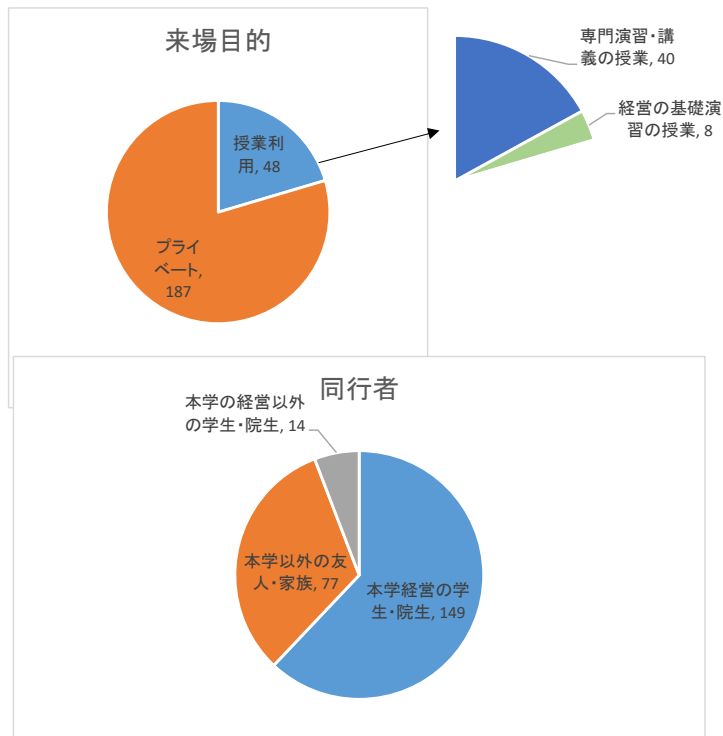


経営学会 大阪関西万博招待企画 事後アンケート集計結果

	件数
回答数	235
来場目的	
授業利用	48
プライベート	187
同行者	
本学経営の学生・院生	149
本学以外の友人・家族	77
本学の経営以外の学生・院生	14
授業区分	
専門演習・講義の授業	40
経営の基礎演習の授業	8
来場日(4/13～7/18のチケットを配布)	
4月	7
5月	47
6月	81
7月	100
(2週ごとの集計)	
4月13日～4月26日	3
4月27日～5月10日	5
5月11日～5月24日	18
5月25日～6月7日	50
6月8日～6月21日	43
6月22日～7月5日	34
7月6日～7月18日	79
上記以外(4/10,7/19,7/20)	3



万博見学を通じた経営学的な学び・気づき

1. マーケティング・ブランディング

各国・企業が自国の魅力や強みを「体験型」で発信しており、ブランディングやマーケティング戦略の重要性を実感した。五感に訴える演出やインタラクティブな仕掛けは、来場者の記憶に残る有効な手法だと感じた。人気キャラクターや限定商品の導入が集客につながるなど、顧客行動に影響を与える要素を観察できた。SNS映えやスタンプラリーなど、来場者を惹きつける多様な集客戦略を体験的に理解できた。

2. 経営戦略・収益モデル

チケット収入以外にグッズや飲食で収益を得る仕組みなど、大規模イベントの収益モデルを考える契機となった。価格設定は一般的に高めだが、非日常感や会場の雰囲気が購買意欲を高める要因になっていると気づいた。短期的な利益だけでなく、国や企業が長期的にブランド価値を高めるための投資という視点を学んだ。万博全体が国際ブランディングや大規模プロジェクトマネジメントの好例であり、経営学的に非常に学ぶことが多かった。

3. 顧客体験・サービスマネジメント

混雑や予約の不便さから、顧客満足度をどう高めるか、回転率をどう改善するかといった課題を考えることができた。行列時の快適さや導線設計など、顧客体験に直結する細やかな工夫の大切さを知った。「体験価値」を提供することで、単なる展示以上のブランド力や社会的価値を伝えられることを実感した。

