

2018 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 地域ビジネス学科	教授	上條 憲二
最終学歴	学 位	専門分野
早稲田大第一文学部社会学専修課程	文学士	経営学

I 教育活動

○目標・計画

(目標)

- ①自分のクレドは「その1%を見つけ出し、100%にする」である。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」接していきたい。
- 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リ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地域連携をテーマに、地域に具体的な成果をもたらす教育を行う。

(計画)

①講義形式の授業において

- ・毎回かならず復習を行う。
- ・分りやすく、興味もてるように教材を工夫する。
- ・アクティブラーニングの手法を採り入れ、各自がみずからの意見・見解を発表できるような仕組みを設ける。
- ・外部講師を招き、旬のテーマを語ってもらう。

②ゼミ形式の授業において

- ・自ら考える、計画する、実践する仕組みを設ける。
- ・ゼミの時間にとどまらず、各自のテーマを遂行するために何をいつすべきかを考えさせ、具体的な成果を挙げるように進める。
- ・地域連携を主眼に、知の拠点としての本学らしい活動を行なう。

○担当科目（前期・後期）

（前期）ブランド構築論、現代広告論、専門プロジェクトⅢ、基礎演習Ⅰ、総合演習Ⅰ、専門演習Ⅲ
 （後期）入門企画営業、現代マスコミ論、広告・メディア基礎、専門プロジェクトⅣ、基礎演習Ⅱ、総合演習Ⅱ、専門演習Ⅳ

○教育方法の実践

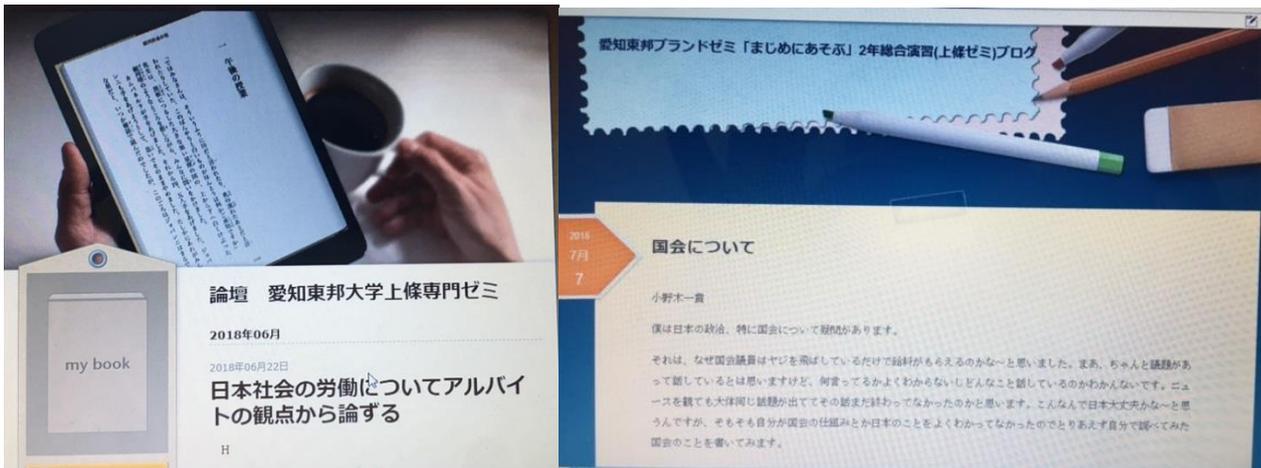
①講義形式の授業において

- ・毎回必ず前回の復習を行い、学んだ内容を確認した。
- ・新聞、雑誌などからテーマに沿った内容を取り上げ、読み合わせを行い話し合った。
- ・自分の考えをまとめ、全員の前で発表させた。（入門企画営業は「愛知東邦大学が地域に貢献できる企画」、現代広告論は「自分の住んでいる街のキャッチフレーズ」）
- ・外部講師は講師の都合がつかず、招くことはできなかった。

