

ORACLEの 新マーケティング PR戦略を提案

非IT系ビジネスパーソンに
クラウドといえばオラクルと知ってもらおう!

日本オラクルの課題に挑むのは
立教大学の学生男女19名。
ビジネスさながらに新たなマーケティング戦略や
PR戦略について考え抜いた成果は
プロレベルにどこまで迫れるか?



シェア拡大には
認知度向上が不可欠

立教大学と日本オラクルのPBL初日はオリエンテーションから始まりました。

世界2位のソフトウェア企業である、オラクル。企業説明では、創業の歴史から業績までが一とおり紹介されました。「フオーブス」世界長者番付でもおなじみのラリー・エリソン氏が1977年に創業して以来、同社はデータベースに強みを持つ企業として成長を続けてきました。その証としてデータベース(RDBMS)の世界シェアでは実に約50%をオラクルが占めており、膨大な量のデータが蓄積・処理されていることが明らかにされました。

そして、近年ではICTの分野ではクラウドへの移行が進んでおり、オラクルでもクラウドに重点を置いた戦略を打ち出しています。

企業の情報システム部門で働く人にとっては、オラクルの認知度は高いのですが、それ以外の非IT系ビジネスパーソンには、そこまで浸透していないという現状があります。そこで、サービス導入の意思決定権を持つ管理職層の人にも「クラウドといえばオラクル」と認知されるためのPR戦略、マーケティング戦略の立案がPBLのテーマとして発表されました。すると学生たちは、課題意図

を正確につかもうと「これまでのPR戦略は？」「数値目標はどれくらいに設定すればいいのかわかるのか」オラクルのERPの強みは「など、積極的に質問をしました。

その後、日本文化に造詣の深い創業者の意向でビル最上階(24階)に設けられた本格的な茶室「聚想庵」やカフェテリアを見学。着々と建設が進む新国立競技場を一望するロケーションにも驚きました。

最終プレゼンに向け ひた走る学生たち

2日目は、それぞれチームに分かれて、課題の洗い出し作業に取りかかりました。どのようなシーンで認知度を上げるのが効果的なのかなど、さまざまな視点から議論を重ね、検討を加えていきます。また、マーケティングのヒントをフアシリテーターからいただき、その後の作業へとつないでいきました。

3日目は、オラクルのマーケティング本部長を迎えて中間発表を実施。マーケティングを専門に学ぶ学生が牽引するチームがあったり、それぞれの得意分野を生かして意見を出し合うチームがあったりと、個性豊かなアイデアが出そろいました。4日目は最終日に向かって、プレゼンの練習と修正作業を続け、チームワークを發揮しながら精いっぱい力を振り絞る学生たちの姿がありました。

努力が報われたプレゼン

少しでも良い提案をしようとして、グループワーク後も居残るなどして、多くの時間と努力を積み重ねてきた立教大学の4チーム。最終日は、どのチームも完成度の高いプレゼンを披露することができ、ホッと一安心！各チームのプレゼンが終わると、企業担当者から質問や感想が多く寄せられ、提案内容に対する高い評価と関心の高さがうかがえました。

オリエンテーション | 企業 → 学生

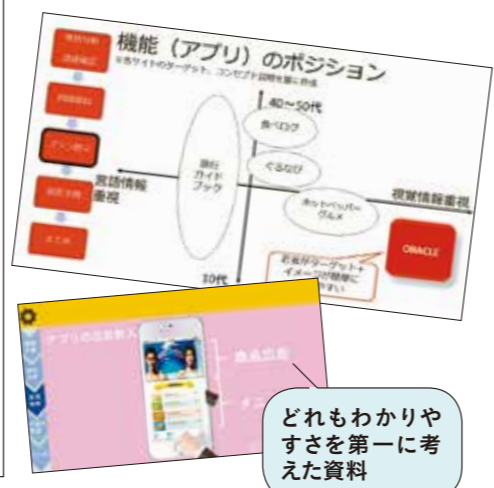


ICTの分野で急成長を遂げているクラウドサービス。日本オラクルにおいても、クラウド戦略の一つとして、自律型データベース・クラウドを掲げています。人を介せず自動化を可能にするAI技術を用いることで、低コスト、高性能、高セキュリティを実現するというもの。ただ、BtoB企業であることから、IT系以外のビジネスパーソンの認知度は高くなく、「クラウドといえばオラクル」という認知度を高める施策の立案が求められました。

