

2019.4.12(金)

横川 裕也君のプレゼン(「Wii から見るブルー・オーシャン戦略」)から学んだもの

《横川裕也君》

今回、「Wii から見るブルー・オーシャン戦略」を作る過程で学んだことは主に二つです。

1つ目はレッドオーシャン戦略とブルー・オーシャン戦略の「差別化と低コスト化」の関係性です。レッドオーシャン戦略はライバル企業との競争に勝ち抜く為の戦略を軸に置いています。その影響から、自社の商品またはサービスの価値を高める際に「差別化」と「低コスト化」のどちらか一方しか選べないという特徴があります。一方でブルー・オーシャン戦略にライバル企業は存在しないため、新規開拓した市場で「競う為の戦略」ではなく「自社と買い手の価値を高めるための戦略」に経営資源をすべて注ぐことが出来ます。これを言い換えると、ブルー・オーシャン戦略は「差別化」と「低コスト化」を同時に進められる、もっと言うと進めなければいけないと言えます。

「Wii から見るブルー・オーシャン戦略」を作るまではこの違いを何となくしか把握していませんでした。しかし勉強していくうえでこの違いの大切さを知ることが出来ました。とくに、ブルー・オーシャン戦略やレッドオーシャン戦略に関係なく、企業が商品やサービスを企画する時に使える経営資源には限りがあります。そうすると、経営資源の配分が経営戦略の肝になるため、いかに効率的に、いかに商品価値を高めるために使えるかというのは非常に大切なポイントになってきます。ブルー・オーシャン戦略によって経営資源を自社と買い手の価値を高めるためだけに使えることのメリットは計り知れないとわかりました。

2つ目は経営戦略を進めてく上での順番と乗り越えなければいけない企業内のハードルについてです。ブルー・オーシャン戦略を始めるのは非常に困難なことです。4つのアクションマトリクスから価格とコスト、導入に至るまでの道順を正しい順序で決めていかなければいけないということを今回の「Wii から見るブルー・オーシャン戦略」を作る過程で、事例に触れながら学ぶことができました。また、「士気のハードル」、「認識のハードル」、「経営資源のハードル」、「社内政治のハードル」という4つの企業内のハードルがあるということ、このハードルを乗り越えて初めて社員全員が1つの目標に向かって進めるということも事例に触れながら学ぶことができました。

上記の2つを事例に触れながら学べたことによって、これから先、ブルー・オーシャン戦略の事例に触れる際に、順序と乗り越えるべき企業内のハードルに注目したうえで、深い考察ができるようになったと思います。

《眞下 愛裕ちゃんの感想》

私が今回横川君のプレゼンテーションを通して学んだ点は2つあります。1つ目は、どのように工夫をして、いかに相手に伝わりやすいスライドを作るかという点です。

先週の段階で先生に送っていただいた資料を読み、ブルー・オーシャン戦略とはどういったものなのかということ自分なりに理解し、今回のプレゼンテーションに参加しました。ですが、自分の中では理解したつもりでも、なかなか深いところまでしっかりとは理解できておらず、横川くんのプレゼンテーションを通じて、任天堂が、ノンカスタマーに向けて独自のアンケートを行い、様々なゲームの問題点を見つけ、改善しそこから新たな需要を生み出すことで、ブルー・オーシャンを作り、今までゲームを様々な理由で行えなかったノンカスタマーに向け、最先端技術にメリハリをつけることで低価格での販売を実現し、見事成功をおさめたというブルー・オーシャン戦略について理解できたと感じました。その理由として、wiiの比較対象としてあげられたPS3との違いなど先生からいただいた資料以外に横川くん自身で調べた内容をわかりやすく説明してくれたからだ全体を通して思いました。そして、製品の特長などだけではなく、開発を行う方々の士気をどのように上げていくのか、いかにブルー・オーシャンを生み出すことが難しいかなども発表中に学ぶことができました。そして、スライド1枚1枚に大事なことを凝縮して載せてくれていたので、目から入ってくる情報は瞬時に理解することができ、そこに加えて口頭で説明してくれたので、目と耳同時に情報を得ることができ、短時間で効率よく内容が理解できたため、いかに相手に理解してもらいやすいスライドを作ることが大切なのかということ学びました。

