

消費者行動研究バックナンバー目次一覧

税込価格: 2,000円(会員) 3,000円(非会員)

※送料別 1~2冊/210円(メール便) 3~4冊/240円(メール便) 5冊以上/500円(宅急便) *海外の場合は実費

| | | |
|----------------------------------|--|-----------|
| Vol.1 No.1 (1993/9 発刊) | 「消費者情報処理研究の現状と課題」 | |
| | ●論文 | |
| | 「知識」概念と消費者情報処理 — 研究の現状と課題 — | 青木幸弘 |
| | 消費者情報処理と動機づけ | 杉本徹雄 |
| | 選択における文脈効果 — 魅力効果と妥協効果の潜在的プロセスの解明 — | 新倉貴士 |
| | テレビコマーシャルの表現特性と消費者情報処理 | 岸志津江 |
| | 選択的情報取得行動への影響要因 — Information Display Board 法の適用 — | 山本昭二 |
| | 消費者の行動類型と業態選択 | 池尾恭一 |
| | 消費者情報処理とマーケティング戦略 | 三浦俊彦 |
| | ●シンポジウム | |
| 消費者情報処理研究の現状と課題 | 司会: 阿部周造 パネラー: 石井淳蔵 中西正雄 和田充夫 | |
| Vol.1 No.2 (1994/3 発刊) | 「消費者の態度構造と意思決定」 | |
| | ●論文 | |
| | 消費者の態度構造 — 認知的アプローチによる態度のリンケージ・モデル | 土田昭司 |
| | 感情と消費者行動 — ポジティブな感情の効果に関する展望 — | 竹村和久 |
| | 態度が意思決定に及ぼす影響課程に関する MODE モデルの検討 | 中村和彦 |
| | 認知欲求とショウヒシャ行動 — 意思決定方略の個人差について — | 神山貴弥/藤原武弘 |
| | 時間経過による「リスク知覚」と「リスク対応策への評価」の推移 — 1992年瀬戸内サメ騒動を材料として — | 中谷内一也 |
| | ●会長記念講演 | |
| | 消費者行動研究の確立に向けて — Innovation から Invention へ — | 奥田和彦 |
| | ●シンポジウム | |
| 消費者の態度構造と意思決定 | 司会: 志津野知文 パネラー: 佐々木土師二 吉田正昭 土田昭司 | |

消費者行動研究バックナンバー目次一覧

税込価格: 2,000円(会員) 3,000円(非会員)

※送料別 1~2冊/210円(メール便) 3~4冊/240円(メール便) 5冊以上/500円(宅急便) *海外の場合は実費

| | | |
|----------------------------------|---|--|
| Vol.2 No.1 (1994/9 発行) | 「消費者間の相互作用とその周辺」 | |
| | ●論文 | |
| | 儀礼ギフト —象徴交換と経済交換の均衡点— | 南知恵子 |
| | ロコミの発生と影響のメカニズム | 濱岡豊 |
| | パーソナル・セリング研究の現状と課題 —認知的アプローチの概要とその問題点— | 細井謙一 |
| | メディアの解釈と消費行動 —“ピンク”とバービー— | 熊坂賢次 |
| | Consumer Agendas and Advertising for Multinational Brands | Chun Koo Kim |
| | ●会長記念講演 | |
| | 今後の消費者行動研究に期待するもの | 中西正雄 |
| | ●シンポジウム | |
| 消費者間の相互作用とその周辺 | 司会: 桑原武夫 パネラー: 熊坂賢次 間々田孝夫 村本理恵子 | |
| Vol.2 No.2 (1995/3 発行) | 「ブランド・エクイティ研究の現状と課題」 | |
| | ●論文 | |
| | ブランド・エクイティ研究の現状と課題 | 青木幸弘 |
| | ブランド・メモリーズ —ブランド記憶メカニズムの探索的研究 | 田中洋/丸岡吉人 |
| | 消費者のブランド意識と商品属性 —同一ブランドの所有者数の許容限界— | 梅本春夫 |
| | ブランド価値形成に関する因果モデル —消費者ベースのブランド・エクイティ概念の検証— | 木戸茂 |
| | ブランド・パワーの考え方 | 恩蔵直人 |
| | ブランド拡張とブランド戦略 | 棚橋菊夫/杉本徹雄 |
| | 属性ベース処理を超えて —カテゴリー化理論の検討— | 新倉貴士 |
| | 消費者行動研究における定性データの活用 —石毛の「家庭における食事」の議論にもとづいて— | 坂田博美 |
| | ●シンポジウム | |
| | ブランド・エクイティ研究の現状と課題 | 司会: 岸志津江 パネラー: 青木幸弘 池尾恭一 小川孔輔 |

