

【研究紹介】

地方自治体のシティプロモーション



写真1 東北地域ブランド総選挙の表彰式の様子

私の専攻はマーケティングで、特にプロモーション（魅力の伝え方）について研究しています。例えば、どんなにいい商品を作っても、魅力の伝え方が下手だと売れません。逆に味がイマイチなのに、魅力の伝え方が上手でヒットした商品も多々あります。これがプロモーションの面白さであり、醍醐味です。以下、着任して1年目の研究教育活動について紹介したいと思います。

まず初めに、1年次生の必修科目である地域学基礎の活動の一環として昨年末に特許庁と東北経済産業局が主催した東北地域ブランド総選挙に、1年次生3名の学生と横手やきそば暖簾会理事長の三浦勝則さんとともに参加しました。この大会は、東北地域の大学から18チームが出場し、地場製品のPRを競う大会です。横手やきそばの関係者にインタビューを行い、その内容をインスタグラム（yokoteyakisoba0902）を活用して、約4か月間発信し続けました。さらに横手やきそば暖簾会が抱える課題を解決するためのビジネスプランを提案し、見事最優秀賞に輝くことができました。学生の頑張りによって各種メディアでこのPR活動が広く紹介され、横手やきそばの更なる認知度向上に貢献できたことは大変うれしいことでした。

次に、昨年末にプレゼミの3年次生を連れて宮城県登米市に伺いました。宮城県登米市はわずか8万人弱の街ですが、アジアでNo.1に輝いたPR動画の制作や市民向けシティプロモーション

地域社会・心理実践講座 益満 環
ンゼミの開講など、街を盛り上げる仕掛けづくりやプロモーションに大変長けている自治体です。この頑張りにより移住者の増加やふるさと納税の増額に成功しています。学生が登米市の担当職員にインタビューをしたり、自らサポーターとして自治体の売り込みを図る経験はこれまで行ったことがなく、悪戦苦闘しながらもプロモーションのノウハウについて習得していました。こういったフィールドワークが他の研究室でも積極的に行われている背景には、本学科において1年次からフィールドワークを重視した授業が充実していることが上げられます。1

年次から30を超える地元企業や自治体の支援の下、学生と教員が一緒になって課題解決に取り組むことで、発想力や創造力に磨きがかかり、人間力が醸成されます。また、授業で理論を学びながら、フィールドワークで社会に求められる実践力が身に付く数々の授業は、学生たちにとってやりがいのある大変貴重な成長の場だと感じています。

最後に、今年度は、新しいプレゼミの学生7名とともに、秋田県大仙市の日本酒の魅力を発信します。大仙市は国内で有名な酒蔵を多数有しています。大曲の花火だけでなく、日本酒も美味しいことを国内外にアピールし、新型コロナウイルスの影響で売上げが減少している酒蔵を微力ながら応援できればと考えています。どうぞご期待ください。

写真2 宮城県登米市での実習