2つ目は、議論点を自分で考え、ゼミのみんなに共有するという点です。

議論点をあげるということは、自分の中で、その物事についてしっかりと理解をし、まとめ、自分なりの考えを持つことができないと不可能だと感じています。それを短時間で行い、そしていくつもあげるということはとても大変なことであり、それを完璧に行っていた点が自分には真似できずとてもすごいと感じました。ディスカッションでは、16人いるので、感じることや考えることがそれぞれで、同じプレゼンテーションを聞いて、原点に戻った方がいいという考え方や、今人気のある携帯ゲームとの連動を行うという考え方、もっと魅力のあるやりたいと思わせるような新しいゲームの開拓など、自分の中では全く考えることができなかった意見を聞くことができ、とても勉強になりました。そして、私は昔の機能(wiisportsなどのみんながルールを知っているようなゲーム)取り入れつつ、オンライン機能を使って、遠くにいるおばあちゃんやおじいちゃん、いとこなどと連絡を取り合いながらそれぞれが持っているゲーム機や携帯電話などを通して共通のゲーム(専用のソフトやアプリを購入、ダウンロードすることで通信機能ができるようになる)ができたり、連絡が取り合えたりすると、少し空いた時間などにも気軽に遊ぶことができ、また新しい顧客を獲得することで、任天堂の新たな価値が生まれるのではないかと考えました。

今回のプレゼンテーションを通して、わかりやすいパワーポイントの工夫や、ゼミのみんなの意見を聞くことで、自分では気がつかない点についても学ぶことができ、とても勉強になりました。そして、いずれは自分がプレゼンテーションをする立場になると思うので、わかりやすいパワーポイントを作ったりするために大切なことや、話すスピード、話し方、アイコンタクトなど気を付けなくてはいけない点について振り返って、準備を行いたいと思いました。

《大倉真千子ちゃん》

自分が小学生だった頃、Wiiが発売されたことを覚えています。それはどの家庭にも置いてありましたが、私は欲しかったものの買ってもらえなかったなあと思い出しました。ゲーム業界で勝ち進むために、市場を大きく変えるということはとてもリスクなことだったのではないかと思います。主婦のことをより考えて開発されたWiiですが、先ほど言ったように私の家庭では買ってもらうことができませんでした。アンケートで、このようなゲームだったら良いと答えることと実際に買うということは違ってきます。ですが、結果として成功しているのでやはり何事にも恐れずに挑戦が大事だとわかりました。

ディスカッションの議題はこれから任天堂についてでした。横川君、真下さん、富永君はWiiと同じような家族を対象とした商品をまた開発したらどうかという意見でした。ただWiiの革命を見た13年前から生きている人たちに、また同じような衝撃を与えるのは難しいのではないかと思います。

加藤さん、小島さん、平尾君はスマホアプリと連携してはどうかという意見でした。ただスーパーマリオや動物の森は失敗に終わっているのが現実です。その理由は、アプリがゲーム機より楽しくないからだと思いました。動物の森のソフトがヒットした時子供だったユーザーが、今スマホ世代になっています。まさに自分たちの年頃だと思います。アプリになったことを喜び、楽しみにしていたはずですが、フタを開けてみればあの頃DSで遊んだ時の方が楽しかったと思わされたのです。同じものをつくるなら元祖を越えなければいけないと思います。その点に関して任天堂は怠ってしまったのではないのでしょうか。

同じものばかり作っても仕方がないという三輪君の意見には同感しました。ニンテンドーDSが発売された後、9モデルも発売しているにもかかわらずその中で再ヒットしたものはニンテンドー3DSくらいでしょう。任天堂のヒット商品をはじめからならべてみると携帯型ゲーム機は1989年にゲームボーイ、2014年にDS、家庭用ゲーム機は1983年にファミコン、2001年にゲームキューブ、2006年にWii、2017年にSwitchです。次にヒット商品が発売されるのはまだ先のことかもしれません。

《加藤綺子ちゃん》

今回の議論で私が感じたことは、ブルー・オーシャン戦略がいかに難しいことなのかということです。今までになかった市場を開拓するということは、人々が考えつかないであろうことを発表する必要があるのだと思いました。PS4 は、横川さんのプレゼンテーションにもありましたが、ゲームに関心のある顧客の期待に応えられるものを提供しますが、任天堂はそこでの勝負をしないという点にも難しさを感じました。ですが、ゼミの皆さんとの話し合いの中で、ゲームをリラックス目的でやっている人がいることや、ゲームの内容よりも映像の完成度に期待をしている人もいることを知り、ゲームに関心のない人にはゲームはクリアするための難しいものという固定概念がありますが、それをなくすことが出来れば、新しい市場の開拓をしやすいのではないかと思いました。このことを気軽にできるスマホゲームに応用させて、クリア目的ではなく、暇つぶし程度に楽しめて映像のクオリティーは高いというゲームが開発できればいいのではないかと思いました。