消費者行動研究バックナンバー目次一覧

税込価格: 2,000円(会員) 3,000円(非会員)

※送料別 1~2冊/210円(メール便) 3~4冊/240円(メール便) 5冊以上/500円(宅急便) *海外の場合は実費

| | | |
|----------------------------------|---|--------------------------------------|
| Vol.3 No.1 (1995/5 発刊) | 「サービスと消費: 消費者と提供者との間で」 | |
| | ●論文 | |
| | サービス消費研究の動向と焦点 — 消費者行動論からのアプローチ — | 山本昭二 |
| | サービス・エンカウンターにおける顧客満足と従業員満足 — 継続的取引関係の解明を目指して — | 小野謙司 |
| | 専門サービスの消費者行動 | 藤村和宏 |
| | サービス品質概念と品質評価尺度の開発 — SERVQUAL の開発とその後 — | 山本昭二 |
| | サービス・マーケティングの現状と課題 | 村上恭一 |
| | 製品選択における近くの役割 — 購買行動の多様性とカットオフ — | 佐々木壮太郎 |
| | 知覚リスクを考慮した選択モデル | 井上哲浩 |
| | ●会長記念講演 | |
| | 29年間を振り返って | 阿部周造 |
| | ●シンポジウム | |
| | サービスと消費: 消費者と提供者との間で | 司会: 江原淳 パネラー: 奥田和彦 前田勇 山本昭二 |

| | | |
|----------------------------------|--|--|
| Vol.3 No.2 (1996/3 発刊) | 「消費者の買物: 空間行動研究の現状と課題」 | |
| | ●論文 | |
| | 消費者の買物行動と地域消費市場 | 生田真人 |
| | 経済地理学における消費者空間行動研究の一事例 — 複数の目的地を訪れる場合の目的地選択について — | 高橋重雄 |
| | ストア・ロイヤルティと店舗選択 | 清水聰 |
| | インホーム・ショッピングにおける消費者購買意思決定 | 高橋郁夫 |
| | 量販店のカテゴリ購入特性を規定する空間的要因の検討 | 箸本健二 |
| | 子供の目から見た家庭における食卓風景 — 「家庭における共食」は「家族のつながり」を生み出すか | 坂田博美 |
| | 情報としての価値 — 商品および消費者特性による影響 — | 青木道代 |
| | ●シンポジウム | |
| | 消費者の買物: 空間行動研究の現状と課題 | 司会: 阿部周造 パネラー: 佐藤俊雄 高橋重雄 中西正雄 |

消費者行動研究バックナンバー目次一覧

税込価格: 2,000円(会員) 3,000円(非会員)

