

夜間主総合プロジェクト論文題目一覧(2019年3月修了生)

研究指導/プロジェクト研究名	主査	主題
戦略構想力	浅羽 茂	IT投資と生産性の関係 ～損害保険業界における相関性の調査～
		デザイナーとブランドのマッチング考察
		国内製菓の競争優位性の研究 ～小野薬品工業株式会社の事例研究～
		既存の自動車メーカーの生き残り戦略
		日本企業の国際競争力について
競争戦略と市場創造戦略	池上 重輔	ミドルマネジャーによる18の企業変革プロセス
		創薬型製薬企業のコア・コンピタンスとしてのパイプライン導入能力について
		クロスボーダーM&A 買収企業と被買収企業の統合マネジメント ～JT事例からの企業統合の考察～
		日本郵政グループにおける観光ビジネスの事業化検討
		日本におけるEdTech事業の収益モデル分析と構築
市場と組織のインセンティブ設計	伊藤 秀史	企業の不正発生メカニズム ～不正はどのように発生するのか～
		病院組織の企業文化
		タイプが複数存在するエージェントの人事採用におけるホールドアップ問題の考察
企業・事業戦略	今村 英明	日本企業のグローバル化に伴う、事部支援活動(中枢機能)の海外移転に関する考察
		当社新規事業の創出に関する研究 ～ランキンサイクル技術を用いた工業炉の廃熱活用ビジネスへの参入～
		日本食品企業グローバル化における現地適応の研究 ～北米市場を例として～
		企業変革における実行プロセスの成功要因 ～日本企業の女性活躍推進を事例として～
フロンティアの経営学	入山 章栄	「謙虚なリーダーシップ」は日本人にも存在し、機能するのか？
		国内企業のコーポレート・ガバナンスにおけるデカップリングの定量評価および要因分析に関する研究
		リーダーシップコンテンツが内発的動機に与える影響
		「意図した知の探索」と「意図せざる知の探索」の人事施策が従業員に与える影響
		経営形態の動的な変化が長期的ブランド存続に与える影響の研究 ～世界のラグジュアリーブランド150年の質的な時系列分析～
		経営者の出身地が企業の業績に及ぼす影響の研究 ～故郷に錦をかざる経営者とは～
金融ビジネスと企業財務戦略	岩村 充	バーム油燃料発電プロジェクトに関する考察
		ICOの諸問題と今後の活用可能性についての考察
		日本郵政グループにおけるIFRS移行に関する考察
		仮想通貨利用にかかるファイナリティ問題

イノベーションと価値創造	長内 厚	金融機関におけるIT 部門の分業と意味的価値～三井住友銀行と豪コモンウェルス銀行の事例研究～
		チャイナ発！リバース・イノベーションにみる技術の世代間競争 ～QRコード決済の事例を踏まえて～
		中間財企業における意味的価値創造 ”～ビフォアマーケット・イノベーション戦略～”
		ファミリービジネスによるイノベーション創出を目的としたベンチャー投資の有用性 ～小橋工業の事例分析～
		情緒産業における価値創造 ～コンテキスト文化の視座から～
		外圧を生かした資源動員の正当化 ～JVCケンウッドにおけるクラウドファンディングの事例を通じて～
経営戦略とオペレーション戦略	菅野 寛	単品通販における顧客ロイヤルティ向上のための因果モデル
		三井住友信託銀行による人事領域新規事業の提案 ～信託銀行ならではの人的資源管理アプローチ～
		製薬企業の経営戦略がM&Aによる企業価値創造に与える影響 ～イベント・スタディによる実証研究～
		メディア特化型情報銀行の事業提案 ～放送局の広告価値最大化に向けた新規事業提案～
		総合広告会社におけるクリエイティブ業務の生産性向上研究 ～これからの広告クリエイティブディレクターはどうあるべきか～
マーケティング	木村 達也	リレーションシップ・マーケティング手法の導入 ～飲料メーカーの応用可能性について～
		総合型フィットネスクラブにおける生活者インサイトを用いた顧客獲得戦略
		マッキヤンエリクソンの営業力強化に関する提案 ～今こそ伝統的の日本型営業スタイルが必要な可能性について～
企業戦略と管理会計	清水 信匡	小売業界の歴史と店舗機能の変遷
		医薬品メーカーの営業職を対象としたパフォーマンス向上に必要な要素に関する研究
		日本のものづくりシステムの海外移転に関する事例分析
戦略的人材マネジメント	杉浦 正和	業務外ファクターと愛着的コミットメント～PR会社シグナルの社員を対象として～
		看護師のコンピテンシーの自己認知と病院経営への関心との関係性 ～どのような看護師が病院経営に関心を持つのか～
		意思決定を伴う大学運営に対する学生参画の可能性 ～早稲田大学学部学生が有する能力・資質の観点から～
		意思決定における「アート」と「サイエンス」の一考察 ～特に広告代理店の今後の活路にフォーカスして～
		国内上場企業における不祥事 ～第三者委員会調査報告書のテキストマイニングをもとに～
組織行動	竹内 規彦	企業のキャリア開発施策が従業員のワーク・エンゲイジメントに与える影響
		組織変革を阻害する「やり過ぎ」と外発的・内発的動機づけの関係性
		パラレルキャリアがイノベーションを導くメカニズムに関する研究
		キャリア・プラトールと4つのキャリア意識が組織コミットメントに与える影響について
		SRM・CRM の観点から考察する商社営業のコンピテンシー

