

『慶應マーケティング論究』  
第21巻増補版 (Spring, 2026)

## 目次

巻頭言 .....	iii
増補版刊行に際して .....	v
目次 .....	vii
長谷川萌々子「食器の色（暗い／明るい）は食品の味（濃い／薄い）に関する消費者の知覚に影響を 与えるのか」.....	1
伊東大志「社会的上位比較が消費者の広告選好に与える影響——下位者の知覚達成可能性を考慮 した再吟味——」.....	39
加藤瑞樹「小売企業は Hi-Lo 戦略と EDLP 戦略の何れの価格戦略を採るべきか？——便益焦点 に基づく再吟味——」.....	71
今野息吹「苦い失恋の結果として消費者は苦い食品もしくは甘い食品のどちらを選ぶのか」.....	121
國吉慶祐「甘口評価と辛口評価のメタファー——ポップコーンの味の違いによって映画評価は変 わるのか——」.....	139
中越茉莉「生活者が演じる社会的役割の変容がブランド拡張に対する態度に与える影響——役割 変容の大きさと役割変容に対する感情価に着目して——」.....	159
臼井 空「シーズナル・プロモーション中のシーズナル商品の最適棚配置とは？——日本語を話す 消費者の時間観および視覚的プロモーションの書字方向に着目した再検討——」.....	181
山田万由子「男性は本当にサプライズ商品を買わないのか？」.....	251
2023年度 三田祭論文プロジェクト・チーム「甘い恋という概念メタファーが甘い食べ物の摂取意 向に及ぼす影響——恋愛刺激の量に着目して——」.....	273

今野息吹・國吉慶祐・山田万由子・加藤瑞樹・長谷川萌々子・中越栞莉・臼井 空・伊東大志・小野晃典先生 “Do Consumers Prefer Sweet or Bitter Foods after Watching a Sweet Drama?” (KSMS Korean Scholars of Marketing Science 2023 にて学会発表) ……………	333
加藤瑞樹 「小売企業は Hi-Lo 戦略と EDLP 戦略の何れの価格戦略を採るべきか? ——便益焦点に基づく再吟味——」(『市場創造研究』(第 14 卷) 掲載論文) ……………	335
加藤瑞樹 「モノクロのパッケージデザインはカラーよりむしろ好ましい? ——視覚的特徴の複雑性がピュリティの知覚水準に与える影響——」(『日本マーケティング学会 U24 オーラルセッション』投稿論文)……………	349
國吉慶祐 「甘口評価と辛口評価のメタファー ——ポップコーンの味の違いによって映画評価は変わるのか——」(『日本マーケティング学会 U24 オーラルセッション』投稿論文)……………	359
臼井 空 「シーズナル・プロモーション中のシーズナル商品の最適棚配置とは? ——日本語を話す消費者の時間観および視覚的プロモーションの書字方向に着目した再検討——」(『日本マーケティング学会 U24 オーラルセッション』投稿論文)……………	369
臼井 空・伊東大志・國吉慶祐 「あなたの街に! 桃谷順天カー」(2023 年度関西大学ビジネスプラン・コンペティション KUBIC 投稿プラン) ……………	379
今野息吹・中越栞莉 「百人一首レストラン」(2023 年度関西大学ビジネスプラン・コンペティション KUBIC 投稿プラン) ……………	381
加藤瑞樹・長谷川萌々子・山田万由子 「お米食べ比べ食堂～運命のお米、うんめえ～」(2023 年度関西大学ビジネスプラン・コンペティション KUBIC 投稿プラン)……………	383
長谷川萌々子・加藤瑞樹・山田万由子 「みんなで栄養 gotcha (ガッチャ) だぜ! ～学生の健康を考えた 大学生協学食ガチャ～」(2023 年度関西大学ビジネスプラン・コンペティション KUBIC 投稿プラン) ……………	385
長谷川萌々子・伊東大志・加藤瑞樹・今野息吹・國吉慶祐・中越栞莉・臼井 空・山田万由子 「復活のアサヒ」(2024 年度夏合宿ケース資料)……………	387