②ゼミ形式の授業において

- ・各自、必ず毎回、1分間のスピーチを課した。内容は、自分の生活、社会的な関心事項など。

- ・書く力、話す力を重視した。総合演習においては、各自に3000字のレポートを課し、全体の前で発表させた。
- ・最初に、自分が何をしたいのかを考え、全員の前で発表させた。基本的には、その考えを重視して進めた。
- ・4年生の卒業レポートは一人15000文字以上を課した。
- ・総合演習、専門演習、専門プロジェクトとしてブログを開設し、各自が自分の考えを投稿する形を取った。
- ・総合演習では中京テレビを訪問し、ジャーナリズムの在り方について話し合った。



③キャリアインカレ指導

- ・キャリアインカレ決勝出場の「チームかしこ」の東京における準決勝の立ち合い、テーマ出題者の自民党とのディスカッション、最終プレゼンの指導、決勝立ち合い、などを行った。



④4年生卒業研究指導

- ・卒業研究の指導を行った。やや論理に飛躍はあったが、最終的には承認された。

○作成した教科書・教材

- ・パワーポイントのスライド
- ・パワーポイント印刷
- ・ゼミ形式の授業でのブログ開設

○自己評価

- ・実務家教員として、理論と実践の融合を念頭に置きながら、「分りやすく、ためになり、やる気が出る」授業を心掛けた。
- ・総合演習は21名と人数が多く、進め方に注意が要った。できるだけ、各自の個性が光る内容としたが、メンバーによってばらつきもあり、十分とは言えない。
- ・講義形式の授業では1年生が多い広告・メディア基礎(160人)は興味の持たせ方、集中力の持続性に苦慮した。大人数の講義の進め方については課題が残る。
- ・同じ講義形式の授業でも、現代広告論、現代マスコミ論、入門企画営業は比較的静かに聴講しており、問題は見られない。
- ・大学のコンセプトである「オンリーワンを、一人に、ひとつ。」、自分のクレドである「その1%を見つけ出し、100%にする」を旨に、学生ひとり一人に向き合う姿勢は続けていると考える。

II 研究活動

○研究課題

- ・SUBARU ブランド研究
- ・小規模大学のブランディング

○目標・計画

(目標)

- ・SUBARU ブランドに関する書籍出版「意図のダイナミズム-SUBARU ブランド経営-」
- ・日本マーケティング学会論文応募。「小規模大学のブランディング」

(計画)

- ・SUBARU 研究、原稿執筆
- ・2018.4~7 取材、原稿執筆
- ・2018.10月 出版予定
- ・2018.10月 日本マーケティング学会において「小規模大学のブランディング」発表

○2011年4月から2019年3月の研究業績（特許等を含む）

(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」(日本マーケティング学会プロシーディングス)

(学会発表)

- ・「小規模大学におけるブランディングの有効性」(日本マーケティング学会 マーケティングカンファレンス 2018.10において発表)



○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、日本経営学会、人を大切にする経営学会

○自己評価

- ・SUBARU に関しては一橋大学大学院・阿久津聡教授と研究を進めてきたが、同社のリコールなどの問題が発生し、書籍の出版は延期となった。非常に残念である。
- ・なお、阿久津教授とは「健康経営ブランディング」をテーマに継続して研究活動を行なっている。
- ・本学のような小規模大学のブランディングの有効性は推進中であり軽々には判断できないが、現在のところスムーズに進行している。認知率の上昇、応募率の上昇、学内活動の活性化、などに関しては一定ブランディングの影響もあると考えられる。
- ・このブランディング活動に関与している自分としては評価できる経過であると判断している。
- ・なお現在、他の小規模大学(札幌学院大学)から、事例を聞かせて欲しいとの依頼がきている。

Ⅲ 大学運営

○目標・計画

(目標)

- ①本学のブランドコンセプトに基づく質的な活動を推進する。

教学改革、キャリア支援

- ②本学のブランディングに関して外部に積極的に発信する。

(計画)

- ①新学部長、他の学長補佐の先生方と共同して改革のため提案を行ない、決定案を積極的に推進する。(1年間を通じて)
- ②本学のブランドの外部発信
 - ・新聞社、雑誌社、テレビ局に対して情報提供を行ないパブリシティ獲得をはかる。
 - ・演習などで外部発信方法を考え、ブログなどで発信する。