《根本岬君》

私は今回の授業で、改めて横川君のプレゼンのレベルの高さに驚き、自分の未熟さを感じました。1週間という短時間にあれほどのパワーポイントを作り、またわかりやすく自分の意見をまとめている点は自分にはまねできないと思います。私がパワーポイントを作成すると、やたら画像に変なアニメーションを使うことが多く、実際発表するときには自分でもつけたことを忘れてしまい、その結果発表のときにグダグダになってしまうことが多々ありました。これからは、より見やすく自分で発表しやすいもので、横川君の技術を参考にしつつ自分のやり方で、なおかつ自分らしさを保ったより良いものを作成していきたいと考えました。

ディスカッションでは、今回自分の勉強不足のためあまりいいディスカッションができなかったと感じました。私は本を読むことが昔から苦手でそのため今回も事前に軽く目を通したぐらいで挑みました。そのためディスカッションが始まった時に考えがまとまらず、指名された時には、逆質問をしてしまったことが自分の甘さだと感じました。皆さんの意見や先生から実例とともに教えていただいたことを聞いたことから自分の新たな考えが出たのですが、周りの流れから言い出せなかったのがもったいないと思いました。これからは、パワーポイントの技術ともども向上できるようにゼミで学んでいきたいと思えます。また、自分の悪い癖を出さずにどんどん討論し、自分らしさを出せるようにしていきたいと思いました。

《小島海璃ちゃん》

ブルー・オーシャン戦略は簡単に言うと新しい需要の創造をすることで、競争をしないですむ。というものであり、日本では実行するのが難しいからこそ、レッドオーシャン戦略で他社と需要の取り合いをするよりも、ブルー・オーシャン戦略を参考にした方が良い

と考えられています。しかし、1度成功した会社であっても次また成功するとは限らないほどブルー・オーシャン戦略は簡単ではないそうです。そんな中でも任天堂は、今まで任天堂の商品を使って楽しんでくれていた人たちよりも任天堂の商品を使ってくれない人たち、つまりノンカスタマーの意見を想像して、商品開発に取り組んだことで、より一層たくさんの人に楽しんでもらえる事に成功し、新しい市場創造を実現することが出来ました。ブルー・オーシャン戦略を実現させるにはノンカスタマーを取り込むことが大事なのだと理解しました。

横川くんのプレゼンテーションを聞いたことで、ブルー・オーシャン戦略についてしっかりと理解することが出来たと思います。雑誌などを読むことはあるのですが、頭を使わないと理解が難しい本をあまり読むことがないので、今回の本はとて難しく、1度目を通しただけではあまり理解出来ませんでした。しかしプレゼンテーションや皆さんの意見を聞いたことで、自分1人で本を読みおわった時よりもより深く、ブルー・オーシャン戦略について理解することが出来たと感じられました。毎回思うのですが、自分以外の人の意見や感想を聞く場面になった際、自分では全然思いもしなかったことを発言する人たちがたくさんいます。そのため、人の意見を聞くのはたくさんの方を考えると、学ぶことができるのでおもしろいなと思います。今回のみんなの意見の中で印象に残っているのは、ゆいちゃんが言っていた「値段が高いとは言うけれど周りが買っているの欲しくなりそのままの値段でも買われる、そのため売れる、など、値段を決めるのは難しいこと」と言うものです。確かに。と思いました。やっぱり、人は値段が安ければ安いほど嬉しいと思うのですが、どれだけみんなから高いと言われているものであっても、ある人にとっては欲しいものだから値段なんて関係ないと言う人もいます。しかし、会社にとっては高いほど利益があると思います。きっと安い方がたくさんの方が手を出しやすくなると思います。また、高いと言われているものでも1度流行りに乗ることで、たくさんの方の手に渡り、周りの人が持っているから欲しくなるなどして買ってもらえるようになるものもある。値段1つにしてもたくさんの方の考えを持たなければいけないので、やっぱり商品を売り出すというのは難しいことだなと思いました。このような考えは、今回の授業がなかったら全然思いつかなかった意見だと感じます。そのため、やはり、意見を周りに伝えるというのは難しいことで、苦手意識があったのですが、ディスカッションというのはとても良い時間だと感じる事が出来ました。

