

令和 7 年度 大学活性化経費 事業成果報告書

事業区分 (3) 地域再生の核となる大学づくりに関する事業

申請組織 外国語学部

申請組織長 役職名 学部長 氏名 藤岡阿由未

統括責任者 役職名 学科主任氏名 芝垣亮介

課題名 梶山ワイン・ビールプロジェクト

事業組織	役割	氏名	所属・役職名	役割分担
	統括責任	芝垣亮介	外国語学部・学科主任	代表（事業全体の統括者）

1. 事業開始の背景・経緯や目的等 (200 字～300 字程度で記述)

PBL としての梶山ワイン・ビールの制作

学生が、ワイン・ビールに関する醸造、販売の全ての作業を行うことで、①地域社会に対する国や県の施策、②持続可能な農業の在り方、③商品の地域活性を見込んだ販売戦略を学修し、「地域再生の核となる大学づくり」を実践し理解する。加えて、制作過程や成果物を SNS や各種メディアで広報し、大学の知名度向上にも貢献する。今年度は本事業の 2 年目であり、昨年度に得た知見や人脈をいかし、学生が新たなプロジェクトを自ら立て取り組む。

2. 事業方法（特色・独創性）等 (300 字程度で記述)

取り組むテーマが「ワイン・ビール」ということで話題性があること。

第 6 次産業とも呼ばれる形態の事業を実際に体験し、農業の持続可能性や、社会の課題について学生が理解できること。学生がワイン・ビール作りや完成品を通して大学広報に貢献するという点。

ワイン・ビール醸造という一事業に関わるということではなく、インバウンド需要に対応するべく醸造所を新規設置するという県の政策に対応するという点が特色の一つである。また、農業は季節により作業量に濃淡が大きく出るため、従業員の活用方法に困難が生じる。OFF 期に何をやるのかということが、今後の農業の存続に大きく関わる点であり、それについて畑の経営者と本学学生が話し合い、可能性を模索する。ラベルのデザインについては大学の VI の取り入れ方についてデザイナーと協議するなど、実際のものづくりを通して第 1 次から 6 次までの各産業を体験し学習する。

3. 事業の成果 (600字～800字程度で記述)

事業の成果主要2点を挙げる。

(1) 梶山ワイン及びビールの制作

学生は、成果物である「梶山ワイン」および「梶山ビール」を以下の要領で制作した。学生はワイン・ビールについて各週1回のランチタイムのミーティングを通し、商品企画から広報にいたるまでを議論した。結果として2025年ヴィンテージのワイン、マイヤーレモンビール、ピーチビール、ココナッツマンゴービールの制作を行った。全ての商品は各醸造所等で好調に販売された。

(2) 広報

学生がSNSを利用し広報活動を行っている。ビールの公式Instagramは今年度、フォロワーが1,000人を超えた。また、今年度に入り、InstagramのDMにさまざまな企業様から連絡が入るようになり、そこから新たな企画を構築するなど、広報ツールとして十分機能していると考えている。具体的には、東海高校の教員チームが設立した「ドラゴンブルーイング」からコラボビールの制作の申し出があり、次年度の活性化経費が承認されたおりには協働でビール制作を行いたいと考えている。ドラゴンブルーイングはJRとのコラボの話があり、JRの各駅のビールを発売してはという企画になっている。この千種駅ビールに、千種区所在の本学が絡み、JR×ドラゴンブルーイング×梶山というコラボとして展開できるか検討中である。

今年度の6月に東海日本カナダ協会主催のカナダデーパーティに梶山のマイヤーレモンビールを提供し、英語英米学科の松本まゆさんが英語でプレゼンを行った。同パーティには県知事、刈谷市長、カナダ大使も参加しており、元気な梶山をアピールする場となった。同パーティに、コストコ・ジャパンの社長(カナダ国籍)であるケン・テリオ氏が参加されており、その場での交流から梶山のビールのコストコ守山倉庫店での販売が決まった。こちらは2026年5月ごろ目指し現在調整中である。

4. キーワード (本事業のキーワードを1つ以上8つ以内で記載)

①PBL	②ワイン	③商品開発	④大学広報
⑤地域活性	⑥SDGs	⑦農業	⑧

5. 事業の達成状況及び今後の課題 (事業の達成状況を踏まえて、課題、反省点、及び今後の取組みを具体的に記載すること。)

[達成状況] 事業は、その事業内の活動から新たな別の企画を生み出す段階に入っている。ピーチビール制作で知り得た人脈(コーミソース)とレモンビールで知り得た人脈(MidtownBBQ)の両者とコラボをし、梶山—MidtownBBQで作るオリジナルソースをコーミソースとして瓶詰めし販売するという企画が3者合意に至り、梶山の活性化経費の結果を持って、2026年度に展開する予定である。

コーミソース以外に可能な新規の開拓先として、蓬萊泉(関谷酒造:日本酒の「空」で有名な愛知県の酒蔵、2026年3月16日に酒蔵訪問)、ルピシア(お茶、2026年3月12日に初回ミーティング)、メロン関連(田原市のメロン協会より打診有り)などが挙げられる。

[課題]本ワイン・ビールは125周年の寄付者への返礼の品という利用方法もあるため、単年の企画として終わらさず、今後も費用、規模のバランスを取りながら、継続している形を模索できればと考えている。現在ワインセラー2台を購入いただき64本所蔵できる環境があるが、今後の展開を考慮すると、大型の業務用冷蔵庫の購入が望ましい。