

■リーダーズ・ナウ [在学生・卒業生インタビュー]



文理融合で 名店とコラボレート

「大学は美味しい!!」フェアで関大ブランドを発信

●商学部 3年次生 飯隈 菜津美 さん
●化学生命工学部 4年次生 岡島 浩平 さん

新宿高島屋で5月18日から23日に開催された第10回「大学は美味しい!!」フェアに、商学部と化学生命工学部がタッグを組んで参加した。特別企画「3大学が話題の店とコラボレート」の一大学として「ミシュランガイド」に名を連ねる大阪の「鮎千陽」と共に「生フルーツ黒酢×鮎」を企画。商学部の「マーケティング力」と化学生命工学部の「研究力」による「文理融合」で、関大ブランドを全国に発信した。

飯隈 菜津美—いまくま なつみ

■1997年大阪府枚方市生まれ。四天王寺高等学校卒業。商学部3年次生。西岡健一教授のゼミに所属し、各種マーケティングを研究。趣味は音楽鑑賞とサーフィン、抹茶アイス作り。

岡島 浩平—おかじま こうへい

■1995年大阪府交野市生まれ。初芝富田高等学校卒業。化学生命工学部4年次生。老川典夫教授の研究室に所属し、酵素工学を研究。趣味はギター。好きな食べ物はラーメンで、関大前の「武双家」がお気に入り。

全国の大学発のブランド食品が一堂に会する「大学は美味しい!!」フェアに、関西大学が文理融合で挑んだ。大阪の名店「鮎千陽」とコラボし、老川典夫教授が研究・開発した「生フルーツ黒酢」を使って「真鯛×みかん酢」「雲丹×ブルーベリー酢」等、斬新なアイデアのにぎり鮎を生み出し話題となった。老川教授の研究室でD-アミノ酸を研究している岡島さんは、「3月末に老川先生から話があり、将来は食品メーカーで商品の開発に携わりたいと思っていたので参加を決めました。主に理系側の意見やアイデアをまとめました」。商学部リーダーとしてフェア初参加の飯隈さんは、「黒酢を使ったお鮎ですが、お鮎の知識も無い状況からのスタートで大変でした。机上の理論をいかに販売現場で反映させるかなど、本当に良い経験になりました」と笑顔で振り返った。

南国の温暖な気候と豊かな自然に恵まれた鹿児島県霧島市福山町。「黒酢の郷」として知られるこの町の福山黒酢株式会社と、老川教授の共同研究により開発されたD-アミノ酸強化黒酢を使用した「生フルーツ黒酢」。肌に良く、食品の旨味にも関与すると言われるD-アミノ酸を豊富に含むこの黒酢で、「鮎千陽」が厳選したネタを更に引き立てることに成功した。フェア中は商学部6人、化学生命工学部5人の計11人が日替りで関大ブースを盛り上げ

た。「私たち商学部は、商品がどのような目線で消費者に見られているのか、どうすればお客さんに足を止めていただけるかを意識しました」と飯隈さん。東京で、まずは関西大学を知ってもらうことがPRの第一歩と考え、商品紹介やキャンパス紹介のPVを制作し、ブースで流した。POP広告では「限定商品」など、より消費者へ響くキャッチコピーを考えた。Twitter、Facebook、InstagramなどのSNS戦略にも着目し、情報拡散に努めた。「SNSではいかに写真映えするかが大事になりますから」と飯隈さん。岡島さんは、「D-アミノ酸とは何か、またその特長と魅力は何かを研究側の視点から伝えました」と言う。

商学部の「マーケティング力」と、化学生命工学部の「研究力」が融合した関大ブースは、「生フルーツ黒酢ピュアミノセット」「みかんソルト」「和neチャージS」などの商品がメディアで取り上げられ、当初の予想を上回る反響を呼んだ。「企業側との進捗状況確認やディレクションなどをする中で、現場ではスピードが要求され、熱量もゼミの授業とは違うことを実感しました。また、普段は接点のない理系の深い専門知識と思考に触れることは新鮮でした。大学の授業、ゼミの活動に全力で取り組み、幅広い知識を身に付けて提案できる力を養っていきたくです。今回のように、知識を持っている人のサポートを得るためにも、手段や方法の選択肢を広げていきたいですね」と飯隈さん。大学院に進学予定の岡島さんは「売場ではじっくり説明できるよう足を止めてもらうのが大変でした。商学部の皆さんは明るく元気な声でお客さんに声を掛けてくれて、アイデアも豊富で、実際に商品を販売するための勉強をしていると実感しました。準備からの3カ月間はあっという間でした。一生懸命に取り組むと時間の流れは速いです。この貴重な経験を生かし、課題を乗り越える力を付けていきたいです」と、研究課題により一層取り組んでいく意欲をみせた。実地経験を糧に、2人は更なる高みを目指している。