○学内委員等

ブランド推進委員会委員、運営委員会委員、産学連携推進委員会委員、キャリア支援委員会委員長、東邦 STEP 運営委員会委員長

○自己評価

- ・ブランド推進委員として、日本マーケティング学会で本学のブランディングをテーマに発表した。

- ・学園紙「邦友」において、ブランディングをテーマに座談会を行った。
- ・大学ジャーナリスト・石渡嶺司を招き、本学のブランディングに関して説明した。
- ・学外のセミナーにおいて本学のブランディングをテーマに講演活動を行なった。
- ・マスメディアに対しての(自分自身の)アプローチは少なかった。(中京テレビに留まる)
- ・全学集会において、定期的に説明を行った。
- ・キャリア支援委員長、東邦 STEP 運営委員長であったが、職員の方に推進していただくことが多く、責任者としては不十分であった。
- ・産学連携推進委員としては、BP の講義、豊田信用金庫に対する折衝、中経運加入提案など全体としては評価できる。特に、BP は参加企業である「電子システム」「サン樹脂」の経営者に対して個別相談に乗った。

IV 社会貢献

○目標・計画

(目標)

- ①「知の拠点」としての本学の役割を果たすべく、積極的に地域に対して教育活動を行なう。
- ②ゼミなどにおいて、地域連携、社会貢献をテーマに授業を行う。

(計画)

- ①中小企業ビジネスマンを対象とした社会人就業力講座実施（後期）
- ②専門プロジェクトにおいて「名古屋グランパスエイト」を教材とした実践的な授業を行う。
- ③地域の企業対してブランディングの有効性を講演する。

○学会活動等

- ・ブランドを軸に経営を行うという考え方をテーマとした「日本ブランド経営学会」を設立するために、2018年6月より、有志により毎月勉強会を行ってきた。本年4月に正式に社団法人化し、私が理事長に就任する。メンバーは、大企業、中小企業、スタートアップ企業、職務も異なり、課題も異なる。企業経営とブランディング、地域ブランディング、採用ブランディング、スタートアップブランディングなど、ブランドに関することに関して理論的・実践的に考察する学会である。

JAPAN
BRAND
MANAGEMENT
SOCIETY

SALON #2

世界で戦うためのコーポレートブランディング
ブランディングで企業や大学は変革できるのか



上條 憲二
愛知東邦大学 経営学部地域ビジネス学科 教授
元 インターブランド エグゼクティブディレクター
元 I&SBDDO 執行役員

2018.7.19.WED@テモナ
19:00:OPEN 19:30:START

主催 日本ブランド経営学会 事務局

○地域連携・社会貢献等

- ・地域創造研究所のシンポジウムとしてモデレーター、シンポジストを務めた。

愛知東邦大学 地域創造研究所 シンポジウム

地域を活かす ブランディング

— 掘り起こそう、地域の宝。育もう、地域の文化。 —

日時 2019年1月19日(土) 13時30分～16時00分(開場13時)

場所 ホテル名古屋ガーデンパレス 栄の間 **定員** 100名

主催：愛知東邦大学地域創造研究所
後援：愛知県教育委員会、名古屋市教育委員会、名古屋市長、日進市

シンポジウム概要

ブランディングとは何か愛知東邦大学ブランディングの取り組み(教育現場として)
愛知東邦大学 経営学 教授/上條 憲二

地域振興のための自主制作CMが大人気!
「小競がアツ・イー」キャンペーン(自治体として)
株式会社ナムズ 代表取締役/藤野 貴樹 氏

地域ブランディングへの挑戦
「まちいくみじかむプロジェクト-銘酒「本妻」復活-」(地域として)
まちなか活性化プロジェクト推進/中野 誠也 氏

地域の独自文化を具現する
「大和ハウスグループ-共創共生シリース広告」(企業として)
株式会社 サンロードエフエフグループ/古野 利雄 氏

シンポジウム

13:30～13:35 開会/挨拶/山根 雅治(愛知東邦大学 地域創造研究所長)

13:35～15:40 シンポジウム
「地域を活かすブランディング
—掘り起こそう、地域の宝、育もう、地域の文化—」

15:40～16:00 質疑応答
開会/挨拶/藤野 貴樹(株式会社ナムズ代表取締役) 古野 利雄(株式会社サンロードエフエフグループ代表取締役)

申込期間・方法

●申込期間 / 2018年12月17日(月)～2019年1月11日(金)

