

大学院生のご紹介

第7期大学院生 千葉 貴宏
(第5期OB)

OB・OGの皆様、こんにちは。小野晃典研究会第5期OB（外務代表・OB・OG会誌, Vol.1 編集長）で、現在、大学院修士課程の千葉貴宏です。この「大学院生のご紹介」のページは、小野ゼミ OB・OG 会誌を編纂するようになって初めて企画するページですが、今年度をもって、第3期OBの森岡耕作さんが晴れて大学院を卒業されること、また、今年度から、学外から朴^{パク} 院^{エン} 浄さんが入学して小野ゼミの大学院生メンバーとして加入されたことを受けまして企画することにいたしました。以下、大学院生の簡単なプロフィールを掲載し、OB・OGの皆様にご紹介申し上げます。

森岡 耕作 (第3期OB)

現在の学年：後期博士課程（博士課程）3年

研究テーマ：「消費システムにおけるブランド価値のダイナミクス」

この研究は、消費者間のコミュニケーションが、本来的には価値に違いがない個別の製品間に、価値の違い（ブランド価値）を生じさせることを説明しようとする理論的研究です。

今年の成果：「マーケティング・コミュニケーションに対する消費者間の反応差異——ELMに基づく消費者間異質性の再吟味——」, *Discussion Paper, Keio/Kyoto Global COE Discussion Paper Series, DP2009-25.*

最後に一言：小野ゼミを卒業して早6年が経過しようとしています。来年度からは、東京経済大学経営学部にて専任講師として奉職させていただくことになり、学生としての身分に一区切りをつけることとなります。学生の中に小野ゼミで感じたゼミの素晴らしさを次に伝えることができるように尽力したいと思います。今後とも宜しく願いいたします（国分寺においでの際は是非お声がけ下さい！ また、森岡ゼミでのご講演も随時募集中です！！）。



千葉 貴宏 (第5期OB・第7期大学院生)

現在の学年：前期博士課程（修士課程）2年

研究テーマ：「顧客満足規定要因としての負債感概念」

高品質のサービスが、顧客に「申し訳ない」という負債感を抱かせることによって、低水準の顧客満足に帰着する、という現象を説明しようとしています。

今年の成果：“Indebtedness as a Determinant of Satisfaction: An Extension of the Expectancy Disconfirmation Model” (小野先生との共著), *AMA 2010 Winter Educators' Conference Proceedings, Vol.21, pp. 19-20.*

「負債感概念を考慮した3つの顧客満足規定要因モデル」, 修士論文, 他.

最後に一言：修士論文を執筆し、今年、博士課程に進学します（入学試験に合格すれば、の話です）。小野ゼミに入会したとき、「表に出せない細かい自分」を表に出すことを社会的に許してもらったような奇妙な感覚を得たことを覚えています。そんなこんなで、目指すは大学の先生です（実は、先生になるのは小学生の頃からの夢でした）。どうぞ宜しくお願いいたします。



池谷 真剛 (第5期OB・第8期大学院生)

現在の学年：前期博士課程（修士課程）1年

研究テーマ：「ブランドレバレッジ」

既存のブランドを新製品に対して活用する戦略は、ブランドレバレッジ戦略と呼ばれます。私は、当戦略が行われた際の新製品および既存ブランドに対する消費者の態度は、いかなる要因によって規定されるのか、ということ明らかにする研究を行っています。

今年の成果：「嗜好品におけるブランド拡張の成功要因」, 日本商業学会第60回全国大会ワークショップにて学会発表。

“Critical Success Factors of Corporate Co-Branding,” presented at World Marketing Conference, KAMS/SMA.

“Determinants of the Successful Brand Extensions for Luxury Brands” (小野先生との共著), presented at World Marketing Conference, KAMS/SMA.

最後に一言：1年間の留年を経て、現在修士課程の1年生です。小野ゼミに入会し、はや4年が経過しようとしています。年次からすれば、花の中間管理職です。今後とも宜しくお願いいたします。



窪田 和基 (第6期OB・第8期大学院生)

現在の学年：前期博士課程（修士課程）1年

研究テーマ：「広告エンドーサの効果」

広告に起用されている有名人やキャラクターが、消費者の購買行動に及ぼす影響について研究しています。

今年の成果：「エンドーサの属性と広告の有効性の因果関係に関する実証研究」, 日本商業学会第60回全国大会ワークショップにて学会発表

日本商業学会関東部会にて学会発表

“Resolving Contradictions in Endorser Effectiveness: A Framework for Classifying Endorser,” presented at World Marketing Conference, KAMS/SMA.

最後に一言：何故広告に有名人を起用するのでしょうか…。キャラクターの方が断然いいと思うのに…。賛同してくれる方も、賛同してくれない方も、宜しくお願いします。



朴 院淨 (第8期大学院生)

現在の学年：前期博士課程（修士課程）1年

研究テーマ：「オタクはイノベーターなのか？ オピニオンリーダーなのか？」

ホビー・マーケットのオタク消費者を定義し、彼らの消費パターンとコミュニケーションに関して研究を行っています。

今年の成果：“Effective Luxury Fashion Strategy as a Momentum of National Growth in Global Business,” presented at World Marketing Conference, KAMS/SMA.

最後に一言：韓国・延世大学経営学部を卒業して来日しました。

私自身、日本のサブカルチャー（特にアイドル）に対してオタク度が高いです！ そんな私ですが、どうぞ宜しくお願いします。



最後になりますが、来年度は、第7期生の菊盛真衣さんと、学外からの数名を迎え、小野ゼミは、慶応のマーケティング・ゼミの中で最も多く大学院生を擁するゼミになる予定です。毎週金曜日の大学院ゼミと木曜日の学部ゼミが賑やかになりそうです。ゼミご来訪の折には、どうぞ宜しくお願いいたします。