



最終プレゼン大会 & 修了証書授与式

国際比較からみた日本の専門商社の特徴・価値提案



名古屋経済大学経営学部

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

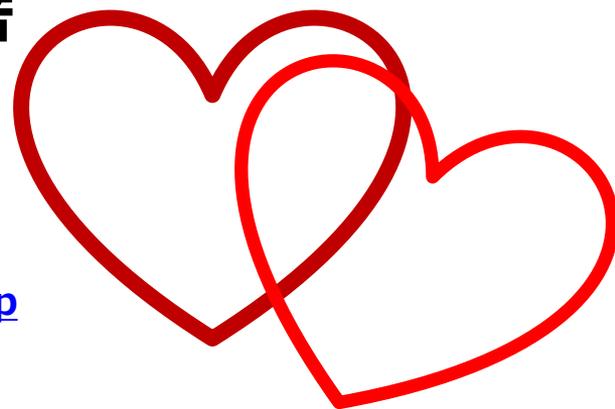
徐 誠敏 & 李美善

2017年 1月17日(火)

犬山キャンパス 7D2

s-sungmin0703@nagoya-ku.ac.jp

www.ssm-gcbm.com/





流通と地域との関係

専門商社の持続的成長を可能とする
事業戦略の考察

チームへADVENTURE
トモオンノブイ
キムシノキウ
キムシノキウ
尾崎 雅也

尾崎君が率いるアドヴァンスチーム
からのプレゼンが始まりました^^

アドヴァンスチームのプレゼン^^

目次

- I. 流通のさまざまな形態と分析
 - i. 韓国の総合商社
 - ii. ベトナムの生活スタイル
 - iii. ベトナムの企業
 - iv. 日本の専門商社
 - v. 流通形態の分析
- II. 専門商社の海外展開
 - i. 参入障壁の二因子
 - ii. 専門商社の持続的成長と戦略
- III. 結論

学問的な視点から
考察



金君から「韓国の総合商社」についてのプレゼン^^

韓国にある“総合”商社について
ラーメンからミサイルまで

爪楊枝から人工衛星まで

日本の総合商社をモデルとした大商社の発展



キエン君から「ベトナムの生活スタイル」についてのプレゼン^^

ベトナムの生活スタイル

ベトナムでは、朝の就業時間が早い
朝食は屋台でとります。
ハノイではこのような風景が見られ、
右の図ではオバマ氏が、ベトナム訪問の際
に屋台で食事をとりました！



トウオン君から「ベトナムの専門商社」についてのプレゼン^^

ベトナムの企業

VIETTELについて

ベトナムにある、国有の通信会社です



左の図はベトナム国内の、通信事業の市場シェア率である。

40%超がVIETTELであり、こうした主要なインフラがおおむね国有化されているという事実を示している



尾崎君から「日本の専門商社」についてのプレゼン^^

専門商社の持続的成長と戦略

質的な障壁の形成について

量的な運動を妨げる様々な要因を動員すること



アドヴァンスチームの「結論」^^

結論

1. 流通と地域の関係は密接である
2. 流通には科学的な形態と伝統的な形態、量的な側面と質的な側面とがある
3. そして専門商社は主に後者の側面に力を入れて事業を展開していくとよい



山田君が率いるグローバルスターチームからの
プレゼンが始まりました^^

商社としての三立興産
ブランディングの在り方

★ 山田 祥海 ★
イムデビ
ダンタインチョン
ブイティファンラン



グローバルスターチームのプレゼン^^

目次

- 商社の必要性
- 価値構造からみるブランディング
- 競合他社と比較によるポジショニング
- 商社の将来像



林君から「商社の存在意義」についてのプレゼン^^

商社の4つの存在意義

金融機能

物流機能

販売代行機能

購買代行機能



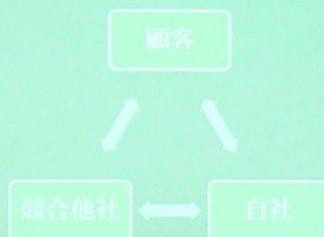
山田君から「4つのブランド価値構造」についてのプレゼン^^



チョン君から「3C分析からみた三立興産株式会社の競争力」 についてのプレゼン^^

三立興産（株）

- 顧客：それぞれ大手企業、中小企業など
- 自社：社内
- 競合他社：マルカキカイ（株）など



ランちゃんから「グローバル競争時代における商社のあり方」 についてのプレゼン^^

今の状況から見る商社

- 商社が主な活動や機能を担っている
- 生産者にとって欠かせない存在である

生産財営業で

重要な商社の役割



ミュイちゃんが率いるSAKEチームから
プレゼンが始まりました^^



SAKEチームのプレゼン^^

目次

- 1 商社の必要性
- 2 日本の商社について
- 3 韓国の商社について
- 4 ベトナムの商社について
- 5 まとめ



ミユイちゃんからの三立興産株式会社への ユニークな価値提案^^

2 日本の商社 提案

- ・講習会や研修会を定期的に関く
- ・多数のメーカーとつながる
- ・企業キャラクターをつくる



さんちゃん



李君から「韓国の総合商社」についてのプレゼン^^

3 韓国の総合商社 ‘現代総合商社’

