

国内実態調査報告書

テーマ : 演習Ⅰ、演習Ⅲ
ゼミ名 : 久保 知一ゼミ
調査日 : 2022年9月5日(月)～9月8日(木)
調査先 : 白い恋人パーク(豊平館・JICAほっかいどう地球ひろば・札幌市時計台)
授業科目名 : 演習Ⅰ、演習Ⅲ
参加学生数 : 14名(3年生)、15名(4年生)

調査の趣旨(目的)

北海道の歴史的背景から北海道の観光地としてのブランド力を読み解く
工場見学を通して実際の製造ラインを学ぶ
最新技術を用いたマーケティングやSDGsについて学ぶ

調査結果

豊平館では、近年注目されているARを活用したARマーケティングを観察した。ARを使うことで、明治時代当時について具体的なイメージを与え、来訪者に新しい経験を与えるといったことが目的であるようだったが、ARの精度が低く改善の余地があり、ARマーケティング自体が発展途上にあるように感じた。

JICAほっかいどう地球ひろばでは、異文化やSDGsについて学んだ。前半では、実際にウズベキスタンに派遣員として活躍された経験を持つ職員の方にお話頂き、現地での生活や異文化、宗教への理解や配慮の重要性を学んだ。後半では、日本のSDGsの現状と今後の展望や他国のSDGs達成状況の比較などを施設内の設備を使って体験した。

白い恋人パークでは、工場見学を行い、実際に白い恋人やバームクーヘンが製造されているところを観察した。生産ラインは、人力で作業する区域と機械で作業する区域の配分が効率的であった。また、企業視点では、労働者の働きを促進させるためにインセンティブあるいは監視を行わなければならないということをゼミ活動で学んでいたが、白い恋人パークでは、工場見学者が、見学を楽しむと共に、労働者の監視者も兼ねるような仕組みとなっており、企業側としても監視費用を抑えられ、工場見学者も楽しい経験ができるといった一石二鳥なものであった。

札幌市時計台では、北海道のブランドを確立しているものの土台となっている開拓の歴史とともに、北海道の発展の歴史について学んだ。北海道から想起される、酪農製品や水産加工製品、ビールなどは、開拓使顧問であったケプロンにより提言され指導されたことを学ぶとともに、札幌市時計台が札幌の象徴的場所となっている理由や北海道のブランド力の向上に大きく貢献しているといったことがよく理解できた。