

西日本インカレ（合同研究会）2015 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）オオサカケイザイダイガク	フリガナ）ジョウホウシヤカイガクブ	フリガナ）ナカムラケンジゼミナール
大阪経済大学	情報社会学部	中村健二ゼミナール

※申込書に記入したチーム名から変更する場合は、新旧両方の名称を記入してください。

※企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
フリガナ）チームケンジ	フリガナ）コバヤシ カズヤ	6人
チーム KENJI	小林 和也	

研究テーマ（発表タイトル）

学生による企業評価サービス「CAS」 ～Company Assessment Student～

※必ずく企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

企業のホームページと口コミサイトには内容の相違がある。この相違を埋めるために、なにが正しく・良いサービスであるのかを公平に評価する。このことで、企業のブランディングへつなげ、企業の清浄化へ導く。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

近年コンピュータの普及によりインターネット環境が広く浸透し、誰もが容易に情報の発信・受信が可能になった。それに伴いインターネット上では気軽に個人の意見を発信できる SNS や口コミサイトが活発になり、情報収集ツールの1つとして利用されるようになった。サービスの利用を決定する際、日本人の約9割がインターネットを利用して情報収集をする。その中の約7割が口コミを参考に購入を決めており、口コミがもたらす購買への影響は大きい。また口コミはサービス利用時に良い意見よりも悪い意見を参考にする傾向がある。そのため、口コミによって利用者を失っているのが現状である。

3. 研究テーマの課題

口コミに対応する既存サービスは、インターネット上に掲載されている口コミを削除するだけである。削除ということは、見えなくするだけで、企業の改善やサービスの品質向上がされていない。また、企業が実際に取り組んでいることや消費者が感じたこと、どちらも真の取組みは明らかになっていない。これを明らかにすることで、より良いサービスが世の中に増える。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

世間のイメージと企業の取り組みのギャップを埋めるため、学生が中立な立場で正しく評価するサービスである「CAS」を提案する。学生が口コミを収集し、意見ごとに分析を行う。その結果を企業へ提示し、意見を伺った後に、実際に取り組まれているのか実地調査を行う。その結果をレポートにまとめて、企業側にレポートの内容を確認していただいた後に、企業評価サイトへ掲載する。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

本研究について、現在以下の取り組みを実施している。

1. 学生を対象にしたアンケート

大学生 100 人を対象に口コミに関するアンケートを実施。

口コミの中で良い口コミと悪い口コミどちらを信じるのか、また、口コミを収集するサイトはどこなのかを調査するアンケートを実施し、集計した。

2-1. サカイ引越センターとの共同研究

昨年の 12 月より取り組みが開始し、サカイ引越センターの現状として企業と顧客との関わりがないということがわかった。解決案として、アプリ提案を行ったが学生らしさを発揮できる提案を行うべきだと判断。その後ディスカッションを重ねて、2015 年 8 月 CAS が誕生した。

2-2. 取り組み内容

口コミ解析ツールを利用し【サカイ】というキーワードで解析を行い、指定期間内に投稿された口コミを収集。内容ごとに良い口コミ・悪い口コミに分類した。サカイ引越センターに対して、調査結果レポート（33 ページ）をもとに意見徴収を行った。

6. 結果や今後の取り組み

1. アンケート結果

利用者が公式ホームページと口コミサイトどちらを信頼するかの問いには、口コミを信頼する人が多かった。

ホームページと口コミどちらを信じるかの問いについては口コミを信じる人が 7 割を占めていた

2. サカイ引越センターの調査結果

実地調査の具体例として、物損について物が壊れたという口コミに対して企業がどのような取り組みを行っているのかインタビューしたところ、社員教育は行っているが万が一、物損が発生した際は、標準の保険と東京海上日動と連携保険の 2 種類の保険で対応している。また、外部と連携している大手企業は 3 社のみで、引越専門ではサカイ引越センターのみだとわかった。このことより、物損と真摯に向き合い他社にはない高品質なサービスを提供していることが分かった。

そのほかにも、インターネットに公開されていない良い取組の発見、社内改善などの実績が得られた。

7. 参考文献

・NTT コムリサーチ <http://research.nttcoms.com/database/data/001436/>

・マーケティング Wiki <http://jma2-jp.org/wiki/>

西日本インカレ事務局への連絡事項

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、西日本インカレ事務局への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズで印刷し、3 ページ目までを渡します。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「西日本インカレ事務局への連絡事項」に記入してください。なお、本企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限り、ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※その他、注意点については「企画シート・パワーポイントの作成および提出について」をご参照ください。