

2022 年度 個人研究実績・成果報告書

2023 年 4 月 23 日

所属	商経学部	職名	准教授	氏名	櫻井 聡
研究課題	消費者行動の理論的および計量的分析				
研究キーワード	消費者行動分析、コンタクトポイント、ブランド、態度変容、心理尺度	当年度計画に対する達成度	3.概ね順調に研究が進展し、一定の成果を達成したが、一部に遅れ等が発生した		
関連するSDGs項目	12. つくる責任 つかう責任	該当なし	該当なし	該当なし	
<p>1. 研究成果の概要</p> <p>2022 年度の研究課題はふたつあった。</p> <p>① ひとつ目は、メディア接触に関する広範囲な行動データを分析対象とした実証研究である。</p> <p>21 年度に購入した野村総研のシングルソースデータを用い、メディア接触と購買行動の関連性の実証研究を行った。幾つかの探索的分析を進めたが、ブランド数、接触メディア数が膨大であるため、体系的な結論に至るまでの道筋を探る段階に留まった。そのため、学会発表等や論文文化には至らなかった。</p> <p>②ふたつ目は 4 年前から取り組みだしたブランド論に関する定性データの分析である。大学院時代の同僚と開始した共同研究プロジェクトである。</p> <p>当該プロジェクトは 2002 年から内容を若干変えつつも、学生からデータを毎年収集している。比較的最近のデータを使った研究発表を行ってきたし（例えば、『商大論叢』58 巻 2 号）、本年度も比較的最近のデータを用いて、トピック分析や共起ネットワークを用いたテキストマイニングで、探索的な分析を進めてきた。</p> <p>一方で、約 20 年分のデータの整理した上での研究の必要性を感じ、データ整理に取りかかりだした。ただし、年度によって収集方法やファイル形式に違いがあるため、一括して分析するデータ形式にするための、フォーマット作りに現在進行形で時間がかかってしまっている。この問題が 22 年度における大きな研究進捗の障害となり、発表には至らなかった。大きな反省点である。</p> <p>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）</p> <p>【論文（査読あり）】</p> <p>なし</p> <p>【著書・論文（査読なし）】</p> <p>なし</p> <p>【学会発表等】</p> <p>なし</p> <p>3. 主な経費</p> <p>屋外における研究活動円滑化のため iPad mini（94,800 円）Apple Pencil（18,380 円）を購入した。</p> <p>所属学会の年間会費、学会への参加費及び経費で総額 117,986 円を費やした。</p> <p>その他は主に、関連書籍、文具、PC 周辺機器、PC ソフトウェア購入に費やした。</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）

【科学研究費】基盤研究(C)、令和元年度～令和4年度、研究分担者、課題名「消費者の自己表現と自発的ブランディングの理論と実証」（18K01881）

（本文は2ページ以内にまとめること）