教育研究業績書

2025年05月07日

所属： 社会情報学科　　資格： 准教授　　氏名： 井上　重信

研究分野	研究内容のキーワード
マーケティングコミュニケーション全般	広告コミュニケーション,クリエイティブ,インターネット,関係性マーケティング,ソーシャルキャピタル
学位	最終学歴
商学修士号,国際会計修士号	中央大学大学院 国際会計研究科 国際会計専攻 修士課程 修了

教育上の能力に関する事項		
事項	年月日	概要
1 教育方法の実践例		
1.その他の教育上の能力	2017年5月～2017年7月	西宮市インターカレッジおよび共通単位講座の講義にて「社会課題の解決に向けたソーシャルグッドな取り組み」をテーマに講義。 受講者は、インターカレッジは様々な年齢の社会人、共通単位講座は様々な大学と学部からの学生であったため、理解度や関心度が異なるため、動画を多用し、分かりやすく、興味をもってもらえるスライドを活用して講義を行った。
2.PBL (Project Based Learning)の実践④	2017年4月～現在	実践③が昨年度で終了後、㈱カツウラ化粧品からの要請により、女子大生を中心に同年代の女性を対象としてスキンケアの重要性について理解浸透を図るためのコミュニケーション戦略の立案と実施、運営を受託中。 カツウラ化粧品の企業理念を具現化するためのスキンケア手法の伝達方法の検討とツール制作等を行っており、文化祭で研究報告と制作するツールを活用して理解浸透を図る。
3.PBL (Project Based Learning)の実践⑤	2016年9月～現在	起業入門において、実際に起業を行った神戸の女性起業家をゲストとして招聘して起業の体験を話して頂き、履修生の興味、関心度を高めている。 授業では基本的にグループワークを行い、それぞれのグループで起業アイデアや事業計画を討議。授業の中で事業計画を作り上げていく。授業最終回には、先のゲストに再度お越し頂き、ゼミ生が最終プレゼンテーション。事業化の可能性について講評を頂いている。
4.PBL (Project Based Learning)の実践③	2016年4月～2017年3月	2016年度は産学官連携プロジェクト（西宮市、㈱カツウラ化粧品、武庫川女子大学）において、西宮市の助成金を元に、カツウラ化粧品が女子大生を対象とした商品パッケージデザイン開発を受託。学内（文化祭及び事業部）での販売を通してコミュニケーションを中心としたマーケティング企画を検討。アンケート調査手法や販売方法などを学ぶ。
5.授業外における学生支援①	2015年9月～現在	２年生後期からのゼミ分属以降、本ゼミ（火曜）に加え、サブゼミ（木曜）を行い、専門知識の習得と深化のための指導を行っている。 また、サブゼミにおいては授業のため教員不在の場合、自分たちでゼミ活動を進めるように指導し、自主性とチームワークを涵養。
6.授業外における学生支援②	2015年7月～現在	異文化交流の観点から、国際センターのSIJ(Study In Japan）に2015年度から参加。2017年度は7/11に留学生（１０名）に対し、「日本の広告の概要」を英語で説明。そのためのプレゼン資料をゼミ生が英語で作成し説明するための指導を実施。
7.授業方法の改善	2014年10月～2016年3月	比較的少人数クラスにおいて履修生の発言を促進するためにＳＮＳ（ＬＩＮＥとツイッター）を活用。 スクリーンが２面ある教室の場合、片方をパワーポイントの資料を投影し、もう片方でＬＩＮＥやツイッターのタイムラインを投影。

