

2015 年度コミュニケーション学部卒業制作・卒業論文

【卒業制作】

24—toじゅうよん
CAFE 飯ホームページ—Kumiko's Kitchen
Cicada (共同制作)
CUBASE—LE5 を使った作曲
J リーグ—Supporter's Book
TOKYO COLOR
ある男の人生
スイッチスタイル
プロレス新聞
ぼく旅～沖縄, 3泊4日の1人旅
“まちおこし”と“サブ・カルチャー”～ふるさとに「自信」と誇り」をもっていますか
(共同制作)
一人暮らし学生の自炊特集
笑えない貴方にもう一度笑顔を
人の部屋
人間
世にも奇妙な星新一の物語 (共同制作)
卒業アルバム
東京とその中で生きる人

【卒業論文】

2000 年以降の流行歌にみる言葉としてのラ
ブソング
2020 年東京オリンピックでよかったのか～
オリンピックの開催時期と開催場所が日本にも
たらす影響
2ちゃんねるはなぜ閉鎖されないのか
AKB48 グループとヲタクとは
Charm of Momoiro Clover Z

How Japanese people can overcome psycho-
logical obstacles to communicating in English
JR 東日本のエキナカマーケティングに関する
一考察～ecute の発展に伴う事業利益の拡大
LINE のグループ機能と利用者特性との関連
Loan words in Japanese
SNS と人間コミュニケーション～顔の知ら
ない人間が SNS で取るコミュニケーション
TCG とその中古市場—電子化の中で生き抜
く紙玩具
アイドルアニメ論
アイドルの握手会にファンが求めるもの
アイドルを扱うコンテンツはどうして流行り、
どう惹かれるのか?～全てはたった1枚のシン
グル CD と雑誌の数ページから築かれた伝説
アメリカ社会・経済にみるジャズミュージ
ック
ありがち設定な「ぼっち系主人公の学園ラブ
コメ」作品のヒット—「やはり俺の青春ラブ
コメはまちがっている。」の魅力を分析
ウィルソン大統領の理想と現実
ウェブ社会での人々の親密性
ウチナンチュと日本人のあいだ—甲子園野
球にみる沖縄の戦後史
「おたく」という記号の変遷
「かわいい」コミュニケーション—日本と世
界を結ぶ言葉
カンブリア紀の進化
クレーマーと時代の変化
クロード・モネの作品における印象派とジャ
ポニスムの関係

