

令和 5 年 6 月 20 日現在

機関番号：34416
研究種目：基盤研究(C) (一般)
研究期間：2017～2022
課題番号：17K03909
研究課題名(和文) ソーシャルメディアを用いた顧客信頼形成を可能にする組織的行動情報活用能力の解明

研究課題名(英文) Elucidating the Organizational Information Using Capability of Building Customer Trust Using Social Media

研究代表者
古賀 広志 (koga, hiroshi)

関西大学・総合情報学部・教授

研究者番号：20258312
交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,300,000円

研究成果の概要(和文)：本研究の課題は「顧客の行動履歴の取得と活用に対する情報倫理的課題の二面性に対応できる組織能力の解明」である。そのために、顧客の行動情報や組織成員の行動履歴などの情報を可視化するICTの意義を明らかにした。それは、対象業務とその背景情報を意識させるというICTによる「気づき」の機能である。また、顧客情報活用能力は組織的実践を通じて創発的に醸成される側面を持つと考えられる。この点について、広義の情報活用能力の創発性が実践とICTの相互作用を通じて生まれてくることを明らかにした。

研究成果の学術的意義や社会的意義

情報システム論の研究領域において近年とみに注目を浴びている社会物質性の視点から、顧客情報の活用に関わる組織能力の形成過程を分析する参照モデルを構築する上での手がかりを明らかにすることができた。わが国では、社会物質性に立脚する研究はまだ緒に就いたに過ぎないが、本研究は、その先鞭となったという意味でその意義は少なくない。
また、顧客情報の活用の要諦として、技術的視点だけでなく、組織の日常実践における価値規範が大きく影響している点を指摘したことは、実務においても、日常実践の担い手である現場の着眼点や発想の重要性を改めて確認することができた意義は少なくないと思われる。

研究成果の概要(英文)：The research topic of this study is "Elucidation of organizational capabilities to deal with the duality of information ethics challenges in acquiring and utilizing customers' behavioral history". To this end, we clarified the significance of ICT in visualizing information such as customer behavior information and the behavior history of organizational members. This is the function of "awareness" by ICT, which makes people aware of the target business and its background information. In addition, the ability to utilize customer information is considered to be an aspect that is fostered emergently through organizational practice. In this respect, it was clarified that emergence of information use capability in a broad sense is generated through the interaction between practice and ICT.

研究分野：経営情報論

キーワード：顧客価値 顧客資本 情報倫理

1. 研究開始当初の背景

高い顧客満足度から顧客ロイヤリティを生み出し、ひいては長期的関係性を構築することが、企業の持続的競争優位の源泉であると考えられる。このような立場から、「顧客の文脈を理解し、それに相応しい商品を提供すること」に注目するコンテクスチュアルマーケティングの手法が注目されている。その本質は、顧客の行動情報 (Life Log) の把握にある。とくに近年では、多様なライフログデータの収集が可能になっている。たとえば、ソーシャルメディアやセンシングデータ、買い物カードシステム (ポイントやマイレージなど電子価値媒体)、携帯電話の GPS 機能を用いた位置情報などを指摘することができよう。

しかし、行動情報の把握は、諸刃の剣である。高い顧客満足を獲得する強力な武器として期待される一方で、個人情報の問題に直面するため「顧客離れ」の契機となるリスクを抱え持つからである。そのために、情報倫理 (個人情報活用に関わる企業倫理) などの組織的課題、個人情報の漏洩防止などの技術的課題、プライバシー侵害に対する社会的ないし法的課題など多面的な検討が不可欠である (Koga, 2012)。さらに、「忘れてもらう権利 (the right to be forgotten)」という概念が提唱されたことにより、この権利の行使を抑制するような (あるいは忘れて欲しくないような) 顧客関係の確立の重要性が益々認識されるようになってきた (Koga, 2012)。本研究では、顧客との信頼形成に注目し、その形成における情報通信技術 (ICT) の組織的意義を「社会物質性」の視点から考察を加えることを課題としている。

社会物質性のアプローチは、これまでのマーケティング論の研究領域で精力的に研究されてきた顧客ロイヤリティとは異なり、技術と組織的実践の絡み合いに注目し、その実践過程を通じて創発的に生み出される組織能力に注目する。つまり、信頼形成における ICT と組織的実践の意義に注目するのである。このような視点は、従来の「素朴な技術決定論」に立脚する経営情報論とは一線を画するものとして期待できる。