質疑応答も緊張します



学生のフレッシュなアイデアに興味津々のオラクルの担当者。普段付き合っていない企業の方からの評価は、学生にとっても自信につながることでしょう。



どれもわかりやすさを第一に考えた資料

プレゼンテーション | 学生 → 企業

チーム名 SOYJOY

提案 五輪アプリで認知度UP
オラクルコンシェルジュ

東京オリンピック2020のゴールドパートナー企業との協業により、交通案内から決済、猛暑などの緊急通知機能までを備えた五輪向けアプリ「オラクルコンシェルジュ」を開発。オラクルの既存の技術・サービスを、五輪の観客と重なる40~60歳の管理職層に実際に利用・体験してもらうことで認知度向上を図るという提案。

【参加学生】経営学部2年 佐藤都美、理学部2年 山崎真、社会学部3年 松久陽介、文学部3年 寺澤穂奈美、観光学部1年 土子誠也



チーム名 MIRACLE

提案 教育現場にクラウドを!
長期的視点で戦略立案

教育現場はまだICTが浸透していないことから、クラウド利用による効率化、教員の作業軽減を図ることを提案。出欠や成績管理といった教務システム、あるいは児童・生徒のためのeラーニングシステムなどを利用シーンとして想定。子どもたちが社会に出たときオラクルを思い出すという長期的な視点から提案。

【参加学生】大学院ビジネスデザイン研究科修士1年 松尾優希、経済学部3年 竹内一斗、同2年 岡田英美里、社会学部3年 舟木佑甫



チーム名 RIRACLE

提案 ランチタイムアプリ
SPEDYで認知度向上

オラクルの強みをもっと身近に知ってもらおうと、オフィス街の飲食店の集客を最適化し、決済機能を持ったアプリ「SPEDY」をビジネスパーソン向けに提案。また、社会全体の認知度向上を目的として、カルテと調剤情報などの医療情報を一元管理し、利便性を高める「オラクルカード」を提案。

【参加学生】文学部2年 杉本寛明、経済学部4年 宇都宮徳太郎、観光学部3年 楊燕勤、大学院ビジネスデザイン研究科1年 リョウソウ



チーム名 ミマックス

提案 オラクル
ペイマックス化大作戦

近い将来ビジネスパーソンとなる学生をターゲットに、Instagramを基盤とした旅行・遊びのシーンで役立つ予定計画アプリを開発。タグでショップや観光地を検索すると自動でルート作成、クラウド保存されて、いつでもどこでも閲覧できるといったもの。アプリ自体のプロモーションもInstagramのストーリー機能を活用。

【参加学生】文学部3年 上原梨沙、観光学部4年 小久保樹乃、グローバル・バリエーションプログラム1年 中島敦帆、社会学部2年 中島義、経営学部2年 大沼ひかり



PBLを通じて、
たくさんの方が
身につきました



さまざまなアイデアの中から、一つのストーリーに収束させ、いかに説得力を持った提案ができるか。そのプロセスを通じ、仲間とのチームワークで身につけた解決力、情報発信力は、今後の学生生活や就職活動、そして社会に出たときもきっと役立つはずです。

中間発表ではマーケティング本部長自らが来校してアドバイス



PBLを終えて

文学部文学科
英米文学専修3年
上原梨沙さん

プレゼンとはとても緊張しましたが、何より達成感がありました。日々、作業を進めていくなかで方向性も変わっていき、再定義や資料の修正をする連続でした。ふだん企業の方と接する機会は少ないので、今回とてもいい経験になりました。

人事本部フィールドHR部
担当マネージャー
高部博子さん

非常にレベルの高い提案で、デジタルネイティブ世代ならではの学生らしい視点に驚きました。弊社は今期インターンシップを実施していないので、等身大の学生さんに接し、社風や雰囲気伝えられた機会になったと感謝しています。

University

立教大学



1874年創立。「自由の学府」としてリベラルアーツ教育による、国際性とリーダーシップを持つ人材の育成や、総合大学の強みを生かした研究を展開。

Company

日本オラクル



「データの価値を知りて最大化させ、豊かな情報社会を実現する」という企業理念のもと、さまざまなソリューションを提供する米国企業の日本法人。