

2021年度研究助成対象者決まる

2021年度(第55次)助成対象者を、2月の選考委員会を経て3月下旬の理事会において別表のとおり決定しました。

本事業は、大学に所属する常勤研究者および博士後期課程在籍者を対象に“広告・広報・メディアを中心とするマーケティングおよびコミュニケーション”分野の研究を公募し、優れた研究を支援するものです。

今年度は、応募総数40件(常勤研究者26件、大学院生14件)の中から14件(常勤研究者8件、大学院生6件)が選ばれました。このうち、2年間にわたる継続研究は8件(常勤研究者6件、大学院生2件)で、指定課題は11件(常勤研究者8件、大学院生3件)です。

なお、2021年度助成金額は昨年度からの継続研究分(4件)を含め、約25,510千円となります。

2021年度(第55次)助成対象者一覧

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
- 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がる他領域における関連研究
- ③パンデミックがもたらしたインパクトに関する研究

常勤研究者の部

代表者氏名	代表者現職	研究テーマ
【指定課題③】 永井 暁行 他1名	金沢星稜大学 教養教育学部准教授	“ウィズコロナ・ポストコロナ時代”の友人関係におけるソーシャルメディアの機能
【指定課題③】 広田 すみれ 他1名	東京都市大学 メディア情報学部教授	演劇等の配信コミュニケーションでの参加型の場の作り方と視聴者の認知や関係性の分析
【継続研究】【指定課題①】 須賀 万智	東京慈恵会医科大学 医学部医学科教授	健康無関心層に対するヘルスコミュニケーション戦略に関する実証的研究
【継続研究】【指定課題①】 田頭 拓己 他3名	一橋大学大学院 経営管理研究科専任講師	ソーシャルメディアにおける炎上、購買行動と企業対応に関する理論・実証的研究
【継続研究】【指定課題②】 小濱 朋子 他1名	静岡文化芸術大学 デザイン学部教授	商品の「見つけにくさ」を可視化する売り場デザインの研究～視覚特性に着目して～
【継続研究】【指定課題③】 勝又 壮太郎 他1名	大阪大学大学院 経済学研究科准教授	危機がもたらす市場の変容とレジリエンス
【継続研究】【指定課題③】 鎌田 裕美 他1名	一橋大学大学院 商学研究科准教授	With コロナ時代の観光地と住民のコミュニケーション～住民の地域アイデンティティと態度の観点から～
【継続研究】【指定課題③】 関谷 直也 他2名	東京大学大学院情報学環 総合防災情報研究センター准教授	コロナ禍の社会心理～マーケティング・コミュニケーションのためのリスク・差別・インフォデミック等の分析～

大学院生の部

大伴 宗弘	一橋大学大学院経営管理研究科 博士後期課程	消費国効果 (Country of Reputation) ～日米における相手志向と製品志向の比較～
彭 永成	京都大学大学院教育学研究科 博士後期課程	ブライダル広告にみる結婚イメージの多様化～結婚情報誌『ゼクシィ』と公式サイト「ゼクシィ.net」の比較メディア論～
【指定課題②】 石橋 敬介	筑波大学大学院ビジネス科学研究科 博士後期課程	Web調査による計画・非計画購買率の推定精度の改良
【指定課題②】 宮下 佳子	筑波大学大学院ビジネス科学研究科 博士後期課程	食品ロス削減に資するマーケティング・コミュニケーション
【継続研究】 高田 紘佑	ケルン体育大学大学院スポーツエレクトニクス・マネジメント研究科博士後期課程	スポーツ観戦を活用した訪日マーケティングに関する研究～Authenticな旅行経験に着目して～
【継続研究】【指定課題③】 石井 悠紀子	東京大学大学院教育学研究科 博士後期課程	広告中における涙が消費者の商品態度及び潜在意識に与える影響～他者が涙を流した場合と自己が涙を流した場合に着目して～

