

大学院生のご紹介

第 11 期大学院生 竹内 亮介
(第 9 期 OB)

OB・OG の皆様、こんにちは。小野晃典研究会第 9 期 OB・第 11 期大学院生の竹内亮介です。2016 年度は、第 13 期の川村澄明くんを新たに迎え、小野ゼミ大学院生は全体で 6 名となりました。本稿では、大学院生の簡単なプロフィールと研究活動について、皆様にご紹介申し上げます。

竹内 亮介 (たけうち りょうすけ, 第 9 期 OB・第 11 期大学院生)

現在の学年：博士課程 2 年

研究テーマ：「消費者の広告情報処理」

なぜ消費者は広告を無視してしまったり、その内容を覚えられなかったりするののかという点に焦点を合わせて研究を進めています。

今年の成果：「消費者の記憶に対する競合広告の正負の効果：ネットワーク理論の拡張」、『消費者行動研究』, 近刊, 他.

最後に一言：博士論文を完成させるべく、気合を入れて勉学に励んでまいります。



中村 世名 (なかむら せな, 第 10 期 OB・第 12 期大学院生)

現在の学年：博士課程 1 年

研究テーマ：「企業の競争パターンとその成果の探究」

市場を巡る企業間の相互作用に着目し、企業の競争パターンの規定要因とその成果への影響を研究しています。

今年の成果：“Performance of a Series of Introductions of New Products: Based on the Action-Based View,” *Proceedings of International Conference of Asian Marketing Associations*, pp.12-13, 他.

最後に一言：企業の戦略を研究しているので、実務家の皆様のお話を伺わせていただけましたら幸いです。



王 皓瑩 (おう こうえい, 第 12 期大学院生)

現在の学年：修士課程 2 年

研究テーマ：「消費者の独自性が自分のクチコミ発信意図へ与える影響」

今年の成果：“Differences in Intention to Generate WOM among Different Types of Need for Uniqueness Consumers: Considering the Types of the Products and the Receivers,” *Master Dissertation*, 他.

最後に一言：これからも精進していきます><!



石井 隆太 (いしい りゅうた, 第 10 期 OB・第 13 期大学院生)

現在の学年：修士課程 2 年

研究テーマ：「デュアル・チャネルの選択と管理」

企業が直接チャネルと間接チャネルの両方を設置するのはなぜか、そうしたデュアル・チャネルを企業はどのように管理すればよいのか、について研究しています。

今年の成果：“Japanese Manufacturer’s Channel Selection and Collaborative Advantage,” *Proceedings of KSMS International Conference*, p.40, 他.

最後に一言：今年度で修士課程を終えて、次年度より博士課程に進学予定です。まだまだ、小野ゼミでお世話になりたいと思いますので、よろしくお願ひします！！



廖 舒忻 (りょう じょきん, 第 13 期大学院生)

現在の学年：修士課程 2 年

研究テーマ：「買い物同伴者の個人規範が消費者の衝動購買に及ぼす影響：買い物同伴者の規範的影響の調整要因に着目して」

購買場面に存在する同伴者は、どのように消費者の意思決定に影響を及ぼすか、また、その影響の強さは、同伴者が消費者との具体的な個人関係に左右されるのかについて研究しています。

今年の成果：“The Influences of Shopping Companions’ Personal Norms on Consumers’ Impulsive Purchasing: Considering the Moderating Factors of Shopping Companions’ Normative Influences,” presented at 2016 International Conference of Asian Marketing Associations.

最後に一言：この一年間、色々ご指導をいただきました。今後とも宜しくお願い致します。



川村 澄明 (かわむら すみあき, 第 13 期現役生・第 14 期大学院生)

現在の学年：修士課程 1 年

研究テーマ：「企業内市場志向浸透要因の探究：従業員の同一視に着目して」

いかにして市場志向が企業内に浸透していくのかを、従業員の「同一視」が果たす役割に着目して探究しています。

今年の成果：“What Determines Anime Pilgrims’ Visit Intention and Destination Loyalty?” *Proceedings of Global Marketing Conference*, p.651, 他.

