

『慶應マーケティング論究』
第5巻 (Spring, 2009)

目次

巻頭言	ii
増補版刊行に際して	iv
目次	v
有吉智彦「店舗へのアクセス性と消費者店舗選択との因果的關係——ロイヤルティの消費者間差異 による店舗選択動機の違い——」	1
千葉貴宏「負債感と満足形成——顧客と店員のリレーションシップを焦点として——」	33
近澤絵里菜「旅行地選択行動の社会心理分析」	61
細川晋吾「土産品購買におけるナショナル・ブランドの有効性——贈与と個人消費の差異に着目し て——」(2008年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文)	93
飯島崇志「中古製品購買における消費者心理メカニズム——モデルチェンジ製品に着目して——」 ..	115
池谷真剛「ブランド拡張の成功要因」	141
伊佐次志織「アイドル商品購買における消費者心理メカニズム」	167
石川大二郎「経験価値がスポーツ観戦意図に与える影響——計画的行動理論を援用して——」	183
石崎克典「なぜ質問紙調査の回答者はいい加減か？」	205
韓 可 “Gifting Anxiety: An Empirical Study on Wooten’s Model (和文表題：贈答に伴う不安感—— ウーテン・モデルの実証分析——)”	225
加藤絵美「製品の露出性とバンドワゴン／スノッブ効果の関係」	243

北川慎一郎「日用品のプレミアム戦略の有効性」	271
河野智晃「使用期間・使用頻度が及ぼす革新的新製品採用行動への影響」	295
松川貴洋「旅行者の意思決定に対する格付け効果と個人間差異の分析」(2008年度観光に関する研究論文投稿論文)	323
松山昌司「確率加重関数を用いたまとめ買い行動の分析——高価格帯製品と低価格帯製品の比較——」	345
森本孝平「オンライン食品トレーサビリティの消費者利用意図」	363
鷲見卓也「コラボレーション広告が消費者の購買行動に与える影響」	385
高橋昌代「不祥事ブランド購買における消費者の心理メカニズム」	417
高崎恭子「ワゴンセール品購買における消費者の心理メカニズム」(2008年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文)	443
田中照太「Web上でのクチコミの有効性」(2008年度テレコム社会科学学生賞授賞論文)	461
関東十ゼミ討論会担当三田祭研究プロジェクトチーム「消費者の企業ウェブサイト再訪問意図」	497
異分野インゼミ研究報告会担当三田祭研究プロジェクトチーム「ローカル製品開発におけるナショナル・ブランドの有効性」	527
マーケティング・ゼミ合同研究報告会担当三田祭研究プロジェクトチーム「格付けが購買意図に及ぼす影響」	553
学生広告論文電通賞プロジェクトチーム「少子化社会に広告はいかなる役割を果たすか」	591
細川晋吾・高崎恭子・伊佐次志織「ローカル製品開発におけるナショナル・ブランドの有効性」(2007年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文・『三田商学研究学生論文集 2007年度号』(2008年3月)掲載)	623

池谷真剛・飯島崇志・高橋昌代・河野智晃・有吉智彦・森本孝平「企業ウェブサイト再訪問意図の規定因分析——コンテンツ類型を基礎にして」(2008年度テレコム社会科学学生賞投稿論文) ……	647
松川貴洋「旅行者の意思決定に対する格付け効果と個人間差異」(2008年度観光に関する研究論文投稿論文) ……	671
高崎恭子「ワゴンセール品購買における消費者の心理メカニズム」(2008年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文・『三田商学研究学生論文集 2008年度号』(2009年3月)掲載) ……	687
細川晋吾「土産品購買におけるナショナル・ブランドの有効性——贈与と個人消費の差異に着目して——」(2008年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文・『三田商学研究学生論文集 2008年度号』(2009年3月)掲載) ……	703
千葉貴宏・小野晃典先生「負債感モデルを用いた顧客満足の形成に対する接客員の援助行動の効果の測定」(慶應義塾大学大学院経済学研究科・商学研究科・京都大学経済研究所連携グローバル COE・KUMQPR ディスカッションペーパーシリーズ 所収) ……	723
韓可・千葉貴宏・池谷真剛・小野晃典先生「An Empirical Study on the Determinants of Anxiety in Gift-Giving Behavior: An Expansion of Wooten's Model」(和文表題: 贈答行動における不安感の規定要因に関する経験的研究: ウーテン・モデルの拡張)(慶應義塾大学大学院経済学研究科・商学研究科・京都大学経済研究所連携グローバル COE・KUMQPR ディスカッションペーパーシリーズ所収) ……	749
韓可・千葉貴宏・池谷真剛・小野晃典先生“A Comprehensive Model of Anxiety in Gift Giving (和文表題: 贈答行動における不安感の規定要因に関する経験的研究: ウーテン・モデルの拡張)”(International Business Research Conference にて学会発表、 <i>International Review of Business Research Papers</i> , Vol. 5, No. 4 に掲載) ……	771
池谷真剛「ラグジュアリーブランドにおけるブランド拡張要因」(2009年度慶應義塾大学商学会賞受賞論文・『三田商学研究学生論文集 2009年度号』(2010年3月)掲載予定) ……	783
池谷真剛“What Determinants Successful Brand Extension? --A Meta Analysis—”(2009年度慶應アカデミック・ライティング・コンテスト応募) ……	801
有吉智彦・千葉貴宏・近澤絵里菜・石川大二郎・加藤絵美・森本孝平「UNIQLO: SPA 第一世代の苦悩」(2007年夏合宿ケース資料) ……	817

有吉智彦・細川晋吾・飯島崇志・石川大二郎・北川慎一郎・河野智晃・松山昌司・森本孝平「DELL の岐路——間接販売の是非——」（2008年夏合宿ケース資料）	825
森本孝平（先生との分担執筆）「再開し、さらなる飛躍を」（慶應義塾広報誌『塾』第250号掲載記事）	855
北川慎一郎・近澤絵里菜・石崎克典・鷺見卓也・松木拓也・佐々木美帆「ANA ハローツアー：まご ころをこめて…杭州・上海 5日間」	857