

## 三枝 康雄（さえぐさ やすお）

准教授

専門分野／マーケティング、地域経営

慶応義塾大学法学部法律学科卒、株式会社横浜銀行入行、株式会社浜銀総合研究所取締役地域戦略研究部長を経て、東京成徳大学経営学准教授

著書：『地域経営・企業経営の新潮流』（メタモル出版、2013年）



### Bangladesh 視察で感じたこと

BOP(Base of the Economic Pyramid) ビジネスに対する関心がたかまっている。その言葉に強く惹かれ、1年ほど前に仲間を募り Bangladesh 弾丸視察ツアーを決行した。Bangladesh は2006年にグラミン銀行のムハマド・ユヌス氏がノーベル平和賞を受賞し、あるいは2008年にはユニクロが駐在員事務所を開設するなど、2000年代後半から一躍注目を集めることとなった国である。世界中が注目する新興国、中でも最貧国と言われていた Bangladesh という国を、とにかく自分の肌で感じる事が視察の最大の目的である。

簡単に Bangladesh の概況について触れておこう。

JETROの資料によれば、Bangladesh の人口は、約1億4,869万人（2010年）、面積は14万7,570km<sup>2</sup>で北海道の約1.9倍である。従って、人口密度は高い。2010年～11年のGDPは110,650百万ドル（1ドル80円換算で約9兆円規模）であるが、ここ5年間は平均6%を超える成長率を示している。一人当たりのGDPは755ドル。ワーカーレベルの月額基本給は54ドルで、これは高騰を続ける中国の件費の1/3から1/4の水準である。このような件費の安さが魅力で、中国、韓国、台湾等の投資が増加しており、BRICsに続く、Next11として位置づけられている。

もちろん、課題も多い。輸出加工区（EPZ）等の工業用地、道路・港湾等のインフラ、エネルギー（特に電気）等の不足は、インタビュー先の多くがあげた大きな課題である。

Bangladesh に到着し、最初に驚くのは人の多さ、車の渋滞、響き渡るクラクションの音というところであろうか。車の運転もなかなかのスリルである。ダッカ郊外に出ると、ほとんど信号のない道路を、何車線道路なのか分からないような状況の中、対向車を巧みに避けながら突き進んでいく。とても助手席には座れない。ここでは割愛するが、縫製工場で裸足で働く人々の様子、インテリジェンスを感じた企業経営者・金融関係者、心配に値しなかった食事内容等々お伝えしたいことはまだまだたくさんある。とにかく凄まじいエネルギーを感じた。日本はやはり成熟したのだとも感じた。お金がない、時間がないと言いつつ、時に海外に飛び出してみることが必要と強く反省した次第である。日本も広いが、当然ながら世界はもっと広いのである。

## 学園祭を楽しもう！！

大学の教員になって是非やってみたかったことのひとつに、学園祭での模擬店がある。自分の学生時代は学園祭とは全く縁がなかったが、ゼミやサークルで模擬店に取り組む友人たちの楽しそうな姿を見て、羨ましく感じていた。本学十条台キャンパスの学園祭は桐友祭の名称で親しまれ、毎年10月中旬に開催される。早速、ゼミの3年生に相談をもちかけ、1年目は長野県中野市産のキノコ類や果物の産地直売を行う店を出すことにした。縁あって依頼のあった中野市農産品の販売促進と結びつけたものだ。中野市はえのきをはじめとするキノコ類、リンゴ、モモ、ブドウなど果実類の産地であるが、必ずしも全国的にその名が知られているというわけではない。自慢の農産品を少しでも広めたいという意図であるが、一方学生にとっても、農産品販売によって日本の大きな社会的課題となっている地方活性化を東京から応援するという意義がある。

最初の年は手探り状態が続き、キノコ類やリンゴが若干売れ残った。大学の学園祭で野菜や果物そのものはなかなか売れない。荷物になるし、そもそも来場者の多くは家庭の主婦ではなく学生である。よく考えれば苦戦するのは当たり前である。その教訓を生かし、2年目はゼミ生の発案からリンゴとナシのスムージーを手作りで販売した。1杯200円。好評だった。生ものの販売許可を苦労して取得し開店にこぎつけたものの、学園祭当日は調理室使用許可の登録不備や、店に行列ができる中でのミキサー故障等ハプニング続き。それでも、何とか仕入れた物を無事完売することができた。スムージーの開発、仕入れ品目や量の検討、価格設定、人繰り、ポップ作成等々学生はもちろん、私も大変勉強になった。最初は何かと動きの鈍かったゼミ生たちも、いざ本番となると予想以上の働きをする。反省会という名目の打ち上げ時にも、前向きな意見が沢山出る。「味は好評だった」「仕入れ量が多すぎた」「事前の広報が必要」「販売価格はもう少し高くてもよい」「スタッフの人繰りが課題」等々。教室でマーケティングの理論を学ぶことはもちろん重要だが、実践的学習として企画をたて、原材料を仕入れ、加工し、販売するという一連の体験を積むことの意義は大きい。そしてとにかく楽しい。今回は私のゼミの話を取り上げたが、桐友祭では毎年模擬店以外にもファッションショーなど多くの催しが行われる。生きた勉強も兼ねて学園祭を一緒に楽しもう！！