※送料別 1~2冊/210円(メール便) 3~4冊/240円(メール便) 5冊以上/500円(宅急便) *海外の場合は実費

| | | |
|----------------------------------|---|---|
| Vol.4 No.1 (1996/9 発行) | 「消費者行動研究の方法論的課題」 | |
| | ●論文 | |
| | 消費者行動研究における定性的アプローチの可能性と問題点 | 南知恵子 |
| | 消費者に起因する先発の優位性について | 杉田善弘 |
| | ランダリング法のブランド戦略への適用 | 丸岡吉人 |
| | 消費者行動研究と競争市場構造分析研究のリンクージュおよび消費者行動研究の今後の展開への期待 | 井上哲浩 |
| | テレビ広告の質的内容の短期効果と累積効果 | 竹内淑恵/西尾チヅル |
| | 家庭での日常生活における共食の文脈 —市毛氏の「家庭における共食」命題再検討— | 坂田博美 |
| | 消費者の店頭での入店の意思決定に関する探索的研究 —行動観察・対数線形モデル分析・共分散構造分析の適用— | 齊藤俊則 |
| | 「自己」「拡張自己」「身体統制に対する態度」のそご関係に関する社会心理学的研究 | 藤沢武弘/池内裕美 |
| | ●会長記念講演 | |
| | コミュニケーション研究と消費者行動研究 | 岸志津江 |
| | ●シンポジウム | |
| | 消費者行動研究の方法論的課題 | 司会: 青木幸弘 パネラー: 片平秀貴 杉田善弘 南知恵子 |
| Vol.4 No.2 (1997/3 発行) | 「価格と消費者行動」 | |
| | ●論文 | |
| | 価格に対する消費者の反応 —商品および消費者特性による影響— | 青木道代 |
| | 心理的価格 | 赤松潤 |
| | Conjoint 分析における価格処理の問題 | 朝野熙彦 |
| | コンジョイント分析を利用した価格調査 | 木村香代子 |
| | 物価変動と消費者の価格感の変化 | 佐野美智子 |
| | 市場地位、価格プロモーションと消費者の価格心理 | 里村卓也 |
| | 消費者による店舗価格イメージの形成 | 上田隆穂/最上健児/ 柿島秀樹 |
| | ●シンポジウム | |
| | 価格と消費者行動 | 司会: 上田隆穂 パネラー: 青木幸弘 杉田善弘 高橋郁夫 中村博 |

消費者行動研究バックナンバー目次一覧

税込価格:2,000円(会員) 3,000円(非会員)

※送料別 1~2冊/210円(メール便) 3~4冊/240円(メール便) 5冊以上/500円(宅急便) *海外の場合は実費

| | | |
|----------------------------------|---|--|
| Vol.5 No.1 (1997/9 発刊) | 「広告と消費者行動」 | |
| | ●論文 | |
| | 広告研究と消費者行動研究の視点 —購買意思決定課程における広告効果の捉え方— | 岸志津江 |
| | 広告メッセージの受容に関する概念モデル | 堀内圭子 |
| | ブランドの長期的成果と広告サポートの関係 | 木戸茂 |
| | 広告効果プロセスの総合的把握「インテグレーションモデル」 | 水野由多加/鈴木宏衛 |
| | 価値と広告 4媒体のブランド選択に与える交互作用効果:TRPに基づく測定 | 井上哲浩/片倉淳子 |
| | ニューラルネットワーク理論を応用した4媒体ミックス広告効果予測システム | 加藤哲也/瀬戸口香/ 谷口洋司 |
| | ゼロリスク不可能の伝達と消費者の反応 | 中谷内一也 |
| | 多属性商品の期待価格と主観的購入価格 | 白井美由里 |
| | 交通広告効果指標の考察 | 安藤敬元/吉原美保子 |
| | ●会長記念講演 | |
| | 消費者行動研究の問題点と方向性 | 杉本徹雄 |
| | ●シンポジウム | |
| | 広告と消費者行動 | 司会: 岸志津江 パネラー: 亀井昭宏 田中洋 仁科貞文 |
| Vol.5 No.2 (1998/3 発刊) | 「消費者行動とマーケティング」 | |
| | ●論文 | |
| | 演劇消費とマーケティング | 和田充夫 |
| | 文脈効果とジョイント・スペースを組み込んだブランド選択モデル | 杉田善弘 |
| | 生活行動の基礎モデル | 久米勉 |
| | 抽象概念を投影した価値観の解釈 | 桑原武夫 |
| | 日本の消費者はタフな消費者か? | 三浦俊彦 |
| | 対話のパラドックス | 栗木契 |
| | ブランドに対する消費者意識と購買後における広告への消費者意識 | 石崎徹 |
| | セイリアンスと消費者選択 | 平野英一 |
| | 共分散構造分析を用いた選択モデル | 斎藤俊則 |
| | リテンションと投資効率の極大化を同時に実現する2段階標的化モデル | 緒方維文 |
| | 価格に対する消費者の反応(2) | 青木道代 |
| | ●シンポジウム | |
| | 消費者行動とマーケティング | 司会: 池尾恭一 パネラー: 阿部周造 石井淳蔵 杉田善弘 |

