

第5回マーケティング（中野様）

| 修士学生：質問／コメント  | 回答／コメント   |
|---|---|
| <p>マーケティングがどのようなものかほぼイメージがわからなかったので、顧客の求めているものを提供することがマーケティングのメインなのだとわかった。そのためには変化していくニーズにあわせ、会社も変化していく必要があるとわかった。</p>  | <p>世の中に出ている製品やサービスの多くに、その企画と商業化の段階においてマーケティングの要素が入っています。皆さんが普段食べたり使ったりする商品を顧客である皆さんの立場からマーケティング目線で、商業化に至ったのか想像してみると面白いです。</p>     |
| <p>マーケティングは社会人として必要な能力であるので今後もっと学んでいきたいと感じました。</p>  | <p>普段の生活の中で皆さんが友人などとコミュニケーションする際も、マーケティング目線は入っていると思います。</p>   |
| <p>価値を自ら作り出す人がこれから必要となっていくということが知れてよかった。</p>  | <p>アルバイトでも同じで、仕事をする上で、いただく報酬に対し、自分がどれだけの価値を生んだか、都度顧みるのも面白いです。</p>   |
| <p>MFTにおいて、技術や機能から考えたマーケティングについても考えたいと感じた</p>   | <p>是非試してみてください。ビジネスアイデアが生まれたら、学生のうちにビジネスを始めることもありかと思いません。</p>   |
| <p>マーケティングの基本について話すと同時に、変化する社会の問題点や仕事をマクロに捉え、不安を煽っていた。そのうえで自社のリクルートのためのブランディングをしており、さすが企業人と感じた。</p>   | <p>社会の中で、一つの会社は小さな組織です。でもその小さな組織であっても、企業活動は社会に繋がった活動をしています。企業のステークホルダーである社会にどれだけ役立てるのか、どう評価されているのか、常に気にしながら活動しています。</p>           |
| <p>今回の講義で一番印象的だったのが、労働形態によって時給が全然違うということです。例えばアルバイトは時給800円ですが、コンサルタントになると時給80000円になると知り衝撃を受けました。日本人は保守的なので左によりがちなのは納得いきました。とりあえず大学まででて社会にでるとというのが日本のスタンダードな流れになっているように感じるからです。ファーストキャリアで大企業に勤められれば転職において比較的有利になると思うので、就活頑張ろうとより強く感じました。</p> | <p>就職活動、頑張ってください。企業との出会いも一期一会です。その出会いがどんなものであっても、そこで皆さんの経験が失敗や成功、どんなものに繋がろうとも、そのプロセスが存在することが重要で、皆さんの人生において、必ず意義のあるものになると思います。</p> |
| <p>VUCA時代のマーケティングでは以前まで異なり多種多様な要望を持つ顧客に対しての需要を満たす必要がある。そのためには、時代とともに臨機応変に対応していかなければならないことが分かった。</p>   | <p>まわりを観察する力を養うことは、大変重要かと思えます。他人が変化と感じてないものを、自ら早々に発見すること、これがイノベーションにおける行動の起点になり得るということです。</p>                                     |

|  |   |
|--|---|
| <p>クラレのマーケティングについて説明していただき、どのようにビジネスが成り立っているのか知ることができた。他の企業のビジネス、マーケティングの仕方について知るのも面白いと感じた。</p>  | <p>アマゾンモデルの変遷研究はいろいろな本で語られていると思いますが、面白いですね。これで、日本のIT企業のビジネスモデル展開が制約されてしまっておりますが、寧ろGoogleマップなどAPI連携することで新たな強いアイデアをクイックにビジネスに繋げることが可能となっておりますね。</p> |
| <p>マーケティングに関しての知識が全然なかったので、思ったよりも複雑で入り組んでることを初めて知りました。また、企業にとってはかなり大事な分野であることが分かりました。</p>  | <p>マーケティングの基本を教える本がたくさん出てます。よかったら読んでみてください。技術系の皆さまにも必ず役に立つ学びになると思います。</p>   |
| <p>誰もが考えのつかない新商品を作るのか、世の中のニーズに合わせて作るのか、マーケティングにも色々あることや、内部に向けたマネジメントにも似たマーケティングがあるとわかった。また、近年環境に対しての重要性というものが企業としてのブランディングや株価といった面でも上がってきているのだなと実感した。</p>  | <p>現在世の中は温暖化防止にGHG削減に走ってます。中国などは寧ろ、日本よりかなり進んだ施策を始めています。実はこのままでいくと、無策とはいえませんが、効果的な政策判断が出来ていない日本はじり貧になっていくと、日本の専門家たちは警笛を鳴らし始めています。</p>              |
| <p>マーケティングもセグメントマーケティングやデジタルマーケティングなど一様でないことが分かりました。環境に良いことを行うことは企業のブランディングの一つでもあるというは興味深かったです。クラレさんがナンバーワン、オンリーワンの製品を開発されているのに驚きました。水に溶けるフィルムが使われた洗剤を実際に使っているので、身近なところでとてもお世話になっていることが分かりました。</p> | <p>実は世界の多くの皆様が、間接的に、当社の製品をご愛顧いただいております。自分の開発した技術やコンセプトが社会に役立っているという、非常にやりがいのある仕事です。</p>   |
| <p>機械化が進む今の時代に求められていることは情報を右から左に処理する能力ではなく、情報の価値を見抜く能力だということが分かった。</p>   | <p>昨今情報量が多すぎて、右から左だけでもさばけなくなり、情報の有意義な活用が、AIに負けてきております。それは仕方ないのですが、最後人間ができる仕事は何か、を自らの将来の仕事に照らし合わせて考えてみるのもいいかもしれませんね。</p>                           |
| <p>デジタルマーケティングのような時代や情勢の変化に対応したマーケティングだけでなく、ブランドマーケティングのように定着に時間のかかるマーケティングも重要な要素であることが分かった。</p>   | <p>海外の社員は学生自体、マーケティングを学んだことのある方が多く感じます。多分、大学のカリキュラムの違いなのかもしれませんね。機会があったらいろいろな本が出てますので、読んでみてください。</p>  |
| <p>マーケティングという言葉自体はよく耳にしていたのですが、具体的な意味合いは知らずに使っていました。本講義で、深い知識を身につけることができました。</p>   |   |

|   |   |
|---|---|
| <p>時間の節約・無駄の削減・利便性・安全が認められた洗剤を開発した話が興味深かった。普段何気なく使用している洗剤にも色々なニーズに応えられるようなものになっていることを知った。</p>   | <p>実は世界の多くの皆様が、間接的に、当社の製品をご愛顧いただいております。自分の開発した技術やコンセプトが社会に役立っているという、非常にやりがいのある仕事です。</p>                                     |
| <p>組織として答えのない問題に挑んでいく上で、マーケティングが重要であるとわかった。自分の仕事や役割に従事しているだけで満足せずに、市場の動きを意識しながら、価値を創造していく必要があると感じた。そのためには、デザイン思考を身に着けていくことが不可欠であると考えられる。</p>  | <p>そうなんです。人生の様々な場面で、デザイン思考の重要性が感じられるべきことがある筈です。重要なのは、そのことに気づくか否かだと思います。</p>   |
| <p>市場や顧客を把握したり分析する能力、情報を得る能力が大事だと思った。顧客のニーズにあわせた商品を開発するのがこれから大切であると感じた。更にこれからのマーケティングをするために、人材育成をすることで世代が変わっても会社が長く続いていけると感じた。</p>  | <p>海外の社員は学生時代、マーケティングを学んだことのある方が多く感じます。多分、大学のカリキュラムの違いなのかもしれませんね。機会があったらいろいろな本が出てますので、読んでみてください。</p>                        |
| <p>世の中のニーズに合わせたモノを作るには、市場のことを分析することが大切だと分かった。また、市場は常に変化し続けるので、その変化に対応しながらモノづくりをすることが大切だと分かった。マーケティングの中で最も重要なことは、人材育成であることが分かった。その中でも最後までやりきることが重要であると分かった。</p>  | <p>人材育成は、教えるから始まるのでなくLearningから始まるべきと思っています。学びたくないことを教えられても身にならないですから。ですから、弊社では、なるべく、社員に手上げしてもらう形で、様々なクラスを提供するようにしています。</p> |
| <p>変化に強い会社というお話にとても共感しました。私は今年20周年になるスポーツチームに所属していますが、昔のルールを執拗に守っていくと、チームとしてうまくいかないだろうと思うことがあります。スポーツは昔からの規則を守り続ける風習が強いですが、1,2年で劇的に変わっている社会に合わせて変化することは大切だと私も思います。会社も同じことだと聞いて、これから就活していく中で社会の変化に敏感に意識している企業を探す視点も持っていこうと思いました。</p> | <p>最後の部分、重要だと思います。旧態依然としている会社より、常に変わろうとチャレンジしている会社のほうが、面白い筈ですし、仕事は大変かもしれませんが皆さんが成長されるいい場となる筈です。</p>                         |

