

2024年10月31日

寄附講義レポート④

記：糸川、小瀧

- 1, 日時 2024年10月31日(木) 13:10~16:20
- 2, 講師 山角亮介様(67期) (株)TBM 広報マーケティング部マーケティングチームマネージャー
- 3, 受講生数 56名
- 4, 本日のゴール
 - (1) マーケティングという考え方を知り、思考の選択肢の幅を広げる
 - (2) 自分の興味を客観的に知り、具体的な行動をとれるようになる
- 5, 講義内容
 - (1) (株)サイバーエージェント、(株)マクアケ、(株)TBMの業務内容・担当業務等を通して転職経験を披露。
 - (2) 「マーケティングってなんだ」の項目で「売れる必然性を作ること」。「ターゲットがお金を払う体験価値 = ベネフィット」等の解説。
 - (3) 個人ワークショップ(5分間) 「フィットネスジムのベネフィットを考える。」その後、グループワーク(15分間)に移り、3グループの発表あり。
 - (4) 就活について、マーケティングとして自己分析を試みることも重要。
 - (5) 個人ワークショップ(15分間)「人生のエピソード」を、ワークシートに記入後提出。就活に際して、自分の人生を振り返り自分に向き合い見直しを行い、自分の強み・弱みを整理してマーケティング目線で自己分析することが重要。
- 6, 感想(糸川)
 - (1) 自己紹介で大学時代の活動や、就職後の転職経験を通してマーケティング・自己分析の重要性をうまく説明していた。
 - (2) 本日のゴールの2項目にある、考え方・行動について具体的な例を引用しわかりやすく講義していた。
 - (3) 講義後、多数の学生が講師に直接、質問や話を聞きに行っており、学生たちの興味の深さが認識できた。

感想(小瀧)

- (1) 最初に「今日はハロウィンの日だけれど市場規模は？何かハロウィンでやりますか？」と授業がはじめられた。オープニングでハロウィンの経済効果を考えることで、一つの催しの裏に企業努力と仕掛けの意図があるという話から始めておられました。
- (2) インターネット広告でのマーケティングについてクラウドファンディングを例にとって、「0次流通」→見本市→テストマーケティングという説明が非常にわかりやすかったです。
- (3) ワークショップを始める前に「穴あけドリル」を買いに来た客の本当の目的は「穴をあけること？」だけではなく、「顧客の要望を読み取れば本来の望むものが把握できる。(ベネフィ

ット) 単にモノを売る販売店の立場とはちがって、顧客目線で考えることがマーケティングする側に必要なこと。」という練習をした後で、「フィットジムに来る人のターゲット・ベネフィット・ベネフィットの競合」としたことで解決への道筋を作り、グループ内の役割も決めて、短い時間で考えて発表までもっていったのかなと思います。

- (4) 2つ目のワークとしての「自分のニュースを書いてみよう」というテーマは「自己分析や他人からどう見られるか?」ということのをこれからの就職活動にどのように繋げていくかということなどで大きなアドバイスだなと感じました。
- (5) 自分たちの時代にはなかったワークという考え方ですが、毎回みんなが積極的に取り組んでいることがよくわかります。

以上

