

地元企業と連携したゼミ商品化活動

団体名●奥村ゼミナール／代表者名●奥村実樹（経済学部経営学科准教授）

はじめに

『活動報告書2018(第1号)』掲載の「焼酎の商品化による能登島耕作放棄地問題と経営教育への取り組み」、ならびに『活動報告書2019(第2号)』掲載の「ゼミ商品の市販化を通じた経営教育と地域連携」にて報告したように、経済学部経営学科奥村ゼミナールは、実践的な経営活動をおこなう中で経営について学ぶことを目標の1つとして活動している。その際もできるだけ実際の企業がおこなっている商品活動をおこなうことで企業等の経営が本質的に持つ、常に直面する経営環境の変化による「予定調和でいかないこと」も含めたリアルな側面を学ぶことも志向している。そのため、文化祭・大学祭などの学校行事など、期間、場所、顧客をコントロールした、商業高校などが伝統的におこなってきた形の商品に関わる活動ではなく、限りなく他の一般企業と競争するような形での商品としてアプローチを試みている。

奇妙なことではあるが、経営学部や商学部を抱える大学においても理系が主導するものを除けば、このような実践的な経営活動計画は少ない。先のような期間、場所、顧客をコントロールした形ではないものになると極めて少ない例しかない。(参照：奥村実樹「経営学説教授法に関する一考察」日本ビジネス実務学会中部ブロック研究会2021. 2)

奥村ゼミナールがこれまで試みてきた商品化は以下の通りである。

「金星(きんせい)」(写真1)

2015年9月～(焼酎：原料の芋：能登島産コガネセンガン)(写真2)約1,500本製造／販売

「星稜紅(せいりょうべに)」(写真3)

2018年9月(焼酎：原料の芋：能登島産ベニハルカ)(写真4)約1,000本製造／販売

「能登島ブルーベリーリキュール」(写真5)

2019年9月～(やちや酒造の日本酒を用いたりキュール：原料のブルーベリー：のとじまファーム)

<各ゼミ商品>

写真1
星稜焼酎と「金星」



写真3
星稜焼酎「星稜 紅」



写真5
能登島ブルーベリーリキュール



写真2
収穫したコガネセンガン



写真4
収穫したベニハルカ



写真6
収穫したブルーベリー



活動内容

今回の活動のきっかけは、これまでの奥村ゼミナールの商品活動に関心を持っていた星稜高等学校(金沢星稜大学と同じ稲置学園の高等学校)のOB活動を熱心におこなわれている方から、稲置学園職員の方を介し、新しい商品化計画についての強い要望をいただいたからである(2019年度末)。その際、星稜OB界隈において、奥村ゼミナールの商品が一定

の知名度を持っており期待もされていること、またその延長線上で、さらなる商品化も望まれていることを伝え聞いた。そこで、その星稜高等学校 OBの方とコネクションがあった金沢の地ビール会社、金澤ブルワリーでのビール製造・販売についての可能性を見いだしていった。

2020年度期間は、新型コロナウイルスの関係で行動が制限、見通しも立てられなかったが、後期に入る秋頃から本プロジェクトを進めていった。商品の発売は3月中を目指している(2021年2月現在)。ビールの味は学生のリクエストによるオリジナルで、ラベルも学生発案のオリジナルなものである。販売ルートは一般商品と同様である。このようなことは通常の学校が絡む商品では極めてまれである。

写真7 授業風景(対象となる顧客について班に分かれマルチホワイトボードを使いディスカッション)



写真8 授業風景
(ラベル案についてラベル班がモニターを使いゼミにて説明)

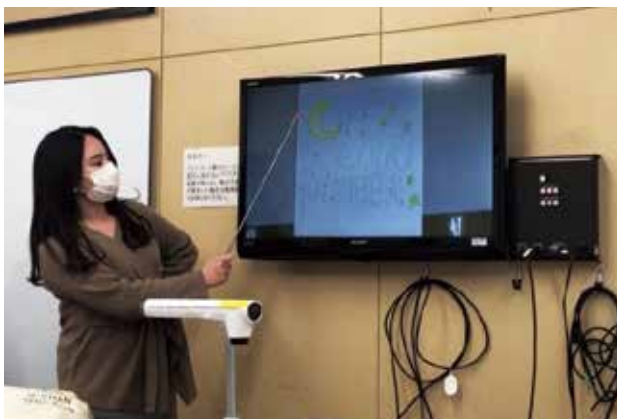


写真9 工場見学1回目(10月23日)
金澤ブルワリー鈴木社長から設備タンクの説明を受ける



写真10 工場見学1回目(10月23日)
ビールの麦芽試食体験



成果、結果の考察

新型コロナウイルスの影響下にて体験学習が困難なところを、協力する企業のご厚意により実現することが可能となった(こちらの条件を大幅にくむ本事業は、同社にとってもチャレンジである)。また限られた状況にもかかわらず形にしようとする学生の心意気も大いに評価したい。

今後の課題、展望

4月中の発売とその後の販売促進活動が残っている。今回のビール事業を成功させることで、今後の第2弾、第3弾も見えてくる。経営とは小さな点から関連した他の点にいかにか糸を結んでいくかが鍵となる。そのためにもこの活動を成功させ次につなげていくことが経営学科ゼミとして重要となろう。