《富永浩太君》

今回のブルー・オーシャン戦略のプレゼンを聞いて学んだことはまずはブルー・オーシャンの対義語でレッドオーシャンというすでに競合が存在している既存の市場があるということそして、ブルー・オーシャンはその逆でまだ存在していない市場だということです。

今回のプレゼンではゲーム機のwiiを参考にして説明がありましたが、他社とは違ったアプローチの仕方を独自に行なっていくことがブルー・オーシャン戦略を成功させる鍵をな

るなと思いました。ただ一度成功したからといってそれを継続して成功させることはとても難しいことだということがわかりました。任天堂も wii で一度は成功していますがそこから伸び悩んでいるのも事実です。このようにブルー・オーシャン戦略というのはいいとて奥の深い戦略なんだということが横川君のプレゼンでわかりました。

またみんなの意見を聞いていてやはり自分ができると思っている考え方ではこれぞブルー・オーシャンだと言える意見はあまりでないのかなと感じました。僕の意見なんかも過去の成功を元にもう一度試してみると言ったものでしたし他の人の意見も過去にあったものをもう一度やってみるといったものが多いなと思いました。これはこれでいいなと思いました。ブルー・オーシャンとは少し違う感じだと今振り返ると思います。ここからもわかるように今までの普通にとらわれていては新しいビジネスチャンスは生まれなないと思います。このディスカッションでもブルー・オーシャンの難しさや奥深さといったものも感じれたので良かったと思います。

《松山結ちゃん》

横川さんのプレゼンテーションで学んだことは、ターゲットをしっかりと見極め、ターゲットに合ったものを提供することが売れる秘訣の一つだということです。今までにないモノを作り出すことは競争相手を減らすことが出来るのかもしれませんがそれだけでは、売れないということがプレゼンテーションを聴いて改めて思います。やはり、ターゲットに合ったものでなければ良いものを作ることが難しいのではないかなと Wii の例えを聴いて思いました。マニュアルの少ない操作で楽しめるようにすることや、短時間でもゲームを出来るようにすること、本体を小さくして邪魔にならないようにすること、こうしたことはきっとノンカスタマーをターゲットにすることが出来ていなかったら思い付かなかったこともあったと思うので、ターゲットを決めることはとても重要だと改めて気づきました。また、ゲームを作ろうとなったらゲーム好きの人のために私は作ろうと思うので、ノンカスタマーの人のためにも作ろうと考えたのは新鮮で新しい視点なのではないかなと思います。様々な視点から考えることもモノを提供することに欠かせないことだと考えるため様々な視点から考える力をこれから少しずつでも養って行きたいです。

横川さんのスライドは写真を上手に載せていたのでとても分かりやすいプレゼンでした。PS3 の画像は綺麗だということが最初先生の送って下さった本の文章からはピンとこなかったのですが、PS4 の画像はこんな風だと実際に写真をスライドに載せてくれたおかげでイメージしやすくなりました。それ以外にもゲームは幅を取るという説明で、大きいゲーム機の写真を載せるなど、話す内容と写真が凄く合っていたと思うので本の文章を読むよりもより一層分かりやすかったです。私も文章だけでは伝えられないことを、しっかりと伝えられるようプレゼンを頑張りたいです。

最後に皆のディスカッションで気付いたことは、大企業でも改善しなければならないことが多くあるということです。やはり様々なことに気が付けて、改善に繋げていけるよう

いろいろな角度からの視点は大切だなとディスカッションで思いました。DS 種類出しすぎなど、任天堂が出すスマホのゲームはそこまでみんながやっているわけではないなど、私だけじゃ気付かなかったこともあるので、色んな人の意見や感想が聞けて良かったです。

《名知慎哉君》

横川君の話聞いて、学んだ事は、まず始めに誰が見ても聞いても、とてもわかりやすい適切に的確に説明していたので凄いなと思いました。なぜなら私は人と話す事は好きですが、大勢の前で話す事はあまり得意ではなく、大勢の前で話す時すごく緊張してしまって自分が伝えたいことがなかなか上手く伝えれない時があるので、横川君の話聞いて、自分の課題を改めて再確認し、どうしたら大勢の前でスピーチをできるかを考えた時、まず始めに自分の言いたいことをメモなどをして、忘れないようにする事だと思いました。

