



中小企業ブランドづくりの体験型プロジェクト 最終プレゼン大会 & 修了証書授与式



名古屋経済大学経営学部

学生と企業とのマッチングの場を通して
学生と企業の相互理解を高める

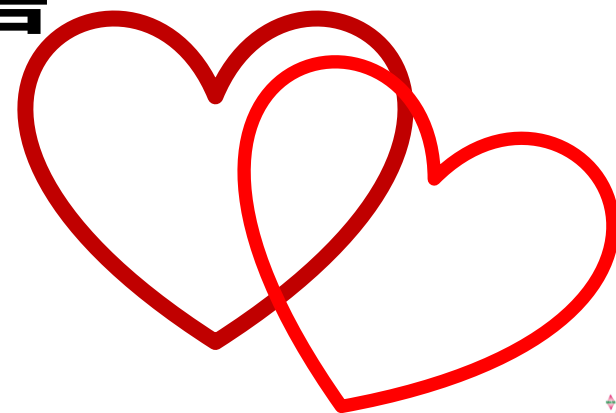
徐 誠敏 & 李美善

2019年 1月15日(火)

犬山キャンパス 7D3

s-sungmin0703@nagoya-ku.ac.jp

www.ssm-gcbm.com/



Branding

らしさを生み出すブランドづくりを
企業と共に考える

体験型プロジェクトの成果と課題

Branding

体験型プロジェクトの成果

学生と企業とのマッチングの場を通して
学生と企業の相互理解を高めることができた



Creating a Win-Win Relationship

o@(^-^)@o



o@(^-^)@o

学生にとっての成果①

Branding

企業の視点から見たブランドづくりに関する
基本的な知識を身につけることができた。



出所 : <https://medium.com/your-brand/branding-versus-marketing-16d7b8012ec3> (2017年1月27日確認)。

学生にとっての成果②

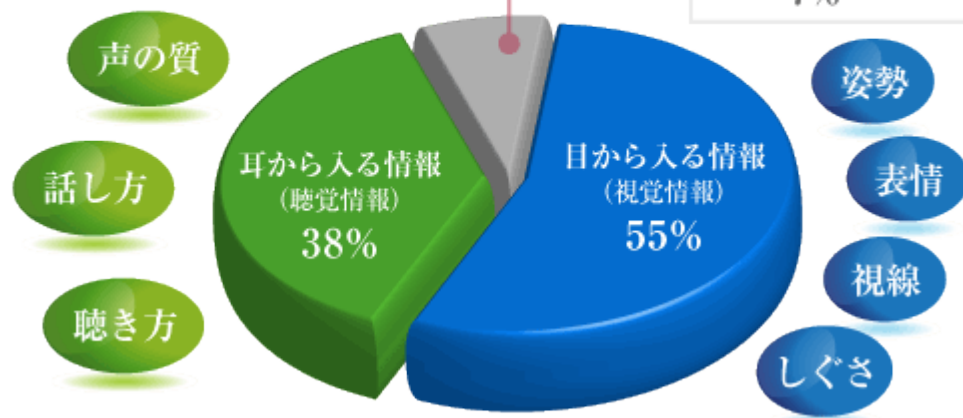


毎回、特定のテーマについて、グループワークを行うことで、チームワーク力や課題発見・解決能力を高めることができた。



学生にとっての成果③

メラビアンの法則



出所 : skplan.main.jp/sunnyday/2015/12/31/post-4633/ (2017年1月29日確認)。

極力文字数を減らして、図形の中に画像・写真を埋め込むパワーポイントを有効に使いつつ、メラビアンの法則に基づいたプレゼンテーションができるようになった。

学生にとっての成果④

実際に企業を訪問し、ビジネス現場を知ることで
普段、テキストで学べないビジネス現場の声と



ブランディングに関する実践的な情報、知識、
ノウハウなどを身につけることができた。

学生にとっての成果⑤

株式会社ニックスと株式会社中島大祥堂の
関係者から、自社のブランド競争力や事業・製品
の内容をしっかりと聴いてから、本質的な問題に
対して質問する力を身につけることができた。



学生にとっての成果⑥



今後学生が就職活動を行う際に必要不可欠な
パーソナル・ブランドづくりに関する基本的な
知識・ノウハウを身につけることができた。

personal
BRANDING

企業にとっての成果①



名古屋経済大学の学生たちとの交流を通して、
これまで自社では考えられなかった
学生(生活者)の視点から見たアイデア商品や
既存の製品の改善点を見出すことができた。



