

2025年度業務実績報告書

提出日 2026年 1月 4日

1. 職名・氏名 助教・芝田 有希

2. 学位 学位 博士、専門分野 商学、授与機関 関西学院大学 商学部、
授与年 2023年

3. 教育活動

(1)講義・演習・実験・実習

① 担当科目名（単位数） 主たる配当年次等

流通論(2単位)、消費者行動論(2単位)、経営学(オムニバス)(2単位)、演習Ⅰ(4単位)(3年生)、
演習Ⅱ(4単位)(4年生)、基礎ゼミ(2単位)、外書講読Ⅰ(2単位)

② 内容・ねらい

【流通論】流通を理解するための重要な概念・流通を担う多様な業種(業態)の特徴・流通を担う多様な業種(業態)の社会的な役割や存在意義、今日的な課題を正しく理解できることを目標に講義を設計した。

【消費者行動論】消費者行動に関する基本的な専門用語の定義や概念を説明できるようになることを本講義の第一の目標とした。特に、消費者行動論と関連の深い心理学領域の知識について集中的に学べるよう講義を設計した。

【経営学】経営学という大きな学問領域における消費者行動研究の立ち位置、隣接する学問との関連性、学ぶ意義などについて中心的に説明した。

【演習Ⅰ】マーケティングに関する教科書を輪読し、基礎知識の習得を促した。その後、実際の企業の成功事例や失敗事例に関する原因を考察し、「なぜ、その製品/サービス/企業は成功/失敗したのか？」についてプレゼンを行わせた。後期授業では、グループごとに研究テーマの設定、調査、分析について指導し、最終的に成果をゼミコンで報告させた。

【演習Ⅱ】演習Ⅰで学んだこと(ex. マーケティングの基礎知識、ケーススタディ、ゼミコン)を基に、卒業論文のテーマ設定、先行研究レビュー、アンケート調査、事例研究などについて指導した。

【基礎ゼミ】資料の作成やプレゼンテーションの方法について実践的に学ぶことを目標とした。また、プレゼンを通して、初歩的なマーケティングに関する基礎知識(マーケティング・ミックス、STP分析)を身につけられるよう講義を設計した。

【外書講読Ⅰ】経済、マーケティングに関する英文記事を輪読させた。また、マーケティングの基礎知識に関する洋書(一部抜粋)も輪読し、英語の専門書も時間をかければ読めるということを実感させるとともに、自分自身で英和辞書を用いて、日本語訳を解釈することの重要性を伝えた。

③ 講義・演習・実験・実習運営上の工夫

【流通論】定期的に講義内容や流通に対する質問・疑問を回収し、次回講義の冒頭で、興味深い質問に対する回答・解説を行った。回答の際には、受講生になじみ深い、地元企業や全国展開している企業の実例を用いることで、彼らの理解が促進されるよう努めた。

【消費者行動論】講義内では心理学領域の専門的な知識の説明が中心となったため、学生たちが理解しやすいように、それらの知識が実務で用いられている実例を挙げて説明し、彼らの理

解が促進されるよう努めた。

【経営学】オムニバス形式の講義であったため、他の講義を担当された先生方の講義内容と「消費者行動論」がどのように関連しているのかを説明し、さまざまな学問領域を全体的に学ぶことの重要性を伝えた。

【演習Ⅰ】一方向的な講義やプレゼンテーションにならないように、毎講義 30 分程度はディスカッションや質疑応答の時間を作り、全ゼミ生が自分の考えを一回以上発言する機会を設けた。教室での講義だけではなく、フィールドワークに積極的に参加し、実際に働いている方にインタビューをすることで、実務的な視点からの学びを得るよう心掛けた。

【演習Ⅱ】卒業論文のテーマ設定を完全に学生の裁量に任せ、彼ら自身が興味を持っているテーマを選択させた。また週 1 回のゼミに加えて、オンラインゼミの時間を定期的に設定し、学生の相談に可能な限り迅速に対応できるよう心掛けた。

【基礎ゼミ】マーケティングに関する基礎知識(マーケティング・ミックス、STP 分析)を学ぶと同時に、学生自身で考える時間を設け(グループディスカッション)、一方的な講義にならないよう心掛けた。また、彼らの学びの集大成として、プレゼンテーション(約 15 分)を行った。

【外書講読Ⅰ】一回当たりの課題を少なくする代わりに、講義時間内で一つ一つの英単語を英和辞典で調べて、日本語訳にすることを徹底した。翻訳サイトからのコピペでは拾い上げられない翻訳のニュアンスの違いをしっかりと考える機会にした。