マーケティング・ストラテジー	永井 猛	インバウンド消費への資生堂のマーケティング戦略 ～中国人バイヤー(代購)組織の実態～
		P社既存ビジネスモデルの強靱性と新たな成長領域検討の研究 ～100年企業を見据えた成長戦略～
デザイン&ブランド・イノベーション	長沢 伸也	「経験価値」と「正当性」からなる高付加価値型商業施設の研究
企業価値創造のための経営と管理	西山 茂	旧国営系フルサービスキャリアのターンアラウンドの成功要因 ～日本航空、ブリティッシュ・エアウェイズとシベリア航空の事例分析～
		電気機器業界におけるM&Aによる株主価値創造の研究 ～イベント・スタディを用いた 成功要因の考察～
		地域エコシステムの構築における鉄道会社の役割に関する研究
		Value-added behaviors and actions Japanese subsidiaries of MNCs could leverage to raise its positioning in the MNC network
		ベンチャー企業の成功要因は「人」か「ビジネスモデル」か ～上場ベンチャー企業分析による成功要因考察～
		日本企業の倒産予測モデル ～財務指標を用いた実証分析～
経営戦略の理論と実践	根来 龍之	製薬企業が新規治療領域へ参入する際に発売時売上予測と実際の売上に乖離が生まれる要因の分析
		KDDIとNTTドコモにおけるベンチャーとの事業共創の取り組み～オープン・イノベーション活動における起業家支援プログラムの存在～
		二輪ヘッドライトの技術進化とエコシステムがシェアに与える影響～Adner & Kapoor(2010)仮説の追試～
		国内テック系ベンチャーの「早すぎる」海外進出の理由 ～90年代/2000年代と2010年代の米国進出の理由の比較事例分析～
		ネット系プラットフォームサービスが、エクスポネンシャルな成長を遂げる要因 ～スマートフォンアプリの定量分析～
		ビジネスモデル先行主義の実務的批判 ～新事業創造の体験的検討～
		既存企業のデジタル化対応の困難性についての研究 ～社員の環境認識問題と意識のバラツキ問題～
ベンチャーと新規事業のマネジメント	長谷川 博和	コミットメントが目標達成に与える影響の研究 ～コミットメント×SNSの提案と検証～
		日系銀行における新商品・新規事業開発に関する進むべき方向性について ～日本版スピンインスキームについての考察～
		ソフトウェアベンチャーのコア技術とビジネスモデルに関する研究 ～これからのソフトウェアベンチャー企業の成長戦略を探る～
		インターネット動画を使ったコンテンツビジネス ～動画に対する欲求を満たす要素研究と動画ビジネスプラン～
		デジタル社会における広告代理店の新しいビジネスモデル ～ラベル創造モデル/Creative Labels Model～
		日本の上場同族企業が設立した公益財団法人の役割について
イノベーションのためのファイナンス戦略	樋原 伸彦	CSR 活動が企業価値に与える影響の考察
		新興企業の事業拡張が経営成果に与える影響 ～国内新興企業を対象にした分析～
		上場親会社を持つ上場子会社の経営者交代が株主価値に与える影響 ～イベント・スタディによる検証～
		製薬企業の買収目的に関する研究 ～日米欧製薬企業の研究開発に焦点をあてて～
		国内製薬企業における事業内多角化の企業価値与える影響 ～定量回帰分析を用いた検討～
		How can a firm enjoy scale of economies in service industries?
ヘルスケア施設の取得がREITパフォーマンスに与える影響 ～ヘルスケアREITの成長課題～		

グローバル経営の戦略	平野 正雄	ESG投資の観点から企業価値向上のメカニズムを分析 ～非財務情報の重要性～
		損害保険会社のデジタルビジネス推進と組織能力の考察
		日本発化粧品の東南アジア市場参入戦略の考察と実践 ～化粧品市場攻略のフレームワーク開発と事業計画立案～
		日本の農業活性化の実態測定と政策評価 ～農業経営における起業家精神の測定を通じた考察～
		リーマン・ショック後の日本における企業再生の成功要因の分析 ～GC注記企業におけるターンアラウンドの実証研究～
		日本企業における新しい組織の誕生と人事部門進化について ～人事機能分権化と戦略人事実践の観点から～
科学技術とアントレプレナーシップ	牧 兼充	企業を超えたネットワーキング ～日本におけるエコシステムの発展に向けて～
		Artificial Intelligence は産学連携の夢を見るか～特許を通じた価値創出の分析～
		組織におけるデザイナーの役割の拡大と製品成功関係
		Initial Coin Offeringを利用した資金調達における 投資家と起業家の地理的關係
		アントレプレナー・オリエンテーションが製薬企業の臨床開発へ与える影響 ～遠い空の向こうにある承認を目指して～