAP」のブランド認知度向上
- 「THINK SCRAP」公式ホームページへのアクセス数増加

3. 事前準備

来場者の興味を引き，深い理解を促すために以下の準備を行った。

- 「推し THINK SCRAP」の選定：メンバー8 名がそれぞれ，既存製品から最も魅力的だと感じる製品，または新規に考案した「あったらいいな」と思う製品を，1 点選定
- ポスターの制作：選定した製品の魅力を伝えるポスターを制作
  単なる機能説明にとどまらず，ペルソナ分析を実施し，ターゲットとなる顧客層の具体例を明記することで，来場者が自分ごととして捉えられる工夫を施した。

4. 当日の活動内容

オープンキャンパスの来場者を対象に，双方向型のイベントを実施した。

- 魅力発信とプレゼンテーション：制作したポスターの展示に加え，1 回 15 分のプレゼンタイムを設け，製品の魅力を直接訴求
- ユーザー参加型投票イベント：プレゼン後，来場者に「一番良いと思った製品」「欲しいと思った製品」への投票を依頼
- 公式 HP 閲覧への誘導とアイデア回収：来場者にその場で「THINK SCRAP」公式ホームページを閲覧してもらい，認知・アクセスを促した。その上で，まだ世の中にない「こんな製品があったら欲しい・面白い」という自由なアイデアを募る調査

3． オープンキャンパス：成果のまとめ

1．「推し THINK SCRAP」投票結果（製品別）と来場者属性

わかった事実（図表 2）：

- 1 日目の総投票数は 76 票，2 日目は 61 票で，1 日目の方が 15 票多かった
- 来場者については，1 日目は大学進学を希望する高校生が多く，特に女子高校生は 2 日目より多かった。一方，2 日目は高校生以外の一般の来場者が多かった
- 商品別に 2 日間の合計が多かったのは，ボディバッグ，ペンケースであり，次に，ハンモック，サコッシュバッグと続いた
- 1 日目と 2 日目で大きな違いが見られたのは，ペンケースとリードベルトである。ペンケールは 1 日目 19 票で最も多かったが，2 日目は 4 票であり，リードベルトは 1 日目 7 票から 2 日目は 14 票に増え，2 日目では最も多く票を集めた
- 総投票数は 2 日目の方が少ないにもかかわらず，リードベルトの票数は 2 倍になっている。
- GYM HOLDER は，票数は少な目だが，2 日目に大きく伸びた

図表 2　オープンキャンパスアンケート「推し THINK SCRAP」集計結果

名称	1 日目	2 日目	1 日目の投票割合	2 日目の投票割合
ペンケース	19 票	4 票	約 25%	約 7%
リードベルト	7 票	14 票	約 9%	約 23%
ハンモック	14 票	8 票	約 18%	約 13%
ボディバッグ	14 票	12 票	約 18%	約 20%
GYM HOLDER	4 票	10 票	約 5%	約 16%
名刺入れ	6 票	3 票	約 8%	約 5%
サコッシュバック	12 票	10 票	約 15%	約 16%