消費者行動研究バックナンバー目次一覧

税込価格: 2,000円(会員) 3,000円(非会員)

※送料別 1~2冊/210円(メール便) 3~4冊/240円(メール便) 5冊以上/500円(宅急便) *海外の場合は実費

| | | |
|----------------------------------|--|---|
| Vol.6 No.1 (1998/9 発刊) | 「生活行動と消費のインターフェイス」 | |
| | ●論文 | |
| | 消費者の余暇生活における文化的消費 | 碓朋子 |
| | 生活行動のイメージ評価分析 | 根本則明 |
| | 小学生にとっての遊び | 新井範子 |
| | 中国の消費文化とブランド消費 | 富田和広 |
| | ●特別講演 | |
| | 生活行動と消費のインターフェイス | 小嶋外弘 |
| | ●会長記念講演 | |
| | 消費者社会の変容とマーケティング | 池尾恭一 |
| ●シンポジウム | | |
| 生活行動と消費のインターフェイス | 司会: 杉本徹雄 パネラー: 青木幸弘 桑原武夫 小嶋外弘 | |
| Vol.6 No.2 (1999/3 発刊) | 「消費者行動の調査・分析手法」 | |
| | ●論文 | |
| | オンライン・ソフトウェアの開発プロセス | 宮垣元 |
| | 価格プロモーション反応への影響を考慮した広告効果測定モデルの構築 | 奥瀬喜之 |
| | 消費者情報処理モデルによる「意味」の概念分析 | 松下光司 |
| | ビジュアル・データを用いたブランド・イメージの測定方法 | 益田一 |
| | スキャン・パネル・データによる消費者の動態的選択行動の分析 | 里村卓也/森雅夫 |
| | 消費者行動におけるブランドの役割 | 柴田典子 |
| | ●シンポジウム | |
| | 消費者行動の調査・分析手法 | 司会: 青木 幸弘 パネラー: 江原 淳 井上 哲浩 桑原 武夫 |

※ Vol.7 および 8 は、都合により未発刊。今後の発刊については未定。

消費者行動研究バックナンバー目次一覧

税込価格: 2,000円(会員) 3,000円(非会員)

※送料別 1~2冊/210円(メール便) 3~4冊/240円(メール便) 5冊以上/500円(宅急便) *海外の場合は実費

| | | |
|--|--|--|
| Vol.9 No.1-2 合併号 (2003/3 発刊) | ●論文 | |
| | 消費者の値引きへの期待と価格の知覚 | 白井美由里 |
| | 情報取得プロセスにおけるブランドの影響 —ブランド主導型情報処理の提起— | 坂下玄哲 |
| | ブランドのカテゴリー化に関する一考察 —目的のレベルが個別ブランド間の類似性判断に及ぼす影響— | 徳山美津恵 |
| | クレーム行動を含む不満回復の国際比較 —日タイの消費者調査から— | Mongkhonrakit,Mongkhon (モンコンノラキット モンコン) |
| 接客販売に見る言語効力の一考察 —ファッション販売における対話分析を中心に— | 坂本和子 | |

| | | |
|---|--|------|
| Vol.10 No.1-2 合併号 (2004/3 発刊) | ●論文 | |
| | 知識カテゴリーの実証研究 | 清水聡 |
| | 消費者とブランドの関係の構造と測定尺度の開発 | 畑井佐織 |
| | 消費者の購買意思決定過程における在庫情報の役割 | 齊藤栄子 |
| “Do Non-Price Determinants Affect Consumers' Intention to Purchase Pirated Products?” —A Case Study in Bangkok,Thailand— | Mongkhonrakit,Mongkhon (モンコンノラキット モンコン) | |

