

■リーダーズ・ナウ [在学生・卒業生インタビュー]

## 大学ブランド商品の共創プロジェクト構築を目指す

「KUUDLE 関麺」で、関大のブランド力向上を

●商学部 4年次生  
北川 千博 さん

新宿高島屋で開催された第8回「大学は美味しい!!」フェア。全国の大学ブランド商品が集結するこの催しに、関西大学から6つの商品が出品された。その中の1品「KUUDLE 関麺」。つるつるとした喉ごしが特徴のこの蕎麦は、化学生命工学部の河原秀久教授の研究室が開発したエノキタケ由来の「接着タンパク質含有エキス」を活用し、商学部学生チームが創出した事業アイデアを基にメーカーによって商品化された。マーチャндаイジングのチームリーダーを務めたのは、商学部4年次生の北川千博さんだ。



◀ゼミ指導教員の西岡健一准教授(左)と北川さん。フェアでの「KUUDLE 関麺」販売数は約250個。北川さんは、関西大学が出品した全6商品の販売に奮闘した

「まず、理工系の技術シーズ『接着タンパク質含有エキス』と蕎麦の関係に着目しました。つなぎとして入れると喉ごしがよくなる。嚥下機能が低下した人でも食べられると考え、介護施設等で蕎麦の需要を調査しました」。商品名を「KUUDLE 関麺」とし、ビジネスモデルの考案や店舗レイアウト、ポップの作成等はマーチャндаイジングを研究する3年次生が担当。北川さんはその指揮を執ることと会場での販売を担った。「昨年、『不凍タンパク質含有エキス』を用いたビジネスモデルの創出に取り組んだのでビジョンは見えており、指導はスムーズにできたかと思えます。それよりも大変だったのは販売。商品売るのこんなに難しいのかと愕然としました」。

販売当初は、高度な技術を使っているのだから売れるだろうと楽観視していた北川さん。しかし実際は、「普通の蕎麦とどう違うの?」「エノキタケが入ってるの?」等、お客様の質問に答えなくては売れない。「食感が違い、喉ごしがつるつるです。エキスが入っています」と特徴を説明するも、反応は今ひとつ。そこで思い出したのが、ゼミ活動での西岡健一先生の言葉「価値は何だ?」。高齢者も小さな子供も、安全、安心に食べていただけることを説明すると、買ってもらえるようになった。「セリング(販売)には時間や労力、コストも多く掛かる。マーケティングの重



北川 千博—きたがわ ゆきひろ  
■1993年滋賀県生まれ。滋賀県立大津高等学校卒。商学部4年次生で「ビジネスリーダー特別プログラム(BLSP)」に所属。大学ブランド商品「KUUDLE 関麺(くーどるかんめん)」の事業化に取り組む。中小企業の課題を調査研究する「Uラボ課題解決ラボ」をはじめとした様々な産学連携・文理融合プログラムにも積極的に参加。

要さを思い知らされ、経営学者ピーター・F・ドラッカー氏の言葉「究極のマーケティングとは、セリングを不要にすることだ」を実感しました」。

北川さんは卒業論文チームで「KUUDLE 関麺」を用いて新しい価値共創システムを研究するプロジェクトも進めている。時代と共に広告の在り方も変容し、市場も新規顧客の獲得ではなく既存顧客とのコミュニケーションの取り方が重要視されてきている。次代を担う若者が活用するSNSを介し、顧客とどう関係性を持ち、どのようなコミュニケーションを構築するか、口コミの伝播やプロモーション効果の上げ方等を研究中だ。「販売の現場に立ったことで、お客様がどのような言葉に反応するかを間近に見ることができました。家族連れが多く買ってくれたという予想外のデータも取れ、得たものは大きいです」。共創するなら関西大学の卒業生の方と進めたいと考え、今はリアルな場からSNSへの誘導を視野に入れ、拡散に影響力のありそうなSNSやマスコミ関係の方々との接点作りを始めている。「前例がない中でフェアへの出品を行い、自ら考え、仮説を立て、課題を掲げて研究すること、リーダーシップを発揮してプロジェクトを進めること等が身に付いたと感じます。これらを生かして大学のブランディングに少しでも携わり、4年間お世話になった恩返しが出来れば」と、目を輝かせる。今後は大学院へ進み、マーケティングの研究を続け、将来はプロフェッショナルとして様々な企業活動に関わっていきたくと力強く語ってくれた。