Customer Perspective

企業にとっての成果②



名古屋経済大学の学生たちからの意見を取り入れ
学生の視点から見た組織を活性化させる施策や
企業ブランド・イメージを見直すことができた。



Customer Perspective

企業にとっての成果③



名古屋経済大学の学生たちと密接な
コミュニケーションを取り、よい距離感を
保ちながら潜在的能力が高い人材を
見つけ獲得することができる。

HUMAN
RESOURCES



今後の課題



本プランの履修条件は、従来の教養科目としての体験型プロジェクトの枠を超え、現代企業の創業精神・経営理念をはじめ、働く意義などを考えさせられるような場づくりを目指しているため、経営学に関する基礎的な知識をもっており、日本語を用いた言語能力が高い2年生以上の留学生・日本人学生を獲得することである。



「らしさを生み出すブランドづくりを 企業と共に考える」体験型プロジェクト 最終プレゼンテーション大会の様子☆ ムヘーハ ム



福手チームのプレゼン中*へ-へ*



株式会社 ニックス
NIK, INC.
グループウェア
・リーダー : 福手 勇輝
経営学部
16-7124

メンバー : 中村 悠貴
経営学部
17-7107

ゼミナール
経営学部
18-6066

バカナワラジ
経営学部
15-7163

DANKE

福手チームのナワラジ君の
プレゼン中＊^-^＊

人を意識したブランドアイデンティティ

利他の精神を熱く語っている
ナワラジ君＊^-^＊



日本市場において新しい文化を創造するとのコンセプトを考え出した福手君★^-^★

あなたに想いを私たちも伝えます。

10月3日 Ranke の日

福手チームの福手君の
プレゼン中★^-^★

福手チームの福手君の
プレゼン中*^-^*

日本市場において新しい文化を創造するとの
コンセプトを考え出した福手君★^-^★



福手チームの福手君の プレゼン中*^-^*

あなたに ➡ 贈る人・受け取る人

想いを ➡ 日頃の感謝や購入する人の想い

私たちも伝えます ➡ 一緒に伝える・気持ちに寄り添う
日頃の気持ちを伝える

チームリーダー自ら、
人を大事にする
キャッチフレーズを
考え出した*^-^*



ものをつくる側のぬくもりが感じられる
価値提案を熱く語っている福手君☆彡^_^☆彡

内容

従業員直筆の手紙



ものをつくる側のぬくもりが感じられる
価値提案を熱く語っている福手君 ☆ シ ^ - ^ ☆ シ

想いは多種多様



商品に対する想い
ブランドに対する想い
お客様に対する想い



福手チームの中村君の
プレゼン中*^-^*



ものを購入し使う側の立場から新しい価値
提案を熱く語っている中村君☆ミ^-^☆ミ



時代の変化に合わせた価値提案を
熱く語っているケニー君*^~^*



**(株)ニックスの中山部長から
プレゼンに対するコメントと質問中 ＊ へーへ ＊**



1・2年前に本プロジェクトで優秀な成績を
収めた4年生の3名もそれぞれのチームの
プレゼンに対するコメントと質問中✽へへ✽



横川チームの横川君のプレゼン中☆ ヽヘ-ヘ ヽ☆ ヽ



横川チームの横川君のプレゼン中☆≡へへ☆≡

顧客の感情に訴える価値提案に
ついて熱く語っている横川君⇨へへ⇨

 Hitotoe +
生まれる思い出が
商品のパッケージに思い出の写真を



商品のパッケージに思い出の写真を

横川チームの横川君のプレゼン中☆彡へへ☆彡



横川チームのベック君のプレゼン中☆ ヽヘ-ヘ ヽ☆ ヽ



社会貢献活動の視点から見た価値提案について熱く語っているベック君*^-^*

横川チームの横川君のプレゼン中☆ミヘーミ☆ミ

ポジティブなチャレンジをしたいと思える環境作り

提案①:チャレンジのための基盤作り

提案②:失敗と向き合う機会の提供

提案③:「失敗大賞」改め...