| | | |
|---|---|-------|
| Vol.11 No.1-2 合併号 (2005/3 発刊) | ●論文 | |
| | 消費者のゴミ減量行動の規程要因 | 西尾チヅル |
| | 広告認知と店頭配荷による販売への影響 | 竹内淑恵 |
| | 発信する顧客は優良顧客か? —サイトの訪問動機とオンライン・ショップの購買履歴データの分析— | 山本品 |
| | ●書評 | |
| | Being the Shopper: Understanding the Buyer's Choice | 白井美由里 |
| | ●学会報告 | |
| 第28回消費者行動研究コンファレンス 第29回消費者行動研究コンファレンス | | |

| | | |
|---|--|-------|
| Vol.12 No.1-2 合併号 (2006/3 発刊) | ●論文 | |
| | 小売店舗のチラシ広告による店舗価格のイメージの形成 —イメージ形成ルールに関する考察— | 松下光司 |
| | 顧客間インタラクションがサイト・ロイヤルティに与える影響 —インターネット視聴率データの分析— | 山本品 |
| | 消費者の価格プレミアムの知覚の分析 | 白井美由里 |
| | 広告における写真の効果 —企業イメージによる製品評価バイアスの検討— | 杉谷陽子 |
| | ●書評 | |
| | 消費者の価格判断のメカニズム | 上田隆穂 |
| | ●学会報告 | |
| 第30回消費者行動研究コンファレンス 第31回消費者行動研究コンファレンス | | |

消費者行動研究バックナンバー目次一覧

税込価格: 2,000円(会員) 3,000円(非会員)

※送料別 1~2冊/210円(メール便) 3~4冊/240円(メール便) 5冊以上/500円(宅急便) *海外の場合は実費

| | | |
|--|-----------------------------|----------------|
| Vol.13 No.1 (2006/10 発刊) | ●論文 | |
| | インターネット上の情報探索 | 澁谷 寛 |
| | 顧客視点のサービス・リレーションシップ・モデル | 酒井麻衣子 |
| | 日本人の階層帰属意識とその生活・消費意識へのインパクト | 水野 誠 |
| | マルチエージェントを用いた店舗内消費者行動シミュレータ | 山田健司／阿部武彦／木村春彦 |
| ●学会報告 | | |
| 第32回消費者行動研究コンファレンス | | |

| | | |
|---|---|-------|
| Vol.13 No.2 (2007/3 発刊) | ●論文 | |
| | 知覚品質の構成要素と対象カテゴリでの差異 —職業教育サービスの選択での応用— | 河原達也 |
| | 消費者の視点からみた共同広告の効果 | 橋田洋一郎 |
| | Emotion and Reason in Consumer Behavior | 井上淳子 |
| | ●学会報告 | |
| 第33回消費者行動研究コンファレンス 第34回消費者行動研究コンファレンス | | |

| | | |
|---|---|------------|
| Vol.14 No.1-2 (2008/3 発刊) | ●論文 | |
| | 参入タイミングと消費者の選好との関係 —ブランド間の差異に注目して— | 秋本雅士／韓文熙 |
| | 新商品のパッケージにおける情報処理 —販売好調製品と不調製品の比較による差異の解明— | 大風かおる／竹内淑恵 |
| | 消費者の価格知覚におけるバランス仮説 —受容価格の分布に関するモノグラフ— | 太幸潮 |
| | 戦略的消費者行動論 | 阿部周造 |
| ●学会報告 | | |
| 第35回消費者行動研究コンファレンス | | |