●申込方法 / 本学Webサイトの申込フォーム
●申込料 / 無料
●申込先 / FAXによる申込

お問い合わせ先 愛知東邦大学 地域創造研究所 愛知東邦大学 (後援)

〒465-8515 名古屋市長区東区平町3-11 TEL.052-782-1243 FAX.052-782-1097 E-mail:kanakyu@akihito.ac.jp

経営戦略を明確に 組織的な事業展開へ

経営戦略セミナー

対象 津市の企業経営者や経営企画に関わる方など

日時・内容・講師

第1回 平成30年8月28日(火) 15:00～17:00
◆お店や会社のホームページをネットショップで成果を出すための方法と「最先端」ブランディングの基本
中小機構近畿本部 経営支援アドバイザー、中小機構販路支援部 販路開拓支援アドバイザー

第2回 平成30年10月5日(金) 15:00～17:30
◆SNS (Facebook, Twitter, Instagram, LINE) の商売での活用
法と、炭上しないための注意点
株式会社アシスト 代表取締役社長 吉村正祐
中小機構近畿本部 経営支援アドバイザー、中小機構販路支援部 販路開拓支援アドバイザー

第3回 平成30年10月30日(火) 15:00～17:30
◆「中小企業・小規模事業者のための儲かる仕組みづくり」
～無料・安価なクラウドサービスを徹底的に活用しよう～
特定非営利活動法人ヒューリット経営研究所 理事 川野 太

第4回 平成30年11月15日(木) 15:00～17:00
◆ブランドで企業力アップ! 中小企業のためのブランディング講座
愛知東邦大学教授、中小機構経営支援アドバイザー 上條 憲二

第5回 平成31年2月25日(月) 15:00～17:30
◆事業承継の準備と心構え
中小機構中部本部事業承継コーディネーター 松本 久敏
◆補助金等支援施策の上手な使い方
津市ビジネスサポートセンタービジネスコーディネーター 高垣 和郎

※内容などについて変更になる場合がありますので、予めご了承ください

会場 津市ビジネスサポートセンター セミナー室
(津市あつた西下目6番地1あつたピア1階)

定員 20人程度

申込期限 各回の7日前までにお申し込みください。

**申し込み
問い合わせ** 津市ビジネスサポートセンター 経営支援課
〒514-0131 津市あつた西下目6番地1あつたピア1階
TEL. 059-236-3355 FAX. 059-236-3356 E-mail: 229-3360@city.tsu.lg.jp

主催：津市 共催：中小企業基盤整備機構・(株)津サイエンスプラザ

- ・名古屋グランパスエイトのプロモーションをテーマとした専門プロジェクトにおいて、様々な企画を学生が立案し名古屋グランパスに対してプレゼンテーションを行った。
- ・地域の企業に対してブランディングの講演、説明会、コンサルティングを行った。
中小機構主催の「三重・経営戦略セミナー」、電子システム・サン樹脂での講演。

○自己評価

- ・地域社会に対しては産学連携推進委員として、地域企業と関係強化に努めた。特に、ブランディングに関して地元の経営者に対して講演活動などを行い、経営に対する示唆を行った。
- ・日本ブランド経営学会の発足はこの国の経営の在り方に対して、ひとつの解決策を示したものであると考える。その中で中心的な役割を果たしていることは、本学の評価を高めるうえでも意味があると考えられる。

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)

- ・自身の研究とは全く異なる分野で出版が予定されている。(2019.6月 ダイヤモンド社)

VI 総括

- ・「オンリーワンを、一人に、ひとつ。」をテーマとして活動を続けてきた。これは、自分自身がオンリーワンの存在になり、その存在を強化することでもある。そのことが、ひいては愛知東邦大学の個性を強め、「らしさ」を表現することでもあると考える。
- ・学生に対しても、大学の学務に対しても、自分の研究に対しても本学にとって何をするのが大学のブランドを強化することになるのかを判断の基準とし、活動してきた。
- ・しかしながら、いまだ十分とは言えず、不満足な点も多い。
- ・各項目に対する自己評価
授業に関しては「まあ良い」
委員会活動に関しては「どちらでもない」(ブランド推進、BP はスムーズに進んだが、委員会に関しては不十分)

研究活動は「まあ良い」
社会貢献は「よくできた」

以 上