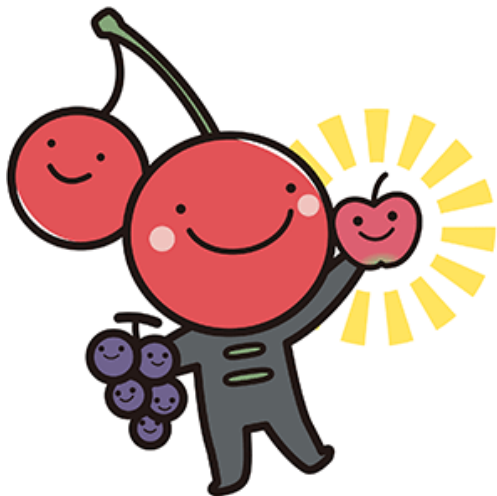


日本マーケティング学会 複都市カンファレンス2026
於: 小樽商科大学サテライトキャンパス

2月28日 09:30-10:30

産学連携型PBLの教育効果と 地域・産業に対するマーケティング効果 —北海道仁木・余市のワイン産業における探索的研究—



西大輔^a, 中村暁子^b, 寺本直城^c, 福田大年^d, 深見嘉明^e

^a拓殖大学, ^b北海学園大学, ^c東京経済大学, ^d札幌市立大学, ^e東京理科大学

導入

■ 本研究の目的

- 本研究の目的は、**産学連携型PBLの有効性**を以下の観点から探索的に明らかにすることである
 - **教育実践的な側面**: 学生の学びの質を高める
 - **マーケティング的な側面**: 産業振興に寄与

■ 産学連携型PBLの概要

- **仁木町および余市町（北海道）をフィールド**として、実施
 - 参加大学: 札幌市立大学, 北海学園大学, 明治大学, 東京理科大学, 目白大学, 東京経済大学
 - 参加学生数: 80名以上
 - 協力いただいている圃場数(ワイン生産者の方): 5圃場
- 事前学習(座学)と圃場での収穫体験&市街地探索(=フィールドワーク)を通じて、各ゼミでの学びを活かしたグループ研究を行う

PBLの効果測定

■ 調査概要

- 本PBLに参加した大学生に対して、PBL開始後とフィールドワーク実施後の2時点にてアンケート調査（選択肢&自由記述）を実施
 - 有効回答数: n=68
 - 事前／事後で同じ質問項目（1=全くそう思わない～7=非常にそう思う）への回答を比較し検証
- 今回、分析を行った主な変数は、以下のとおりである

製品知識

- ワインに関して詳しい知識を持っていると思う。
- ワインについて他人に教えることができると思う。

購買意向

- 現時点において、どの程度ワインを買ってみたいと思いますか。

関与

- ワインやワイン造り、ワイン産業について、もっと知りたいと思う。
- ワインやワイン造り、ワイン産業について、すごく興味を感じる。
- ワインやワイン造り、ワイン産業について、関連する情報を自ら探してみたいと思う。
- ワインやワイン造り、ワイン産業について、周りの人（e.g., 友人, SNS）に話してみたいと思う。

PBLの効果測定

■ 分析結果

- 対応のあるt検定および多重比較 (Holm法) によって分析を行った

変数	事前平均	事後平均	差分	t 値	補正前 p	補正後 p	効果量 dz
製品知識	2.22	3.42	+1.20	5.18	<.001 ***	<.001 ***	0.63
購買意向	4.99	5.46	+0.47	2.01	.048 *	.096 †	0.24
関与	5.34	5.39	+0.06	0.39	0.698	0.698	0.05

***: $p < .001$, *: $p < .05$, †: $p < .10$, N=68

- 自由記述については形態素解析を行った結果, 事前調査では抽象度の高い言葉が上位であったが, 事後には**具体性の高い言葉が増加した**
 - 事前: イメージ, おしゃれ, 大人, 飲み物, 自然...etc.
 - 事後: 作業, 時間, 経験, 生産者... etc.

まとめ

■ 考察

- 本PBLにおいて、フィールドワークを通じて以下の効果が見られた
 - 学生のワインに対する知識の向上 -> **教育効果**
 - 購買意向の向上 (※今回の結果は限定的), ワイン産業についての理解 -> **産業振興への貢献**
- 単なる**教育効果だけではなく, 産業を活性化させる可能性**が示唆される
= 商業活動を対象としたPBLの魅力

■ 今後の課題

- 調査のタイミング, 測定尺度の改善 (e.g., 関与 -> 天井効果)
- PBLがポジティブな結果をもたらすメカニズムの解明
 - 自由記述をさらに分析し, 複数の視点から本PBLをもとに分析を行う