(2)その他の教育活動

内容

① インターゼミナールコンテストへの参加・指導

2022 年度以降、毎年、経済学部主催のインターゼミナールコンテストに参加している。学生に対して、調査設計、データ分析、プレゼンテーションに関する指導を行い、毎年度、個人賞または優秀チーム賞を継続的に獲得している。これにより、学生の分析力および発表能力の向上に一定の成果を上げている。

② フィールドスタディ（企業見学）の実施

2025 年 7 月 4 日、フィールドスタディの一環として、味の素ジェネラルフーズ（AGF）鈴鹿工場の見学を実施した。事前に企業概要およびマーケティング活動に関する学習時間を設け、演習Ⅰ・Ⅱで修得した基礎的なマーケティング知識が、実務においてどのように活用されているかを理解する機会とした。

③ 学内売店を対象とした実践的調査・報告

2024 年度から 2025 年度にかけて、福井県立大学売店「アユーズ」の現状把握を目的とした調査（学生へのインタビューおよびアンケート調査）を実施した。得られたデータを基に分析・解釈を行い、今後の運営戦略についてまとめた報告書を作成し、アユーズに提出した。本調査では、単なる値下げや品ぞろえ拡充ではなく、既存資源を活用した売上向上に焦点を当てた提案を行い、アユーズからも前向きな評価を得ることができた。学生にとっては、実務的制約の下で分析およびマーケティング戦略の提案を行うという、実践的な機会となった。

4. 研究業績

(1)研究業績の公表	
① 著書 なし	【0本】
② 学術論文（査読あり） なし	【0本】
③ その他論文（査読なし） 2026年3月発行予定 ・ 芝田(2026).「ペットを対象とした消費者行動研究の課題と展望」、『経済経営研究』, 第49号	【1本】
④ 学会発表等 ・ 芝田(2025). ” Consumer’s psychological ownership of pets and their subjective well-being.”, 日本マーケティングサイエンス学会・市場に関する研究部会. (2025年2月8日). ・ 芝田(2025).「エコ製品に関する広告への反復接触が消費者の選択に与える影響」, 日本商業学会, 第75回全国研究大会. (2025年6月8日) ・ 芝田(2025).「環境にやさしい製品に関する広告は飽きやすいのか?」, 日本マーケティングサイエンス学会・市場に関する研究部会. (2025年8月7日) ・ 芝田(2025).「広告への反復接触が環境にやさしい製品の選択に与える影響」, 日本マーケティングサイエンス学会,第118回研究大会. (2025年11月30日).	【4件】
⑤ その他の公表実績 2026年3月発行予定 ・ 芝田(2026).「消費者はなぜ環境にやさしい製品を好むのに『買わない』のか」, 『社会と調査, Column「社会調査のあれこれ」』,第36号	【1本】
(2)科研費等の競争的資金獲得実績	
・ 科学研究費助成事業（若手研究, 2025年度） 課題番号：25K16757	
(3)特許等取得	
なし	
(4)学会活動等	

5. 地域・社会貢献活動

①-4. 委員就任(市町村)

- ・ 第3次おおい町未来創生戦略策定評価委員（2024年10月～2025年3月31日）
- ・ 第2次おおい町未来創生戦略有識者会議委員（2025年6月～現在に至る）

⑥公開講座、オープンカレッジ、社会人・高校生向けの講座

- ・ 高校生向け公開講座
タイトル：「経済学・経営学はおもしろい」、開催日時：10/4,
- ・ 高校生への開放講義(鯖江高校)
タイトル：「消費者行動論」、開催日時：10/31,
- ・ ふくい企業価値共創ラボ(社会人向け講座)
タイトル：「マーケティング」、開催場所：経済学部棟 E204 教室、開催日時：11/7

6. 大学運営への参画

(1)補職

- ・ なし

(2)委員会・チーム活動

- ・ 経済経営研究 編集委員（2025年4月～2026年3月）

(3)学内行事への参加

- ・ 入試説明会(美方高校, 7/7)
- ・ 高校生向け公開講座(10/4)
- ・ 開放講義(鯖江高校,10/31)
- ・ 共創ラボでの講義(11/7)
- ・ SMAP インターゼミナールコンテスト

(4)その他、自発的活動など

- ・ 大学案内 2026 への協力
- ・ SMAP インターゼミナールコンテスト企画・調整
(教員間の役割分担の調整、外部審査員への依頼、当日の運営・案内等を担当)