

※番号 (記入不要)

9

①プロジェクト名称:

マーケティング・テクノロジーによる 野々市市の投票率向上プロジェクト

②プロジェクトメンバー:

学部学科・所属部署	氏名	役割
経営情報学科	松林賢司	リーダー
修学基礎教育課程 (経営学)	東俊之	メンバー
基礎実技教育課程	新聖子	メンバー
産学連携機構 連携推進室	竹内諭	メンバー

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
5～10名	3～5名	5～7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
マーケティング戦略	2	必修	経営情報学科
主な特徴: マーケティング理論を実際の事例を用いて学習する。			
授業科目名	対象学年	必修・選択	対象学科
経済と社会	1・2	必修・選択	修学基礎教育課程
主な特徴: 経済活動と社会活動に関して経済学と社会学の観点より学習する。			
授業科目名	対象学年	必修・選択	対象学科
プロジェクトデザインII	2	必修	基礎実技教育課程
主な特徴: チームにより日常の課題を抽出してその問題点の解決案を演習により提案する。			

⑤事業概要 (800字以上1000字以内)

本事業は、前回の参議院選挙において野々市市の投票率が石川県下 19 市町区中、最低（図 1 を参照下さい。）であった為、その改善策を模索する野々市市・総務部・総務課からの要請に基づき、市役所関係者、並びに本学の学生・教員が丸となってプロジェクトチームを結成し、次回選挙の投票率向上を目指す地域志向教育研究プロジェクトである。

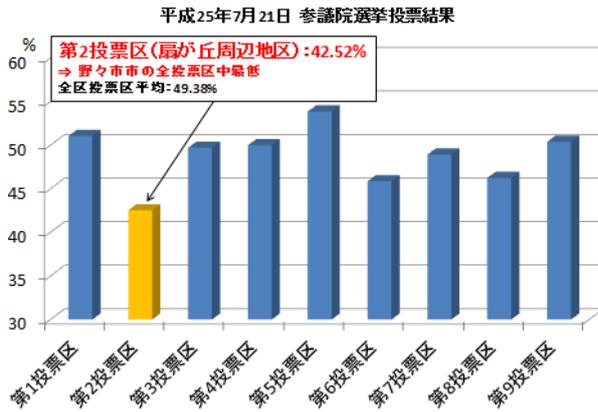
図 1. 石川県の投票率(19市町区別)



具体的には、前回（2013年7月）の参議院選挙において石川県の自治体別投票率最下位

（49.38%）であった投票率を次回（2016年7月）の参議院選挙において前回の石川県の投票率平均（54.98%）を上回ることを目標としてプロモーション戦略・ツールを経営情報学科のマーケティング・テクノロジー、並びに基礎実技教育課程のプロジェクトデザイン

図 2. 野々市市の投票率(投票区別)

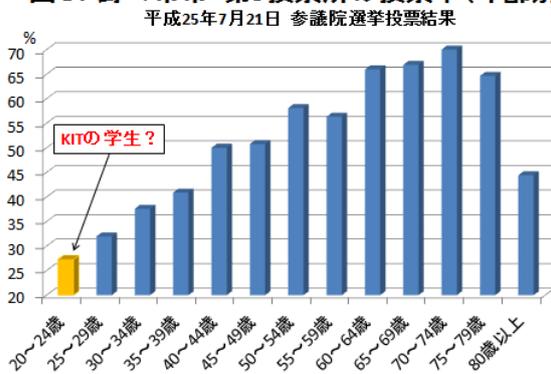


の手法を用いて共同研究・開発し、その成果を野々市市・総務部・総務課に提案の上、実際に活用頂くことを目指す。

前回の選挙結果に関する資料により、本学が立地する第 2 投票区（扇が丘周辺地区）の投票率が野々市市下 9 投票区中、最低（図 2 を参照下さい。）であること、並びに野々市市の 20 代の投票率が他の年代と比較して最低（図 3 を参照下さい。）であることがわかっている。これより野々市市は、本学の学生を中心に第 2 投票区の投票率が向上すれば、効果的に野々市市全体の投票率が向上すると仮定し、本学との共同研究を通じた解決策の検討を希望している。

