

# 京都産業大学 グローバル人材PBL



京都産業大学	4回	正村峻一郎
京都文教大学	4回	林佐紀
京都産業大学	3回	赤木亮介

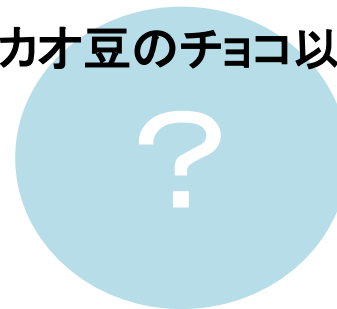
# 私たちのミッション

## ★カカオ豆の新しいビジネスモデルの提案★

- DariKは高級チョコレート店であり  
それだけでなく、カカオ豆の卸商社としての顔も持ち合わせる
- DariK株式会社の強み  
【インドネシアとのフェアトレードを超える仕組みによって  
良質なカカオ豆を入手できる】



カカオ豆のチョコ以外の可能性を探る



# 企画立案のプロセス

ひらめき



根拠

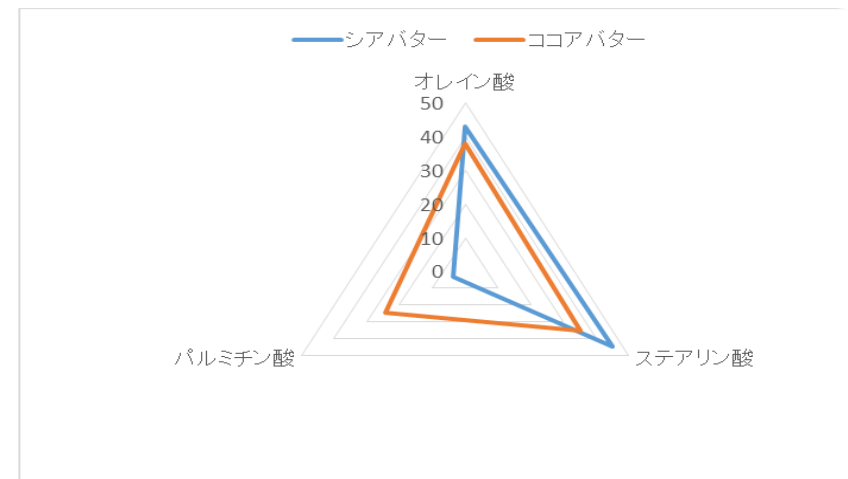
カカオバターの成分調査



脂肪酸バランスが良い



皮膚の再生



結果



カカオ豆を美容用途に使用

# 吉野社長へ『石けん』を提案

①製造方法が容易

②オーガニックさ⇒Dari kらしさ

しかし

実際に石けんが売れるのか？



- ・根拠の突き詰め段階の不足
- ・石けんにした根拠が不足
- ・薬事法や実際の市場についての研究不足

