

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		
講義形式	ハイフレックス（教員は講義室から講義を実施します） ※対面履修生は全回講義室から参加			
<p><講義の概要と目的></p> <p>ビジネスの意思決定にあたっては、市場のニーズなど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です。</p> <p>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、Web を用いた質問紙調査を行います。また、テキストマイニング手法を身に付けます。</p> <p>質問紙調査では、調査の企画・立案から、実査、分析、解釈まで通して行います。</p> <p>テキストマイニングについては、データの収集、分析、解釈を行います。</p> <p>これらを通じ、データを適切に収集・分析し、その結果を的確に解釈できるようになることを目指します。</p> <p><到達目標></p> <ul style="list-style-type: none"> ・様々な局面において、自ら課題を設定し、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、取り扱い方法を理解している。 ・代表的な分析手法の特徴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。 <p><アクティブ・ラーニング要素></p> <p>質問紙調査については、グループで、企画・設計から、実査、分析、解釈まで通して行い、その結果を取りまとめ、発表します。主に学内 Google Form など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。</p> <p>テキストマイニングについては、KH Coder Class Edition を用い、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。</p> <p><講義計画></p> <p>講義計画は以下の通り。ただし講義の進行状況によっては、講義計画を若干変更する場合がある。</p> <p>1 回目：イントロダクション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <p>2 回目：調査の進め方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・要点：調査の進め方について学びます。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。 <p>3 回目：データについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、関心のあるテーマと関連するデータにアクセスします。 <p>4 回目：調査の企画・立案、設計</p> <ul style="list-style-type: none"> ・要点：調査の企画・立案、設計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。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。

5 回目：調査票の作成①

・要点：設定したテーマに対して、何らかの仮説を立て、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、質問すべき項目について検討します。(仮説設定用スライド、Excel 表を使用)

6 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、教示文・質問文・回答選択肢を作成します。

7 回目：調査票の作成③

・要点：前文を作成し、Google Form に入力します。確認のうえ、調査票を完成させます。

※7 回目と 8 回目の間に、調査を実施します。

8 回目：実査の振り返り

・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学びます。回収したデータを分析できるよう準備します。

9 回目：調査結果の分析①

・要点：単純集計、クロス集計、相関など基礎的な分析を行います。分析結果を可視化する方法について学びます。調査結果のまとめ方について学びます。

10 回目：調査結果の分析②

・要点：検定、回帰分析などを行います。調査結果を解釈し、仮説について検証します。発表に向けた準備をします。

11 回目：調査結果の発表

・要点：調査結果を発表し、調査のプロセス全体を振り返ります。

12 回目：テキストマイニング①

・要点：テキストマイニングとは何かについて学びます。簡単なテキストデータを用いて、基礎的な分析を試してみます。

13 回目：テキストマイニング②

・要点：ロコミデータ（ダミーデータ）の分析を行いながら、コーディングのしかた、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。

14 回目：テキストマイニング③

・要点：ある程度分量のある公開されているテキストデータを対象に、いろいろな分析を行い、その結果を読み取ります。データの収集、整形のしかたについて学びます。

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。

<事前事後学習内容>

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。また、授業で指示するものについて学修すること。

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、詳細については講義時に指示をします。

<教科書及び教材>

教科書は特に指定しません。

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すること。

<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。

授業への貢献など(ディスカッションなどでの貢献20点、グループワークでの貢献25点、授業中に実施した課題の提出15点)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>

授業においてフィードバックを行うほか、必要に応じ、Teams等でもフィードバックを行います。

<履修条件>

研究論文、事業計画書等の作成に必要なので、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 KH Coder (Class Edition: 無料) をインストールできるパソコンを持参してください。KH Coder の動作環境は、以下のとおりです。

1 GHz 以上の 32-bit (x86) または 64-bit (x64) CPU

2GB 以上のメモリ容量(32 bit 版 OS) または 4 GB 以上のメモリ容量 (64 bit 版 OS)

5GB の空き容量のあるハードディスク

Microsoft® Windows® 10 (32-bit 版および 64-bit 版) または Windows 11 日本語 Windows7 以上

※ Mac でも使えますが、インストールが難しく、また、一部使用できない機能があります。

<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。それ以外でも必要に応じ、時間を確保します。

<その他>

特にありません。