

2014年6月7日(土)開催 | 基盤教育研究分科会

## セルフブランディング入門

こんにちは。HRDM 会員の廣野です。

このたびは「セルフブランディング入門」という、今までの HRDM らしくない(?)テーマの研究会となり、参加される方も自分以外はほぼ初参加という異例の顔ぶれでした。



講師を務められた金塚様は、2012年から株式会社場活堂の取締役副社長を務められ、組織活性化のプロフェッショナルです。

元々は第一線で活躍されてきたビジネスパーソンで、大手制作会社にデザイナーとして入社後、子会社の取締役に就任し、200名の部下をマネジメントする経験もあります。

講義内容も、具体的な事例を豊富に示していただけだったので、最後まで集中して参加することができました。

以下、自分が特に興味を持った部分と感想をご報告したいと思います。

### ■前半(講義&事例が中心)



・これまでエグゼクティブ向けのコンサルティング・コーチングを提供してきたが、「自分は何がやりたいのか?」「何のプロ?」を明確にしたいというニーズが多い。

・自分の思考の枠を外すことは、誰にとっても難しい。仕事のやり方、あり方……。あり方を変えるためには、違った視点からのコーチングが必要。

・プレイヤーからマネージャーへの意識変革も、同様に難しい。プレイヤーで強みを発揮していた人は、人を管理するのが苦痛なことが多い。これは、「自分がやりたい」という意識が変わらないから。

・「俺についてこい」だけがリーダーシップではない。欧米では、サーバントリーダーシップが注目されている。後見して部下に活躍させるスタイルだが、これは日本のリーダーシップの典型とも言え、昔から取り入れられていた。今は欧米から逆輸入している。

・「自分の強み」「やりたいこと」を棚卸していく。

・セルフブランディングのポイント

SNS で発信するときに「キャラ設定」が大事＝ブランディング。これが定まることで、言動がぶれなくなる。ブランドはミッションと表裏一体でもある。

・世界の 100 年以上継続する企業の 6 割は日本企業。何のために存在するのか? (志・ポリシー)が明確だから。これが無いブランディングはブレる。

・自分の価値観や存在意義が軸になっているのが重要。

・その価値に共感する人がどれくらいいるのかが重要。どんな反応か観察する。つまり、自分の話を聞きたい人がいることが大事。

・尖らせるためにはトライ&エラーが必要と同時に、バージョンアップも必要。飽きられないように。人気が出た後の継続・バージョンアップが大切。

・大事な3つの問い。

「人生で楽しいと感じた瞬間は何か?」

→フローになった経験がどんな状況だったのか思い出す。



「あなたは何のために生まれてきたのか？」

→難しい問だが、何度も問うことで、自然にその答えに導かれるようなシンクロニティが起こり出す。

「あなたが本当にしたい仕事は？」

→上2つを考えることで、本当にやりたいことが浮き彫りになってくる

#### ・ブランディングコーチングの事例

→A さん＝マネージャーになってもプレイヤーの思考の習慣を変えられない。  
あり方、行動が変わらない。

→B さん＝全部自分でやってしまう自己完結型の仕事のスタイル  
自分のあり方を俯瞰でみることはできたが、意識は変えない。

→C さん＝明確なプロ意識を持っている。試練をチャレンジととらえ周りの人の関係を俯瞰でとらえることができコーチングでの気づきを即実践に落とし込むことができる。

※3者の違いは何か？

素直に自分のあり方を俯瞰で見ることが出来るか、できないか。

自分を客観視することは難しい、しかし客観視できないとセルフブランディングは成功しない。

## ■後半(ワーク中心)

★人生とキャリアの棚卸し

自分が一番輝いていたとき、フローになっていた時を棚卸し。  
実は何度かやったことがあるのですが、毎回、人に質問されると意外な面が引き出されます。

#### ★自分の強みの掘り下げ

相反する要素を掛け合わせる(価値に気づく)。いわゆる自分への「タグ付け」ですが、言語化が難しいですね。両極端な要素を組み合わせるがポイント、上手くいけば市場にない価値が生まれる可能性が増すようです。

