

平成 30 年度 日本学生経営学会

夏季全国大会

日時	2018 年 8 月 18 日(土) 会場受付開始時刻 09 : 45 開演 10 : 00 終演 16 : 00 懇親会 18 : 00
場所	イオンショッピング福岡 6F(福岡市中央区天神 4-4-11)
主催校	日本学生経営学会 松山大学経営学研究部
参加大学	福岡大学・松山大学
後援	大阪商業大学総合経営学部教授・日本学生経営学会顧問 中津孝司教授 福岡大学商学部教授・日本学生経営学会顧問 合力知工教授

【目次】

目次	2
プログラム	3~4
問題提起分	6
<午前の部>	
松山大学（東、玉乃井、正岡、山本） 『発生が予測されるオリンピック景気を見越しての VR 事業の拡大 及び VR 動画の定額配信化サービスの提案』	7~12
<午後の部>	
福岡大学（那須、平木、松谷、木田、浦） 『オリンピックにおけるインバウンド政策』	13~14
総会資料 日本学生経営学会の方針	15~20
会計報告	
会計監査報告	
書記広報報告	
渉外報告	
研究報告	

平成 30 年度 日本学生経営学会夏季全国大会 プログラム

日 時 2018 年 8 月 18 日 09:45～
場 所 イオンショッパーズ福岡 6F(福岡市中央区天神 4-4-11)
イオンショッパーズ福岡店公式ホームページ
<http://shoppers-fukuoka.aeonkyushu.com/>
(交通アクセス、マップなど参照)
大会テーマ 「国内で行う東京オリンピックの新規事業」
顧 問 中津孝司(大阪商業大学総合経営学部教授)
合力知工(福岡大学商学部教授)
参加(加盟)校 甲南大学・福岡大学・松山大学

大会プログラム

受付開始	09:45～
開場	9:50～10:00
開演	10:00～10:15
開会宣言 諸注意	
午前の部 発表(※発表 15 分,質疑応答 30 分)	
松山大学	10:30～11:45
昼食休憩	11:50～12:55
午後の部	
福岡大学	13:00～14:45

総会

14 : 50～16:00

顧問 吉野准教授の講評

日本学生経営学会の方針

会計報告

会計監査報告

書記広報報告

渉外報告

結果発表・表彰

閉会宣言

懇親会

18:00～

天神 楽風 (らふ)

ご挨拶

福岡大学経営学研究部
日本学生経営学会 理事長
松崎 光希

日本学生経営学会理事長を務めさせて頂いております、福岡大学経営学研究部の松崎光希と申します。この度は、平成 30 年度日本経営学会夏季全国大会が無事開けますことを心よりお喜び申し上げます。また、大会開催にあたり、新しく理事が発足して初めての大会ということもあり、二大学の理事メンバー、松山大学経営学研究部の皆様には大きなご協力を受け賜りました。この場をお借りいたしまして、感謝申し上げます。

今大会のテーマは、「国内で行う東京オリンピックの新規事業」です。2020 年に日本で東京オリンピックが行われますが、その際各国から多くの方々が日本に来られることが予想されます。そこで、それを機会として考えどんな事業を立ち上げることができるのかを事例だけではなく、1 から考えていただき、前回大会と同様に各大学のユーモアあふれる素晴らしい発表を期待しております。また、発表者以外の方々にも積極的に大会に参加して頂き、傍観者にならないよう活発的に意見交換をして頂けることを願っています。

平成 30 年度日本学生経営学会では、松山大学の人数減少により大会が開催できるかが危ぶまれる中で、意見交換をしっかりと行い開催ができるように活動をしていきました。年間テーマといたしましては、前年度に引き続き「加盟校の増加」と今年度は「活動内容の変更」の 2 つを年間方針に設定し、活動を行ってきました。大会を開催する上で加盟校の減少は最大の課題となっています。渉外活動を通して加盟校を増やそうとしておりますが、経営学を扱うサークル団体が減少しており思うようにいかないのが現状です。ですが、ホームページの一新や大会の動画を掲載するといった新しい試みを行っており、少しでも団体の方の目に留まることを切に願っております。