※各数値を小数点第一位で四捨五入したため，1 日目合計 98%，2 日目合計 100%になっている。

資料出所：アンケート結果をもとに，ものづくり会計研究室 作成

そこから考えられること（仮説）：

- **高校生は，身近で自分が使う場面を想像しやすい商品を選びやすい**

1 日目にペンケースが特に多く選ばれたのは，来場者に高校生が多かったことと関係している可能性が高い。ペンケースは高校生が毎日の学校生活で使う商品であり，

- 自分が実際に使う姿を想像しやすい
- 見た目やデザインを比較しやすい
- 購入した場合のメリットがすぐに理解できる
- 文房具として身近である

高校生は商品の社会的な必要性よりも，「自分が欲しいか･使えるか」を基準として投票した可能性が高い。

- **一般の来場者は，安全性や家族の生活に役立つ商品を評価しやすい**

2 日目にリードベルトが多く選ばれた背景には，高校生以外の一般来場者が多かったことが関係していると考えられる。一般の来場者には，

- 車を運転している人
- 犬を飼っている人
- 家族と暮らしている人
- 子育てやペットの安全を考えた経験がある人
- 商品を実用性や安全性の面から見る人

が含まれていた可能性が高い。

特に，リードベルトについては，犬を飼っていない，車を運転しないなどの場合には使用場面を想像しづらいところがある一方，犬を飼っている人や自動車を利用する人には，課題と必要性が理解されやすい商品である。そのため 2 日目は，商品を単なる見た目や面白さではなく，「事故や急ブレーキの際に愛犬を守れるか」「自分や家族の生活で本当に役立つか」という観点から評価する人が多かった可能性がある。

つまり，リードベルトは若者中心に支持される商品というより，世代を問わず，犬・車・家族・安全という条件に当てはまる人に強く支持される商品だと考えられる。

2．「こんな製品があったらいいな」投票結果（製品カテゴリー別）と来場者属性

わかった事実：

① 1日目のカテゴリー

- スポーツ用品：7件
- バッグ・収納用品：5件
- ファッション用品：4件
- ベビー・介護用品：4件
- アウトドア用品：2件
- スマホ・PC周辺機器：2件
- 防災用品：1件

1日目は，スポーツ用品やバッグ，文房具，学用品など，高校生の日常生活に近いアイデアが多く見られる。例えば，

- バットケース
- ラケットケース
- シューズ入れ
- ペンケースに近い収納用品
- スマホケース
- バインダーノート

などが挙げられている。一方で，ベビー・介護用品も4件あり，

- 幼児用腰ベルト
- 昼寝用コット
- 車椅子シート
- 姿勢矯正ベルト

などが提案されている。

① 2日目のカテゴリー

- アウトドア用品：7件
- ファッション用品：7件
- スマホ・PC周辺機器：6件
- 防災用品：5件
- 家具：3件

- ベビー・介護用品：2 件
- 医療用品：2 件

2 日目は，防災，アウトドア，家具，医療など，生活経験や家庭生活と関連する提案が増えている。具体的には，

- 非常用脱出はしご
- 縄ばしご
- 脱出用スロープ
- 災害時にロープとして使えるジャケット
- 軍手
- アウトドアブーツ
- 屋外用椅子

などである。

そこから考えられること（仮説）：

1 日目：

1 日目は愛工大名電高校を始めとした高校生が割合として多かったため，1 日目にスポーツ用品，バッグ・収納用品，学用品が多く，高校生は自分の学校生活や部活動，普段の持ち物を基準に商品を考えたと推測できる。

また，女性からの意見として，バッグ，ポーチ，財布，スマホケースなど，携帯性や収納性，デザインに関するアイデアが多くでる傾向が見られた。

2 日目：

2 日目は防災用品が 1 日目の 1 件から 5 件に増えている。また，アウトドア用品も 2 件から 7 件に増えている。これは初日と比べて客層の割合が変わり，一般来場者が増えたからであると推測される。

一般の来場者は高校生よりも，

- 災害への備え
- 家庭用品の購入
- 車での移動
- キャンプやレジャー
- 家族の安全
- 商品の耐久性

を考える機会が多い可能性がある。
そのため，シートベルト素材の特徴である「丈夫さ」「引っ張りへの強さ」「人を守るイメージ」を，非常用はしごやロープ，アウトドア用品などに結び付けたとも考えられる。ただし，これらは一部の人に限られる可能性もある。2 日目のアイデアは，日常の便利さだけでなく，シートベルトの「守る」というイメージから発生したものが多い傾向にある。