パッケージは？  
誰に向かって売るのが？  
製品化へのスピードは？  
利用率は？

石けん自体がダメだったのではなく、  
売り方やターゲット層の設定など《商品像》を  
突き詰めなければならなかった

# ヒアリングとまとめ

## ●京都産業大学ミツバチ産業科学センター竹内教授へのヒアリング

デザインや商品像を含む明確なパッケージング

確かな根拠から、効能を明らかにし、それに関連するイメージから“売れる”商品を考える。



京都産業大学が蓄積してきた動植物の育種研究の実績ならびにバイオテクノロジー技術を基盤とし、それらをさらに発展させて「ミツバチ」に関する研究をしている。

## ●まとめ

### ◎ひらめきと突き詰め

ひらめきを実現するためには、確かな根拠が必要  
→商品化への可能性が開ける



### ◎カカオ豆の相対的な強み・弱みを知った

カカオ豆 = チョコレート

固定的でない様々な視点からみること



# 西村証券株式会社 ポートフォリオ作成 プロジェクト

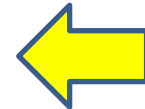
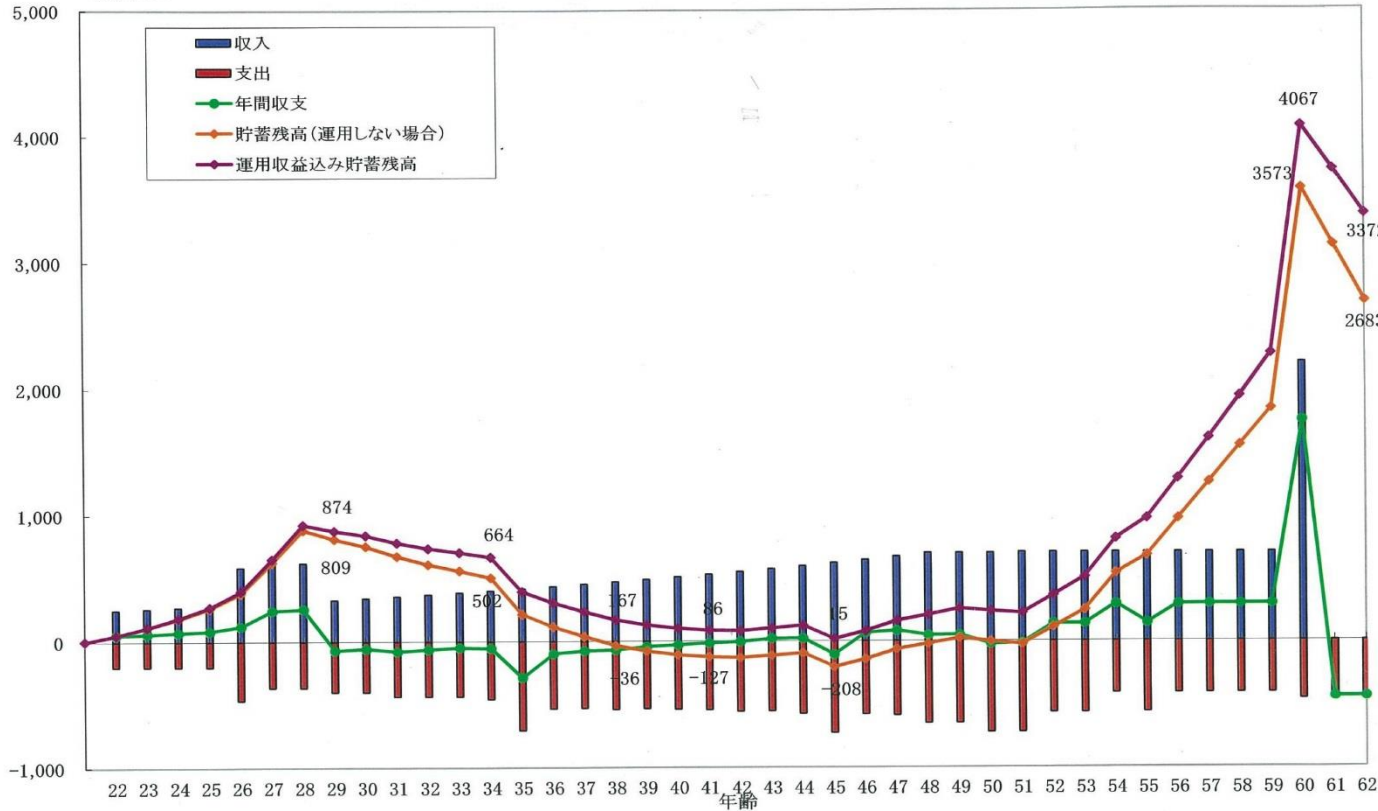