第8回「大学は美味しい!!」フェア(5月28日から6月2日まで新宿高島屋において開催)

## 現場から信頼される 統括者を目指して

積極的なコミュニケーションでよりよい職場づくりを

●阪急電鉄株式会社 都市交通事業本部 運輸部 宝塚線運輸課  
川田 義貴 さん —経済学部 2010年卒業—

大阪梅田と神戸・宝塚・京都を結び鉄道事業を中核とする都市交通事業、沿線価値の向上と梅田エリアの活性化を推進する不動産事業、宝塚歌劇の運営等を行うエンタテインメント・コミュニケーション事業など幅広い事業展開を誇る阪急電鉄。都市交通事業本部に所属する川田義貴さんは、宝塚線で駅員・車掌・運転士として働く運輸現業職約500人を統括する人事係を担っている。

幅広い事業を生かした総合的な沿線開発を行う阪急電鉄。曾祖父、祖父、そして父親も代々鉄道会社勤務という川田さんは、当然のように鉄道会社の仕事内容に興味を持った。「父親に、鉄道会社には鉄道だけではなく多くの事業フィールドがあり、その事業の運営にかかわることができる総合職という職種の魅力を感じました。その中でも私鉄経営のパイオニア的存在である阪急電鉄に憧れると同時に志望する気持ちが強くなりました」。

阪急電鉄及びグループにおける経営を担う幹部候補生として採用され、同期入社は19人。新人研修で本社業務等を経験した後、川田さんは運輸部に配属された。ゆくゆくはマネジメント業務に携わるため、現場の業務内容を理解しておく必要がある。すぐさま車掌業務の研修がスタートした。車掌を経験し、次は運転士の研修。運転士の国家資格を取得した後、半年間、宝塚線の運転を任された。「運輸現業職の場合は、最短でも駅員を2年、車掌を3年経験してから運転士の資格を取るため、各研修での同期は30歳前後の方ばかり。鉄道に関する知識量が全然違うので、初めはついていくのに必死でした」。

入社して6年目。現在は宝塚線の運輸現業職を統括する運輸課で、人事労務管理を担当する。「私の仕事は本社と現場をつなぐパイ役。鉄道事業には、安定的な輸送サービスの提供が求められており、それを妨げるさまざまなファクターが潜んでいます。それらを表面化させないよう、近畿運輸局や本社からの通達を社内規程に基づいて現場に周知・徹底させ、安全を確保しています。また、人員配置や要員管理等の業務を行い、異常時には陣頭指揮をとることもあります。細かな日常業務をいかにコンパクトに終わらせて、人身事故や自然災害等、不測の事態に対応できる体制を整えておくのが重要だという。「たとえ若くても現場の従業員から見れば責任者。私が間違っただけで指示をすれば、それがすぐに現場へ広がり、混乱を招くため慎重かつ責任を持って言葉を発するように心がけています。川田なら何とかしてくれると現場に信頼してもらえる人間になりたいですね」。



川田 義貴—かわた よしたか  
■1988(昭和63)年、京都府京都市生まれ。2010年関西大学経済学部卒業。同年、阪急電鉄株式会社に総合職として入社。都市交通事業本部運輸部宝塚線運輸課に配属となり、車掌や運転士等の現場研修を経て現職。

大学時代、川田さんは体育会アメリカンフットボール部で副将を務め、2009年の甲子園ボウルでは62季ぶりの優勝という偉業を達成した。「アメフトはコミュニケーションが重視されるチームスポーツ。100人近くの部員をまとめるのは相当難しいものですが、人に物事を伝えたり、動いてもらえるよう働きかけたりする統率力が身に着いたように思います」。職場でも従業員全員の顔と名前を正確に覚え、レクリエーションや懇親会等にも積極的に向かい、多くの人と交流するよう心掛けている。「将来的にはより重責を担う人員配置等、人の人生を左右するような判断を迫られる立場になります。今から従業員一人ひとりのパーソナリティを把握し、体調やメンタル面、人間関係等さまざまな事象も考慮した上で、より働きやすい環境を作っていけるようになります」。宝塚線の総合職は川田さんを含め3人。4年上の上司を目標としている。「阪急電鉄の一步先を行く事業スタイルは創業時からのDNA。この会社で活躍する上司の姿は、今の自分の実力を気付かせてくれる指標。先輩方のような統括者になれるよう成長していきたいです」。