|  |   |
|--|---|
| <p>コロナ禍により、世界中でデジタル上での処理が進む中、マーケティングにおいてもデジタル化が進んでいるということがわかった。さらに、デジタル化はサステナブルな社会を実現するうえでとても重要なプロセスであることもわかった。</p>  | <p>デジタルはBtoCだけでなく、BtoBビジネスでも進んでいます。現在、デジタル人材は不足していますが、これからは、デジタルのリテラシーが当たり前のよう求められると思います。</p>                       |
| <p>「これからの仕事はAIにとって代わられてしまう。情報を処理する力でなく、情報から新たな価値を見出す人が生き残る。」という話をされていた。私自身、これには強く共感した。現在、研究でおこなっている解析手法は今後、人工知能などにより自動化されることは間違いないと考えており、今やっている解析技術だけを求められる企業を就職先の候補に入れるのは危険であるとさえ感じている。他の技術と組み合わせることで新たな価値を見出すことができると考えており、どのような技術と相性がいいのか、うまくいくのか、といったことは、異分野の方とのコミュニティや話を聞く機会が必要であると感じている。卒業までにそういった機会には自分から飛び込んでいこうと思った。</p> | <p>よく理解できてますね。日本は個々の良い技術を持っているのですが、うまくビジネスに繋がられない時期を過ごしてきました。学生時代から、視野を広め、コミュニケーション能力を高めておくことは、必ず、将来の糧になると思います。</p> |
| <p>マーケティングについて細かく知れた。またクラレという会社についてあまり認識がなかったが、色々な分野の素材を作っていて、専門性に囚われないで研究など行っていてすごいなと感じた。</p>   | <p>実は世界の多くの皆様が、間接的に、当社の製品をご愛顧いただいております。自分の開発した技術やコンセプトが社会に役立っているという、非常にやりがいのある仕事です。</p>                             |
| <p>マーケティングは顧客を相手にするものであるが、根本としては社員の興味、好奇心のもとに開発していくことが重要になってくるということが分かった。</p>  | <p>やりたいことをやってもらうことで、社会貢献ができビジネスに繋がる。この勝利のパターンを加速化するのが企業にとって重要なマネジメント力となります。</p>                                     |

変化に強い会社には他社より早く市場変化に気づく、変化を機会ととらえる風土、機会を生かすべく内部変革する力が変化に強い会社に必要なものであると考えられていて、そのためになにも動かないのではなく、行動に移すことができる姿勢こそが重要になっている。また、人の行動を詳しく観察して、行動のモチベーションと何を達成しようとしているのかを観察し、人のニーズを理解する、これを行い、ビジネスを開発できるようにしていかなければならない。また、会社としても、自分としても成長するには、人への好奇心・繋がる力が重要であり、現場力・現物への好奇心、デザイン力/ワクワク想像力、最後までやりきる力が大切である。これは今日の授業のキーワードでもあったので、今後の生活や研究活動において以上に挙げた点に注目して、日々を取り組んでいきたいと思いました。

自分が想像していたマーケティングは、企業の一部でその一環を担っているといった状態でしたが、本日の講義を聞いて、対企業のみならず自社内の従業員それぞれがマーケティングを意識していかなければ企業として長く成長し続けることはできないのだと感じました。また、能力を高めるだけでなく、人と人との繋がりがどの企業においてもどの人材にとっても、非常に大事になってくるという事にとっても関心を持ちました。

マーケティングとして価値の見出し方を知ることができました。MFTの考え方、そして、それを行き来する考え方が面白いと思いました。チャレンジ精神がビジネスにいい勢いをつけているのが印象的でした。

クラレはテレビのCMでよく知っていたけれど身近なものに使われている素材を作っていることを知った。海外の有名企業が環境にいい材料を使うようになり、コストが今までよりかかるにも関わらず使い続けているのは企業価値が上がるからというのは納得しましたが、利益は減ってしまうのではないかと思った。

そうですね、普段のちょっとした観察からいろいろ考えをめぐらす力が備わってくると、また、それが行動に繋がってくると、様々な面白いことに遭遇する人生になると思います。これは仕事だけではないのと思いますし、是非今の想いを大切にしてください。

するどいですね、利益は絶対に確保しないと、企業活動は続けられません。ただ、利益だけを追い求めると、どこかで、企業は価値を失う可能性があります。利益と価値創造はSustainabilityにおいて離せない要素です。これでいつも我々は悩みチャレンジし続けております。

|  |  |
|--|--|
| <p>マーケティングとは外に向けたものであると考えていたが、うちに向けたものもあると初めて知ることができた。</p>   | <p>そうですね、インナーブランディングは、社員を大切に、会社で働いてもらうことに喜びを感じていただくために重要なファクターですね、ここから思いもよらないアイデアが生まれてきているのも事実です。</p>                        |
| <p>世の中の移り変わりによりマーケティングがどう変化するかについてよく分かった。また、商業の重要性を感じました。今回で言うと「クラレ」さんについてはミラバケツソで知っていた。MFTのように様々な研究、商品開発などへのアプローチ方法があることを知れた。</p>                                     | <p>実は世界の多くの皆様が、間接的に、当社の製品をご愛顧いただいております。自分の開発した技術やコンセプトが社会に役立っているという、非常にやりがいのある仕事です。</p>                                      |
| <p>マーケティングの話とても難しかったです、色々な戦略があって面白いなと思いました。オンラインでのマーケティングはコロナ禍がいつ終わるか分からないのですがこれからの主体になっていくのかなと思いました。何事もまずは行動してみようと思いました。</p>  | <p>そうですね、普段のちょっとした観察からいろいろ考えをめぐらす力が備わってくると、また、それが行動に繋がってくると、様々な面白いことに遭遇する人生になると思います。これは仕事だけではないのと思いますし、是非今の想いを大切にしてください。</p> |
| <p>市場のニーズを満たすために市場の情報を探り、価値を生み出して利益を上げることと改めて知ることができました。マーケティングもコロナによって戦略が変わってきていて、とにかくやってみてやり切ることはマーケティングにおいても大事であることを知りました。</p>                                      |  |
| <p>今回はマーケティングについて、貴重な講義ありがとうございました。マーケティングは世の中の変化に最初に気づくことが重要で、それを1人ではなく他の企業とも協力してやっていかなければならないと思いました。このコロナ禍でもマーケティングが非常に重要で、オンライン化が進む現在でもより大きな役割を果たしていることがわかりました。</p> |  |
| <p>ディズニーの風船や洗剤のフィルターなど身近なものに使われていて興味を持ちました。</p>  |  |

