

2025年度 教員の自己点検・自己評価報告書

所属学部 学科	職位	氏名
経営学部	教授	上條憲二
最終学歴	学位	専門分野
早稲田大学第一文学部 社会学専攻課程	文学士	経営学

I 教育活動

○理念・目標・方針・計画（方法）

【理念】

- ①本学の建学の精神、およびコンセプトである「オンリーワンを、一人に、ひとつ。」に基づき、さらに、自分のクレド「その1%を見つけ出し、100%にする」を定めている。本学の学生は、「真に信頼する」ことにより、大きく伸びる余地がある。可能性を丁寧に見極め、一人ずつを大事に育てていきたい。「たのしく、優しく、厳しく」接する。
- ②実務家から転じた教員として、これまでの知見に加えて、現在の状況を踏まえたりアリティのある教育活動を行なう。
- ③学生の主体性を高め、自ら考え行動する学生を育成する。
- ④地域の産業・団体への貢献活動を行う。

【目標】

- ①新たな知識を得ることによる知的視野、興味範囲を拡大させる。
- ②学生自らの潜在的能力の気づきを促し、実行する意欲を喚起する。
- ③自らの視点で考え、論述し、発表するという知識習得に対する主体性を高める。
- ④総合的な能力としてプレゼンテーション能力を高める。

【方針】

<授業の進め方>

- ①プレゼンテーション能力を高めるために、各自、問題点の把握、課題設定、企画立案、企画書作成、プレゼンテーションを課す。
- ②授業においては必ず自らの意見を発表する機会を設ける。
- ③自らの考えを文章で記す課題を課す。
- ④最終的に自らの考えを示した文章を完成させ、電子書籍として広く発表する。

【計画（方法）】

【総合演習(再履修)、基礎演習(再履修)、東邦プロジェクト】

- ・企画立案能力を高めることを主眼におく。そのために「宣伝会議社」が行う「販促コンペ」「宣伝会議賞」など外部の企画コンテストに参加する。
- ・愛知東邦大学ブランドポスター制作、愛知東邦大学ブランドプロモーション企画を立案する。
- ・「電子出版」をする。
- ・なお、内容については演習クラス、東邦プロジェクトともに履修学生のレベルに合わせて適宜指導を行う。

○担当科目（前期・後期）

（前期）

基礎演習 I (再履修)、総合演習 I (再履修)、東邦プロジェクト D

（後期）

基礎演習 II (再履修)、総合演習 II (再履修)、東邦プロジェクト C

○教育方法の実践

- ・基礎演習、総合演習の前後期とも再履修者であったため、授業への参加、課題提出への働きかけに注力した。そのために、対面授業、オンデマンド授業、オンラインリアルタイム授業を組み合わせて行い、できるだけ授業参加ができるように対応した。また、毎回必ず、自分が考えているについてのスピーチを課した。
- ・東邦プロジェクトの履修者は比較的参加率も高く、彼らに合わせて課題を課した。

○作成した教科書・教材

- ・パワポスライド、動画教材。
- ・前期、後期とも「AmazonKindle」電子書籍の出版を行った。内容は、各自の興味関心事を綴ったもの。

↓前期



○自己評価

- ・昨年度から、演習は再履修クラスを担当している。学生のモチベーションは高くはなく、授業参加意欲も低い傾向がある。東邦プロジェクトは参加意欲が高い学生と単位不足のために履修した学生が混在している。
- ・いずれにしても、学生の参加意欲を高めるために授業の進め方を工夫した。一律的で定型的な授業だと反応しなくなる傾向があり、そのため、「各自、興味があることをじっくり考えてレポートする」ことを基本に置いた。

- ・そのレポートを単に提出するだけでは達成感が得られないと思われ、その内容を公にする観点から「電子書籍」として出版し、広く伝えるとともに実際に価格をつけて販売することとした。
- ・「電子書籍」出版には3つの効果がある。①自分の文章を発表することにより「単位取得」ができる②印税が入る(1冊800円で印税率70%なので1冊販売すると560円が印税。それを執筆者で分ける)③「ガクチカ」の実績として就活で活用できる
- ・書籍のタイトルは「Z世代にもほどがある(シリーズ)」である。前期は1冊だけであったが、後期は意欲の高い学生が多く、一挙に4冊出版した。内容的にもユニークな視点で書かれたものが多い。
- ・電子書籍の出版は比較的簡易であり、今後、学生のモチベーションアップのために積極的に採用しても良い施策であると考え。電子書籍は「誰でも」「どこでも」「いつでも」「いつまでも」読むことができる。卒業論文、研究発表、クラブ・サークル活動報告…、など愛知東邦大学のブランドコンセプトである「オンリーワンを、一人に、ひとつ。」の実践活動としても意味があると考え。

