

徐 誠敏ゼミの紹介と
商品と流通の経営学の視点から見た
「キッザニア」のブランディング戦略

名古屋経済大学経営学部3年生

2019年7月5日(金) 7E1教室

加藤 綺子

徐誠敏ゼミ
三年次
概要

構成

男性10名(通年3名)/女性5名(通年5名)

活動時間

毎週金曜日3限

活動場所

7D4教室

利点

4つ

A black silhouette of a man in a suit and tie, pointing his right hand towards the right side of the frame. The text is positioned to the right of the man's head.

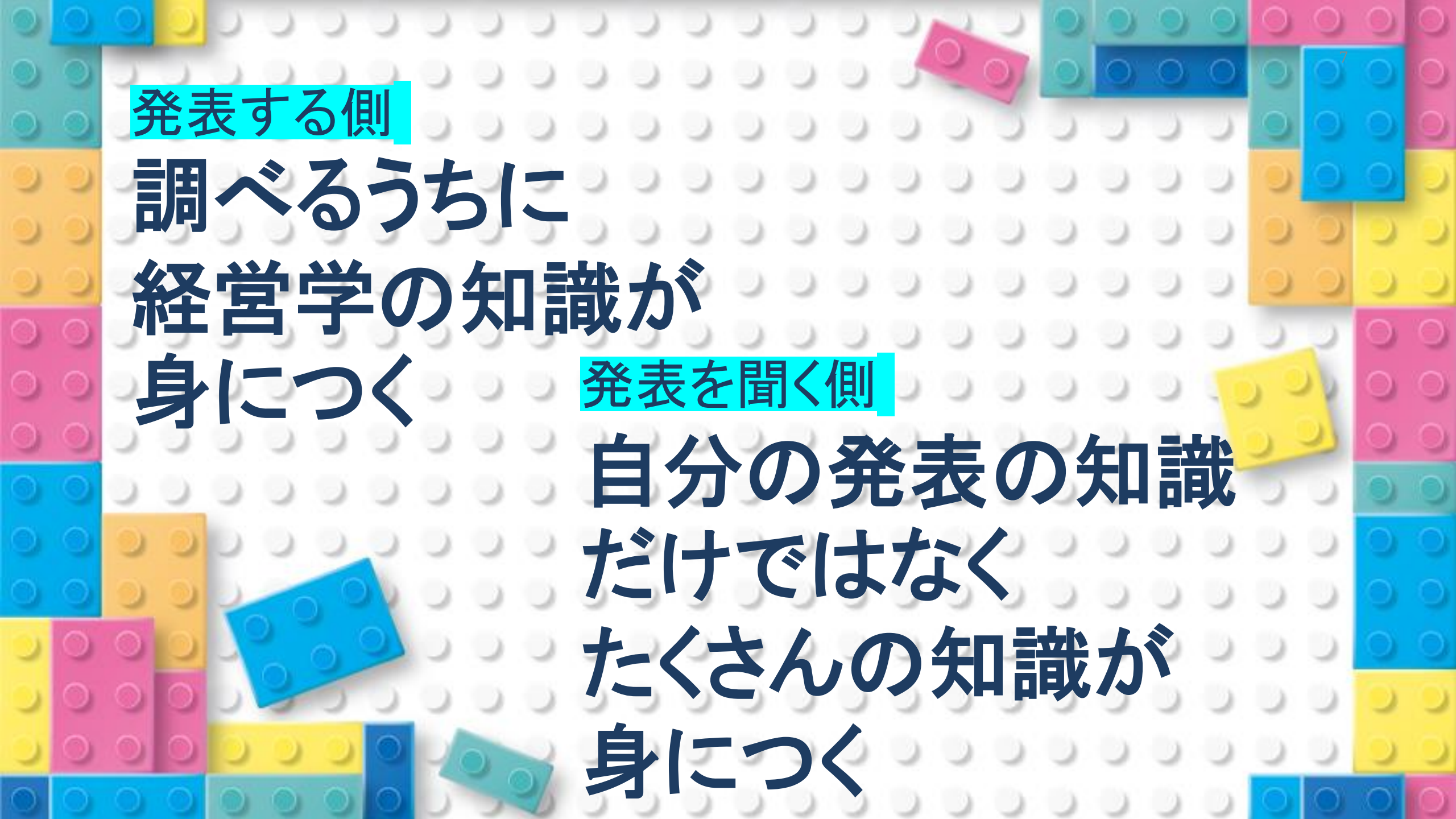
①プレゼン力が身につく

先生から論文が
グループLINEで送られてく
る
自ら、または先生からの指名
1人ずつ各論文についての
プレゼンテーションをする



内容

- ✓ 任天堂のWiiから考えるブルーオーシャン戦略
- ✓ キッザニア事業から考えるエデュテインメント
- ✓ 中小企業の経営から考えるブランディングの正しい知識等



