

科目名	調査法【面接】				
担当教員名	西根 英一				
学部等	サービス創造学部	開講学期	2021年度春学期		
ナンバリング	SI-PRO1002	学年	1年	単位	2単位
講義名	調査法				
先修科目	マーケティング入門を受講していることが望ましい（ただし、条件ではない）。				

この授業を通じて身につける<CUC 6つの能力要素>		(主として身につけるもの「◎」を1つ、身につけるもの「○」を2つ以内)			
専門的な知識・技能	◎	普遍的な知識・技能		相互理解・コミュニケーション力	○
チャレンジ精神・実践力		主体性・責任感	○	社会規範意識・誠実さ	
CUC6つの能力要素詳細	https://www.cuc.ac.jp/about_cuc/educational_policy/ability/index.html				

科目概要					
市場調査は、個人に対して、集団に対して、地域に対して、国民に対してプロスペクティブ（前向き）に設計したり、ビッグデータを対象にレトロスペクティブ（後向き）ないし同時進行的に分析したりと、多様な対象に多様なアプローチがある。本講義は、市場調査（マーケティングリサーチ）の醍醐味を習得するためのものである。					
科目の到達目標					
仮説を立て検証する能力の開発に重点を置きながら、市場調査の理論を学び、調査を設計し、実施し、分析する手法を習得する。					
授業の特徴（指定科目のみ掲載）					
調査に係るレクチャーと課題に対する演習レポート（授業内）を実施する。 遠隔授業の場合、「B方式」を採用し、「資料+音声ファイル+演習」をセットにして、毎回オンラインの講義を行う。					
履修上の注意					
ゼミ等で調査を実施する予定のある学生は、この講座を履修することを望む。					
実務経験を活かす授業	○	実務経験内容等	広告会社でのマーケティング実務経験を活かし、ビッグデータの活用や市場調査（マーケティングリサーチ）、ブランド調査などの実践的知識の涵養を図る。		

ICTを活用する授業					
資料や課題を配信するためにWebシステムを活用する	○	教員と学生の連絡でCUC PORTAL等を活用する	○	その他	遠隔授業の場合、「B方式」を採用し、「資料+音声ファイル+演習」をセットにして、毎回オンラインの講義を行う。

データを活用する授業					
データ分析を行う	○	外部機関（企業等）のデータ活用する	○	その他	係る調査法の紹介において、公開情報（調査データとその分析結果）を用いるケースがある。

アクティブ・ラーニングの要素					
グループワーク		プレゼンテーション		実習、実技、フィールドワーク	
PBL（課題解決型学習）	○	双方向型学修（クリッカー等）		ディスカッション・ディベート	
反転授業		その他			

授業計画						
授業回	各回の概要			各回の事前事後学修		事前事後学修時間
第1回	<ul style="list-style-type: none"> ・オリエンテーション 30分 ・レクチャー 45分 正しい調査とは何か？～マーケティングリサーチのトリックとマジック -母集団と標本抽出について -平均値と中央値について -ビッグデータからプログラムをつくる事例紹介 ・演習（課題提示+演習レポート作成） 30分 			各回の当該テーマに対して、日常生活における事前学修（調査の眼を持った課題意識）と事後学修（仮説からの戦略策定の実施）		4時間
第2回	<ul style="list-style-type: none"> ・演習レポートの全体講評と優秀レポートの発表 30分 ・レクチャー 45分 手法分類① 定量アンケート調査法～アンケート調査票を用いて対象者が記入 -郵送調査 			各回の当該テーマに対して、日常生活における事前学修（調査の眼を持った課題意識）と事後学修（仮説からの戦略策定の実施）		4時間