4. サステナビリティ・CSR

展示を通じてSDGsやサステナビリティに対する姿勢を体感し、CSR経営の意義を実例で学ぶことができた。最新技術の展示や未来社会の提案を通じて、技術革新と経営戦略の関わりを実感した。

5. イベント運営・社会的インパクト

会場運営におけるキャッシュレス決済や大規模な衛生・安全管理は、リスクマネジメントの実例として学びが多かった。万博を通じて雇用創出や地域経済効果を実際に観察し、大規模イベントの社会的インパクトを学んだ。批判や懸念がありながらも多くの人を惹きつける万博の力に触れ、イベントが持つ影響力と経済効果の大きさを学んだ。海外のパビリオンでの文化体験を通じ、異文化マネジメントや国際経営の視点の必要性を強く感じた。

6. 学びの活かし方

今後の授業やゼミ活動で、今回学んだマーケティング手法や経営戦略を分析・議論の材料にしたい。ビジネスプラン作成や研究発表において、万博で得た事例を具体例として取り入れていきたい。将来の就職活動に向け、企業のブランディング戦略や顧客体験設計を考える際の参考にしたい。SDGsやCSRの実践事例を学んだことで、経営と社会的責任の結びつきを今後の学習に取り入れたい。国際的な展示や文化交流の経験を活かし、異文化理解やグローバル経営の学びにつなげたい。

学生撮影写真



東ゲート



ドローン花火



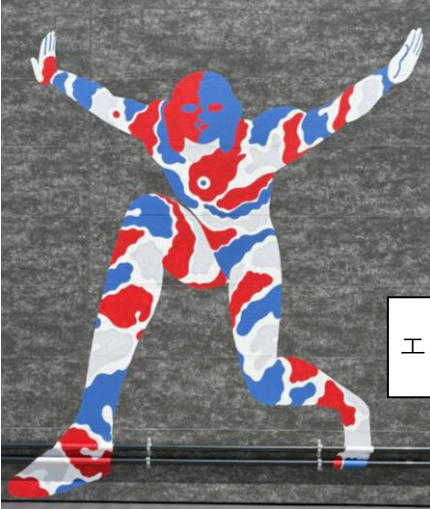
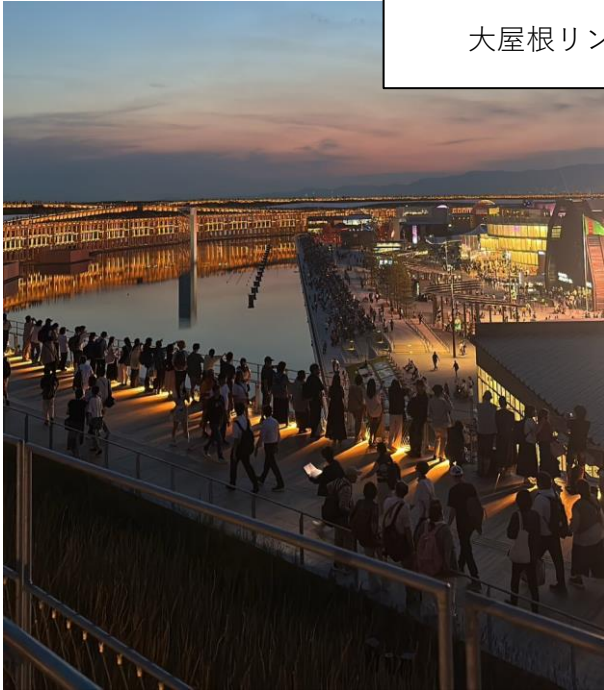
いらっしゃいませミyakumiyaku