|  |   |
|--|---|
| <p>オンライン展示会を昨年4月に開催してみようという計画性と行動力だけでなく、開催した際に経験したことを生かして今後行うオンライン展示会をより良いものにするためのシステムを追加するという分析、改善をしており、言葉として出していないが、PDCAを忠実にやっているのだと感じた。</p>   | <p>そうですね、普段のちょっとした観察からいろいろチャレンジ行動に繋がってくると、様々な面白いことに遭遇するわけです。まずはやってみることからだと思ってます。失敗してもそれは次へのチャレンジに必ず繋がってくると思っています。</p>       |
| <p>Market Function Technologyの順番が逆になったのは、自分から売り込まなければいけない現代の風潮なんだなと感じました。</p>  | <p>時代は複雑になってきており、技術やモノな発想からではなかなか新しいものが生まれなくなってきてます。Unmet Needsということばが良く使われるようになってますが、これも個人個人で異なってきています。観察力が重要です。</p>       |
| <p>以前はテクノロジーから商品が作られていたが、現在はテクノロジーでもファンクションでも商品からでもアイデアを出して商品を作る時代に変動してきているということを理解しました。いいものを作るためには会社と会社とで協力して作ることが大事だと分かりました。リマインドの効果が実際にあるんだなあとデータを見て思いました。その中でオンラインでもマーケティングができるということを学びました。人材育成が非常に大事だということが分かりました。人材育成で人への好奇心や繋がる力、現場力そして最後までやりきる力などが大事だということが分かりました。</p> | <p>人材育成は、教えるから始まるのでなくLearningから始まるべきと思ってます。学びたくないことを教えられても身にならないですから。ですから、弊社では、なるべく、社員に手上げしてもらおう形で、様々なクラスを提供するようにしています。</p> |
| <p>マーケティングについて考えたことがなかったため、大変勉強になりました。</p>   | <p>海外の社員は学生時代、マーケティングを学んだことのある方が多く感じます。多分、大学のカリキュラムの違いなのかもしれませんね。機会があったらいろいろな本が出てますので、読んでみてください。</p>                        |
| <p>どのような価値を提供すれば市場のニーズを満たせるかを探り、利益を上げることをマーケティングという。利益を上げるためには他社より早く市場変化に気づき、変化を機会と捉える風土の中、活かして内部変革する力が必要となる。そうすることで変化に強い会社になり、利益が右肩上がりになり成長につながるということが分かった。クラレでは世界ナンバーワン、オンリーワン事業を行っており、そこで他社と差を作り、さらには他社と協力し、新しい事業を展開していることがわかった。マーケティングよりも企業の成長について学ぶことが多くあり、ためになった。</p>    | <p>実は世界の多くの皆様が、間接的に、当社の製品をご愛顧いただいております。自分の開発した技術やコンセプトが社会に役立っているという、非常にやりがいのある仕事です。</p>                                     |

|   |   |
|---|---|
| <p>どのマーケティング体制においても、自社製品のことだけを考えるのではなく、どのようなニーズに対するものなのか、誰がその製品の価値を見出すのかを考えることが大切であると学びました。ブランドの信頼性は外からの評価だけでなく、内からの評価も重要であるところを学びました。</p>  | <p>海外の社員は学生時代、マーケティングを学んだことのある方が多く感じます。多分、大学のカリキュラムの違いなのかもしれませんね。機会があったらいろいろな本が出てますので、読んでみてください。</p>                                      |
| <p>時代に合ったイメージ付けをすることの重要性を学ぶことができました。自分も挑戦し続けることができる会社で新しいことに挑戦し成長できる人材になりたいと思いました。</p>  | <p>そうですね、普段のちょっとした観察からいろいろ考えをめぐらす力が備わってくると、また、それが行動に繋がってくると、様々な面白いことに遭遇する人生になると思います。これは仕事だけではないのと思いますし、是非今の想いを大切にしてください。</p>              |
| <p>社会の要求や、まだ社会が必要とはしていないが、潜在的に需要があるものから商品を開発するという話はいろいろな会社の方もしており、改めて重要なのだと認識した。世界中の社員に自社のブランド価値を認識してもらう取り組みが大変興味深かった。</p>  | <p>実は世界の多くの皆様が、間接的に、当社の製品をご愛顧いただいております。自分の開発した技術やコンセプトが社会に役立っているという、非常にやりがいのある仕事です。</p>   |
| <p>マーケティングの概要以上に、実際に会社で行ったマーケティングの実例に関しての話を聞くことが出来たため、非常に内容として参考になる話であった。</p>   | <p>海外の社員は学生時代、マーケティングを学んだことのある方が多く感じます。多分、大学のカリキュラムの違いなのかもしれませんね。機会があったらいろいろな本が出てますので、読んでみてください。</p>                                      |
| <p>今回の講義の中で、マーケティングをする上で商品やサービスの価値をどのようにしてつけるかの考えたかを学ぶことができた。また、長期的な戦略の取り方などの重要性も学ぶことができた。特にアマゾンとアスクルの企業発展の話はとても印象に残った。</p>   | <p>そうなんです。人生の様々な場面で、デザイン思考の重要性が感じられるべきことがある筈です。重要なのは、そのことに気づくか否かだと思います。現在の成功者は、気付いて実行に移すサイクルを回しているうちに、成功に繋がってきたはずですよ。まずは思い立ったら行動、ですね。</p> |
| <p>現在マーケティングが非常に重要だと思いました。特にデザイン思考がより興味深い話でした。日本はどちらかと言うと技術から商品を開発していると思います。iphoneは人々が便利に使えるからとマーケットから開発されたと考えています。GAFAMはこの人々が何を求めているのか考えるのが上手だからここまで企業が大きくなったと思います。また、これは資本主義で利益を出すためには必要なことだと思います。また、AIの時代で情報を編集して何が必要なのか考えていくことが重要であることが印象に残りました。私は考えることが苦手で単純作業を得意としているので、これからの何が求められているか考えていく能力を身に付けていきたいです。</p> | <p>海外の社員は学生時代、マーケティングを学んだことのある方が多く感じます。多分、大学のカリキュラムの違いなのかもしれませんね。機会があったらいろいろな本が出てますので、読んでみてください。</p>                                      |

|  |   |
|--|---|
| <p>マーケティングと聞くと、消費者に対して商品をどのように売るかというのだと思っていたが、人材育成もそこに関わっているとは考えたことがなかった。また、会社に関わる部分でのデザインの統一というのも、イメージに直接結びつくので重要なモノであり、テンプレがあることによって、デザインコストの削減にもつながるということがよく分かった。VUCAやMFTといったビジネスにおける考え方について知らないことがたくさんあるので、講義を通して少しずつ理解できてとても良かった。</p>   | <p>海外の社員は学生時代、マーケティングを学んだことのある方が多く感じます。多分、大学のカリキュラムの違いなのかもしれませんね。機会があったらいろいろな本が出てますので、読んでみてください。</p>  |
| <p>様々なことに失敗を恐れず挑戦することの大切さを学べた。オンライン展示会のような当時では結果がどうなるかわからなくとも新規性のあることを行うことがより大事だと思う。</p>   | <p>そうですね、普段のちょっとした観察からいろいろ考えをめぐらす力が備わってくると、また、それが行動に繋がってくると、様々な面白いことに遭遇する人生になると思います。これは仕事だけではないのと思いますし、是非今の想いを大切にしてください。</p>                    |
| <p>普段かかわることのないマーケティングに関する知識が得られたことはいい機会となった。</p>   | <p>海外の社員は学生時代、マーケティングを学んだことのある方が多く感じます。多分、大学のカリキュラムの違いなのかもしれませんね。機会があったらいろいろな本が出てますので、読んでみてください。</p>  |
| <p>マーケティングとは何かという事良く考えられました。kuraray社での材料も開発に関するお話など自身の研究室での研究内容に少し近いものもありとても面白いお話でした。</p>  | <p>海外の社員は学生時代、マーケティングを学んだことのある方が多く感じます。多分、大学のカリキュラムの違いなのかもしれませんね。機会があったらいろいろな本が出てますので、読んでみてください。</p>  |
| <p>早く外部環境変化を気づくと市場機会になるが、遅い段階で気づくと市場脅威になります。早く市場の変化を気づくことが大事です。市場の需要に応じて、機能や技術を開発する考え方があり、技術があって、市場へその技術を広げる考え方もあります。会社間の協同研究や協力開発することより優れた利益を得ることもあります。情報から新しい価値を生み出すのが重要であることを感じました。近年、YouTubeなどには教育系や映画・アニメ紹介の動画製作者が増えている、既存のもの（情報）を簡約にまとめて視聴者に教えることで視聴回数も多くなり、非常に儲けていた動画制作者はたくさんいたと思います。社員は良い雰囲気で働くと会社全体の利益の向上にも繋がります。人材育成は会社にとっては最も重要で、その中最後までやりきる力が一番大事だと考えます。</p> | <p>そうですね、普段のちょっとした観察からいろいろ考えをめぐらす力が備わってくると、また、それが行動に繋がってくると、様々な面白いことに遭遇する人生になると思います。これは仕事だけではないのと思いますし、是非今の想いを大切にしてください。思い立ったら行動してみる、ですかね。。</p> |