3．全体から考えられる傾向

投票結果を見ると，大きく 3 つのタイプに分けられる。

① 年代を問わず人気の商品

- ボディバッグ
- サコッシュバッグ
- ハンモック

→ 誰でも使用でき，シートベルト素材の特徴（丈夫・長持ち）が分かりやすい

② 高校生に人気の商品

- ペンケース

→ 学校生活で毎日使用するため，身近な商品として評価された

③ 趣味やこだわりなどを持つ人に人気の商品

- リードベルト
- GYM HOLDER

→ 実生活での趣味，家族との暮らしなどを想像しながら評価された可能性が高い

これらをもとに考察すると，高校生の来場が多かった 1 日目は，自分が日常的に使用するペンケースやスポーツ用品など身近な商品の関心が高かった傾向がある。一方，一般来場者が多かった 2 日目は，防災やアウトドア，ペット用品など生活経験を踏まえて必要性を感じやすい商品への関心が高かった。また，ボディバッグのように両日で安定して支持を集めた商品は，年代やライフスタイルに左右されにくい汎用性の高さが評価されたと考えられる。なお，名刺入れのようなビジネス用品については，来場者の客層と合致しなかった可能性がある。

4．　THINK SCRAP 活動：今後の展望

これらの結果をふまえ，私たちはそれぞれ特に注力したいものに目標を定めることになった。以下にその一例を挙げる。

商品案：シートベルトの端材を活用したハンモック（動物用・人間用）

価格イメージ：動物用：60,000 円
コラボ商品としての一般商品（人間用）：6,000 円

コンセプト：今までのハンモックは，一人暮らしやキャンプが好きな家族などに売ることを目的としてきたが，オープンキャンパス会場において東海理化の荒河氏にアイデアをいただき，必ずしも人間だけでなく，動物にも使えたら面白いのではないかと考えた。できれば，自由ヶ丘キャンパスの最寄りである東山動植物園との連携を実現することで，具現化を目指していきたい。

今後の活動概要：

- 人以外の動物が使えるかどうかとして，まずは連携先の候補として東山動植物園を想定
- どんな動物がハンモックを使いたがるのか，サイズ感や大きさなどを調査
- ハンモックを商品化することを大きな目標としつつ，ほかにも動物がどのような器具・遊具を使っているか，その中でシートベルトを活用して商品化できるものがあるか確認
- 東山動植物園では環境エンリッチメントを導入していて「動物本来の行動を引き出す」ことを重視しているので，本活動にもその視点を導入

検討事項と検討順：

1　ゴリラの生態
2　東山動植物園の今の環境
3　シートベルトが本当に向いているか
4　必要な耐荷重
5　事故が起きない設計
6　ほかの動物園では何を使っているか
7　製品化案と課題
8　東山動植物園との協力体制を整え，実際に飼育員さんをはじめ関係者に意見をもらう
9　それらをまとめた結果をもとに，THINK SCRAP 新商品の提案をする

以上

謝辞

本活動を通して，多くの方々から貴重なご意見やアイデアをいただき，シートベルト端材の新たな可能性について深く考える機会となりました。今回の経験を今後の研究活動や商品開発に生かして，より多くの人々に「THINK SCRAP」の魅力を伝えられるよう努めてまいります。

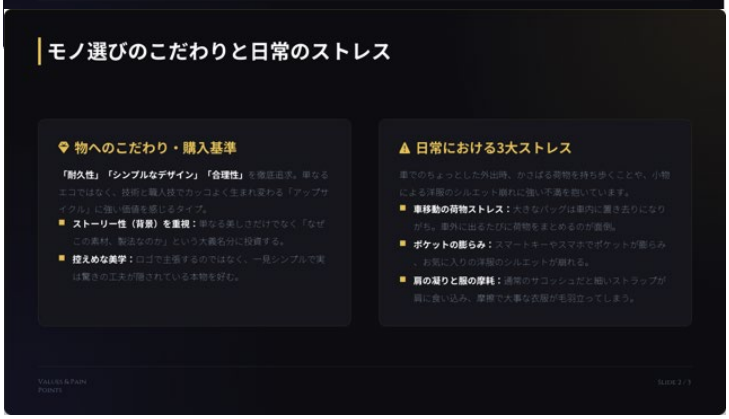
最後になりますが，本活動にご協力いただきました 株式会社東海理化ニュービジネスマーケティング部　Think Scrap グループ グループ長 荒河修里氏をはじめ，同社の皆様，また，愛知工業大学オープンキャンパスにおいて，自由ヶ丘キャンパスの当該プロジェクト会場にご来場いただいた皆様，ならびに関係者の皆様に心より感謝申し上げます。