発表する側

調べるうちに
経営学の知識が
身につく

発表を聞く側

自分の発表の知識
だけではなく
たくさんの知識が
身につく

みんなの
プレゼンテーションの出来に
触発されて
自分にもプレゼン力が自然とつく

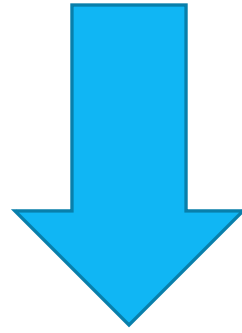
②発言力が身につく



議論



授業内での発言をしている人



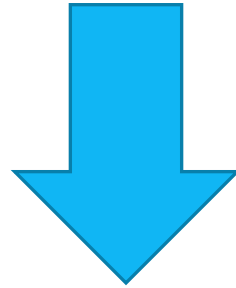
③就活が楽



ゼミや大学の授業で
頑張ってきたことは何ですか？
400文字以内で答えなさい。



講義式じゃない



スラスラ書ける



自分自身が頑張るゼミ

短所
2つ

①プレゼンの準備に追われる



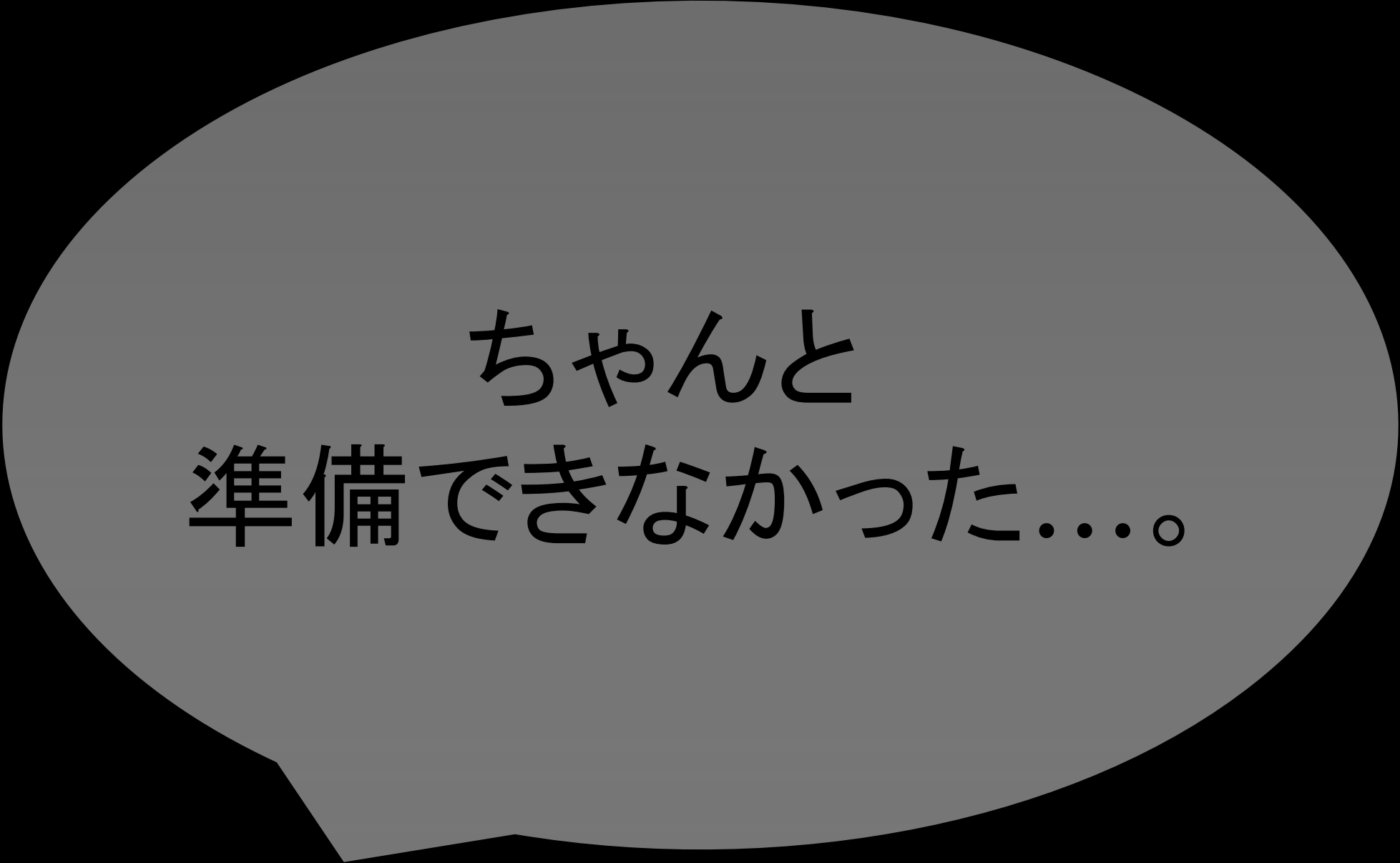
二、三週間前に
プレゼンの依頼が来る

バイト

劇団の
稽古

資格の
試験

授業の課題



ちゃんと
準備できなかった....。

②先生と生徒からの
批評が容赦ない

But

プレゼン中もっとみんなの目
を見なきゃ。

もっと
図とアニメーションを
入れたほうがわかりやすい。

緊張していて
話がまとまってないから
もっと簡潔に説明できるように。
先生は文章を作っているよ。

一枚のスライドに
文章が多すぎて
読み切れないから
簡潔な分だけ載せて
あとは喋って



直すべきところがわかって
改善しやすい



④たくさんほめてくれる

プレゼンの出来や
資格取得だけではなく

日ごろから

些細な努力や行動をほめてくれる

出来ていること

出来ていないこと

短所はカバー
長所は生かす

自己分析

自分の長所や短所を知り
自分を高め
発言力がつき
プレゼンテーションも
出来るようになる



A collection of colorful markers and pencils in a holder. The markers are in the foreground, showing various colors like purple, green, yellow, orange, and blue. The pencils are in the background, mostly orange and yellow. The text is overlaid on a semi-transparent blue rectangle in the center.

魅力を感じた方は
是非徐誠敏ゼミへ

実際に、プレゼンをします。