選考総評

選考委員	総評
選考委員長 亀井 昭宏 早稲田大学名誉教授	新型コロナウイルス禍という事態に対応する興味ある研究テーマでの申請が複数あり、研究成果に大きな期待を抱かせるものが少なくなく、また大半の申請の研究成果が充実していたこともあって、今年度の選考作業は大変悩んだというのが正直な感想である。研究計画の中で詳細に言及することは難しいと思うが、研究を進めるにあたっては、内外の先行研究の成果を十分に踏まえ、取り組んでいただけることを期待している。新しい知見や、産業界等にも貢献が期待できる有意義な示唆をぜひ提示していただきたいと思う。 Web 講義への対応と準備に多くの時間を割かなければならない状況下で研究時間を確保されることは大変だろうと拝する。しかし、貴重な研究資金を有意義かつ効率的に活用して内外に誇れる研究成果が提出されることを心待ちにしている。
選考副委員長 仁科 貞文 青山学院大学名誉教授	指定課題③「パンデミックがもたらしたインパクトに関する研究」に多数の応募があったほか（常勤9件、院生2件）、「外出自粛と人恋しさ」「オンライン授業と友人関係」「情報の曖昧さとデマ」「危機とレジリエンス」「リスク・差別・インフォデミック」「観光移動の変化」「無観客動画配信」「ヘルスコミュニケーション」などのテーマも見受けられ、感染症が多様な面で生活行動やコミュニケーションに影響したことがわかる。感染流行の予想外の長期化が研究の運営に支障が出ないことを願っている。
青木 貞茂 法政大学教授	コロナ感染流行という状況下で、広告・PRコミュニケーション、マーケティング、ブランディングの社会的な役割は、よりいっそう重要になっている。現在のような大変な状況であればあるほど、科学的でアカデミックな基礎的研究が大切であると思う。そういう意味で例年以上に申請に期待したところ、上記の社会課題の解決に貢献できる理論・実証両面に優れた研究申請があった。
阿久津 聡 一橋大学大学院教授	本年度はコロナ禍での募集だったので、申請者にとっては例年とは異なる状況での応募であったろう。コロナ禍に特徴づけられた現象を研究題材にしたものも複数あった。データ収集の方法が限定されたことで、苦労された申請者もおられたかもしれない。そうした中、全体を通して準備状況がよい計画書が思ったより多かったように感じた。ぜひその勢いで研究を続け、しっかりと成果を出していただければと思う。
井上 哲浩 慶應義塾大学大学院教授	「理論」の目的について再考しつつ、選考を行った。現象の説明と予測が可能となるべく系統化された構造を通じて科学的理解を増加させる、と「理論」の目的を捉えてきた。系統化された構造としての理論枠組みに基づくこと、現象の記述や現象を捉える道具といった操作的概念ではなく、説明と予測を可能とさせる理論的概念の重要性、Distinct Subject Matter の存在、といった点について確認できた選考となった。
岸 志津江 東京経済大学教授	コロナウイルスに翻弄された1年だったが、この現象に関わる報道や広告・広報の実態、生活者の心理と行動変容など、今把握しておくべき重要な問題が研究テーマとして提起され、当財団による研究助成の社会的意義も再認識された。常勤研究者・大学院生ともに、十分な研究の蓄積を踏まえた研究計画がある一方で、理解不十分と思われる形で安易にさまざまな理論や手法を挙げている計画書も見受けられた。
里村 卓也 慶應義塾大学教授	常勤研究者の部では、指定課題であるパンデミックがもたらしたインパクトに関する研究テーマの申請が多かった。この指定課題への申請に関しては、研究のテーマとアプローチが多方面にわたっており、多くの研究領域からの関心の高さを示すものであった。大学院生の部では研究計画がしっかりしているものが多く、またユニークで新しい切り口の研究もあった。これらの研究から独創的でインパクトのある成果が得られることを期待したい。
澁谷 覚 学習院大学教授	今年の傾向として、当然のことながら、コロナ禍におけるさまざまな変化や今後の対応に着目した研究提案が多かった。コロナ関連の研究はおそらく今年しかできないから、早急に取りかかる必要があるが、やや粗い研究提案も見られたように思う。常勤研究者の部には興味深い研究提案も幾つか見られた。これに対して個人的印象として、大学院生の応募研究には、ぜひこれに取り組んでほしいと強く思える提案があまり見られなかったように感じた。
嶋村 和恵 早稲田大学教授	新型コロナウイルスは研究にも影響を与えている。指定課題の③が常勤研究者の応募件数の約3分の1を占めていることでもわかる。対面によるインタビューや出張という手段が簡単には使えない中で、応募者が苦労をし、工夫を凝らしていることも読み取れる。数年前は、ソーシャル・メディアやブランドをテーマに似通った研究内容の申請を多く見かけたが、研究テーマに広がりが出て、オリジナリティの高い研究が生まれてくる機運を感じる。
清水 聡 慶應義塾大学教授	常勤研究者・大学院生とも、レベルの高い研究や興味深い研究テーマが幾つか見られた半面、研究の意義が認められないものや、研究計画がしっかり立てられていない申請も散見された。大学院生の部では、全体の中での位置付けが明らかでない中で、自らの興味本位で些末な部分の研究テーマを追いかけているものも多くあり、その辺りを指導するもの財団として必要ではないかと考えさせられた。
田中 洋 中央大学教授	本年も、多数の応募があったのは喜ばしい。感想を1点だけ述べたい。それは方法論の検討である。インタビューとアンケート実施でデータ収集を済ませるという提案が少なくなかった。より成果を期待するならば、私としては実験的な手法を勧めたい。人工的な実験もあれば、自然な状態における実験もある。歴史学ですら実験的な手法がある。ぜひ大胆な実験の試みに期待したい。
疋田 聡 東洋大学名誉教授	新聞の囲碁将棋欄の観戦記を読んでいると、対戦している棋士たちはそれほど冷静に手を読んでいるわけではないらしい。時間に追われている終盤では「そうだろう」と想像できるが、必ずしも勝負どころでないときでも間違えてしまうことがあるようだ。当人が劣勢と思いついていても、第三者の立場から見ると、むしろ優勢ということもよくあるらしい。岡目八目。研究でも、他者から指摘されて気づき、修正できることがある。「第三者の目で吟味してみる」を心がけたいと思う。
南 知恵子 神戸大学大学院教授	本年度申請において、指定課題③の「パンデミックがもたらしたインパクトに関する研究」が多かったことが印象に残る。未曾有の現象のインパクトの検証は後年まで待たねばならないが、従来のコミュニケーション研究動向との関連も踏まえ、新しい知見が生まれることを期待する。ほかに研究手法や内容における新規性の訴求も多々あったが、研究結果のインパクトやインプリケーションも強調すべきである。

