



マーケティング研究室

Marketing Laboratory

研究テーマ Research Theme

ソーシャルプロダクツの選択要因に関する研究

Research on selection factor of social products

研究概要 Research Outline

フェアトレード商品のような身近なところで人に手を差し伸べられるような商品を購入してもらうにはどうすれば良いのかを明らかにしていきます。

This study will verify how companies can lead consumers to products that can reach out to people in places that are closer, such as fair trade products.

キーワード・研究テーマ Keywords・Research Themes

- ◆ コース・リレーテッド・マーケティング
Cause Related Marketing
- ◆ 消費者行動
Consumer Behavior
- ◆ ソーシャルプロダクツ
Social Products
- ◆ フェアトレード
Fair Trade
- ◆ 顧客満足
Customer Satisfaction

進行中の研究内容 Research Contents in Progress

- 1 ブランド情報と社会貢献情報が合わさるとソーシャルプロダクツの購買意図にマイナスの影響を与えることが分かっています。その原因を明らかにし、どうすれば緩和できるのかを研究中です。

We found that the combination of brand information and social information has a negative impact on the purchasing intent of social products. This study clarify the factors which cause the negative impact and how companies can improve it.

- 2 若い層に利用されなくなった商店街を再び利用してもらう方法を地域愛着と顧客満足の観点から研究しています。现阶段では、商店街に強制的に関わらせるようなイベントは逆効果であることなどを明らかにしています。

This study examines a method to have young people use shopping mall which come to hardly be used by young people. At the present stage, we clarified that the event which is forced to engage in shopping malls does not produce a desired effect on customer satisfaction.

最近の研究実績 Recent Research Results

〈著書／Books〉

- 『グローバル・マーケティング零』白桃書房, 2017年。
Global Marketing Zero, HAKUTO-SHOBO publishing, 2017.
- 『マーケティング零』白桃書房, 2015年。
Marketing Zero, HAKUTO-SHOBO publishing, 2015.

〈論文／Published Papers〉

- 居住地から目的地までの距離が愛着と満足の関係性に与える影響に関する研究, 『都市計画論文集』, 53(3), pp.1138-1144, 2018.
Research on the influence caused by the distance from destination on the relationship between the attachments and the satisfaction with shopping mall, Journal of the City Planning Institute of Japan, 53(3), pp.1138-1144, 2018.
- フェアトレード情報の具体性が購買態度に与える影響, 『流通：日本流通学会誌』, 40, pp.1-14, 2017。
The Effect of Concreteness of Fair Trade Information on Purchase Attitudes, Distribution studies : the journal of Japan Society for Distributive Sciences, 40, pp.1-14, 2017.



企業研修会修了式にて



マーケティング零

PROFILE



担当教員 **太田 壮哉** Masaya Ota
Subject Teacher

職位 **准教授・大学院准教授**
Position Associate Professor・Associate Professor at Graduate School

学位 **博士(経営学)**
Degree Ph.D. (Business Administration)

e-mail **mota@fuk.kindai.ac.jp**

担当講義科目 **マーケティング論、広告論、消費者行動論**
Charge of Subjects Marketing, Advertising, Consumer Behavior

FOR MORE



Masaya Ota