

## 平成29年度研究助成応募状況

平成29年度(第51次)研究助成は、1月10日(火)に募集を締め切ったところ31件の応募がありました。応募の内訳は下表のとおりです。

本事業は、“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”分野の研究を支援するもので、大学に所属する常勤研究者および博士後期課程在籍者に助成金を給付するほか、助成対象者が参加できるオムニバス形式の消費者標本調査を実施しています。また、提出された研究成果は審査のうえ、優秀な研究に「助成研究吉田秀雄賞」を授与しています。

自由課題と指定課題を募集し、今年度は以下3点の指

定課題を設定しました。

- 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) 海外におけるインバウンド・コミュニケーションやマーケティングに関する研究

平成29年度の助成対象研究は、選考委員会を経て3月の理事会において決定されます。結果の発表は4月上旬、応募者宛てに直接通知します。

### 応募数(前年度比)

応募総数	部門	応募数	助成期間別件数	課題別件数
31件 (-10件)	常勤研究者の部	26件 (-1件)	単年研究 9件	自由課題 7件
				指定課題 2件
			継続研究 17件	自由課題 9件
				指定課題 8件
	大学院生の部	5件 (-9件)	単年研究 4件	自由課題 3件
			指定課題 1件	
		継続研究 1件	自由課題 1件	
			指定課題 0件	

### 指定課題の内訳

応募総数	部門	件数	指定課題別件数
11件	常勤研究者の部	10件	指定課題① 1件
			指定課題② 6件
			指定課題③ 3件
	大学院生の部	1件	指定課題① 1件
			指定課題② 0件
			指定課題③ 0件

※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 海外におけるインバウンド・コミュニケーションやマーケティングに関する研究

## 編集後記

**本** 誌の編集長を担当するのは今号で最後になります。編集を通じて、広告、マーケティング、コミュニケーションの分野の面白さや奥深さを改めて感じることができました。これまで本誌にご登場いただいた方々に、心より感謝申し上げます。(馬)

**本** 誌では初めて、観光研究を取り上げました。今回、お寄せいただいたこの分野の課題と展望に関するご意見は、マーケティング研究にも大いに示唆を与えるものでした。分野を超えた知恵の結び付きに期待します。(葡萄)

**光** を観ると書く観光。旅がかつて、いかに貴重で特別なものであったかに思い至ります。旅がまだ困難に満ちていた時代にあっ、何がしかをつかみ取ろうとする意気込みさえ伝わってくるようです。訪日観光客に私たちはどのように応えられるでしょうか。(ひろた)