創造的かつ実行可能性の高い価値提案について熱く語っている横川君※ミヘーミ※



横川チームの荒川君のプレゼン中☆彡へへ☆彡

提案①:チャレンジのための基盤作り

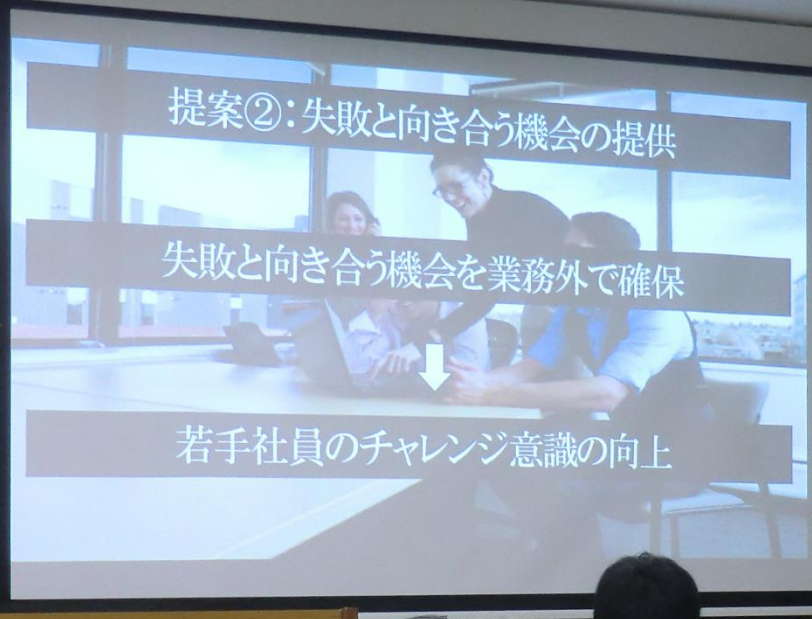
部門間の結びつきが行動力につながる



上層部から社内環境を変えていく

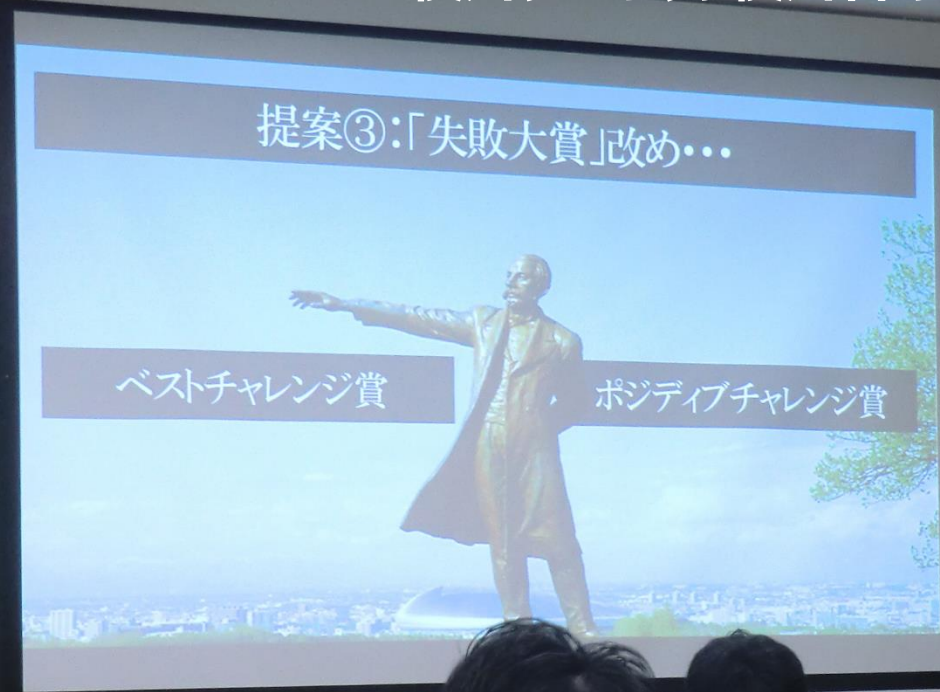
組織の活性化を促す価値提案について熱く語っている荒川君※へへ※

横川チームの横川君のプレゼン中☆≡^_^☆≡



若手社員にポジティブ・チャレンジを促す
価値提案について熱く語っている横川君☆^_^☆

横川チームの横川君のプレゼン中☆彡へへ☆彡



若手社員にポジティブ・チャレンジを促す
価値提案について熱く語っている横川君☆へへ☆

根本チームの根本君のプレゼン中☆≡へへ☆≡

中島大祥堂

メンバー根本 PHUONG 喬 鶴翠 ニエ シン