最後になりましたが、各大学の理事の方々や日本学生経営学会顧問の中津教授、合力教授、そして学会会員の皆様全員に感謝申し上げます。今回の夏季大会が素晴らしい大会になるよう、理事一同、全力を尽くして参りますのでよろしくお願ひします。

平成 30 年度 8 月
平成 30 年度 日本学生経営学会

大会年間テーマ

『東京オリンピックの新規事業』

夏季大会テーマ

「国内で行う東京オリンピックの新規事業」

2020 年夏に東京オリンピックが開催される。前回は 1964 年。およそ 60 年になる。自分たちが生きているうち、しかも大学生という若い時期に日本でオリンピックが開催されるというのは大変喜ばしいことである。また、私たちは経営や経済について専門的に学ぶ学生である。そこで、学生ならではの視点でオリンピックについて考える機会を作ろうと思う。

事例として、前回のリオオリンピックの経済効果は約 4.2 兆円と言われている。その中で、オリンピックの開催国が決まると各種の施設やインフラの整備などにより生活の利便性が高まるなど様々な良い方面で影響がでる。一方、悪影響に繋がる事例もある。例えばアテネオリンピックで建設された廃墟化した施設だ。急ピッチな準備やオリンピック終了後の見通しを考えていなかった施設の建造は負の遺産となった。またオリンピック終了後は景気が落ち込むことが多い。このことからオリンピック終了後も継続可能な事業でなければ長期的な国全体の経済発展に繋がらないと考えられる。そこで、国内でオリンピック終了後も継続可能な事業を学生ならではの視点で発表していただきたい。

発生が予測されるオリンピック景気を見越しての VR 事業の拡大
及び VR 動画の定額配信化サービスの提案

松山大学 経営学研究部

東 涼平
玉乃井 優
正岡 健聖
山本 智之

I. はじめに

近年、日本での FIFA ワールドカップ、オリンピックといったスポーツイベントの人気から、スポーツ観戦に対する関心の高さが伺える。また、それと同時に VR,MR,AR の注目度も高まってきている。そこで、今回、2020 年に開催される東京オリンピックをより楽しむために、私たちは、MR、AR、VR の中から VR に注目し、テレビに代わる「VR」を利用した継続可能な事業に経済発展への可能性があるかと私たちは確信した。それについて、私たちは、発表したいと思う。

II. VR の概要

・VR とは？

→VR(ヴァーチャル・リアリティ)とはコンピュータ・モデルとシミュレーション技術を用いて、コンピュータでつくられた三次元空間を視覚その他の感覚を通じ疑似体験できるようにしたものである。

([HTTP://JBPRESS.ISMEDIA.JP/ARTICLES/-/51374](http://jbpres.ismedia.jp/articles/-/51374) より引用)

ヘッドマウントディスプレイ(HMD)と呼ばれるデバイスを着けることで自分が仮想空間内にいるかのような体験ができる。

アニメ、ゲームといった二次元の世界の疑似体験だけでなく、スポーツ観戦や医療、観光、教育の現場でも活用されている。

例えば、観光の現場では、VR を利用して事前に観光先がどういったところなのか確認できるようになっている。HMD の利用によって、目の前に行きたかった場所が現れ、まるで現地にいるかのような臨場感を感じることができる。

また、スポーツ観戦では現地に行けない人が現地で観戦をしているかのような体験ができるので期待されている。そして、プロ野球球団は、VR を用いたトレーニングを行っている。前回、打てなかったコースでも VR によって何度も練習でき、選手強化を目指している。

