

第62回インナー大会
討論部門
未成立パート
受け入れ可能分科会
テーマ趣意文一覧

未成立パート受け入れ分科会一覧

<申請番号 6>

首藤禎史ゼミ Aパート

近藤浩之ゼミ Bパート

<申請番号 8>

佐藤拓也ゼミ エンタメパート

近藤浩之ゼミ Cパート

<申請番号 14>

加藤恭子ゼミ 18期パート

飛田幸宏ゼミ Bパート

<申請番号 17>

佐藤拓也ゼミ 地方パート

中済光昭ゼミ Aパート

以下、各パートのテーマ趣意文を掲載いたします。

※各分科会の討論内容について実行委員会は把握しておりません。

6

テーマ趣意文

※「テーマ趣意文（例）」に目を通していただいた上で記入をお願いいたします。

部門番号一覧は、インナー大会 HP に掲載されている「**部門番号一覧**」からご確認ください。

大東文化大学 首藤禎史ゼミ 首藤禎史 A パート

部門番号 24 部門名 マーケティング部門

テーマ ブルーオーシャン戦略について

サブテーマ 赤く染めない為には

趣意文

ブルーオーシャン戦略とは取り除く、増やす、減らす、付け加える方法を取り他社と異なったニーズに応えることで独自の価値を創造し、誰もいない市場を作り上げることである。しかし、ブルーオーシャン戦略に言及されていない、また欠点とも言える部分がある。それは維持、持続性である。私たちは新市場の実質的な独占(競合が出来にくい市場また圧倒的シェアを確保する)を作り上げることは可能なのか疑問に思った。ではここで長期間ブルーオーシャンであり続けた2つの企業を例に見ていく。

まず、リクルートの企業文化の例を見ると

1. 自社は生半可なアイデアを切り捨てるまたは昇華すること
2. 目先の数字で考えないこと
3. 常に創意工夫を繰り返す

以上の点がブルーオーシャン戦略を成功させた要因である。

次に例として挙げられるものとしてユニクロがある。同社のヒット商品である「ヒートテック」は、それまでの衣類にはあまり見られなかった機能性の高さを誇った製品であり、製造から販売までのプロセスを一貫して行うことによりユーザーに安価で提供することに成功した。

このようにブルーオーシャン戦略には新しい市場を開拓するため、競争相手がいない市場にてシェアを獲得することができ、多くのユーザーを短期間で得られるなどのメリットがある。

したがって、ブルーオーシャン戦略で新規参入した市場にて優位性を保つにはどのような方法をとるべきか、また、優位性を保つにはどうするべきかについて考察を討論していく。

6

テーマ趣意文

※「テーマ趣意文（例）」に目を通していただいた上で記入をお願いいたします。

部門番号一覧は、インナー大会 HP に掲載されている「[部門番号一覧](#)」からご確認ください。

東京経済大学 大学 近藤浩之 ゼミ B パート

部門番号 24 部門名 マーケティング論

テーマ 成功するテーマパークとは

サブテーマ 東京ディズニーリゾートが求められる理由

趣意文

東京ディズニーリゾートの開園から 38 年 318 日の 2022 年 2 月 26 日に来園数が累計 8 億人を突破した。昨年、コロナウイルスの影響で、臨時休園を発表した。休園期間を当初は 3 月 15 日までとしていた。しかしリピート率は、現在、90%を超えている。また、入場料を開園当初から比べると、約 5,000 円値上げをしている。つまり、入場料が上がっているにもかかわらず、来場者は、減少していないということである。そこで、東京ディズニーリゾートには、入場料が上がっても行きたくなる理由があるのではないかと考えた。

本研究では、東京ディズニーリゾート来場者の消費行動やパーク内の空間作りの工夫から研究を進める。来場者は、どのような心理効果から東京ディズニーリゾートを訪れるのか、また、どのようなところに魅力を感じているのかなどを見ていきたい。そして、東京ディズニーリゾートの関する顧客ニーズの研究から、他のテーマパークに有効な空間作りを研究、提案する。

※「テーマ趣意文（例）」に目を通していただいた上で記入をお願いいたします。部門番号一覧は、インナー大会 HP に掲載されている「部門番号一覧」からご確認ください。