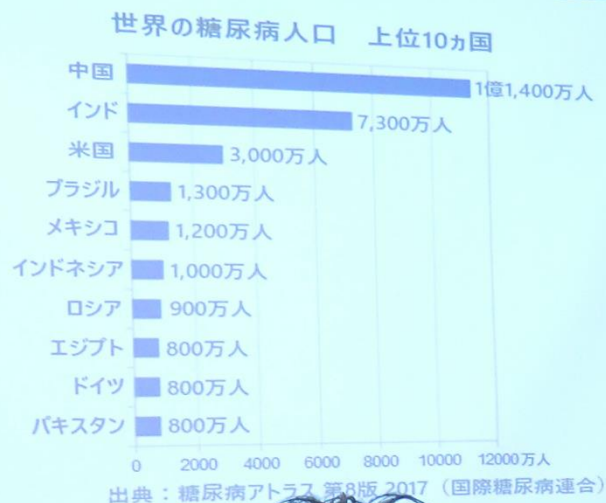


根本チームの二工君のプレゼン中☆≡^_^☆≡



健康志向の高まる顧客層に向けての価値提案
について熱く語っている二工君 * ^_^ *

根本チームのキョウちゃんのプレゼン中☆≡^_^☆≡



近年、増えつつある世界の糖尿病人口の統計に基づいた潜在的なニーズについて熱く語っているキョウちゃん☆≡^_^☆≡

根本チームのフーンちゃんのプレゼン中☆ミヘヘ☆ミ



栄養成分表示【1本(100g)当たり】	
熱量	67 kcal
タンパク質	3.3 g
脂質	3.8 g
炭水化物	4.8 g
食塩相当量	0.1 g

シュークリーム 1個(60g)	チョコレート 1/2枚(30g)	大魚 半分(90g)	コンビコ おにぎりサイズ 1個(100g)
160%加糖 砂糖 7g 脂質 5g	180%加糖 砂糖 12g 脂質 10g	160%加糖 砂糖 17g 脂質 1g	160%加糖 砂糖 2g 脂質 2g

