

1. 職名・氏名 助教・石井隆太

2. 学位 学位 修士、専門分野 商学、授与機関 慶應義塾大学、授与年月 2017年3月

## 3. 教育活動

<b>(1)講義・演習・実験・実習</b>	
①担当科目名（単位数）	主たる配当年次等 国際マーケティング論（2単位）3年次
②内容・ねらい（自由記述）	・国際マーケティング論における理論やモデルを学ぶことによって、海外に進出する企業の経営行動やマーケティング戦略について理解する力を身に付ける。
③講義・演習・実験・実習運営上の工夫（自由記述）	・身近な具体例（特に、日本に進出している海外企業や海外ブランドの例）を挙げながら説明することによって、受講者の理解を促進するようにした。 ・毎回、復習テストを行うことによって、受講者の理解定着を図った。 ・ITツールを用いて、受講者とインタラクションを取り、学生の理解度を確認しながら講義を進めた。
①担当科目名（単位数）	主たる配当年次等 消費者行動論（2単位）2年次
②内容・ねらい（自由記述）	・誰にとっても身近な消費者の行動を取り上げて、その心理メカニズムを探るための概念や理論（法則・仮説・モデル）を学ぶ。また、消費者にとって有効なマーケティング戦略について検討する。
③講義・演習・実験・実習運営上の工夫（自由記述）	・身近な具体例（特に、洋服、家電、化粧品、飲食サービスのような、学生にとって関心の高い商品の例）を挙げながら説明することによって、受講者の理解を促進するようにした。 ・毎回、復習テストを行うことによって、受講者の理解定着を図った。 ・ITツールを用いて、受講者とインタラクションを取り、学生の理解度を確認しながら講義を進めた。
①担当科目名（単位数）	主たる配当年次等 演習Ⅰ（4単位）3年
②内容・ねらい（自由記述）	・マーケティングに関する実証研究への取り組みを通じて、課題解決力、分析力、プレゼン力、社会力のような力を身に付ける。
③講義・演習・実験・実習運営上の工夫（自由記述）	・教科書や論文の輪読を通じてマーケティングに関する基礎を固めるだけでなく、グループ研究を行って能動的に問題を解決する力を身に付けられるようにした。
①担当科目名（単位数）	主たる配当年次等 外書講読Ⅰ（2単位）2年
②内容・ねらい（自由記述）	・マーケティングに関する書籍の輪読と、グループでのプレゼン発表を行うことによって、マーケティング現象を理解する力を身に付ける。

③講義・演習・実験・実習運営上の工夫（自由記述） ・受講者での輪読だけではなく、グループで自主調査を行ってもらうことによって、基礎知識を身に付けると共に、それを自ら応用する力を身に付けられるようにした。
(2)非常勤講師担当科目 なし
(3)その他の教育活動 内容 慶應義塾大学 通信教育課程 経済学部「商業学」科目担当員

#### 4. 研究業績

(1)研究業績の公表
①論文 (タイトル、共著者の有無（共著の場合は主たる担当箇所について）、掲載雑誌名（号数）、掲載（受理）年月日）  “Conflict Management in Dual Distribution Channel Systems: The Moderating Role of Learning Capabilities,” <i>Journal of Asia Business Studies</i> , forthcoming. 「海外市場におけるマルチ・チャンネル流通戦略」（単著），『マーケティングジャーナル』，第38巻，第3号，pp. 86-94.（2019年1月） 「制御焦点がチャンネル選択・推奨に及ぼす影響——マルチ・チャンネルショッパー行動の分析——」（共著），『マーケティングジャーナル』，第38巻，第2号，pp. 52-67.（2018年9月） 「マーケティング・チャンネルにおける対立に関する研究：再検討」（単著），『JSMD レビュー』，第2巻，第1号，pp. 29-38.（2018年4月） “Investigating the Choice of Dual Channels in International Markets: A Resource-Based Approach,” <i>OCCASIONAL PAPER SERIES</i> (Keio University), GSBC No.18-03, pp. 1-19.（2018年9月） 「グローバル・マーケティングと消費者の価値観：世界価値観調査の分析から（後篇）」（共著、マルチメディアに関する研究を担当），『三田商学研究』，第60巻，第3号，pp. 87-118.（2017年8月） 「グローバル・マーケティングと消費者の価値観：世界価値観調査の分析から（前篇）」（共著、マルチメディアに関する研究を担当），『三田商学研究』，第60巻，第2号，pp. 61-97.（2017年6月） 「デュアル・チャンネルの選択と管理」，修士学位請求論文（慶應義塾大学大学院商学研究科）.（2017年3月）
②著書 (タイトル、共著者の有無（共著の場合は主たる担当箇所または担当ページ）、出版年、出版社名）
③学会報告等 (タイトル、報告学会（大会）名（開催年月日）、共同報告者の有無（共同報告の場合は主たる担当箇所）)  <b>国内学会</b> 「消費者の買物行動におけるオンラインチャンネルの利用意図：制御焦点理論による考察」（共著、主に分析を担当），日本商業学会関東部会報告会，於 上智大学.（2019年4月19日） 「国際市場におけるマーケティング・チャンネルの選択問題：デュアル・チャンネル選択要因の探究」（単著），日本商業学会第68回全国研究大会，於 日本大学.（2018年5月25日） 「マーケティング・チャンネルコンフリクトの管理：デュアル・チャンネル採用企業に着目して」

