

平成27年度 地域志向教育研究プロジェクト推進事業 事業報告書（全8ページ以内）

※番号（記入不要）	4		
①プロジェクト名称：	マーケティング調査に立脚した経営改善に基づく商店活性化プロジェクト ～講習会と学生・店主が協働する実践活動～		
②プロジェクトメンバー：			
学部学科・所属部署	氏名	役割	
心理情報学科	神宮英夫	統括・統計	
心理情報学科	田中吉史	調査設計	
経営情報学科	武市祥司	戦略立案	
産学連携推進部	竹内諭	市の調整	
③プロジェクトへの参加者数（補助期間終了時）			
学部1～3年次生	研究室所属学生（大学院生含む）	外部参加者数	
16名	名	3名	
④関連した主要授業科目名			
授業科目名	対象学年	必修・選択	対象学科
消費者心理学	3	選択	心理情報
主な特徴：消費者行動について心理学の視点から学ぶ内容で、身近な地域の商店を対象にしたリサーチを半期にわたって、授業進行にあわせて、内容の発表を聞き既習内容の復習を行なった。			
授業科目名	対象学年	必修・選択	対象学科
マーケティング戦略	3	必修	経営情報
主な特徴：経営に必要なマーケティング活動の概念や理論および手法などを学習し、情報収集と事例分析によってそれらの役割と効果を確認する。マーケティングに関する基礎的な知識の習得と日常的リサーチの習慣化を目指す。			
授業科目名	対象学年	必修・選択	対象学科
主な特徴：			
⑤事業概要（800字以上1000字以内）			
平成26年度の「マーケティング調査による野々市市の商店街活性化プロジェクト」では、プロジェクト参加学生たちが4つの商店の調査を行い、また店主たちを対象とした講習会（3回構成）を実施している。平成27年度は対象を野々市市とともに金沢市や白山市にも範囲を広げて本格的な講習会を開催して、学生と店主とが協同して調査・分析の実施と、戦略立案と実施			

に取り組むことで、地域の問題解決と学生の学びを有機的に行うコミュニティの創出が本事業の狙いである。

商店の活性化には、顧客のニーズを把握して、そのニーズを満足できるような戦略を立てて実行する必要がある。ニーズの把握には調査会社による顧客アンケート調査の実施が、また戦略立案には経営コンサルタントへの相談などが広く行われている。商店主が自ら調査して、分析して、戦略を立てることができれば、費用も少なく、実情に見合った対処を策定することが可能になる。

心理情報学科では、質問紙調査の方法に関しては「心理学研究法」や「専門実験」で、調査結果の分析に関しては「応用心理統計法」で統計全体を扱っている。また、経営情報学科では、「カスタマーリレーションシップマネジメント」「マーケティング戦略」などで事業展開の戦略立案について取り上げている。そこで、これらの授業を受講した心理情報学科と経営情報学科の2・3年生が講師をつとめるマーケティング講習会を開催し、授業で履修した知識を商店主に伝授する。講習会では、マーケティング調査の方法、MS Excelを使用した調査結果の分析手法、調査結果からの戦略立案法を取り上げる。講習会後に希望があれば、学生と希望する商店主とが協同して、実際の商店の活動に関する調査・分析・戦略立案の活動を行う。本事業の補助期間終了後には、学生たちが自立して調査会社を設立して、商店主たちからの依頼を受けて調査・分析・戦略立案を行うことができるよう、活動内容を組み立てる。

このように心理情報学科と経営情報学科の学生と教員が協力して、近隣市の商店の活性化を目指すことが本事業の特色である。さらに、学生たちが授業で学んだことを商店主たちに教授し、さらに知識を現実問題に適用する体験をし、さらに会社を設立し実社会の経験を積むことにより、より深い理解を得ることを可能とする貴重な学びの場を提供することも本事業の重要な意義である。

#### ⑥地域志向教育研究プロジェクトの活動実績

昨年度の「マーケティング調査による野々市市の商店街活性化プロジェクト」では、プロジェクト参加学生たちが4つの商店の調査を行い、また商店主たちを対象とした講習会（3回構成）を実施した。この成果を踏まえて、今年度は、前学期に昨年度と同様の講習会を開催し、近隣の商店に参加いただき、それらの中から希望のあった3店舗を対象としたマーケティング活動を行った。