グローバル化に向けての日本戦略アイデア
ゲームセンターの未来

コミュニケーションができない学生一人不安傾向との関係

コミュニケーション学部卒業論文のタイトルからみる学生のコミュニケーション学

これからの街の本屋の在り方

コンビニスイーツの需要性—売上高上位3社を対象とした比較調査

サードプレイスとしてのゲームセンター～イトーヨーカドー東大和店のシニア層に着目して
さようならについて

ジャーナリズムの行く先とは

スケボーと私のスタイル

スポーツツーリズムについて

スポーツファンにおける観戦行動からみる性差

スマートフォン時代の情報収集の行方～グルメ分野に特化して

ソーシャルメディアを使った企業のコミュニケーション活動について—個性は消費者からの共感を得るのに必要か

チアリーディングに関する研究

なぜいじめは発生するのか～社会心理学的アプローチ

なぜ商業施設にとってトイレはお金を投資する価値があるのか

ネットを活用したボランティア活動の展望

ノンバーバルコミュニケーションの影響

ハリウッド映画に登場する不思議な日本人

ビッグデータで何ができるのか

ヒット曲なんていない—ももクロにハマる大人たち

ファストファッションの表裏

ファッションブランドのSNS広報活動について、SNS利用者はどのように感じているのか？

ファッションリーダーとしての少女マンガキャラクター～「NANA」を手掛かりに

ファッション市場におけるボーイズマーケットの拡大～ガールズファッションの変容について

フェイスブックにおける友達の多い人の共通点は何か

プロ野球が与えるもの

ペットの家族化とその問題

マイナースポーツがメジャースポーツになるには

マイナンバーの将来性

ヨガの魅力

リメイク映画にみる日本とアメリカの文化的差異

ヲタクについて～アイドル・ジャニーズヲタクとテーマパークダンサーヲタクの比較

阿波踊りに関する地域活性化

営業職におけるモチベーションマネジメント

映画「アーティスト」で考える映画音楽の役割

映画とのつながり

映画館の空間ビジネスと今後の展望

演劇におけるコミュニケーション

横浜ベイスターズにおける広報および広告の働き

欧州フットボールの変化と今後の展望

音楽と映像の融合

音楽に対する大学生の日常的な関わり方について

音楽の遊び場—ロック・フェス
 音楽消費の多様化
 化粧品キャッチコピーにおける表現特性の分析
 化粧品関連におけるインターネットクチコミの有用性
 家族と過ごす行事の衰退とコミュニケーション性のあるイベントの発展
 絵や記号のもたらすコミュニケーションの効果
 「外国人」に語らせる日本
 拡大する手帳—ヒトとの位置と進化
 格安SIMはなぜ日本で普及する必要がなかったのか
 学内でいじめ問題はどのように克服できるか
 楽曲取得方法のシフト—時代背景とネット環境による世代格差との関係
 活字離れとテレビ・携帯電話メディア利用との関係について
 感情を作り出すWebデザイン～UXシンキング
 観光のまなざしで考える高尾山—現地調査による検証
 観光振興と鉄道の役割～秋田の現状と課題
 企業におけるワークライフバランスの取り組みと有効性について
 球場で働くビール売り子の仕事術
 強いチームとは？
 教育における情報とコミュニケーション
 緊急・災害時におけるデジタルサイネージの有用性
 緊急時のトイレ利用について
 近代パチスロにおけるジャグラーの優位性
 結婚制度の歴史とこれから～性的マイノリテ

ィの視点もくみ上げながら
 結婚披露宴における使用曲の考察
 血液型性格分類はなぜなくなるらないのか
 「嫌韓本」ブーム
 現代社会とゆとり世代
 現代人とパーソナルメディアの相互関係
 現代日本の葬儀—仏教式
 「紅の豚」は、なぜ“豚”だったのか—宮崎駿の思想から探る
 座席の埋まり方～対人距離と空間
 採用ツールを活用した企業と学生のコミュニケーション～リクルーティングコミュニケーションの実態
 参加型イベントと動画共有サービスとアニソン
 子どもの音楽教育
 市民ランナーについて
 「次世代自動車」の可能性（共同論文）
 写真の行方
 若者のSNSの利用における“リア充”の顕示性向について
 首都圏私鉄における交通広告の効果と分析
 縦社会におけるコミュニケーションの存在価値
 女子校がヤンキー化する日本を救う
 女性のストレス増加と女子会流行の相関性—幸福ホルモン・オキシトシンの効果
 商品開発におけるクラウドファンディングの実績とその可能性
 小江戸川越の発展への軌跡
 焼肉業界に利用される牛肉と焼肉産業の特徴について
 笑いの影響について
 色は人に心理的な影響を与えるのか

色彩とジェンダー
食肉文化流入による外食産業の発展
食物アレルギーの現状と、今後の対策
信頼性の高いサイトでは消費者は最も安い商品を購入するのか？～BUYMA の事例研究
進化したアイドルのビジネスモデル
人と関わる目的意識—私の歩みとこれから
人はなぜ化粧するのか
人間の音楽の知覚の違いとその効果
仁義なき模倣～奪い合うのか、それとも広がり続けるのか
世界中の人気者になったビートルズの奇跡
祖父を通して考える新潟の小村、十二平（じよんでえら）
体罰と向き合う
待機児童問題～解決の手立てを考える
大学生の競馬に対するイメージ
大学生は「ぼっち」で生きているのか～他者・社会への意識と行動
地方銀行再編—なぜ銀行は合併や統合をするのか
着うたの衰退～ビジネス的観点と心理的観点から考える
中国の町家と京町家の比較と文化的影響
投動作の左右差に関する研究～ボールをより遠くに飛ばす為に
東京ディズニーシーの東京ディズニーランド化における現状と展望
東京都の発展のための未来戦略について
動画共有サイトの利用がソーシャルゲーム利用者に与える影響
動画投稿サイトがアーティストに与える影響
日中の大学教育
日中常識の違いと親孝行

日本と韓国の映画動員へのアプローチ
日本におけるテレビコマーシャルの歴史と課題
日本におけるホスピタリティとホテルの将来について
日本における英語と歴史背景
日本のトイレの歴史と 4K 意識—「臭い・怖い・暗い・汚い」を解消させたもの
日本の音楽とファッションの関係性の変化
日本の観光振興の新時代—ニューツーリズムがもたらす可能性
日本の消防の現状と課題
日本の痩せ過ぎ女性—過去最高について
日本競馬史について
日本漫画の歴史とマンガ文化の魅力
猫を求める人間たち—社会を反映するペット文化の変容
八ツ場ダムと住民
富士山を今世界遺産にしてよかったのか
風俗店の及ぼす経済効果
保健所の実態～動物愛護センターの真実
野球が人に与える影響力
野球を通じて学んだこと
「妖怪ウォッチ」ブーム～大ヒットに導いた設定とマンネリ化させた設定