

# 2022年度 個人研究実績・成果報告書

2023年4月20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

主に日本市場を対象にして、マーケティング・コミュニケーションの実態の把握および理解を得るために、複数の視点からの研究を進めた。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、2022年4月、10月に調査報告書をまとめた。2021年度学術研究助成金の成果として共同研究者とともにブランド・コミュニティに関する論文をまとめた。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1本の論文をまとめた。また、広告研究に関するものでは共同研究者と共に1件の学会報告を行った。その他として、マーケティング・コミュニケーションにおける傾聴研究に関する1本の寄稿をまとめた。

## 2. 著書・論文・学会発表等（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「販売員の傾聴行動は顧客の気持ちにどう影響するのか?」、『BtoB コミュニケーション』、54(6)、4-11頁。

・松本大吾、五十嵐正毅、坂井直樹「広告定点観測：2021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』322号、2-15頁。

・松本大吾、五十嵐正毅、坂井直樹「広告定点観測：2022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』325号、20-35頁。

・宮澤薫、松本大吾「ブランド・コミュニティへの参加に関する探索的研究」、千葉商大論叢、60(2)、79-100頁。

・宮澤薫、松本大吾「日本の消費者が店舗内で羞恥を感じる状況：計量テキスト分析を用いた探索的研究」、千葉商大論叢60(3)49-68頁。

### 【学会発表等】

・中野香織、五十嵐正毅、松本大吾「子どものYouTube視聴に対する親の意識と介入行動—おもちゃ紹介動画に着目して」、日本広告学会第53回全国大会（東海大学）、自由論題報告、2022年11月13日。

### 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 理事（2022年9月まで）
- ・日本広告学会 関東部会運営委員会副委員長（2022年9月まで）
- ・日本広告学会 論集編集委員会委員（2022年9月まで）
- ・日本広告学会 常任理事（2022年10月～）
- ・日本広告学会 関東部会運営委員会委員長（2022年10月～）
- ・日本広告学会 学会運営諮問連絡会メンバー（2023年01月～）
- ・日本広告学会 第53回全国大会（2022年11月開催）運営委員（2023年01月まで）
- ・日本広告学会 第54回全国大会（2023年11月開催）運営委員（2023年01月～）
- ・日本産業経済学会 理事
- ・日本広報学会 査読委員
- ・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）