

2019年度 個人研究実績・成果報告書

2020年 04月 07日

所属・職名	サービス創造学部 教授	氏名	宮澤 薫
研究課題	同伴他者が消費者の購買行動に及ぼす影響 —ネガティブな自己呈示につながる購買行動を避ける意思決定への影響—		
研究キーワード	消費者行動、他者の影響、自己呈示	当年度計画に対する達成度	2.順調に研究が進展しており、期待どおりの成果が達成できた
<p>1. 研究成果の概要</p> <p>本年度の研究成果として大きく以下の2点挙げることができる。第一に、2018年度千葉商科大学学術研究助成「同伴他者の存在が消費者の購買行動に与える影響」で実施したweb調査のデータ分析を進め、論文としてまとめたことである。当該論文は千葉商大論叢 第57巻 第3号に掲載される。第二に、2020年度 基盤研究(C)への申請である(研究代表者として/松本大吾准教授との共同研究)。研究テーマである消費者行動における他者の影響は、これまで、2014年、2018年に千葉商科大学学術研究助成(それぞれ単年度助成)、2016年～2017年には千葉商科大学経済研究所助成(二年間助成)と、複数回の研究助成を受け、着実に議論を蓄積してきた。</p> <p>2. 著書・論文・学会発表等(海外研究機関等の研究者との国際共著論文がある場合は必ず記載)</p> <p>【論文】</p> <p>宮澤薫、松本大吾(2020)「他者の存在がクーポン使用のネガティブな印象と使用意図に与える影響」『千葉商大論叢』第57巻、3号、千葉商科大学国府台学会、71-90頁。</p> <p>3. 主な経費</p> <p>備品として購入した小型ノートパソコンは、学内外で行われる共同研究や打ち合わせ、調査データの分析等で使用した。また、文献レビュー及び、調査分析の手法を学ぶための書籍購入、論文作成等の研究活動を進めるための文具代、プリンタインク、用紙の購入費、知見を広げるために参加した学会費等、使用した研究費に関しては全て今年度の研究活動に反映している。</p> <p>4. その他の特筆すべき事項(表彰、研究資金の受入状況等)</p> <p>【その他活動】</p> <p>①日本広告学会 第50回全国大会 運営委員(2019年11月15日～17日 千葉商科大学にて開催)</p> <p>②2020年度 基盤研究(C)申請 課題名「他者の存在が消費者の羞恥感と消費行動の抑制に及ぼす影響」 ※2020年4月1日 採択内定</p> <p>③企業(日立製作所)からの取材対応: 2020年3月2日 「企業—消費者間リレーションシップの動向: ブランド・コミュニティを中心に」</p> <p style="text-align: right;">(本文は1ページ以内にまとめること)</p>			