HYUNDAI
corporation

設立: 1976年
輸出品: 船舶 自動車 機械
資本金: 約11億
社員: 405人
支店: 29か国
強み

ヒュンダイ大企業の商社でブランドの
価値が高い。



トアット君から「ベトナムの商社や経済状況」 についてのプレゼン^^

- 4 ベトナムの商社
- ベトナムの経済状況
- 市場経済
- 若い労働者が多い
- 国連や世界貿易機関(WTO)に加盟している
- 日本・ベトナム経済連携協定を結んでいる

ルアン君から「ベトナムの専門商社」についてのプレゼン^^

4 ベトナムの商社



P 801 Tòa Nhà Silver Wings 137A Nguyễn Văn Cừ, Long Biên, Hà Nội

www.cnvgroup.com.vn

Hotline: 0972 661 380

Công ty Cổ phần
Tập đoàn Công nghiệp Việt

Luôn đồng hành cùng bạn

ベトナム産業株式会社グループ
(CNV Group)

氏名: レヴァンルアン
出身: ベトナム



SAKEチームの「結論」 ^^

5 まとめ

三立興産(株)様
の存在を
もっと世界に！



アンナちゃんが率いるAppleチームから
プレゼンが始まりました^^

- はじめに...
- 商社って何？
- 日本と海外の商社
- 最後に...

Appleチームのプレゼン^^



THE SHOTS



グエン君から「商社の必要性」についてのプレゼン^^



ルオンちゃんから「総合商社と専門商社の違い」 についてのプレゼン^^

総合商社と専門商社の違い

	総合商社	専門商社
規模	広い	狭い
取り扱う商品	多い	少ない
商品の知識	少ない	多い
メーカーとの繋がり	浅い	深い



日本と海外の商社の違い

日本

総合商社

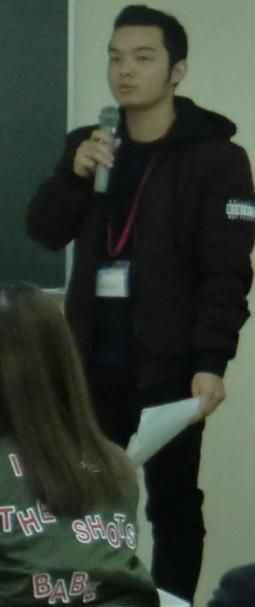
専門商社

海外

総合商社

専門商社

ハウ君から「日本と海外の商社の違い」
についてのプレゼン^^



アンナちゃんから「三立興産株式会社へのユニークな価値提案」 についてのプレゼン^^

まだまだ続く！？

三立様へ向けて
Teamアップルの提案



**三立興産株式会社の池田様から、
最優秀チームの発表^^**



最優秀賞授与式

最優秀チームは、SAKEチーム^^



最優秀賞授与式

SAKEチーム^^

本当におめでとうございます(*^^*)