KidZania®
Tokyo



多数企業が出展する 子供の職業体験施設

パビリオンに入るのも、体験するのも**基本子供だけ**
およそ9割は、**保護者の入場が制限**されている



大人の料金が子供より低い

バビエル・ロペス氏

1999年メキシコでキツザニアが誕生

住谷栄之資氏

2006年キツザニア東京オープン

開業をするのはとても難しく厳しい世間であった



キッザニアがどう発展したのか
項目毎に紹介

スポンサー



リスクの高い出資で
前例のない企画にも関わらず
なぜスポンサーがついたのか

好転したきっかけ



日経トレンディの
ヒット予測ランキングで
インドアプレイルーフとして
トップに選出された

大量購入



スポンサー企業に配布



2006年以降
スポンサーが急増

メディアを中心とした広報活動で
エデュテインメント
というコンセプトを伝えた

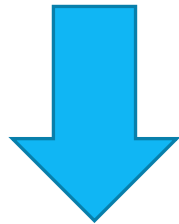
エデュテインメント

教育の中に娯楽要素を取り入れることの造語。
exドラえもんを使用した英語教材

教育上のメッセージ＝スポンサーの企業理念



ユニフォームを
綺麗にたたむように指導



荷物に込められている顧客の真心も
一緒に届ける仕事

その道具であるユニフォームを大切に扱う



ただお金を稼ぐだけではなく
仕事をするうえで
お客さまに思いを持って接することが大切

The background is a light-colored wooden surface covered with various creative and messy items. There are several pieces of paper with bold, black text: 'CREATIVE MESS', 'FUCK', 'THIS IS IT', 'KNOW', 'WHATEVER. FU', 'CK EAH!', and 'THAT DO MAKE YO HAPPY.'. A pair of white earbuds is plugged into a white cable. A black and white striped pen lies on the left. A black and white striped ball is at the bottom. A blue box highlights the text '日本での現地化' and a red box highlights the text '標準化'.