II 研究活動

○研究課題

○研究課題

- ①ブランド経営(ブランドを軸に経営を行っている企業)の研究(特に中小の企業)
- ②健康経営ブランディング(個人の健康と企業のブランドとの関係性)
- ③小規模大学のブランディングの進め方
- ④パーソナルブランディングの進め方

○目標・計画

【目標】

- ①ブランド経営について
 - ・日本ブランド経営学会の責任者として、同学会ホームページ、カンファレンスなどを活用して成果を発表する。
 - ・日本ブランド経営学会定期サロンにおいて研究成果を発表する。
- ②健康経営ブランディング(日本マーケティング学会リサーチプロジェクト健康経営研究会)
 - ・自分が勤める企業の「ブランドビジョン」に共感し、共鳴している(ブランド理念の内在化)人物はそうでない人物よりも有意に健康である、という研究がなされている。一橋大学大学院の阿久津教授はその第一人者であるが、企業経営とブランドとの関係を分析する中で、この理論の深化を図る。
- ③小規模大学のブランディング
 - ・本学のような小規模な大学におけるブランディングの有効性について研究を進める。
- ④パーソナルブランディング
 - ・コーポレートブランディングの方法をパーソナルブランディングに適用した場合の有効性について研究を進める。

【計画】

- ①2019年4月に自ら会長として立ち上げた「日本ブランド経営学会」の議論に基づき、論文、もしくは著作を発表する。

- ②ブランド経営をテーマとした企業セミナー、講演会を行う。
- ③一橋大学大学院の阿久津教授とともに「健康経営ブランディング」に関する発表を行う。講演会、セミナー、著作などを行なう。「日本マーケティング学会」の研究プロジェクトコンファレンスに参加する。
- ④小規模大学のブランディングに関して、発信する。学会、論文、著作、セミナー、SNS、各種メディアを活用。また、他の大学の教職員と連携して情報を発信する。現在、複数の大学の教職員と連携し情報共有をしている。(金城大学、佛教大学、大阪行岡医療大学、東北学院大学…)

○2018年4月から2026年3月の研究業績（特許等を含む）

（著書）

- ・「超実践 ブランドマネジメント入門」 ディスカヴァー・トゥエンティワン
- ・中国語版「品牌管理实战入门」原子能出版社
- ・「ブランディングによる経営改革挑戦」（前編）AmazonKindle
- ・「ブランディングによる経営改革挑戦」（後編）AmazonKindle

（学術論文）

- ・上條憲二「小規模大学におけるブランディングの有効性」(2018年日本マーケティング学会プロシーディングス)

（学会発表）

- ・日本ブランド経営学会カンファレンスにおける基調講演

（特許）

なし

（その他）

○科学研究費補助金等への申請状況、交付状況（学内外）

なし

○所属学会

- ・日本マーケティング学会(評議員)
- ・日本ブランド経営学会(会長)
- ・日本ビジネス実務学会

○自己評価

①「日本ブランド経営学会」における活動

- ・毎月1回のオンラインサロンでのファシリテーション、および年2回のカンファレンスでの講演を行っている。本学会は2019年4月に自らが知り合い2人と立ち上げた学会であり、年々拡大してきている。現在は会長として学会の適切な推進に関わっている。



②日本マーケティング学会「健康経営ブランディング研究会」の推進

- ・一橋大学大学院・阿久津教授とともに「日本マーケティング学会・健康経営ブランディング研究会」として同学会のカンファレンスおよびリサーチプロジェクトに参加。

③大学ブランディングについて

- ・大学ブランディングについて問い合わせを受けることが多くなった。そのため、オンラインで「大学ブランディング」をテーマとしたセミナーを実施した。今後もシリーズとして継続する考えである。個別の大学に対しては大同大学においてブランディングのセミナーを行った。また、「大学コンソーシアム京都 SD」において、京都の大学職員の方を対象にブランディングのセミナーを行った。履修者の評価が高く、継続的な講義を要請されている。

