

「日本大学」

富士の天然水

——絆で生まれた

日本大学オフィシャルウォーター

瀧澤 義昭

●株式会社日本大学事業部営業部長

1 あなたとともに、100万人の仲間とともに

世界文化遺産である富士山の麓、静岡県富士宮市の北西に位置し、大自然に囲まれる日本大学生物資源科学部「富士自然教育センター」内の井戸水を株式会社日本大学事業部が商品化し、母校と母校で学ぶ学生や生徒、教職員、および100万人を超える校友とその営む社会を強い絆でつなぐオフィシャルウォーターが誕生した。

2 日本大学創立130周年に向けて

日本大学は1889年に創立され、2019年をもって創立130周年を迎える。この大きな節目に向けて、教育理念である「自主創造」の精神の下、教育も研究も

スポーツも輝く「教育力日本一」を目指して、小学校から大学までの一貫教育を含む教学環境のさらなる整備充実に取り組んでいる。また、魅力ある大学であり続けるための事業を実施するには、盤石な財政基盤の構築が必要であり、これを支えるために広く資金を募る「日本大学創立130周年記念事業募金」も実施している。

3 株式会社日本大学事業部の設立および
事業内容について

少子化により、学校を取り巻く経営環境は年々厳しくなっており、教育研究の質の向上を図りつつ財政基盤の強化を推し進め、さらなる改善を実現するには、「学校法人」の枠を超えた検討が必要であるとの考えに基づいて、2010年1月7日に株式会社日本大学事業部が設立された。事業内容は、①保険代理店事業②教育・研究支援事業③学生生活支援事業④キャンパス環境管理事業⑤人材サービス事業⑥不動産関連事業⑦イベントプロデュース事業であり、学生生活支援事業の一つが自動販売機の設置および日本大学オフィシャルウォーターの販売である。

4 学生生活支援事業としての オフィシャルウォーター

2013年に、日本大学生物資源科学部から日本大学事業部あてに、静岡県富士宮市にある本学部富士自然教育センター内の富士山を水源とする深井戸水（バナジウムを含有）の飲料用販売について依頼があった。この深井戸は、水を養魚技術や環境保全の向上研究などに活用するために、日本大学の意向を受けて、富士宮市、環境省の指導により鑿井されたものである。加えて、余水の

飲料とその販売も許可された。そこで、2011年3月11日に発生した東日本大震災の教訓から、余水を平時には日本大学の中学校・高校・各学部などへ飲料水として自販機などにより株式会社日本大学事業部が販売することとし、緊急時には全学および地域への配給水として役立てることとなった。

5 オフィシャルウォーターについて

日本大学生物資源科学部と株式会社日本大学事業部の提携という絆で生まれた日本大学オフィシャルウォーター「日本大学富士の天然水（500ミリリットルペットボトル）」として、まずは2014年4月に赤ラベル体裁のものを、続いて9月には青ラベル体裁のものを発売した。発売当初から反響は大きく、現在は自販機で販売するとともに、校友会やオープンキャンパスなどの催事にも使われている。収益の一部は、日本大学事業部奨学金給付規定の2015年4月からの施行により、大学・学生などに還元されている。このように、本事業部はその利益を広く還元することによって大学に寄与し、今後とも日本大学とともに成長・発展するよう努力していく次第である。

〔西南学院大学〕

SEINAN SUI (西南水)

— 創立100周年記念オリジナルグッズ

前田 誠史

● 学校法人西南学院100周年事業推進室長、
総務部西南学院史資料センター事務室長

2016年5月、西南学院は創立100周年を迎えた。これを記念してさまざまな事業を展開してきたが、その一環として製作・販売に至った西南学院オリジナル「SEINAN SUI (西南水)」をご紹介します。

採水地は宮崎県小林市細野。鹿児島県と宮崎県にまたがる、南九州を代表する景勝地「霧島屋久国立公園」の北側に位置する雄大な夷守岳^{ひなもりだけ}に降った雨水が深い森と山々に磨かれ地下に浸透し、約20年の歳月を経て自噴した、国内トップクラスの硬度160mg/lの硬水である。霧島山系の地層に長い年月をかけてゆっくりと浸み込む過程で、カルシウム、マグネシウム、カリウムなどのミネラル分をたっぷりと含むようになる。何よりも、昨今では美容に優れた効果があるといわれるシリカも多く含ん



SEINAN SUI (西南水)

でいるのが特徴である。アクアマエストロという利き酒師ならぬ「利き水師」の評価も高いと聞き、最終的にこの水源を採用するに至った。

筆者はボトリングの工場にも足を運んだが、敷地内に井戸があり、地下183メートルから毎日7000トンの水が勢いよく自噴していた。自然の力強さに圧倒されるとともに、大地からの貴重な恵みに改めて感謝の念を抱いた。

商品名の「SEINAN SUI (西南水)」は、創立



「西南水」と学生ボランティア団体「いと」のメンバー

100周年を機に西南学院の大学生や中高生が結成した「西南100th Dream Planners」のメンバーが考案したネーミングである。本学卒業生のクリエイティブ・ディレクターに、このネーミングと学院をイメージしたラベルデザインの制作にご協力をいただいた。

