

シラバス - 地域マーケティング論 -

- ▼ [基本情報](#) ▼ [科目概要](#) ▼ [科目目標](#) ▼ [履修前提条件](#) ▼ [関連するバッジ](#) ▼ [授業教材](#)
- ▼ [期末試験実施方法について](#) ▼ [授業時間外の学修と評価について](#) ▼ [評価配分](#)
- ▼ [各回の授業内容\(予定\)](#)

● 基本情報

学部	IT総合学部
科目	地域マーケティング論
教員名	北村 森
年度 / 学期	2025年度春学期
開講期間	2025/4/3 ～ 2025/8/7
科目履修区分	
単位	2
科目レベル	3
サンプル授業	 再生 第1回1章を見る ※学習評価（ディベート、レポート、小テスト、期末試験、その他の配分）については、「シラバス」内の記載事項が最新情報となります。「サンプル授業」内での教員の説明と異なる場合がありますので、必ずシラバスで最新情報を確認の上、履修を検討してください。

↑ [ページの先頭へ戻る](#)

● 科目概要

人口減少や産業の衰退など課題が多い現代社会ではあるが、それらを打開し地域を盛り上げようとするさまざまな地域プロジェクトがある。その根幹となる事業活動は地域に根ざした製品やサービスの販売であり、そのための商品マーケティング手法は地域ごとに千差万別である。

本科目では日本各地の地域に根ざした商品マーケティングの手法を検証・分析していく。授業の進行では地域発のヒ

ット商品を生み出した企業や関係者との取材ビデオを交えて、成功するために不可欠な要素や有効なマーケティング戦略・戦術とは何であったのかを解説する。

[↑ ページの先頭へ戻る](#)

● 科目目標

履修目標

- ①6次産業の現状と課題を説明できる
- ②地域に根ざした商品をつくる際のコンセプト策定方法や重要点を説明できる。
- ③地域プロジェクトにおけるプロモーション・マーケティング方法を説明できる。
- ④地元や故郷で取り組まれている地域プロジェクトについて注目理由や課題点を説明できる
- ⑤他者に説得力のある地域プロジェクト案を提案できる

到達目標

- ①6次産業の現状と課題を説明できる
- ②地域に根ざした商品をつくる際のコンセプト策定方法や重要点を説明できる。
- ③地域プロジェクトにおけるプロモーション・マーケティング方法を説明できる。
- ④地元や故郷で取り組まれている地域プロジェクトについて概要を説明できる
- ⑤狙いや必要性、手順を含めた地域プロジェクト案を提案できる

[この科目とディプロマポリシーとの対応はこちらのページから確認してください](#)

[↑ ページの先頭へ戻る](#)

● 履修前提条件

- ・マーケティング入門
- ・地域おこし実践論

の単位を修得していることが望ましい

※本科目は今期開講の新科目です。現時点で制作中の部分を含んでおり、開講中、本シラバスの記載内容に一部変更が生じる可能性があります。ご了承ください。（章タイトルなど）

[↑ ページの先頭へ戻る](#)

● 関連するバッジ

なし

[↑ ページの先頭へ戻る](#)

● 授業教材

教科書 ※購入必須

題名	著者	出版社	発行年	備考
なし				

ツール

ツール名	発売元	バージョン	必要PCスペック	備考
なし				

参考資料 ※購入任意

題名	著者	出版社	発行年	備考
なし				

その他の資料

資料及びサイト	内容
なし	

[↑ ページの先頭へ戻る](#)

● 期末試験実施方法について

Webテスト形式

[↑ ページの先頭へ戻る](#)

● 授業時間外の学修と評価について

【評価について】＊重要なお知らせですので必ずお読みください

・第10回のレポートを提出しない場合、期末試験を受験できません(システム上で、そのように設定しています)。必ず第10回のレポートを提出のうえ、期末試験に臨んでください。