教育上の能力に関する事項		
事項	年月日	概要
1 教育方法の実践例		
		メッセージやツイートの中からコメントを抽出して、それを元に学生たちの発言を引き出すようにして双方向授業を実施。 2016年以降は履修者が多数になったためタイムラインが長くなり過ぎて議論に導くのが難しく中止。
8.授業の工夫①	2014年9月～現在	専門科目でゲストを招聘し、実務におけるリアルな話を通じて座学で理解が難しい内容の理解促進を図った。授業終了後に必ず「感想・初めて得た知識・よく分からなかった内容や用語」を提出させ、授業内でフィードバックを行うことでさらに理解を深化を図る。
9.学生の進路等への指導	2014年4月～現在	共通教育科目を担当していた2014、15年度は他学部他学科からの学生によるアルバイト先での仕事の相談、就職活動における悩みやエントリーシートの記載内容に関する相談に対して指導を行った。 2016年度以降は、情報メディア学科内の他のゼミ生や担任クラス以外の学生たちからの相談に対応。
10.PBL (Project Based Learning)の実践②	2014年4月～現在	ゼミにおいて神戸新聞社主催の中小企業の課題解決コンペの「Mラボ」に毎年参加。マッチングされた企業の課題をゼミ生が６月からの約４カ月間掛けて調査・分析し、解決策を検討している中で知識の深化と応用力の向上を目指している。 同時に、企業の経営者及び現場担当者と直接接することで社会人予備軍として正しいビジネスマナーの習得を目指している。
11.PBL (Project Based Learning)の実践①	2010年8月～現在	広告メディア演習では、企業に協力頂き、コミュニケーション上の課題を学生に提示して頂き、その課題解決のため具体的にテレビコマーシャルの制作をさせている。コミュニケーション戦略の立案、コンセプト開発、クリエイティブブリーフや絵コンテの作成やコピーライティングを通じてコミュニケーションの機能や役割、アイデアの創出とそのまとめ方の難しさを理解させている。 また、班に分かれての制作なので、チームワークの重要性、チーム内での自分の役割を理解させている。 グローバルビジネス論では、企業を取り巻く環境や抱えている課題などについて解説した上で学生たちの考えや意見を発表させることで理解を深めている。
2 作成した教科書、教材		
1.教科書・参考書の作成①	2017年1月5日発行	・堀越比呂志編著「マーケティング理論の焦点」中央経済社刊 第2章「インターネット時代の消費者行動の変化と諸類型」担当 インターネット時代の消費者の購買決定プロセスの理解深化のため専門科目及びゼミの参考書として活用中。
2.教科書・参考書の作成②	2016年3月20日発行	・丸尾直美編著「コミュニティの再生」中央経済社 第11章「インターネットとコミュニティ」担当 インターネットの登場による新たなコミュニティの登場とその影響に関して、ゼミでのUR都市機構との地域連携プロジェクトにおける指導で活用中。
3.授業用投影スライド	2010年～現在	授業の配布資料は講義内容のメモが取れるようスライドをテキストとして配布することで授業への集中度を高め、また復習もしやすくしている。 学生の理解促進及び課題認識のため新聞記事や雑誌のコラムなどの関連資料を配布。 また、講義用スライド（パワーポイント）に最新事例の動画などを組み込むことで理解浸透を図っている。
3 実務の経験を有する者についての特記事項		

教育上の能力に関する事項		
事項	年月日	概要
3 実務の経験を有する者についての特記事項		
1.中堅社員研修の企画、運営及び講師	2013年4月～2014年3月	㈱デルフィスにて入社5～10年目の中堅社員に対し、マーケティング研修（宿泊）を企画、運営し、研修講師として参加。
4 その他		