次に周りの意見を聞いて、思った事は、昔やっていたゲームを未だにやっていると聞き、私も昔やっていたゲームを未だに今でもやっているので任天堂は凄いなと思いました。なぜなら任天堂は、簡単な操作で説明書なしでも大丈夫なくらい操作がシンプルかつ、値段も他のゲーム機より安いのでブルー・オーシャン戦略は成功したのではなものでいかと思えました。また、ゲーム横川君や周りの意見を聞いてからよりゲームが好きになりましたし、ゲームって凄いんだなと改めて思いました。

《笛木河我君》

プレゼンテーションとして全体的に見やすく仕上がっており、とても一週間で作り上げたものとは思えませんでした。端的で見やすくまとめられたスライドには、口頭で説明されない言葉は記載されておらず、任天堂の例を引き合いに出し、いかにして任天堂がゲーム業界のブルー・オーシャンを切り開いたのかということ、かみ砕いて説明していたので同じくブルー・オーシャンについてのプレゼン資料を製作していた自分から見ても格の違いを見せつけられる結果となりました。

任天堂のアクションマトリクス事例をソニーエンターテインメントとの競争を例にし、ストラテジックムーブを誰にでもわかる言葉に置き換えてのプレゼンテーションは、内部の経営判断から外的要因に至るまで網羅していたので、任天堂のブルー・オーシャン戦略の要の部分（バリューイノベーション）の事例に関して学ぶことができました。

最後のディスカッションの議題の内容もプレゼンテーションを聞くことで自然といろいろ考えさせられるものでした。原点に戻り短時間で勝負が完結するゲーム性や、スマートフォンゲーム市場での再度のブルー・オーシャンの開拓といった意見が、ゲームをしないと人からも出ていたので自分も聞き入っていました。多種多様な意見が出る中で自分も考え方がアップグレードしていったので、感想をもとめるだけの一方的なディスカッションではなくもっと他人の意見に突っ込んで議論を広げれば突拍子もない意見が飛び出して面白い結果となったと思います。

《後藤拓己君》

まず、本を読んで、ただ機能を足していくことだけが戦略なのではなく、時には引くことも戦略の一つとなり得るんだなあと思いました。先生も言っていたことですが、プラスだけではなくマイナスも大事なのだということがよく分かりました。それと、任天堂の岩田社長の、「立場的に影響力のある人から取り込んでいく」という方法がものすごく理にかなっていて良い方法だなと思いました。それに関して、今回の話には関係のないことですが、その「影響力のある人たち」を取り込んでしまえば、企業内での色々なことを操作できる（あまりにも私利私欲のためだったりすると影響力のある人達にも受け入れられないと思うので限度はありますが）ので、社内政治にも利用できそうだなと思いました。

そしてディスカッションですが、みんなのコメントを聞いていて、wiiの頃はちゃんとブルー・オーシャン戦略ができていたのに最近ではスマホでドラクエとか Sygames と合同で RPG ゲームを作ったりだとかでそんなレッドオーシャンのど真ん中を泳いでいるんだろうと疑問に思いました。それから、横川君のプレゼンにあった、Switch と PS4 との比較に関して、Switch は発売から比較的時間もないので仕方ない部分はあるんじゃないのかなと思いました。あとはもう完璧に説明されていたので言うことが何もありません。強いて言えばもう少し適当に作って適当にプレゼンして欲しかったってくらいですかね。僕は他の人のプレッシャーにならないように適当に頑張ります。

《平尾友教君》

横川君のプレゼンを聞いてブルー・オーシャン戦略とはどういうことなのか Wii の例で分かりやすく理解することができた。とても興味深く、最後までしっかり耳を傾け、質問をまとめることが出来ました。ブルー・オーシャン戦略は新しいアイデアでヒット商品を生み出すことができるメリットがあります。そこでお客様の意見は企業を成長させるアイデアになると考えます。授業で発言したように、携帯ゲームではお問い合わせ欄があり、リアルタイムで意見を取り入れることが可能です。家庭用ゲームにはないところで、しかも企業が成長するためにはこの機能がとても重要になってくると思います。作る側の考えだけでなく、する側の考えを参考に反映させるということは長持ちすることにつながるでしょう。家族でゲームに興味のない人でも楽しめ、軽量、コンパクトで便利な Wii。しかし、携帯ゲームは外に持ち運べるし、無料インストールでき、クオリティもテレビゲームに引けを取らないといったさらに上をいくものが生まれてくる。そうすると市場が奪われてしまう。これがブルー・オーシャン戦略の弱点です。先行者優位なため、いろんなアイデアを生み出せる想像力を鍛えてみたいと思いました。

