

近藤ゼミナール 成果報告

文責者：3年 橋本郁弥 伊木陽菜 甲斐辰輝 寺川一輝 山中峻太郎

ゼミの目的・概要

近藤ゼミナールでは、マーケティングを座学で学び、その知識を応用し、実際に学外の企業や団体と活動を通して地域活性化を目指す。その活動の中で、学生自らが問題解決を模索することより、企画力・提案力を身に付けることを目的としている。私たちは、座学で学んだパイン・ギルモアの体験価値というものをもとに活動を展開している。パイン・ギルモアの体験価値とは、図1のように2つの軸があり横軸は顧客の参加の度合い、縦軸は、顧客とイベントや出し物といった経験を深く結びつける関係性を表している。体験価値の向上が付加価値の向上につながることを実社会に応用し3つのグループで活動している。

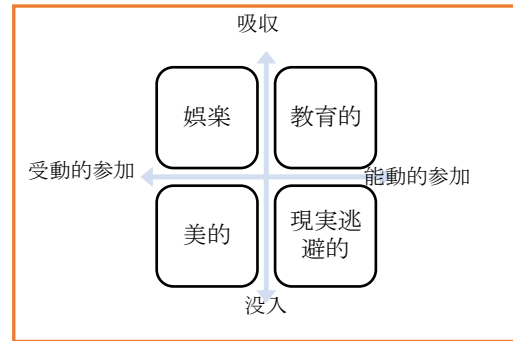


図1 パイン・ジョセフ2世, ギルモア・ジェームス・H(2005)「経験経済-脱コモデティ化のマーケティング戦略-」ダイヤモンド社, p. 57 を基に筆者作成

グループ活動紹介

▶地域活性化ユニット(住之江ボート)

<活動内容>

活動としては、12月1日に住之江ボートレース場の視察を行った。実際に利用している年齢層やフードの種類、施設の雰囲気を知る事ができた。また同日に、住田社長からの住之江ボートレース場の課題として挙げられていた「若年層・ファミリー層を呼び込むコンテンツ不足」の解消に繋がるフラッシュアイデアをいくつか提案した。若年層に対して行なったアンケート結果から、初心者講座やフードをより充実させることが効果的であり、訪れた人が関心を持てるようなイベントを生み出す必要があると考えていた。しかしその中で、施設への興味を持たせるための新たな広報手段を考案することも重要だという話が挙げられた。



<今後の活動>

施設側からの意見として顧客の満足度が把握出来ていないとの事だったため、満足度や新フード、広告に関するアンケートを新たに作り若年層のニーズを把握する手段としてさらに活用していく。現在追加の案として、若年層・ファミリー層向けに少し変わった個性溢れる半個室の設置、VRでのレース体験、フォトコンテスト、TikTokやInstagramを通して、ボートレースの裏側やボートレーサー目線の動画を発信する事を考えている。



▶地域活性化ユニット(奈良市観光)

<活動内容>

まず奈良市の観光課題解決のため柳生街道をどのように活用して観光資源に変えていくのかを話し合った。その結果、柳生街道の長さを生かしフルマラソンなどのスポーツイベントの開催を行うことになった。そこで柳生街道の環境や柳生街道への交通インフラについて把握する必要があった。他にもスポーツイベントに参加する観光客がイベント参加後に奈良市で観光をすることを考慮し、奈良市内の有名な観光地である世界遺産を全て回るためにどのくらい時間がかかるのかも把握する必要があった。そのため12月1日に柳生街道の観光活用に向けて現地調査に向かった。しかし柳生街道は整備が行き届いておらず前日の天気は雨ということや足場が石畳であったこともありぬかるんで足を滑らせることが多かった。それに加えて柳生街道の横には川が流れておりガードレールのような転落防止用の柵が無かったため危険を感じ途中で引き返した。



<最終成果>

柳生街道の現地調査を行い学生には解決できない環境整備問題が発生したため今後の活動について話し合った結果、柳生街道の観光資源化を諦めることになった。



商品開発ユニット(駅弁)