

# 2023 年度 個人研究実績・成果報告書

2024 年 4 月 11 日

所属	サービス創造学部	職名	教授	氏名	松本大吾
研究課題	広告、人的販売を中心としたマーケティング・コミュニケーションに関する複数視点からの研究				
研究キーワード	広告、マーケティング・コミュニケーション	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		
関連するSDGs項目	8.働きがいも経済成長も	5.ジェンダー平等を実現しよう	13.気候変動に具体的な対策を	該当なし	

## 1. 研究成果の概要

マーケティングの重要用語をまとめたテキストである『マーケティングの力』(有斐閣)において「統合型マーケティング・コミュニケーション (IMC)」の項目を担当した。日経広告研究所の中心プロジェクトのひとつ、広告定点観測プロジェクトの研究主査として、プロジェクトを進行した。当該プロジェクトの成果として、2023年4月、10月に調査報告書をまとめた。現在、研究分担者として獲得している科研費が2件ある。そのうち、消費者行動研究に関するものでは共同研究者と共に学会報告を行った。その他として、販売員と顧客の相互作用に関する1本の寄稿をまとめた。

## 2. 著書・論文・学会発表等

(できるだけご記入ください。査読の有無及び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)

### 【論文 (査読あり)】

該当なし

### 【著書・論文 (査読なし)】

松本大吾 (2023) 「統合型マーケティング・コミュニケーション (IMC)」、恩蔵直人、坂下玄哲編『マーケティングの力』有斐閣、176-178 頁。

松本大吾、五十嵐正毅、坂井直樹 (2023) 「広告定点観測(第5回調査報告):2022年9月から半年間の広告をレビューする」、『日経広告研究所報』328号、2-17 頁。

松本大吾、五十嵐正毅、坂井直樹 (2023) 「広告定点観測(第6回調査報告):2023年3月から半年間の広告をレビューする」、『日経広告研究所報』331号、2-19 頁。

松本大吾 (2024) 「販売員の相互作用と消費者の羞恥」、『BtoB コミュニケーション』2024年1月号、13-21 頁。

### 【学会発表等】

宮澤薫、松本大吾 (2023) 「店舗内で消費者が羞恥を感じる状況と羞恥のレベル」、日本広告学会第54回全国大会 (関東学院大学) ショートセッション。

## 3. 主な経費

- 研究成果の報告の場を確保するため、複数の学会への年会費および研究会参加費に使用した。
- 研究活動を実施するためのPC周辺機器およびPC関連の消耗品を購入した。
- 研究に関する書籍の購入、論文の印刷費に使用した。

4. その他の特筆すべき事項（表彰、研究資金の受入状況等）

【科学研究費】

科研費、基盤研究（C）、20K01965「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」研究分担者

科研費、基盤研究（C）、21K01762「子ども向けコンテンツ統合型動画広告に対する子どもの情報処理と親の媒介効果の検証」研究分担者

【その他の活動】

〈国・地方公共団体〉

- ・川崎市 屋外広告物審議会 副委員長
- ・財務省 国債広告審査員（国債広告キャンペーン入札に関わる審査業務を担当）

〈学会・学術団体〉

- ・日本広告学会 常任理事
- ・日本広告学会 関東部会運営委員会委員長
- ・日本広告学会 学会運営諮問連絡会メンバー
- ・日本広告学会 第54回全国大会運営委員
- ・日本産業経済学会 理事
- ・日経広告研究所 客員
- ・日経広告研究所 広告定点観測プロジェクト 研究主査

（本文は2ページ以内にまとめること）