

9・消費者行動分析～顧客の声を聞く～

会場：関西学院大学 大阪梅田キャンパス

講師：中西正雄 関西学院大学名誉教授・経営戦略研究科客員教授

カリフォルニア大学ロスアンゼルス校 (UCLA) 経営大学院博士課程修了 (Ph. D. in Business Administration)。UCLA 経営大学院 Assistant and Associate Professor、関西学院大学商学部教授 (マーケティング)、関西学院大学専門職大学院経営戦略研究科教授を経て、2007 年より同研究科客員教授。著書は『小売吸引力の理論と測定』(千倉書房、1983)、『消費者行動研究のニューフロンティア』(編著)(誠文堂新光社、1984)、『Market Share Analysis』(with Lee G. Cooper) (Kluwer Academic Press, 1988) など。研究分野は消費者行動の計量的研究(とくに消費者選択行動)。



■講座目的

マーケティングの分野では「顧客志向」という言葉がよく使われますが、実際に顧客志向を実践できている企業は少ないようです。顧客の願望・期待の内容や満足度を十分に理解しないで顧客志向を目指してもうまく行かないでしょう。この講座では顧客とくに消費者の声を聞くための調査方法や分析方法について学んでいただきます。

■教科書

青木幸弘、『消費者行動の知識』、日経文庫 1 2 2 2、2010 年。(※事前に購入をお願いします)

■授業方法

講義を中心に基本的な理論や方法を解説します。またその理論や方法が実際にどのように適用できるのか、事例を用いてディスカッションします。

■参考文献

高田博和ほか著、「マーケティングリサーチ入門」、PHP 研究所、2008 年。

■カリキュラム

第1回 2/3 (金) 13:00～15:30 消費者行動の理論的基礎

消費者行動分析を行うにはまず消費者行動の理論を学ばねばなりません。この回では消費者行動理論の概要を分かりやすく説明します。

第2回 2/10 (金) 13:00～15:30 定性的調査—グループインタビューと観察調査

消費者行動分析には定性的調査が大きな役割を果たします。グループインタビュー(またはフォーカスグループ)は定性的調査の代表的な手法です。また(非構造的)観察調査も比較的手軽に多くの情報をあたえるので、もっと活用されてよい方法です。

第3回 2/17 (金) 13:00～15:30 定量的調査—アンケート調査とその分析

消費者調査といえばアンケート調査が中心のように思われがちですが、標本の抽出、質問票の作り方、データ分析の方法などに関して、理論的・技術的な熟練が必要です。この回ではアンケート調査の理論と分析についてできるだけ平易に説明します。

第4回 2/24 (金) 13:00～15:30 税効果会計ケース分析—事例から学ぶ

今回の講座の最後にはちょっと長めの調査事例をとりあげ、調査の実務に触れるとともに、そこに提供されることから何を学ぶことができるか、全員で議論します。