

Breaking Out

第8期OB 荻野 真央

本年度は本当に、激動の1年になったなあと、エッセイを書くこの機会に改めて強く感じます。

まずは本年度のOB・OG総会の幹事を務めさせていただくに当たり、卒業してなお、小野ゼミのゼミ活動にこのような形で企画・運営者として携わらせていただきました。現役生時代とはまた違った視野・視座・視角から、現役生と共にこの場を創り上げるという経験は、本当に刺激になりました。改めて、この場をお借りして、小野先生をはじめ、第13期・第14期の外務の皆様には、厚く御礼申し上げます。

現役生の頃は、企画自体をちゃんと滞りなく、抜かりなく行えるのかどうかを気にしながら、ゼミ長の責務はもとより、ゼミのあらゆるイベントに臨んでいたような記憶があります。いわば、『減点法』に基づいた言動をしていたと思ひ起こされます。しかしながら、卒業して早5年が経とうとする中、このように貴重な機会をいただき、現役生の外務の皆様と共に本責務を全うしていく上で、私が大事にしていたのは、どうすればもっと面白くなるか、というような『加点法』で臨む姿勢でした。

そのため、色々と新しい試みを今後行いたいと考えております。具体的には、OB・OG会後のアンケートを実施し、次回の企画・運営に反映させていく仕組みや、現役生とOB・OGとの接点を増やすべく、夏に新規企画を催すなどです。来年度も幹事を務めさせていただく予定ですので、皆様、今後ともご指導ご鞭撻の程、何卒宜しくお願い致します。

卒業から年月が経つにつれ、面子もどんと変わっていき、少し居心地や立ち振る舞いに迷いが生じるのは、我々OB・OGとしての悩みのひとつですが、小野ゼミや現役生はいつでも門戸を開いてくださっています。是非、我々もOB・OG総会のみならず、普段のゼミやイベントにも積極的に訪れ、かつての恩返しをしていきましょう！

また、仕事では、昨年
6月に異動がござい



三田祭後の打ち明けでやす君と（著者は右端）

て、約3年間努めていた、国内事業でのマーケティング業務から離れ、現在はグローバル戦略本部という部署にて、国内勤務ではございますが、現地社員と連携を取りながら、インドネシア事業でのマーケティング業務に携わっております。「こんなドメスティックな自分が海外事業にどっぷり浸かるなんて！」といまだに驚き続けている毎日ですが、海外事業ならではの仕事の楽しみがあります。

メーカー業界では海外事業において、『グローカライゼーション』の重要性が叫ばれて久しいですが、私もそれを志すべく、2ヶ月に1度、1週間程の期間、インドネシアに出張に行き、現地の人達と一緒にしながら、ワークショップを開催しております。いわゆる『ニーズ』と『シーズ』をつなぐべく、現地からは多くの競合他社のケースメソッドを通じた消費者嗜好や購買者習性を抽出してもらい、本社（私）からはR&D上のスキルやマーケティング上のナレッジを共有していく、といったものです。

インドネシアでは、イスラム教徒が国民の大半を占めているため、食においても厳格な戒律が存在していたり、人口ピラミッドは日本と真逆で、この先数十年近く出生率が2を超えると見込まれていたりなど、日本とは全く異なる市場環境が存在します。一方で、モバイルが急激に普及し、日本人と大差のないIT環境を有していたり、グローバル企業の進出で、日本と同じブランドも多く展開し、支持を受けたりしています。そういった相違点や類似を感じることで、改めて市場の特徴というものも垣間見えてきますし、かつて『先進国』や『途上国』というレッテルでしか判断していなかった己の浅はかさも感じる次第です。

現役生から卒業生、国内から海外といった変化に際して、まさしく『守破離』のごとく、自身を内破していくことの楽しさを感じつつ、来たる17年度につきましても、公私ともにより良い1年となるよう、今後も精進しつつ、色々な発見を通じて成長していきたいと思っております。皆様、何卒宜しくお願い致します。（気付けばもう27歳...歳に見合ったライフイベントの報告も、そろそろできるよう頑張ります。）



インドネシアでの現地社員とのワークショップ（著者は左）