

富永 浩太君のプレゼン(「徐 誠敏ゼミで考える
組織力強化プロセスとしての企業ブランディング」)から学んだもの

2019年度3年次ポジベーションゼミ(徐誠敏ゼミ)の第11回目のプレゼンテーション

2019.7.5(金)

《眞下 愛裕ちゃん》

今回の発表を聞いて、改めて自分の志望する企業を選ぶ際になにを重要視するかをしっかりと決めることが大切だと感じました。

発表は企業組織の話でしたが、討論の中で企業を自分に置き換えて考えたため想像しやすいと感じました。まず何を大切にするのかというのはそれぞれであり、まずは自分が大切にしたいことやどんな考え方をしているのかを明確化し、自分の考え方に合う企業を見つけ、その後自分らしさを見つけ他者との差別化を行い、それらを全て準備した上で自ら発信するというコミュニケーションを行うことが重要で、どれかの行程を考えなかったりすると失敗に繋がるのが企業にも自分自身にも言えると思いました。そのため、今から行える下準備の段階をしっかりと行い、自分の考え方と志望する企業の考え方にズレがないかや雰囲気などを調べたり、インターンシップを行うことで確認をし、どんな人物像を必要としているのか自分はその人物像に合うのかを分析することで悔いの残らない就職活動が行えるのではないかと今回の発表や討論を聞いて感じました。

《大倉 真千子ちゃん》

今回のプレゼンでは、ブランディングにおいて6つのステップがありました。①ブランド理念の明確化、②ターゲット顧客の提供価値、③競合比較、④ブランド・アイデンティティの策定、⑤ブランディング実践・ガイドラインの策定、⑥コミュニケーション発信。そして、ブランディング成功のためにはトップのリーダーシップとプロジェクトリーダーが大きな役割を果たします。

議題は「自分個人をブランディングする上で、大切にしたいステップはどれになりますか？」でした。これは、私たちは就職活動の時に何を大切にしたいかという意味です。①は、自分が企業の求めている人材像に合っているのか、社風が自分に合っているのかを考えたときに重要となってきます。合っているとすれば、それだけで自分の強みになります。③は、他社との差別化を図る大事なステップです。自分の魅力を最大限に引き出すことが出来ると言えます。①②という要素があり、自身のブランド・アイデンティティは策定できます。これらが大切なことだと思いますが、私は⑥が最も大切だと思います。なぜなら、ブランド・アイデンティティがあったとしてもそれを伝える能力がなければ伝えることが出来ないからです。なので、コミュニケーションあってこそ、他のステップが活きてくるのではと考えました。

《加藤 綺子ちゃん》

富永さんのプレゼンテーションは授業のようで、内容がわかりやすく勉強になりました。また、かんだり躓^{つまづいたり}いたりせず聞きやすいトーンでのプレゼンだったので、すごく心地よく聞き取れました。事例についても、興味を引く題材で面白かったです。

コーポレート・ブランドを確立させるためのプロセスを、就活につなげて思考するというものでしたが、やはり企業研究が大切であるなど感じました。自分を確立させるための土台作りに関しては、大学生のうちにボランティアや観光大使、劇団での運営など、コミュニケーション能力や協調性が求められる活動に積極的に取り組んでいたこともあり、話す題材は多くあるので、それを自分に似合う企業を探す題材にし、企業研究もしっかりとして、自分がその企業に対して何を貢献出来、また自分がその企業で働きたいという熱意が明確に伝わるようにしなければならぬと感じました。そのためには、他の大学の学生たちに打ち勝てるよう、誰よりも企業研究をしたうえで、自分の取り組みを、他大学生徒の差別化としてうまく活用しておけるような準備を入念にしていこうと思いました。

《根本 岬君》

私は、企業のブランディングについてリーダーの素質やブランド理念の明確化が大切だと感じました。変化することに対して否定的で既存の事業、既存のやり方に固執している企業も多いと思います。しかし、一部の企業には変化すること、新たな刺激を求める企業も存在します。

