

2019年度 個人研究実績・成果報告書

2020年 2月 20日

所属・職名	人間社会学部 准教授	氏名	増田 明子
研究課題	社会貢献型マーケティングが消費者のブランド態度に及ぼす影響		
研究キーワード	社会貢献、エシカル、倫理的消費、コーズ・マーケティング、インクルーシブ・ビジネス、物語マーケティング	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>3回の全国レベルの学会発表、英語での初の著書発表、英文ワーキングペーパー公開、論文投稿（査読結果待ち）など、研究の成果を発表することを目指して研究を行ってきた。おおむね計画通りである。</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>【著書】</p> <p>“Process Innovation in the Global Fashion Industry” Co-authored (Editor: B.E.Jin and E. Cedrola, Co-authors: B.E.Jin, E.Cedrola, Akiko Masuda, and others), Palgrave Macmillan in U.S.A., pp.1-125, pp.45-72‘Chapter 3: MUJI: Brand Concept Creates Process Innovation’（第3章執筆）</p> <p>【論文】</p> <p>“Effects on Consumer Attitudes of Appeal Information of Ethical Products”, Akiko Masuda, Hiroaki Ishii and Naoto Onzo, JICA RI Working Paper, No.189, pp1-31. 査読有</p> <p>【発表】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「ボランティア・シンプリシティと倫理的消費を实践する理由とそれらが幸福感へ与える影響」, 大平修司, 増田明子, 日本商業学会（全国大会）, 同志社大学（2019年5月） ・「マーケティング・コミュニケーションにおけるナラティブの役割」, 増田明子, 松井剛, 津村将章, 日本消費者行動研究コンファレンス（全国大会）, 上智大学（2019年5月） ・『「炎上」において消費者が語るナラティブのダイナミクス—志布志市のPR動画『うな子』に関する事例研究—」増田明子, 松井剛, 津村将章, 日本マーケティング学会・マーケティングカンファレンス2019（全国大会）, 法政大学（2019年10月） <p>【その他】</p> <p>（書評）『広告会社の国際知識移転と再創造』『世界経済評論』2019年11月12月号 p. 67</p> <p>（外部講義）JICA 途上国セミナー “MUJI Product Development”（2019年11月）</p> <p>（外部発表）JICA セッション「エシカル商品の商品訴求が消費者態度におよぼす影響」（2020年2月）</p> <p>3. 主な経費</p> <ul style="list-style-type: none"> ・研究で使用していたPCが不調のため、「パナソニックノートPC 234,910円」を購入した。 <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）：特になし</p> <p style="text-align: right;">（本文は1ページ以内にまとめること）</p>			