

## 成果の説明書

(氏名) 三富悠紀	(学部) 経済学部
1 重要事項	
【研究関連】	
・消費者が期間限定商品の販売終了までの残り時間において、時間圧力(タイムプレッシャー)が、期間限定商品における消費者の購買意向に与える影響についての研究について、以下の成果が挙げられている。	
(A) 論文	
1. Mitomi, Y. (2018). Consideration of time pressure in the limited time edition products. Annals of Business Administrative Science, 17(6), 251-261. 2018年12月	
(B) 研究結果の報告	
1. 『「期間限定」が商品評価に与える影響』 日本マーケティング・サイエンス学会第103回研究大会 2018年6月2日	
2. 『「残り時間」が購買意向に与える影響について』 日本プロモーション・マーケティング学会平成30年度研究助成論文報告会 2019年2月18日	
(C) 研究費	
1. 日本プロモーション・マーケティング学会平成30年度研究助成	
(D) 共同研究	
共同研究として、近年世界各地から注目され、輸出量が拡大しているジャパニーズ・ウイスキーを対象として、日本のウイスキー・メーカーにおける①ジャパニーズ・ウイスキーの国際輸出戦略、②ジャパニーズ・ウイスキーにおけるブランド認識の2点について2018年度より研究を開始。現在、計4社に対してインタビュー調査ないしは、アンケート調査を実施している。	
【教育関連】	
・本年度より前期に「マーケティング入門」、「流通論」。後期には、「マーケティング」、「基礎演習」、「マーケティング入門(1年生限定)」の講義を担当した。前期の「マーケティング入門」の講義が履修人数過多のため、1年生のみを対象とした「マーケティング入門(1年生限定)」の講義を後期に開校した。	
【社会における活動】	
・出前授業(2018年7月2日ビエント高崎)	
・オープンキャンパスにおける模擬講義(2018年8月5日)	
・ラジオゼミナール(2018年6月29日、7月6日)	
2 その他の事項	
3 次年度以降の計画・抱負	
【教育面】	

平成 31 年度(令和元年度)から本格的な演習が始まるに当たり、受講生に対して、如何にして統計ツールを使い、マーケティング・データを分析していくかを実戦形式の形で行っていきたい。実戦形式の方法は、経営科学系研究部会連合協議会主催のデータ解析コンペティションへの参加である。

**【研究関連】**

引き続き、(1)期間限定商品における販売終了までの残り時間が、消費者の行動に与える影響についての研究と(2)ジャパニーズ・ウイスキーの国際戦略に関する共同研究の2つに着手し、研究成果の学会報告、論文投稿を行う。