経済グローバル化

- 生産社の内部に商社の仕事を担う部門を成立させ、内側だけでなく、海外に向けた取引を直接やる



最優秀賞授与式 SAKEチーム^^

経済グローバル化

生産社の内部に商社の仕事を担う部門が成立させ、
内側だけでなく、海外に向けた取引を直接やる



CALL
THE SHOTS

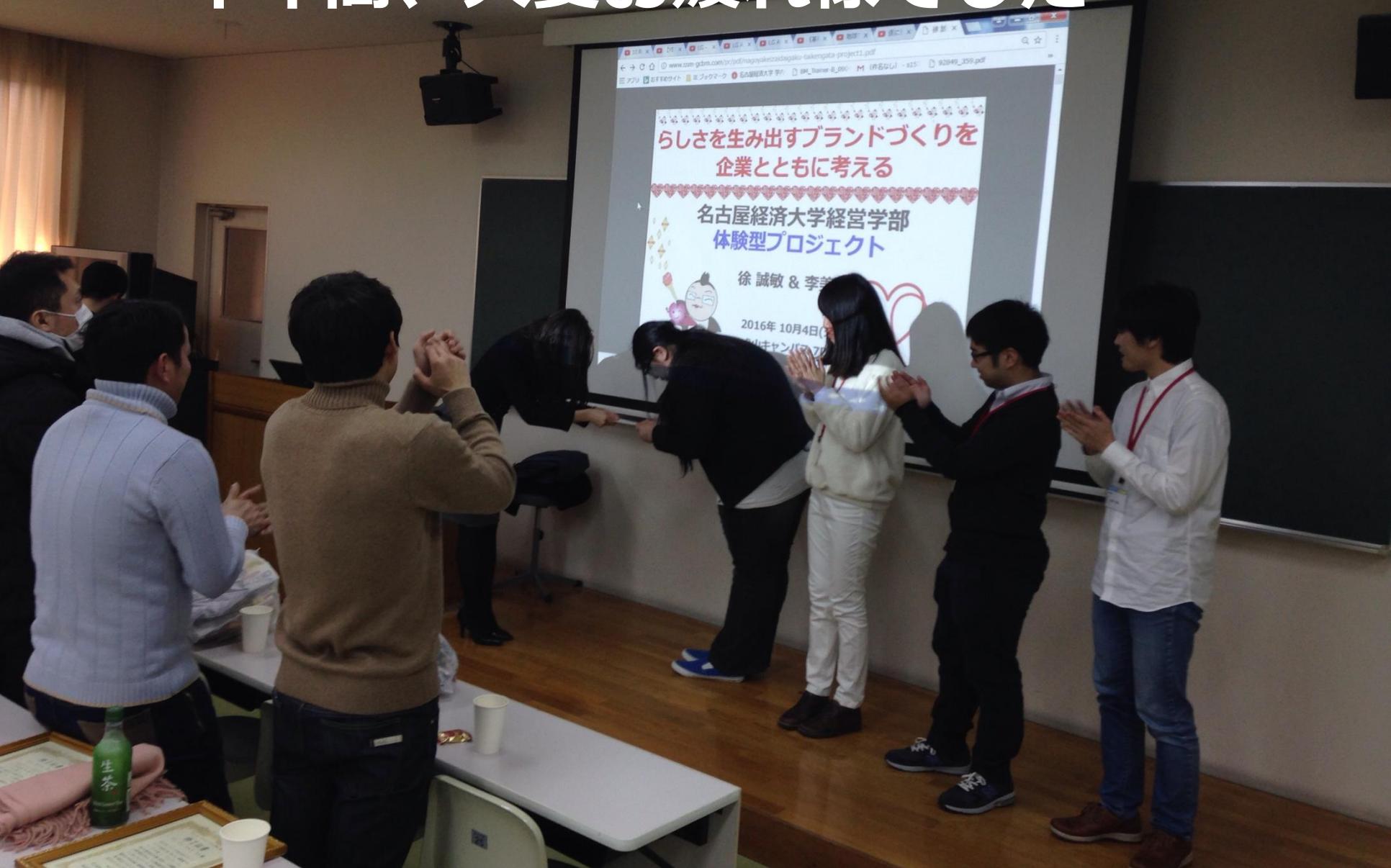
三立興産株式会社の稲垣様からの SAKEチームへお祝いのコメント^^



最終プレゼン大会後の懇親会^^



4つのチームリーダー
半年間、大変お疲れ様でした^^



4つのチームリーダーからの最後の感想^^



三立興産株式会社の池田様から 4つのチームみんなへのエール^^



三立興産株式会社の稲垣様から 4つのチームみんなへのエール^^



三立興産株式会社の近藤様から 4つのチームみんなへのエール^^



最後に全員で記念撮影^^



ブランド・スペシャリスト育成 第1号

修了証書

ビィ ティ フォン ラン殿

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、工作機械の専門商社である「三立興産株式会社」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。

平成 29 年 1 月 17 日

名古屋経済大学 三立興産株式会社

経営学部准教授 徐 誠敏 李 美善



修了証書はこんな感じ

^^

ブランド・スペシャリスト育成 第1号

修了証書

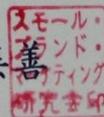
ビィ ティ フォン ラン殿

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、工作機械の専門商社である「三立興産株式会社」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。

平成 29 年 1 月 17 日

名古屋経済大学 三立興産株式会社

経営学部准教授 徐 誠敏 李 美善





「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

アンケート結果についての考察と課題

【学生からの意見】

* 講義内容についての感想

- ① この講義では“ブランド”の言葉の由来から始まって、その構造的な分析や種々のステークホルダーとの関連付けによる分析など、多角的視点からの“ブランド”概念の把握を行い、そうすることによって私たちの漠然としたイメージを払拭して、後の企業訪問に対して極めて有用な取り組みであったと思う。
- ② BtoB企業に関する講義では、私たちが普段慣れ親しんでいるBtoC企業との差異を明らかにすることによって、またその差異をグラフに表して分かりやすい形で可視化したことによって理解しやすかった。