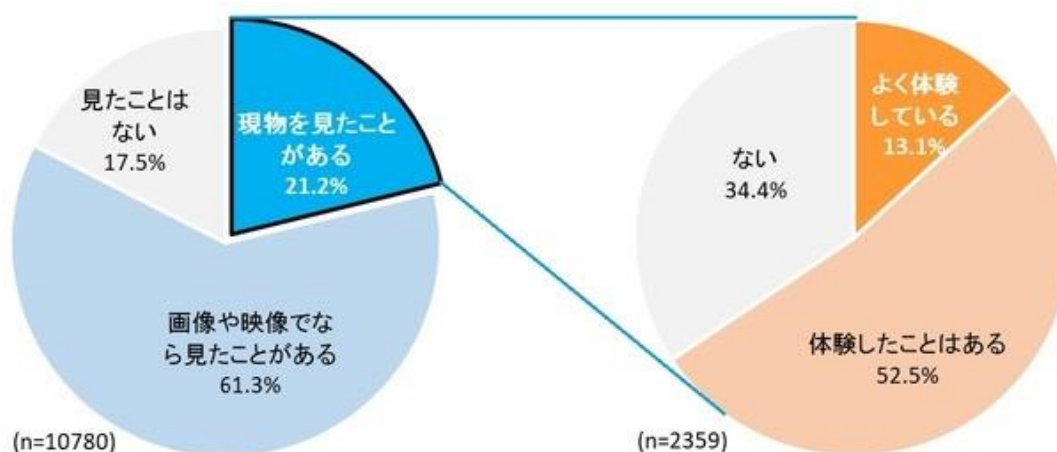
しかし、ここ数年で、成長している VR 産業でも問題点は存在する。中でも、VR の普及率の低さが大きな課題となっている。

近年、スポーツ観戦においては、NBA やプロ野球の観戦が VR でできるサービスが行われている。

また、国内でも DTV が VR 対応のミュージックビデオやバラエティ番組を配信しているが、作品数はとても少ない。

・ VR の現状

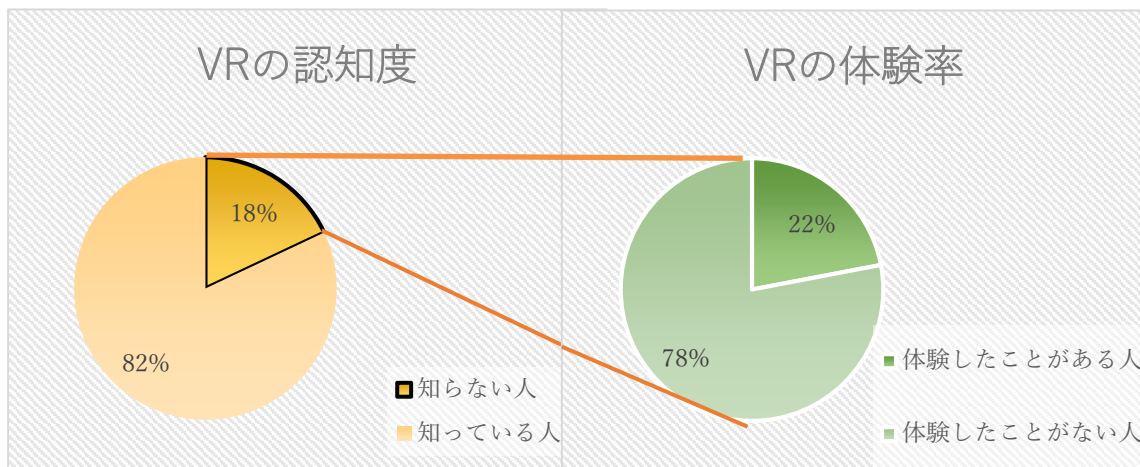
現在の VR の普及率は次の通りである。



VR の認知度と体験率の調査

(<https://www.gamebusiness.jp/ARTICLE/2018/01/24/14013.HTML> より引用)

体験率は全体の 14%程度であり、普及率は低いと言え、VR 産業は(特に国内では)伸び悩んでいることが読み取れる。



上記のような結果を得られた。認知度では、VR を知っている人は約 8 割であり、ほとんどの人が VR を知っている。

しかし、体験率では、体験したことがある人は約 2 割であり、したことがない人は約 8 割だった。この結果からも、普及率の低さは読み取れる。

また同アンケートにて、VR を体験したいと思わない人に対してその理由を調査したところ、魅力的な VR コンテンツが存在しないこと、VR を体験するためにかかる費用が高いことなどが挙げられた。