	<ul style="list-style-type: none"> -インターネット調査 ・演習（課題提示+演習レポート作成） 30分 		
第3回	<ul style="list-style-type: none"> ・演習レポートの全体講評と優秀レポートの発表 30分 ・レクチャー 45分 手法分類② 定量アンケート調査法～アンケート調査票を用いて調査員が記入 <ul style="list-style-type: none"> -面接調査 -街頭調査 ・演習（課題提示+演習レポート作成） 30分 	各回の当該テーマに対して、日常生活における事前学修（調査の眼を持った課題意識）と事後学修（仮説からの戦略策定の実施）	4時間
第4回	<ul style="list-style-type: none"> ・演習レポートの全体講評と優秀レポートの発表 30分 ・レクチャー 45分 手法分類③ 定性インタビュー調査法～質問フローに沿ってインタビュー進行 <ul style="list-style-type: none"> -グループインタビュー -デプスインタビュー ・演習（課題提示+演習レポート作成） 30分 	各回の当該テーマに対して、日常生活における事前学修（調査の眼を持った課題意識）と事後学修（仮説からの戦略策定の実施）	4時間
第5回	<ul style="list-style-type: none"> ・演習レポートの全体講評と優秀レポートの発表 30分 ・レクチャー 45分 目的分類①「アイデアを探す」 <ul style="list-style-type: none"> -ニーズ探索調査（顕在化しているニーズ、潜在化しているアンメットニーズ） ・演習（課題提示+演習レポート作成） 30分 	各回の当該テーマに対して、日常生活における事前学修（調査の眼を持った課題意識）と事後学修（仮説からの戦略策定の実施）	4時間
第6回	<ul style="list-style-type: none"> ・演習レポートの全体講評と優秀レポートの発表 30分 ・レクチャー 45分 目的分類②「市場を知る」 <ul style="list-style-type: none"> -市場構造調査 -市場予測調査 ・演習（課題提示+演習レポート作成） 30分 	各回の当該テーマに対して、日常生活における事前学修（調査の眼を持った課題意識）と事後学修（仮説からの戦略策定の実施）	4時間
第7回	<ul style="list-style-type: none"> ・演習レポートの全体講評と優秀レポートの発表 30分 ・レクチャー 45分 目的分類③「企業を知る」 <ul style="list-style-type: none"> -企業ブランド調査 -企業イメージ調査 ・演習（課題提示+演習レポート作成） 30分 	各回の当該テーマに対して、日常生活における事前学修（調査の眼を持った課題意識）と事後学修（仮説からの戦略策定の実施）	4時間
第8回	<ul style="list-style-type: none"> ・演習レポートの全体講評と優秀レポートの発表 30分 ・レクチャー 45分 目的分類④「商品を知る」 <ul style="list-style-type: none"> -商品ブランド調査 ・演習（課題提示+演習レポート作成） 30分 	各回の当該テーマに対して、日常生活における事前学修（調査の眼を持った課題意識）と事後学修（仮説からの戦略策定の実施）	4時間
第9回	<ul style="list-style-type: none"> ・演習レポートの全体講評と優秀レポートの発表 30分 ・レクチャー 45分 目的分類⑤「消費者動向を知る」 <ul style="list-style-type: none"> -購入/使用実態調査 -消費者インサイト調査 ・演習（課題提示+演習レポート作成） 30分 	各回の当該テーマに対して、日常生活における事前学修（調査の眼を持った課題意識）と事後学修（仮説からの戦略策定の実施）	4時間
第10回	<ul style="list-style-type: none"> ・演習レポートの全体講評と優秀レポートの発表 30分 ・レクチャー 45分 目的分類⑥「商品をチェックする」 <ul style="list-style-type: none"> -商品コンセプトチェック調査 -価格チェック調査 -商品パッケージ調査 -試用評価調査 ・演習（課題提示+演習レポート作成） 30分 	各回の当該テーマに対して、日常生活における事前学修（調査の眼を持った課題意識）と事後学修（仮説からの戦略策定の実施）	4時間
第11回	<ul style="list-style-type: none"> ・演習レポートの全体講評と優秀レポートの発表 30分 ・レクチャー 45分 目的分類⑦「広告をチェックする」 <ul style="list-style-type: none"> -広告コンセプトチェック調査 -広告表現チェック調査 ・演習（課題提示+演習レポート作成） 30分 	各回の当該テーマに対して、日常生活における事前学修（調査の眼を持った課題意識）と事後学修（仮説からの戦略策定の実施）	4時間
第12回	<ul style="list-style-type: none"> ・演習レポートの全体講評と優秀レポートの発表 30分 ・レクチャー 45分 目的分類⑧「世論をチェックする」 <ul style="list-style-type: none"> -キャンペーン評価調査 -PR効果調査 ・演習（課題提示+演習レポート作成） 30分 	各回の当該テーマに対して、日常生活における事前学修（調査の眼を持った課題意識）と事後学修（仮説からの戦略策定の実施）	4時間
第13回	<ul style="list-style-type: none"> ・演習レポートの全体講評と優秀レポートの発表 30分 ・レクチャー 45分 調査設計書のつくり方 調査票のつくり方 	各回の当該テーマに対して、日常生活における事前学修（調査の眼を持った課題意識）と事後学修（仮説からの戦略策定の実施）	4時間

	結果報告書のつくり方 ・ 演習（課題提示+演習レポート作成） 30分	
成績評価の方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 授業への貢献度 [参加点 (50%)] ・ 演習レポート (授業内) の評価 [課題点 (50%)] 	
課題（試験やレポート等）に対するフィードバックの方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 演習レポートは、次週に全体を講評してフィードバックし、優秀なレポートを発表する。 	
テキスト・教科書	毎回資料を配付する	
参考文献	<ul style="list-style-type: none"> ●参考図書 <ul style="list-style-type: none"> ・ 井徳正吾、『マーケティング・リサーチ ～顧客のニーズを知る最も有力な手法』（すばる舎）（2012年） ●参考文献 <ul style="list-style-type: none"> ・ 「すこやか生活習慣国民運動」ターゲット調査（2010年） https://www.e-healthnet.mhlw.go.jp/information/communication_manual/pdf/target.pdf ・ 「すこやか生活習慣国民運動」メッセージ調査（2010年） https://www.e-healthnet.mhlw.go.jp/infor <p>ほか、省庁・自治体の調査結果</p>	