さらに、信頼形成という視点から見れば、従来の行動情報の活用の問題点のさらなる解明が期待できる。多くの企業は、行動情報の把握を許諾し個人情報を提供する顧客に対して割引等各種特典の付与を行うという「個人情報と特典の等価交換」を働きかけている。そこには、顧客との信頼関係を形成する基礎として個人情報を把握するというのではなく、個人情報と引き換えに割引クーポンを発行するような印象が強い。そのために「個人情報は通貨である」と言われている。その結果、個人情報を何らかのサービスと等価交換しようとする価格に敏感な顧客は、対価に見合う取引機会を求めするために、複数のポイントカードを所有し (多カード現象)、割引率や特典の優劣を秤にかけられるために「スポット取引」に陥ると考えられる (古賀, 2000)。それでは、精度の高い行動情報を取得することは困難である (Koga, 2012)。この点からも、顧客との信頼形成に注目する意義は少なくない。

2. 研究の目的

上で言及した問題意識から、顧客の行動情報を組織的に活用するための参照枠組を構築することを目指して本研究課題に取り組むこととした。具体的には、顧客との双方向のやりとりが可能となるソーシャルメディアを活用したコンテクストマーケティング (顧客のおかれた状況性に注目することで高い顧客満足を獲得し維持しようとする手法) における顧客の行動情報の組織的活用能力を醸成するための参照枠組みを構築することである。

そこで、本研究では、(1) ソーシャルメディアを活用したコンテクストマーケティングにおける行動情報の活用方法について、これまでに展開されてきた研究の到達点を概観した上で、それらを批判的に検討すること、(2) それらの検討を踏まえた上で、顧客の行動情報を活用するための組織能力 (顧客行動情報活用能力) を醸成するためのガイドラインを提唱することとした。

3. 研究の方法

本研究課題では、コンテクストマーケティング (Koga2013, 古賀 2011)、購買履歴情報活用の課題 (Koga2013)、ショッパーマーケティング (Yada, Washio, Kga2011)、組織能力 (古賀 2012) などを基盤として、(1) わが国における行動情報活用の事例研究、(2) 関連領域の文献レビューを中心に、(3) 新しいプライバシー概念のもたらす影響を検討する。さらに、(4) 生活者の行動情報に対する意識を把握するための予備的調査として大学生を対象としたアンケート調査を実施する。これらを踏まえた上で「顧客との信頼形成を実現する組織的情報活用能力とは何か」を明らかにすることで、そのような能力を醸成するための参照モデルとガイドラインを構築する。

4. 研究成果

初年度では、ソーシャルネットワーキングサービスを提供するプラットフォームを利用したマーケティングアプローチについての現状を把握するとともに、情報システム研究で注目されている批判的実在論に立脚した社会物質性の視座からソーシャルメディア活用の事例研究を行うための準備作業として文献研究を中心に行ってきた。

その成果として、(1) 社会物質性の視座については、情報システム学会誌と日本経営システム

学会誌にそれぞれ解説論文と査読付研究ノートが掲載された。(2)ソーシャルメディア活用については、オンラインジャーナルに論文が掲載された。(3)さらに、ソーシャルメディアを活用した地域ブランディングについて地域デザイン学会誌に査読付研究ノートが掲載された。

次年度には、ソーシャルメディアを利用したマーケティングの課題を検討するための参照枠組として、The Review of Socionetwork Strategies 誌に「An Essay on the Taxonomy and Trajectory of Social Media Marketing: From Customer Information to Customer Experience」(<https://doi.org/10.1007/s12626-019-00031-7>) と題する論文を掲載することが出来た。そこでは(1)顧客との関係性(カスタマージャーニーと顧客維持)、(2)ソーシャルメディアを通じて形成されたコンテキスト(通時的コンテキスト、共時的コンテキスト、パラテキスト)の2軸を用いて、2×3のマトリックスを提案した。そして、マトリックスの各セルでのソーシャルメディアの狙いが異なる点、通時的コンテキストに注目するとプライバシー問題を回避できない点などを明らかにした。もちろん、複数のセルにまたがるソーシャルメディア利用も想定される。とはいえ、類型化を試みた点では、貢献は少なくないと考えられる。

