



エピソードやコンテキスト等を用いた地域ブランド構築による地域デザイン

大学院 経営管理研究科
教授 江戸 克栄 (えど かつえ)

連絡先 県立広島大学 広島キャンパス 1475 号室
Tel 082-251-9791 Fax
E-mail edo@pu-hiroshima.ac.jp



専門分野: マーケティング、マーケティング・リサーチ、消費者行動

キーワード: 顧客満足 (CS)、エピソードブランディング、ピクチャマイニング、地域デザイン

● 現在の研究について

①調査手法としてのピクチャマイニング

1990年代以降、顧客満足に関する研究がマーケティングで盛んに行われるようになる中で、顧客満足のための測定指標やマーケティング・リサーチについて研究を進めてきた。一方で、顧客満足戦略に対して限界が論じられるようになり、エピソード価値によるエピソードブランディングについての研究に焦点を当てるようになった。

消費者や顧客が持つエピソードをリサーチするためには、言葉を用いたリサーチ手法を用いるのではなく、写真、画像、動画等を用いた方が、バイアスがかからない。このように写真等で消費者の回答を得て、それらを分析する手法を「ピクチャマイニング」と呼んでいる。現在は、ピクチャマイニングのための方法論、サンプリング、分析手法やその妥当性について研究を行っている。

②コンテキストによる地域デザイン

ブランドを構築し、確立させるためには他のブランドとの差異化が必要である。現代社会において、ブランドを確立するためには、その商品やサービスの機能的価値だけではなく情緒的価値も含めてブランド戦略を考えていかないといけない。そのために商品やサービスが持つコンテキスト (文脈) を用いたブランディングが有効である。このコンテキストを活用した地域デザインのあり方について研究を行ってきた。

③戦略的 CSR とサステナブル・ブランディング

環境問題や循環型社会、企業が地域や社会とのかかわり方が日本でも大きく問われるようになってきた。

Corporate Social Responsibility(以下 CSR)が注目を集めるようになり、企業が中長期的に利益を確保しながら推進していくべきものが戦略的 CSR である。この戦略的 CSR の原動力となるべきものがサステナブル・ブランディングである。サステナブル・ブランディングの概念研究と確立のための方法論について研究を行ってきた。

● 今後進めていきたい研究について

①ピクチャマイニング研究の応用

ピクチャマイニングだけではなくあらゆる定性的、定量的調査手法を用いてエピソードブランディングの確立を目指す。

②地域ブランド構築による地域デザイン

エピソードブランディングやコンテキスト研究の成果を中核とした地域デザインを確立していくことがこれから進めていく研究である。

③ナチュラル・リソース・マネジメント (NRM) とサステナブル・ブランディングを地域

本学 MBA プログラムの中核課題であるアジア型 NRM 概念を確立していくとともに、その中でサステナブル・ブランディングがどのように役立っていくのかを研究していく。これらは大企業だけではなく中小企業も活用できるので、地域ブランドの中に導入し、地域活性化のための研究を行っていく。

● 地域・社会と連携して進めたい内容

今年度中に、広島県を中心とした中国地方の自治体、地域デザイン学会を巻き込んだ、広島発の NRM と地域活性化プロジェクトを開催する。

● これまでの連携実績

文化学園大学服装学部 USR 推進室地域連携事業の中で、渋谷区と「小学生ファッションショー体験」「渋谷区小学校家庭科支援事業」「長野県飯山市活性化プロジェクト」を推進してきた。