菊池一夫ゼミナール　2年生・3年生がマルトモ株式会社とのマーケティング共同研究の成果報告会で発表

　2024年12月6日13時からZoomにてマルトモ株式会社（愛媛県伊予市の食品メーカー）、同志社大学商学部上田雅弘ゼミナール、明治大学商学部菊池一夫ゼミナールとのマーケティング共同研究の成果報告会が実施された。上田ゼミ及び菊池ゼミの2年生には、マルトモだいすきシリーズの同社公式のインスタグラムでのプロモーション施策の立案、3年生には新鰹だしの素の売上拡大施策の立案が研究テーマになった。

　2年生はプロモーション施策の概略、仮説と社会実装後の検証結果を発表し、3年生は首都圏市場への浸透のためのマーケティング施策を発表した後で、マルトモ株式会社の土居幹治様、安田智哉様をはじめとした社員の方々と質疑応答を活発に行った。各グループの代表のコメントは以下のとおりである。

小林優香（2年生）

今回の共同研究で、定性調査からインサイトを把握することやファン化に繋げるために認知、情動、購入へファネルを移行させる必要があること等多くのことを学ぶとても貴重な経験となりました。今回の共同研究で出た成果や課題を今後のゼミの活動にいかしたいです。

山﨑陸斗（2年生）

今回の共同研究ではマルトモ様が抱えているインスタグラムでの課題とターゲットのニーズを調査・分析し、実際に投稿していただきました。得られた調査結果を少しでも参考にしていただけたら幸いです。

松本賢太（3年生）

売上拡大する上で今回は「認知」に着目して提案いたしました。認知にとどまらず購買に繋げるための施策や実現可能性をより高められるよう今後の取り組みに活かしていきたいです。

水野想麻（3年生）

企業様のテーマに対して、課題を見つけるために多くのリサーチを行った共同研究だったと感じています。今後はリサーチをより戦略にも活かすために、分析にも力を入れて取り組みたいと思います。