【授業時間外の学修について】

・前回の講義内容について繰り返し視聴を行って復習するとともに、科目のお知らせや必須ディベート(第1回ディベート)で提供する追加情報を確認してください。

・学習資料を見た上で、分からない専門用語については、学内外の電子辞書サービス等を活用して調べておきましょう。

・必須ディベート(第1回ディベート)への積極的参加を期待します。もちろん何度書き込んでくださってもいいですし、また受講生間でのやりとりも大歓迎です。

[↑ ページの先頭へ戻る](#)

● 評価配分

ディベート	レポート	小テスト	期末試験	その他	合計
20 %	30 %	20 %	30 %	0 %	100 %

[↑ ページの先頭へ戻る](#)

● 各回の授業内容

回	授業内容および目次	小テスト他	備考(教科書、参考資料等)
第1回	1)タイトル: イントロダクション 2)学習目標: 本講義のねらいと概要、「デアルケ200%トマトジュース」を事例に、6次産業の現状と課題について学ぶ。 3)目次: 第1章 第1章 科目のねらい 第2章 第2章 本講義の概要 第3章 第3章 6次産業の現状と課題① 第4章 第4章 6次産業の現状と課題6	・ディベート ・小テスト	
第2回	1)タイトル: コンセプト策定とその実践① 2)学習目標: 「麴の魚醤」を事例に、商品企画・開発の第一段階で必要なことは何かを学ぶ。 3)目次: 第1章 第1章 麴の魚醤の概要 第2章 第2章 麴の魚醤の要諦 第3章 第3章 「座組み」の重要性 第4章 第4章 麴の魚醤がもたらしたもの	・小テスト	
第3回	1)タイトル: コンセプト策定とその実践② 2)学習目標: 「エニシングの前掛け」を事例に、商品企画・開発にあたり、どのような発想で臨み、その発想をどう生かすべきかを学ぶ。 3)目次: 第1章 第1章 エニシングの前掛けの概要 第2章 第2章 エニシングの前掛け開発の要諦 第3章 第3章 「イノベーション」の意味 第4章 第4章 エニシングの前掛けがもたらしたもの	・小テスト	
第4回	1)タイトル: コンセプト策定とその実践③ 2)学習目標: 「RISE&WIN」を事例に、地方が抱える問題に対してビジネスの立場からどのようなことをなせるかを学ぶ。 3)目次: 第1章 第1章 RISE&WINの概要 第2章 第2章 RISE&WIN 開発の要諦 第3章 第3章 「戦略」と「戦術」の整理 第4章 第4章 RISE&WINがもたらしたもの	・小テスト	

第5回	1)タイトル: 商品開発における重要点① 2)学習目標: 「ARCABUZ」を事例に、商品の独自性を創出する鍵はどこにあるのか、それはどのように実現可能かを学ぶ。 3)目次: 第1章 第1章 ARCABUZの概要 第2章 第2章 ARCABUZ開発の要諦 第3章 第3章「過剰品質」の意義 第4章 第4章 ARCABUZがもたらしたもの	・小テスト	
第6回	1)タイトル: 商品開発における重要点② 2)学習目標: 「チョコQ助」を事例に、商品企画・開発にあたり、どのような発想で臨み、その発想をどう生かすべきかを学ぶ。。 3)目次: 第1章 第1章 チョコQ助の概要 第2章 第2章 チョコQ助開発の要諦 第3章 第3章「商品訴求」に必要な考え方 第4章 チョコQ助がもたらしたもの	・小テスト	
第7回	1)タイトル: 商品開発における重要点③ 2)学習目標: 「スポッとする」を事例に、地域の中小企業がブランド構築するためのカギとなる考え方を学ぶ。 3)目次: 第1章 第1章 スポッとするの概要 第2章 第2章 スポッとする 開発の要諦 第3章 第3章 ブランド・マネジメントの方策 その一例を学ぶ 第4章 第4章 スポッとする がもたらしたもの	・小テスト	
第8回	1)タイトル: プロモーションの実践① 2)学習目標: 「Yakkoの『鶴屋で発見!』」を事例に、中小企業におけるプロモーション戦術のあるべき姿を学ぶ。 3)目次: 第1章 第1章 Yakkoの『鶴屋で発見!』の概要 第2章 第2章 Yakkoの『鶴屋で発見!』制作の要諦 第3章 第3章 クロスセリングの意味 第4章 第4章 Yakkoの『鶴屋で発見!』がもたらしたもの	・小テスト	
第9回	1)タイトル: プロモーションの実践② 2)学習目標: 亀屋革具店のオーダーメイド革製品を事例に、中小企	・小テスト	

