

大学のマーケティング力で市場をつくる —産学連携による商品開発—



千葉商科大学サービス創造学部非常勤・特命講師（担当：調査法、健康サービス論）、
マツケンヘルスコミュニケーションズ最高知識責任者
株式会社ヘルスケア・ビジネスナレッジ代表取締役社長

西根 英一
NISHINE Eiichi

プロフィール

マーケティングデザイン開発&コミュニケーションデザイン設計の専門家。商品開発、サービス創造をはじめ、市場戦略、販路開拓、顧客獲得のための“精緻な設計図”を描き、広告プロモーション、戦略PRを最適化する。専門領域は、ヘルスケア（健康・美容、保健・予防、医療・福祉）のビジネス開発、マーケティング戦略、コミュニケーション設計。近著に、『生活者ニーズから発想する健康・美容ビジネス「マーケティングの基本」』（宣伝会議）。

「ヨコにつながる・ヨコにひろがる連携が《商品》を生む」

テーマは「産学連携」。企業と大学のコラボレーションは、時代の潮流である。競合関係にない、この“平らに《ヨコ》につながる”関係は、マイケル・ポーター氏が唱えたCSV（Creating Shared Value）の経営理念を想起させる。筆者は、このCSVを“共創互惠”と訳し、数々の書誌で紹介している。CSVは、事業構想、ならびに社会構想におけるプラットフォーム（基盤）となって、いまの「マーケティング3.0」の時代を支えている。キリンホールディングスがマーケティング本部をCSV本部と改称し、新たな飲料事業を構想している例を見ても明らかだ。いま多くの企業が、社会と、大学と、生活者と、学生と、平らにヨコにつながる“共創互惠”志向を強めている。

さて、この産学連携による「商品開発」に当たっては、成長分野の“ヘルスケア”（医療・福祉、健康・美容）と“環境”（環境保全、環境にやさしい、自然とともに恵む）、“地域”（地域創生、ローカライズ）をキーワードに展開している。これら3つに、商品開発&市場開発テーマを集約する傾向が強まっている。

最初に登壇した弓削 徹氏（株式会社エスト・コミュニケーションズ 代表取締役、製造業のマーケティングコンサルタント）は、「産学共創マーケティングの時代」と題し、「当たるか当たらないかの確率論では、

商品開発はできない。消費者にとって切実か不要かといった切り口が重要である」と、商品開発のプラットフォームが消費者インサイトにあることを解説した。そして、「商品開発に求められるのは、デキ物、つまりデザイン、キーワード、物語（ストーリー展開）である」とし、いくつかの事例を紹介した（足の骨格に着目して商品開発したアスリート用シューズの機能性インソール、等）。

つぎに登壇した宗像 恵氏（近畿大学リエゾンセンター長、特任教授）は、「技術・商品イノベーションにつながる産学連携を目指して」と題した講演の中で、近畿大学の事例を紹介し、科研費獲得への意欲の強さと、インパクトファクター獲得への研究力の高さに触れた。「産学連携の成功は、企業から相談してもらうこと、企業に紹介すること、そのコーディネーターの働きにある。その機能が“近大リエゾンカフェ”の開設である」と、in-boundとout-boundのベクトルとその発信源の存在を明かした。そして、「近大マグロ（完全養殖マグロ）の商品開発は、太平洋クロマグロが絶滅危惧種に指定された環境課題に起因して、社会の期待に応える成果を上げたことで、“社会的成功”を収めた」と解説した。まさに、「マーケティング3.0」の時代の商品開発の事例と言えよう。さらに複数の事例紹介の中で、近畿大学が強い理由は、「各学部が個々に尖るだけでなく、各学部がつながる異分野融合がで

きているから」と、その核心に触れた。企業にとっての近畿大学の魅力は、近畿大学のヨコにつながる“CSV 経営”の事業「発想力」と、ヨコにひろがる“複眼的思考”の事業「構想力」にあると思われる。

シンポジウム第2部のパネルディスカッションでは、第1部の登壇者に4名が加わり、進行した。産学連携のあり方について、浜野慶一氏（株式会社浜野製作所 代表取締役）は、支援者意識でなく当事者意識を持つことの大切さ、佐竹恒彦氏（佐竹経営研究所代表）は、商品を欲する主役のペルソナをつくり込む物語性、本田季伸氏（プライドワークス株式会社 代表取締役、千葉商科大学商経学部卒業生）は、学生起業の精神が産学連携の糧になること、和田義人 人間社会学部 教授は、産学連携のアイデア出しに対して「答えらしきもの」を簡単に導き出してしまうスマホの弊害、について触れた。

筆者にとって、大変思慮深いシンポジウムとなった。産学連携×商品開発をゴールとして、千葉商科大学のマーケティング力は、正しく設計されなければならない。そして、その設計は、《タテ》にtight（タイト）に高くのびる設計でなく、《ヨコ》にloose（ルース）に広くひろがる設計力にあると考察する。経済研究所が、その設計図を描く機能をもつことが期待される。



※当会は、島田晴雄学長の挨拶（ビデオ）、橋本隆子 経済研究所所長・商経学部教授のもとに総括、山本恭裕 商経学部教授による進行によって開催された。