Ⅲ 大学運営

○目標・計画

【目標】

①地域創造研究所所長として

- ・地域創造研究所として研究を深める。
- ・特徴ある研究として学内外に発信する。
- ・地域創造研究所として本学のブランド力向上に貢献する活動を行う。

②広報委員会副委員長として

- ・本学のブランドコミュニケーション計画を立案し、実施に移す。

【計画】

①地域創造研究所所長として

- ・地域創造研究所の活動内容、成果をシンポジウム、講演会、各種メディアにより内外に発信する。
- ・地域創造研究所を地域の「知の発信拠点」にすべく、学会の誘致、研究発表会の実施などを行う。

②広報委員会副委員長として

- ・本学のブランドコミュニケーション活動の問題点・課題点を明確にし、愛知東邦大学のトータルコミュニケーション戦略を立案し実行する。
- ・愛知東邦大学、東邦学園ブランド力を高めるために以下の活動を行なう。
 - 本学のブランディング活動を学内外へ発信する。
(新聞、雑誌、専門誌紙、テレビ、インターネット、講演会、書籍など)
 - 本学のブランディングに関して論文を執筆する。

○学内委員等

- ・地域創造研究所所長
- ・広報委員会副委員長
- ・地域・産学連携活動に関する検討WGメンバー
- ・TOHO Marching Band 顧問

○自己評価

①地域創造研究所所長として

- ・地域創造研究所所長として本学の中長期的な地域連携活動について考え、地域・産学連携センター、および学内の地域関連活動に携わっている教職員からなる「チーム・リージョン」を組織化した。このチームは後に「地域・産学連携活動に関する検討WG」として計画を立案し提案した。直ちに実現化は難しいが本学のブランド価値を高めるためには必要な施策であると考ええる。

The screenshot shows the homepage of Toho Knowledge Commons, featuring sections for 'Toho Knowledge Commons (TKC)', 'Toho Knowledge Commons (TKC)', and 'Toho Knowledge Commons (TKC)'. It lists various activities and resources available to the community.

The screenshot shows a detailed table with multiple columns, likely representing a list of activities, projects, or research outcomes across different departments or faculties. The table includes various categories and specific details for each entry.

- ・また、チーム・リージョンのメンバーとともに「TOHO アカデミック・フェスタ 2026」を企画し運営した。これは「アカデミズム(学)」と「エンターテインメント(楽)」の融合という本学としては初めての試みである。

②広報委員会副委員長として

- ・原広報委員長のフォローを行った。特に、「ブランド調査」実施に関しては過去の経験からのフォローを行った。
- ・本学のブランディングに関して外部発信を行った。本学のブランディングについて、外部からの問い合わせが増えつつあり、これまでの活動の成果を確認するとともに今後も積極的に発信していく。

コクヨ「MANA-BIZ」↓

東洋経済オンライン↓



The infographic is titled 'Brand Strategy - Concept Definition' and 'Aichi University of Education Brand Strategy Overview'. It outlines the university's branding goals, such as 'to become a university that is highly valued by society' and 'to become a university that is highly valued by society'. It also details the 'Aichi University of Education Branding' strategy, which is based on the 'Brand Concept' and aims for 'consistency in all activities'. The infographic includes a circular diagram with 'Brand Concept' at the center, surrounded by 'Brand Strategy', 'Brand Identity', and 'Brand Communication'. It also mentions that the university has 350 staff members and 1062 students, and that the branding strategy was implemented in 2016.

IV 社会貢献

○目標・計画

【目標】

- ①日本ブランド経営学会
 - ・日本ブランド経営学会の会長として、同学会の基盤構築を推進する。
- ②日本マーケティング学会
 - ・日本マーケティング学会のリサーチプロジェクト「健康経営ブランディング研究会」の一員、および評議員としてマーケティングとブランディングについて研究する。
- ③TOHO Marching Band

