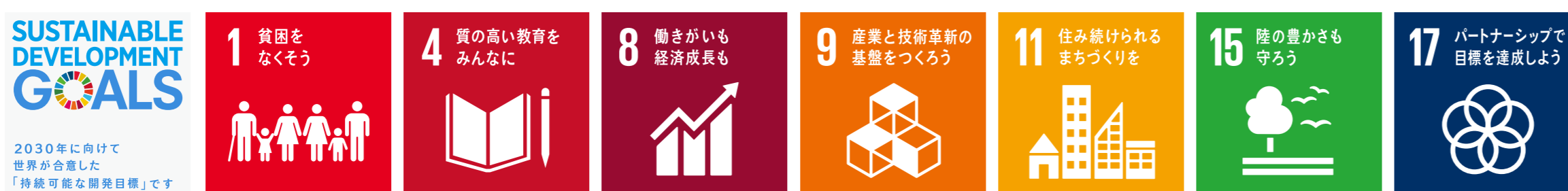


マーケティングサポート研究所

学生参加による 地域中小企業の 商品開発・ 販路開拓



所長 佐藤 飛鳥 (ライフデザイン学部 経営コミュニケーション学科 准教授)

地域中小企業において、良質な地元素材、地元産品などを販売しているが、売上が芳しくないことが多い。その原因として、マーケティング担当者の不在、アピール不足、ニーズオリエンテッドな新商品開発がなされていないことが挙げられ、その点を補うためにマーケティング理論の概説を行い、プロセスを理解していただくとともに、学生の実践の場としてアイデアを出すことにより、地域の方・学生双方にそれぞれの姿を見せ、交流し、協働して地域を活性化し、持続可能な経済成長に繋げることが目的である。

研究キーワード

- マーケティング
- 商品開発
- 販路開拓
- 学生参加
- 地域産業振興
- 産官学連携
- 中小企業

研究内容

地域の中小企業でマーケティングに手が回らない方々を対象に、マーケティングの基礎理論の概説を行った上で、彼らの持つ素材や既存商品を元に学生がアイデアを出しながら新商品開発を行う。参加企業にはマーケティングプロセスを通し、「良い商品だから売れるはず」というプロダクトアウトの考えから脱却し、市場・消費者のニーズを理解し(マーケットリサーチ)、ターゲットを明確にしてから(STP)、商品改良・商品開発を行う(4P)ユーザーオリエンテッドの考え方が重要なことを理解していただけるよう活動を行う。企業側の労働者構成が高齢化していたり、若年層の意見を聴取することが難しかったり、伝統を守り続けて商品が固定化していたりする場合にターゲットに合わせた商品作りを意識していただくためである。そのため、危機感を持っている(自社だけでは活路が見えない)中小企業とのコラボを実践する。参加後の企業がコラボ終了後も自力でマーケティングプロセスを実施し、売れる商品作りのサイクルを自前で回せるようになることを目指してサポートを行う。

また、コラボ相手は企業にとどまらず、本学が協定を結んだ登米市との連携も開始している。

