

令和3年度の研究(または活動)内容

1 KC みやぎ産学共同研究会(学生参画型) 令和3年度 「20~30代の缶詰購入に繋がるデジタル系タッチポイントの選定」(株式会社木の屋石巻水産とのコラボ、研究会5回実施)

第1回：2021年7月21日、第2回：2021年8月25日、第3回：2021年10月13日、第4回：2021年12月15日、第5回：2022年1月26日

木の屋石巻水産の缶詰を20~30代に認知してもらうため、同年代層にアンケートを実施し、195件の回答を得てデジタルタッチポイント(メディアやオンラインを介した顧客との接点のことで、ウェブサイトやSNS、ブログ、プレスリリースを通じた情報収集、レビューサイトで口コミを確認する購入前リサーチ、競合商品との比較検討や、ウェブ広告で企業や商品を認知すること)を選定した。知人同士のメッセージのやり取りであるLINEを除くと、YouTube、Twitter、Instagramの順に利用者が多く、最も視聴する時間帯は20~24時、利用シーンは就寝前や移動中である。試聴コンテンツはゲーム実況、ミュージック、グループ系ユーチューバー、ASMRの人气が高い。どのようなコンテンツであれば視聴するかを聞いたところ、料理(アレンジ、BBQ)、商品紹介の合計で75%を占めた。どのような特典があれば視聴するかを聞いたところ、割引(75%程度)、動画視聴プラスアンケートで商品プレゼント(60%超え)であった。

これらの回答を総合し、各種SNSアカウントを作成し、料理動画や写真を20~22時頃にアップすることにした。缶詰の写真、大学内で缶詰を使用した複数の料理や、BBQで缶詰を焼いてみる動画・写真を撮影し、その様子の写真及びビデオをSNSで紹介した。編集作業に時間がかかることもあり、発信作業は頻繁には行えなかったが、今後木の屋石巻水産がデジタルタッチポイント戦略として行うべき方向性を確認することができた。

さらに、美味しさを実感してもらい、ファンを増やすために大学生協食堂でのメニュー提案を行った。この活動をSNSにアップロードすることでストーリー性や活動の楽しさを大学生に発信することで新たなデジタルタッチポイントを増やす試みである。木の屋石巻水産のwebsiteで販売を行っている冷凍の「くじらの竜田揚げ」と、東京・経堂の「サバ缶を使用したラーメン」が震災時にも缶詰の洗浄ボランティアをしていただくなど繋がりがありストーリーが注目されやすいことから、「くじらのカシューナッツ炒め」と「サバ缶ラーメン」のメニュー提案を行った。鯨食文化を若者世代に伝えつつ、木の屋石巻水産の商品の美味しさを伝えることを目的に、木の屋の歴史やクジラの栄養、研究室での取り組み、来年度5月の食堂での提供開始を知らせる立て看板とPOPを作成して食堂の通路に設置した。

学生は宮城県内企業で常に新しいことにチャレンジしている姿を見て、県内企業への就職希望度を高めた。企業の行うマーケティングの一部を実際に経験したことで学生時代に力を入れたこと(通称ガクチカ)ともなり、エンプロイアビリティを高めた。

Twitter : @KC202110 KC みやぎあすか研プロジェクト

2021<https://twitter.com/kc202110?s=21>

Instagram : kcm yg_2021 KC みやぎあすか研プロジェクト 2021

https://www.instagram.com/kcm yg_2021/

Facebook : KC みやぎ あすか研

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100071213975235>

使用したハッシュタグ [#asukalab](#) [#tohtech](#) [#marketingproject](#) [#marketing](#) [#木の屋石巻水産](#) [#KC みやぎ](#) [#東北工業大学](#)

YouTube : カンヅメの中身チャンネル

【初投稿】 かんづめの中身チャンネル始動! <https://www.youtube.com/watch?v=-sT-MI5l9Ho>

【簡単!?!】 ホヤのカンヅメのアレンジレシピ!

<https://www.youtube.com/watch?v=TXDPsoNnuI8>

【キャンプ飯】 イワシの缶詰で BBQ! <https://youtu.be/V3fC4cszDwg>

TikTok: <https://vt.tiktok.com/ZSeTmW93V/>

活動時の写真(Google Photo のアルバム) : <https://photos.app.goo.gl/YbQmCDeYRqhvNWVb7>

2 学内公募研究 令和 3 年度「拠点施設における地域産品流通の波及領域とその主成分分析 道の駅津山と道の駅三滝堂の比較を事例に」

登米市の道の駅津山もくもくランドと地域おこし協力隊員(木工芸支援員)のサポートは継続して実施してきた。現地に赴くことができず、学内公募研究も進めることができなかつたため、今年度は研究費をほぼ未使用で研究をペンディングとした。地域産品流通の波及効果を検討するためのアンケートを研究代表者が Google フォームで作成した。佐藤飛鳥研究室が津山もくもくランド及び道の駅三滝堂でアンケート調査(Google フォーム・聞き取りながら入力)を実施した。2021年11月27日(土)、もくもくランド N=33、三滝堂 N=13 であった。来年度、出張が可能になった際に必要なアンケート数を得て分析に入りたい。