職務上の実績に関する事項		
事項	年月日	概要
1 資格、免許		
2 特許等		
3 実務の経験を有する者についての特記事項		
1.外部企業との連携	2017年6月～現在	神戸新聞社主催の兵庫県中小企業の課題解決ラボ「Ｍラボ」に2015年度より参加。 本年度は姫路市のまねき食品㈱とマッチング。 （2015年度：㈱サンエース／神戸市御影、2016年度：兵庫県手延べ素麺組合“揖保の糸”／たつの市） 実務経験とノウハウを基に、ゼミ生たちのマーケティングコミュニケーション戦略の立案を指導中。 Ｍラボ終了後もウェブサイトの企画提案を継続して実施する予定。
2.外部企業との連携	2017年4月～現在	2016年度の産学官連携プロジェクトは終了したが、㈱カツウラ化粧品からの依頼により協働でのコミュニケーション戦略研究を実施中。 実務家時代のスキルとノウハウを活用し、スキンケアに関するコミュニケーションの考え方や調査・分析及び企画立案などを指導。
4 その他		
1.地域貢献・社会連携に関する事項	2017年4月～現在	ＵＲ都市機構との全学連携プロジェクトで「浜甲子園団地エリアの住民コミュニティ活性化プロジェクト」に参画。 一般社団法人まちのね浜甲子園において「産後ママに対するヨガ教室」の開催、運営支援を実施（全3回）。 ヨガインストラクターはＮＰＯ法人「すこやか女性プロジェクト」に依頼。
2.地域貢献・社会連携に関する事項	2016年6月～2017年3月	西宮市の地元企業支援のための産学官連携プロジェクトにゼミとして参画。 化粧品のパッケージデザイン開発を通じて化粧品のマーケティング知識の習得とコミュニケーション戦略の企画立案と実施を指導。 西宮市今村市長への報告会に参加。プロジェクト内容に対する強い関心と高い評価を頂く。
3.大学運営に関する事項	2016年4月～現在	入試委員としてオープンキャンパス（全学）、入試業務（説明会等）の遂行、入試委員業務の効率改善について提案している。 特にオープンキャンパスは他大学の情報を日常的に収集し、実際に訪問することでそこでの運営の仕方や企画内容などの把握に努めている。
4.地域貢献・社会連携に関する事項	2015年4月～2016年9月	ＵＲ都市機構との全学連携プロジェクトで武庫川団地のコミュニティスペース「ＲＩＺＯ（リソ）」での住民交流イベントの（映画会の開催、おしゃべり会など）企画、運営支援及び実施のためゼミ生を指導。 ＲＩＺＯの利用方法や問題点の解決に向け、利用規約の整備や屋外設置看板や書籍の返却ボックスなどの作成を行った。 日常的に運営支援をしているボランティアと老人会とのトラブル解決に向けた会議の開催などを実施。 ＲＩＺＯは2016年10月に閉鎖。

職務上の実績に関する事項		
事項	年月日	概要
4 その他		
5.大学運営に関する事項	2014年4月～現在	大学広報の一環として、学科広報に注力。毎週、学科広報メンバーで定期的な会議を開催し、情報の共有と運営を行っている。 学科の魅力を高め、学科の特長やカリキュラムなどについての理解促進と内容理解促進のための「学科紹介ビデオ」の企画・制作の全体プロデュースを行っている。 学科紹介ビデオ、学科パンフレット、ウェブサイトなど学科広報で活用しているマテリアルにおけるデザイン、レイアウト、表現内容の一貫性を一元的に管理し、効率的で効果的なメッセージを伝達している。 オープンキャンパスでは学科企画として、MM館８階フロア全体を使い、上記マテリアルには出ていない各ゼミや教員について来場者（受験生、高校生及び保護者）に情報を提供している。 またそのための改善や新たな取組みの検討と実施を支援している。
6.大学運営に関する事項	2014年4月～現在	他大学の広告・広報活動に関する情報収集を日常的に行い、また本学広報の現状分析と問題点の抽出、その改善点の提案を広報室に対して行っている。

