

科目名	市場調査法 Marketing Research		選択	2 単位
学期・曜日・時限	秋・月・4 限	秋・月・6 限	-	-
担当教員名	浅野 浩美	e - mail		

＜講義の概要と目的＞

ビジネスについて意思決定する際は、必要なデータを収集・分析し、これをもとに行うことが必要不可欠です。事業計画書、研究論文、プロジェクト報告の執筆にあたっても、市場のニーズなどを調査し、分析結果に基づいたものとする必要があります。

最近では、WEB 調査の普及によって調査がしやすくなったほか、口コミデータなど調査をしなくとも「集まる」データも多くなりました。しかし、データを集めてきて分析しさえすれば、ビジネスでの意思決定、事業計画の作成、研究に役立つ良い分析ができるわけではありません。

本講義では、調査について基礎的な知識を学ぶとともに、実際に手を動かしながら、調査方法、分析方法（テキストマイニングを含む）を身につけます。

＜到達目標＞

- ・様々な局面において、自ら課題を設定し、意思決定に必要な調査を企画・設計することができる。
- ・必要なデータの収集方法を理解している。
- ・情報・データの取り扱いについて理解している。
- ・調査の企画・立案から、実査やデータの収集、分析、解釈まで一貫して実施することができる。

＜アクティブ・ラーニング要素＞

アンケート調査については、グループで、企画・設計から、実施、分析まで通して行います。主に学内で、Web を用いて調査します。調査実施者のほか、調査回答者の立場も経験し、それぞれ気づいたことをフィードバックし合います。

テキストマイニングについては、公開されているデータのほか、ダミーデータを用いて、基礎的な分析を行います。それぞれ気づいたことを報告し合います。

＜講義計画＞

1 回目：イントロダクション

- ・要点：講義のねらい、進め方、ルール、評価方法などについて説明します。また、市場調査・社会調査の全体像と講義で取り扱うことの位置づけについて説明します。

2 回目：調査の進め方

- ・要点：調査の進め方について学びます。調査にあたっては全体をイメージできていることが大切です。調査の企画・立案から実査やデータの入手、分析までの流れについて解説します。また、関心のあるテーマについてどのような調べ方が可能か、検討します。

3 回目：調査の企画・立案

- ・要点：調査の企画・立案のしかたについて学びます。また、アンケート調査の実施に向けて、グループで何をテーマにするか、話し合います。

4 回目：データについて

- ・要点：利用することができるデータにはさまざまなものがあります。データについて学ぶとともに、取り上げることとしたテーマと関連するデータにアクセスします。

5 回目：調査の設計

- ・要点：アンケート調査の設計方法を学びます。設定したテーマに対して、何らかの仮説を立て、調査の設計に着手します。調査票の作成方法や作成にあたって留意すべきことについて学びます。