既存製品

（参考資料）　①「推し THINK SCRAP」ポスター









スマートフォンや財布など必要最低限の荷物を収納できるコンパクトなバッグである。縦型はスマートフォンが縦に収まる設計で，約 325g と軽量なため長時間使用しても疲れにくい。また，シートベルト素材を使用しているため丈夫で肩への負担も少なく，普段の外出や旅行など幅広い場面で活躍する。

既存製品





横型サコッシュバッグも財布やスマートフォン，鍵などを収納でき，荷物を取り出しやすい設計となっている。シンプルなデザインで男女問わず使いやすく，日常使いに適したバッグである。

既存製品

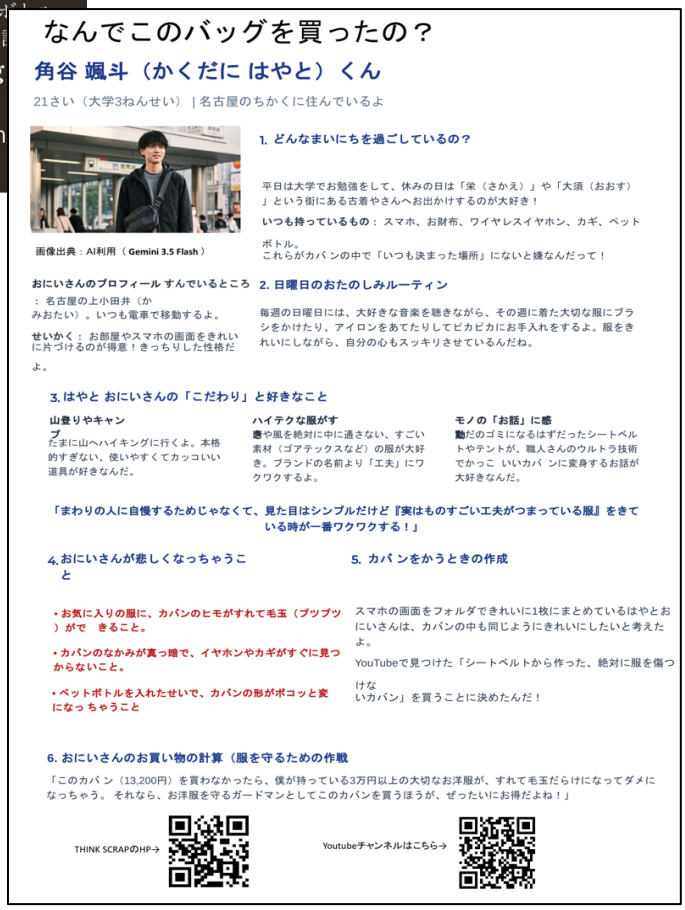




シートベルト素材を活かしたシンプルで高級感のあるデザインが特徴である。丈夫で傷みにくく，毎日使用しても長期間きれいな状態を保つことができるため，ビジネスシーンや就職活動などで活躍する製品となっている。

既存製品




なんでこのバッグを買ったの？

角谷 颯斗（かくだに はやと）くん

21さい（大学3ねんせい）｜名古屋のちかくに住んでいるよ

1. どんなまいにちを過ごしているの？

平日は大学でお勉強をして、休みの日は「栄（さかえ）」や「大須（おおす）」という街にある古着やさんへお出かけするのが大好き！

いつも持っているもの：スマホ、お財布、ワイヤレスイヤホン、カギ、ペットボトル。
これらがカバンの中で「いつも決まった場所」にないと嫌なんだって！

画像出典：AI利用（Gemini 3.5 Flash）

おにいさんのプロフィール すんでいるところ：名古屋の上小田井（かみおたい）。いつも電車で移動するよ。

せいかく：お部屋やスマホの画面をきれいに片づけるのが得意！きっちりした性格だよ。

2. 日曜日のおたのしみルーティン

毎週の日曜日には、大好きな音楽を聴きながら、その週に着た大切な服にブラシをかけたり、アイロンをあてたりしてピカピカにお手入れをするよ。服をきれいにしながら、自分の心もスッキリさせているんだね。