第三年度には、日本情報経営学会誌(39巻第2号)に「エコシステムと情報倫理：デジタルプラットフォームの戦略と倫理」と題する論文を掲載することができた。そこでは、ソーシャルメディアを含めたデジタルプラットフォームが担うべき情報倫理の課題を論じることができた。ソーシャルメディアなどのデジタルプラットフォーム企業は、多様なエコシステムを形成している。そこで、顧客情報を活用するための組織能力の諸元として、エコシステム形成という視点から、(1)共進化能力と(2)信頼形成能力が重要である点を指摘した。ビジネス・エコシステム形成過程では、組織能力論やビジネスモデル論で協調される「論理」だけでなく「倫理」が重要である点を指摘し、倫理性がひいては持続的発展が可能なビジネス・エコシステムが構築できるという指摘を行うことができた。

コロナ禍で研究期間を延長した第四年度には、オンライン開催となった ETHICOMP2020(18 International Conference on the Ethical and Social Impacts of ICT)において、「On the Challenges of Monitoring and Control of AI Artifacts in The Organization: From the perspective of Chester I. Barnard's organizational theory」と題する報告を行い、その内容がアブストラクト集に掲載された(pp.267-269)。そこでは、顧客を組織構成員とみなした近代組織論の鼻祖バーナードの組織概念を援用し、顧客が個人情報を進んで提供するような「貢献意欲」、個人情報活動を通じて実現される価値観(共通目的)、顧客と企業の「コミュニケーション」の重要性を再確認した。加えて、協働システムとしての組織が「制度」として機能させるための道徳的創造性を発揮することが、益々重要になってきている点を確認した。なお、これらの報告は動画を配信し、質疑を掲示板で行う形であったことで、質疑に十分な時間を取ることができたことは良かった。また、報告セッションの登壇者全員による討議をオンラインで開催できたので、報告内容をさらに深めていく上で有益な示唆を得ることができた。とはいえ、研究の遂行の上で、コロナ禍の自粛期間の影響は少なくなかった。やむを得ず期間延長を行うことにした。

第五年度は、オンライン開催された日本情報経営学会において、「AI人工物が内包するプライバシー問題について：フレームの観点から」と題する報告を行った(柳原佐智子との共著)。また、商業誌であるが、『宣伝会議』2月号に、「これからの企業に求められる、広告活動の倫理とは」と題する解説を寄せた。また、日本情報経営学会誌に「デジタル・トランスフォーメーションにたいする社会物質的アプローチ：情報システム研究の展望と課題」と題する論文を掲載した。コロナ禍での期間延長申請を行ったなかで、これらの成果を上げることができた。

いずれも、購買行動だけでなく、ネット上の検索や閲覧などの行動履歴情報を活用する際に、企業との信頼関係の重要性を指摘したものである。また、近年、ELSI(Ethical, Legal and Social Issues)が注目されている。SNSを利用したマーケティング活動においても、ELSIへの取り組みが重要視されている。上記の研究では、その手がかりとして、顧客を「ターゲット」とみなし、その行動履歴データから「行動パターン」を抽出することで「的を絞る」という態度では不十分である点を指摘した。そして、ELSIという問題意識のもとでは、顧客を共創のパートナーと見なし、SNSマーケティング活動を通じて、新しい価値を提案するとともに、顧客による価値の編成を促すような仕組みが重要である点を強調した。語弊を恐れずに言えば、目から鱗が落ちるような新しい価値の共創と、それに共感の輪を生みだすようなコミュニティの形成が重要なのである。これらの点を明らかにできたことが本年度の研究実績と言える。とはいえ、コロナ禍で十分な調査研究を遂行できなかったことも事実であり、さらに研究期間の延長を申請した。

