《MOBIO常設展示場 出展企業対象ゼミ》

思いを伝える社長の部活 vol.2

開催期間：2020年11月～2021年3月

企画・実施：有限会社中島事務所

こんな時代だからこそ。

「コロナ禍で大変な時に、無理して自社のメッセージを発信しなくても」
「もう少し社会が落ち着いてから」「もう少し社内の態勢が整ってから」
そう言って何もしないでいると、アクションを起こしている会社との差は
日に日に大きくなってしまいます。
といって、闇雲に情報を発信しても的外れだったり独りよがりだったら
苦労の甲斐なく成果に結びつかない可能性もあります。
だから、メッセージの発信には注意が必要です。
企業が社内外に伝えるメッセージにも、
ものづくり企業が提供している製品やサービスと同様に「品質」があります。
展示会の回数が減り、面談での商談にも制約がかかり、量的に満足のいく営業活動がしにくい今は、
これまで以上に1回1回のコミュニケ―ションが重要になっています。
「こんな時代だから、待つ」のではなく、「こんな時代だからこそ、打って出る」
そんな前向きなものづくり企業の皆さんと
アフターコロナを見据えたよりよいメッセージ発信について考える機会になれば幸いです。

マーケティングの4Cの内の一つ、Communicationに重点を置いた講座です。

今回の社長の部活では「そのメッセージは受け手に響くか？」をメインテーマとします。

相手の関心事や関心度を意識し、相手が理解できる言葉で
自らの意思を伝え、相手に興味をもってもらい、
自身の望む状態が訪れるようにする。
そのために、何をどのようにすればいいかを
講義と広告づくりをベースとしたワークショップを通じて
受講者に学び取っていただきます。

マーケティングの4C

Customer Value（顧客にとっての価値）

Customer Cost（顧客が負担する費用）

Convenience（顧客にとっての利便性）

Communication（顧客とのコミュニケーション）

目的

1. 意識的に通常とは異なる頭の使い方をすることで受講者（社長）の持つ潜在能力を活性化し、社長発・会社発のメッセージの品質を上げ、社業発展をはじめとする受講者の理想実現に貢献することを目的とします。
2. MOBIO常設展示場出展企業の企業価値を高めることにより、MOBIOの存在意義を高めることを目的とします。

自ら「学び、気づき、行動する」を基本とします。

1. ワークショップを行います。

（1）グループワーク

（2）ペアワーク（受講者同士）

（3）個人ワーク

2. 宿題を出します。

（1）発想力を鍛える宿題

（2）次回受講のために必要な宿題

3. 個別相談を受けます。

（1）企業訪問　※希望者のみ

（2）MOBIOでの対応　　※希望者のみ

【3つの機会】

1. メッセージの品質向上・発信の重要性を理解し、届くメッセージの手応えを実感する機会とします。
2. 自社の営業活動やマーケティング、ブランディングを顧みる機会とします。
3. さまざまな場面で使える「社長オリジナルの法則」を見つける機会とします。

11月から開始して来年3月に終了します。

11月	12月	1月	2月	3月	3月
11/27（金） 18-19：30	12/15（火） 18-20	1/14（木） 18-20	2/16（火） 18-20	3/12（金） 18-20	3/26（金） 18-19：30
▲オリエンテーション	▲講座1日目	▲講座2日目	▲講座3日目	▲講座4日目 ★個別相談	▲成果発表会

目的や内容など、講座の概要を説明します。

1. 講師自己紹介

2. 講話／
   （1）コロナ禍の今、なぜメッセージ発信について考えるのか？
   （2）伝えたい相手の関心度と情報量で伝え方は変わる
   （3）陥りやすい3つの落とし穴「空回り」「独りよがり」「ありきたり」

3. 講座の紹介／
   （1）目的
   （2）内容　ワークショップを重視した理由、講座スケジュール、ゴールなど

Why（目的）とWho（対象）を深く考えます。

1．自己紹介＋講座全体の流れの説明＋本日の講座の説明
2．受講者による自己紹介
3．講義／・Why（目的）とWho（対象）を徹底的に考えることの意味
　　・物事には段階がある
4．ワークショップの準備／
　（1）ブレーンストーミングの説明
　（2）サムネイルの説明
5．ワークショップ《グループワーク》
　ブレーンスト―ミング → コンセプトメイキング
　（1）2～3のグループに分かれて意見交換
　　議題：（仮）MOBIOの現状、理想、活性化
　（2）グループ毎の発表・意見発表
6．宿題の説明／
　（1）気になる広告収集
　（2）ポスター案のサムネイル作成