中央大学 佐藤拓也ゼミ エンタメパート

部門番号 24 部門名 マーケティング

テーマ オンライン・対面イベントのメリットをうまく利用して、コロナ禍で落ち込んだエンタメ業界全体の活性化を目指す。

サブテーマ 20 年、21 年に行われたオンライン・対面イベントの評価

趣意文

コロナウイルスによって対面でのイベントが中止となりエンタメ業界では大幅な収益の低下が引き起こされました。それにより多くの団体が業績不振に陥り、特に中小規模の団体は長期に及ぶイベント規制に耐えきれず、事業から撤退しまう事態が散見されました。これらのことを問題意識とし、コロナによって衰退したエンタメ業界を活性化させるためにはどのような取り組みができるのか、また、コロナ禍においてニューノーマルとなりつつあるオンラインイベントに焦点を当て、終息後のエンタメ業界に求められる活動・サービスとはどのようなものなのかについて考えていきます。

※「テーマ趣意文（例）」に目を通していただいた上で記入をお願いいたします。

部門番号一覧は、インナー大会 HP に掲載されている「**部門番号一覧**」からご確認ください。

東京経済大学

近藤浩之ゼミ

C パート

部門番号 24

部門名 マーケティング論

テーマ ガチャガチャの市場の拡大を狙うには

サブテーマ UGC を踏まえたガチャガチャの販売促進

趣意文

現在、ガチャガチャ市場は拡大傾向にある。市場規模はここ10年で1.5倍、およそ400億円までに膨らんだ。ガチャガチャは子供の人気はもちろんだが、今期のブームでは大人に向けたガチャガチャ商品が人気を集めている。そこで私たちは、大人がガチャガチャにはまる理由や人気商品とその心理効果に注目し、販売促進に有効なマーケティング方法を研究している。最終的な研究目的は市場のさらなる拡大である。

研究を進めるにあたって、現在のガチャガチャブームの要因の1つとして、SNSの利用が大きいと考えた。最近のガチャガチャ商品の傾向として、アイデア商品や面白い商品、リアリティを重視する商品が多く見られる。これらの商品はどれも、SNS映えとつながる要素を含み、ガチャガチャをSNSに載せることを目的として楽しむ傾向にあると考えられる。そのことから、一般ユーザーによって作られたコンテンツである、UGC (User Generated Content) を踏まえたマーケティング方法が販売促進に有効であると考えた。本研究では、UGCを利用した販売方法であるULSSAS (UGC Like Search1 Search2 Action Spread) の流れに沿って仮説検証、販売方法の提案を進めている。

※「テーマ趣意文（例）」に目を通していただいた上で記入をお願いいたします。部門番号一覧は、インナー大会 HP に掲載されている「部門番号一覧」からご確認ください。

日本大学 加藤恭子ゼミ 18 期パート

部門番号 25 部門名 労務管理論

テーマ メンタルヘルス

サブテーマ 働き方改革

趣意文

世間では労働者を配慮する働き方改革が注目されている。長時間労働の是正と多様で柔軟な働き方の実現に焦点が当てられてきている。日本の労働環境は個人的な仕事で完全には定型化されておらず、上司と共にチームで仕事をすることも多い。チーム意識が高いため上司からのパワハラなどに耐えきれずに残業を強いられることも珍しくない環境にある。それに加えてコロナも明けてきてはいるものの普段とは違った勤務形態の影響もあって必要なストレスがかかっている人も少なくはない。

九州大学の調査では、オンライン授業での影響で就職活動にも影響を与えている。このように社会人のみならず学生など多様な面での働き方改革が求められている。これを踏まえ、精神的なストレスで悩む人に照点を当てメンタルヘルスに関心を高めることで現状を改善できると私たちは考える。それは働く従業員だけの影響ではなく日本の労働環境にも良い影響を与えられるのではないだろうか。そこで今回の討論を通して、働き方改革における課題について深く掘り下げ、新たな提案をしていきたい。

