

高付加価値商品における地域密着型市場創造アプローチの検討

団体名●NOHEA商品開発プロジェクト／代表者名●尾崎俊亮(経済学部経営学科3年)

はじめに

私たちは、地元企業と連携し、当該企業が抱える課題についてともに解決を目指す事業、「共創インターンシップ」を行なった。連携した企業は、北陸地域を中心にもやしの生産・販売事業を展開する企業、有限会社三吉商店である。取り組んだ課題は、当該企業が近年事業化したドレッシング商品の販売促進である。当該企業は販売力が強く、石川県内におけるもやしの生産・販売はほぼ独占しているといえるがしかし、ドレッシング商品については既存の販売力がうまく生かせず、伸び悩んでいる。私たちはこの課題を、事業立ち上げ時における販売促進として捉え、マーケティングの視点から問題を整理すること及び解決案を提示することを目標に取り組んだ。

活動内容

私たちがまず初めに行ったことは、学生側及び企業側において共通認識を形成することである。1日目はこれを目的とした会合が、当該企業が運営する店舗の一つで行われた。製品コンセプトや開発プロセス、事業の全体像といった事業ベースの他にも、もやし市場あるいはドレッシング市場の発展経緯や今後の可能性などについて学んだ。また同時に企業側がどのようにこの問題を捉えており、どういった方向で解決を模索しているのかについて理解し、三吉商店の社員としてのマインドセットを行なった。

次のステップは、当該課題の解決案を企業側に提案することである。そのために、2日目は一度ゼミに持ち帰り、ゼミ内で当該課題について議論した。論点は、当該商品の売り上げが伸び悩んでいるその原因の特定である。ディスカッションの結果、さまざまな要因が考えられる中、問題提起としてその原因の一つに絞り、その観点から企業側に提案するいくつかの解決案を練り上げた。

最終ステップは、学生側の提案を、企業側の目線で、実践ベースにのせることである。そのために、企業側担当者を交えて議論する場を数日間設け、意見のすり合わせを行なった。最終的には、当該商品の最

大の特徴であるサステイナブル性についての理解促進を目的に、イベントの開催などを含む2点のアクションプランを提案した。



学生×企業 ディスカッションの様子

成果、結果の考察

私たちが学んだことの一つは、企業がサステイナブル性の高い活動をしたとしても、それを受け入れる市場は必ずしも十分であるとは限らないということである。企業側のアプローチとしては、その付加価値を十分にターゲットに伝えること、段階的に普及を図ることなどが必要であると実感した。論理及び実践の両面から学ぶことができたと考えられる。

今後の課題、展望

問題となる原因を特定し、あるいは三吉商店の社員である意識を持って議論を重ねたことは、決して流行を追った、もしくは形式的な問題解決案の提案で終わるものではなかったと考える。しかし一方で、今回は問題解決アプローチの一提案をしたに過ぎない感が否めない。当該企業は実際に深刻な課題を抱えていることから、今後も引き続き地域連携事業の一環として、教育・研究機関と地元企業との共同による問題解決を目指していきたい。

【謝辞】

この活動にあたり、有限会社三吉商店のみなさまには、貴重な機会をいただいたほか、度重なる御協力をいただきました。ここに記して感謝申し上げます。