商品の販売価格については、交渉を重ねた。なぜなら、創立100周年を踏まえて、何としてもワンコイン100円での販売にこだわったからだ。さらに、売上金の一部を東日本大震災

の復興支援募金に充たいという考えもあつて、製造から販売に至る各協力企業のご理解とご支援の結果実現したプロジェクトである。改めて、誌面をお借りしてご協力いただいた各位に感謝を申し上げたい。

本院は東日本大震災後、毎年、学生や教職員を被災地へボランティアとして派遣しており、その数は総勢530名に上る。その活動の中で、2014年から新たに「福島へ西南水を届けよう！プロジェクト」を展開している。これは、被災地へ派遣された学生が帰ってから結成したボランティア団体「いと」により発案されたもので、今もなお原発事故で避難生活を余儀なくされている福島の方々へ「西南水」を届け、「東北へ直接行けなくても、福岡から支援しよう！」という掛け声のもと募金活動が続けている。一方、キャンパス内の大学生協や売店、中学校・高校の食堂、あるいは学内自販機などでこれまでに約2万本が販売され、売り上げの一部が東北への支援につながっている。この西南水が、ごくわずかながらも復興支援の一助を担い、福島の方々の渴きを癒す水として活用されていることに感慨を覚えるとともに、一日も早い震災からの復興を願っている。

「渴きを癒す生ける水」と言うのと大それているが、「西南よ、キリストに忠実なれ」を建学の精神として掲げる本院の想いが、100周年以降も大地に広く、そして深く浸みわたる清らかな水のように人々の心の中に浸透していくことを祈ってやまない。

【昭和女子大学】

ユメミルミズ

——潤う女子応援ブランドの誕生

保坂 邦夫 ● 昭和女子大学広報部長

大学オリジナルのミネラルウォーターを作ることにした。キャンパスの自販機で、他社の飲料と並べて販売する。どうすればたくさん買ってもらえるだろう。

昭和女子大学の学生数は約5000人で、キャンパスには50機の自販機が置かれている。それぞれに若い女性に人気のブランド・製品が入っている中で、最も人気があるのがミネラルウォーターだった。ほかの飲料を引き離し、初夏には月8000本以上売れる。

「飲みきれないから持ち歩く」「味わうというより水分補給」「カバンに入れて持ち帰ることも」。ミネラルウォーターに関する質問に、こう答える学生は多い。軽量で持ち歩ける500ミリリットルのミネラルウォーターは、ライフスタイルに適したものだ。た。「コンビニでも買えるものに手がいく」。はたして、キャンパス限定品は学生

の目に留まるか。

メーカーから他大学のサンプルが届いた。ラベルの大きな文字によって大学名がすぐわかる。シンプルな存在感は期待できるが、女子学生が持ち歩くイメージではない。ならば学生にデザインしてもらおうと、本学の現代ビジネス研究所に相談した。

昭和女子大学は、企業・団体と数多くのプロジェクトに取り組んでいる。ジェットスターの機内食レシピやKFC（ケンタッキーフライドチキン）のサイドメニューを開発し、2万5000人以上が集まる世田谷パン祭りの運営にも参加している。最近ではハヤカワ・ミステリ文庫に若い女性向けのレーベルを創設し、翻訳ミステリ5冊を刊行した。これらプロジェクトのプラットフォームが現代ビジネス研究所である。

さっそく研究所所属で生活科学部環境デザイン学科の橘研究室とプロジェクトを開始した。商品のデザインやプロデュースの研究活動をしており、モーターサイクルのBMWモトラッドのノベルティをデザインした実績を持つ。4人の学生がラベルのデザインに挑戦してくれた。提案された複数のデザインは、どれも魅力的だった。

ストーリーを感じさせる商品名で、小さいが大学名や校章もはつきりとわかるものだった。

オリジナルミネラルウォーター「ユメミルミズ」。夢見る女子と空を夢見る海の水をイメージしたデザイン。一人一人の夢の実現を応援する気持ちを込めていた。

初回ロットは4万1000本が生産された。大きな大学でも完売に1年以上かかる量だという。メーカーと交渉し、次回ロットでデザインを切り替えることも決定了した。

これで全員の案が実現できる。学生たちが販促用のポスターやPOPも制作してくれた。

販売を開始した2015年4月の売り上げは第2位。同じ価格の有名ブランド製品には届かなかった。それが、



「ユメミルミズ」

早くも翌5月に逆転し、9月までトップをキープした。10月には初回ロットを完売し、月末には第二弾のラベルが登場した。わずか7か月で初回在庫を完売できた。

学んだ知識を実践に生かす。プロジェクト活動は学生の挑戦の場でもある。開発した商品の売れ行きで実力が試される。

その意味で、今回のプロジェクトは成功したといえる。昭和女子大学では独自にキャリアデザイン・ポリシーを策定し、在学中に身に付けるべき力を「夢を実現する七つの力」として学生に提示している。「ユメミルミズ」は、そんな学生たちに寄り添うミネラルウォーターなのだ。

「ユメミルミズは環境デザイン学科の学生がデザインした潤う女子応援ブランドです」と、販売中のラベルに小さく書いてある。



販促用のポスター