京都産業大学  
永島、重松、國分、中山、薄田

# 課題：金融商品としてのポートフォリオの作成

ライフサイクルプラン

薄田さん



運用した場合



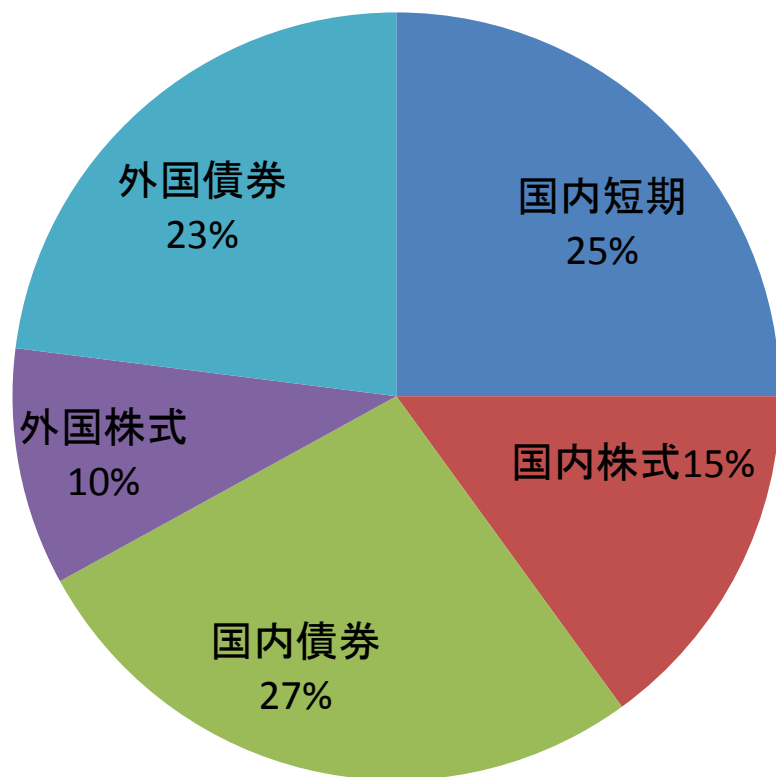
運用なし

## 作成の意義

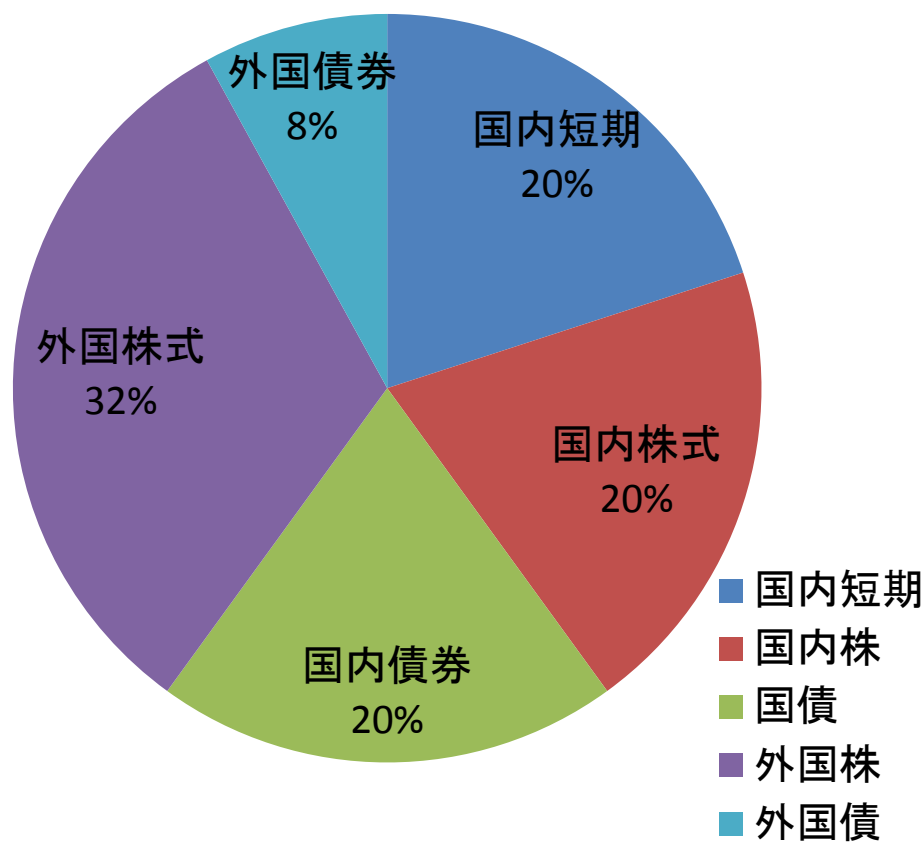
①年金負担額の増加 ②不安定な経済状況  
自己資金を持っているだけでは、  
生涯過ごしていくことが難しくなっている。