最終年度には、コロナ禍で研究が進まない中、改めて注目を浴びる「テレワーク」に注目し、顧客行動だけでなく組織成員の行動履歴の取得と活用に対する情報倫理的課題(監視社会)を解消するための組織能力の解明を試みることにした。その結果は、日本情報経営学会第83回全国大会にて統一論題(後に大幅な改訂を行い、関西大学総合情報学部の紀要に掲載された)として報告した。そこでは、情報活用における情報通信技術(ICT)の組織的意義というべき特徴を明らかにすることができた。具体的には、顧客の行動情報や組織成員の行動履歴などの情報を可視化することで、対象業務とその背景情報を意識させるというICTによる「気づき」の機能を明らかにした。また、プライバシーを巡る倫理問題については、10月に松山で開催された国際会議 MISNC2022(The 9th Multidisciplinary International Social Networks Conference)にて報告を行った。顧客情報活用能力は組織的实践を通じて創発的に醸成される側面を持つと考えられる。この点について、広義の情報活用能力の創発性の視点から、上記 MISNCにて報告し、予稿

論文として公開されただけでなく、同予稿論文を大幅に改訂して投稿したところ、The Review of Socionetwork Strategies 誌に掲載された。最終年度内に査読あり英文誌に2本の論考が掲載されたことで十分な研究実績をあげることができたと考えている。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計15件（うち査読付論文 5件 / うち国際共著 1件 / うちオープンアクセス 2件）

1. 著者名 古賀広志	4. 巻 41 (2)
2. 論文標題 デジタル・トランスフォーメーションにたいする社会物質的アプローチ : 情報システム研究の展望と課題	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 日本情報経営学会誌	6. 最初と最後の頁 68-85
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 古賀 広志, Persson Anders, Laaksoharju Mikael	4. 巻 54
2. 論文標題 AI人工物に対する意識と個人の心理的態度的関係 : 日本とスウェーデンにおける個人の意識調査	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 情報研究: 関西大学総合情報学部紀	6. 最初と最後の頁 33-63
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.32286/00026081	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 該当する
1. 著者名 古賀広志, 佐藤彰男	4. 巻 54
2. 論文標題 雇用型テレワークの日常実践に関する実態調査	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 情報研究: 関西大学総合情報学部紀要,	6. 最初と最後の頁 65-80
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.32286/00026082	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -
1. 著者名 Hiroshi Koga	4. 巻 1
2. 論文標題 On the Challenges of Monitoring and Control of AI Artifacts in The Organization: From the perspective of Chester I. Barnard's organizational theory	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Paradigm Shifts in ICT Ethics: Proceedings of the ETHICOMP 2020 (Universidad de La Rioja)	6. 最初と最後の頁 267-269
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 古賀広志	4. 巻 80
2. 論文標題 フィルターバブルとマス破壊兵器について	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 情報経営：日本情報経営学会誌第80回全国大会予稿集	6. 最初と最後の頁 63 - 66
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.20627/jsimconf.80.0_63	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 古賀広志	4. 巻 39 (1)
2. 論文標題 組織市民行動の誘発原理の解明：社会物質性の視点からの考察	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 日本情報経営学会誌	6. 最初と最後の頁 16 - 31
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 古賀広志	4. 巻 39(2)
2. 論文標題 エコシステムと情報倫理：デジタルプラットフォームの戦略と倫理	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 日本情報経営学会誌	6. 最初と最後の頁 32-42
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 古賀広志	4. 巻 16
2. 論文標題 情報教育環境整備におけるデザイン思考の意義	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 日本テレワーク学会誌	6. 最初と最後の頁 23 - 31
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Hiroshi KOGA	4. 巻 12
2. 論文標題 An Essay on the Taxonomy and Trajectory of Social Media Marketing: From Customer Information to Customer Experience	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 The Review of Socionetwork Strategies	6. 最初と最後の頁 1-18
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1007/s12626-019-00031-7	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 古賀広志	4. 巻 10
2. 論文標題 ゾーン・コンステレーション・トポス (ZCT) モデル再考 - ダークツーリズムの分析視角による瀬戸内 (長島愛生園) の世界遺産登録の事例 -	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 地域デザイン学会誌	6. 最初と最後の頁 87-106
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Hiroshi Koga and Sachiko Yanagihara	4. 巻 1(1)
2. 論文標題 On the Taxonomy of Social Media Marketing	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 Orbit Journal	6. 最初と最後の頁 1-11
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 古賀広志	4. 巻 12(2)
2. 論文標題 人間を中心とする情報システムにおける社会物質性の視座	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 情報システム学会誌	6. 最初と最後の頁 47-58
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 古賀広志	4. 巻 34 (2)
2. 論文標題 実践のマンガルとしての情報システム	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 日本経営システム学会誌	6. 最初と最後の頁 205-213
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 井出明 古賀広志	4. 巻 616
2. 論文標題 マイレージに基づく新時代の航空マーケティングに関する研究	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 航政研シリーズ	6. 最初と最後の頁 1-33
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 古賀広志	4. 巻 37 (3)
2. 論文標題 CCTVシステム導入における、かたりとまなざし：社会物質性への誘い	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 日本情報経営学会誌	6. 最初と最後の頁 74-85
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計18件 (うち招待講演 0件 / うち国際学会 9件)

