

日本消費者行動研究学会賞
受賞者一覧

※所属は論文掲載時の情報に拠る

| | | 第18回 | 第17回 | 第16回 | 第15回 | 第14回 | 第13回 |
|---|--------|---------------------|--------|--------|-----------------------|------------------------|--------------------|
| | | 2024年度 | 2023年度 | 2022年度 | 2021年度 | 2020年度 | 2019年度 |
| 優秀論文賞 表彰状 記念盾 副賞（5万円） | 論文タイトル | 消費者行動における匂いの効果研究の展望 | 該当作品なし | 該当作品なし | 該当作品なし | 該当作品なし | 該当作品なし |
| | 所属 | 横浜国立大学 | | | | | |
| | 氏名 | 阿部 周造 | | | | | |
| | 所属 | 日本大学 | | | | | |
| | 氏名 | 河股 久司 | | | | | |
| | 所属 | 早稲田大学 | | | | | |
| | 氏名 | 守口 剛 | | | | | |
| | 所属 | 早稲田大学 | | | | | |
| 研究奨励賞 (青木幸弘賞) 表彰状 記念盾 副賞（3万円） | 論文タイトル | 該当作品なし | 該当作品なし | 該当作品なし | 消費者行動研究における再現性問題と研究実践 | 消費者行動論のための無意識的思考研究の体系化 | サービス品質評価の非対称非線形モデル |
| | 所属 | | | | 宮城大学 | 大阪大学大学院 | 東北大学大学院 |
| | 氏名 | | | | 元木 康介 | 多田 伶 | 佐藤 平国 |
| | 所属 | | | | | 大阪大学 | |
| | 氏名 | | | | | 勝又 壮太郎 | |
| | 所属 | | | | | | |
| | 氏名 | | | | | | |
| | 所属 | | | | | | |
| | 氏名 | | | | | | |
| | 所属 | | | | | | |
| | 氏名 | | | | | | |
| | 論文タイトル | | | | | | |
| | 所属 | | | | | | |
| | 氏名 | | | | | | |

日本消費者行動研究学会賞
受賞者一覧

※所属は論文掲載時情報に拠る

| | | 第12回 | 第11回 | 第10回 | 第9回 | 第8回 | 第7回 |
|---|--------|---|------------------------------|---|---------------------------|-----------------------------|--------|
| | | 2018年度 | 2017年度 | 2016年度 | 2015年度 | 2014年度 | 2013年度 |
| 優秀論文賞 表彰状 記念盾 副賞（5万円） | 論文タイトル | 該当作品なし | 該当作品なし | 該当作品なし | 該当作品なし | 該当作品なし | 該当作品なし |
| | 所属 | | | | | | |
| | 氏名 | | | | | | |
| | 所属 | | | | | | |
| | 氏名 | | | | | | |
| | 所属 | | | | | | |
| | 氏名 | | | | | | |
| 研究奨励賞 (青木幸弘賞) 表彰状 記念盾 副賞（3万円） | 論文タイトル | 重さは評価を高めるのか？—接触欲求と視覚的表現による調整効果の検討 | パーソナル化の知覚がモバイルアプリの利用行動に与える影響 | 悪い口コミに負けないブランドを作り出すか？ - 消費者の感情および商品の使用経験の役割について | 機能疲労がリピート購買行動と口コミ行動に及ぼす影響 | 商品の減少による希少性の操作が消費者の選考に与える影響 | 該当作品なし |
| | 所属 | 成蹊大学 | 早稲田大学 | 上智大学 | 筑波大学大学院 | 立正大学 | |
| | 氏名 | 石井 裕明 | 田部 深哉 | 杉谷 陽子 | 神田 晴彦 | 有賀 敦紀 | |
| | 所属 | 千葉商科大学 | | | | 成蹊大学 | |
| | 氏名 | 外川 拓 | | | | 井上 淳子 | |
| | 所属 | | | | | | |
| | 氏名 | | | | | | |
| | 所属 | | | | | | |
| | 氏名 | | | | | | |
| | 所属 | | | | | | |
| | 氏名 | | | | | | |
| | 論文タイトル | 購買に伴う待ち時間が消費者行動に与える影響—購買段階を考慮した待ち時間研究の体系化に向けて | | | | | |
| | 所属 | 早稲田大学大学院 | | | | | |
| | 氏名 | 磯田 友里子 | | | | | |

日本消費者行動研究学会賞
受賞者一覧

※所属は論文掲載時の情報に拠る

| | | 第6回 | 第5回 | 第4回 | 第3回 | 第2回 | 第1回 |
|---|--------|--|--|---|--|--------|---|
| | | 2012年度 | 2011年度 | 2010年度 | 2009年度 | 2008年度 | 2007年度 |
| 優秀論文賞 表彰状 記念盾 副賞（5万円） | 論文タイトル | 該当作品なし | ファジーベースの製品カテゴライゼーション - カテゴリー不確実性におけるマルチブル・カテゴリー製品への適用可能性 | 該当作品なし | 該当作品なし | 該当作品なし | 顧客視点のサービス・リレーションシップ・モデル - リレーションシップ構築におけるスイッチング・バリアと顧客ロイヤルティの役割 |
| | 所属 | | 小樽商科大学 | | | | 多摩大学 |
| | 氏名 | | 西本 章宏 | | | | 酒井 麻衣子 |
| | 所属 | | 長崎大学 | | | | |
| | 氏名 | | 勝又 壮太郎 | | | | |
| | 所属 | | 大広 | | | | |
| | 氏名 | | 石丸 小也香 | | | | |
| | 所属 | | | | | | |
| 研究奨励賞 (青木幸弘賞) 表彰状 記念盾 副賞（3万円） | 論文タイトル | 何がブランドコミットメントを生み出すのか？ ブランドと自己の結びつき、ノスタルジックな結びつき、ブランドラブの効果の包括的テスト | 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 | 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 | 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 | 該当作品なし | 知覚品質の構成要素と対象カテゴリーでの差異 - 職業教育サービスの選択での応用 |
| | 所属 | 明治学院大学 | 早稲田大学商学学術院 | 慶應義塾大学大学院 | 中央大学 | | ビデオリサーチ |
| | 氏名 | 斎藤 嘉一 | 石田 大典 | 西本 章宏 | 松下 光司 | | 河原 達也 |
| | 所属 | コープさっぽろ | | | | | |
| | 氏名 | 星野 浩美 | | | | | |
| | 所属 | マクロミル | | | | | |
| | 氏名 | 宇田 聰 | | | | | |
| | 所属 | 学習院マネジメントスクール | | | | | |
| | 氏名 | 山中 寛子 | | | | | |
| | 所属 | ジョージア州立大学大学院 | | | | | |
| | 氏名 | 魏 時雨 | | | | | |
| | 所属 | レイヤーズ・コンサルティング | | | | | |
| | 氏名 | 林 元杰 | | | | | |
| | 論文タイトル | | | | | | 「消費者の視点からみた共同広告の効果」 |
| | 所属 | | | | | | 早稲田大学 |
| | 氏名 | | | | | | 橋田 洋一郎 |