

東京大学 グローバル・インターンシッププログラム

テーマ① 気候変動・環境問題を背景としたルールメイキングの戦略立案

～北米空調分野のカーボンニュートラルに向けたゲームチェンジ作戦～

期待する学生 (いずれかに当てはまる方)	環境問題・サステナブル社会への貢献に興味のある方 政治・法規制・ロビー活動に興味のある方 (文系・理系不問)
目標	省エネ空調技術（ヒートポンプ、インバータ、新冷媒）を活用して、カーボンニュートラル実現と事業拡大の作戦・道筋を見出す。 環境政策が大きな変革期にある北米の空調市場を対象に、連邦・地方政府、大学、エネルギー業界、NGOなどを巻き込んで提案できる制度・政策・取組みを立案。
インターンシップで実施する内容(案)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主要プレイヤー（ローカル政府、電力会社、スタートアップ、NGOなど）への訪問・ヒアリング。 ・ 米国系企業（個社、業界団体:AHRI）の取組みとロビー活動について調査。 ・ 現地の電力事情（電力インフラの増設・再生エネルギー化・ピーク対策計画など）およびUNFCC（気候変動枠組条約）を起点としたネットゼロに向けた国際機関などの動きの把握。 ・ 世界最大級・最先端の工場を見学し、グローバル経営の最前線を知る。
参考リンク	政府・業界団体などとの対話 ステークホルダー・エンゲージメント ダイキン工業株式会社 (daikin.co.jp) 世界シェアトップの道は、ルールメイキングから。「環境」で最大市場に挑むダイキン工業の開拓力 ブラジルで環境に優しいエアコンを: 官民連携で省エネ基準改正を実現 2020年度 トピックス ニュース - JICA

テーマ② アジア地域での新たなブランド戦略提案

～次世代購買層、Z世代を掴むブランディングとは～

期待する学生 (いずれかに当てはまる方)	マーケティングやブランド戦略に興味のある方 Z世代の志向や他社の動きなど含めた市場調査を踏まえて、新しいアイデアを提案することに興味のある方 (文系・理系不問)
目標	将来の潜在客層となる20代の若年層へのブランディング戦略を策定。 一般消費者レベルでは充分ではないダイキンブランドの認知度をいかに効率的に上げてゆくか、ブランドを浸透させた上でどう売り上げ拡大へつなげていくべきかを、タイのZ世代の志向、市場調査などをした上で、斬新で新しいアイデアを提案。
インターンシップで実施する内容(案)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 先進他社、競合企業等の若者向けのショールーム戦略、SNS活用戦略などを調査 ・ Z世代に対するマーケティングやブランド戦略のポイントを整理 ・ 現地Z世代のリアルな実態の把握、ヒアリング等の実施 ・ 現地でのZ世代向けマーケティング、ブランド戦略の課題、今後の方向性を整理

