**アンケート・ピックアップ**

**10月27日　サンクトガーレン有限会社 取締役　CEO　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**

ビールを売り込む方法について詳しく話していただいて、とても印象に残り、勉強になりました。そんな中で特に3つ勉強になることがありました。1つ目は、季節に合わせた商品を売り出す点です。他に王道のライバル商品がすでにある状況でオリジナリティーがあり何よりも消費者のニーズに合わせたものを新たに造り、ヒットさせるのがすごいと思いました。エイプリルフールのビールは情報発信を消費者に任せる、というのが聞いてて面白かったです。2つ目はPR(広告)の方法です。記者の人に記事にしてもらい、第３者から伝達してもらうことで、消費者に対しての影響力を高めるという方法が自分の中ではない視点でした。3つ目は、インターネットを利用して消費者に自社のことを知ってもらうという点です。商品とは関係のないブログはよくありますが売り上げには意味のないものだと思っていましたが、繋がっていると知り、勉強になりました。また、ネットで検索されたときに上位に記事が出るように工夫していることも知らなかったのでとても面白い内容でした。(経済　経済システム1年)

今“実践新商品その企画”という講義を履修しており、その中で飲料水の新商品をグループで議論しながら作っています。今回の中川さんのお話を聞いて、カテゴリーやライバルの存在についてなど自分たちの企画にも参考に出来そうなアイデアが多くありました。毎年ラベルを少しアレンジして、コレクターの興味をわかせるなどといった細かいところにも目を付け、なあなあにしないようにすることが大切であると感じました。（経営・経営一年）

　はじめは違う会社で仕事をされていたけれど、やっていることの意味が違うと感じて会社を変えたことはとても勇気の要ることですごいと思ったし、自分の仕事に対して信念の意味を考えていてすごいなと思いました。また、いつも同じように仕事をするのではなく、市場で生き残るためにさまざまな工夫をして改善していくことの大切さがよくわかりました。(経済・国際経済・１年)

小さい会社ならではの柔軟発想を武器に様々な商品を打ち出していくやり方に非常に感動しました。知恵を絞りながらイベントやメディアなどをうまく利用して勝負し、新しい市場をどんどん開拓していく戦い方はまさに起業を目指す人が見習うべき姿勢だと思います。（経営・経営・1年）

　ビールの製造からパッケージ販売まで行っているのにも関わらず、スタッフ数5人で業務を行い利益を上げていることにとても驚きました。リソースが少なくても大手企業が行わないイベントやフレーバービールに狙いを絞った経営形態はとても勉強になりました。また、私自身、ビール会社、特に地ビール屋さんの主な仕事はビールの製造だと思っていたので、「造る：パッケージ：販売：＝1：2：7」という事実は印象的でした。実際中川さんのご講演も季節やその日のイベントに合わせた販売・宣伝・商品開発の話が中心で1年を通じた季節限定商品展開について分かりやすく学ぶことができました。世間やマスコミの流れを上手く利用する販売戦略・顧客の心理、気持ちや、ソーシャルメディア活用の重要性についても今日は勉強することができて良かったです。ビールという1つの商品があんなにも多岐に渡るのだということに衝撃を受けました。（経営・経営1年）

オリジナリティに溢れるビールが美味しそうで、20歳になったら、絶対飲もうと思ってしまった。「地ビール」「クラフトビール」といった珍しいものは、有名になったとしてもすぐに流行が終わってしまうというイメージがあった。しかし、「ディズニーランド方式」というように少しずつ展開したり、季節のイベントに合わせて、商品を出したりして、メディアを利用するのは勉強になった。色々なフレーバーを展開していくのは、スターバックスを思い出した。「知恵を絞る」ということが有効だということがよく分かった授業であった。インターネットを使った活動も工夫していることが分かった。BlogとFacebookの使い分け方も面白かった。また、直接宣伝しないで面白いことを書くことで知名度を上げるという方法も学べた。SEOについても知ることができた。私は面白いものが大好きだからすぐに飛びついてしまうが、ものを売るための手段は多様であることを知った今私は操られているなーと思った。（教育人間・人間文化1年）

小規模な会社ならではの悩み、たとえば広告や事業のための人員や資金の不足を独自の手法を用いて売り上げていく様子がよくわかった。特に、時季を捉えた戦略があったり、ビールを主としないイベントで売り出すなど、工夫が合理的でよいと思った。また、自分は年齢的にも趣向的にもビールに興味が薄かったので新鮮に感じた。フェイスブックの利用の仕方など細かい工夫も見られて興味深かった。(経営・会計情報１年)