(単著), 日本商業学会第 67 回全国研究大会, 於 兵庫県立大学. (2017 年 5 月 26 日)  
「デュアル・チャネルにおけるコンフリクトと事前知識の役割」(単著), 日本商業学会関東部  
会報告会, 於 法政大学. (2017 年 4 月 15 日)

### 国際学会

“Individual Differences in Multichannel Shoppers' Preferences for Certain Types of Stores,” (共著) European Marketing Academy, 2019 Regional Conference at Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia. (26 September 2019)

“Online versus Offline Channel Choice: Consumers Regulatory Focus as a Moderator,” (共著) Yonsei University Center for Digital Society, The 2 nd International Symposium at Doshisha University, Kyoto, Japan. (12 July 2019)

“Effects of Perceived Channel Characteristics on Store Preference and Recommendation: The Moderating Role of Regulatory Focus,” (共著) Marketing Trends Association, 2018 International Marketing Trends Conference at ESCP Europe, Paris, France. (19 January 2019)

“International Market Entry: An Analysis of the Choice of Dual Export Channels,” (単著) Global Alliance of Marketing and Management Associations, 2018 Doctoral Colloquium at Hotel New Otani Tokyo, Tokyo, Japan. (26 July 2018)

“Examining Antecedents of Dual Distribution Channels: A Resource-Based Perspective,” (単著) American Marketing Association, 2018 Winter Academic Conference at Sheraton New Orleans Hotel, New Orleans, Louisiana, United States of America. (23 February 2018)

“Why Do Firms Use Dual Channel Systems?” (単著) Marketing Trends Association, 2018 International Marketing Trends Conference at ESCP Europe, Paris, France. (19 January 2018)

“Which Do Multichannel Shoppers Choose and Recommend: Online or Offline Stores?” (共著) Korean Scholars of Marketing Science, 2017 International Conference at Hyehwa Hall, Dongguk University, Seoul, Republic of Korea. (11 November 2017) ※KSMS Best Conference Paper Award, Premier Award 受賞

“Dual Channels of Distribution in the Fashion Industry,” (単著) Global Alliance of Marketing and Management Associations, 2017 Doctoral Colloquium at University of Vienna, Vienna, Austria. (6 July 2017)

#### ④その他の公表実績

「大規模な販路拡大による企業価値の創造 —米国・独国・中国におけるイベントスタディからの知見—」(抄訳), 『マーケティング・ジャーナル』, 第 38 巻, 第 1 号, pp. 108-119. (2018 年 6 月) 原著: Homburg, C., Vollmayr, J., & Hahn, A. (2014), "Firm Value Creation Through Major Channel Expansions: Evidence from an Event Study in the United States, Germany, and China," *Journal of Marketing*, Vol. 78, No. 3, pp. 38-61.

### (2)学会活動等

学会でのコメンテーター、司会活動 (担当報告名、担当学会 (大会) 名 (開催年月日))

学会での役職など (学会名)

学会・分科会の開催運営 (担当学会 (大会) 名 (開催年月日)、開催場所)

### (3)研究会活動等

①その他の研究活動参加 (参加研究会名、調査活動名 (期間))

- ・新制度派研究会 (2017 年 9 月～)
- ・チャネル研究会 (2018 年 9 月～)

②その活動による成果

- ・最新の流通チャネル研究の動向や、最新の統計的分析技法について、いち早く把握し、自身の研究を高質化することができた。

(4)外部資金・競争的資金獲得実績
科研費 ・2019～2021年度 科学研究費補助金 [基盤研究(B)] ・研究課題：マーケティング・チャンネルの硬直性：機敏なチャンネル転換を阻む原因の探求 (課題番号：19H01543) ・研究代表者：結城祥先生 (中央大学) ・2017～2018年度 科学研究費補助金 [特別研究員奨励費] ・研究課題：デュアル・チャンネルの選択と成果 (課題番号：17J03156) ・研究代表者：石井隆太
(5)特許出願
なし

## 5. 地域・社会貢献

(1)学外団体
①国・地方公共団体等の委員会・審議会 (それぞれの名称、業務内容、担当期間)
②国・地方公共団体等の調査受託等 (それぞれの名称、業務内容、活動期間)
③(公益性の強い) NPO・NGO 法人への参加 (それぞれの名称と活動内容、活動期間)
④(兼業規程で業務と見なされる範囲内での) 企業等での活動 (企業名、活動内容、活動期間)
⑤大学間あるいは大学と他の公共性の強い団体との共催事業等 (事業名称及び主催・共催者名、活動内容、活動期間)
⑥その他 (名称、活動場所、活動期間)
(2)大学が主体となっている地域貢献活動等
①公開講座・オープンカレッジの開講 (タイトル名、開催場所、開催日時)
②社会人・高校生向けの講座 (タイトル名、開催場所、開催日時)
③その他 (名称、活動場所、活動期間)
(3)その他 (個人の資格で参加している社会活動等) (活動内容、主たる活動場所、活動期間) 中小企業の販路開拓に関する研究プロジェクト、2019年4月～

## 6. 大学の管理・運営

(1)役職 (副学長、部局長、学科長) (職名、期間)
(2)委員会・チーム活動 (名称、期間) ・オープンキャンパス委員会 (2019年4月～) ・履修モデル検討WG (2019年4月～)
(3)学内行事への参加 (行事名、参加日時) ・新入生交流オリエンテーション参加 (2019年4月) ・オープンキャンパス運営 (2019年8月)

(4)その他、自発的活動など

(活動名、活動内容、活動期間)

- ・江陵原州大学との交流研究会 (2019年12月)
- ・経済学部有志によるインターゼミナールコンテスト (2019年12月)