

竹内 淑恵 教授の略歴と主要研究業績

学歴

1978年3月	お茶の水女子大学家政学部食物学科	卒業	
1994年4月	筑波大学大学院修士課程	経営・政策科学研究科経営システム科学専攻	入学
1996年3月	筑波大学大学院修士課程	経営・政策科学研究科経営システム科学専攻	修了
1996年4月	筑波大学大学院博士課程	経営・政策科学研究科企業科学専攻	入学
1999年3月	筑波大学大学院博士課程	経営・政策科学研究科企業科学専攻	修了

学位

1996年3月	修士（経営学）（筑波大学）
1999年3月	博士（経営学）（筑波大学）

職歴

1978年4月	ライオン油脂株式会社（現・ライオン株式会社）入社
1978年4月	同社 研究開発本部家庭科学研究所（1983年4月まで）
1983年4月	同社 マーケティング本部広告制作部（2000年10月まで）
2000年10月	同社 ヘンケルライオンコスメティックス（株）出向（2001年6月まで）
2001年6月	ライオン株式会社退社
2001年7月	株式会社電通 EYE 入社（2003年3月まで）
1999年4月	筑波技術短期大学 非常勤講師（2000年8月まで）
1999年4月	学習院大学経済学部 非常勤講師（2000年9月まで）
1999年10月	東京理科大学工学部 非常勤講師（2001年3月まで）
1999年4月	法政大学経済学部 非常勤講師（2000年3月まで）
2000年1月	筑波大学大学院経営・政策科学研究科 非常勤講師（2000年3月まで）
2001年4月	法政大学経済学部 非常勤講師（2002年3月まで）
2002年4月	法政大学大学院社会科学部経営学専攻（現 経営学研究科）客員教員 A・経営学部講師兼務（2003年3月まで）
2003年4月	法政大学経営学部市場経営学科 教授（2025年3月まで）
2004年10月	東京都立大学社会科学部経営学専攻 非常勤講師（2005年3月まで）
2008年7月	英国国立ウェールズ大学経営大学院 MBA（日本語）遠隔教育プログラム 非常勤講師（2009年3月まで）
2009年6月	日経広告研究所客員研究員（～現在）
2011年1月	筑波大学ビジネス科学研究科 非常勤講師（2011年3月まで）
2020年6月	アルフレッサホールディングス株式会社社外取締役（～現在）

役職等

2004年10月	日本広告学会 関東部会運営委員（2007年9月まで）
2007年10月	日本広告学会 評議員（2013年9月まで）
2011年3月	公益社団法人 AC ジャパン 広告キャンペーン審査委員（2015年2月まで）

- 2011 年 4 月 公益社団法人日本マーケティング協会 日本マーケティング大賞 審査委員 (2013 年 3 月まで)
- 2015 年11月 内閣府消費者委員会・新開発食品調査部会 委員 (2024 年 3 月まで)
- 2015 年12月 消費者庁 「食品のインターネット販売における情報提供の在り方懇談会」 委員 (2016 年 11 月まで)
- 2016 年 1 月 消費者庁 「加工食品の原料原産地表示制度に関する検討会」 委員 (2016 年 11 月まで)
- 2019 年10月 日本広告学会 理事 (2025 年 9 月まで)
- 2020 年12月 消費者庁 「特定保健用食品制度 (疾病リスク低減表示) に関する検討会」 委員 (2021 年 3 月まで)
- 2022 年 7 月 公益財団法人流通経済研究所 令和 4 年度・5 年度・6 年度水産業復興販売加速化支援事業のうち福島県水産物安全安心発信事業 委員 (2025 年 3 月まで)
- 2024 年 5 月 独立行政法人大学改革支援・学位授与機構 大学機関別認証評価委員会専門委員 (2025 年 4 月まで)

