

中央大学国際経営学部 企業訪問報告書

調査テーマ	数多くの商品を生み出し続ける飲料メーカーについて
報告者	国際経営学部国際経営学科1年 皆川 陽菜
調査日	2023年11月14日(火)
調査先	サントリー食品インターナショナル株式会社
担当身分・氏名	学生代表・小峰奈緒
担当 CVS	小峰奈緒、小野木美桜、蔣思音
授業科目/学部企画名	企業訪問/企業訪問
参加学生数(学年)	1年生12人、2年生3人

調査趣旨・目的 食品事業についての理解を深め、自らのキャリア形成について考える。

調査結果

サントリー食品インターナショナル株式会社に訪問し、食品会社について話を伺った。サントリーの始まりである酒造はもちろんのこと、商品展開はミネラルウォーター、コーヒー、茶、炭酸飲料、スポーツ飲料、健康飲料など幅広く展開しており、日本のみならず欧州、アジア、オセアニア、米州などグローバルに事業を展開している。食品関係では、アイスクリームの製造や販売事業、国内外での外食事業など多岐にわたって食品を取り扱う。また、「人と自然と響き合い、豊かな生活分を想像し、『人間の生命の輝きを』をめざす」を社是としており、自然保護の活動にも積極的に取り組んでいる。

今回は中央大学を卒業し、長年ブランド開発事業に携わる大塚様の話を知ることができた。大塚様は高校時代に広告に興味を持ち、好きなCMが全てサントリーのものであったことから、サントリーに入社した後、ビール事業部に配属され、その後は食品事業部、ブランド開発事業部にて10年以上サントリーの代表的なブランドであるBOSSを担当している。現在はブランドマネージャーとして活躍されている。今回特に興味深く感じた点は、大塚様が担当されている飲料、BOSSについての話だ。BOSSは1992年に「働く男性の理想」であり「働く人の相棒」というコンセプトで発売された。1人で働く人に寄り添う一服のその瞬間に寄り添う存在として長く愛されてきた商品であり、BOSSは2017年に新しい働き方の社会に合わせた「クラフトボス」シリーズの展開を始めた。場所や時間にとらわれない新しい働き方が浸透する昨今、新しい形での働く相棒のニーズが高まり、缶から容量の多く長く飲むことのできるペットボトルへと変化を遂げた。ボトルは透明なラベルでまかれており、中の商品が見えることで人間のアナログなものへの欲求や安心感を反映した瓶のようなデザインとなっている。このクラフトボスにおいての最も大きな変化は、コーヒー類以外の飲料を取り入れたことで、紅茶や抹茶ラテなど多種多様な飲料が人気を集めているという点である。このように新しい商品を生み出す際、「生活者に誠実であること」「何事にも挑戦していくこと」が大切であると教えていただいた。経営の授業を通して競争優位性が大切であると感じていたが、実際に商品開発で意識することは少し異なっていた。多くの競合商品がある中で、競争優位性は大事になるものの、実際に手に取

る生活者はどのようなものを求めているのかということがより重要になる。その点において商品開発に多くの時間をかけ、何度も繰り返し仮説を立てていく。この誠実な姿勢が人気商品を生み出す秘訣であるように感じた。「何事にも挑戦していくこと」は、見学している際に壁にペイントされた「やってみなはれ」という初代サントリー社長の言葉に通ずるものがあり、新たな商品開発への会社全体の意識であるように感じた。今回の訪問を通して、興味を持った分野に挑戦していき、大学を卒業後もそれを糧に新たな挑戦をしていく働き方をしたいと強く感じた。

※調査時の写真

オフィス見学の様子



サントリーホールディングス開発の「社長のおごり自販機」



企業説明、キャリア説明、仕事内容説明（大塚様より）



集合写真