消費者と企業の 溝を埋める

アナログな価値を統合し立体的な形にする

●株式会社アイ・キューブ 代表取締役 広野 郁子 さん —文学部 1986年卒業—

女性目線、生活者目線で「消費者と企業の架け橋」を貫く広野さん。徹底した現場主義を掲げ、600人以上の主婦ネットワークを生かしたマーケティングリサーチ会社アイ・キューブは、「IT全盛の現代で、アナログな価値を統合し、立体的な価値を生み出している。



兵庫県芦屋市、街路樹に溶け込むおしゃれな3階建てビルの2階に、広野さん率いるアイ・キューブがある。社会との接点を望む主婦に秘めた可能性を見だして、主婦モニターのネットワークを構築し、「企業と消費者のギャップを埋めるマーケティング」で企業の商品開発に携わっている。これまでジャー炊飯器「本炭釜」(三菱電機)、体温計「けんおんくんMC-670」(オムロンヘルスケア)など、数多くのヒット商品の開発に関わっている。「消費者の意見を伝えるだけでは、ただの不満で終わるリスクがあります。主婦ネットワークから得た消費者の声を翻訳し企業側に伝えて、新たな価値を提案していくのが私達の役目だと思っています」と言う。

「男性と同じ立場の環境に身を置き、経済的に自立できる女性でありなさい」が口癖の母親のもと、広野さんは歩を進めた。子供達の長所を伸ばせる教員を志し、関西大学文学部・教育学科に進学。在学中、オーストリア人哲学者ルドルフ・シュタイナーが提唱した人智学を基盤に教育芸術を實踐し、自由教育の象徴的存在でもある「シュタイナー教育」に出会い卒業論文のテーマに選んだ。「現場を自分の目で確かめたい」という思いで、友人と4人でアポイントも取らずにドイツ・ミュンヘンにあるシュタイナー教育の学校を訪問した。「円概念を教える際に、算数の授業だけではなく、体育の授業でも『みんなで手をつないだ状態から、みんなで同じ距離を跳んで綺麗な円を作りましょう』と教えてい



広野 郁子—ひろのいくこ
■1963年兵庫県神戸市生まれ。82年兵庫県立長田高等学校卒業。86年関西大学文学部卒業。同年株式会社リクルート入社。出産を機に退社後、消費生活アドバイザーの資格を取得。兵庫県立神戸生活科学センター（現：神戸生活創造センター）、三菱電機株式会社を経て2001年アイ・キューブを設立。趣味はテニス、ホットヨガ、旅行。

ました。シュタイナー教育は本当に立体的な教育で、それを教えるには豊富な経験が求められます。自分が学んできた知識だけでなく、もっと立体的に想像を膨らませて教育につなげていく。今の自分ではダメだと痛感しました。

卒業後、男女同一賃金で女性の躍進を実践していたリクルートに入社。住宅オンラインサービスを担当した際、「マンションの価格変動の情報を消費者は後から知るといことに疑問を感じ、消費者と企業のギャップを埋められる仕事したいと意識するようになりました」と広野さん。出産を機に退社後、消費生活アドバイザーの資格を取得。兵庫県立神戸生活科学センターを経て、三菱電機に入社し静岡製作所でマーケティングを担当。日経ヒット商品金賞を受賞した冷蔵庫「切れちゃう冷凍」の開発に携わり、消費者の生の声に耳を傾け、開発現場に届けた。「切れちゃう冷凍の温度は-7℃です。普通は-18℃で、-7℃にすることは開発現場からすると機能の後退を意味します。反対意見もありましたが、社内の女性に声を掛け、技術者・デザイナー含む開発チームと一緒に会議をして双方の意見を交換し、最終的に素晴らしい製品が完成しました」と振り返る。

Create new value

2001年アイ・キューブを設立。子育てなどで家庭に埋もれ

ている優秀な女性のネットワークを生かした消費者の本音レポートは、「自分たちの潜在能力を引き出してくれる」「社員以上にうちの会社を考えてくれている」と企業側から上々の評判を呼んでいる。職場環境の整備にも力を入れ、勤続5年で5日間5万円支給の「555休暇」の他、「自分磨き休暇」「スクールイベント休暇」「バースデー休暇」など、皆が働きやすい環境を目指している。「社長というものは毎日が決断の連続です。リーダーとして大切にしていることは行き先を明確に示し、信念を持って周囲に伝えることですね。この人に付いていけば間違いないと信頼感を抱いてもらえるような人間になりたいです。analogな価値をintegrate(統合)し、cube(3乗)の価値を生み出すことが社名の由来。ドイツで感銘を受けた「立体的」な絵を、広野さんはビジネスの世界で描いている。