本プロジェクトは以下の手順にて実施予定。

図 3. 野々市市・第3投票所の投票率(年齢別)



1. プロジェクトチームの組成（野々市市・総務部・総務課、学生、及び教員）
2. 関係資料調査・分析（野々市市の過去の投票率の推移、全国他地域の投票率等。）
3. 投票率のコアバリュー分析（投票行為を商品と見なした商品価値の確認・再定義。）
4. 投票率のマーケティング分析（STP 分析、競合分析等）

5. 前述を踏まえたプロジェクトデザイン
(課題：野々市市の投票率アップ。)
6. 次回選挙に向けた成果報告会

キーワード：野々市市・総務部・総務課、投票率最下位、マーケティング・テクノロジー、プロジェクトデザイン

⑥地域志向教育研究プロジェクトの活動実績

第1回 7月30日 キックオフ・意見交換

第2回 8月31日 投票のNeedsとは？
(ブレインストーミング+意見集約)

第3回 9月25日 投票のSTP・4P・プロモーションとは？
(ブレインストーミング+意見集約)

第4回 10月26日 特別講義「若者の政治参画の鍵は地方政治にある」講師：原田謙介氏
(Youth Create 代表)



第5回 11月30日 特別講義「20代の投票率向上」講師：木村海氏 (学生団体 ivote 代表)



第7回 1月18日 演習・プロモーション案作成①

第8回 2月10日 演習・プロモーション案作成②

第9回 3月28日、29日 プロモーションイベントの為の研究 (セグウェイ講習会) & 学内プロモーションイベント実施

第10回 4月 野々市市長への成果報告 (予定)

第11回 3月～5月 プロモーションオブジェの制作 (予定)

第12回 6月～7月 参議院選挙に向けたプロモーション活動 (予定)

