



木村純子准教授



左から、大屋昌穂さん、宮野文衣さん、大川洋史さん



お菓子メーカーさんの工場見学



2期(06年)企業の方による商品説明会。



経営学部 木村純子准教授ゼミ



ゼミナール・研究室

先生のバースデーにサプライズパーティを企画。「楽しくなければ大学じゃない」を実践中。学生が着ているのがゼミのオリジナルTシャツ。

Kimura marketing junko キムラジュンカマーケティングゼミナール

ゼミで作った木村ゼミのロゴ。「前例がないから、自分たちで新しいことができる」と話す宮野さんが広報部長として制作。URLは<http://kimuraseminar.qee.jp/>

SEMINAR My Campus, My Life

産学協同で進める 理論的&実践的なマーケティング戦略

SEMINTAPD 理論と現実世界を結びつけ 大学生らしい学びの醍醐味を

マーケティングとサービスマネジメント論、そして消費文化論を専門とする木村純子准教授のゼミでは、2~4年生までが分野を限らずに研究活動を進めます。木村准教授によれば「学生に理論と現実世界をつなぐ力をつけてもらうことを目的にしています」とのこと。

木村ゼミの歴史はまだ浅く、3年目。しかし、その内容は実践に即し、充実した内容です。ゼミの1期生として3年目を迎えたゼミ長の大屋昌穂さん(経営学科4年)は、「初年度から産学協同でゼミ活動を行い、1年目と2年目はお菓子メーカーさんに対して、マーケティング戦略を立案してきました。3年目となる今年度は、他大学とのコンペで、あるテーマパークのマーケティング戦略を立案しているところです。さらに後期には、牛乳メーカーさんとの産学協同を予定しています」と説明。実は1年目は自主的に行ったマーケティング戦略でしたが、高い評価を得て、2年目にはお菓子メーカーさんの商品開発部の方から商品開発を一緒にしましょうと依頼を受けたそうです。同じく1期目から参加している宮野文衣さん(経営学科4年)は、「1期目は、私たちも先輩も初めてという同じ土俵で手探り状態。ゼミも週に1限しかなく、それほど時間

を割けなかったんです。でも2期目、2限分のゼミとサブゼミで多くの時間を費やした結果、無事に最後のプレゼンを終えた時には、あまりの充足感に感動しました」と、これまでのゼミ活動を嬉しそうに振り返ります。「その過程では、研究がうまく進まないことで、互いにギクシャクして人間関係にうまくなくなど負の苦労もあったんですよ」とは大屋さん。

2年連続チームリーダーを務める大川洋史さん(市場経営学科4年)は「でも、一番苦労したのは、理論的にマーケティング戦略を練る難しさ」と話します。というのも、最初のうちはデータに頼りすぎてしまうからです。「データを足で稼いでいくことは大切ですが、それを検証し、理論と結びつけるのが大学生の醍醐味。高校までは、覚える勉強が中心でしたが、論理的にストーリーを作れるようになってほしいのです」と木村准教授は話します。宮野さんは「マーケティングを通して、世の中の見方が変わりました。街で広告を見ると、つい分析を始めてしまします」と自分の成長にニコリ。

3人の学生は口々に「木村先生の指導は厳しいけれど、すごく愛情を感じる」と言います。なぜなら、木村准教授のモットーは「楽しくなければ大学じゃない」。研究活動以外にも、ゼミのロゴやオリジナルTシャツを作るなど、ゼミの広報活動も楽しんで行っているようです。