1. 発表者名 古賀広志、柳原佐智子
2. 発表標題 AI 人工物が内包するプライバシー問題について：フレームの観点から
3. 学会等名 日本情報経営学会第82回全国大会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 Hiroshi Koga
2. 発表標題 On the Challenges of Monitoring and Control of AI Artifacts in The Organization: From the perspective of Chester I. Barnard's organizational theory
3. 学会等名 18 International Conference on the Ethical and Social Impacts of ICT (国際学会)
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 古賀広志
2. 発表標題 フィルターバブルとマス破壊兵器について
3. 学会等名 日本情報経営学会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 Hiroshi KOGA
2. 発表標題 On the performability of information system practice
3. 学会等名 AEDEM: XXVIII International Conference Management in a Smart Society: business and technological challenges (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Hiroshi KOGA
2. 発表標題 Taxonomy of SNS Marketing Approach: Preliminary Study
3. 学会等名 17th Annual International Conference on Management & Marketing (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 古賀広志
2. 発表標題 デザイン理論の地域への活用
3. 学会等名 地域デザイン学会（全国大会）
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 古賀広志
2. 発表標題 情報経営研究の課題 オフィス・オートメーション学再訪
3. 学会等名 日本情報経営学会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 古賀広志・柳原佐智子
2. 発表標題 ハイブリッドとしてのAI人工物：覆瓦構造のサイボーグ
3. 学会等名 日本情報経営学会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Hiroshi Koga and Sachiko Yanagihara
2. 発表標題 On Taxonomy of Social Media Marketing Approach
3. 学会等名 MISNC 2018 : The 5th Multidisciplinary International Social Networks Conference (国際学会)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Hiroshi Koga
2. 発表標題 Does the concept of privacy mist by discourse over CCTV?
3. 学会等名 ETHICOMP 2018 (国際学会)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 古賀広志
2. 発表標題 組織市民行動の光と陰
3. 学会等名 日本情報経営学会 第76回全国大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 古賀広志
2. 発表標題 デザイン科学の系譜
3. 学会等名 日本情報経営学会 第76回全国大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 古賀広志
2. 発表標題 AI人工物の科学: 解釈主義と批判主義
3. 学会等名 日本情報経営学会 第77回全国大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 古賀広志
2. 発表標題 ダークツーリズムの情報論的意義
3. 学会等名 日本情報経営学会 第77回全国大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Hiroshi Koga
2. 発表標題 On the Significance and Typology of social media application in the early stage of disaster
3. 学会等名 The Proceedings of the 4th Multidisciplinary Social Networks Conference (国際学会)
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 Hiroshi Koga, Sachiko Yanagihara
2. 発表標題 On the Taxonomy of Social Media Marketing
3. 学会等名 ETHICOMP 2017 (国際学会)
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 Hiroshi Koga
2. 発表標題 On the Significance of Sociomaterity in Information Systems Research
3. 学会等名 11th Annual International Conference on Global Studies: Business, Economic, Political, Social and Cultural Aspects (国際学会)
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 Hiroshi Koga Sachiko, Yanagihara, Ikuya Kano
2. 発表標題 On the Transition of Discourses about CCTV: From Crime Prevention to Care and Watching
3. 学会等名 The 6th APSN International Conference (国際学会)
4. 発表年 2017年

〔図書〕 計1件

1. 著者名 古賀広志・柳原佐智子・加納郁也・下崎千代子 (編著)	4. 発行年 2018年
2. 出版社 同友館	5. 総ページ数 245
3. 書名 地域とヒトを活かすテレワーク	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究 分 担 者	柳原 佐智子 (Yanagihara Sachiko) (40262505)	富山大学・学術研究部社会科学系・教授 (13201)	

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------