

【学生フォーラム】

GP と産学連携 ネット・ビジネスから学んだこと

岡崎女子短期大学 経営実務科 市川和加、鈴木千尋、平岩未帆

概要

本報告は、文部科学省の現代 GP (現代的教育ニーズ取組支援プログラム) での取り組みを紹介したものである。現代 GP では、岡崎市内における実際の店舗からアドバイスを受け、インターネット仮想ショッピングモールを開設、会社経営に取り組んできた。もちろん、市内の商店街と連携し岡崎の情報を全国に発信することで、地域が活性化して欲しいとの考えからである。

この取り組みで学んだことは、「実務と理論の2つを大切にしながら、実践すること」である。また、商店とのコラボレーションから、私たち自身が岡崎を見つめ直すきっかけができた。

1. GP の取り組み内容

現代 GP とは、文部科学省の現代的教育ニーズ取組支援プログラムの略で、本学経営実務科では、昨年度から米本倉基先生の指導のもと、実践さながらの緊張感のある仮想インターネット販売に取り組んできた⁽¹⁾。それは、地域住民・企業・学生の三者が Web 上の仮想ショッピングモールでビジネスを展開し、家族・友人などにも消費者として参加するものとなっている。

(1) 概要

はじめに、チームをひとつの会社に見立てて設立し、計 10 店舗の候補のうちどの店舗を担当するかを選択。

次に会社内の担当部署を振り分け、部署ごとに作業を進めていった。

メインとなるホームページ作成作業は、ホームページ担当者が店舗の要望を取り入れつつ情報交換を行いながら取り組んだ。

商品販売については、各部署がそれぞれ意見を出し合いながら消費者に分かりやすい情報提供をこころがけて作業をおこなうよう工夫。

最後に売上集計を出し、決算・経営分析を行って利益や損失など経営状況を分析しこの授業を振り返った。

(2) チーム概要と取り組み

私たちが取り組んできた会社と部署担当の振り分けについて説明する。

私たちは会社名を「i-Brand」とし、主にホームページ構成を担当するホームページ作成部、商品の売上や経理、決算を担当する会計・財務管理部、消費者とのコミュニケーションを担当するカスタマーサービス部、経営戦略や方法を担当するマーケティング部という4つの部署をつくり活動した。

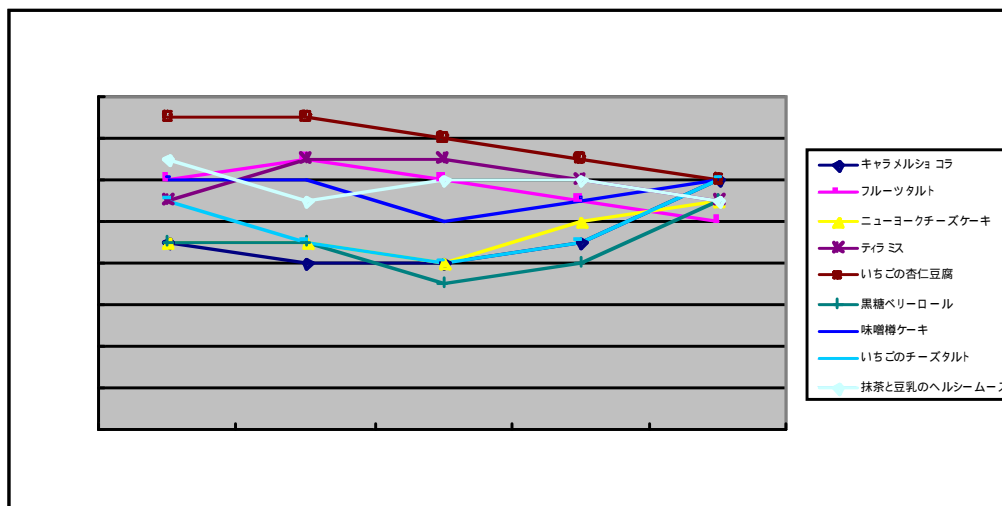
ホームページを作成する上で最も気をつけたのは、店舗の方との情報交換である。ひとつひとつのページにおいて、店舗と相談し要望を取り入れながら、レイアウトなどに反映させた。