|  |  |
|--|--|
| <p>今後、オンラインでの活動が主流になっていくということが個人的には残念な気がするのですが、オンラインでのメリットもありますし、世の中の流れということでその状況下で動ける人になりたいと思いました。</p>  | <p>そうなんです、オンラインでもコミュニケーションできる人、これはポストCOVID19においてもニュースタンドになるでしょう。スキルを磨いてみてください。</p>   |
| <p>ブランディングについて。ブランドの顔となるデザイン等について考慮することでよりよいブランディングが可能になると考えられる。マーケティングの定義等凄い考えさせられる講義だった。</p>   | <p>海外の社員は学生時代、マーケティングを学んだことのある方が多く感じます。多分、大学のカリキュラムの違いなのかもしれませんね。機会があったらいろいろな本が出てますので、読んでみてください。</p>   |
| <p>クラレの世界ナンバーワン・オンリーワン事業の1つ1つ商品は全てマーケティングが関わっていることや、1つの商品の川上から川下に至るまで、様々な会社の人々が関わっていることがわかった。コロナ禍において、中野さんの「やってみよう」という言葉でオンライン展示会を実施したところ、想像以上の結果となり、一回やってみる、ということが大事であることがわかった。この中野さんの「やってみよう」というのは、人材育成において重要な「繋がる力・現場力・デザイン力・ワクワク想像力・やりきる力」が根底から関わっていると感じた。</p> | <p>そうですね、普段のちょっとした観察からいろいろ考えをめぐらす力が備わってくると、また、それが行動に繋がってくると、様々な面白いことに遭遇する人生になると思います。これは仕事だけではないのと思いますし、是非今の想いを大切にしてください。思い立ったら行動してみる、ですね。。</p> |
| <p>ミラバケツソの commercials で存じ上げておりましたがこれだけ多くの事業を展開なさっていることは今日初めて知りました。「素材産業」をキーワードに多種多様なマーケティングを経て、世界を巻き込んだ事業展開をなされている点が素晴らしいと思いました。そんなグローバルな企業でも大切にされているのが人づくりだと知り、どれだけデジタル化が進んでも、人と人のつながりは切れないのだと思いました。本日は興味深いお話をどうもありがとうございました。</p>                                | <p>人材育成は、教えるから始まるのではなく Learning から始まるべきと思ってます。学びたくないことを教えられても身にならないですから。ですから、弊社では、なるべく、社員に手上げしてもらおう形で、様々なクラスを提供するようにしています。</p>                 |
| <p>デザイン思考の重要性が分かった。また、コロナ禍でのマーケティングの変化として、オンライン化の例を聞くことができてよかった。特に、展示会での追跡による顧客の興味に合わせたメールの話と、組織横断型のチームでプレゼンするということが印象に残った。B to B 企業のマーケティングのイメージがつかめなかったため、それを知るいい機会になったと思う。</p>  | <p>そうなんです。人生の様々な場面で、デザイン思考の重要性が感じられるべきことがある筈です。重要なのは、そのことに気づくか否かだと思います。現在の成功者は、気付いて実行に移すサイクルを回しているうちに、成功に繋がってきたはずなんです。まずは思い立ったら行動、ですね。。</p>    |

|  |   |
|--|---|
| <p>「マーケティング」については、あまり考えたことがなかった。METやPEST分析など、色々と知らなかった言葉が出てきたので、個人的に「マーケティング」について勉強してみたいと思う。</p>   | <p>海外の社員は学生時代、マーケティングを学んだことのある方が多く感じます。多分、大学のカリキュラムの違いなのかもしれませんね。機会があったらいろいろな本が出てますので、読んでみてください。必ず将来役に立つと思います。</p>  |
| <p>これから就職を考える上で非常に為になる講義だった。マーケティングについて曖昧な知識しかなかったので、意味を理解できてよかった。社会人として、市場の変化をいち早く捉え、また機会を活かすべく内部変化を考えることが大切だと学んだ。今できることをしっかりとやり、大学院を卒業したときにしっかり動ける人になりたい。</p>                      | <p>そうですね、学生時代にいろいろなことが学べる、素晴らしいことですよね。このご時世、簡単に様々な勉強ができるわけですし、是非とも、興味あるところから、学びを深めていってください。社会人になると、学びを活かせる面白い現場が沢山あります。</p>   |
| <p>社会のニーズを考え、価値を創出するための心構えを学んだ。</p>  |   |
| <p>ある製品のある部品を改良しようとした場合、新しい素材が必要になることが多々あると思います。その場合、その部品の制作を依頼している企業を別の企業に変更する必要があると思うのですが、それを繰り返しているとその製品に関するあまり知られてくれない情報（企業秘密）も拡散してしまう懸念があると思います。その辺りの葛藤はあるのかどうかの質問がしたかったです。</p> | <p>鋭い質問ですね。私たちもこの命題については、いつも葛藤しております。企業としての価値を追求すると、どうしても知財戦略などで頑ななマネジメントが求められます。一方、世の中のスピードに追い付いて、社会実装を優先しようとする、自社の収益性が失われます。当面は、各企業はバランスを取ることが重要ですし、将来はオープンイノベーションや企業間コラボレーションの加速化など、稼ぎのモデルを開発していかないと、地球全体の価値を落としていくことになるでしょう。。</p> |
| <p>正直、マーケティングというものが何かよくわかっていなかったが、今回のセミナーを通して事例に絡めて学ぶことができた。</p>   | <p>海外の社員は学生時代、マーケティングを学んだことのある方が多く感じます。多分、大学のカリキュラムの違いなのかもしれませんね。機会があったらいろいろな本が出てますので、読んでみてください。必ず将来役に立つと思います。</p>  |

|   |  |
|---|--|
| <p>仕事をする上で、従業員が「やらされている」のではなく、進んで仕事をするという話が印象に残りました。考えてみれば至極当たり前なことではあるのですが、これから先20年、30年と勤める可能性のある会社で楽しい、やりがいのある部分を自分から見出せなければただひたすら時間の経過を待つだけの社会人生活になってしまうので、その辺を意識したいなと思いました。自分が能動的に動けるかどうかは自分次第ではありますが、そう動きやすい職場を見つけるためにも、今から業界研究、企業研究をするべきだと感じました。</p>  | <p>そうですね。自分の仕事を見つける時に、まわりの価値観に流されないことはとても重要なことだと思います。そのためにも、学生時代に、社会のことを良く学んで、自分がどんなことに向いているのか、と照らし合わせることもやってみたらと思います。あとは、人生一期一会ですから、様々な出会いから自らの人生は切り開かれていくはずですよ。期待感を持って社会に出てください。</p>   |
| <p>材料の会社でありながら、素材を開発するだけでなく新しい活用法をどんどん提案していくという点が新鮮で、メーカーのイメージが変わりました。現在のVUCAの時代に求められていることがよくわかりました。企業側もどうなっていくかわからないという状況下で企業に寄り添う形（一緒に考える）で提案をすることが必要なんだと感じました。そのためには自社のことも含め、世界の状況を把握していることが必要であることが求められることが印象的でした。そこにマーケティングの面白さがあるのではないかと感じました。また社内の改善や新しい取り組みが頻繁に行われているという点がとても好印象でした。素材ごとの部署があると、その部署のことだけ知ってればいいという考えになりがちですが、横のつながりを構築できているという点が素晴らしいと感じました。今までの縦割りから、横のつながりを作り出すのをどのように成功させられたのでしょうか？</p> | <p>縦割りから横へ串を通す作業は、ある意味、文化や風土を改革する行為です。一番重要なのは、皆さんを巻き込むことです。そのために徹底的に多くの人たちを交流することです。変わりたい人＝同士をみつけ、変わりがたくない人に代わるとこんなにもいいことがあるかも、を小さくてもいいから実証して感じてもらい、徐々に、マインドセットを変えていってもらおう。グローバル各拠点で、多くのワークショップを開き、これからありたい会社の姿を語り合ったり、人の形にして描いてみたりして、その活動を全社に宣伝したり。。。結構面白いですよ。そのうち、会社の偉い人たちも「確かに変わらないといけないなあ」と感じはじめのわけですね。ボトムアップ、トップダウン、ミドルの守りの人たちも攻めに転じる、といった構図が成り立ってくるわけです。。</p> <p>これって、例えば、皆さんが、大学で、新たなプロジェクトを提案し、始める際も同じプロセスが使えるかなと思います。</p> |
| <p>まずやってみて早く失敗するという行動力が成功するためにも必要であると感じた。</p>   | <p>これが全てです。今のベンチャーの世界では、当然、グローバル標準化されてますが、大きな会社にも求められているのが最近の実態ですね。</p>  |