　今日の講義は主に商品開発の工夫と顧客創造についてでしたが、サンクトガーレンのみなさんにおけるこれらの特徴は顧客の心理をうまく利用しているところにあると感じました。飲み比べにおいても、ビールの種類が多くあることを一目でわかるように工夫したり、人々のイベントに対する関心を利用してフレーバービールを開発・販売したりと、時期、人、材料、見せ方をえらぶことで工夫されています。また１度興味をもってくださった顧客の方々が長く顧客でいてもらうための“何か新しいもの”を毎年発売されているところも人々の心理をよく理解されている点であると思います。ビジネスをする上で、自分たちが目指すことは、そのまま自社の戦略に影響してきます。サンクトガーレンのみなさんの場合は自分たちの利潤が得られることに加え、自分達のビールを好きになってもらい、毎年出す新しいビールを楽しんでもらうこと、さらにはそれを通じて、新しい自社ファンを増やすことでもあるのかなと思いました。（経営学部・国際経営学科・１年）

　今日はご講演ありがとうございました。新しくビール業界に参入できない日本の状態から、いろいろな工夫をして今の人気を作っているのだと感じました。もともと雑誌という情報発信系のお仕事をしていらしたおかげで、様々なアイディアがでるのでしょうか。ビールの種類を増やすだけでなく、イベントごとに商品を変えたり、期間限定で希少性を高めるなど様々な工夫をしたりしているからこそ売れているのだなと思います。ＳＥＯの工夫はとても興味深いものでした。現在は、情報釈迦愛であり、ネットワークやＳＮＳがとても発達した世界です。その中でお金をかけずに顧客を作るのには細かい工夫が必要なのだなと感じました。（経営・国際経営１年）

社会にまだ一般化されていない商品を、色々な人に知ってもらうためには、SNSや検索エンジンシステムを逆算して、したたかに利用する徹底ぶりがすごいと感じました。現代では、SNSを利用する人が多くいて、そういった人たちを上手く利用することにより、「伝言ゲーム」のように情報を波及することができる方法を、将来ビジネスをやる上で心得ておきたいです。（経営　経営1年）

**問２　今後のアクションに繋げていきたいこと**

私は将来何の仕事に就くかわからないが、たいてい働くとなったら何かを売ることになると思う。そのため、今日の講義での、地ビールを売るための地道な努力はよく覚えておいて役立てたいと思った。特に、メディアを利用する方法が友好的で、それを1回で終わらせないやり方がすごいと思った。また、インターネットの活用もよく研究してあって、実際に大きな効果があった。そして、それらの努力というのが、会社の効率を上げるため、即ちお金をかけないで顧客を集めるという考えの元成り立っていることも忘れないでおきたい。売り方はもちろんだが、中川さんの「おかしいな」と思うと新しいことに挑んで成功していくパワーを見習いたいと思った。（教育人間・人間文化1年）

　今回の講義を通して企業側が私たちに知ってもらうために様々な工夫をしているのだということを知りました。普段からちょっとそういったところを気にしてみて、もしインターンを始めたときなども、マーケティングに携わってみたいと思いました。（経営学部・国際経営学科・1年）

今回の授業の中で、新しい商品に対して、長いことサンクトガーレンさんのビールが好きだったお客さんから苦情が来たというお話がありました。しかし、批判がきたとしても、新しい道への挑戦をあきらめなかったというお話を聞き、現像維持も大切かもしれないけど、進化していくことは、それ以上大切なのではないかと思いました。自分は現状に満足してしまうことが多いと思います。変わることは大変だと思い、このままでいいと感じてしまいがちな気がします。現状に満足していまわないで、何か挑戦したほうがいいと思うことを見つけていこうと思いました。（経営・会計情報・一年）

**授業スタッフの感想１**

今回の講義は、規模が小さいというベンチャーの特徴に焦点を当てた講義となっており、興味を持てた学生も多かったのではないでしょうか。今までのベンチャー企業の取締役とは大きく違い、従業員が数人の中でどのように顧客を増やし、利益を拡大していくのか、具体的な戦略を勉強することができたのではないでしょうか。ただ、最近のアンケートの傾向として、目立っていいものが少なくなってきているのではないでしょうか。変わらず質の高い面白い感想を書いている学生もいるのですが、みんな同じようなことばかり書いているように感じます。