２０２２年２月２８日

PLESS RELEASE

各位

大阪国際大学
大阪国際大学短期大学部

「商品価値は国境を越えるか？」シンガポール協定校との合同プロジェクトで市場導入戦略を提言 ～大阪国際大学経営経済学部経営学科

大阪国際大学（大阪府守口市、学長：宮本郁夫）経営経済学部経営学科 3 年生セミナー（担当：近藤浩章）では、コロナ禍においても国際的な学びを継続すべく、シンガポールの協定校であるナンヤン・ポリテクニック（以下「NYP」）経営学部のクラス（担当：Ms. Sarah Khoo）と合同で、「魅力ある日本製品のアジア市場導入」のプロジェクトにおいて、11 月から双方の学生が参加して英語による議論を進めてきた。2 月 24 日、オンラインにより NYP 学生が英語でまとめたマーケティング戦略を本学生が協力企業の関係者に提言した。

このプロジェクトは、日本企業が生み出す魅力ある商品価値を本学生が NYP 学生に紹介し、シンガポールと近隣アジア諸国への市場導入戦略を主に NYP 学生が立案した。協力企業である辰馬本家酒造株式会社および白鹿記念酒造博物館の日本酒「白鹿・特別純米山田錦」（*1）では増大するインドネシアでの飲料市場への参入、株式会社植山テキスタイルの敷物「BasShu い草ラグ」（*2）ではシンガポール中心部に居住する 30 代の消費者への価値訴求、恩地食品株式会社の塩分不使用麺「かるしお認定（*3）丸うどん」（*4）では増加する循環器系疾病に悩む親世代をもつ 30 代～40 代の消費者向け商品をそれぞれ提案した。 各企業の関係者からは、シンガポールおよび近隣諸国におけるビジネスの可能性を、日本の常識を超えた発想で、市場導入戦略についてエビデンスを示しながら提案したことを評価する声が寄せられた。

本学は教育協定校の NYP との関係を深め、コロナ禍が収束した際には現地での相互交流も含めた合同研究を今後とも進めていく予定である。

（*1）酒造好適米として有名な兵庫県産米山田錦のみを使い、白鹿の酒造技術により米の旨みを存分に引き出した純米酒。

（*2）"BasShu"は株式会社植山テキスタイルのブランドである。本製品は熊本県八代産の高品質な「い草」のみを使用し、アメリカ西海岸をイメージしたモダンリビングに合うデザインの敷物である。

（*3）「かるしお」とは、国立循環器病研究センター（国循）が推奨する「塩をかるく使って美味しさを引き出す」減塩の新しい考え方であり、国循による研究成果やノウハウを社会へ還元するための取り組みの一つである。

（*4）恩地食品株式会社は、技術革新により、通常の製麺工程で使用する食塩を使用することなく製麺技術を確立し「丸うどん」として発売し、国立循環器病研究センターによる「かるしお認定」を取得した。

▼本件に関する問い合わせ先

大阪国際大学 経営経済学部経営学科　教授 近藤 浩章

TEL：06-6902-0791（代）　FAX：06-6902-8894

（発信元：大阪国際学園法人本部事務局 企画・広報室）