| | | |
|---|---|------------------------------|
| Vol.15 No.1-2 (2009/3 発刊) | ●論文 | |
| | セールス・プロモーションによるブランド・エクイティ構築 —一致度と精緻化を先行要因とした説明モデル— | 松下光司 |
| | ポジショニング分析における概念数と尺度数を効率的に増やす方法 —居酒屋メニューのポジショニング— | 豊田秀樹／池原一哉／岩間徳兼／久保沙織／鈴木由美／竹下恵 |
| | 電子情報の知覚品質と探索行動 | 小野晃典／朴汀根／リチャード・ウイドウズ |
| | 改良型エモーション測定尺度「REM」のマーケティング分析への適用可能性 | 久慈勝男 |
| | ●書評 | |
| | ネットが変える消費者行動 —クチコミの影響力の実証分析— 宮田加久子・池田謙一 編著 | 評者:久保田進彦 |
| ●学会報告 | | |
| 第36回消費者行動研究コンファレンス 第37回消費者行動研究コンファレンス | | |

消費者行動研究バックナンバー目次一覧

税込価格: 2,000円(会員) 3,000円(非会員)

※送料別 1~2冊/210円(メール便) 3~4冊/240円(メール便) 5冊以上/500円(宅急便) *海外の場合は実費

| | | |
|--|---|------------|
| Vol.16 No.1 (2009/10 発刊) | ●論文 | |
| | パッケージ・コミュニケーション測定尺度の開発 — 食品分野への適用を目指して | 大風かおる／竹内淑恵 |
| | ブランドネームの発音がブランド評価に及ぼす影響 — Sound Symbolism 理論からのアプローチ | 朴宰佑／大瀬良伸 |
| | サービスプロセスにおける評価要素の推移 — 非対面サービスを中心として | 長崎直樹 |
| | ●書評 | |
| | “Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing” ラッセル・ベルク編著 | 評者: 木村純子 |
| ●学会報告 | | |
| 第38回消費者行動研究コンファレンス | | |

| | | |
|---|--|-------|
| Vol.16 No.2 (2010/3 発刊) | ●論文 | |
| | 同一化アプローチによるブランド・リレーションシップの測定 | 久保田進彦 |
| | 消費者の認知的精緻化による市場境界線の拡張 — 「適度に不一致」な製品拡張の可能性 | 西本章宏 |
| | ブランド・コミュニティにおける創発 — 自動車 MINI をめぐる意味創造を事例にして | 大竹光寿 |
| | 観光客の期待と満足度 | 長谷川光 |
| | ●書評 | |
| 消費者行動論体系 田中洋 著 | 評者: 青木幸弘 | |
| ●学会報告 | | |
| 第39回消費者行動研究コンファレンス | | |

| | | |
|---|---|---------------------------|
| Vol.17 No.1 (2010/10 発刊) | ●論文 | |
| | 苦情対応と公正知覚が顧客満足に及ぼす影響 — メタアナリシスによる研究成果の統合 | 石田大典 |
| | ブランド・リレーションシップ尺度の確立 | 久保田進彦 |
| | リードユーザーの再構成と生産する消費者の特性 — 音楽産業を事例に | 勝又壮太郎／一小路武安 |
| | ファジーベースの製品カテゴリー化 — カテゴリー不確実性におけるマルチプル・カテゴリー製品への適用可能性 | 西本章宏／勝又壮太郎／ 石丸小也香／高橋一樹 |
| | ●書評 | |
| Consumer Culture Theory (Research in Consumer Behavior, Volume 11) Russell W. Belk and John F. Sherry Jr (eds.) | 評者: 松井剛 | |
| ●学会報告 | | |
| 第40回消費者行動研究コンファレンス 第41回消費者行動研究コンファレンス | | |

| | | |
|--|---|----------|
| Vol.17 No.2 (2011/03 発刊) | ●論文 | |
| | 消費者の態度における感情と認知 — 「強い」ブランドの態度構造の検討 | 杉谷陽子 |
| | 多地域でみる敵意の消費者行動への影響 — 韓国とフランスにおける実証研究に基づいて | 金 春姫 |
| | ●書評 | |
| | Handbook of Brand Relationships Deborah J. MacInnis, C. Whan Park and Joseph R. Priester (Editors) M.E. Sharpe (2009) | 評者: 菅野佐織 |
| ●学会報告 | | |
| 第42回消費者行動研究コンファレンス | | |