

東熊会会員による「里帰り講話」概要

日時：平成29年9月29日（金）14：15～15：15
場所：熊本県立水俣高等学校体育館
対象：1、2年生（307名）、教職員等（13名）、保護者（8名）
講師：インフォテリア株式会社 平野洋一郎氏
演題：「人生はデコポンばい」

【講話概要】

自己紹介

・実家は三角のみかん農家で中学校から熊本市内に来た。中学生のとき、地元の新聞社が主催する新聞コンクールで賞をとったことが自信になった。高校ではあまり勉強せず、受験直前まで好きなことに打ち込んでいた。大学にようやく合格したが、最先端のPCを学べるのは2、3年生からだったので、中途退学してベンチャー企業に入った。そこから今の仕事につながってきた。数年前からシンガポールで勤務。英語は今学ぶものではなく、当たり前なものとなったと実感している。

グローバル社会を生きる3つのポイント

- ・20世紀は「階層・規律・統制」の時代だった。
- ・「1．自律・分散・協調の時代へ 2．違いが価値の世界へ 3．パーソナルブランディングの時代へ」
- ・企業は規模の大きさが命取りの時代へと変化してきている。

現代社会の状況

・現在の社会では、安定していると思われていた「大きな」会社の危機が相次いで起こっている。現代は「小さな」会社の価値が見直されている。これまでの「雇用」から「個要」へと転換期を迎えている。

価値とは何か

・いわゆる物々交換とは、違うものを違うものへ交換することである。違うからこそ交換することができるので、違うということは価値であると言える。

ブランドとは何か

・パーソナルブランディングの重要性について。「自分は何が特徴か」と考えてみよう。例えば、「平野と言えは です。」ということ是可以る。（ には得意なことや特徴などが入れられる。）これが「 と言えは平野です。」と言えるようになれば自分のブランドとなる。「水俣と言えは です。」や「 と言えは水俣です。」などを例に考えてみよう。それが水俣のブランドとなる。与えられたものだけでは不十分である。ブランドを作るには、自分のものさしを持つことが大切で、他

人と同じことはブランドにはならない。

グローバルポイントを自分のものとするためには。

・グローバルポイントを自分のものとするために外に出ることが大切である。外に出るとは、「粹・考え方・場所」から出ることである。皆さんの場合は、「水俣・熊本・日本」から出ること。自分も三角から外に出たが、自分の根っこの部分として、「熊本」というものは根付いている。根本を持って外に出ることが重要である。外に出たら「熊本」も違いのひとつになった。

演題とした「デコポン」について

・初めはデコポンのてっぺんの部分が出ていて「カッコ悪い」と言われた。しかし、出ている部分が他との「違い」となり、しっかりした中身と相まってブランドとなっている。皆さんも自分の違いを見つけてこれから頑張っていってほしい。