これらにより、VR の普及に対して考えられる問題点として

- ① VR への関心が低い
- ② 魅力的な VR コンテンツがない
- ③ HMD などの費用が高い

以上の 3 点を解決することが重要だと私たちは考えた。

Ⅲ. 考察

(1) なぜ VR なのか

近年、技術の発展により生活面でも利便性が増してきており、その中でも VR を使用した産業においては、娯楽のみならず医療や建築、教育の面においても活用されており将来性の極めて高い産業であるといえる。

例えば、医術トレーニングや新治療に VR が使用されており、VR の応用が最も進む地域と言われている。VR の利用によって、より実践的な研修医の指導ができるようになった。また、娯楽の面においてもスポーツ観戦するために VR が利用されてきており、実際に現地でスポーツ観戦していない人でも、VR の利用によってより楽しむことができるようになった。これらのことから、私たちは、VR に注目した。

(2)なぜオリンピックなのか

国民のスポーツ観戦への関心は高く、先日開催されたサッカーW杯においては最高視聴率55.4%と高いものだった。

スポーツ観戦の中でもオリンピックに対する関心はとて高く、日本国内において最も視聴率が高かったスポーツ中継は1964年に開催された東京オリンピック女子バレーでは66.8%と極めて高い数字を誇っている。

また別の点からもオリンピックに対する関心の高さが伺えることができ、例えば2000年に開催されたシドニーオリンピックではデジタルカメラがオリンピックの報道用として本格的に使われ始めたことによりデジタルカメラの出荷台数が前年に比べ倍増した。

このようなデータからオリンピックによる経済効果は大きなものであり、それを機にVR産業が飛躍的に発展する見込みはとて大きいと言える。

IV 新事業として展開する定額配信サービスについて

・おおまかな形式は今ある動画配信サービスのように月額制にし、スポーツを中心に動画を提供し、VRコンテンツを見るために必要なHMDなどは携帯のように先に渡し分割払いという形で月額料金に組み込むか、スマートフォンを取り付けるタイプの安価なものをサービスとして提供する形をとる。また、HMDは携帯会社で購入できるようにし、携帯会社で購入、契約してもらうと購入したHMD本体のみで動画を視聴できるようにする。

・支払方法としては、AUWALLETのように携帯の月額料金の支払いとは別に他社の支払いをアプリの中で同時に行えるようにする方法をとる。HMDの場合は、携帯会社と契約し、支払いを口座引き落としや、クレジット支払いのような選択制にする。

・このような形をとることで今までのような既にVR機器をもつ消費者を対象にしていたものではなく、さらにVR機器を買う手間を省くことができるのでオリンピック・ムーブメントにうまく噛み合えばかなりの契約数を獲得できる。

・また、契約制にすることで障害を持つ子供たちなどに対してや病院などの施設に対して割引を適用させやすいという利点も持つ。

V 新事業に対する問題点について

・本当に多くの契約数を獲得できるのか？

↳期待値はかなり高い。上記で示したように、スポーツ観戦における視聴率は高いことが伺える。また、アンケートで、VR を体験してみたいか聞いたところ、9割近くの人がVR を体験してみたいと答えた。さらに、1964年に開催された東京オリンピックでも視聴率は高く、このことから2020年の東京オリンピックの視聴率は高くなることが予想できるので、契約数は期待できる。

・利益は得られるのか？

↳月額料金だけでなく広告は視界を遮らない程度になれば置くことができ、広告収入も得られるので利益は期待できる。また、映像を有料化にして販売することや、コンテンツを増やすことによっても利益は得られると思う。

・長時間の使用等に対しての健康上の問題点は？

↳長時間の使用については常に時刻をわかるようにしておく、長時間使用した際には警告を表示するといった対処ができる。また、一ヶ月無料体験サービスを行うことで、契約者の体質に合うかどうかの確認をとれるようにするという方法や、年齢制限を設けることも可能だ。

