

■ 今、若者はスリッパを履かない?! 商学部・飴野仁子ゼミによる産学連携企画 ■

忙しい日々の“ながら”足裏ケアスリッパ『Uruvi』を開発

～ 4月12日(水)からオンラインショップにて販売開始 ～

このたび関西大学商学部の飴野仁子ゼミは、株式会社オクムラ（本社:大阪市、代表:小川雄司）との産学連携により、足裏ケアスリッパ『Uruvi』を開発しました。同商品は4月12日（水）から、オンラインショップ（株式会社オクムラショッピングサイト）にて販売されています。

本件の ポイント

- ・商学部・飴野仁子ゼミが、第2弾となる株式会社オクムラとの産学連携スリッパ『Uruvi』を開発
- ・若年層のスリッパ離れを止めるべく、スリッパの魅力を広く知ってもらうためのプロジェクト
- ・素材選びからパッケージデザイン、Instagramのイメージ構築まで、学生がこだわり抜いた渾身の逸品

株式会社オクムラのアンケート調査によると、スリッパの利用率は男女ともに減少傾向にあり、若者の利用率向上が課題となっています。この課題を解決するため、物流・ロジスティクス論を学ぶ飴野ゼミは、2019年度から同社と連携し、スリッパの魅力を広く知ってもらうためのプロジェクトに取り組んできました。2020年度に開発した「冷える足を寝るまで『POKATTO』スリッパ」は好評につき完売。レギュラー商品として定着しました。今回、第2弾となる『Uruvi』は、現在のライフスタイルや趣向に合った商品開発を行い、10～30代の美容に興味のある女性をメインターゲットとしています。

忙しい日々の“ながら”足裏ケアをテーマにした同商品は、後回しにしがちな足の保湿に着目し、スリッパの生地には保湿素材「オアシスロード」を使用。またデザインにもこだわり、クロスタイプの甲部分にはシアー感のある生地を採用し、甲裏には履き心地を良くするパイル素材が施されています。お風呂上がりや髪を乾かしながら、SNSを見ながら、履いているだけでセルフケアができ、自分へのご褒美や大切な人へのプレゼントとしても活用できる関大発のスリッパです。

プロジェクトリーダーである商学部・飴野ゼミ4年次生の松田さんは、「市場・流通調査を踏まえて企画考案し、スリッパの機能とデザインを両立させるため、素材選びやパッケージなどにもこだわり、美容×映えを追求したところがポイントです。スリッパを『履物』ではなく、『美容グッズ』として認識してもらえよう、工夫を重ねて仕上げた宣材写真にも注目してください」と語っています。

■ 商品概要 <商品名：足裏ケア Uruvi（ウルヴィ）>

【ねらい】若年層のスリッパ離れに歯止めをかける！生活用品から「美容グッズ」に認識を変化させる！

【コンセプト】忙しい日々の「ながら」足裏ケアスリッパ。髪を乾かしながら、SNSを見ながら、足裏ケアを。

【販売開始日】2023年4月12日（水） 【価格】3,300円（税込）

【販売方法】株式会社オクムラ公式サイト「SlipperGallery 本店」にて販売

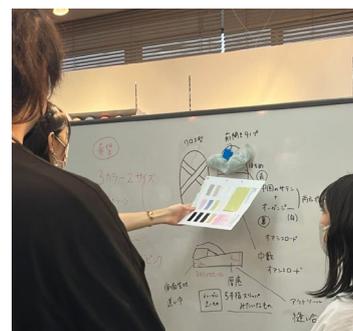
<https://shop.okumura-int.co.jp/html/products/detail/402>



学生が運用している
公式 Instagram



@URUVI_OFFICIAL



以上

この件に関するお問い合わせ先

関西大学 総合企画室 広報課 担当：玉村、明原、中村

〒564-8680 大阪府吹田市山手町 3-3-35 Tel.06-6368-0201 Fax.06-6368-1266

www.kansai-u.ac.jp