3. はやと おにいさんの「こだわり」と好きなこと

山登りやキャンプ
たまに山へハイキングに行くよ。本格的すぎない、使いやすくてカッコいい道具が好きなんだ。

ハイテクな服がす
き
雨や風を絶対に中に通さない、すごい素材（ゴアテックスなど）の服が大好き。ブランドの名前より「工夫」にワクワクするよ。

モノの「お話」に感
動
だのゴミになるはずだったシートベルトやテントが、職人さんのウルトラ技術でかっこ いいカバ ンに変身するお話が大好きなんだ。

「まわりの人に自慢するためじゃなくて、見た目はシンプルだけど『実はものすごい工夫がつまっている服』をきている時が一番ワクワクする！」

4. おにいさんが悲しくなっちゃうこと

- お気に入りの服に、カバンのヒモがすれて毛玉（ブツブツ）がで きること。
- カバンのなかみが真っ暗で、イヤホンやカギがすぐに見つからないこと。
- ペットボトルを入れたせいで、カバンの形がボコッと変になっちゃうこと

5. カバンをかうときの作成

スマホの画面をフォルダできれいに1枚にまとめているはやとおにいさんは、カバンの中も同じようにきれいにしたいと考えたよ。

YouTubeで見つけた「シートベルトから作った、絶対に服を傷つけな
いカバン」を買うことに決めたんだ！

6. おにいさんのお買い物の計算（服を守るための作戦）

「このカバン（13,200円）を買わなかったら、僕が持っている3万円以上の大切なお洋服が、すれて毛玉だらけになってダメになっちゃう。それなら、お洋服を守るガードマンとしてこのカバンを買うほうが、ぜったいにお得だよね！」

THINK SCRAPのHP→

Youtubeチャンネルはこちら→

角谷くん「服を守るための作戦」

「このカバ ン（13,200 円）を買わなかったら，
僕が持っている 3 万円以上の大切なお洋服が，
すれて毛玉だらけになってダメになっちゃう。
それなら，お洋服を守るガードマンとして
このカバンを買うほうが，ぜったいにお得だよね！」



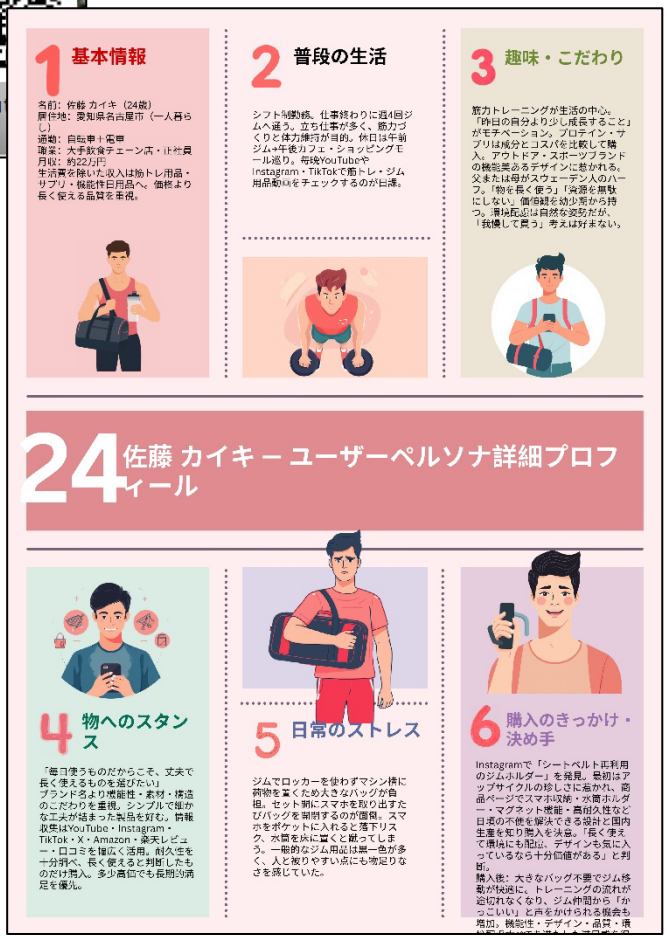
毎日使用する文房具を収納することを想定した製品であり，シートベルト素材の高い耐久性によって長く使用できる。摩擦や汚れにも強く，学校や職場などさまざまな場面で使いやすいシンプルなデザインとなっている。