VI 東京オリンピック後の展開について

・スポーツ観戦については今後も継続でき、普及率の向上に成功したならば更に多種多様なVRコンテンツの配信が可能になってくる。

EX)観光案内、工場見学、アトラクションの体験など

・映画などVR対応されていないものでも映画館のような仮想空間を作ることによって自宅にいながら劇場で見ているかのような体験ができる、といった形でVRでしかできない魅力的なコンテンツも存在する。

・また、普及率が上がることにより動画の制作費やVR機器の費用といったコストが削減され、より利益を望めるようになっていくと考えられる。

・コストの削減とともに技術の発展によりVR動画の作成が個人でもできるようになった場合はさらに様々な種類の動画が増えていくかもしれない。

といった点からも普及率を向上でき、VR産業が活性化すればオリンピック後にも更なる発展が期待できる。

VII まとめ

技術の進歩により人々の暮らしの利便性が向上していく中でより新たなニーズがうまれている。VR 産業においてもそれは例外ではない。娯楽だけでなく多種多様な分野にも活躍が期待できる。

しかしその価値が周知されていないこともまた事実である。産業の発展及び市場創造のためにはその産業の価値を見出すこと、そして顧客が何を求めているのかを理解することは欠かすことはできない。

VR 産業の発展において障壁となっている低い知名度と普及率を向上させ、ブランド力を築き上げる方法として私たちはオリンピック景気を見越しての VR 事業の拡大及び VR 動画の定額配信化サービスを提案する。

参考資料

「VR・AR・MR ビジネス最前線」『日経 BP 社』2017 120P
[HTTP://JBPRESS.ISMEDIA.JP/ARTICLES/-/51374](http://jbpres.ismedia.jp/articles/-/51374)
[HTTPS://WWW.GAMEBUSINESS.JP/ARTICLE/2018/01/24/14013.HTML](https://www.gamebusiness.jp/article/2018/01/24/14013.html)
[HTTPS://NENDAI-RYUUKOU.COM](https://nendai-ryuukou.com)
[HTTPS://VRINSIDE.JPNEWS/JP-2017-PSVR-GOOGLE-TRENDS/](https://vrinside.jpnews/jp-2017-psvr-google-trends/)
[HTTPS://SEARCH.YAHOO.CO.JP/AMP/S/WWW.MOGURAVR.COM/DAZ
N-DOCOMO-VR/AMP/%3FUSQP%3DMQ331AQGCAEOATGA](https://search.yahoo.co.jp/amp/s/www.moguravr.com/daZN-DOCOMO-VR/amp/%3FUSQP%3DMQ331AQGCAEOATGA)
[HTTPS://JA.M.WIKIPEDIA.ORG/WIKI/](https://ja.m.wikipedia.org/wiki/)

オリンピックにおけるインバウンド政策

福岡大学 経営学研究部

那須 香奈子

平木 春奈

松谷 菜々子

木田 成晃

浦 琢真

はじめに

近年、インバウンド観光客数は年々増加傾向にある。2020年の東京オリンピックに向けてさらなる増加が期待される中、受け入れ体制はまだ不十分である。

これを機として、海外消費者のニーズに合わせたインバウンド戦略策定・目的設定を定め、都市に限らず地方活性化に生かすことを提案する。

インバウンドに取り組む背景と効果

地方がインバウンドに取り組む主な背景として、人口減少に起因する雇用機会減少・高齢化による閑散化等の課題への対策、国内旅行への対策の2種類がある。

インバウンドへの取り組みは、宿泊施設の稼働率の向上による雇用の創出、現地の交通サービス利用率向上によるサービスの維持等、人口減少に起因する課題に対して効果がある。

また、日本人と異なる季節に外国人旅行者が来訪することによる季節変動の解消効果、外国人旅行者増加による観光関連産業の設備投資等、国内旅行者の伸び悩みへの対策としても有効である。

インバウンドに関する課題

地方におけるインバウンドに関する課題として、事業者が高齢化している等の理由からインバウンドに関して消極的な事業者が多いこと、観光に対しての行政や民間の連携、情報共有が不足していることがあげられる。

