

・寺井さん

- 話すことに慣れている人が多い印象を受けました。全体としてとても良かったです。
- 答えられない質問を受けた際に、自分の得意な分野に引きつけてうまく回答している人がいて感心しました。「知りません」「調べていません」と答えるよりは、知っていることやアピールしたいことを質問に関連させて答えることができないか、考えてみるとよいでしょう。「考えながら話す」ことに慣れると、沈黙せずに済み、それがやりやすくなります。
- ディベートの材料を得るための調査としては、みなさん良く調べていると思いました。一方で、現地に出向くことにより伝えたい内容の説得力が増すのも確かです。そういう意味では、取材しやすい場所を選ぶのもひとつの手ではないでしょうか。
- 調査の充実度に加え、見やすいか、分かりやすいか、といった見栄えも大切です。画像を入れたり、データを表やグラフにして表したりすることも効果的です。
- プレゼンテーションを通じて何を伝えたいのか、目的を明確にしましょう。たとえば、テーマがある地域ブランドの将来性だとすると、それは具体的にどのようなものなのか、その将来性はどのくらいのもので、現在はどこまで進んでいるのか、などがはっきり伝わると、より良いプレゼンテーションになると思います。
- プレゼンテーションの中で使う固有名詞や言葉の妥当性を確認しましょう。国や地域の定義、用語の本来の意味を正確に把握し、取違って違う意味で使うのであれば、プレゼンテーションの中で説明する必要があります。

個別コメント（参考）

A「観光による町おこし」

- 境港市と鬼太郎（大森ゼミ）
 - 最初に概要を説明したのが大変良かったです。
 - 今後の可能性について、日本のアニメが世界で評価されていることから、海外へのPRに言及しているのがよい視点だと思いました。
 - キーパーソンに注目すると、成功要因や取り組みの傾向、強みと弱みなどがわかることがあります。たとえば、強力なリーダーがいる事例では、早いスピードで成功に導かれる一方で、後継者が育たないことが課題となる場合があります。
 - グラフや図表で見せ方を工夫すると、更に良くなるでしょう。
- 竹富島—地域振興と観光（藤井ゼミ）
 - 写真や図表が多く、工夫が感じられました。プレゼンを聞いて、竹富島に行ってみたくまりました。
 - 一方、3島比較など、ロジックがわかりにくい点がありました。プレゼンテーションの作成と前後して、一度文章でストーリーをまとめると、ロジックが通っているかどうかの確認をしやすくなります。
 - 客席への目配りが上手なスピーカーがいたのが印象に残りました。
 - 観光＝開発になっているような感じを受けました。リゾート観光の往年のイメージがあるため、地域の日常を味わう観光との比較を行いながら、竹富島における望ましい観光の姿を議論してもよいかもしれません。たとえば、大型開発、景観を生かした開発、に加え、手つかずの島の生活を体験してもらおう観光、も選択肢に加え、その中で竹富島には景観を生かした開発が住民の意図にも合い最適である、といったロジックです。

B「地域ブランド（工業製品）の将来性」

- 瀬戸の陶磁器（大森ゼミ）

- 過去に隆盛を極め、現在は当時の勢いを失っているが、形を変えて発展しており、潜在的な可能性も秘めているテーマを選んだ着眼点が素晴らしいと思いました。
- メンバー同士が協力し、紳士的な雰囲気で行っている様子が印象的でした。
- 販売額の推移などは、グラフで見せるとわかりやすくなります。
- 「将来性」については、もっとアピールしてもよいでしょう。
- 京友禅 西陣織 (藤井ゼミ)
 - 現地調査をされたことが、プレゼンテーションの説得力につながっていました。
 - 質疑応答にも沈黙せず、しっかり応答していたのが印象的でした。
 - 「用の美」は、もともと日常的な道具などに用いられるもので、本来は高級品の京友禅や西陣織の対極にある言葉です。キーワードとして取り上げる場合は、意図を説明する必要があります。
 - 織 (西陣織) と染 (京友禅) だけでなく、生地や生糸といった素材にも目を向けると、産業の動向や KYOTO PREMIUM ブランドが示す範囲が明確になり、更によりプレゼンになると思います。

C 「地域ブランド (農産物・畜産物・林産物・水産物) の将来性」

- 青森りんご (大森ゼミ)
 - スピーカーの思いが伝わるプレゼンテーションでした。
 - 質問の仕方がよかったのが印象に残りました。逆に質問される側にまわった際にも、的確に回答していました。
 - 地域の特長 (味やこだわり) がわかると、青森りんごの強みがより明確になると思います。
 - 調査を広げる際には、加工食品・関連商品、廃棄物の活用などが項目として考えられます。
- 静岡茶 (藤井ゼミ)
 - 写真や図表が効果的に用いられており、最も見やすいプレゼンテーションでした。
 - 地域の関連産業とタイアップしたオリジナル茶器の開発などは、大変よい着眼点だと思いました。
 - 他の産地と比較した品質やブランド力の優位性が明確になると、最後の SWOT 分析が更にわかりやすくなると思います。物流が発達する前は、都市近郊で必ず茶の栽培が行われ、近くの都市で消費されていましたが、物流が発達すると生鮮食品ではなくかさ張らないお茶は地理的な優位性を失います。ですから、個性がないお茶は淘汰されていく可能性が強いのです。一方で、近代的な物流が発達する前から、最高級品の宇治茶は江戸にも運ばれ珍重されてきました。こうした歴史を調べると、静岡茶の強みと弱みが更に明確になると思います。
 - ペットボトル飲料の需要が伸びると、使用済みの茶葉が産業廃棄物として問題になるのではないのでしょうか。廃棄物の有効活用も商品の付加価値になりますので、調査をすると面白いと思います。たとえば、伊藤園のおーいお茶の茶葉は、紙の原料 (名刺用紙など) として使われており、廃棄物の有効活用と紙の原料削減につながっていることがアピールされています。

・木村さん

プレゼンテーションは、主に下記の3つが重要である。

- ①日頃からの事前準備
- ②結論を明確に示す
- ③論旨の組み立て (課題やテーマについて)

今回のプレゼンでは思いの強さは駿河台大学が強く、発表の濃さは東洋大学が強かった。

プレゼンは、内容の優劣以上に他の人たちがどのように調べ、発表しているのかなど他者との違いを知る良い機会になったと思う。

企業にもブランドがあるが、地域ブランドをつくることもそれと同様に大変である。

「ブランドの構築を含めた事業開発のコンセプト」

→誰に、どのような価値を、いかに提供するか？（この「誰に」が重要）

<感想>

今回の合同ゼミは非常に良い経験になったと思います。社会に出ればこのようなことばかりです。これからも今日のことを調べる機会があるならば、テーマの切り口を変えてみてください。さらに広い視野で、横への展開があれば、なお良かったと思います。同じ地域でも様々な会社があるので、そこをよく調べることも大切です。地域の特色や強みを深く調べることも忘れないでください。

最後に、物の見方や考え方を広めるために『若き友人たちへ』（筑紫哲也著／集英社新書）という本をおすすめします。日本の文化や芸術について載っているので知識を広げられるのではないのでしょうか。