

インナー大会プレゼン部門 2018 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) コマザワダイガク	フリガナ) グローバルメディア・スタディーズ	フリガナ) カガミ ヨウコ
駒澤大学	グローバル・メディア・スタディーズ	各務 洋子

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入し、「有」の場合は使用するスライド番号も記載してください。

チーム名 (フリガナ)	代表者名 (フリガナ)	チーム人数 (代表者含む)	PPT 内動画 (有・無)	動画使用 スライドページ
フリガナ) キンユウ	フリガナ) スズキ カイト	9	無	
金融	鈴木 海渡			

※当日使用する PC、マイク、レーザーポインター機能付きワイヤレスプレゼンターは会場に準備しております。

これらは個別にご用意いただいても大学施設・設備の関係上ご利用いただけませんのであらかじめご了承ください。

発表時に使用する成果物 (例: 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査時に使用したアンケート)

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

研究テーマ (発表タイトル)

チームマネジメント

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要 (目的・狙いなど)

本研究では、「ブルー・オーシャン・シフト」を企業だけではなく、より身近な「各務ゼミ」という組織に当てはめ、今後の活動へ活かす糧とすることが目的である。

各務ゼミから出場する 3 つのインナーチームの具体的な活動内容を調査し、**どうやったらチームのメンバー全員が同じ方向を向き、自発的な協力を引き出すことができるか**を自らのチームの成功事例や失敗事例などを挙げて、ゼミだけではなく、あらゆる組織で応用をしていくことが狙いである。

2. 研究テーマの現状分析 (歴史的背景、マーケット環境など)

経営戦略の 1 つである「ブルー・オーシャン戦略」は W・チャン・キム, レオ・モボルニュによって 2005 年に提唱された。

10 年以上も経っているにもかかわらず、「人間らしさ」が織り込まれていないために、実現できていない企業が多い。

そこで、今年、出版された「ブルー・オーシャン・シフト」において、P.75 第 4 章の「人間らしさ、自信、創造」が加えられ、組織内部での従業員の**自発的な協力**が重視されていることがわかってきた。しかし、それらを意識している企業は稀であると言われており、

素晴らしい理論があるにもかかわらず、**ブルー・オーシャンの実現ができないという現状がある。**

それは学生である私たちも、身近な組織で意識し、実践すべきことがあるとわかった。

「ブルー・オーシャン・シフト」を成功に導く 3 つ手段として、「ブルー・オーシャンの視点」「市場創造ツールと活用指針」「人間らしいプロセス」が挙げられている。特に「**人間らしいプロセス**」を意識することで、チーム全員が、実行へ向けて推進していく自信を強めていくことを人間中心のプロセスを持ち、人間らしさをプロセスに組み込むことが必要である。

身近な組織チームがうまく機能できなかったのは、「ブルー・オーシャン・シフト」同様で挙げられていた「人間らしいプロセス」の欠如であったと分析した。

3. 研究テーマの課題

インナー大会に向けて、テーマを決め、チームを結成し、準備する段階から**メンバー全員の「やる気」を引き出すことの難しさ**を感じた。その時に出会った本が「**ブルー・オーシャン・シフト**」である。企業が抱える問題も全て、私たちの身近な経験に当てはめて、考えることができ、**学生たちも実践していくべきであるプロセス**を理解する必要がある。

自分たちのチームがうまく機能しなくなったことから、どうすれば私たち学生がより、このプロセスを意識し、チームである目標に向かって取り組むべきかを整理し、「**人間らしさを織り込んだチーム作り**」をすることが課題である。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

ブルー・オーシャン・シフトの第 4 章に書かれている「**人間らしさ**」を取り入れ、

「**細分化**」細かいステップを設定することによって、成功体験が積みやすくなる

「**実体験に基づく発見**」 チームメンバー自身が、自らの実体験から悟るような状況を生み出す

「**公正なプロセス**」の 3 つのプロセス「**関与**」「**説明**」「**明快な期待内容**」の実践をする。

さらに、**準備・計画を立てることで、自信と創造性が増す。**

これらを学生に身近な事例に当てはめて、あらゆる組織で活用しやすくなるようにする。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

各務ゼミからインナー大会に出場する他の 2 チーム（農業・グローバル）の代表者に、発表までのチーム活動内容について対話し、調査を行った。

6. 結果や今後の取り組み

うまくいっている組織は、ブルー・オーシャン・シフトの**細分化・実体験に基づく発見・公正なプロセス**「**関与**」「**説明**」「**明快な期待内容**」が実践されていることがわかった。

私たちの失敗を身近なケーススタディーとして、今後のインナー大会に出場するチームへアドバイスや、「ブルー・オーシャン・シフト」が、企業だけの戦略としてだけでなく、身近なサークルや、部活などでも活用できることを学生に知ってもらう。

7. 参考文献

「ブルー・オーシャン戦略」 W・チャン・キム, レオ・モボルニユ著 有賀裕子 ダイアモンド社 2005/6/2

「ブルー・オーシャン・シフト」 W・チャン・キム, レオ・モボルニユ著 有賀 裕子 = 訳 ダイアモンド社 2018/4/19

「ブルー・オーシャン戦略論文集」 W・チャン・キム, レオ・モボルニユ著 DAIAMONDO ハーバード・ビジネスレビュー編集部 = 訳 ダイアモンド社 2018/1/17

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、インナー大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経ビジネス様（株式会社日経 BP マーケティング）に大会結果ページを作成いただいております。大会結果ページにはチーム名やご提出いただいた本企画シートが掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、

A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の(過去に他誌・HPなどに発表されていない)ものに限ります。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・株式会社日経 BP マーケティングは一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先(使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など)を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。「有」の場合は使用するスライド番号も明記してください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※成果物を使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

↑ ここまでを 4 ページ以内におさめて、ご提出ください