その中で学んだことは店舗の方のビジネスに取り組む真摯さと実際の取引の厳しさであった。

- ・トップページは、ページを更新するごとにトップの画像が変わるように作成。これによって見るたびに新鮮さを出すという演出をした。
- ・ホームページの操作性の向上に心がけた。フレームを使用して、どのページからも左上のロゴからトップへ戻ることが出来るようにした。
- ・店舗の雰囲気をホームページ上に反映させる⁽³⁾。ライン・ボタン等の配色に店舗のイメージカラーであるサーモンピンクを使用したり、ロゴを使用したりして店舗の雰囲気を伝えた。
- ・一見して全商品が分かる工夫。商品一覧をもうけ、全ての商品を小さく表示し概要をつかめるようにした。
- ・ケーキの質感などを分かりやすくする⁽⁴⁾。商品の全体図とアップの2通りの写真を載せた。
- ・ホールやセットでの注文を導入。ケーキ1切れでは売上が伸びないため、販売促進を考慮しホール販売やセット販売を導入。
- ・ブログを設置⁽⁵⁾。消費者とのコミュニケーションを高め、商品をより身近に感じてもらうことを目的とした。社員が交代で更新するようにし、実際に食べたケーキの感想やアピールなどを載せた。なお、文章は堅苦しい表現でなく、限りなく口語に近い表現を使用するように心がけた。

2. 売上予想および販売結果

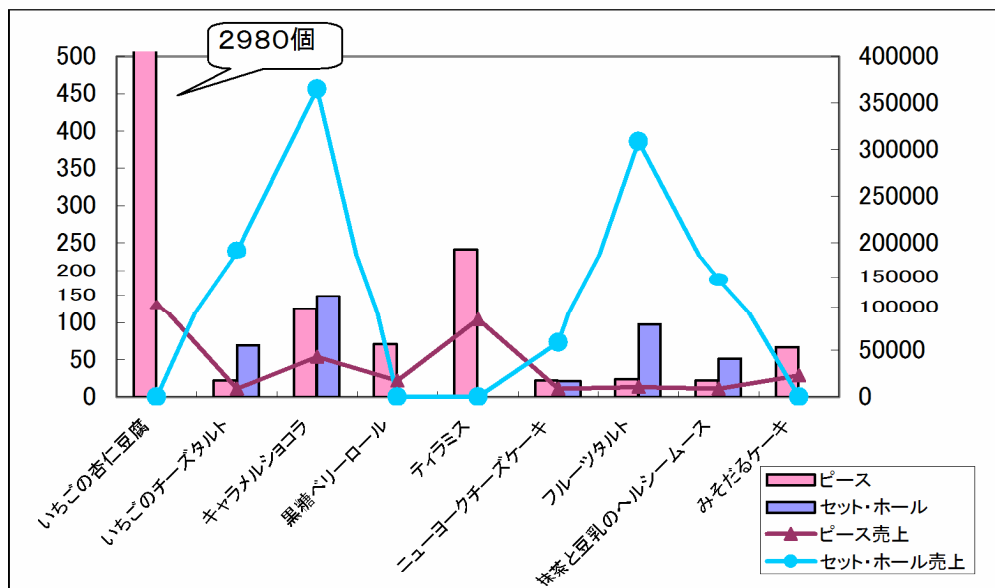
(1) 販売予測



販売期間が夏だったこともあって、杏仁豆腐などさっぱりとしたものが多く売れると予測した。逆に、タルトやロールケーキといった重い印象のものの売上は落ちると考えた。

全体として季節での販売数量の変化や、定番商品の売上、店舗のおすすめ商品の推進販売などを考慮しながらで予測を立てた。

(2) 販売結果



上記の図は、消費者から寄せられた注文をもとに、表計算ソフトを利用して集計を出し、グラフ化して売上の伸びたものとそうでないものが分かりやすいようにまとめたものである。この後、ただ単に結果を出すだけではなく、そのグラフをもとに予測と結果との差を比べ、また、売上が伸びなかったものはなぜそのような結果になったのかをホームページ構成やマーケティング等さまざまな点から考察し、意見を出しあった。

3. 授業を通して学んだこと

第1の成果として地域との連携について、地域店舗の情報発信をすることによってより多くの人に店舗を知ってもらおうというサポートができたことが大きな成果だといえる。それは、全チームのメール注文約800の内約3分の1が外部からの注文だったことから読み取れる。