第33回理事会をオンラインで開催しました

当財団の「第33回理事会」を3月23日、電通銀座ビルにおいてオンライン会議として開催しました。

議案は、「2021年度事業計画および予算に関する件」「選考委員任期満了に伴う選任の件」「内部統制委員任期満了に伴う選任の件」「出版助成の件」「株式会社電通グループ株主総会にお

ける議決権行使の件」「第12回評議員会招集の件」の6件で、いずれも原案どおり可決されました。

また、「資産運用について」「第7回内部統制委員会開催について」「新型コロナウイルス感染症への対応について」の報告も行われました。

2021年度予算の概要 (収支予算書)

2021年4月1日から2022年3月31日まで 単位：円

I 一般正味財産増減の部

1. 経常増減の部

(1) 経常収益	
基本財産運用益	266,302,000
特定資産運用益	166,075,000
受取寄付金振替額	67,718,000
商品売上	1,370,000
雑収益	456,000
経常収益計	501,921,000
(2) 経常費用	
事業費	566,427,000
管理費	89,547,000
経常費用計	655,974,000
当期経常増減額	△ 154,053,000

2. 経常外増減の部

(1) 経常外収益	0
(2) 経常外費用	0
当期経常外増減額	0

他会計振替前当期一般正味財産増減額	0
他会計振替額	0
当期一般正味財産増減額	△ 154,053,000
一般正味財産期首残高	2,289,772,563
一般正味財産期末残高	2,135,719,563

II 指定正味財産増減の部

基本財産運用益	245,881,000
特定資産運用益	166,075,000
一般正味財産への振替額	△ 479,674,000
当期指定正味財産増減額	△ 67,718,000
指定正味財産期首残高	21,088,508,951
指定正味財産期末残高	21,020,790,951

III 正味財産期末残高 23,156,510,514

Editor's Note

徒歩帰宅訓練として、長めの区間を時折歩く。道すがら、よさげな店を見つけては覗いていたが、状況は変わった。代わりに、街や自然の匂いを感じるが多くなった。少し進むとまた変わる。歩いても歩いても、腹具合と腹回りのほうは変わらない。(傾)

電話に代わってオンラインの打ち合わせが増えました。自宅でリラックスした雰囲気に参加したり、最近ではペットOKの会議もあるそうです。かつてリモート会議は雑談に困る、という意見もありましたが、楽しむためのさまざまな工夫がありそうです。(葡萄)

ワークマンでは100年続くために属人性に頼らないデータ経営を行っているといいます。その姿は、広く長期的な視野に立って、普遍的な知見を得ようとする研究者と重なります。「事実をより所とする検証こそが未来に展望を与える」に深く共感しました。(ひろた)

AD STUDIES 2021年7月25日号 通巻76号
公益財団法人 吉田秀雄記念事業財団
〒104-0061
東京都中央区銀座7-4-17 電通銀座ビル
TEL : 03-3575-1384 FAX : 03-5568-4528
URL : <http://www.yhmf.jp>

発行人 岩下 幹
編集長 布施博嗣
編集部 岩本紀子、沓掛涼香
編集協力 プレジデント社
表紙デザイン 八木義博+藤田将史、中谷晴子(Creative Power Unit)
撮影 片村文人

本文デザイン 南 剛(中曽根デザイン)
校正 株式会社ヴェリタ
印刷・製本 大日本印刷株式会社

©公益財団法人 吉田秀雄記念事業財団
掲載記事・写真の無断転載を禁じます。