最後に一言：来年度は就職活動と並行して、修士論文の執筆活動に全身全霊を注いでまいります！！今後ともご指導賜りますよう、よろしくお願いいたします。



以下では、昨年における大学院生の主たる学会活動をご紹介します。

2016/01/20～01/25 :

International Marketing Trends Conference (Venezia, Italy)

Haoying Wang, Akinori Ono, and Mai Kikumori, “Are High-Need for Uniqueness Consumers Willing to or Not to Recommend Products? Considering Types of the Products and the Receivers.”



2016/04/16 : 日本商業学会 関東部会 (上智大学)

竹内亮介, 「広告のクラッター化と消費者の記憶」.



2016/05/11～05/14 :

The Mystique of Luxury Brands Conference (Shanghai, China)

Akinori Ono, Mai Kikumori, and Haoying Wang, “The Impacts of NFU (Need for Uniqueness) on WOM (Word of Mouth): Considering the Difference between Luxury and Ordinary Goods.”



2016/06/03～06/05 : 日本商業学会 全国大会 (千葉商科大学)

竹内亮介, 「競争的な広告環境における消費者の記憶：ネットワークモデルの拡張」.

中村世名, 「製品戦略における企業の競争パターンと成果の関係：新製品導入行動に着目して」.



2016/07/16 : 日本商業学会 関東部会 (拓殖大学)

菊盛真衣・王コウエイ・小野晃典先生, 「独自性欲求の高い消費者の製品推奨行動: 推奨対象製品と被推奨者の特性に着目して」.



2016/07/21~07/24 :

Global Marketing Conference (Hong Kong, China)

Akinori Ono, Ryosuke Shimizu, Sumiaki Kawamura, Yasuto Nishimori, Yuki Oguro, and Sari Yamamoto, “What Determines Anime Pilgrims’ Visit Intention and Destination Loyalty?”



2016/10/21~10/22 : International Conference of Asian Marketing Associations (Beijing, China)

Sena Nakamura, “Performance of a Series of Introduction of New Products: Based on the Action-Based View.”

Shuxin Liao, “The Influences of Shopping Companions’ Personal Norms on Consumers’ Impulsive Purchasing: Considering the Moderating Factors of Shopping Companions’ Normative Influences.”

Sumiaki Kawamura, Yasuto Nishimori, Yuki Oguro, Akinori Ono,

Ryosuke Shimizu, and Sari Yamamoto, “Social Influences as Determinants of Anime Pilgrimage.”



2016/11/12~11/13 :

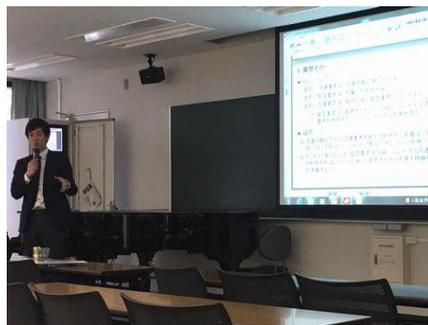
Korean Scholars of Marketing Science (Seoul, Korea)

Ryuta Ishii, “Japanese Manufacturer’s Channel Selection and Collaborative Advantage.”



2016/11/19：日本商業学会 関東部会（青山学院大学）

石井隆太、「企業資源・能力とマーケティング・チャネルの選択：
統合チャネルと独立チャネルの同時使用を考慮して」.



2016/12/19：日本商業学会 全国研究報告会（学習院大学）

石井隆太、「マーケティング・チャネル構造の選択：デュアル・チャネル選択要因の実証分析」.



来年度は、第13期生の清水亮輔くん、留学生の厩雪嬌さん、Astrid Elisabeth Sjo Engen さんを迎え、小野ゼミ大学院生は、変わらぬ賑やかさで研究に励むことができるかと思えます。毎週金曜日の大学院ゼミ（10時～13時）と学部ゼミ（4限～）に、是非ご来訪ください。どうぞ宜しくお願いいたします。