初めはあまり評判良くなかったミyakumiyakuだが、見て行くうちに愛着が湧いてきてしまい、興奮してとったミyakumiyakuショット



大屋根リング



エキスポマン

1972年アポロ17号が採取した月の石

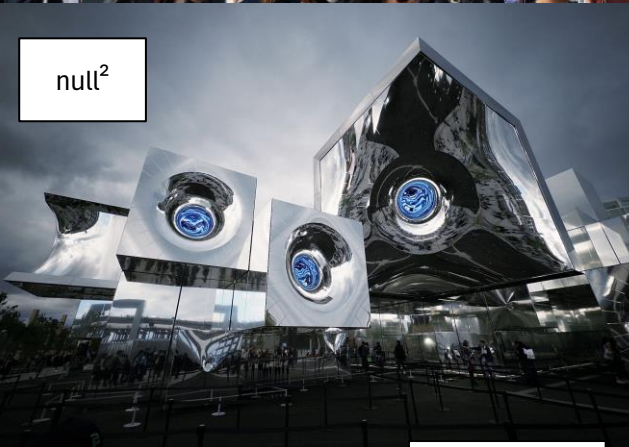


USA

ガンダム



null²



ヨルダン館



クウェート館



中国観：月のオブジェ



クウェートパビリオンの
プラネタリウム



いつもお世話になってます
クロネコヤマト



独裁国家
トルクメニスタン



ドイツ館：音声ガイドの
電子マスコット



ドイツ館前



コロンビア

スイス間



ノルディックサークル内部



クウェートの砂漠の砂





立命館慶祥
ワークショップの様子



カナダ館
ソフトクリーム



イタリア館
ファルネーゼのアトラス



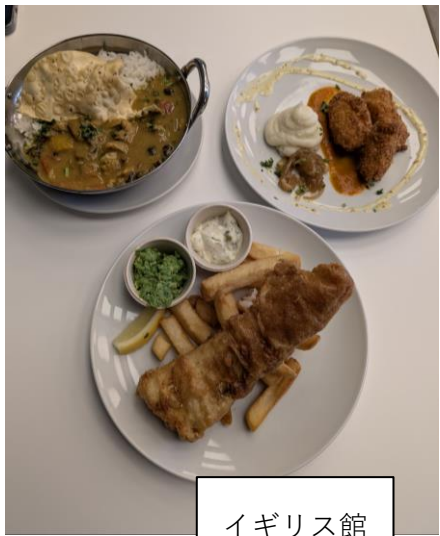
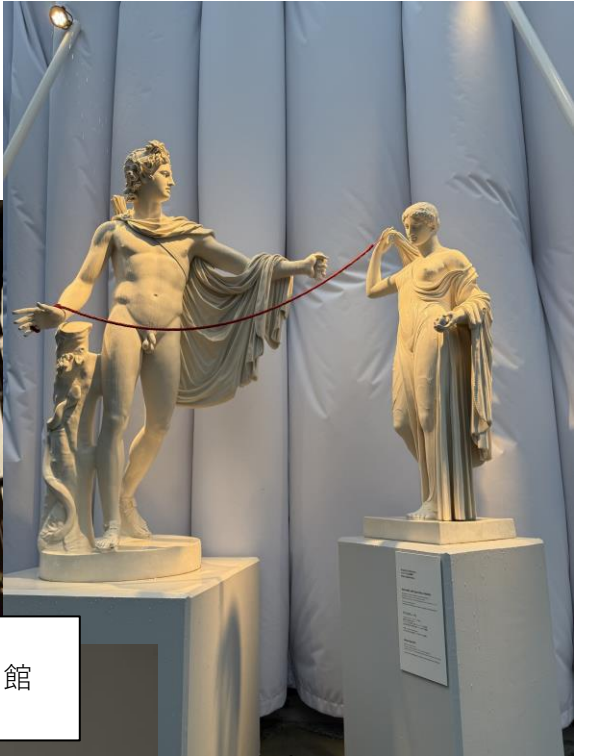
ペルー間



サウジアラビアの
ドーナツとスパイス紅茶



フランス館



イギリス館



スイス館
チーズとハム



フランス間
パン・オ・ショコラ



サウジアラビア館