* 企業訪問についての感想

- ① 三立興産株式会社様のお話を聞かせて頂いたり、直接訪問させて頂くことで、詳しい仕事の内容や、社内の雰囲気を知ることができ、今後の就活に役立つ貴重な経験ができた。
- ② 直接企業さんに訪問し総務部の方や、入社して2年目の営業の方の生の声を聞くという貴重な体験をした。

* 企業訪問についての感想

- ③三立興産株式会社を訪問し、社員一人一人が自らの仕事にやりがいを感じているという気配が伝わり、このような雰囲気を生み出す組織とは如何なるものだろうかと興味を持った。そして構成員の自発的な行動を促すような組織づくりの重要性が三立興産株式会社を訪問することで改めて認識でき、そういった意味でも今回の企業訪問は私にとって極めて有益であった。

* 異文化コミュニケーションについての感想

- ①最初に今回の体験型プロジェクトのメンバーを確認した時は、本当にこのメンバーで進行できるのかとても心配だった。なぜなら、受講者の7割以上が留学生だったからである。私は留学生とそこまで話したことがなければ、接する機会もほぼなかったからだ。しかし、プロジェクトと通じて留学生みんなのやる気と向上心を目の当たりにして自分も見習わなければならないと改めて感じた。

* 異文化コミュニケーションについての感想

②ブランドづくりやBtoB、 BtoCについて皆で学んだり、グループで話し合いをしていくうちに留学生の子たちとたくさんコミュニケーションをとる機会が増え、少しずつ多国語が交じり合う不思議な環境に慣れていくうちに留学生の子に伝わりやすくするためにどうしたらいいか考えながら自然と気を付けて話せられるようになった。相手に自分はなにを訴えたいのかそれをどう分かりやすく伝えられるか、これは社会においてとっても大事なことだと思う。

* 異文化コミュニケーションについての感想

- ③ 普段日本人の学生と会話したり、グループワークをしたりする機会があまりなかったが、この体験型プロジェクトでは毎回グループワークをした。そのときに、日本人の学生が、正しい日本語の話し方や書き方ができるように助けてくれたから日本語の能力が向上したと思う。

【アンケートからの考察】

アンケートの結果から、以下のようなプラン目標が達成できたことを確認した。

- ①ブランド構築に関する基本的な知識を習得し、毎回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る。
- ②就職活動を行う際に必要なセルフ・ブランディング(プレゼンテーション能力)に関する基本的な知識・ノウハウが習得できる。
- ③対象企業となる三立興産株式会社(専門商社)を訪問し、現場の雰囲気、組織文化を肌で感じることで、普段テキストで学べない現場のリアルな声とブランディングに関する実践的な知識・ノウハウを学ぶことができる。

【アンケートからの課題】

しかしながら、以下のような課題もある。

- ①本プランでさまざまな取組を推し進めるに当たって、1年生の留学生の日本語のレベルの差が激しかった点である。簡単な自己紹介ですらできない留学生が多かった。
- ②本プランでは、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、現代企業のあり方やミッションをはじめ、働く意味などを考えさせられるような場づくりや試みが多かったため、1年生の留学生にとっては知識と言語の面において大変困難であった。

【本プランの改善策】

**対象企業(BtoBまたはBtoC)の数を増やすことで、
本プランでの学習内容に対する理解度を高めていきたい。**

**本プランは就活も視野に入れたプランであり、2年次、3年次の
学生がメインターゲットであるが、今回受講した学生の7割が
1年生の留学生であったため、本プランのメリットを最大限生み
出すことができなかった。今後本プランを有益な学びとする
ためには、従来の体験型プロジェクトと異なって、**

【本プランの改善策】

**対象企業(BtoBまたはBtoC)の数を増やすことで、
本プランでの学習内容に対する理解度を高めていきたい。**

**就活および自分ブランディングを意識し始めた日本人の学生や
留学生に受講してもらえるような働きかけ・仕組みづくり(体験
型プロジェクトの年次別プランの設定：たとえば、1年生向けの
プランまたは2年次・3年次向けのプランに分ける、柔軟な単位
認定：たとえば、2年次・3年次にも担当教員の判断によって
4単位を認めるなど)が必要である。**



「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の受講者16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

三立興産株式会社の近藤様、稲垣様、遠藤様、池田様に

心より感謝申し上げます。