|  |  |
|--|--|
| <p>マーケティングについての講義でしたが、ブランディングに関して非常に興味深を持ちました。ブランディングのうち、インナーブランディングという部分があり、それが非常に大切だと感じました。社員の満足感や社員の成長がなければ、変化に強い企業として成長し続ける会社になることはないということがよく伝わりました。最後にいくつか質問なのですが、インナーブランディングをした際、その効果や結果に対する評価や結果はどのようにつけるのでしょうか？また、本筋から外れたお話になると思いますが、時給に関するスライドではコンサルティングが最も時給の高い職業として載っていたと思います。一般的にこの傾向は強いと思いますが、なぜコンサルティング業が時給の高い職業となるのでしょうか。また、中野さんは一つの会社にずっと勤めてらっしゃるとのことでしたが、そのような場合のメリットは何でしょうか。</p> | <p>鋭い質問ですね。インナーブランディングの効果は、定期的に社内サーベイ(アンケート)で定量的に調査をすることでマインドリセットの効果は見える化します。これが中長期で帰京の業績にも繋がる、を期待しているわけです。また、コンサルの時給が高いのは、1. これまで多くの企業運営を改善してきた際のノウハウがあり客観性があること、2. そもそも時給が上がる前の若手コンサルたちは夜中まで良く働きプロになる努力をしています。私は、幸運か不幸化、たまたま現会社常にどこかで何かしらの目的が必要とされてきたため転職する機会がなかったからかと思いますね。</p> |
| <p>ミッキーの風船など、デザインのある風船を小さい頃によく買ってもらっていたので、今回の話者の方が発明者だと知り、少し親近感を感じた。</p>   | <p>実は世界の多くの皆様が、間接的に、当社の製品をご愛顧いただいております。自分の開発した技術やコンセプトが社会に役立っているという、非常にやりがいのある仕事です。</p>  |
| <p>仕事による年収の違いのグラフを見て、自分の能力を生かして、給料の高い職に就きたいと思いました。また、コロナ渦などの大きな問題が訪れても、それらにうまく適応して、うまくやっていく能力が必要であることが分かりました。自身が大学で習ったことを新しいアイデアにつなげることやデザインに生かす、うまく外にアピールできるような能力をつけていきたいと思っています。</p>   | <p>そうですね、普段のちょっとした観察からいろいろ考えをめぐらす力が備わってくると、また、それが行動に繋がってくると、様々な面白いことに遭遇する人生になると思います。これは仕事だけではないのと思いますし、是非今の想いを大切にしてください。思い立ったら行動してみてくださいね。。</p>  |

質問：マーケティングの一部で、自動車業界のペスト分析のお話がありましたが、このような社会情勢を踏まえた業界分析をしたいです。専門家ではない学生目線でペスト分析のような業界分析する方法はありませんか？感想：今日の講義で1番驚いたことが、「サステナブルな物質は高くても売れる、なぜなら再生可能な物質を使うことで企業価値が上がるから」ことです。最近、TVでSDGsの特集を何度か拝見しました。様々な企業がSDGsに取り組んでいることは知っていましたが、「企業価値を上げるために環境にいいものを使う」のは結果としては良い方向に向いてはいるものの、企業価値をあげるという目的があるのは、まだ本質的なSDGsになっていないのではと少し思いました。

SDGsは企業が稼ぎながら進めないと、企業も活動できなくなります。そこが昔はジレンマだったのですが、昨今は、顧客がそこに価値を認めてくれお金を払ってくれようになっているので、回り始めているわけです。アメリカのウォールマートなど、有機野菜を偉く高く売ってますが、顧客層は確実に増えているようです。PEST分析は、ググってみてください。例えば、  
<https://cyber-synapse.com/dictionary/en-all/pest-analysis.html>

どのような価値を提供すればターゲット市場のニーズを満たせるかを考える、そしてその価値を生み出し、顧客に届け、利益を生み出すことがマーケティングであることがわかった。また、マーケティングを行う上で、変化に強い会社であることも大切である。「Market Function Technology」を順番に取り組むのではなく、常に行き来できるようにすることで、変化に対応できるようになることもわかった。公判では、クラレのB to Bマーケティングの具体的な例を紹介していただいた。ある製品の素材を、1割高くても使うという話を通じて、デザインの大切さもわかった。最後に、やはり一番大切なのは人材育成であることであり、なんともいえない俗人的な部分はどの業種にも共通して言えることであることを再認識した。

人材育成は、教えるから始まるのでなくLearningから始まるべきと思ってます。学びたくないことを教えられても身にならないですから。ですから、弊社では、なるべく、社員に手上げしてもらおう形で、様々なクラスを提供するようにしています。

クラレという企業は講義の中にもあった未来に化ける新素材のCMにより強烈な印象があり既に知った企業であったが、その実がどのような物を作る会社かという事はほとんど知らなかった。我々が生活の中でよく利用する洗剤のビニルや風船の発想などとてもクリエイティブな会社であった。また、人材育成に関して雇用社会にまだ属していない自分では未知の部分が多く、今回会社側が我々新社会人をどう扱いどう思ってくれているのかを知れるとても良い機会だった。

|   |  |
|---|--|
| <p>「現在のB to B企業は受け身で注文を受けて商品を開発するのではなく、商品開発して企業に売り込む戦略をとっている」という話を聞いて実際にB to B企業で働く様子が想像できた。今後就職活動をする上で参考になると思った。</p>   | <p>実は世界の多くの皆様が、間接的に、当社の製品をご愛顧いただいております。自分の開発した技術やコンセプトが社会に役立っているという、非常にやりがいのある仕事です。</p>  |
| <p>デザイン思考の成功例紹介でダニ駆除シートについて機能として「オイルを添加できる」と仰っていましたが、その機能とダニ駆除というニーズがどのように結びついたのかが知りたいです。また中野さんが実際にニーズを探すためにしたことは何ですか？</p>  | <p>ダニトリーゼのポイントは、プラスチック製の捕獲ネットに油で溶かしたダニが好きなフェロモンを封じ込めていることです。この技術のレベルが高く、ダニたちはネットに群がってくるわけです。これは秋庭さんという社員が開発しなのですが、その方は、普段からダニの習性を研究するのが好きで、しかも、お客さまから既存のダニ捕獲技術に満足しておらず開発をお願いされたようです。</p> |
| <p>今回の講義を受講して、マーケティングについて、と言われるとまずは経済の専門的な話をされるのかと考えていたが、そのような話はあまりなく、経済についての知識が少ない自分でも頭に入ってきやすい具体例の多い内容であったと感じた。オンラインにおけるマーケティング活動など、その時その時に応じた臨機応変な対応が出来るかどうか、その会社の今後を占うものなのかなと考える。自分は研究活動において自分で枠を決めることが出来ずに悩んで、実験計画の段階で慎重になりすぎることが多いが、とりあえずやってみる、という精神は今後身に着けたいと思った。</p>                  | <p>そうですね、普段のちょっとした観察からいろいろ考えをめぐらす力が備わってくると、また、それが行動に繋がってくると、様々な面白いことに遭遇する人生になると思います。これは仕事だけではないのと思いますし、是非今の想いを大切にしてください。思い立ったら行動してみる、ですね。</p>  |
| <p>市場と相互にやり取りを繰り返すことで、よりニーズに合った製品を開発していく。そのやり取りをするにあたって、営業態勢を効率化(一本化?)し、会社のブランディングをはかり、デジタルコンテンツを用意し、闊達で誇りある人材を育成していく、という話でしたね。初めの方で、たとえば「どのようなガソリンタンクがほしいですか？」を顧客に聞いて回ったという話がありました。顧客の方では、それまでの取引先との関係や贖戻があると思うのです。先進的な提案やヒアリングをそう簡単に受け入れてもらえるものなのではないでしょうか。そのやりとりに辿り着くまでが大変なのではないでしょうか。</p> | <p>仰る通り、タンクの開発の際は、顧客とのやりとりはかなり四苦八苦しました。金属タンクで満足しているのに、敢えて変えたくないお客様もいましたから。結局、コンセプトをプロトタイプにし、データを取って、ベネフィットを実証する、賛同してくれた顧客と先行事例を小さくても作り、実証していくことから始めました。それは、試行錯誤の繰り返しでしたね。</p>            |
| <p>コロナの影響により、マーケティングのデジタル化の重要性が高まっていることを知った。</p>  | <p>デジタル化は、皆さんのまわりで普通に入ってきていると思いますが、今後よりデジタル人材は求められるようになっていくと思います。</p>  |

