**1月23 日　サンクトガーレン有限会社　取締役　中川　美希　氏**

**問１　学んだこと、印象に残った言葉、講師へのメッセージ**

ブランド展開や販促方法の選択、多様な商品展開など勉強になる点がたくさんありました。発売日をしっかり決めて、マスコミでニュースに取り上げてもらうようにする。また、困っている人を助けたり、採算度外視エイプリルフール商品、新フレーバー毎年追加といったことをやって、更に注目度を上げ、サンクトガーレンのファンを作るため、スターや頒布会(マーケット調査も兼ねたWin-Winなのがまた素晴らしい)で、収入を安定化につなげたのには感嘆しました。（経営学部　1年）

生産量が大きいビールメーカーがある中で、同じ市場に参入するのであれば、当然のように勝ち目はない。実際私も本日の公演までは中小の地ビールメーカーは大手には資本の面から敵わないビジネスとの認識だった。サンクトガーデンなど地ビールメーカーの戦っている市場がそもそも大手がいるラガービールではなくエールビールだという知識はもちろんのこと、既存商品との差別化や高付加価値商品の製造、マーケティング手法の実例など、ビジネス面においても大変大きな学びがあった。（経営学部　２年）

ビールの商法に特化したお話で、マーケティングの要素が強い講義であった。今回のお話では(商品の差別化)という点が強調されていたなと思った。競合する他社がある以上、商品のスペックが頭抜けていないと他社を圧倒できない。ましてや、個々人の好みが反映されやすいビールといジャンルなので差別化の戦略はとても大切だと思った。独自のフレーバーを開発しチョコ味とはビックリ！はもとよりラベルにつける名前とか、売り出すタイミングとか、さらに社長までも前面にだして、できるすべての手段で頭一つ抜け出しているマーケティングへの姿勢がすごいと思った。また考え方もすごく合理的だった。赤煉瓦とかでサンクトガーレンのイベントなどやっていたら行ってみたいと思う。(経済学部　1年)

お客さんに「もっと高いものはないの？」と聞かれたエピソードは面白いと思った。他の授業で学んだことだが、マーケティング戦略の中のSTP「T（ターゲティング）」の重要性を感じるエピソードだった。また、大手のビール会社と違う方向性を取ったのも「P（ポジショニング）」のことを考えていてとても参考になった。（経営学部経営システム科学科２年）

スタッフ５人というのにまず驚きました。この少ない人数でいかに宣伝していくか考えたときに、いままでのビール業界ではあまりなかった「発売日を決める」など新たな挑戦をしていったことで上手く売り上げを伸ばしていったのがサンクトガーレンさんだったのだと分かりました。また、ビールにいろいろなフレーバーを加えるなど宣伝方法だけでなく商品にも新たなアイディアを取り入れるのはかなりチャレンジャーだと思いましたが、それも成功を手に入れるカギなのだと学ぶことができました。もうすでに大手企業がシェアを伸ばしているビール業界で生きのびるにはすき間すき間を探して大手ではできないような工夫をすることが必要です。価格競争に巻き込まれないようにするためにデパートで売る、スイーツとビールをコラボレーションするといったようにビール業界に新たな道を切りひらたサンクトガーレンさんはすばらしいなと思いました。　（教育学部　学校教育課程　１年）

オクトーバーフェストに行くのが好きで、今日サンクトガーレンさんのお話を聞けてとてもうれしかったです。サンクトガーレンさんのその時々の目標、例えば、横浜ウォーカーに掲載、ファンを作るなどに対してどういう活動をしたか、それに対してどういう反響があったか、細かくお話が聞けて目的→計画→実行→反省の流れが明確にわかり、こうやって運営していくのだなと実感しました。ユーモアのある商品や季節によって新商品を出していて大変楽しそうです。自分もこういった楽しさのある仕事に関わりたいので、今後キャリアを考える上で参考にさせていただきます。（理工学部　化学・生命系　2年）

サンクトガーレンは営業や広告がほぼない中で、いかにして消費者に知ってもらって、引き付けるかを工夫して販売日を決めて消費者に印象を強く持ってもらえるようにしたことなどはすごいと思いました。また売る場所を変えることで値段に対する見方が変わるというのもいい考えだと思いました。また、インパクトのある商品を出してそこからファンになってもらってリピーターを増やすというやり方も参考になりました。（経済学部、経営学科、1年）

僕はアルコール産業に興味があります。とても多くの作り方や料理による品種の飲み分けがあるような点に特に興味があり、今回の授業では様々なビールについて説明していただけでとても楽しかったです。小さな企業からスタートしてビールの製法などの様々な特徴を生かして、その上で人々の注目を引くという点も考えた企業戦略は聞いているだけでもワクワクしました。「とりあえずビール」など知らなかったビールの側面を知ることができました。（経営学部、経営学科、1年）