標準化



日本での
現地化

標準化

共通ルール

メキシコのキッザニアで作成された マスターライン

44

① 街並み(メキシコ風)

京都のような基盤型ではない。
中央広場を設ける。



標準化

② スポンサーシップ制

原則一業種につき
一社だけ出店できる。



 **森永乳業**

ミルクハウス

森永乳業がスポンサーを降りない限り
他の乳製品メーカーが出店することはない。

日本での現地化

日本でキッザニアを開業するために

海外進出一号店

ルールも厳しくない

メキシコに確認を取りつつ、バリエーションを広げることが可能であった。

「ポジショニングの現地化」に細心の注意を払った。

日本ならではの
キッザニアを作ろう

難点

日本には有名なテーマパークが多く存在する。



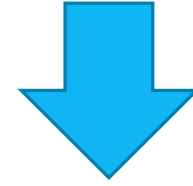
正面から戦うのではなく、**差別化**を極めた

日本での現地化

広告



真剣な顔



真剣な学びがあるからこそ
面白さがある

教育面を
前面に出した



教育熱心な保護者と
顧客の幅を広げたい企業に
ウケた

顧客の意見を取り入れる



こども会議

★ユーザーである子供の目線から離れないようにするための重要なシステム

簡単すぎないか

活発に出される

「いいこどもだったら
うだろう？」



おまけつきポップコーン
キッザニアにはない仕事のレ
アカードをおまけにした
人気商品へ

顧客の欲しいものを企業が考える



顧客の意見を直接取り入れる

顧客からの高評価も得やすい

従業員



スーパーバイザー(スタッフ)

職場と同じく、子供たちに「さん」付けで敬語で話す。

先回りして伝えない。

大学の児童教育の専門家から指導を受けている。
歌や踊りなどの表現面でも教育を受けている。



同じ時間帯

前半☞警察官

後半☞宅配センターのセールスドライバー



さっき警察署にいたのに、
なんで今は宅配センターのいるの？

今は潜入調査中なんです。



人材確保の基準が明確である



仕事のスタイルが
似た人材が揃うので
職場環境もよくなる



企業のプロモーション活動が 禁止されている

使用する道具も制服もスポンサー企業が実際に使っているものと同じ、もしくは限りなく近いものを使用。

保護者への
アピールにつながる



企業理念や社風がわかる



企業としてのプロモーション活動(宣伝活動)

