

2024 年度岡山大学実践コミュニケーション論 レジューメ【A クラス】

第 2 セッション(第 1 課題)

第 5 回 10 月 30 日(水):第 1 課題(1-1)の説明 及び **協力企業ご担当者による特別講演**

第 6 回 11 月 13 日(水):課題解決の話し合いと協力企業へのヒアリングの準備

第 7 回 11 月 20 日(水):協力企業へのヒアリング(予定時間 13:00 現地集合～16:00 現地解散) ⇒企業訪問のため、通常の講義時間の前後に時間を必要とします。**なお、新型コロナの影響により中止になることもあります。**

第 8 回 11 月 27 日(水):ヒアリングのまとめとプレゼン(第 1 課題の解決策の発表)

・次の資料の配付(PBL 提示の都度配付):

- ①KPT 法と PDCA サイクル(PBL セッションを通じて作成) <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/kpt-pdca.pdf>
- ②自己の振り返り評価用(PBL 終了時作成) <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/reflection-personal.pdf>
- ③チームのメンバーの振り返り評価用(PBL 終了時作成) <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/reflection-member.pdf>
- ④チーム全体の振り返り評価用(PBL 終了時作成) <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/reflection-team.pdf>

作成時の留意点

コピペの場合、著作権侵害に
気を付け、出所を明らかに!

PBL 第 1 課題と説明

課題: (サービスの国際移動の関連課題): 「情報から誰一人取り残されないために～インクルーシブを目指した岡山モデルの構築～」

この課題について、協力企業(OHK 岡山放送)によるレクチャーや訪問・インタビューを通じて、当該企業の特性や**持続的競争優位性**を把握し、その**持続的競争優位性を活かした放送プログラム/放送コンテンツのアイデアの創出**を考える。さらに、海外展開の可能性も考えてみよう。

ねらい ⇒如何にすれば、この課題解決から得られる優位性を活かした**放送プログラム/放送コンテンツ**ができるかを考え、同時に海外展開の可能性も考えることによる創意工夫する力を養成する。

規制についてや儲かること
や製作コストについては無
視し、自由に発想してみ
よう!

● ● 放送プログラム/放送コンテンツの輸出関連の基礎知識

<http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/export-of-broadcasting.pdf>



持続的競争優位性等につながる強みを把握するためには、以下の分析手法を利用します：

そこで、レクチャーや訪問時に以下の質問をしてみましょう。

SWOT 分析*における①「強み」及び②「弱み」も聞いてみよう：

①「強み」を以下の **VRIN 分析** (企業の経営資源(コア・コンピタンスまたは**コア資源**：企業の社内リソース(商品・サービス群、自社制作(機械設備などを含む)、他社製作のネットワーク(調達力)、知的財産、人材、人脈、財力、開発力など)の四つの特性分析) **に応じて質問してみます。**

VRIN 分析

- ・**価値性(Value)**：その経営資源は競争上有益な経済的価値/付加価値を作りだせるか？企業に価値をもたらす経営資源か？
- ・**希少性(Rareness)**：その経営資源に希少性はあるか？
- ・**模倣困難性(Inimitability)**：その経営資源は模倣されないか？
- ・**代替困難性(Non-substitutability)**：模倣が困難でも、その経営資源は代用可能ではないか？

②「弱み」も聞いて、克服できるアイデアが浮かぶか検討してみます。なお、VRIN 分析の四つの特性が**ネガティブ**なら、それらは**弱み**になります。

以上の「強み」と「弱み」を踏まえて、**国内外へどのようにすれば市場展開可能か考えてみよう。**

***SWOT 分析**：企業・商品/サービスの持つ持続的競争優位性による戦略計画の立案のための分析手法の一つ。「SWOT」は、「強み (Strengths)」、「弱み (Weaknesses)」、「機会 (Opportunities)」、「脅威 (Threats)」の頭文字。

SWOT分析

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strength)	弱み (Weakness)
外部環境	機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)

競合品・競合企業は？

クロスSWOT分析

	強み (Strength)	弱み (Weakness)
機会 (Opportunity)	自社の強みで取り込むことができる事業機会は何か？	自社の弱みで事業機会を取りこぼさないためには何が必要か？
脅威 (Threat)	自社の強みで脅威を回避できないか？	脅威と弱みが合わさって最悪の事態を招かないためには？

出典：「マーケティング」(東京法令出版 2018 年 1 月) 39 頁から抜粋

☞ 協力企業のレクチャー後・訪問後、以上の質問及び**どのようなコンテンツを保有しているのか(出来たら映像の一部を借りて)又はどのような製作が可能かなど**の結果をまとめた上で、強みや持続的競争優位性等を活かした放送プログラム/放送コンテンツの**販路開拓のアイデア**を考えてみよう!

弱みを克服し、強みである持続的競争優位性等を活かした市場開拓アイデアの創出のための質問結果

①強みは?

VRIN 分析によるコア・コンピタンスの探求 (商品・サービスを取り上げると商品・サービスごとの)

商品・サービス 1)	商品・サービス 2)	商品・サービス 3)	...
価値性	価値性	価値性	
希少性	希少性	希少性	
模倣困難性	模倣困難性	模倣困難性	
代替困難性	代替困難性	代替困難性	

自社企業・商品・サービスの「持続的競争優位性」の分析手法:商品・サービス面及び企業面 (①製作力、②企画力、③技術力、④物流力、⑤開発力など) の観点から、上述したように経営資源の潜在的な優位性の分析ツールである「VRIN 分析」を中心に分析する。

- Value (価値): どんな付加価値を作りだせるか
- Rarity (希少性): 希少性はあるか
- In-imitability (模倣困難性): 模倣されないか
- Non-substitutability (代替困難性): 代替可能ではないか

②弱みは?

③競合品・競合企業は?

保有しているコンテンツのリスト(下図はイメージ)の入手が困難である場合、**チームで自由に発想して、アイデアを出してみよう!**

本課題をチームでまとめた後、プレゼンを実施します。

- ・プレゼンは各チームごとにパワーポイントなどを利用して教室全員に向けて発表します。発表時間は各チーム 6 分位（パソコン設定準備時間は別）までとします。
- ・各プレゼン後、発表したプレゼン内容について、ここは良かったとか、ここをこうの方が良いのではないかななどのコメントをしてあげてください。
- ・全てのチームのプレゼンが終了した後に、どのチームが一番良かったかを評決します。
⇒評決の用紙：<http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/2022assessment-1.pdf>（クラス全体で 1 枚配布：切り離して使用）
- ・優勝チームは、成果発表会で各チームを代表してプレゼンします。

プレゼンテーション評価の採点方法

採点は、話し手の評価として、「聴きやすい」と「説得力がある」という点について、またスライドの内容と構成として、「分り易い」と「良くまとまっている」という点について、

話し手の評価	聴きやすい	説得力がある
スライドの内容と構成	分り易い	良くまとまっている

次の点数で評価することにします。

素晴らしい:5 点	良い:4 点	普通:3 点	もっと工夫が欲しい:2 点
-----------	--------	--------	---------------

振り返り作業

本 PBL 授業の始めに配付しました、次の資料を作成し、お互い評価しましょう。

- ①KPT 法と PDCA サイクル (PBL セッションを通じて作成) <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/kpt-pdca.pdf>
- ②自己の振り返り評価用 (PBL 終了時作成) <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/reflection-personal.pdf>
- ③チームのメンバーの振り返り評価用 (PBL 終了時作成) <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/reflection-member.pdf>
- ④チーム全体の振り返り評価用 (PBL 終了時作成) <http://nagamitsu1950.sakura.ne.jp/reflection-team.pdf>