写真はイメージです

サムネイルと実際の広告をお見せします。

Where（媒体）とWhat（主題）を考えます。

1．宿題の発表／気になる広告の披露
2．前回のおさらい
3．本日の講座の説明
4．講義／・Who（対象） にマッチしたWhere（媒体）とWhat（主題）とは？
　　・コンセプトメイキングについて
5．ワークショップ《グループワーク》
　ブレーンストーミング～サムネイル作成
　（1）2～3のグループに分かれて実施
　　議題：（仮）MOBIO展示企業募集のポスター
　（2）グループ毎の発表・意見発表
6．宿題の説明／
　（1）謎かけネタ
　（2）ペアワークのための資料
　　Why（目的）、Who（対象）、
　　Where（媒体）、What（主題）を整理したもの

写真はイメージです

How（表現方法）を考えます。

1. 宿題の発表／謎かけネタの披露
2. 前回のおさらい
3. 本日の講座の説明
4. 講義／・言葉とビジュアルの距離感について
   ・ブランディング（目指すべき「らしさ」づくり）について
5. ワークショップ《ペアワーク》 ブレーンスト―ミング～サムネイル作成
   （1）1対1で発注者と制作者になってのチラシ・ポスター作成
   ※宿題の「ペアワークのための資料」を活用、
   他人事を自分事にする訓練として実施
   （2）ペア毎の発表・意見発表
6. 宿題の説明／
   （1）間接的な表現のピックアップ
   自身の琴線に触れた比喩表現、歌詞など
   （2）プレゼンテーションの中心となる考え、
   言葉、ビジュアル

写真はイメージです

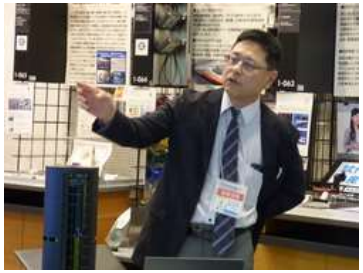
発表本番に向けて磨きをかけます。

1. 宿題の発表／間接的な表現のピックアップ
（自身の琴線に触れた比喩表現、歌詞など）
2. 前回のおさらい
3. 本日の講座の説明
4. 講義／・顧客接点について
・陥りやすい3つの落とし穴の再チェック
「空回り」「独りよがり」「ありきたり」
5. ワークショップ《個人ワーク》
プレゼンテーションのプロット案の作成
（1）各自によるプレゼンテーションのプロット案作成
※ペアワークで得た気づきを意識して実施
（2）受講者各人からの発表・意見発表

写真はイメージです

受講者によるプレゼンをMOBIOで行います。

参加者各自が想定した訴求対象者への模擬プレゼンにより、
将来メッセージを発信する際に生かせる気づきを得る日とします。



受講者に適した個別のアドバイスを行います。

《その１ 》企業訪問／２月～３月

訪問希望企業を訪問し、個別相談に応じます。現場に出向き、
現場で直接情報を得ることにより、受講企業のメッセージ発信を
より効果的にするアドバイスができるのでは、と考えております。
※日数は3日間、一社あたり90分とします。

《その2》MOBIOでの対応／２月～３月

受講者にとって比較的来やすいMOBIOで相談を受け付け、
プレゼンで発表するメッセージを受講者と仕上げます。
※日数は1日、一社あたり45分～60分とします。

【8】昨年度の受講者の声　その1　（アンケートを2019年9月下旬に実施）

1.「社長の部活」を受けたきっかけ
→MOBIOの奥田様から「メールの奥に込められた是非参加を」を感じて
2、予想通りのこと
→学びの場として、得られるものがあった。
3. 予想外だったこと
→宿題があったので少し頭が痛いと思いました。
4. よいと思った点
→楽しい雰囲気があったので、意見を自由に交換でき普段と異なり、
発想の転換ができた。
5. 改めた方がよい点
→改めるより回数を重ねられると良いですね。
6. 感想など
→大喜利を考えあり、とても面白い部活でした。
1回休みましたが月に1回なので何とか参加出来ました。
まだチラシを検討中です。