#### ★自分の売りをつくる

「〇〇の廣野さん」と呼ばれたいか？

一文でキャッチコピーを作るのは困難で、自分は結局、時間内では完成しませんでした。

講師のアドバイスもあり、なんとかイメージに近いものは生まれましたが、これは時間をかけて練っていくものでしょうね。

- ・自分の価値と今後のマーケットを予測しつつ、キャッチコピーをつくる
- ・良いブランドは進化する。

### ■まとめ

クラウドソーシングに代表されるように、起業する人が増えて、会社ではなく個人が前面に出る時代になりつつありますが、今回参加してみて、セルフブランディングの重要性はますます大きくなるだろうと感じました。

自分のブランドを問うことは、単に自分の生き方を考えるだけでなく、受け取り手である社会とどのように関わるかを考えることでもあるのでしょう。…深いテーマだと思います。

以上

<b>開催日</b>	2014年6月7日(土) 14:00~17:00
<b>学習テーマ</b>	<p>グローバル化と環境変化への下、組織は構成員に、変化への継続対応とプロとしてのアイデンティティの確立をますます求めます。</p> <p>「自分は何者で、なんのために働くのか」この意識が自分の人生を豊かにする根源であり、セルフブランディングの軸にもなります。本わ談会は、これをテーマに自分の軸を探究し、自分自身を魅力的に伝えるためのセルフブランドを考えるためのワークショップです。</p> <p>場活堂 取締役副社長 金塚ゆきこ氏</p>
<b>講師</b>	明治大学 駿河台校舎 紫紺館 S4会議室
<b>会場</b>	<p>千代田区神田小川町3-22-14</p> <p><a href="https://www.meiji.ac.jp/koyuka/shikonkan/copy_of_shikon.html">https://www.meiji.ac.jp/koyuka/shikonkan/copy_of_shikon.html</a></p>
<b>定員</b>	35名 ※最低催行人数:5名 開催1週間前までにお申込人数が、最低催行数に満たない場合は、中止とさせていただきます。 予めご了承ください。
<b>参加費</b>	会員: ¥2,000-(税込) 非会員: ¥8,000-(税込)
<b>開催概要</b>	<p>現在のビジネスシーンでは、社内外の多種多様な価値をもつ人々との関係性を拡大するコミュニケーションスキルを有し、プロとしてのアイデンティティを持つ人が必要とされています。それは、ミッションを持ち自分の価値を高め、セルフブランディングしている人は、様々な立場の人を巻き込むことが可能で、ビジネス成果を出しやすいからです。</p> <p>本ワークショップでは、ビジネスで活かされた具体的なセルフブランディングの事例や導入パターンを解説し、ブランディングの効用をご紹介します。また、ご自身の立ち位置を俯瞰し、人生やキャリアを棚卸</p>

し、自分の軸を確立するための気づきを得ていただくよう進めてまいります。

1. セルフブランディングとは何か？

2. ブランディングの実践事例紹介

企業、転職、キャリアアップ、就活など

3. セルフブランディングに必要なこと

4. 成功事例と失敗事例から分かるブランディングの意味

5. セルフブランディング構築演習

「人生とキャリアの棚卸」⇒「自分の価値に気づく」⇒「自分の売りをつくる」

<進め方>

講義、ワークショップ、ディスカッションを織り交ぜて行ないます。

参加者ご自身の取り組みについての情報交換もおこないます。

#### ■参考書籍

ブランド-元スターバックスCEOが教える「自分ブランド」を築く48の心得

岩田松雄著 アスコム ￥1,512-

#### ■写真等記録情報の使用許諾のお願い

小会では、広報活動及び会員サービスの向上に活用するため、ビデオ撮影、音声収録、写真撮影、受講アンケートを実施しています。これら映像、音声、画像、コメント(以下、記録情報)は、小会の関わるWebコンテンツ及び紙媒体の配布資料等に活用させていただく可能性があります。

小会活動へのご参加は、記録情報の活用にご承諾いただけたものとさせていただきます。

**支払方法と  
領収書発行**

■支払方法:当日会場受付時に現金支払

■領収書発行:領収書をご要望の方は、お申し込みの備考欄に「領収書要」と、ご記入ください。会社名(学校名)欄にご記入いただいた宛名で用意いたします。なおそれ以外の宛名をご希望の方は、お申し込み備考欄に、宛名を明記ください。

**キャンセル  
について**

申込後のキャンセルは、早めにご連絡ください。

開催の5日前より以下のキャンセル料金が発生いたします。なお、キャンセル料に関しては、後日請求となります。

- ・開催5日前～3日前のキャンセル料は、参加料の 50%
- ・開催2日前～当日のキャンセル料は、参加料の 100%
- ・連絡なしの不参加は、参加料の 100%