私は、固定概念にとらえられたり、伝統や理念が時には邪魔になったりすると考えます。なぜなら変化したいと新しいことをやりたいと考えても、その部署のリーダーや部長、社長といった人たちの足並みや考え方が違っては変化することができず、現場との意見が違ければそこを変わった部署・変わった人ととらえられ周りから良くは思われません。今までのやり方通りや方針を変化することを許さず、今まで通りやらなければならないという伝統が邪魔しているのではないかと思います。完璧なブランドはないと思います。どんなブランドでもその理念も時には考え方や捉え方を変えなければならないと思いました。その時にリーダーが現場と違った考え方をしては変化できないんだろうと感じました。私は、変化や刺激を求める企業に就職したいと思いました。しかし先生もおっしゃった通り、企業が変化をすることはなく自分が合せなければならないことのほうが多いため、そこをどこまで合わせるかが難しいと思いました。できる事ならば私はあまり理由のわからないやり方やそれを変えていけない企業には就職したくないのでこれから企業分析をするにあたってその辺を頭に入れてやっていこうと思いました。

《小島 海璃ちゃん》

今回のプレゼンを聞いて、やっぱりマーケティングは企業だけでなく、自分の身の回りの事に当てはめることも出来るんだなという事を改めて思いました。就活で大事になって

くるのは、みんなが言っていたように、自分の強みを見つけて他者との差別化を図るという事と、もう一つ私が大事だと思っているのが自分のペースで自分なりの最善で行動をするというものです。たくさんの人から聞いたり見たりする就活は、3年生の夏のインターンシップから始まり冬のインターンシップにも参加して説明会などにも行けるだけ行って、そうすることで内定が貰える。というイメージが強くて、実際に私はこのように行動しなければ内定を貰うのは難しいのだと思っていました。しかし、キャリア支援講座という授業で、既に就活を終えている先輩のお話を聞いて、ガイドラインにきっかり沿ったやり方をする事が正解ではないのだと思いました。1人の先輩はガイドラインに沿ったやり方をしているのですが、もう1人の先輩はガイドラインから外れた就活の仕方をしていて、でも満足した形で就活を終えているそうです。このことから、ガイドラインが全てではないのだと感じました。強みが人それぞれ違うように性格も異なってくるので、ガイドラインに沿ってやってみてもそれが成功に繋がるかというのは人それぞれで、大事なのは自分に合ったやり方で、例え周りとは違ったとしても焦らずに、自分が満足の行くように自分から行動をしていく事が就活で重要になってくると思いました。会社がガイドラインを作るように、みんなが持っている同じガイドラインに自分を合わせるのではなく、自分だけのガイドラインを作る事が大事だと感じました。

《富永 浩太君》

今回は僕が発表者として、組織力強化プロセスとしての企業ブランディングについて行いました。今回の議題は自分をブランディングする上で何を大切にするかですが、僕が思っていた以上に為になる、面白い意見がたくさんありました。僕はしっかりと比較してアイデンティティを見つけてその中でどういった方法、タイミングで進めていくかというガイドラインを作るところが大切かなと思っていましたが、コミュニケーションを大切にしたいやブランド理念という土台を作るところを大切にしたいという意見も沢山あってとても考え方が変わってきました。その中で思ったのはまずは絶対に自分の中での土台を築き上げる事、そして自分が考えたことを相手に確実に伝えるだけのコミュニケーション力が必要だということがわかりました。しっかりと就活を成功させる為にこういったところから準備していきたいです。

発表内容としてはもっともっと内容的によくできたのかなと思いました。今回は自分の中でも経験としてのいいものを得られたと思うのでこれを無駄にせずこれからも頑張っていきたいです。

《松山 結ちゃん》

ブランディング活動の①から⑥まである共通ステップの中で私が一番大切にしたいステップは、一番目のブランド理念の明確化です。ほとんどの人が言うように基礎が大事だということと、このブランド理念の明確化で、自分のすべき行動が見えてくると思うからで