商品そのものに「どういうものが作りたいか？」という作り手側のこだわりがつまった商品なのだと感じた。最初に行う仕事が発売日を決めるということに驚いた。また、Chocolate imperial stautに対し、全国から注文が殺到したというのも、面白みがある商品のために頷ける。地ビールに対し、ブランド化と高級品としての価値を見いだすチャンスがバレンタイン販売だと起きてくる。売る場所により同一商品であっても、買い手の心境の変化などもあり、高く売れるということが起こってくる。ニーズをとらえて商品を売るという基本がダイレクトにできていて面白い。クリスタルヴァイツェンが失敗だったことや、大手が真似できないニッチのフレーバーを開発している点も面白かった。ニッチ産業であられるが、ヒット商品を多数売り出していて良いと感じた。(経営学部　経営学科　1年)

人々の購買欲をより高めるための策として、発売日を決め、発売日前までに広告・宣伝を行うというのはとても効果的だと思いました。また、バレンタイン催事場の例より、売り場によって適切な価格帯が全く異なってくる、同じ商品でも売り方によって売り上げに大きな差が生じるのだと知り、適切な売り方を選択することの重要性を感じました。そして、サンクトガーレンさんでは、売り方以外にも、バラエティ豊かな商品開発や売り上げを増やす工夫・戦略が多く取られて、興味深かったです。（経営学部　1年）

「年間2000kl以上ビールを造れないとビールの免許がもらえない」という規制が日本にもともとある状態で、大手ビール会社と差別化を図り、エールビール一貫主義のもと「ヴィンテージビールが造りたい」という想いを叶えたことがすごいと思った。発売日を決める→ファンを作る→教祖をつくるというサイクルにより、ブランドで顧客を囲い込む戦略がすごいと思いました。「規則と戦う」「困っている人、農家を助ける」という会社の姿勢を見せることや、メッセージを込めたパッケージの商品を販売することでお客様を楽しませる仕組みがすごいと思いました。（経営学部　1年）

**問２　今後のアクションに繋げていきたいこと**

講義を聞いて、相手(顧客など)がいる職業では、お客様の希望に合わせて経営方針や商品の工夫をすることが相手からの信頼につながることが分かった。そこには利益との両立などの問題もあるだろうが、それが企業自体の成長にもつながるのだと思った。また、失敗を恐れず試行錯誤していくことが重要だと分かったので、自分の分野にも活かしていきたいと思いました。 (教育学部 学校教育課程学科 1年)

例え日本の規制でアウトでもOKな国で頑張ってメディアに注目してもらい、日本のメディアにも注目してもらうことで日本の規制を変えており、諦めずに遠回りでも様々なアプローチでやりたいことを実現させている姿勢は見習いたいと思いました。（経済学部　経済学科　１年）

**チョコレートビール買います。**（経営学部　1年）

**授業スタッフの感想**

問２で「チョコレートビールを買います」という意見がとても多かったです。それだけ、今回の講義すらも宣伝効果に繋げたということを、みんなのアンケートを読んで強く感じました。

私は、女性の仕事観などに興味がかなりあるので今日のお話は特に参考になりました。仕事を周りが引くほどやっているとおっしゃっていましたが、やはりそれは好きなことを仕事のしているからなのだということを学びました。私は何か一つを突き詰めるよりも複数の分野をやるのが好きだったり、いろいろなことに興味を持つタイプなのですが、正直何か一つのことにのめりこむ人とは違うなあ、と少し悩んでた部分も多少はあるので、中川さんみたいに違うと思ったらまた別の仕事をやるという姿勢を見てとても勇気づけられたところがあります。そして、「女性であることで困ったところは？」との問いに、「女性であることを逆に武器にしている」という回答は、とても心強く、結局本人がどのようにとらえるか次第なのだなと改めて実感させられました。

　今日の中川氏の講演では、「広報」という仕事がいかに重要なのかということと、商品をどの範囲の人に売るかを決めるのが大切ということを学ぶことができました。また、お客さんも喜んで参加する頒布会をリサーチの場にするなど、マーケティングもしっかり考えられており、社員が少数にもかかわらず、ヒット商品を生み出し、売り上げを伸ばしている訳が分かりました。授業後の質問会で、働き過ぎだと言われると中川氏がおっしゃっていましたが、たった一人で新聞、テレビなどのメディアからネットニュース、ＳＮＳといったインターネットでの発信まで、こなしていることを知り、非常に驚きました。別の講演の内容がまとめられているサイトがありましたが、インターネットといえども、ありとあらゆるＳＮＳ、ブログやまとめサイトを活用した活動をしていることがわかり、更に衝撃を受けました。広報という仕事は非常に大変だと思いますが、やりがいのある仕事のようにも思えました。

　次回のTrunk株式会社の西元氏のお話も楽しみです。