海外観光客の訪日旅行へのニーズ

外国人観光客の旅行先選定の制約となりうる条件

- (1) 主要都市以外の認知度の低さ
- (2) 訪日旅行日数の長さ
- (3) 地域旅行に対するアクセシビリティ面の懸念や抵抗感
- (4) 日本への再訪の容易性
- (5) 自国からの日本地方のアクセスの良さ

地方訪問の動機と主な観光資源

温泉、静けさ、歴史建造物、自然、アトラクション、スポーツ、動物、食事などが挙げられる。自然のニーズは全市場に共通して大きい。フランス人は文化的な関心が高く歴史建造物を好む、インドネシア人はアトラクションを好む傾向がある。このように、市場によって異なる点もあるため、各市場のニーズも捉えることが重要である。

まとめ

東京オリンピックに伴うインバウンド観光客数がオリンピック後も増加することを機会ととらえ、地方活性化に生かすことを提案する。

しかし、現時点での受け入れ状況では地方の良さを生かすこともできない。課題改善や海外消費者のニーズに合わせた戦略設定が重要である。

これにより、地方の人口減少に起因する問題や観光客の季節変動などの改善が期待できる。

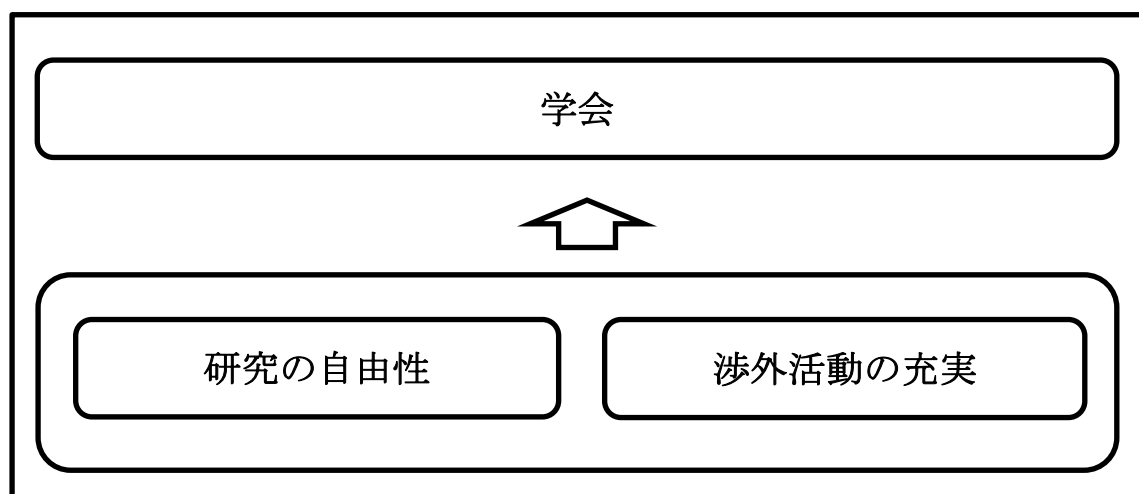
平成 30 年度 日本学生経営学会の方針

福岡大学理事 松崎 光希

【役職】

理事長	松崎 光希(福岡大学理事)
会計 兼 渉外	菅野 茜(松山大学理事)
会計監査	刀祢 公輝(福岡大学理事)
書記	白谷 茉梨乃(福岡大学理事)
広報	井上 七海(福岡大学理事)
研究テーマ	津梅静香(松山大学理事) 中村美里(松山大学理事)

【理事会の方針】



本年は、以上に掲げた「研究の自由性」「渉外活動の充実」の2つを理事会の方針とした。それぞれの内容については下に記してある。私たちが引き継ぎを迎えるまで、精力的に取り組んでいく。