- ・顧問として、同団体のブランド力向上を図る。
- ④「大学コンソーシアム京都」講師
- ・同組織へのサポート

【計画】

- ①日本ブランド経営学会
 - ・日本ブランド経営学会の外部発信、メンバー拡大を行う。
 - ・毎月1回、サロン形式の勉強会・講演会を行う。(現在、約70回)
 - ・外部企業、組織における勉強会、セミナーに登壇する。
- ②日本マーケティング学会
 - ・リサーチプロジェクトのメンバーとして学会発表、イベントを行う。
 - ・同学会の評議員の一人として課せられた役割を果たす(日本マーケティング学会の組織運営に対する見解明示)
- ③TOHO Marching Band
 - ・同団体の活動を積極的に外部に発信する。
 - ・ブランド力を高めるための施策を立案する。
- ④「大学コンソーシアム京都」講師
 - ・同組織のSDゼミナールにおいて「大学ブランディング」の講師を行う。

○学会活動等

- ①日本ブランド経営学会
 - ・毎月1回のサロン、年2回のカンファレンスを実施した。毎月のサロンは77回を数える。そのすべてにおいてスピーチをおこなった。
- ②日本マーケティング学会
 - ・「健康経営ブランディング研究メンバー」として一橋大学大学院・阿久津聡教授とともに「研究報告会」を企画し、運営した。
- ③TOHO Marching Band
 - ・事務局からのアドバイス要請に対しては対応したが、演奏会場の参加などは対応できていない。

○地域連携・社会貢献等

- ④「大学コンソーシアム京都」講師
 - ・前述したが、京都の私立大学に勤務する大学職員の方に対するブランディングの講座を実施した。これは数年来継続している講座であるが、受講生の満足度は高い。

○自己評価

- ・日本ブランド経営学会、日本マーケティング学会ともに自分としては「ブランド経営」をテーマに活動している。活動から約8年経過したが、「ブランド経営」に対する認知は高まりつつあると感じている。

V その他の特記事項(学外研究、受賞歴、国際学術交流、自己研鑽等)

- ・専門分野および得意分野の書籍を出版する

○自己評価

- ・企画書を作成し、出版社(知り合いの編集者、ほか)に送付したが、出版までには至っていない。
- ・しかし、2022年に出版した「超実践! ブランドマネジメント入門」(ディスカヴァー・トゥエンティワン)は現在までに5300部ほど販売されている。昨年4月には電子版がマーケティングジャンルで1位となった。ブランドマネジメントについて書かれた基本的、網羅的な内容で

あると認知されつつある。

VI 総括

自身の本学における活動の指針は本学のブランドコンセプトである「オンリーワンを、一人に、ひとつ。」であり、そのコンセプトのもとに設定した自身のクレド「その1%を見つけ出し、100%にする」である。

前述したが、今期は主として「再履修学生」「単位不足学生」を担当した。授業参加意欲が高くなく、全体的に学修に対するモチベーションが低い。その学生たちに対して定型的な対応は難しいと考え、授業方法も柔軟性をもって進めた。「電子書籍」出版はその一つの方法であるが、学生ひとり一人の「オンリーワン」を表現する方法ではあったと考える。

私が理事長にブランディングを提案したのは2016年、その後、2018年4月に本格的にブランディングが推進された。すでに10年近くが経過している。最近、学内でブランディングに対する意欲やエネルギーが減退してきていると感じている。教職員全員がクレドを有している大学は例が無く、「仕組」としては一定評価できるが、具体的な活動内容としては十分とは言い難い。2026年～2030年の5年間は特に小規模私立大学にとっては「生き残れるか否か」の段階であると思う。本学については内部以上に外部からのブランディング評価が高い(大学ジャーナリストの石渡嶺司さんは、「ブランディングと言えば、共愛学園前橋国際大学と愛知東邦大学です」と語っている)。

私は本学でもう一度ブランディングのムーブメントを起こしたいと考えている。今年度は定員を確保することができたが、来年度以降も厳しい状況であることに変わりない。

本学のブランドコンセプトである「オンリーワンを、一人に、ひとつ。」をすべての経営施策として具現化させていくべきであると考えている。そして、私自身はその活動に積極的に関与していきたいと考えている。

また、例年記してしているが、東邦学園全体のブランディングにおいては自身として積極的に関与していきたい。私は、名古屋の産業の基盤を造った人物(下出民義)が創設し、100年の歴史を有する東邦学園のブランド価値をさらに高めたいと考えている。そのために、自分ができることを着実に実行している。

「志は高く、腰は低く」。私の基本精神である。

以上