学会活動

- ・日本マーケティング・サイエンス学会
- ・日本消費者行動研究学会
- ・日本商業学会
- ・日本広告学会
- ・日本マーケティング学会

学内委員等

- 2006 年 4 月 経営学部教授会プログラム主任 (2007 年 3 月まで)
- 2012 年 4 月 経営学研究科長・専攻主任 (2014 年 3 月まで)
- 2014 年 4 月 経営学部長 (2016 年 3 月まで) 2014 年 4 月 グローバルプログラム運営委員会委員 (2015 年 3 月まで)
- 2015 年 4 月 グローバルプログラム運営委員会 委員長 (2016 年 3 月まで)
- 2016 年 4 月 キャリアセンター長 (2018 年 3 月まで)
- 2016 年 4 月 グローバルオープン科目および ESOP 科目プロジェクト運営委員会委員長、グローバル教育センター会議委員、キャリア教育プログラム運営委員会委員 (2018 年 3 月まで)
- 2017 年 6 月 キャンパス再構築特設部会社会人学び直し検討チーム座長 (2019 年 3 月まで)
- 2018 年 4 月 点検評価企画委員会委員 (2019 年 3 月まで)
- 2021 年 4 月 大学評価委員会委員 (2023 年 3 月まで)
- 2021 年 4 月 教職員校友会監査役 (2025 年 3 月まで)

研究業績一覧

著書

- 2000 年11月 『ブランド構築と広告戦略』「第 5 章 ブランド構築と広告効果測定」日経広告研究所, pp.147-171.

- 2006年 『現代のマーケティング戦略④ 消費者行動とコミュニケーション』「第6章 統合マーケティングコミュニケーション (IMC) 戦略」竹内淑恵・丸岡吉人, 有斐閣 pp.155-178.
- 2007年1月 『マーケティングの基礎と潮流』「第7章 コミュニケーション・デザイン」八千代出版 pp.137-159.
- 2007年1月 『マーケティングの基礎と潮流』「第11章 ブランド・マーケティング」八千代出版 pp.219-240.
- 2007年3月 『有機農産物の流通とマーケティング』『有機野菜選択の背後にある理由—価値構造の分析—」竹内淑恵、西尾チヅル, 農山漁村文化協会 pp.244-257.
- 2009年3月 『マーケティング・経営戦略の数理』「第6章 広告コミュニケーション効果の測定—広告想起と店頭配荷の販売への影響—」朝倉書店 pp.87-103.
- 2010年10月 「広告コミュニケーション効果—ホリスティック・アプローチによる実証分析」千倉書房.
- 2014年3月 『リレーションシップのマネジメント』竹内淑恵編著、溝本将洋、福永恭子、長坂朋代、堀田治、永江麻希子、渡邊ヒロ子、竹田淳子、清原康毅、田路則子、甲斐敦也、小南陽子、新倉貴士著、文眞堂.
- 2021年12月 「第12章 SNSのブランドページを研究する」田中洋・岸志津江・嶋村和恵編著『現代広告全書：デジタル時代への理論と実践』有斐閣、pp.224-239.

翻訳

- 2000年3月 「第3章 パッケージ商品産業の発展」バーバラ・E・カーン/レイ・マッカリスター著、小川孔輔・中村博監訳『グローサリー・レボリューション 米国パッケージ商品業界の経験』同文館、pp.19-29.
- 2002年9月 「第9章 カスタマー・エクイティのための組織」ロバート C. ブラッドバーク/ジャクリーン S. トーマス/ゲイリー ゲッツ著、小川孔輔・小野譲司監訳『顧客資産のマネジメント：カスタマー・エクイティの構築』ダイヤモンド社、pp.196-207.
- 2005年3月 「第9章 双方向的サービス経験のプロモーション」R. P. フィスク/S. J. グローブ/J. ジョン著、小川孔輔・戸谷圭子監訳『サービス・マーケティング入門』、法政大学出版局、pp.171-188.
- 2011年6月 「第13章 異文化間のマーケティング・コミュニケーション1: 広告」ジャン クロード ウズニエ/ジュリー アン リー著、小川孔輔・本間大一監訳『異文化適応のマーケティング』ピアソン桐原、pp.483-541.

論文他

- 1996年3月 「テレビ広告のクリエイティブ効果の分析」修士論文 (筑波大学)
- 1996年6月 「広告効果とブランド価値—消費財における TV 広告の機能と効果」(財) 吉田秀雄記念事業財団第29次研究助成報告書
- 1996年 「テレビ広告の質的内容の短期効果と累積効果」竹内淑恵・西尾チヅル『消費者行動研究』, Vol.4, No.1, pp.61-75.
- 1997年 「テレビ広告における広告イメージの累積効果の分析」竹内淑恵・西尾チヅル『マーケティング・サイエンス』, Vol.6, No.1, pp.1-15.