新製品



シートベルト端材を織り込んだ丈夫な生地を使用したアップサイクル製品である。高い耐荷重と耐久性，防水性を備えており，キャンプやバーベキューなどのアウトドアだけでなく，自宅や庭でも安心して利用できる。また，シートベルト素材ならではの丈夫さによって長期間使用できるため，環境にも配慮した製品となっている。





廃棄シートベルトを再利用した,
サステナブルなジム用ホルダー。
高耐久素材で国内生産。
購入後：大きなバッグ不要でジム移動が快適に。
トレーニングの流れが途切れなくなり,
ジム仲間から「かっこいい」と声をかけられる
機会も増加。機能性・デザイン・品質・環境
配慮すべてを満たした満足感を得ている。

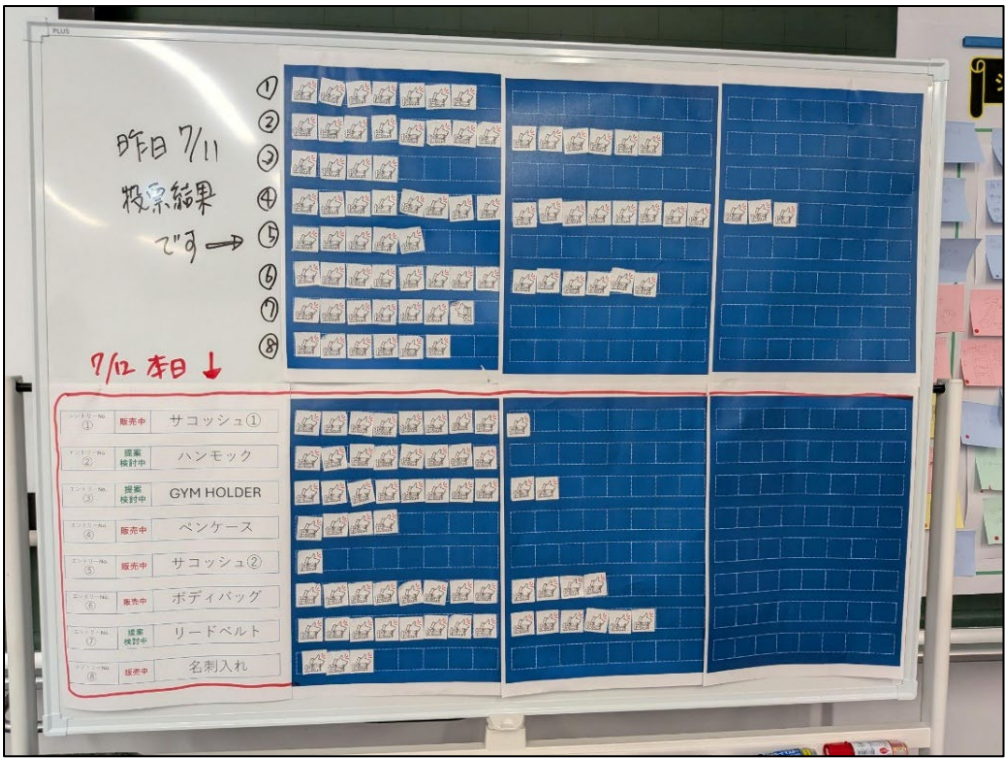
新製品





シートベルト素材の高い強度を活かしたペット用リードである。愛犬が急に走り出しても安心して支えることができ，安全性と耐久性に優れている。また，手に優しい素材を採用しているため，毎日の散歩でも快適に使用することができる。

（参考資料）　②「推し THINK SCRAP」投票ボード



（参考資料）　③「こんな製品があったらいいな」投票ボード

