

皆さま、こんにちは。2025年2月のレポートをお届けします。

○ 選択授業 (Electives)

2月は選択授業 (Electives) の期間で「Effective Communication」「Geopolitics, Intelligence & Strategy」「Leading Change - The McKinsey Approach」「Scaling Your Startup」の4つの授業を履修しました。それぞれ、講義やケーススタディ、グループワーク、ゲストスピーカーのセッションを通じて、実践的な学びを深めています。

特に印象的だったのは「Leading Change - The McKinsey Approach」の授業でした。この講義では、組織変革を主導するためのフレームワークやリーダーシップの考え方を学び、"変革を成功させるリーダー"とは何かを深く考える機会となりました。マッキンゼーの知見をもとに、企業が変革していく中でリーダーがおさえるべきポイントを「変革の推進」「戦略的思考」「影響力の活用」「レジリエンス」「実践的マネジメント」の5つの主要テーマに分けて学びました。

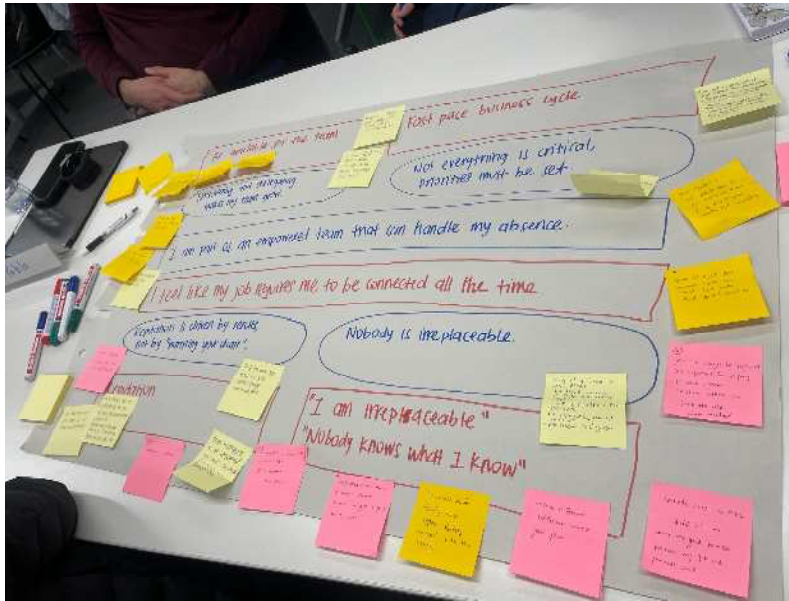
授業の中でも特に印象的だったのは、企業や組織を変えていくためには、どれだけロジカルに戦略を組み立てられるカリスマ的リーダーであっても、それを実行できる"人"が動かなければ意味がありません。リーダーとして相手に納得してもらい共感を生みながらチームを前に進めるために、感情に訴えるストーリーやコミュニケーションが重要であると改めて学びました。

○ グループコンサルティングプロジェクト

MBAでは、座学だけでなく実践的プロジェクトもあります。その一環として、現在5名の多国籍チームと共に、アフリカ市場における産業用化学製品の市場参入戦略の策定に取り組んでいます。本プロジェクトは4月前半の完了を予定しており、現在は市場分析と仮説検証を進めている段階です。プロジェクトは、市場調査（競合分析・需要分析・価格設定・差別化要因の確立）をゼロから実施し、販売チャネルの選定、サプライチェーン戦略、マーケティング・営業戦略の策定など全般に渡って、新規市場参入戦略の構築に取り組んでいます。

このプロジェクトを通じて新興市場における事業展開の難しさを身をもって実感しました。競合の分析やデータをもとにした戦略立案はもちろん重要ですが、それだけでは十分ではなく、現地の文化やビジネス習慣、そして現地パートナーや人とのつながりが鍵を握ります。特に、現地企業とのパートナーシップをどう築いていくべきか、アフリカという未知なる土地で得られる情報やリソースが限られている中、インタビューやリサーチを重ねチームで試行錯誤しながら日々進めています。

「未知の市場 × ニッチな領域 × 多国籍チーム」と難しい局面も多くありますが、MBAの醍醐味を楽しみながら、クライアントの成長を少しでも支えられる実践的な戦略を提案できるよう取り組んでいます。



Workshop in "Leading Change"



Weekend Trip to London