- 1998 年 「ブランド・エクイティと広告効果」 竹内淑恵・西尾チヅル『マーケティング・サイエンス』, Vol.6, No.2, pp.67-90.
- 1998 年 「テレビ広告における広告イメージの累積効果」日本行動計量学会第 26 回大会発表論文抄録集 pp.233-234.
- 1999 年 「テレビ広告のウェアアウトの形成過程とその影響」『マーケティング・サイエンス』, Vol.7, No.1・2, pp.21-39.
- 1999 年 3 月 「ブランド・エクイティ形成のための広告効果に関する研究」 博士論文（筑波大学）
- 2000 年 “The Qualitative Contents of Television Advertising and its Penetration: The Case in Japan” *Marketing Intelligence and Planning*, Vol.18, No.2, pp.78-86.
- 2004 年 4 月 「販売に対する広告認知と店頭配荷率の寄与ーお茶飲料のケース」 日経広告研究所報 38/ 2, pp.9-14.
- 2004 年 「ブランドの飽きによる再購買意図への影響」 渡辺仁美、竹内淑恵, 日本消費者行動研究学会第 28 回消費者行動研究コンファレンス pp.9-11.
- 2004 年 「短期的広告効果とブランド・パワーの分析」 広告科学 45, pp.15-30.
- 2004 年 「消費者のメンタル・プロセスを組み込んだ広告効果測定モデルとその実証分析」 日本広告学会第 35 回全国大会大会報告要旨集 pp.65-68.
- 2005 年 「広告認知と店頭配荷による販売への影響」 日消費者行動研究 11/ 1,2, pp.21-35.
- 2005 年 「消費者のメンタルプロセスを組み込んだ統合型広告効果測定モデルーサンプルによる分析事例ー」 イノベーション・マネジメント 2, 1-15
- 2005 年 「商品パッケージの情報処理に関する研究ー精緻化見込みモデルを応用した情報処理ルートの解明ー」 飯野薫、竹内淑恵, 日本消費者行動研究学会第 30 回消費者行動研究コンファレンス報告要旨集 pp.13-16.
- 2005 年 「推奨販売がプライベートブランド購買に与える影響ー大衆薬業界のケースー」 益川竜介、竹内淑恵, 日本消費者行動研究学会第 30 回消費者行動研究コンファレンス報告要旨集 pp.21-24.
- 2005 年 “Factors of Household Recycling and Waste Reduction Behavior” Chizuru Nishio, Toshie Takeuchi, *Asia-Pacific Advances in Consumer Research*, 6, pp.46-51.
- 2006 年 「大衆薬における下位ブランド購買への推奨販売の効果ー潜在成長曲線モデルの適応事例ー」 流通研究 9/ 1, pp.1-15.
- 2006 年 「消費者のエコロジー行動とコミュニケーションの方向性」 西尾チヅル、竹内淑恵, 日経広告研究所報 40/ 6, pp.18-24.
- 2007 年 「有機野菜に対する消費者の価値構造ー定量分析と定性分析の適用」 竹内淑恵、西尾チヅル, イノベーション・マネジメント 4, pp.61-77.
- 2007 年 「製品パッケージの情報処理とコミュニケーション戦略」 日経広告研究所報 41/ 4, pp.30-37.
- 2008 年 「新製品のパッケージにおける情報処理ー販売好調製品と不調製品の比較による差異の解明ー」 大風かおる、竹内淑恵, 消費者行動研究 14/ 1-2, pp.23-42.
- 2008 年 「サービスのロイヤルティ構造とコミュニケーション戦略」 吉田奈緒子、竹内淑恵, 日経広告研究所報 42/ 4, pp.10-17.
- 2008 年 「広告表示等に対する消費者行動の分析ー携帯電話の通話料金プラン選択等における購買意思決定ー」 小川孔輔、竹内淑恵、粕渕功、向井康二、堀内智一, CPRC Report Series 競争政策研究センター協同研究 CR03-08 November 2008 1-49.

