

2014年5月5日(月)

東京新聞 19面



現代経営学部 井原ゼミ (東京ドーム研究) が、
東京新聞5月5日朝刊19面(地域の情報)の
「ぶら〜りキャンパス」にて紹介されました。

研究編 東洋学園大学

ぶら〜り キャンパス

「すぐ近くに生きた素材がある。これを使わない手はないでしょう」。キャンパスから四百メートルに位置する「東京ドームシティ」の経営戦略を語るゼミ。指導する井原久光・現代経営学部長(右)は話す。



東京ドームシティに現地調査に出かけるゼミ生(2013年度、東洋学園大提供)

東京ドーム研究



東洋学園大現代経営学部の井原久光学部長(右)とともに東京ドームについて研究する学生たち(文京区で)

実際の事例を取り上げて分析する「ケーススタディ」として二〇〇九年に始めた。東京ドームシティは、プロ野球やコンサートなど二年を通じて催しがあるドームをはじめ、ホテル、アトラクション、ス

「生きた素材」から学ぶ

プレゼンする。

昨年はプロ野球の集客策を練った。野球に関心がない学生や社会人を振り向かせるより、子どもとその親をターゲットに、幼いころから野球に親しむ環境作りを提案。無料特典カードを配ったり、携帯型ゲーム機用などの野球チーム育成ソフトを作ったりして、連動させながらリピーターを増やす作戦だ。特典カードには入手困難なレアアイテムをQRコードで付ける。今年一月、ドームを本拠地とする読売ジャイアンツが集客策を大学生から募った「ベースボールビジネスアワード」で、最終選考に残った。

(原尚子)