参加希望学生を集めて、4月に全体スケジュールの説明を行い、5月1日に心理情報学科の田中教授によるアンケート調査についての全般的な説明を行った。その後、毎週金曜の5限に集まって、6月12日までの5回で、質問紙の作成や集計方法などについて各班の発表をもとに、学生同士の勉強会を実施した。6月19日には、東京のマーケティング調査会社（株式会社インサイトファクトリー）の小野滋氏（写真1）をお招きして、マーケティング調査の実務について講演をいただき、その後学生たちを交えての懇親会を開催した。6月26日には、経営情報学科の武市教授による、経営戦略策定に関する講義を受けた。特定の店舗を想定して今まで実施してきた学生同士による調査結果を、発表し合い討議を重ねた。その後、4店舗の商店の方にお集まりいただき、学生主導による調査講習会を、8月3、4、5日の3日間開催した（写真2）。8月5日には、昨年に引き続き富山のマーケティング会社（株式会社ラックス）（写真3）での研修会を実施し、企業でのマーケティング活動に関して学んだ。



写真1 外部講師を招いての講演会



写真2 地域商店主向け講習会



写真3 株式会社ラックス研修会



写真4 地域商店主からの聞き取り調査

前学期の成果は、順次、心理情報学科の「産業心理学」（3年生）などの授業で紹介してきた。後学期では、野々市市商工会議所等を通して協力店舗を募集し、3店舗（飲食2店、写真スタジオ）とのコラボレーションによるマーケティング調査を行った。店舗ごとに学生による担当チームを作り、各班に1名ずつ担当教員を配置し、指導を行った。

マーケティング調査では、商店とコンタクトをとり、店舗が現在抱えている問題点、それに対してどのような取り組みを行っているか、今回のマーケティング調査で何を期待されているかを聞き取り調査することから開始した（写真4）。そして、解決に向けて必要な情報やデータを検討し調査計画を立て、各店舗の実情にあわせて質問紙、観察法、インタビューなどの手法を用いた調査を実施してきた。いずれも、前学期中にプロジェクト内で行った演習のみならず、これまでの授業で学習してきた内容を、実社会での問題解決に活用する形で行われている。これらの成果は、平成28年3月2日に行う報告会で発表する予定である。さらに、平成28年3月末頃には、昨年度と同様に、野々市市商工会議所の役員の方に対する報告会を予定している。

さらに、3年生対象の後学期科目の「消費者心理学」（心理情報学科）では、2回のワークショップを実施して、プロジェクト参加学生以外の受講学生の意見を聞き、このことをプロジェクト活動に活かすとともに、実社会での体験を他の学生にも伝授することができた。

最終的には、2年間の活動を踏まえて、一連の活動のノウハウをマニュアル化して、次年度の継続的な活動に向けた準備を行うことを企図している。

#### ⑦地域志向教育研究プロジェクトの具体的な成果

学生にとっては、授業で学習した内容を現実場面での調査活動に生かす経験を通して、知識を実践的なものとする機会となっている。また、大学だけでなく地域社会の人たちと接することで、コミュニケーション能力はもちろんのこと、自立的に計画を立てて行動することが徐々にできるようになり、責任を持ってプロジェクトを進める意識を持てるようになった。さらに、授業の中で、今までの活動を節目に他の学生たちにプレゼンテーションをすることで、多様な視点からのアイデアを得るとともに、授業内容のより深い理解につながったと思われる。

今回参加いただいた地域の店舗にとっては、講習会にて顧客調査の基本を学ぶことができたほかに、各店舗にとっての問題をマーケティングの観点から明らかにして、学生と一緒に解決策を考える機会を得た。これらのメリットについて、各店舗のみならず、野々市商工会議所からも高く評価いただいている。

#### ⑧次年度以降の活動予定

平成26・27年度の活動によって得られたノウハウを、調査・分析・戦略立案のためのマニュアルとしてまとめ、本事業終了後に、学生によるマーケティング調査会社の設立も含めた、継続的な活動に繋げることを目指している。石川県内には、マーケティング調査会社が少なく、大都市圏の大手や県外の会社に委託しているのが現状である。地域に密着した調査会社の設立は、地域社会の発展に大いに貢献できると期待される。