健康や栄養に関する表示について
熱く語っているフーンちゃん☆ミヘヘ☆ミ

根本チームの根本君のプレゼン中☆≡^_^☆≡



根本チームの根本君のプレゼン中☆彡へへ☆彡

自分の趣味活動から新規事業への
価値提案を見出すために熱く
語っている根本君*へへ*

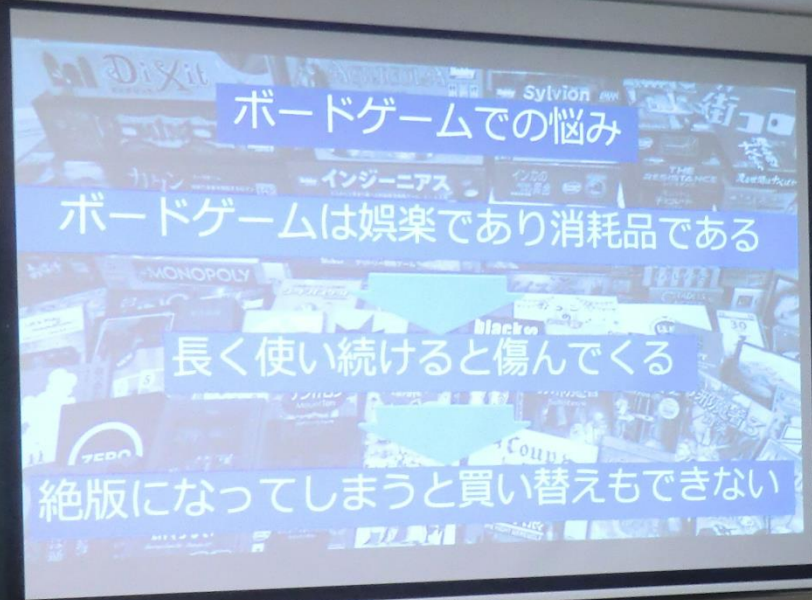
NIXの強みを生かし

強靱なプラスチックでオールマイティに

使える周辺備品の製造



根本チームの根本君のプレゼン中☆≡へへ☆≡



自分の趣味活動から新規事業への
価値提案を見出すために熱く
語っている根本君*へへ*



**(株)ニックスの柴田副長から
プレゼンに対するコメントと質問中 ＊ へーへ ＊**



最終プレゼン大会の優勝チームの 発表、賞品贈呈、懇親会★^_^★

ブランド・スペシャリスト育成 第3号の修了証書の授与式へーへ



最終プレゼンテーション後、
懇親会で話が盛り上がっている☆≡^へ^☆≡



ブランド・スペシャリスト育成 第3号の誕生 ☆ ^-^ ☆





らしさを生み出すブランドづくりを 企業とともに考える体験型 プロジェクトの修了証書



ブランド・スペシャリスト育成 第3号

修了証書

福手 崇博 殿

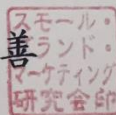
あなたは「らしさを生み出すブランド
づくりを企業と共に考える」体験型プロ
ジェクトを通して、ブランディングに関
する基本的な知識を習得し、「株式会社
ニックス」と「株式会社中島大祥堂」か
ら学んだものづくりと市場づくりの競争
力の現状把握と課題解決に意欲的に取り
組まれてきました。ここに敬意を表する
とともにこれを表彰いたします。

2019年1月15日

株式会社ニックス 株式会社中島大祥堂

名古屋経済大学
経営学部准教授

徐 誠敏 李 美善



ブランド・スペシャリスト育成 第3号

修了証書

福手 崇博 殿

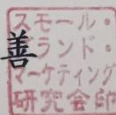
あなたは「らしさを生み出すブランド
づくりを企業と共に考える」体験型プロ
ジェクトを通して、ブランディングに関
する基本的な知識を習得し、「株式会社
ニックス」と「株式会社中島大祥堂」か
ら学んだものづくりと市場づくりの競争
力の現状把握と課題解決に意欲的に取り
組まれてきました。ここに敬意を表する
とともにこれを表彰いたします。

2019年1月15日

株式会社ニックス 株式会社中島大祥堂

名古屋経済大学
経営学部准教授

徐 誠敏 李 美善





2019年1月15日(火)、本学の犬山キャンパスにて
本プロジェクトの最終プレゼンテーション大会を行いました。
本プロジェクトを通してこれまで学んだのは次の通りです。

①企業と消費者の視点から見たブランドの定義

②4つのブランド価値構造

③大企業と中小企業のブランディングの違いとその重要性

④今年創業65周年を迎える株式会社ニックスと創業106周年を
迎える株式会社中島大祥堂のブランディングの事例。

上記の2社の事例を通して、普段大学で学べないブランディング
に関する実践的な知識を学ぶことが出来ました。





本プロジェクトのメンバーたちは、それぞれチーム皆一丸となって
切磋琢磨し合いながら、上記の学習を最大限に活用し、学生目線で
下記のユニークかつ個性的な価値提案を行いました。

①株式会社ニックスの「虫がイヤがる網やテープ」と株式会社中島
大祥堂の「Hitotoe(ひととえ)」 「DANKE(ダンケ)」 商品に対する
価値提案をはじめ、②自分の趣味(ボードゲーム)から思いついた新
規事業への価値提案、③部門横断的な交流会や社員のモチベーショ
ンを促すことで、組織の活性化の向上につながる価値提案でした。





最終プレゼンテーション大会の審査は、次の6つの基準で評価していただきました。その評価基準は、①分析力、②チームワーク力、③PPTの魅せ方、④プレゼンテーション力、⑤提案力、⑥実行可能性です。審査員は、企業の関係者の方々だけではなく、

1・2年前に本プロジェクトで優秀な成績を収めた

4年生の学生3名も加わっていただきました。





「らしさを生み出すブランドづくりを企業と共に考える」
体験型プロジェクトの受講者11名の学生たちをはじめ、
本プロジェクトの目標達成に積極的に協力して下さった
株式会社ニックスの青木 一英様、神田 雄介様、中山 徹様、
柴田 翔平様、株式会社中島大祥堂の中島 慎介様、手塚 慎二
様に心より感謝申し上げます。

感謝