1.「社長の部活」を受けたきっかけ
→奥田様からの連絡
2. 予想通りのこと
→多様な価値観、視線・思考の方向に出会えた
3. 予想外だったこと
→自分にはもう少しデザインセンスがあるものと勘違いしていた。
宿題が難しかった
4. よいと思った点
→宿題だあること
5. 改めた方がよい点
→特にないです
6. 感想など
→この部活を継続してほしい

1.「社長の部活」を受けたきっかけ
→伝え方が大事であると思いますが、他に比べ軽視してました。
この機に取り組んで見ようと思いました。
2. 予想通りのこと
→新しいことに挑戦すると何かの気づきがある
3. 予想外だったこと
→ハイハイタウン　助手の先生
4. よいと思った点
→無理せずに、何とか終えることができた
やはりジョハリの窓はあった
納得できる内容でした
ワークショップの場所
5. 改めた方がよい点
→特になし
6. 感想など
→いろいろ学ばせていただきました。
これからどれだけ、活かせるか、…。頑張ります。

1.「社長の部活」を受けたきっかけ
→Mobioの奥田さんに呼び出されて飲みに行った時に、
奥田さんと中島さんから誘われて。
2. 予想通りのこと
→自分の知らないこと、気付いていないことを知ることができたこと。
3. 予想外だったこと
→システム開発の仕事が、意外にも世間一般には
知られていないことを演習を通じて知ることができたこと。
4. よいと思った点
→ひとりだけで考えていてもなかなか良いアイデアは
思いつかないこと、複数で議論してゆくうちに
アイデアが洗練されていくということ、等々を
実習を通じて改めて気付かされたこと。
5. 改めた方がよい点
→特になし。
6. 感想など
→柔軟な発想が出来なくなってきていることを痛感した。

【8】昨年度の受講者の声　その2 （アンケートを2019年9月下旬に実施）

1.「社長の部活」を受けたきっかけ
→「思いを伝える」というワードに目がとまり、
気になったことが受講するきっかけになりました。
2. 予想通りのこと
→社長ばかりでした。
3. 予想外だったこと
→ジェネレーションギャップがあり楽しかったです。
4. よいと思った点
→自己満の部分が知れ、違う視点からの考え方・
伝え方を知れたことです。
5. 改めた方がよい点
→講義の開始時間が早いのと、宿題が大変でした。
6. 感想など
→日々の仕事では、違う会社の方とあまり話す機会がないので、
とてもいい経験になりました。
自分では、考えつかない発想を知れたので
とても有意義な時間を過ごせました。
部活後の交流会に参加できなかったのが非常に残念でした。
この講義を受講でき良かったです。

1.「社長の部活」を受けたきっかけ
→とても興味のあるテーマだったので
2. 予想通りのこと
→参加者が社長さんばかりだった
3. 予想外だったこと
→宿題があったこと
4. よいと思った点
→少人数のディスカッション形式のワークショップが多かったので
いろんな方の意見が聞けて、とても楽しかったです。
5. 改めた方がよい点
→特にありません
6. 感想など
→毎回時間に遅れて参加してしまい申し訳ありませんでした。
社長じゃないのに暖かく迎え入れてくださって、嬉しかったです。
学生のころのアイデアや知識を、仕事にも活かせるのだと知り、
日々の仕事が楽しくなりました。
たくさんアドバイスをいただいたので、チラシ頑張って作ります。

1.「社長の部活」を受けたきっかけ
→MOBIO様からの御案（メール）。
2. 予想通りのこと
→社長の部活と言う事で、経営者や管理職の方が多かった。
3. 予想外だったこと
→座学だけでなくグループワークや宿題などが多かった。
4. よいと思った点
→3で行った事で他者の方々の発想や考え方が刺激になった。
5. 改めた方がよい点
→特に改める点は無いと思います。
6. 感想など
→部活で自分自身の考え方や発想方法について
大いに勉強させて頂き感謝しております。
尚、部活後の交流会に参加できなかったのが残念でした。