※「テーマ趣意文（例）」に目を通していただいた上で記入をお願いいたします。

部門番号一覧は、インナー大会 HP に掲載されている「**部門番号一覧**」からご確認ください。

白鷗大学 飛田ゼミ B パート

部門番号 27

部門名 経営組織論

テーマ 長時間労働の原因について

サブテーマ 日本人は働きすぎか

趣意文

現在わが国では長時間労働が問題になっている。定時で帰りたくても帰りにくい、残業するのがあたりまえ。長時間労働は心身ともに大きな負担がかかり、心身問題が生じる場合もある。日本では、働きすぎを防止する策として有給休暇を取得できる制度がある。しかし、他国と比べて取得率が低いことが現状である。そこで、私たちのグループでは長時間労働を引き起こす原因について研究している。具体的には、人手不足、付き合いで残業、作業効率の悪さ、本当に働いているのか、を引き起こす原因であると捉え、どうしたら長時間労働を防ぐことができるのかについて研究している。

- 1 日本の現状
- 2 海外との比較
- 3 日本の課題
- 4 改善点
- 5 まとめ

※「テーマ趣意文(例)」に目を通していただいた上で記入をお願いいたします。部門番号一覧は、インナー大会 HP に掲載されている「部門番号一覧」からご確認ください。

中央大学 佐藤拓也ゼミ 地方パート

部門番号 29 部門名 その他

テーマ: : 新しい観光による地方創生

サブテーマ: 実際に行かなくても観光は成立するのか?

趣意文

自分たちのテーマ設定の背景としてはさまざまな地方の抱える問題を研究してきた中、地理、気候、交通などによって都市部との格差ができていくことがわかった。また、地方の多くは人口流出、少子高齢化などの理由から財政面で悪循環に陥っているという問題がある。これらの問題を克服するためには地域それぞれの持つ障壁にとらわれない観光手段の模索を行った。そのなかで VR をはじめとした最新技術を活用した新たな形の観光体系を提案すべきだと考えた。

問題意識としては地理的要因や気候、交通などは簡単には解決することができず、また昨今の情勢より実際に観光をすることが困難となった。国内、国外からの観光客の減少は地方経済に財政的に打撃を与えた。従来地方が抱えていた人口減少などの理由より税金などの回収が困難であるという問題がコロナ禍で顕在化したとも言える。最新技術、VR を観光に用いることの可能性を調べ時間や空間にとらわれない自由な観光スタイルを形成し柔軟なビジネスモデルを考察する。それらを踏まえて最新技術と地方財政の立て直しの相互作用について検証したい。

※「テーマ趣意文（例）」に目を通していただいた上で記入をお願いいたします。

部門番号一覧は、インナー大会 HP に掲載されている「部門番号一覧」からご確認ください。

駒澤大学 中済ゼミ A パート

部門番号 12

部門名 社会政策論

テーマ 東京一極集中における問題とその解決について

サブテーマ

趣意文

現在、人口減少や少子高齢化に伴う労働者不足が問題となっている。特に地方においては都心への流出による過疎化が進んでいる。まさにいまの日本は東京を中心とした一極集中である。

一極集中によってどのような問題点があるのかを以下にまとめる。

- 1.首都圏を中心とした災害（地震など）が起きた際に支障が出る。
- 2.首都圏と地方の格差が生まれる。（地方では人材不足になり、経済の担い手がいなくなる。→衰退につながる）
- 3.パンデミックの際の感染リスク(増)。特に交通機関は人が多い。
- 4.人口密度が高くなり、住みづらくなる。住む場所が減ってくるため、タワーマンションが多くなる。また、地価も高騰し、生活において何かとコストがかかる。

もちろん問題点だけではなく、一極集中によるメリットも存在する。例えば、東京ブランドの向上により、東京にいれば最先端の製品やサービスが集まるため不十分なく生活できる、優秀な人が集まっているため、そこからの出会いによって起業やあらたな知見を得られる可能性がある、などがある。

しかし、メリットよりデメリットの方が大きい。

一極集中が加速すれば地方の若者は職を求めて都心に流されやすくなり、地方の少子高齢化が進み、結果として地方の税収は減り、少子高齢化の負のスパイラル状態となる。また、大学などの教育機関が都心部に集中していることにより家計への経済的負担をかけることなどがあげられる。

そこで、IT を用いたアプリケーション、そしてテレワークなどを活用し、以上の問題を解決する方法を提案したい。