《三輪景虎君》

ブルー・オーシャン戦略は競争相手がいないから成功しやすいと思います。しかし序盤はうまく言っても他の企業が真似をすることでブルー・オーシャン戦略だった筈がレッドオーシャンになってしまいます。現に SONY も Wii の様な棒状のもので遊べるものを出しています。こうなった時に大切なのはこのまま他企業と戦うレッドオーシャンで行くのかまたは、新しくブルー・オーシャンを探すのかの二択になると思います。私の考えでは任天堂はブルー・オーシャン戦略をとった方がいいと思います。ライバルである SONY のプレイステーションには画質の差や販売されるソフトが圧倒的に負けているので新しいブルー・オーシャンを見つける必要があると思います。前回の授業でも言った様にスマホのゲームと連携をさせる機能をつけることにより新しい顧客の獲得も見込めると思います。任天堂が持つ顧客の年齢層は小学生や中学生といった低い年齢層です。その様な人にも買ってもらえる様に二万円を切る低価格なハードを作るべきだと思います。横川さんのプレゼンがとても見やすく実例などが出ていてわかりやすいものだと思います。私も見習ってみなさんにわかりやすいといってもらえる様なプレゼンをしてみたいです。

《福元将汰郎君》

私は、今回のブルー・オーシャン戦略の発表・ディスカッションから学んだ事は、任天堂がおじいちゃんやおばあちゃん・普段ゲームをしない人などのノンカスタマーからなぜゲームをしないのか意見を聴き、プレイ時間が長い、ゲームの価格が高いなどの問題を解決して Wii という今までになかった価格が安く高機能なゲームを開発しました。任天堂は今までにあった競争の激しいレッドオーシャンではなく競争相手がいないブルー・オーシャン戦略でたくさんの年齢層の人々がプレイするゲームを作ることが凄いなと思いました。ノンカスタマーの意見を直接聴きノンカスタマー目線に合わせてゲームを開発するという他のゲーム会社のしないことを任天堂は積極的にすることにとっても関心を受けました。私は今までブルー・オーシャン戦略についてあまり知らなかったけど任天堂の Wii という画期的な商品について追っていくにつれてすごく任天堂のブルー・オーシャン戦略についてすごく分かり良かったと思いました。

私は、今回のディスカッションで今の任天堂が抱える問題に対してすごく興味を持ちました。今、任天堂はスマホの普及が進んでいくにつれスマホゲームをする人が増えて任天堂のゲームをする人が減っていくにつれてこれから任天堂はどう対策をして新しい物を生み出すのか関心が高まりました。

《森田一輝君》

プレゼンテーションのブルー・オーシャン戦略は誰も手をつけてない所から何かを生み出す的な感じなのかなと思いました。任天堂の Wii はゲームをやらない人でも楽しめるゲームを作るという目標をたて、その目標を達成するにはどうしたらいいか？などをどんどん考えていくそんな感じなのかなと思いました。そしたら誰も考えた事がない商品が生ま

れるのかなと思いました。逆にレッドオーシャン戦略はもともと形が存在しその形をどうアップグレードなどをしてほかの会社の商品とどうやって差別化させていくのが重要だなあと感じました。SONYのPS3も画質の向上、ゲーム機の多機能化などをしてほかの会社のゲーム機よりもさらに性能を上げる事で他の会社のゲーム機と差別化をつけていました。そしてブルー・オーシャン戦略で生まれた商品がレッドオーシャン戦略に変わる事もあるそうで次はブルー・オーシャン戦略からレッドオーシャン戦略に変わる流れなどを勉強して見たいと思いました。そしてあんなに本格的なディスカッションを人生初めてやり、まずみんなの意見が直接聞けるのはいい事だなあと感じました。

そして人生初めて本格的なディスカッションしました。他人の意見が直接相手の口からその場で聞けるのは、すごくいい感じだなあと感じました。逆に言うと自分の意見もみんなに発信できてそれがちゃんと届くという事。これは物凄く自分は助かります。自分の考えだけでなく他人の意見も照らし合わせいろんな考えがあり、それもいろんな立場から見た意見だったり、自分とは真逆の意見だったり、なかなか楽しかったです。あとみんなが意見を言い合っていると自分の意見もなんとなくですがまとめやすく、自分が発言した後も色々と考えが変わってきいたりしました。皆が色んな発言をしてくれる事で正解はない！と言うのがわかり自分の意見も発信しやすくなるんだなと個人的に感じました。