

クリエイタービジネス論リサーチプロジェクトを終えて

国際日本学部国際日本学科 4 年

豊永梨乃

まず、私がリサーチプロジェクトに興味を持ったのは「広告制作者」である株式会社博報堂さんの研究員の方々から直接マーケティング調査などを学びたいと思ったからです。

私は、3 年生より白戸伸一教授が担当されている「流通・マーケティング戦略とまちづくり」をテーマとしたゼミナールに所属しています。そのため、ゼミナールでの学びを活かしながら、関心があるエンターテインメントに関する調査・分析を通して自分自身のマーケティング知識をより深めたいと思い、プロジェクトに参加することを決めました。

そして、私はこのプロジェクトを通して学んだことはデータの分析方法とデータに応じたグラフの作成方法です。私たちは、今回 11 人で分担をして調査結果の分析・考察を行いました。データの集計方法やグラフへのまとめ方などが複雑な箇所があり悩むことがありました。その際に、メールや ZOOM を通して博報堂の研究員の方や原田先生からアドバイスを頂き、回答やデータに適した分析方法を学ぶことができました。また、調査結果からスマートフォンの所有が音楽を聴いたり、知ることと大きく関わっている印象を受けました。特に YouTube の利用率の高さから、大学生は簡単に音楽に触れることができるツールを活用している傾向があることが読み取れました。

さらに私がこのプロジェクトで感じた難しさは、リモートのみでのコミュニケーションです。例年であれば、教室やキャンパスで顔を合わせるはずの調査メンバーや原田先生と 2020 年春学期はメールや LINE、また ZOOM のみでしか話す機会がなかったため、プロジェクトについての相談や仲を深めることに難しさを感じました。そのため、2 人のリーダーを中心に 11 人いるメンバーを 2 つのチームに分け、さらに少人数のグループを作ることで質問や意見を言いやすくするような工夫を行いました。

したがって、私はリサーチプロジェクトを通して原田先生や博報堂の研究員の方々のサポートを受け、マーケティングや情報分析の知識を身に付けることができました。また、調査を通して同世代の音楽に関する動向を知ることができ、今後何らかの形でリサーチプロジェクトでの学び・経験を活かしていきたいと思いました。