

2026年度（第60次）研究助成 指定課題

1. 消費者との効果的なコミュニケーションを行う方法に関する研究

メディア環境が多様化する中、消費者との効果的なコミュニケーションを行う方法について、広告主、広告会社、メディア企業などそれぞれで模索が続けられています。このような中、どのような方法論に有効性が認められるのか。コミュニケーション効果の新たな指標・測定を含め、今の時代に相応しい消費者コミュニケーションに関する理論的・実証的研究を期待します。

2. 広告・コミュニケーション研究やマーケティング研究の新たな方法論の開発 につなげる他領域における関連研究

広告・コミュニケーション研究やマーケティング研究は、今の時代に相応しい新たな知見・新たな方法論を求めています。マーケティングの専門家に限らず、心理学、社会学、インフォメーション・テクノロジーなど様々な分野の研究者による、コミュニケーションやマーケティングに関連する研究を期待します。

3. 心と身体に関するマーケティング研究

クオリティ・オブ・ライフの向上や健康寿命の延伸を追求する意識の高まりを背景にヘルスケア産業がかつてなく活発化しています。デジタル技術を活用したヘルスケアの取組みが市場拡大を後押しする一方で、心や感情に向かい合うケア産業はAIの代替が最後まで難しい領域ともいわれます。人間が持つ身体性や心にアプローチするマーケティング研究を医療、介護、健康、スポーツ、美容、生活など幅広い分野から期待します。