

～ 神戸ワイン認知拡大プロジェクト ～

活動の様子



神戸ワイナリー訪問。グレーブカード作業の様子



神戸ワイナリーの説明



シャルドネの収穫

企画・活動概要

神戸ワインの課題は「関西圏以外での知名度の低さ」「地元神戸で飲める店が少ない」である。そこで、神戸ワイナリーにてブドウ生産やワイン醸造について学び、神戸ワインの認知拡大につなげる提案および企画運営を行う。神戸ワイナリーとの連携によるプロジェクトマネジメントへのグループワークとしての取り組みを通じて、チーム内でのコミュニケーション能力、多様性の理解、観光サービスの課題発見・対応力、マーケティング手法に基づく知識とスキルの活用力、ビジネスマナーの修得を目指します。



カベルネソーヴィニヨンの収穫

経緯・背景・目的

神戸ワインの課題は「関西圏以外での知名度の低さ」「地元神戸で飲める店が少ない」です。そこで、神戸ワイナリーにてブドウ生産やワイン醸造について学び、神戸ワインの認知拡大につなげる提案および企画運営を行います。



カベルネソーヴィニヨンの収穫

取り組む課題

1. 栽培、収穫体験作業
2. 新酒まつりにてオリジナルラベルの開発及び新酒ワインの販売
3. 次世代観光経営フォーラム(日本観光経営学会)にて成果を発表



新酒まつりにてオリジナルラベルのワインの販売

本学(学生)の役割

園場での作業(除草作業・誘引、副梢整理)
 収穫作業 予定品種:リースリング又はカベルネ・ソーヴィニオン他
 オリジナルラベルの開発



新酒まつりにてオリジナルラベルのワインの販売

活動結果・成果・学生が成長した点・学生が身につけた能力

「新酒まつり」でみのりを店頭販売した際には予定の2倍を超える売上となった。しかし、当日実施したアンケートの結果、ラベルを見て購入する人は6%とかなり少ない結果となった。ただ単にラベルを変えて店頭に並べただけでは売上の増加や認知拡大に十分な効果を発揮できないことを学んだ。



日本観光経営学会・次世代観光経営フォーラムにて発表

指導教員および関係者の紹介

<指導教員>



人間社会学部
 観光学科
 教授
 西村典芳(ニシムラノリヨシ)
 <専門・担当科目等>
 観光学原論、テーマパーク経営、リゾート論、イベントプロデュース論

日本観光経営学会・次世代観光経営フォーラムにて
 優秀賞受賞

<関係者・企業等>

一般財団法人神戸農政公社
 ワイン事業部長
 大前章一(オオマエ ショウイチ)