【研究の自由性】

新しい視野からの研究

【渉外活動の充実】

各大学にアプローチをかける

会計報告

松山大学理事 菅野 茜

1. 日本学生経営学会の連盟費

今年度の連盟費は各校一律 40,000 円とさせていただきます。

2. 本年度の予算

●収入の部

前年度繰越金	146,001 円
連盟費	80,000 円
合計	226,001 円

●支出の部

顧問料	30,000 円
大会運営費	12,000 円
渉外費	10,000 円
次年度繰越金	174,001 円
合計	226,001 円

3. 本年度の収支（中間報告）

今回の報告では、資料作成（8 月 1 日）時点での収支を報告します。

●支出の部（前年度冬大会費用）

賞金	5,000 円
お弁当代	1,000 円
お茶代	1,674 円
合計	7,674 円

4. 口座の金額について

2018 年 8 月 1 日時点での当会の現預金額の合計は 146,001 円です。

会計監査報告

福岡大学理事 刀祢 公輝

1. 会計監査の役割

会計監査という役職は、会計が正しく行われているか監査する役職です。本年度においては松山大学の菅野が会計の役職についているため、福岡大学の刀祢が会計の結果報告をさせていただきます。

なお、確認方法としては理事会の会計ノートに貼られている領収書と過去の会計報告を照らし合わせます。

2. 会計監査内容

会計監査として収支を以下の通り確認いたしました。

●収入の部

前年度繰越金 153,675 円

●支出の部

賞金 5000 円

お弁当代 1000 円

お茶代 1674 円

合計 7674 円

前年度繰越金である 153,675 円に上記の収支を合わせた現預金が 146,001 円であることを確認し会計報告と相違ないことを確認しました。

また、今年度は理事会合宿を行なっていないため、収支の中には入っておりません。

書記広報報告

福岡大学理事 白谷 茉梨乃
井上 七海

1. 前期の活動報告

書記

- ・議事録の作成 (LINE 会議)
- ・資料の共有・管理 (One Drive)

広報

- ・SNS の管理・更新
- ・ホームページの管理・更新

2. 学会 SNS のお知らせ

・ホームページ : <http://gakusei-ka.jimdo.com/>

・Facebook : <https://www.facebook.com/NihonGakuseiKeieiGakkai>
いいね! 100 件 (H30 年度 8 月現在)

・Twitter : @gakusei_ka
フォロワー数 86 件 (H30 年度 8 月現在)

3. 総括

SNS の更新に努めてまいりましたが、途中で理事が変更したため引き継ぎが充分に行えていません。今後、引き継ぎを行い活動を進めていきます。

後期は LINE 会議で決定した内容などの発信や、ホームページの更新などを行い広報活動に努めたいです。

渉外報告

松山大学理事 菅野 茜

1. 前期活動報告

前期は前年度と同様に九州・中四国の大学を中心に、大学ホームページや SNS を使用し調査を行いました。

<調査もしくは渉外活動を実施した大学>

- ・長崎シーボルト大学
- ・島根県立大学
- ・近畿大学
- ・兵庫県立大学

2. 今後の取り組み

学会のパンフレットを制作し送付するなど、様々な方法を試し渉外活動を行っていきたいです。冬大会までに、1大学だけでも見学校を呼べるよう努めたいと思います。

研究報告

松山大学理事 津梅静香

松山大学理事 中村美里

1. 仕事内容

- ・テーマ作成
- ・評価シート作成
- ・審査基準作成
- ・グループワーク用紙作成

2. テーマの設定理由

2020 年夏に東京オリンピックが開催されることから、学生ならではの視点でオリンピックについて考える機会を作り、研究・発表して頂きたかったためこの夏季大会テーマに決定しました。また、オリンピックでは負の財産、景気の落ち込みといった悪影響に繋がる事例もある。そのため、オリンピック終了後も持続可能な事業であることが大切であると考え、持続可能なオリンピックの新規事業としました。

3. 採点基準

発表、パワーポイント、内容と大きく 3 つの軸に分けました。また前年と比べて項目を増やすことで、研究内容の採点をより精密にできるようにしました。今回は、採点基準を予め発表者に提示することで採点基準を意識したレベルの高い発表になると考えました。

以上で報告を終わります。