|   |   |
|---|---|
| <p>今日の講義でマーケティングという言葉について理解を深めることができた。日本がこの30年間世界の流れに乗ることができていない、その理由と知ることができ、また今後このコロナ渦でどんな企業が成長していくことができるのかを知ることができた。コロナ渦で、デジタル化が進む中でそれに対応できたクラレの話も非常に興味深かった。普段マーケティングのことを考えることがなかったので、商品のみならず企業のブランドや社会貢献の面の重要性について考える良い機会になった。</p>  | <p>海外の社員は学生時代、マーケティングを学んだことのある方が多く感じます。多分、大学のカリキュラムの違いなのかもしれませんね。機会があったらいろいろな本が出てますので、読んでみてください。必ず将来役に立つと思います。</p>                            |
| <p>企業に売り込むための姿勢などが印象に残った</p>  | <p>そうですね、普段のちょっとした観察からいろいろ考えをめぐらす力が備わってくると、また、それが行動に繋がってくると、様々な面白いことに遭遇する人生になると思います。これは仕事だけではないのと思いますし、是非今の想いを大切にしてください。思い立ったら行動してみる、ですね。</p> |
| <p>一概にマーケティングといっても、アナログ寄りまたはデジタル寄りだったり、内向き外向きだったり、様々な種類があることがわかった。普段かかわることがないので、興味深かった。</p>   | <p>日本もマーケティングではBtoCはそれなりに進んでいます。BtoBでは世界に後れを取ってます。これから皆さんが関心を持ってもらい、様々な場面で社会実装していただけることを期待しております。</p>   |
| <p>本日の講義では、マーケティングとは何か？この先生生き残る企業はどのようなことする企業なのかをお聞きすることができ、とても勉強になりました。特に印象に残りましたのは、気になったらやってみるということと、企業の変革に特に重要であるのは、人材育成という部分です。企業に働くにあたって業界の知識や自分の専門分野に関係する知識など、知っておくべき情報はたくさんありますが根幹となるのは、人のモチベーションでありやる気であり、そういった自分から動こうとする気持ちであるとは、目的達成のための方法をしっかりと模索していくことやそのプラスの気持ちを保つ方法を自分で見つけていくことが必要だと今日の講義を受けて感じました。企業についての感想ですが、今回の講義で知られという企業は、お話をきいていて、顧客のニーズに応じてそして、世間の流れに追いついている自分の語彙力が低いですが、すごい企業であるなと思いました。</p> | <p>そうですね、普段のちょっとした観察からいろいろ考えをめぐらす力が備わってくると、また、それが行動に繋がってくると、様々な面白いことに遭遇する人生になると思います。これは仕事だけではないのと思いますし、是非今の想いを大切にしてください。思い立ったら行動してみる、ですね。</p> |

|   |  |
|---|--|
| <p>具体的な話の中でディズニーランドの風船やキューブ状の液体洗剤、ダニの集合フェロモンを利用したダニトリゼなど私達の身近な材料に関する話が、聞いていて非常に興味深かったです。講義の中で登場した「情報を編集して価値を生み出す力」というものが見につくように自分でも意識しながら過ごしていかなければいけないと感じました。マーケティングに関して昔からのアナログ的側面だけではなく、ブランディングやデジタルマーケティングといったデジタル的側面に対する重要性を認識することが出来ました。1点気になったことがあるのですが、クラレ様はコロナ前からテレビのCMなどで度々目にする企業でしたが、コロナによってリアルイベントが減りオンライン化が進展したことで商談やイベントへの参加者が増えたということで驚きました。そこで、コロナ前と後でPR方法の観点やそれ以外の点に関して工夫したことなどがあれば、教えて頂きたいです。</p> | <p>ポストコロナでは様々なことが変わってくると思ってます。特にオンライン上でのコミュニケーション技術ですね。F2Fでは簡単に伝わった微妙な表現やニュアンスも、画面では伝わらなかつたりします。人と人の信頼関係は、一度会うと加速化したりします。ただ重要なところは各自が哲学を持っているかどうかだと思います。オンラインでも、常に相手に伝えたい自らの想いをなんとかしてでも表現する努力が一番重要、画面で見せられる情報は限られていても、自らの哲学と語る抜く力を備えていれば必ずしや、デジタル上で様々な価値が生まれると思っております。</p> |
|---|--|

|  |   |
|--|---|
| <p>自分が将来、どのような職種につくのかは分からないけれど、世の中に沢山ある情報から、新たな価値を生み出せるような人になろうと思った。自分は、今、生態学を専攻しており、自分の研究内容（耕作放棄地化が生物多様性に及ぼす影響調査とシミュレーション）が社会にどのように貢献するのかイメージできていなかったが、今回学んだMarket Function Technologyというものを使い、自分の学んできたものはFunctionにあるのか、Technologyにあるのか考えるとともに、自分が学んできたものが、社会へとどうやって活かしていけるのか、たくさん想像して見つけてやりたいと思った。</p> | <p>面白い研究をやってますね、自分のやっていることの一回り外、二回り外と繋げてみて、夢想することから始めることに賛成です。普段のちょっとした観察からいろいろ考えをめぐらす力が備わってくると、また、それが行動に繋がってくると、様々な面白いことに遭遇する人生になると思います。これは仕事だけではないのと思いますし、是非今の想いを大切にしてください。思い立ったら行動してみる、ですね。。</p> |
|--|---|

博士学生：質問／コメント

回答／コメント

|   |   |
|---|---|
| <p>マーケティングとは、変化する市場環境のなかで、消費者の多様なニーズを満たし、価値を創造し、企業目標を達成することを目的とした事業活動のプロセスと捉えると思う。企業のマーケティング部門（あるいはマーケティングの研究機関）が、どこに市場があるのか、市場規模はどのくらいか、市場セグメントは何か、消費者の嗜好や購買習慣は何か、などを見極め、研究することが重要である。そのあと、得られた調査（研究）結果に基づいて、ビジネス活動を価値のある形で指導する。</p> | <p>世の中に出ている製品やサービスの多くに、その企画と商業化の段階においてマーケティングの要素が入っています。皆さんが普段食べたり使ったりする商品を顧客である皆さんの立場からマーケティング目線で、商業化に至ったのか想像してみると面白いです。</p> |
|---|---|