す。そのため、就活活動においても、自己分析を大事にし、自分のやりたいことが出来る企業に就職できるように頑張りたいです。また、自分の持ち味を活かし、企業に受け入れられてもらえるような人材になるのが理想的だと思っているので、今までしてきたことを振り返り、これまでの部活での活動やアルバイト、こうした経験を大切にしながらさらに強みなどを磨いていきたいです。

そのほかの、ターゲット顧客と提供価値の設定、競合比較、ブランド・アイデンティティの策定、ブランディングの実践ガイドライン策定、コミュニケーションの発信、どれも自社と自分を売り込むためには大切な過程のためしっかりと考えていくことが出来ればまた、他とは違う自分らしさが出てくると思いました。全体的にみるとやはり強みと弱みが行動を移す時の軸になってくると私は思ったので、就職活動の時など SWOT 分析をして、思っていたのと違うという思いをしないようにしたいです。

《後藤 拓己君》

今回の議題について、自分は「ブランド・アイデンティティの策定」と「競合比較」が、就活に置き換えたときに特に重要になってくるように思いました。色んな人が面接を受けているなかで、まず、自身のアイデンティティ(個性)を確立し、それをちゃんと相手に伝えることからスタートだと思っていて、でもただ個性をアピールすればいいわけではなく、先生も言っていたように、企業側も突飛な個性を求めているわけではないので、いい塩梅を探すのが大事なんだろうなあとたった今思いました。そして、その上で他の人との差別化をしていくわけですが、ほとんど相手から質問されるだけの面接という場において、自己を他と差別化させるのはとても難しいです。これも先生が言っていたことですが、企業理念ひとつをとっても、それに対してどれほど自分を表現した返しができるかという部分でしか差別化が図れないわけです。これを聞いて、他者との差別化の前提として、どんな質問にも柔軟に対応できるような経験と知見が必要なのではないかと思いました。それも他者にはないようなユニークなものが差別化という点において特に有効に思います。そこまで考えると、普段身の回りや世間のニュースにアンテナを張るだけでなく、自分で行動し、なかなか無いような経験をしておくことが他者との差別化に繋がるのだというふうに思い至りました。もうすぐ夏休みですが、その長期休みを無駄にすることなく、精一杯経験と知見を広げられたらなと思います。

《平尾 友教君》

初めはお題が少し難しいかなと感じましたが、プレゼンやみんなの意見を聞いていると、なるほどなと思うところがたくさんあり、僕自身も深く考えることが出来たので良かったです。プレゼンで、すべて大事な項目の中、ブランド理念の明確化を一番重要視しました。経営トップのリーダーシップが成功のカギだとするとそのリーダーシップについてきてくれる、答えてくれる仲間が必要不可欠です。ブランド理念を明確にし、社員がそれをしっ

かりと理解、共感して同じ目標を持って進むのが前提になります。リーダーシップが発揮できる状態は、社員と一体になっているときであり、ブランドの基盤を作るということは成功するための第一歩を踏み出すための基盤を作ることです。

また、コミュニケーション力を重要視される方も多くみえました。企業はコミュニケーション力があるかを重視しているともよく耳にします。職場の環境、瞬時の情報伝達、信頼関係などに必要ですしとても大切です。リーダーシップを発揮するためにも社員とのコミュニケーション力も重要になってきます。6つの項目がすべてうまく循環することで最適な企業の成長、成功が待っているのだとわかりました。

《森田 一輝君》

議題②でやはり差別化も大事だとも思いましたが、ブランド・アイデンティティを作るというのも大切やし、コミュニケーションも大事とどれも大事で大手企業になるにつれてちゃんとこれが出来ているのかなと思いました。そして、あまりやらなかった議題①の自分が経営者だったらの方ですが、自分ならコミュニケーションに力を入れていくかなと思います。何か決める事にその決め事を社員になるべく早く伝えると言う事を大事にする。何がどうなるかなど社員は結構気にしているのではないのかなと思いますので、何か決まった瞬間に社員に次の日には回せるような感じにする。なにか決まったあと社員に伝えるのに時間がかかると社員も不安になると思う。なので、自分が経営者だったらコミュニケーションを大事にして生きたいです。