	業における技術力を礎に据えたプロモーション技法を学ぶ。 3)目次: 第1章 第1章 亀屋革具店 オーダーメイド革製品の概要 第2章 第2章 亀屋革具店 オーダーメイド革製品 開発の要諦 第3章 第3章 足許の宝物を生かす方策を学ぶ 第4章 第4章 亀屋革具店 オーダーメイド革製品がもたらしたもの		
第10回	1)タイトル: プロモーションの実践③ 2)学習目標: 「そのままブーケ」を事例に、成熟商品分野における独自性を構築する術と有効なプロモーションのありようを学ぶ。 3)目次: 第1章 第1章 そのままブーケの概要 第2章 第2章 そのままブーケ 開発の要諦 第3章 第3章 ポジショニングの作業 第4章 第4章 そのままブーケがもたらしたもの	・レポート ・小テスト	
第11回	1)タイトル: 地域おこしとマーケティング① 2)学習目標: 「ダキシメテフタバ」を事例に、地域おこしにおけるシーズの生かし方を学ぶ。 3)目次: 第1章 第1章 ダキシメテフタバの概要 第2章 第2章 ダキシメテフタバ 開発の要諦 第3章 第3章 シーズの生かし方を考える 第4章 第4章 ダキシメテフタバがもたらしたもの	・小テスト	
第12回	1)タイトル: #REF! 2)学習目標: 地域おこしとマーケティング② 3)目次: 第1章 第1章 陸前高田 発酵パーク CAMOCYの概要 第2章 第2章 陸前高田 発酵パーク CAMOCY開発の要諦 第3章 第3章 マーチャンドライジングのあり方を考える 第4章 第4章 陸前高田 発酵パーク CAMOCYがもたらしたもの	・小テスト	
第13回	1)タイトル: 地域おこしとマーケティング③ 2)学習目標: 「紋別タッチ」を事例に、地域おこしにおける訴求対象をどのように決め、また、その訴求対象に響く施策をどのように打つのがいいのかを学ぶ。	・小テスト	

	3)目次: 第1章 第1章 紋別タッチの概要 第2章 第2章 紋別タッチ 開発の要諦 第3章 第3章 ターゲティングとは 第4章 第4章 紋別タッチがもたらしたもの		
第14回	1)タイトル: 地域おこしとマーケティング④ 2)学習目標: 「がりがり粗挽きピパーツ」を事例に、地域に根付く素材をどのように活かすか、そのにキーポイントを学ぶ。 3)目次: 第1章 第1章 がりがり粗挽きピパーツの概要 第2章 第2章 がりがり粗挽きピパーツ開発の要諦 第3章 第3章 共創という言葉の意味と実践方法 第4章 第4章 がりがり粗挽きピパーツがもたらしたもの	・小テスト	
第15回	1)タイトル: 総括 2)学習目標: 講義全体の総括とあわせて、「えひめ技あり鰻プロジェクト」を事例に、地域の宝物に光を当てた取り組みをどう内外に伝えるべきかを学ぶ。 3)目次: 第1章 第1章 本講義のふりかえり 第2章 第2章 地域の取り組みをどう伝えるか① 第3章 第3章 地域の取り組みをどう伝えるか② 第4章 第4章 地域の取り組みをどう伝えるか③	・小テスト	

↑ [ページの先頭へ戻る](#)

ウィンドウを閉じる