|  |   |
|--|---|
| <p>マーケティングの『MFT/TFM』は双方に、それぞれ異なる仕事があって面白いと感じた。世の中には様々な戦略があり、それらの活用法によって戦術が更に広がる感覚を想像した。故に、伝統(安定している戦略)を大切にすることも良いが、それらに固執することで足元を掬われかねないのだろう。今回の話から、現在は成長期・競争期にあたり、安定期の期間が終わったのだと改めて認識することが出来た。この変化の大きい世界では、どのような戦術・戦略を取るか、どのように生き残るか等の見通しが非常に大切なのだろう。</p> | <p>伝統と変革のバランスが重要かと思ってます。通常は、変わりたくない人の数が、変わらないといけない=変わりたいと思っている日の数を大きく上回っており、体制の中で粛々と人生を歩むのが省エネになるのですが、社会変革、地球環境の変革が加速化する中で、変える側の人になって社会貢献できる機会は増えていくと思っております。是非とも変える側に人間にかけてみてください。</p> |
| <p>いま現在は世界各国で毎年順調にシェアされている商品でも、これに対抗してくる、より便利な商品とはどんなものがあるのか知りたいと思った。また、その商品にはいままでの、例えばKurarayさんだけの技術以上の技術が求められているならば、どのような技術があるのかと思った。</p>  | <p>これからはSustainabilityでしょうね。当社もいろいろ検討し始めてますが、内外の多くの化学企業も様々なソリューションを開発しております。これからは、個社でなく、複数社が協業して新たなSustainability Solutionを開発していく形態が主流になると思っております。</p>                                  |
| <p>マーケティングに関する講義だったが、データサイエンスの重要性や人間力が重要になるというのが非常に新しかった。</p>  | <p>学生さん相手だったので、是非、皆さんにこれから社会に出るにあたり、何が重要かをお伝えできたらと思いました。普段のちょっとした観察からいろいろ考えをめぐらす力が備わってくると、また、それが行動に繋がってくると、様々な面白いことに遭遇する人生になると思います。</p>   |
| <p>マーケティングに外向きのものと内向きのものがあるという話が印象に残った。</p>  | <p>人間の行為の多くはマーケティング的手法が入ると効果的になると思います。社員のモチベーションを上げるのも、マーケティングの考え方がベースにあります。社員の皆さんは何がしたいのだろう、何に困っているのだろう、というところを知らないと、モチベーションを上げるマネジメントは始まらないかと思っております。</p>                             |
| <p>常に変化する消費者のニーズや社会的問題に対応したビジネスは、まさにVUCAの時代に求められるビジネスの形だなと思いました。マーケティングという言葉聞いて、相手にする企業や消費者など外部からのニーズを満たしたり信頼を構築することばかり頭に浮かんでいましたが、インナーブランディングの話聞いて、商品そのものだけでなく、それを生み出す社員のモチベーションによってさらに良いものが生まれるというマーケティングも非常に重要なのだとわかりました。</p>                           |   |

|   |  |
|---|--|
| <p>MFTの観点やデジタル化などの新しい流れに乗ることによる重要性が理解できた。</p>   | <p>海外の社員は学生時代、マーケティングを学んだことのある方が多く感じます。多分、大学のカリキュラムの違いなのかもしれませんね。機会があったらいろいろな本が出てますので、読んでみてください。</p>   |
| <p>理工科の学生なので、今回は初めにマーケティングという学科を触ります。専門の建築学とマーケティングは共通点があることを気がつきました。それはユーザーを中心に据える考える。建築は、ユーザーの習慣、心理、好みを調べて、合わせてせっけいを行います。マーケティングの場合、ユーザーの目的を達成するために技術を開発し、市場を開発する。研究する時も、よく現実を考えて、社会に役に立つテーマを成り立ちます。さらに、マーケティング分析のように、社会の変化は早めに掴んで、機会になるように考えます。就職する時、マーケティングを中心とし情報を収集して企業の未来を考える、良い提案になれるとおもいます。現時点で最も注目される社会変化は、コロナと米中関係だと思います。例えばコロナを機会として、これからの生活にどう影響されるのは考えて、材料科学の会社はどんな商品を開発すべきのを質問したいです。</p> | <p>おっしゃるとおり建築学とマーケティングの繋がりは必須化と思います。ファラオ王がピラミッドを作る際に考えたマーケティング思考はどんなものだったのか？権力を示し統治の安定、国民と一緒に創り出した神をも超えそうな建築物の創造プロセスにおけるモチベーション向上、話によると実は奴隷制とはいっても農民の農閑期の労働力を活用して創りあげたともいわれてます。ケネディーがアポロ計画を打ち立て成功することで国民に自信を持たせ政治への信頼を勝ち取る、に似ていますね。安藤忠雄さんはかなり視野が広い方だと思います。マーケット＝施工主の要望をなかえながらも、自らのやりたいこと＝他者にできないこと＝自らのCore Capabilityの具現化を果たしていくプロセス。経済だけでなく、政治や宗教にもマーケティングのプロセスは存在していると思います。建築学面白いですね、私も次の仕事は(機会があれば)是非ともやってみたいと思います。</p> |
| <p>日常生活で最近よく聞くマーケティングというワードに関して漠然としたイメージしかもっていなかったが、具体的にどのようなことを指すのか理解できた。機能性材料の開発を行っていたこともあり、例えば実用化する際にそのようなメリットがあるのかなど含め、詳しくどのようにマーケティングしていけばよいのかなど考える機会になった。論文におけるイントロダクションとは異なり、社会的なニーズを知るために企業が行っていることなどについてもお話しされており、今まで受けてきたアンケートの意味が理解できた。</p>  | <p>海外の社員は学生時代、マーケティングを学んだことのある方が多く感じます。多分、大学のカリキュラムの違いなのかもしれませんね。機会があったらいろいろな本が出てますので、読んでみてください。</p>   |
| <p>複雑化する時代で商品の開発、提供をしていく上で、人と繋がるのが重要であることが分かった。</p>   | <p>世の中に出ている製品やサービスの多くに、その企画と商業化の段階においてマーケティングの要素が入っています。皆さんが普段食べたり使ったりする商品を顧客である皆さんの立場からマーケティング目線で、商業化に至ったのか想像してみると面白いです。</p>  |

|   |   |
|---|---|
| <p>今日の講義に対する感想は以下2点がある。・マーケティンググループの活動は単一的な外へ向けの市場に調査とか、消費者のニーズなど活動だけではなく、内部の職場環境や人材育成など内部の活動も行わなければならない。・色んな活動の中に、人材の育成は会社と事業が続けられる重要なポイントとして、社内職員のや課題発見、デザインなどの能力を育成することが重要であり、やりきる力も必要である。</p>   | <p>人間の行為の多くはマーケティング的手法が入ると効果的になると思います。社員のモチベーションを上げるのも、マーケティングの考え方がベースにあります。社員の皆さんは何がしたいのだろう、何に困っているのだろう、ということを知らないと、モチベーションを上げるマネジメントは始まりません。</p>  |
| <p>マーケティングの上で、情報の共有や価値を正確に判断することが重要だと学びました。また、マーケティングと一言に言っても、多様な方法があり、最適な物を選択するには人と人とのコミュニケーションが大切だと学びました。</p>   | <p>世の中に出ている製品やサービスの多くに、その企画と商業化の段階においてマーケティングの要素が入っています。皆さんが普段食べたり使ったりする商品を顧客である皆さんの立場からマーケティング目線で、商業化に至ったのか想像してみると面白いです。</p>   |
| <p>Thank you for the lecture. It was interesting to hear about marketing at Kurary especially in relation to environmental pollution.</p>   | <p>これからはSustainabilityでしょうね。当社もいろいろ検討し始めてますが、内外の多くの化学企業も様々なソリューションを開発しております。これからは、個社でなく、複数社が協業して新たなSustainability Solutionを開発していく形態が主流になると考えております。</p>  |
| <p>PC不調によりマイク/ビデオが使用できず、講義中質問ができませんでした。申し訳ありません。以下、質問がございます。①「日本人はフレームワークが得意だ」と仰っていましたが、アメリカや中国等の他国はフレームワークが苦手というか、もっと自由な働き方をしているのでしょうか。②「日本はジェネラリストを育てる、海外はスペシャリストを育てる」ようなイメージがあり、そういう話を聞いたような気がしたのですが、この先必要なのは「ABM」、部署・分野の垣根を超えた人材であり、つまりジェネラリストであるのかなと思いました。以下感想です。他の講師の方からも、「同じことをしても自分が成長しない」というお話を聞き、変化を機会と見ることが成長のカギだ、ということを変更して痛感しました。失敗が怖いこの頃でしたが、早いうちから失敗しようという中野さんの言葉に、私はまだ失敗して成長できる事に気が付けました。</p> | <p>①現在日米欧のグローバルメンバー40名のWorkshopを主催してるのですが、たいがいの日本人はどうしても、最後のレポートはどんなものを作ればいいのかを質問してきます。一方、ドイツもメンバーは、Workshopをやる本来の目的、アオノ後のありたい姿をきいてきます、米国人は、論理的なWorkshopプロセスの進め方についてしっかりとした自論を提案してきます。三者三様のいいところをうまく生かすことで、単一民族では成しえないInnovationを生むことがこの活動の目的なのですが、面白いですよ。機会があったら短期間でも海外留学してみるといいかもしれませんね。②ジェネラリストとスペシャリストは双方バランスよく必要だと思いますが、HやT型人材ともいわれますが、広くしかも深く入れる人材が組織の中で一人でもいると、組織の質が高まります。また、何かしらチャレンジして何かしら失敗する、を繰り返す行為は最初はしんどいですが、慣れてくると結構楽しい日常になります。当然ながら、元気がない時は1日何もしないで過ごすのも重要ですが、人生バランスとることでしょうが、やはりどこかでチャレンジを入れると刺激が出ますね。</p> |

