



このゼミに注目!

武谷 慧悟ゼミ

- 専門分野: マーケティング論
- 演習テーマ: サービス・マーケティング研究

「店員同士のコミュニケーションが顧客の再来店意向に影響する?」「サービス産業の人手不足を解決するのに効果的な求人広告の表現とは?」「おじさん構文を使った企業プロモーションはZ世代にどう作用する?」。

上記はゼミ生が最近取り組んだ研究テーマの一例です。大学生は日頃、消費者としてサービスを利用したり、アルバイトでサービスを提供したりしています。そうした日常生活の中から面白そうな研究テーマを発掘し、グループで研究に取り組むのが武谷ゼミ(サービスマーケティング研究)の主な活動内容です。2~4年生まで、それぞれ十二~十五人が在籍しています。今回は2年生の活動模様をご紹介します。

自分たちで仮説を立て、データ分析によって仮説を検証し、検証結果に基づいて企業への提案をわかりやすくまとめる。一連の研究過程では、プロの研究者がするのと同じように、英語で書かれた論文も読みます(読ませます)し、統計分析にも取り組みます(取り組ませます)。さらには、学会報告さながら、研究成果を大学の外でも発表しています。2年次最大のイベント

問いを生み出し、正しく検証し、わかりやすく報告する



経営学部
市場戦略学科
准教授

武谷 慧悟

トがMRGP(Marketing Research Grand Prix)への参加です。MRGPは、マーケティング系のゼミに所属する約100人の学生が全国から集い、研究成果を報告する大会です。他大学の学生の研究発表からは、非常に多くの刺激を得られます。また、報告に対しては、プロの研究者や企業で活躍されるビジネスパーソンからコメントを頂戴することもできます。示唆に富むコメントばかりであり、学生にとっては学びを深める絶好の機会になっています。

研究には根気が必要ですし、成果を生み出すまでにはたくさんの苦悩を経験します。しかし、グループのメンバーと共に壁を乗り越えて研究を完成させたときの達成感、ほかではなかなか味わえないものです。また、研究遂行に求められる「問いを生み出し、正しく検証し、わかりやすく報告する能力」は、研究以外のあらゆる仕事にも不可欠です。産みの苦しみを磨いてほしい。そうしたねらいをもって、ゼミ生の研究活動をサポートしています。

今回ご紹介できなかった2年生以外の活動の様子については、経営学部のウェブサイトにとぎどきアップしています。こちらにはほかのゼミの興味深い取り組みも多数掲載されており、ぜひご覧になってみてください。



学生からの一言コメント

武谷ゼミの2年生は、12月のMRGPでの研究成果報告に向けて各グループが高い目標を掲げつつも、楽しくグループ研究に臨んでいます。私たちのゼミは、これらのグループ研究を通して、マーケティングに関する知識だけでなく、主体性や協調性などのスキルも同時に身に付けることができる素晴らしいゼミです! 研究が行き詰まり、頭を抱えることもありますが、そんなときには武谷先生の貴重な助言によってみんなが再び前向きになり、目標に向かって一丸となって進むことができます。いろいろな思いをしながら、グループメンバーと共に作り上げた研究を発表した日には、予期せぬ感情と達成感が広がります。

あらゆる面での成長があり、このゼミを通して経験することで、自分自身や仲間との連携、問題解決のスキルが向上するなど、多くの良い影響を受けることができる、そんなゼミです。



市場戦略学科2年

八百谷 優希