- 2009 年 「広告表示等に対する消費者行動の分析」小川孔輔、竹内淑恵、粕渕功、向井康二、堀内智一、公正取引～競争の法と政策～ 701, pp.12-17.
- 2009 年 「携帯電話広告の表示に対する消費者反応の分析」イノベーション・マネジメント 6, pp.41-69.
- 2009 年 「金融リスク商品の選択における購買意思決定－広告誤認発生と消費者反応の分析－」竹内淑恵、小川孔輔、平成 20 年度（第 42 次）助成研究論文 pp.1-107.
- 2009 年 「パッケージ・コミュニケーション測定尺度の開発－食品分野への適用を目指して」大風かおる・竹内淑恵、消費者行動研究 16/ 1, pp.1-22.
- 2010 年 「なぜウェアアウトは発生するのか－広告内容による影響－」イノベーション・マネジメント 7, pp.1-27.
- 2010 年 『「知名度が低い地域でもブランド化は可能か」～地域ブランドにおけるサービス財の重要性～』竹田淳子・竹内淑恵、マーケティングジャーナル 30/ 2, pp.45-61.
- 2012 年 「公共広告のコミュニケーション効果」エーシーレポート 159, pp.11-12.
- 2013 年 「第 2 回『生活と情報についてのアンケート調査』から何が見えるか－メディア接触に対する行動と意識－」月刊 JAA 57/ 3, pp.21-29.
- 2013 年 「No.1 表示による広告効果」イノベーション・マネジメント 10, pp.1-28.
- 2013 年 「「市場を創る」が変わる－論点提示型コミュニケーションの可能性－」アド・スタディーズ 44, pp.24-30.
- 2014 年 “The impact of natural disasters on the values and lifestyles of consumers: in the case of the Tohoku Earthquake” Chizuru Nishio, Minoru Ishida, Toshie Takeuchi, *Journal of Global Scholars of Marketing Science* 24/ 2, pp.172-188.
- 2015 年 「Facebook ページへの共感発生と企業イメージへの影響」イノベーション・マネジメント 12, pp.17-39.
- 2016 年 「Facebook ページにおける共感の発生要因とコミュニケーション効果」イノベーション・マネジメント 13, pp.1-26.
- 2018 年 「Facebook ページにおける消費者とブランドとのリレーションシップ構築」イノベーション・マネジメント 15, pp.43-63.
- 2019 年 「ブランド・コミュニティ研究へのマルチレベル分析の適用可能性－Facebook ページへのリレーションシップがロイヤリティに及ぼす影響の検討－」イノベーション・マネジメント 16, pp.53-78.
- 2020 年 「Facebook ページにおける消費者エンゲージメント行動：「いいね」とコメントの差異」イノベーション・マネジメント 17, pp.59-88.
- 2021 年 「Facebook ページにおけるネガティブ効果の発生とリレーションシップへの影響」イノベーション・マネジメント 18, pp.55-88.
- 学会発表他
- 1996 年 6 月 「テレビ広告の質的内容の短期効果と累積効果」第 12 回消費者行動研究コンファレンス
- 1997 年 12 月 「テレビ広告のウェアアウトの形成過程とその影響」第 62 回日本マーケティング・サイエンス学会
- 1998 年 9 月 「テレビ広告における広告イメージの累積効果」日本行動計量学会第 26 回大会
- 1998 年 12 月 「テレビ広告の診断システム」第 64 回日本マーケティング・サイエンス学会
- 2002 年 10 月 「ブランドパワーの違いにおける短期的広告効果の検証」第 33 回全国大会