6 回目：調査票の作成①

- ・要点：仮説検証のために何をどのようにたずねればよいかについて意識しつつ、調査項目について検討し、質問すべき項目について決定します。

7 回目：調査票の作成②

- ・要点：質問の種類・順序、回答形式を決め、質問文・回答選択肢のほか、前文、教示文を作成します。

8 回目：調査票の作成③

- ・要点：Google Form に入力し、確認のうえ、調査票を完成させます。

※8 回目と 9 回目の間に、他のグループの調査票に回答し、気がついたことを書き出します。

9 回目：調査結果の分析①

- ・要点：ねらいどおり調査をすることができたかについて振り返ります。調査結果の分析に先立って必要な処理や留意すべきことについて説明します。

10 回目：調査結果の分析②

- ・要点：回収した調査結果をもとに、単純集計、クロス集計、相関など基礎的な分析を行います。

11 回目：調査結果の分析③

- ・要点：検定、回帰分析などについて学びます。調査結果を解釈し、仮説について検証します。

12 回目：調査結果の分析④、テキストマイニング①

- ・要点：調査結果のまとめ方を学びます。テキストマイニングとは何かについて学びます。

13 回目：テキストマイニング②

- ・要点：公開されているデータを用いて、KH Coder の機能のうち、基礎的なものについて試してみます。

14 回目：テキストマイニング③

- ・要点：ロコミデータ（ダミーデータ）の分析を行いながら、分析結果の読み取り方、分析データの整え方について学びます。気づいたことについて報告し合います。

15 回目：テキストマイニング④、まとめ

- ・要点：テキストマイニングの活用事例について学びます。講義で取り組んだこと全体を振り返ります。

<講義の進め方>

- ・序盤では、調査の全体像を把握することができるよう、調査方法や調査の進め方などについて学びます。
- ・中盤以降は、実際にアンケート調査を設計し、学内で実施し、分析します。まず、ディスカッションを行い、それを踏まえ、調査票の設計を行います。次に、学内で在校生に協力を求め、調査を行います。分析については、分析方法を学ぶとともに、実際に手を動かすことを通じて手法を身につけます。また、解釈のしかたについて学びます。
- ・終盤では、テキストマイニング手法について学び、アンケート調査の自由記述欄などの分析を行います。
- ・最終回に、グループで行った調査結果のプレゼンテーションをしてもらいます。
- ・学びやすいよう、事前に履修者がアクセスできる環境に講義資料をアップロードします。また、講

義終了後、使用した資料をアップロードしますので、予習・復習に活用してください。 講義は、＜講義計画＞に記載したとおり進めていく予定ですが、履修生の要望を踏まえ、内容を一部変更することがあります。
＜事前事後学修内容＞ ・ 事前：あらかじめ配付する事前学修資料等に目を通すこと。 ・ 事後：講義後に配付する事後学修資料に目を通し、講義で学んだ内容を振り返ること。実習を行った場合は、特にしっかり振り返ること。 ＜予習・復習時間＞ ・ 各回の予習・復習には計 4 時間相当かかると想定されます。
＜教科書及び教材＞ 資料は、事前に履修者がアクセスできる環境にアップロードしますので、各自ダウンロードして使用してください。
＜参考書＞ ・ 佐藤 郁哉（2021）『ビジネス・リサーチ』東洋経済新報社。 ・ 星野崇宏・上田雅夫（2018）『マーケティング・リサーチ入門』有斐閣アルマ。 ・ 久保 克行（2021）『経営学のための統計学・データ分析』東洋経済新報社。 ・ 樋口 耕一・中村 康則・周 景龍（2022）『動かして学ぶ！ はじめてのテキストマイニング フリー・ソフトウェアを用いた自由記述の計量テキスト分析』ナカニシヤ出版。 ・ その他講義時間内外に適宜紹介します。
＜成績評価方法＞ 欠席 6 回以上は成績評価しません。 授業への貢献（ディスカッションへの参加のほか、発表などを含む。）60 点、中間レポート 10 点、期末レポート 30 点 ＜課題（試験やレポート等）に対するフィードバック方法＞ 講義中に解説するほか、返却の際に、フィードバックします。
＜履修条件＞ ・ 研究論文、事業計画書等の作成に必要なだと思われるので、入学後できるだけ早い時期に履修することをお勧めします。 ・ 履修要件は特にありません。統計、数式、プログラミングなどの知識も特に必要ありません。 ・ テキストマイニングに用いるフリーソフト（KH Coder）をインストールできるパソコンを持参してください（Windows7 以上。Mac の場合は Mac 向け自動設定ソフトウェア（4000 円程度）が必要です）。
＜ディプロマポリシーとの関連＞ アントレプレナーシップ発揮に必要な専門的かつ実践的知識の学修に該当。
＜録画映像の視聴＞ 可
＜オフィスアワー＞ 月曜日 3 限と 5 限。e-mail で連絡してください。それ以外でも時間を確保することがあります。
＜その他＞ 特にありません。