

長尾 雅信 研究室（地域ブランディング、関係性マーケティング、企業と社会の協創）

本研究室では以下のテーマを取り扱う。

1. 地域ブランディング
2. SDGs 経営, 戦略的 CSR, CSV (経済価値と社会価値を両立させた事業展開)
3. ユーザー・イノベーション (市場との協創による製品・ブランド開発)

### 1. 地域ブランディング

コロナ禍で脱・東京、分散型社会への意向が高まり、地方創生や関係人口の醸成に追い風が吹いている。地方にあってはそれを引きつけるべく地域ブランディングの推進が図られる。本研究では地域ブランディングに関わる以下のテーマを取り扱う。

- 地域ブランド資産やイメージの測定
- 地域に関わる多様な主体の特定と調整 (コミュニティ・デザイン)
- ブランドコンテンツ開発 (地域ならではの要素の把握とコンテンツ化)
- 地域ブランド・コミュニケーション

【プロジェクトの進め方】(以下のいずれかをとる)

- ①自治体や地域アクターとのプロジェクト連携
- ②地域のケース研究, テーマに係る消費者行動研究

### 2. SDGs 経営, 戦略的 CSR, CSV (経済価値と社会価値を両立させた事業展開)

SDGs の推進が地球規模で謳われる中、技術戦略、マーケティング、組織戦略、投資家対応など企業経営に関わるあらゆる領域において、経済価値と社会価値の両立が求められている。本研究では SDGs 経営, 戦略的 CSR, CSV(Creating Shared Value)の推進に関わる以下のテーマを取り扱う。

- 当該事業者の SDGs や CSR の従来のコミットの再考
- 優先課題や目標の選定
- 経営理念や戦略ストーリーへの統合
- コミュニケーションと効果検証

【プロジェクトの進め方】(以下のいずれかをとる)

- ①企業や公的機関とのプロジェクト連携
- ②ケース研究, テーマに係る消費者行動研究

### 3. ユーザー・イノベーション (市場との協創による製品・ブランド開発)

シーズの頭打ち, 顕在ニーズが枯渇する中で市場との交流を重ね、関係性を深めることにより、顧客や自社が認識しなかった隠れたニーズを掘り起こす取り組みが進められている。本研究は顧客との関係性を深める場づくり, 仕掛け, 生み出された製品がより多くの人々か

ら支持を受けるためのコミュニケーションのあり方を探る。

【プロジェクトの進め方】(以下のいずれかをとる)

- ①企業とのプロジェクト連携
- ②企業のケース研究, テーマに係る消費者行動研究

ここに掲載されたテーマの他に, 取り組んでみたいテーマがあれば申し出ること。

研究室の研究実績 (<https://www.eng.niigata-u.ac.jp/~nagao/achievements/>) や連携プロジェクト (<https://www.eng.niigata-u.ac.jp/~nagao/initiative/>) を参考にするとよい。

また, 研究室の学生が取り組んでいるテーマや, 修了生が取り組んだテーマが以下に掲載されている (<https://www.eng.niigata-u.ac.jp/~nagao/about/> 「研究室の人々」欄参照)。