これまでの消費者としての立場を振り返りながら、店舗のインターネット仮想販売に参加することで、新しい消費者の発掘に貢献できたと思う。前述のように私達にとっても、今回の授業は貴重な実務経験を学ぶ場となった。

第2の成果としては、実務スキルについてコンピュータなどの技術の習得が大きかったといえる。とくにホームページを作成するという経験はこれから社会に出て行く上で大きな収穫になった。また、画像の載せ方や見やすい色合い、フォトショップによる写真・画像の編集など専門的な技術の学習が出来たメリットもある。

さらに、売上集計・決算、注文台帳、各グラフなどを作成したことによって、通常の授業では経験できない、より実務的に表計算ソフトを使用するという体験ができたといえる。最後に行なった会社ごとの活動報告では、パワーポイントによるプレゼンテーションを行い、これにより報告の方法、情報を分かりやすくまとめ伝える技術などを学習できた。

また、経営理論に基づいたマーケティング戦略を実践できたのも、大きな収穫のひとつである。マーケティングについては理論として授業で勉強したが、それだけでは会社での実践は難しいと思う。この授業を通して、実際に消費者のターゲティングをして販売層を絞り込んだり、季節ごとに販売商品を変えるなどの経営戦略を考えたり、どのようにして消費者とのコミュニ

ケーションを取り、商品の販売に反映させていくかなどの実践の場を持つことができたといえる。これによって授業で勉強した様々な理論を実際に会社として実践していくという経験ができた。

私達はこの『現代 GP』をとおして学んだ貴重な経験を忘れずに、社会で活躍していけたらと思う。

注

- (1) 岡崎女子短期大学が平成17年度に文部科学省から選定を受けた現代的教育ニーズ取組支援プログラム(現代GP: Good Practice)に沿って、地域の店舗と大学が産学連携のコラボレーションをおこなう取り組みである。
- (2) 私達の会社が担当した店舗は「バレンタインカフェ」という岡崎市内のケーキショップである。10店舗の候補のうちほとんどが雑貨・衣類などを販売する店舗であるが、この店舗はただひとつの食品販売店舗となっていた。この店舗と連携した理由は、商品単価が安く、他店舗よりも消費者が買いやすい商品を販売しているという予測したからである。また、あえて難しいインターネット上での食品販売というものに取り組んでみたいという思いからであった。
- (3) ホームページ商品紹介



(4) 個別

商品紹介

Valentine Café

OKANACITY

- 店舗紹介 [キャラメルショコラ](#)
- [NYチーズケーキ](#)
- 商品一覧 [イチゴの杏仁豆腐ト](#)
- [抹茶と豆乳のヘルシームース](#)
- フルーツタルト
- 発売について [イチゴの杏仁豆腐](#)
- [アイスクリーム](#)
- [高級ベリーロール](#)
- お祝い合せ [苺ロールケーキ](#)
- i-ブログ [かごを見る](#)



アレルギー情報



パトショコラの中にキャラメルを隠しおきました。しつこくして食べたい人があります。ほんのり香くて、チョコレド好きにはたまらないケーキです。

値段：1ピース 350円
ホール 2,450円
個数：1

(5) blogの一部

■ ケーキ紹介第一弾と称して。

2006.07.03 [Mon] 14:27



お初にお目に掛かります。

i-Brandのゆうほと申す者で御座います。
以後お見知りおきを……。 (一礼)

さて、早速ですが、我々i-Brandの新生ページが起動致しました。
早速皆様からのご注文も相次ぎ、一同とても嬉しく思っております。
夏は夏バテなど疲れやすい季節。甘いものを食して元気を蓄えておくことをお勧め致します。

本日は我々のホームページにて紹介している商品の一つ、「抹茶と豆乳のヘルシームース」を食した感想をば。

抹茶と豆乳のヘルシームース。まず見た目は抹茶にクリームの一見和風のケーキです。
上に沢山のクリームが乗っている為くどそうに見えますが、食べてみるとそうでもない。クリームはさっぱりとした甘さで、夏にぴったりの品物です。抹茶のスポンジとの相性も抜群ですよ。

甘いものが苦手な方でも、気兼ね無く食せる一品。