

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		
<p><講義の概要と目的></p> <p>事業を実施するかどうか、どのように実施するかなど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は、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。</p> <p>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、ロ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。</p> <p>本講義では、調査についての基礎的な知識を学ぶとともに、実際に手を動かしながら、分析方法（テキストマイニングを含む）を身につけます。</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、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。 <p><アクティブ・ラーニング要素></p> <p>調査の企画・立案については、グループで行います。調査テーマは本学学生が回答しうるものとし、主に学内で調査を行います。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><講義計画></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。 <p>3 回目：調査の企画・立案</p> <ul style="list-style-type: none"> ・要点：調査の企画・立案のしかたについて学びます。また、調査テーマは本学学生が回答しうる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。 <p>4 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、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。 <p>5 回目：調査の設計</p> <ul style="list-style-type: none"> ・・要点：アンケート調査について実施方法を学びます。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。 				

6 回目：調査票の作成①

- ・要点：調査票の作成方法について学びます。設定したテーマや課題に即したかたちで、調査票の構成について検討します。

7 回目：調査票の作成②

- ・要点：質問の設定について学びます。グループで質問項目について検討します。

8 回目：調査票の作成③

- ・要点：調査票についてグループごとに報告します。フィードバックを踏まえ、調査票を完成させます。

9 回目：調査の実施

- ・要点：他のグループの調査票に回答するとともに、回答者として気がついたことを書き出します。

10 回目：調査結果の分析①

- ・要点：調査結果の分析にあたって必要な処理や留意すべきことについて説明します。また、調査結果の活用にあたって留意すべきことについて説明します。

11 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。そのうえで、仮説を踏まえ、結果を検討します。

12 回目：調査結果の分析③

- ・要点：検定、回帰分析などについて、考え方と方法を学んだうえで、回収した調査結果を分析します。そのうえで、結果を解釈します。

13 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。テキストマイニングの基礎的な分析を行います。

14 回目：テキストマイニング②

- ・要点：調整のしかたを学ぶとともに、アンケート調査の自由記述欄を分析します。また、テキストマイニングの活用事例について学びます。

15 回目：プレゼンテーション、まとめ

- ・要点：グループごとに、分析結果についてパワーポイント資料を用いてプレゼンテーションします。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＞

- ・ 大谷信介・木下栄二・後藤範章・小松洋（2013）『新・社会調査へのアプローチ—論理と方法—』ミネルヴァ書房。
- ・ 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。
- ・ 樋口耕一（2020）『社会調査のための計量テキスト分析 内容分析の継承と発展を目指して 第2版』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＞

- ・ テキストマイニングに用いるフリーソフト（KH Coder）をインストールすることのできるパソコンを持参すること（Windows7以上、Windows RTおよびWindows 10 Sは不可。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）。KH Coderがインストールできない場合は、別のやり方で行うこととなります。
- ・ 特にありません。数式、プログラミングなどの知識も特に必要ありません。

＜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。