《笛木 河我君》

今回のプレゼンテーションで学んだことはブランド・アイデンティティの確立についてです。自分はブランドについて考えたことあまりなく、消費者意識の分析とマーチャндаイジングを基礎として行う事で利益さえ取れば良いという考えを持っています。プロセスは無意味で最終的な結果によって評価されるべきであるという考えは今回のプレゼンテーションを聞いても変わっていませんが、ブランドは顧客にどう思われたいかを明確にする事であり、ブランディングにより顧客からの信頼を得られる点では非常にメリットが大きいと思いました。

デイビッドアーカーを引用するならば『ブランドにはブランドビジョンが必要である。そのブランドにこうなってほしいと強く願うイメージを、はっきりと言葉で説明したものだ。』この言葉は今後衰退するとされる業界に身を置こうとしている自分としては顧客からの信頼を勝ち取るには今回のプレゼンテーションの内容を生かして、目指す先を明確にし多角化の末に曖昧になったポジショニングマップの再編成し、ブランド・プロミスをしっかりと守っていけるものに差し替えていくことを提案していきたいと思いました。

ただし、プレゼンテーションの内容は良かったのですが、具体例が無く自らの経験による偏見が随所に過ってしまい、いくつか反抗的な意見が頭にグルグルと回ってしまい本来

のニュアンスとは少しズレて認識をしてしまった点は自分の反省点であります。

《福元 将汰郎君》

私は、今回のディスカッションをしてブランディング活動の6つのステップの中で1番重要だと思ったのは、コミュニケーションだと思いました。やはり、コミュニケーションは、企業で仕事をするにも日々の生活をしていくのにも初めは人と人とのコミュニケーションが全ての原点であり大切なものだと思います。もし社内間で、従業員同士のコミュニケーションが上手く取れていなければ、従業員ひとりひとりのパフォーマンスを発揮するのが難しいのでいろいろな面でもブランドとコミュニケーションは切っては離せないことだと思いました。しかし、コミュニケーションだけではなくブランディング活動の6つのステップの中で何か一つでも欠けてしまうと、ブランディングを成功させることは凄く難しくなってしまうと思いました。今回のディスカッションで出た、競合比較の他社との差別化も凄く大切だと思いました。他社と同じような商品を買っていても、長くは生き残ってブランドを築いていくことは難しいのでやはり、他に無い、今までに無い商品を作るイノベーションをしていくことが大切だと思いました。このように、ブランディング活動の6つのステップで一つでも欠けてはブランドを築くのは難しいので、何か一つだけでなく、全てのステップをバランス良く行うことが大切だと思いました。

《名知 慎哉》

話を聞いて思った事は、コミュニケーション能力は改めて大事だなと感じました。なぜなら、コミュニケーションは、自分がどんなにいい事思っている、考えていても、それを相手に伝える事や伝わらなきゃ意味がないと思ったからです。例えば、有名な高校、大学に出ていて、自分の能力がどんなに優れている、コミュニケーションを取ることが出来なければチームのメンバーと一致団結が出来なくなり、仕事する時もお互い気まずい雰囲気になってしまい、仕事などやりづらくなったり、居場所がなくなってしまう可能性が出てしまうので、自分は、コミュニケーションが大事だなと改めて思いました。個人的に思うのは、自己中心的に考える人は、人の話を聞かずに、相手の事を共感しなかったり、自分の事ばかり言う人だと思うので、これもコミュニケーションに入るのではないかと思います。

《三輪 景虎君》

企業も就職活動も最初の土台がしっかりしていないといけないと思いました。最初の方角性を間違えてしまったら、その先のステップの方角性もとんでもない方に行くかもしれないので、土台がしっかりしていないといけないということを学びました。就職活動も同じだと思います。どれだけ良い企業に受かろうともその企業の理念と全く違う考えを持っていたとしたら成果も上がらないと思うし、やめてしまう可能性もあるから土台作りは一

番大切だと思いました。