- 2003 年10月 「広告想起に与える広告出稿の影響及び広告想起と販売の関係の検証」第 34 回全国大会
- 2004 年 6 月 「ブランドの飽きによる再購買意図への影響」第 28 回消費者行動研究コンファレンス
- 2004 年 6 月 「消費者の環境配慮型行動の特徴：行動間比較を中心として」日本マーケティング・サイエンス学会第 75 回研究大会
- 2004 年 9 月 「ケーススタディ『植物物語』」日本道路公団研修マーケティング③
- 2004 年11月 「消費者のメンタル・プロセスを組み込んだ広告効果測定モデルとその実証分析」第 35 回全国大会
- 2004 年12月 「考慮・想起データによるブランド評価分析」日本マーケティング・サイエンス学会第 76 回研究大会
- 2005 年 3 月 「プライベート・ブランド購買における推奨販売の影響－潜在成長曲線モデルによる分析事例－」日本商業学会関東部会
- 2005 年 6 月 「推奨販売がプライベートブランド購買に与える影響～大衆薬業界のケース～」第 30 回消費者行動研究コンファレンス
- 2005 年 6 月 「商品パッケージの情報処理に関する研究－精緻化見込みモデルを応用した情報処理ルートの解明－」第 30 回消費者行動研究コンファレンス
- 2005 年 6 月 「広告効果と広告調査」H17 年度広告の理論と実際の総合講座
- 2005 年 8 月 「ブランドマーケティングの理論と実際」筑波大学エグゼクティブディベロップメントプログラム「マーケティングの最近の動向」コース
- 2005 年12月 「有機野菜に対する価値構造の分析」第 78 回研究大会
- 2006 年 4 月 「広告音楽のタイプによるブランド・コミュニケーション効果の差異」日本広告学会関東部会
- 2006 年 6 月 「広告音楽によるブランド・コミュニケーション効果」第 32 回消費者行動研究コンファレンス
- 2006 年 6 月 「CM 評価を加味した広告効果分析」第 79 回研究大会
- 2006 年 11 月 「CM 評価を加味した広告効果分析－全体モデルへの発展－」第 80 回研究大会
- 2007 年 6 月 「顧客の知覚品質を高めるための統合マーケティング（IM）の成功要件」第 34 回消費者行動研究コンファレンス
- 2007 年12月 「広告表示に対する消費者反応の分析－携帯電話の通話料金プラン選択における購買意思決定－」第 38 回全国大会
- 2008 年 6 月 「広告への誤認による広告効果に対する差異」第 83 回研究大会
- 2008 年 6 月 「NB の価格プロモーションが製品カテゴリーの内的参照価格に与える影響～大衆薬のケース～」第 36 回消費者行動研究コンファレンス
- 2008 年 6 月 「ブランド拡張のフレームを用いた地域ブランドの分析」第 36 回消費者行動研究コンファレンス
- 2008 年 6 月 「商品一元論に基づくサービスのロイヤルティ構造に関する研究～携帯電話サービスを事例として～」第 36 回消費者行動研究コンファレンス
- 2009 年 6 月 「パッケージ・コミュニケーション測定尺度の開発」第 83 回研究大会
- 2009 年 6 月 「教育サービスにおけるブランド・エクイティ形成への影響要因」第 38 回消費者行動研究コンファレンス
- 2009 年 6 月 「ライン拡張製品のパッケージ・デザインに対する消費者の態度形成」第 38 回消費者行動研究コンファレンス

- 2009年6月 「製品パッケージがブランド態度形成に与える影響～言語情報の有効性について～」第38回消費者行動研究コンファレンス
- 2010年5月 「パッケージ・コミュニケーション測定尺度における信頼性・妥当性」第40回消費者行動研究コンファレンス
- 2010年6月 「なぜウェアアウトは発生するのか：広告内容による影響」第87回研究大会
- 2011年6月 「日本型 LOHAS 消費者の特質とその動向」第89回研究大会
- 2011年6月 「社会不安障害（SAD）の有症状者における情報処理と態度形成プロセス－疾患啓発情報による受診意図への影響の解明－」第42回消費者行動研究コンファレンス
- 2011年6月 「コーズ・リレーテッド・マーケティングを訴求した議題設定型新聞広告の効果」第42回消費者行動研究コンファレンス
- 2012年6月 「東日本大震災はエコロジー意識にどのような影響をもたらしたか」第91回研究大会
- 2013年6月 「購買態度形成プロセスにおけるソーシャルメディアの効果」第93回研究大会
- 2013年10月 「若年層のテレビ及びPC、スマートフォンにおけるテレビ番組の視聴行動」第47回消費者行動研究コンファレンス
- 2013年10月 「分譲マンションの満足度構造とリレーションシップ形成」第47回消費者行動研究コンファレンス
- 2014年11月 「通販チラシ広告における購買意図形成プロセスの実証分析」第49回消費者行動研究コンファレンス
- 2014年11月 「パッケージデザインの使用時における情緒的価値－消費経験と自己表現機能がロイヤルティへ与える影響」第49回消費者行動研究コンファレンス

以上

