

西日本インカレ（合同研究会）2016 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・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）アイチダイガク	フリガナ）ケイエイガクブ	フリガナ）タメヒロゼミナール
愛知大学	経営学部	為廣ゼミナール

※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）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）ピビットピット	フリガナ）イナガキナナコ	5 人	無
びびっと bit	稲垣南々子		

研究テーマ（発表タイトル）

LGBT フレンドリーは企業ブランド価値を高めうるか？

※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）

企業が LGBT フレンドリーであることが企業ブランド価値を高めることができるのかを明らかにすることを目的とする。

それにより今は取り組みを行っておらず、LGBT フレンドリーになることに不安がある企業が新たに取り組みを始めることを狙いとする。

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）

今日、企業は戦略を立てる上で“企業ブランド”に着目している。また、雑誌で LGBT に関する特集が組まれたり、渋谷区や世田谷区で同性パートナーシップ証明書の発行が行われたりするなど社会の LGBT に対する関心が高まっている。このような現状であるにも関わらず日本で LGBT フレンドリーである企業はまだまだ少なく、ストレート（＝LGBT でない方）ならば当たり前に行われるサービスを LGBT 当事者は受けられないことが多い。

3. 研究テーマの課題

企業が LGBT フレンドリーに取り組むことによって消費者のもつ企業イメージにマイナスの影響を与えるのではないかという認識を持っていること。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

企業ブランド価値を算出する手段である CB バリュエーターを用いて、企業が LGBT フレンドリーに取り組むことによって企業ブランド価値を上げることができるかを明らかにする。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

CB バリュエーターの構成要素を考慮したアンケートの実施。

LGBT フレンドリーに対する企業の考えを聞くために 10 社の企業に訪問。

LGBT 関連イベントでボランティアスタッフとして活動。

6. 結果や今後の取り組み

企業が LGBT フレンドリーであることに対する消費者のイメージに関するアンケートを作成し、集計を行なった。今後は集計結果を男女や年代別などの観点で分析し、企業に提案する具体案を作成する。

7. 参考文献

- 「渋谷区の同性パートナー証明書は、本当に必要なのか？」
http://life.letibee.com/partner/shibuya_partnership/(最終閲覧日 5月19日)
- 「同性パートナーシップ証明書とは 今までと何が変わる？ わかりやすく解説」
http://www.huffingtonpost.jp/2015/11/04/lgbt-couple-shibuya-setagaya_n_8475140.html(最終閲覧日 9月19日)
- 「on the Ground Project(オンザグラウンドプロジェクト)ホームページ」
<http://corp.ongroundproject.com/about/>
- 「東洋経済 CSR オンライン」 <http://www.toyokeizai.net/csr/> (最終アクセス 8月30日)
- 「LGBT マーケティングラボ」 <http://lgbt-marketing.jp/> (最終アクセス 8月30日)
- 「LGBT 意識調査」日本労働組合総連合会 HP より <https://t.co/dIVKaiIrCV>
- 「刊行ラッシュが続く、専門雑誌のLGBT特集」ヨミドクター
<https://yomidr.yomiuri.co.jp/article/20160831-OYTET50024> 最終アクセス 9月5日)
- ビジネス用語集「コーポレートブランディングとは」
<http://www.elite-network.co.jp/x/dictionary/kanri/branding.html> (最終アクセス 6月2日)
- 「LUSH 公式 HP」
<https://www.lushjapan.com/> (最終アクセス 6月3日)
- 「GAP 公式 HP」
http://www.huffingtonpost.jp/2015/11/27/gap/lgbt_n_8660742.html (最終閲覧日 5月19日)
- 「野村グループ公式 HP」
<http://www.nomuraholdings.com/jp/csr/employee/di.html> (最終閲覧日 5月19日)
- 「電通報 2016年5月19日号」
<http://dentsu-ho.com/articles/3790> (最終閲覧日 5月19日)
- コーポレートブランド経営 (2000 伊藤邦雄 日本経済新聞社)
- 実践・コーポレートブランド経営 (2002 伊藤邦雄・日本経済新聞社広告局編 日本経済新聞社)
- 図解でわかるブランドマーケティング (2009 株式会社博報堂ブランドコンサルティング 日本能率協会マネジメントセンター)
- ブランド論—無形の差別化をつくる 20の基本原則(2014 デービット・アーカー ダイヤモンド社)
- CSRと企業経営 (2007 亀川雅人・高岡美佳 学文社)
- コーズ・リレーテッド・マーケティング 社会貢献をマーケティングに活かす戦略 (2014 世良耕一 北樹出版)
- グッドワークス! (2014 フィリップ コトラー 東洋経済新報社)
- コーポレートブランド戦略 (2001 伊藤良二 東洋経済新報社)
- グロービス MBA マーケティング (2005 グロービス経営大学院 ダイヤモンド社)

- ブランド価値共創 (2002 和田充夫 同文館出版)
- マーケティングを学ぶ人のためのコトラー入門 (2003 片山又一郎 日本実業出版社)
- CSR 入門講座 第一巻 CSR の基礎知識 (2005 田中宏司 財団法人日本規格協会出版)
- ブランド評価と価値創造(2005 刈屋武昭 日経広告研究所)

西日本インカレ事務局への連絡事項

<企画シート作成上の注意>

※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。

※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、西日本インカレ事務局への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までを渡します。

※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、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。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社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。

※その他、注意点については「企画シート・パワーポイントの作成および提出について」をご参照ください。