|   |   |
|---|---|
| <p>これまで私は技術を重要視し、マーケットを軽視する傾向があった。しかし、今回の講義を聞き技術を世のために役立てるには、市場の傾向を探る、つまりマーケティングの重要性に気づかされた。質問・クラレは素材開発の会社とお聞きしましたが、現在の素材開発において実際に素材を作り素材を会開発することと、シミュレーションを用いて素材を開発することではどちらが主流なのでしょうか。・AIに取って代わる職種として化学者や物理学者が挙げられていましたが、その理由が気になりました。</p>  | <p>これからは素材開発もシミュレーションが大変重要な要素になりますね。既に、材料評価などでは、グローバルに使用されているソフトも出てきているようで、当社の研究開発者たちも活用し始めてます。それから、そのためには、データの品質を上げ管理をしっかりとすること、データの意味合いを説明できる能力を磨くことかなと思ってます。</p>                         |
| <p>マーケティングについて漠然としたイメージしかなかったが、顧客のニーズを調べるだけでなく、そのサービスの情報を分かりやすく伝えることも含まれることが分かった。現在AIが普及する中で人の好奇心や想像力が原動力となるということが印象的だった。私自身は歯科医師なので、クラレというと歯科材料（コンポジットレジンや接着材料）のイメージが強い。この分野でのマーケティングの方針がどのようにされているのか気になった。</p>  | <p>歯科医師さんはおうちのお客様ですね、。当社の歯科材料は世界90か国以上で販売されてますが、既にECサイトでの販売、CRMツールでの顧客情報の取り込みなどを始めており、デジタルマーケティング化が進んでいます。今後、さらに進めていくことで、多くの歯科医師さんのUnmet Needsを収集することで、開発ターゲットを見極めていくよう努めていきたいと思っております。</p> |
| <p>マーケティングとはどういうことか。私は、この言葉を聞いたことはあるが、正直全く理解はしていなかった。私なりの定義を考えてみると、「市場価値を考えること、そして、顧客別に調整すること」と考えていた。講義で紹介された定義では、コトラー定義の「どのような買いを提供すればターゲット市場のニーズを満たせるかを探り、その価値を生み出し、顧客にとどけ、そこから利益を上げること」、日本マーケティング協会の「グローバルな視野に立ち、顧客との相互理解を得ながら公正な競争を通じて行う市場創造のための総合的活動」という内容であった。近からずと受からずという印象はあるが、それを実際の場面において用いることができるかどうかはまた別の話になってくる。</p> | <p>マーケティングの定義は様々ですね。おっしゃる通り、結局は現場に入って商品開発を始めると、どれも当たっており、当たってない部分も含んだりしてることに気が付きません。学問と現場双方で学ぶという手法が一番面白いし、じっくりくるかなと思います。産学共同などの機会があれば企業での商品開発に携わっていただけるのもいいかと思えます。</p>                     |

具体的に市場で求められることは様々かつ常に変化している。特に最近ではVUCA時代と呼ばれており、未来は誰にもわからないといわれている。その時代において変化に対してどう取り組むか。変化に強いとは、変化に気づくことであり、特に市場の変化に気づくこと・変化を機会ととらえること・内部変革をする力（質×スピード）が求められていると知った。この中で大事なことは内部変革をすることであると個人的に感じる。外部の変化に気づき、変化に対して取り組むことはとても素晴らしいことではあると思うが、同時に自身を含む内部においても変革を行わないと対応できなければ成長もないと感じた。マーケティングに関連する流れを3つの段階に分けると、マーケティング・ファンクション・テクノロジーに分けられる。従来の流れは、こういう技術があって、それを活かすことで機能が生まれて、それを必要とする市場に出ていくという流れであった。しかし、現在では市場が求めているものからどういった機能のあるものが必要でそれに対してどういった技術がないと作れないのかという流れになってきている。もしくはファンクション発信の場合もあるとのことであった。研究した知識や知見などは、主にテクノロジーに分類されるのかなと感じる。ただ、分類がどこになるかに関わらず、これをマーケティングに活かすためには自分たち（講義では自社）だけではとても対応できないとおっしゃっていたし、自分もそうだと考える。

さらに、「マーケティングは、人への好奇心・現場力・デザイン力・想像力・やりきる力が必要で、ただ単にITの知識とかがあるだけではいけない」との言葉は頭でっかちにならないような柔軟さを持つべきであるのだろうと感じ、自身の今後において意識していきたいと感じた。

ダーウィンの進化論ではないですが、内部組織が進化できないと、淘汰される、ということですね。人間面白いのは安定期に入ると変わりたくなくなる方が多いのですね、でもそのまま変わらないとどこかでかわらなかったことを後悔する場合に出会うわけですね。後悔しないためにも思い立ったら変わっておくほうがいいですね、との対話を持ちかけながら、早めの次期から変革を進める始めることかなと思っています。

世の中に出ている製品やサービスの多くに、その企画と商業化の段階においてマーケティングの要素が入っています。皆さんが普段食べたり使ったりする商品を顧客である皆さんの立場からマーケティング目線で、商業化に至ったのか想像してみると面白いです。

そうですね、普段のちょっとした観察からいろいろ考えをめぐらす力が備わってくると、また、それが行動に繋がってくると、様々な面白いことに遭遇する人生になると思います。これは仕事だけではないのと思いますし、是非今の想いを大切にしてください。思い立ったら行動してみる、ですね。。

質問) MFTをうまく連携するには、現場のニーズを知らないと技術を開発できないし、技術を知らない  
とニーズの解決にならず、多職種連携のような関り  
で解決するかと思います。具体的なかわり方や自  
身が関わるうえで気を付けている部分はありませ  
るか。

やはり商品やビジネス、その他研究対象に関わるバリュー  
チェーンの全体像を見渡し、重要なポイントを押さえてい  
る方々と連携することかと思えます。例えば、ミカン農家  
は、形のよくない製品出荷できないミカンにジュースメー  
カーに販売してロスを補います。その際、ミカンジュース  
メーカーの不揃いミカンの購買担当と会って、ほんとに美  
味しいジュースを作るには形が変形した不合格ミカンの中  
でどの部分を使ってもらうべきかなど、伝えようとも、価  
格の話ばかりで、受け入れてくれないかもしれません。ミ  
カンジュース研究所の担当者に直接話さないとになりませ  
ん、コストと質を検討するマーケティング担当者にも合わ  
なければなりません、最後はミカンメーカーの社長にミカ  
ン農家の哲学を伝えないといけないかもしれません。  
ちょっと極端な例かも知れませんが、マーケティングの現  
場ではこんなことが起こっているのです。