



キャンパス・コンソーシアム函館
合同公開講座

函館学 2017

第2回講座 講義資料

地域ブランドとして“函館”を売るために
～本学アジアマーケティング研修会の取り組み～

角田 美知江 函館大学 専任講師

日時：平成 29 年 6 月 17 日（土）午後 1:30 ～ 3:00

会場：函館大学 161 講義室

主催：キャンパス・コンソーシアム函館



キャンパス・コンソーシアム函館

角田 美知江（つのだ みちえ）

函館大学 商学部 専任講師

室蘭市生まれ 札幌市で育つ。

天使女子短期大学（現 天使大学）を卒業後、栄養士・管理栄養士として、食品製造企業で品質管理、商品開発に従事。

北海学園大学経済学部経営学科、同大学院経営学研究科修士、博士課程に進学し、博士（経営学）を取得。

平成 27 年より函館大学専任講師としてマーケティング関連科目を担当。

専門は消費者行動論。

函館大学アジアマーケティング研修会担当講師として、2 期にわたり学生とともに活動。

現在に至る。

地域ブランドとして“函館”を売るために ～本学アジアマーケティング研修会の取り組み～

これまで、我が国の中小製造業の多くは、売上を国内大手企業の委託製造をはじめとした国内製造に依存し、事業活動の範囲を国内市場中心としてきました。中には、特定の国内顧客企業に売上の大半を依存する中小製造業も多くみられます。ところが近年、中国・韓国・台湾などアジア製造業の発展も著しく、大手企業は海外生産や海外調達を進展させ、安価な原料や労働力を使って製造経費の圧縮を行っています。

さらに、人口減少問題を受け、中小製造業にとっては、海外輸出や海外生産といった国際化を志向・実現することが、事業継続上の課題の一つとなってきました。実際、いくつかの企業は国際化を志向・実現することで、外部環境の変化に柔軟に対応し、事業の継続に成功しています。企業の国際化は、遠い世界の問題ではなく、地域の企業においても身近に迫ってきています。

函館は道内有数の観光都市であり、食と観光資源に恵まれているといわれていますが、人口減少による人材不足、食資源の枯渇など厳しい状態に置かれていることも事実です。函館が生き延びるために、私たちが考えなければならないことの一つに、海外市場への進出があげられます。そして、若い人材を確保するヒントもこの中にあるのかもしれません。

これらを踏まえ、本学が行ったアジアマーケティング研修会についてお話しします。

講義概要

- ① はじめに
- ② 若者は海外を目指す??
- ③ アジマ指令
- ④ アジアマーケティング研修会の誕生
- ⑤ アジアマーケティング研修会の概要
- ⑥ 海外での調査は学生を成長させた
- ⑦ おわりに

