

『商品研究』掲載一覧（62巻～64巻）

巻号	刊行日	種別	著者名	タイトル
64—3・4	2024年3月29日	論文	松原 優	ブランド・コミュニティ・アイデンティフィケーションの維持と将来の結果要因への影響 —3辞典縦断調査を用いての検証—
		論文	涌田 龍治	スポーツ・マーケティングのジレンマ —日本のプロサッカーと損害保険の収益性と顧客維持率の関係に関する分析—
		研究ノート	長崎 秀俊	商品パッケージに記載した販売促進情報はパッケージの再認を阻害するのか？
64—1・2	2023年3月20日	論文	福田 怜生	製品使用状況に関する物語が認知的製品態度に及ぼす影響 —製品機能に関する訴求力と消費者の製品関与に着目した検討—
		研究ノート	宮本 文幸	消費者による製品の擬人化認識方略 —化粧品容器の外観デザインに対する実証研究—
63—3・4	2021年12月25日	論文	涌田 龍治	ロイヤルティと収益性の関係性に関する文献レビュー
		論文	麻里 久	企業公式ソーシャルメディアアカウントのアイデンティティ形成
		研究ノート	宮本 文幸	イメージ・モチーフの適用に関する実証研究 —化粧品パッケージから飲料・家電品への適用可能性の検討
63—1・2	2021年3月25日	論文	鍛冶 博之	ランドマーク商品概念の定義と認定条件
		論文	加藤 亜紀美 日高 優一郎	強い拡張自己を創り出す他者との関係性 —西日本豪雨災害によるモノの非自発的喪失から考える
		研究ノート	宮本 文幸	イメージ・モチーフの特性解明に関する実証研究 —化粧品パッケージでの実験と検証—

巻号	刊行日	種別	著者名	タイトル
62-3・4 特集 希望の共有	2020年5月20日	論文	関 義雄	人口減少社会の視点からみた日本の林業の将来に対する考察
		論文	神原 理	社会的消費と幸福 —持続可能な社会に向けた希望の共有
		論文	天野 了一	商品と企業家精神の共鳴から生まれる「希望の共有」 —わが国の電気自動車ユーザーとコミュニティからの考察
		論文	亀井 克之	気仙沼オйкаワデニムの商品開発 —日本の新しい希望—
		講演録	中村 尚史	希望の共有と企業活動 —セーレンと小野食品を中心として—
62-1・2	2019年9月30日	論文	水越 康介 麻里 久	ソーシャルメディアにおける企業アカウント間のインタラクション
		論文	富田 健司	退職従業員が独立・開業した企業となぜ強調するのか —広告Web制作業界におけるベンチャー企業のケース—
		研究ノート	宮本 文幸	化粧品パッケージの消費者効果 —イメージ・モチーフが備えるべき特性の考察