# 作成したポートフォリオ

安定志向型



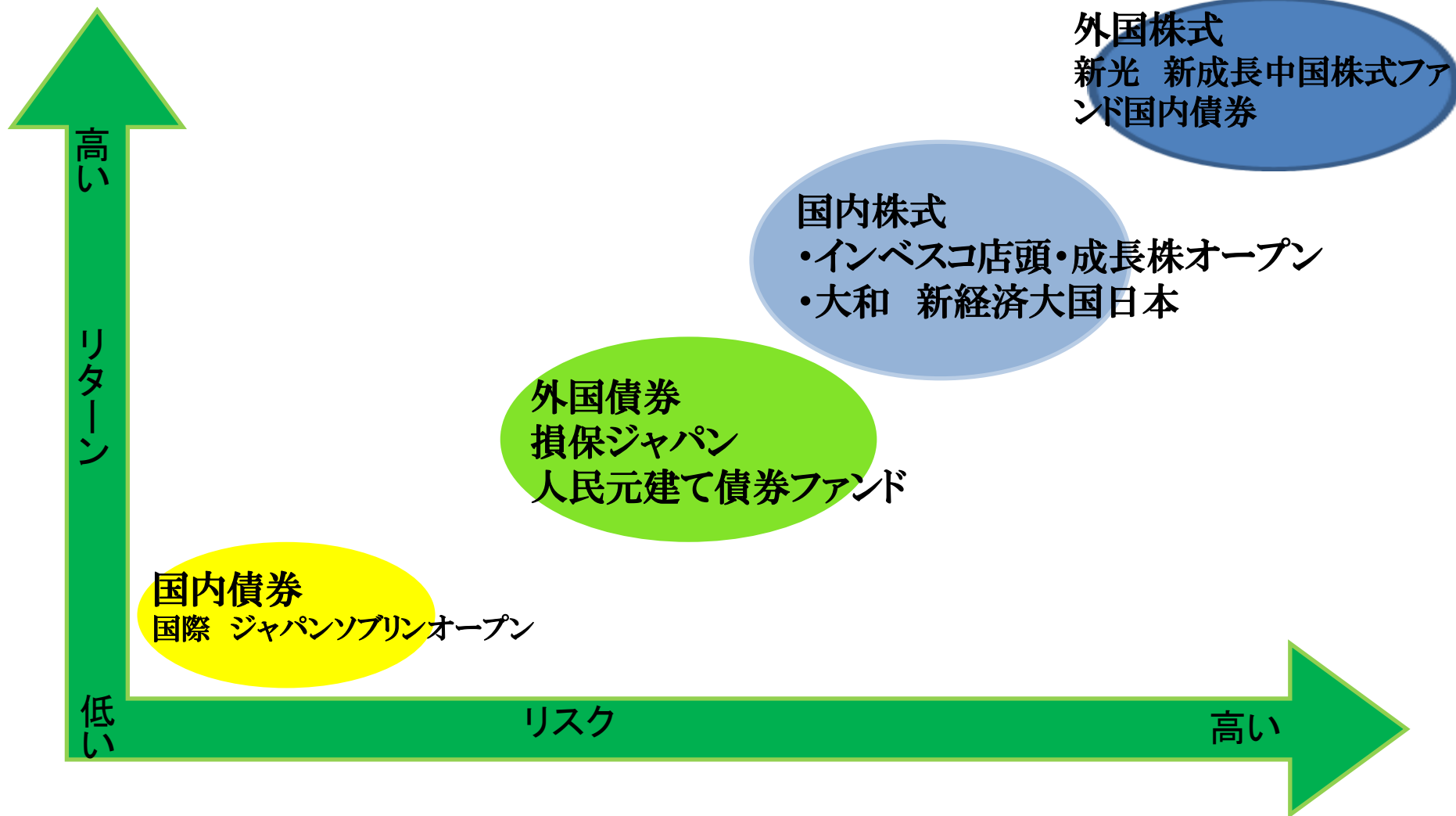
挑戦型



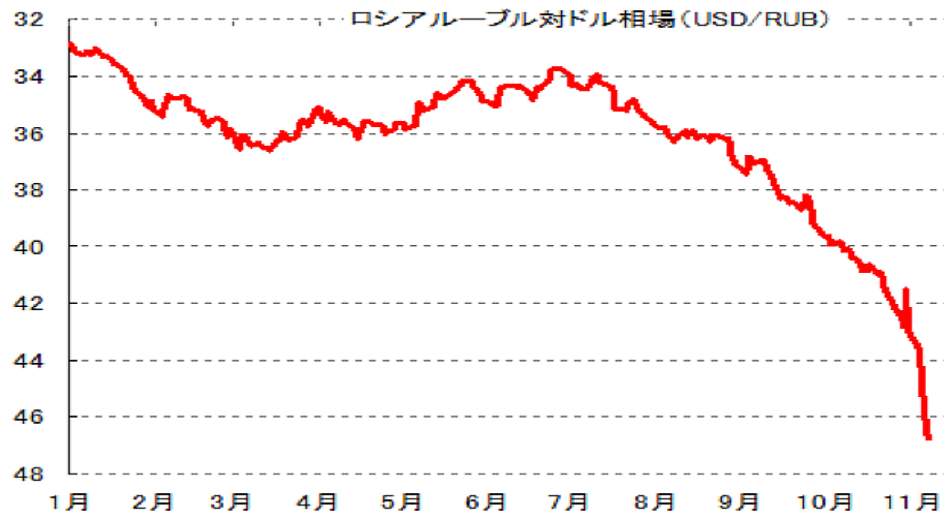
- 国内短期
- 国内株
- 国債
- 外国株
- 外国債



# 選択した主なファンド



# ファンドの根拠



## ● 1本目の矢【金融緩和】

「2%の物価上昇」目標、他

## ● 2本目の矢【財政政策】

10兆円規模の緊急経済対策、他

## ● 3本目の矢【成長戦略】

「特区」制度による規制緩和、他

# プロジェクトを通じた学び

- ① **経済知識:**  
世界情勢や政府の動向から変化するお金の動き方
- ② **金融知識:**  
ポートフォリオ作成の仕方、ファンドの選び方
- ③ **お金の本質:**  
手段にすぎず、正しい使い方を学ぶ必要があること