研究業績等に関する事項				
著書、学術論文等の名称	単著・共著書別	発行又は発表の年月	発行所、発表雑誌等又は学会等の名称	概要
1 著書				
1.マーケティングの理論と焦点	共	2017年1月5日	中央経済社	本書は、売り手としての企業行動、買い手としての消費者行動、それらが連結した結果である交換をマーケティング理論の中心的焦点ととらえ、今どのような問題を考えるべきかを探究している。 モノ不足からモノ余り時代に移り、消費意識は高関与から低関与にシフトした。またインターネットの登場とソーシャルメディアの普及によりメディアの役割が変化し、消費者の情報探索プロセス及び購買決定プロセスが大きく変化している。 そのような変化の中で、従来とは異なったタイプの消費者が登場してきている。第2章では現代社会で重要な役割を果たしているインターネットと消費者行動理論の接合点を検討し、消費者を「情報の伝播力」と「他者への影響力」という視点から類型化を試みている。
2.コミュニティの再生	共	2016年3月12日	中央経済社	本書は、市場経済の発展に伴う利己的な動機に基づく行動原理を背景に、社会は便利になり効率的になるが、人と人との相互の信頼や思いやりで結ばれる「コミュニティ」が失われつつある。その再生が社会経済の大きな課題となる中、「コミュニティ」そのものを正面に据え、それに関する議論の系譜と理論的枠組み、今日的な課題などを体系的かつ総合的に示されるように構成されている。 11章は、コミュニティの崩壊が叫ばれている現在、インターネット上の新たなコミュニティの影響力に対する期待が高まっている。ソーシャルメディアの「拡散力と「吸引力」についてソーシャル・キャピタルの視点から展開している。
2 学位論文				
1.「ブランド価値評価モデル」の実務における課題と展望（修士論文）	単	2004年3月	中央大学国際会計研究科	経済産業省が開発した「ブランド価値評価モデル」を実際に公開されている有価証券報告書の会計データを用いて分析。日経ブランドイメージ調査など他の評価モデルでの結果との相関分析を行い、ブランド価値向上のための実務での活用方法を検討。
2.公共財供給へのマーケティング概念適用の研究（修士論文）	単	1991年3月	慶応義塾大学大学院商学研究科	ソーシャルマーケティングの概念整理を行い、マーケティング概念を公共財を供給する際に活用するための理論的フレームを経済学、公共選択など学際的なアプローチで検討。
3 学術論文				
1.ネットワーク時代におけるソーシャル・キャピタル概念を適用した新たな関係性	単	2018年3月	武庫川女子大学紀要（人文・社会科学）（査読付き）	ソーシャルメディアが発展、浸透するネットワーク時代における新たな関係性マーケティングとしてソーシャル・キャピタル概念の適用を検討し、企業と顧客の関係をブランドコミュニティだけではなく、バーチャルなネットコミュニティも含めた「マーケティン

研究業績等に関する事項				
著書、学術論文等の名称	単著・共著書別	発行又は発表の年月	発行所、発表雑誌等又は学会等の名称	概要
3 学術論文				
マーケティング 2.インターネット時代のコーポレート・ソーシャル・キャピタル研究序説	単	2015年９月	龍谷大学経営学論集（査読付き）	グ・コミュニティ」という新たな関係を提案している。ソーシャル・キャピタルが高いコミュニティは強い絆で結ばれ、それが企業の競争優位につながると考えている。 近年の「絆」や「つながり」への関心の高まりに伴い、見えない資産としてのソーシャル・キャピタルへの関心が高まっている。経営学の分野での研究も進展しつつある。インターネット時代においてリアルとバーチャルの顧客コミュニティに対し、その見えない資産を戦略活用することで競争優位を確立するという視点の下、ソーシャル・キャピタルの概念的フレームワークを提示。
その他				
１．学会ゲストスピーカー				
２．学会発表				
３．総説				
４．芸術（建築模型等含む）・スポーツ分野の業績				
５．報告発表・翻訳・編集・座談会・討論・発表等				
1.JAAAレポート	単	1999年7月	（財）日本広告業協会	「エンターテインメント産業におけるバイオレンス性と広告表現」 銃乱射事件などが起きる度に銃規制が議論される米国において、エンターテインメント、特に映画の広告表現におけるバイオレンス性に注目。 広告表現（コンテンツ）の消費者への影響とそれに対する規制や掲出内容の基準のあり方について報告。
2.JAAAレポート	単	1997年7月	（財）日本広告業協会	「伸びる医薬品の広告費」 米国において市販薬だけではなく、処方箋が必要な医薬品の広告費が増大している。この拡大に対して大手広告会社は医薬品分野の専門知識を持った専門広告会社や部署を作るなどの対応をしている。その現状から、健康志向の高まりを背景とする今後の日本の広告会社の方向性について報告。
６．研究費の取得状況				

学会及び社会における活動等	
年月日	事項
1.2014年9月～現在	情報通信学会
2.2014年9月～現在	日本マーケティング学会