⑦地域志向教育研究プロジェクトの具体的な成果

以下に本プロジェクトの具体的な成果を述べる。

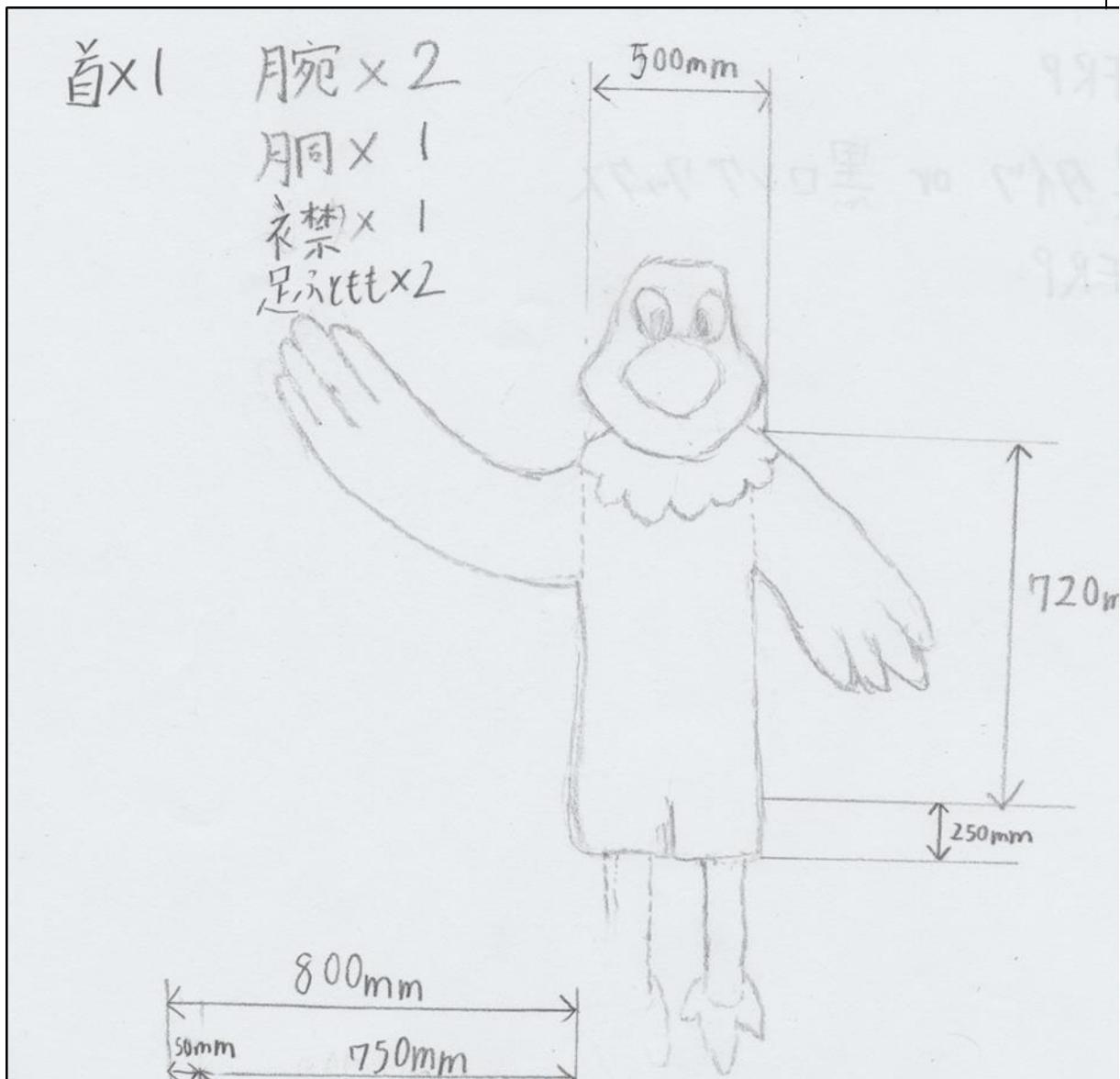
- ① 専門教員の講義により投票する行為も商品としてマーケティング・テクノロジーの適用対象となることを学生が理解できた。
- ② マーケティング・テクノロジーの内容として STP・4P・プロモーションの具体的手法を投票する行為を例に実際に適用することにより学生が経験学習できた。
- ③ 2件の特別講演により日本の本プロジェクトのベンチマークとしての先進事例を学生が学習することができた。
- ④ フィールドワークとして投票率向上に向けたNeeds 調査を参加メンバー全員で実施して154サンプルを収集しプロモーション活動に関する有用な知見を得ることができた。学生は社会人と共同してフィールドワークを行うという貴重な経験ができた。
- ⑤ 本プロジェクトを通じた知見をもとに参加メンバー（学生、野々市市役所職員、野々市市民、教職員）にてプロモーション手法に関する学生を主体とした協議を得て3つの解決策、1) 認知・WANTSの向上、2) 利便性の向上、3) 候補者情報の提供をの必要性を認識することができた。
- ⑥ マーケティング・テクノロジーに基づいた3つの解決策に沿って学生が主体となって3つの成果物、即ち1) 本学の誇る先進研究事例である炭素繊維強化樹脂を用いた認知・WANTSの向上と候補者情報の提供の為に投票率向上オリジナルオブジェ（カーボンドリバー君着ぐるみとデジタルサイネージ）とポスター、チラシ等、2) 同じく認知・WANTSの向上と候補者情報の提供の為に本学所有のコミュニケーションツールであるセグウェイを使用した投票率向上プロモーション、3) 認知・WANTSの向上の為に大学周辺の商店の協力を得た投票ポイントシステムを本プロジェクトのゴールである本年7月の参議院選挙の投票率向上の為に準備、投入する。また利便性の向上に関しても期限前投票所や投票所の本学キャンパス内への設置を本プロジェクトの野々市市に提言する。