スポンサーデー

60

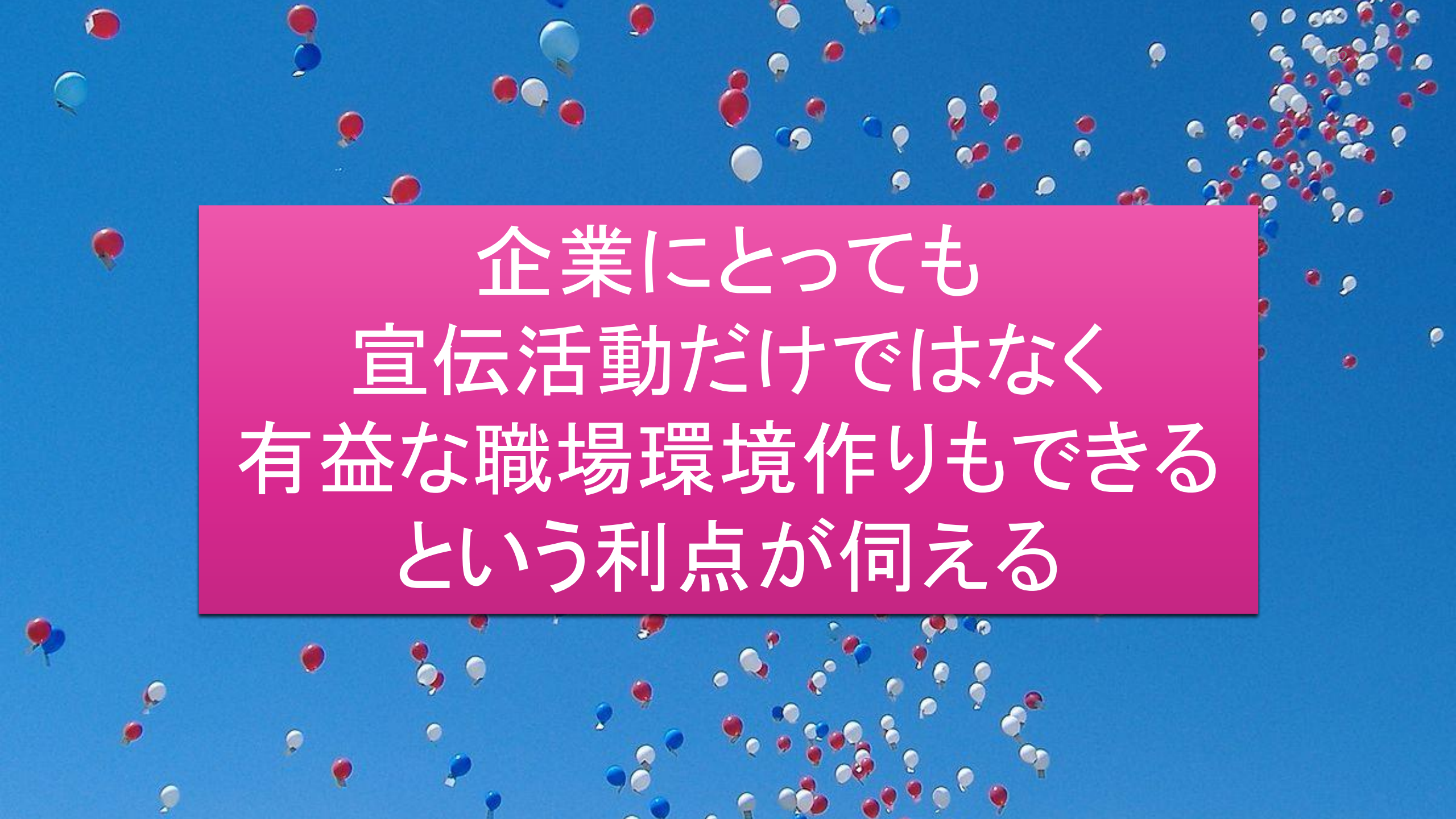
各企業1年に1回1社で貸し切って自由に利用できる

企業訪問時利用可能な
割引券

NPO法人等と提携した
社会貢献活動を
実施していることのアピール

社員の福利厚生を活用

社員の家族を招待し、
親の仕事を知って尊敬されることで、
自社を誇りに思い、
会社との一体感がうまれる。



企業にとっても
宣伝活動だけではなく
有益な職場環境作りもできる
という利点が伺える

課題が生まれる毎に
差別化の視点とこどもの視点を取り入れ
新しい企画に取り組んでいる



企業と子供と保護者を
エデュテインメントでつなぐ

顧客を集めることだけではなく
スポンサーである企業も顧客として考え
より有益になるアイデアを提示している

BtoC

企業と顧客の関係

&

BtoB

企業と企業の関係

2020年 キツザニア名古屋開業予定

みなとアクルス



キッザニア東京
キッザニア甲子園
ららぽーとの建物内にある

最新技術を使った未来の職業を体験できる KCJ GROUP がKDDIの傘下に入った



自動運転



TOYOTA

議題

名古屋のキッザニアに有力な
話題性があり日本のキッザニアと差別化ができる
東海地方の企業はどこか



ご清聴、ありがとうございました。

参考文献

藺部靖史(2017)「教育を通じて企業活動を可視化させる場の提供—日本におけるキッザニアのブランディング」
『Japan Marketing Journal』Vol.37, No.1, pp.139-156.
https://www.j-mac.or.jp/mj/download.php?file_id=526(2019年4月25日確認)。

キッザニア東京公式ホームページ
<http://www.kidzania.jp/>(2019年4月26日確認)。

KCJ GTOUP公式ホームページ
<http://www.kidzania.jp/corporate//>(2019年4月26日確認)。

キッザニア甲子園公式ホームページ
<http://www.kidzania.jp/koshien//>(2019年4月27日確認)。

松竹芸能
<https://www.shochikugeino.co.jp//>(2019年4月27日確認)。

吉本興業
<https://www.yoshimoto.co.jp//>(2019年4月27日確認)。

Out of KidZania 公式ホームページ
<http://www.kidzania.jp/outof//>(2019年4月27日確認)。