

皆さま、こんにちは。2025年3月のレポートをお届けします。

○ 選択授業 (Electives)

今月は、2月に引き続き MBA の選択授業期間が続いており、4つの授業を履修しました。授業は「Effective Communication」「Geopolitics, Intelligence & Strategy」「Leading Change - The McKinsey Approach」「Scaling Your Startup」の4つで、いずれも講義に加え、グループワークやケーススタディ、ゲストスピーカーによる講演などを通じて実践的に学びを深めています。

中でも特に印象に残ったのは「Effective Communication」の講義です。この講義では、1分間のプレゼンテーションを毎回準備し、クラスメイトの前で発表。発表の様子は録画され、教授からフィードバックを受けるという実践的な内容でした。話す構成や伝え方を磨くことで、相手にしっかりと届くプレゼン力やスピーチ力を養うことができたと感じています。

日本では、義務教育や高等教育の中で、自分の意見を人前で述べたり発表する機会が多いとは言えません。一方、海外では幼少期からそのような場面に慣れている人が多く、クラスメイトたちの表現力の高さに驚かされることも少なくありませんでした。ですが、プレゼンテーションの力は才能ではなく「練習で身につけられるスキル」だと実感し、自分自身にとっても大きな成長の機会となりました。

○ グループコンサルティングプロジェクト

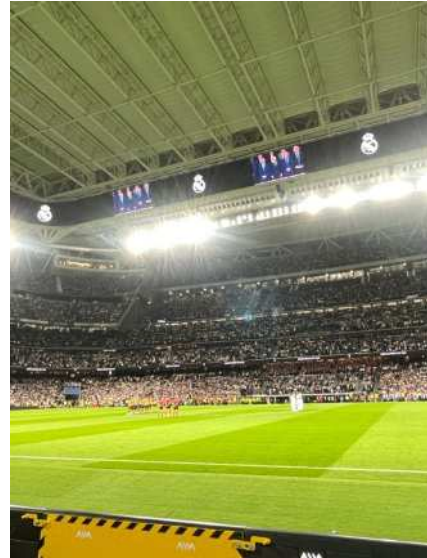
MBA では、座学だけでなく実践的なプロジェクトもあります。その一環として、先月に引き続き、グループでのコンサルティングプロジェクトに取り組んでいます。多国籍の5名のメンバーで、アフリカ市場における工業用原材料の新規市場参入戦略を策定するプロジェクトです。4月上旬の最終発表に向けた大詰めの時期で、多くの時間をこのプロジェクトに費やしました。

私たちが取り組むのは「アフリカ × 工業用原材料」というニッチなテーマです。市場調査として、現地の競合分析や需要予測、価格設定、差別化要因の検討を行ったほか、販売チャネルの設計やロードマップ・KPI の構築、さらに製品パッケージのデザインまで多岐にわたる提案を行いました。特に難易度が高かった点は、どうしても価格が競争の中心となるこの分野、またアフリカ市場で、サステナビリティや高品質といった付加価値訴求がしづらく、それらをふまえた上でいかに競合との差別化を図り顧客にアプローチするか、という点です。チームでは「顧客がなぜ他社ではなくこの製品を選ぶのか？」という視点から、何度も議論を重ねました。

このプロジェクトは、MBA で学んできたフレームワークや論理的思考力を実践で活かす絶好の機会となり、学びの集大成のような時間となりました。多国籍チームで意見をぶつけ合いながら、ビジネスの現場に近い緊張感の中で試行錯誤する経験は大きな学びとなったと実感しています。



A Local Sunday Music Performance
in Salamanca, Spain



Football Match at
Santiago Bernabéu Stadium