<投票率向上チラシ（A4サイズ）、投票率向上ポスター（A2サイズ）>

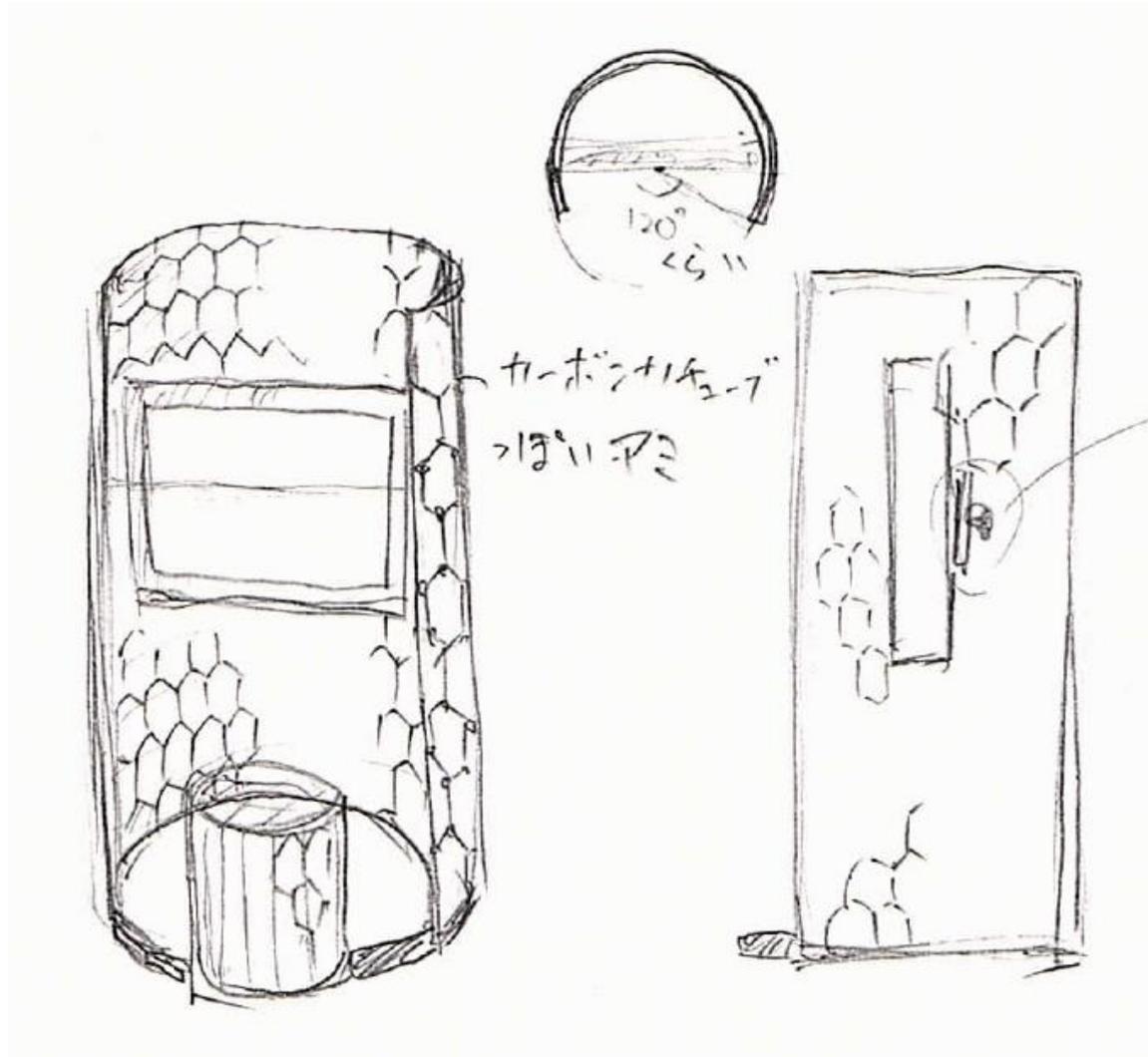


<投票率向上オブジェ案>

カーボンドリバー君着ぐるみのラフスケッチ



デジタルサイネージのラフスケッチ



<コミュニケーションツールであるセグウェイを使用した投票率向上プロモーション>

セグウェイは、単なる移動手段の乗り物としてではなく、コミュニケーションツールとして、初対面者とのスムーズにあいさつ運動や声掛け運動を実施することができる効果があり、その機能を活用してプロモーション活動を実施する。具体的には、プロジェクトメンバーがセグウェイに乗車して学内などで、選挙行動の啓蒙意識醸成を呼び掛けるプロモーション活動を行った。



- インストラクター技術講習会 (2月26日)
- 学内プロモーションプロモーション (3月5日、3月28日、3月29日)

⑦ 次年度以降の活動予定

本プロジェクトの成果は、本学学友会（生徒会）に継承され、国政選挙の野々市市投票率向上の為に継続活用する予定。