# 株式会社 大垣書店 三条烏丸店 外国人コーナー検討プロジェクト



## 【メンバー】

京都産業大学	三年生	加藤咲子
京都産業大学	三年生	木下浩基
京都産業大学	三年生	長谷川綾香
京都産業大学	四年生	森彩乃
龍谷大学	四年生	松石耀司

## 課題

「三条店改装に伴い外国人利用者を拡大するには」

## 立地条件

地下鉄烏丸御池駅すぐそばで烏丸通りに面する路面店

※付近に観光客が利用する宿泊施設がある

## 改善点

外国人観光客の交通量が多いのに実際の購入者は少ない

まず最初に

- ① 購入者の気持ちを知るためのデータ集め
- ② 学生が提案するための根拠づくり

# グループワーク



課題解決のためには「何をすべきか」「何が求められるのか」ということを軸に授業内で意見交換を行いました。

そして、大垣書店三条店を中心に烏丸尾池付近で計35組59人の外国人の方に、約2カ月間、街頭インタビューを行いました。

[インタビューで出た主な意見として]

本屋に立ち寄らない／本の持ち運びが不便／日本語が読めない／観光がメインなので立ち寄る時間がない

# 活動報告(大垣書店にて)



大垣書店の方とデザイン会社の方と学生が集まり、話し合いや活動報告を行いました。

【フィードバック】

なぜ「本屋に立ち寄る方が少ない」のか？

→「立ち寄らない」理由を知ること

→外国人利用者が書店に足を運ぶ理由付けを考えること

※日本人も本を買わなくなった。

その原因は？外国人にも当てはまるのか？

## 提案内容

# Bring back Kyoto to your home.

をコンセプトに京都に特化した書店づくりの提案

①ターゲット：  
日本に興味があるが知識は薄い人  
立ち寄ってみたい人

②京都への繋がり・知識・歴史の本を提供  
③本を積極的に勧める  
push型の販売

①日本語が読めない

外国人利用者のため、  
フリーペーパーや(電子)案内図→初見でも  
分かり易い  
すぐ情報が得られる

入口 英語版のガイド本や京都に関する本があることの告知  
和風モダン・町家風の看板／(電子)案内図／フリーペーパー

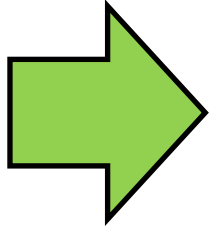
商材 ①京都に関する本【出身・舞台・ゆかり・歴史・発祥】  
②日本食【レシピ本・店の紹介】  
③文学【小説・映画】・日本語原作と英語翻訳を並列陳列  
④漫画【クールジャパン】  
⑤アート【浮世絵・美術書・建築物・写真・祭り】  
⑥実用書【ガイド本・地図・辞書・語学】

本の見開き・表紙を見せる陳列を重視／  
ブックカバーや文房具の販売

+ α 英語での館内説明／英語・日本語表記のPOP  
外から洋書コーナーが見えやすいように配置、見せ方の工夫

## 書店の意義

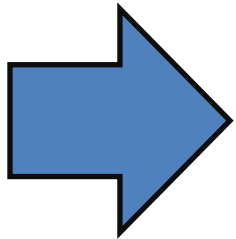
**書店とインターネットの役割の違いを理解して、特徴を活かした展開を考える**



- ① 現地密着型の「体験」の提供・・・ネットは知っている知識の中から検索なので新しく知ることはできない。
- ② 中心地の書店として知識の発信拠点に・・・京都に興味を持っている方に京都の書店が魅力発信を働きかける。

## 今後の発展

**改装の予算拡大につき夏頃までにプロジェクト継続に！  
外国人向けコーナーを入口近くに移設、内装に関しては後日改めて打ち合わせする予定**



- ① 一過性にプロジェクトではなく、グローバルプロジェクトとして発展的に検討。
- ② 書店の方、デザイン会社との方のやりとりの相違から高いレベルで落とし所を探ることが重要だと思った。