【8】昨年度の助手・オブザーバーの声 （アンケートを2019年9月下旬に実施）

1. 「社長の部活」を受けたきっかけ（助手として参加したきっかけ）
→FBで「社長の部活」のことを知り、中島さんらしいおもしろい取り組みだと思い、私も後学のためにお手伝いをさせていただきたいと思ったからです。
2. 予想通りのこと
→「コミュニケーションとは」ということについて、論理的に回を重ねられるように構成されていたことです。さすが！と思いました。
3. 予想外だったこと
→基本的に、最初に全レジュメをいただいていたので、予想外のことはありませんでした。しいて挙げるとすれば、参加者の方々（素人の方々）の広告や宣伝物に対する見方や考え方で、「へぇ」ということはありました。
4. よいと思った点
→ワークショップに多くの時間を割いていたことです。
座学で「わかったつもり」になっても、実際に「考え」たり「作る」ことをしてみないと実感をもって、広告物の作り方はわからないものですから。
5. 改めた方がよい点
→今回の講座については改良点はないように思います。せっかくなので、さらにレベルアップをめざす講座や、メディア戦略のような講座もあればよいのではないかと感じました。
6. 感想など
→この講座の最大の肝が、講義後の交流会にあると思うと、それに参加できなかったことが残念でなりません。参加の社長様方の生の声をもっと直にお聞きしたかったなと思っています。どうぞ今後とも、良い形で発展させていってください。

1. 「社長の部活」を受けたきっかけ（オブザーバーとして参加したきっかけ）
→MOBIO（奥田さん）よりお誘いいただきました。
2. 予想通りのこと
→中島さんのセミナーということで、広告の切り口に立ち、
「発信」を重視した内容であったこと。
3. 予想外だったこと
→思った以上に感性的な発想を求められ、刺激があった。
4. よいと思った点
→経営者が普段考えない側面（「伝える」という観点）を重視している点。
「社長の部活」というネーミングが秀逸。
5. 改めた方がよい点
→前回参加した限りでは、特にありません。
6. 感想など
→大阪の土地柄として、良くも悪くも実利や実質を重視する意識が強く、
「伝え方」を養う機会はあまり他にないので、
今回のセミナーは有益だと思いました。

中島公次（有限会社中島事務所代表）

1983年　関西大学卒業後、株式会社イトーヨーカドー入社。
1985年　大阪の広告制作会社にて、コピーライターとして勤務。
1988年　株式会社そごうに入社。
神戸店販売推進部にてコピーライターとして勤務し、
後にディレクター業務も兼務。
シーズンテーマ、ファッション、催しもの、外商上顧客向けの
広告制作および人事教育・社員啓蒙活動のための
コピーライティングを担当。
2002年　独立し、中島事務所として活動を開始。
2005年　有限会社中島事務所を設立。小売業、サービス業、製造業、
運輸業などの広告制作および販売促進サポートを中心に活動中。

セミナー講師実績：
■大阪府デザインオープンカレッジ2012　後悔しないためのデビュー戦略
広告的アプローチに学ぶ「顧客接点」／2012年12月
主催：大阪府商工労働部　商工振興室　商業・サービス産業課
（大阪産業デザインセンター）
■寝屋川市職員研修／2013年1月
主催：寝屋川市ブランド戦略室　流清塾（有志）
■八尾市環境保全課内研修「環境啓発の伝え方研修」／2013年11月
主催：八尾市経済環境部環境保全課
■ODPデザインセミナー「なるほど！」がある広告づくり
～説得より納得をめざして～／2014年4月
主催：アジア太平洋トレードセンター株式会社
協力：一般財団法人大阪デザインセンター
■八尾っ子おしごと体験「コピーライターのおしごと」／2016年11月
主催：八尾市こども未来部 こども政策課様
■“片想いから両想いへ”
広告から学ぶ、伝わるコミュニケーションの方法／2016年10月
主催：大阪木材青年経営者協議会様

昨年の発表会告知ポスター

セミナー講師実績：
■思いを伝える社長の部活／2019年5月～10月
主催：MOBIO
■＜関西ゆるネット＞コピーライターと作成する
人財採用プロモーション
［広告づくりワークショップをベースとした
ゆる～い特訓／2020年1月～3月
主催：株式会社日本能率協会コンサルティング

ー思いを伝えるお手伝いー　有限会社 中島事務所 中島公次
〒541-0047　大阪市中央区淡路町2-5-8 船場ビルディング407
TEL・FAX……（06）6222-0285
E-MAIL…… nakajima@omoi-tsutaeru.com
WEBSITE…… https://www.omoi-tsutaeru.com/