

「細井ゼミ×オタフクソース マーケティング研究会」活動報告

経営学部経営学科教授 細井謙一

細井謙一ゼミナール（以下、細井ゼミ）では、オタフクソース株式会社（以下オタフクソース）と合同でマーケティング研究会を実施しました。

広島経済大学とオタフクソースは、包括連携協定を締結しており、これまでも様々な活動に合同で取り組んでまいりました。2020年4月から、本学地域経済研究所がコロナ禍における広島市内のお好み焼き店の経営状態について、オタフクソースと共同で、実態調査を行っております。この実態調査は、2020年4月から2022年8月まで6回にわたって実施され、広島市内のお好み焼き店の窮状、その原因と考えられる要因を調査してきました。2022年8月の調査では、調査範囲を広島市だけでなく広島県全体に拡大し、コロナ禍の影響に加えて物価高の影響についても調査を行いました。

お好み焼き店を取り巻く状況は、2023年5月の新型コロナウイルスのいわゆる5類移行で大きく変わりました。5類移行によって全国的に外食需要や観光需要が急激に回復していますが、G7広島サミットの開催地となった広島では、こうした傾向が一層顕著です。広島のソウルフードであるお好み焼きも、これらを追い風に業績の回復を図りたいところですが、5類移行前から続く物価高や、人手不足、それにともなう人件費の高騰などが足かせとなり、思うように業績を伸ばせない状況が続いています。

こうしたアフターコロナの新たな課題をどう乗り越えるかを考えることがお好み焼き業界の喫緊の課題となる中、その方策は未だ明らかになっておりません。またオタフクソースは、お好み焼店にソースを供給するだけでなく、お好み焼店への経営支援も行っており、有効な支援策を模索しているところです。

そこで、細井ゼミの学生がお好み焼き業界の活性化のために、オタフクソースが実施すべき支援策を検討し、提案することとなりました。細井ゼミの指導教授の細井謙一は、前出の調査に、実施主体である広島経済大学地域経済研究所の所長として関わりました。またお好み焼きを中心とした食文化の普及を促進するための財団である一般財団法人お好み焼アカデミーの理事でもあり（広島経済大学は、お好み焼アカデミーとも包括連携協定を結んでおります）、お好み焼店の経営課題に精通しております。また、細井ゼミの学生は、マーケティングを中心に経営学を学んでおり、この研究会は、日ごろ学んだ知識を活用して、実際の経営課題の解決を試みるという、またとない実践的な学びの機会となることが期待されます。

この合同研究会と、研究会に至る主な経緯は、以下の通りです。

5月1日	研究会開催合意
7月4日	ゼミ生、準備開始：課題の確認、ブレインストーミングなど。

7 月	実地調査：ゼミ生が 5 班に分かれ、お好み焼店のべ 15 店舗にヒアリング調査
8 月 9 日	オタフクソースにて、お好み焼き体験会および中間報告会
8 月後半	ゼミ生、最終提案準備
9 月 10 日	マーケティング研究会

まず 5 月には、研究会の開催について、細井ゼミとオタフクソースとの間で合意いたしました。研究会の趣旨と内容、開催日、研究会当日オタフクソースから講師を派遣すること、研究会前にはオタフクソースを訪問し中間報告会やお好み焼き体験会を実施することなどについて、合意しました。研究会は 9 月 10 日に開催されることが決まりました。

研究会開催が合意されたことを受け、7 月 4 日のゼミの時間から、準備を開始いたしました。オタフクソースから託された課題を確認し、お好み焼店を支援するために必要なこと、さらにオタフクソースが行うべきと思われることなどアイディアを出し合いました。

お好み焼き店の実情を把握するためにヒアリング調査を実施しました。経営規模や、立地条件、主要な顧客層など、抱える課題が異なる店舗を 16 店舗抽出し、ゼミ生達が 5 班に分かれてヒアリング調査を実施することとなりました。ただしこの 16 店舗のうち一店舗とは都合が合わず、結果的には 15 店舗に対してヒアリング調査を行いました。

ここまでで得た知見をもとに、オタフクソースへの提案内容をまとめて、中間報告会を実施しました。この中間報告会は、8 月 9 日に、学生がオタフクソースを訪問し、実施しました。中間報告を行って、オタフクソースの担当者から評価やアドバイスを受けたほか、お好み焼き体験会も実施し、お好み焼きミュージアムなどでお好み焼きの歴史等についても学びました。お好み焼き体験会では、お好み焼き店同様の鉄板を用いて、店舗オペレーションに近い形で、体験を行いました。

その後、提案内容を一層リファインすべく、プレゼンテーション用資料の作り込みはもちろん、オタフクソースとの質問状のやり取りや、お好み焼店への追加の取材を行いました。また、提案内容の有効性を検証すべくアンケート調査なども実施しました。

9 月 10 日の研究会当日は、オタフクソースから 3 名の担当者にお越しいただき、ゼミ生が考えたマーケティング提案を聞いていただきました。お好み焼店のよさをアピールできる専用アプリの制作、お好み焼店を担う人材育成の仕組みづくり、グルテンフリーのメニュー開発などを、インタビュー取材やアンケート調査の結果を基に、地域に密着し、かつお好み焼店の実情に合わせた提案を行いました。提案を聞いていただいた、オタフクソース側からは、学生らしい新鮮なアイディアであるだけでなく、「細かい部分まで踏み込んでいて実現可能な仕組みができていた」「斬新な発表で今後のヒントになった」などと評価をいただきました。また、研究会当日はヒアリングにご協力いただいたお好み焼店からの参加もあり、これらの提案内容について、フィードバックの機会とするとともに、改めてご意見をいただきました。

この研究会に関しては、学生が実社会に触れ、日ごろ学んだ知識を生かす大変重要な学びの機会であったことは言うまでもありません。学びのプロセスで起きることに臨機応変の対応し、さらに学びを深めていくという深い学びが、学生の自発的な実践の中で実施できたことが大変重要であると考えられます。またその学びの成果は、お好み焼店の経営支援に役立ち、地域課題の解決にも貢献したものと確信しております。

この研究会とその準備プロセスでは、オタフクソースとの包括連携協定をベースとしながら、学生が自発的かつ動態的に学びを深めつつ、最終的には地域課題の解決にも貢献する、大変貴重な学びの機会であったと確信いたします。