

Circle Story of Meiji University

▶▶▶▶▶ 明治大学マーケティング研究会

明大 サークル 物語

社会で活躍するために

「自分を高めたい」「好奇心を満たしたい」…学生は様々な思いを持ちながら大学生活を送っています。このような願いを具体的に実現する場が明治大学マーケティング研究会です。当サークルは、「自分の力で明日を切り拓き、社会で活躍できるようにする」ことを目標に活動を行っています。現代の学生は、「他人任せ」「指示待ち」「受身」などと言われています。しかし、それでは社会で生き抜いていけないので、自分で考え、自分で動き、むしろ人を動かすようにならなくてはなりません。さらに、ただ自分の力を振るうのではなく、それが誰かのために、社会のためになることも意識する必要があります。

また、「明治大学」という伝統やブランドにしがみつくのではなく、その歴史を背負い、新しい風を吹かせ、時代を先取りした活動をすべく、座学に加え、マーケティングを自ら実践する活動を行っています。

明大祭で物販



毎週のグループワーク



創部45周年記念OB・OG会(2014年11月、紫紺館にて)

明治大学マーケティング研究会

明治大学マーケティング研究会は、1969年に創部されました。当時はまだ「マーケティング」という言葉自体が新しい時代。マーケティングをどう捉えるかの議論や、流通について考えるために、野菜の産地で合宿をしながら農家へのインタビューも重ねて農産物流通への提言をするなどの実践活動を行っていました。このような学びの風土は45年経っても変わらず、現在も毎週の勉強会や定期的な企業人講演会の開催、ビジネスコンテストへの積極的な参加など、新しい発見を求めて時代に合わせた活動内容を企画し、運営を行っています。

商学部3年 中溝 将貴、商学部3年 半田 麻奈

明治大学マーケティング研究会インフォメーション

公式 HP : <http://meijimarketing.com>

Facebook : <https://www.facebook.com/meijimarketing>

学んだ知識を活かし、発信する

活動の基盤は、全学年合同で週に一度和泉キャンパスで行う勉強会です。思考力、発信力を高めるために勉強会の発表者を毎週変え、プレゼンテーションとディスカッションを行っています。テーマは、マーケティングに関することはもちろん、心理学、経済学などの周辺分野にも及んでいます。運営担当の学生は、勉強会に参加する学生の様子を見ながら、学生に新たな発見があるよう創意工夫して勉強会を企画し、毎週刺激的な時間を過ごせるようになっています。

サークル内でのテーマ発表に加え、学んだマーケティングが本当に使えるのか、実際にどう使えるのか、その力を試すためにビジネスコンテストへも積極的に出場しています。ビジネスコンテストとは、参加者が事業案を考えて書類やプレゼンテーションにまとめ、その完成度を競い合う大会です。審査では自分たちの事業案の魅力を伝える

ことが重要になるため、発表内容そのものに加えプレゼンテーション能力も評価対象になります。実際に社会で活躍している方からフィードバックをいただくことができ、自分の知識を一層深め成長するきっかけとなります。

例えば、(株)JTBコーポレートセールスへの新事業提案コンテストである「Compass2013」では、当サークルの1年生5人によるチームが明治大学や他大学の3・4年生と事業案を競い合い、準優勝という成績を収めました。メンバーの一人だった木場さんは当時を振り返り、「事業提案は実際にやってみると想像よりずっと大変でしたが、勉強していた内容を実践に生かすことで知識を深めることができましたし、自分に足りなかったものは何か、どのように克服すればいいのかを知ることができました」と話しています。今年度は、株式会社ソフトバンク主催の「ソフトバンクイノベーションチャール」で、当サークルの1・2年生からなるチームが学生部門の予選を勝ち抜き、社会人と同じ舞台上で競い合いました。このよ

ご協力をいただいで、その調査・分析に取り組みました。8チーム一つひとつに丁寧な講評をいただき、意見交換をすることができました。

社会人の考え方を取り入れる

日々のサークル活動では学生主体の活動のほかに、多くの社会人の方と対話する機会を設けようと心がけています。これは、実際に企業で使われているマーケティング手法や思考プロセスを学生のうちに知っておきたい、という方針によるものです。そのため、前述したように企業の方を招いて活動を行ったり、年に数回様々な業界の企業人をお招きして講演会を開催しています。サークルのOB・OGや、明治大学のOB・OGだけでなく、サークルの方針に賛同していただいた方にご協力いただいています。講演会を開催するにあたって、企業の方を訪問し、講演の依頼や日程調整などを直接学生が行っています。実際に、数多くの企業を訪問させていただきました。

OBによる講演会



学生新事業提案コンテスト「compass2013」で準優勝

4月の新入生歓迎ブース



定期開催の企業人講演会

うに、当サークルでは、「知っているだけ」の知識を「使える」知識に変え、企業に提案を行い優れた結果を出しています。

チームで動く

ビジネスコンテスト出場では、提案の内容を固めるために長い期間をかけてメンバーと話し合い、自分の考えを論理的にまとめて説得する力や、相手の考えを理解する力に磨きをかけることができます。実際に課題に取り組むことで、「ゼロから何かを考える時にどうすれば良いか分かるようになった」「チームで動くことの大切さが分かった」など、一人ひとりが自分の成長を実感しています。

ビジネスコンテスト出場者からのこうした声をきっかけに、今年度からサークル内に企業の方を招き、チームで新製品提案をする活動をスタートさせました。「化粧品ヘアケア事業のブランド構築」というテーマを設定し、明治大学OBで化粧品業界で働く先輩に

さらに、当サークルは卒業生の方々との交流も深めています。今年度は創部45周年を記念し、2期・4期生の先輩方と協力して企画を進め、11月にOB・OG会を開催。そこで、当サークルの部長である商学部教授の小川智由先生と、企業で人事担当をなさっていた3期生の先輩に講演していただきました。2・3年生はもちろんのこと、1年生も早い時期から就職活動に関するお話を聞くことができ、残りの大学生活を改めて考えるきっかけとなりました。その後の懇親会では、世代の垣根を越え先輩方と交流を深め、多方面でのご活躍なさっている卒業生の方々とお話しする中で、刺激をいただくことができました。

ここ数年でますます活動の幅を広げ、部員数も約100名と着実に増えています。明治大学マーケティング研究会は、今後一層、企業の方から学ぶ機会を増やし、積極的に社会との結びつきを深め、「社会で通用する力」を身につけていきたいと思います。