

2022 年度・研究ユニット報告書

「環境と社会に関する地理学的実践」

安食和宏（代表）、中川正、森正人、北川眞也、谷口智雅、朴恵淑

本研究プロジェクトでは、環境と社会に関する地理学的分析と実践に関する基礎的・応用的研究を進めてきた。また地理学的な知見を基にした大学教育の方法論についての考察を行った。その概要は以下の通りである。

1. 環境に関する研究として、森は、香川県の渇水と住民の関係について文献収集と分析を行った。その調査結果は、森（2023 年 1 月）：『古地図で楽しむ瀬戸内・香川』、風媒社 の第 6 章の内容として利用された。谷口は、河川と地域との関わりを考察するため、長野県王滝村と静岡県三島市において、現地調査による水利用および河川環境の把握を行った。また第 6 回御嶽山火山研究施設懇談会（2023 年 3 月）に出席し、御嶽山周辺地域における自然環境と地域振興に関して関係部局と意見交換を行った。そして朴は、三重大学北勢サテライト SDGs 研究会の代表を務め、「日韓環境・SDGs フォーラム in 三重」（2022 年 7 月）、「四日市公害訴訟判決 50 周年シンポジウム」（2022 年 7 月）、「東南アジア若手行政官と三重大学生との SDGs ワークショップ」（2022 年 12 月）の企画に関わり基調講演を行うなど、環境に関する社会貢献活動を積極的に展開した。さらに実践活動として、松名瀬干潟での海岸清掃活動・生物多様性学習イベント（2022 年 10 月）の再開を実現させた。

2. 社会との関わりをテーマとして研究活動として、北川は次の論稿を発表した。北川眞也（2022 年 9 月）：「アントニオ・ネグリの都市論—アウトノミア運動の系譜をふまえて—」、『明治大学人文科学研究所年報』、63 号、14-15 頁。これは、北川が「惑星都市化」に関する共同研究の研究会において報告した内容を整理したものである。そして安食は、紀宝町まち・ひと・しごと創生会議の会長、および三重県農山漁村教育旅行・事前学習資料の監修委員を務め、こうした実践活動を通して、具体的なまちづくり活動の推進における地理学研究的貢献のあり方について考察した。

3. 大学教育における実践として、2022 年 11 月に、「人文地理学学生による地理・環境研究中間報告会」を開催した。当日は、アジア・オセアニア、ヨーロッパ・地中海、アメリカ研究の学生たち 14 名がオンラインで（Zoom 利用による）公開研究発表を行い、安食、中川、森、北川が地域を越えて合同の指導を実践した。こうした実践を通して、地理学の専門的な教育効果を高める方法論について考察を深めた。

以上

人文学部研究ユニット活動報告

2023 年 3 月

研究ユニット名	ワーク・ライフ・バランスと健康経営の関係についての 実証的検討
研究ユニット代表者	岩田一哲（三重大学人文学部・教授）
共同研究者 （ユニットメンバー）	杉浦裕晃（愛知大学経済学部・教授）
研究期間（2019 年度分）	2022 年 4 月 ～ 2023 年 3 月
研究プロジェクトの概要及び 活動計画 今年度の活動報告	本ユニットは、ワーク・ライフ・バランスに関心のある杉浦教授と、企業従業員のストレスと健康経営に関心のある代表者岩田の2名で、ワーク・ライフ・バランスと健康経営の関係を検討し、研究成果を学術論文として投稿し、研究成果の公開を促進することを目的として活動を行った。 本年度については、コロナウィルスの影響のため、Zoom による会議を2か月に1回程度の頻度で行い、研究論文投稿へ向けて、その内容を精査していた。 今年度は、レフェリー誌への投稿を行ったが、残念ながら、リジェクトという結果に終わった。したがって、来年度は、再投稿あるいは別雑誌への投稿へ向けて、アンケート調査の分析ならびに、研究内容の検討を進めている。 また、新規アンケート調査の計画も随時進めており、来年度、あるいは、再来年度の調査へ向けて、議論を進めている。

研究ユニット名称：齋宮文化研究ユニット
研究ユニットのメンバーの氏名：亀田夕佳、内藤英子
今年度の活動報告： 「齋宮文化研究ユニット」は、伊勢齋宮で行われた文化的行事である『齋宮良子内親王貝合日記』を取り上げ、この行事がいかに伊勢海山の豊かな恵みに基づくものであるかを明らかにするのが目的である。 今年度は、2021 年度の研究成果である『齋宮良子内親王貝合日記』の校訂本文をもとに、以下のように注釈作業を行った。研究会は Zoom で開催した。 5 月：研究方針の打ち合わせ。注釈作業を行うにあたり、どの程度の内容を盛り込むかを検討した。現状の注釈書は、萩谷朴『歌合集』、日本古典文学大系、(岩波書店、一九六五年)、萩谷朴『平安朝歌合大成 増補新訂』、第二巻、(同朋社出版、一九九五年)の二書のみである。本研究ユニットでは、この二書の見解を整理することに加えて、昨今充実している和歌データベースを活用し、和歌表現の位相を確認することとした。使用するデータベースは、ジャパンナレッジ『新編国歌大観』及び、「日本文学 web 図書館「和歌・連歌ライブラリー」(古典ライブラリー)とした。 9 月：日記部分前半および和歌 01～05 番の注釈作業の報告を行った (日記部分担当は内藤、和歌担当は亀田)。 12 月：日記部分後半および和歌 06～10 の注釈作業の報告を行った (日記部分担当は亀田、和歌担当は内藤)。 3 月：和歌 11～20 の注釈作業の報告を行った (和歌 11～15 は内藤、16～20 は亀田)。 注釈作業の過程で、『齋宮良子内親王貝合日記』の表現について、以下 3 点の特徴があるとの結果を得た。②と③は新たな成果である。 ①全体として、良子内親王に向けての「予祝」が見られること。 ②齋宮でありながら、「劫」といった仏教用語が用いられていること。 ③「恋物語」に用いられる表現が用いられていること。 今年度は、検討の過程で気づいた課題についての考察を論文として発表できなかったが、来年度は考察を発展させる予定である。また、後半部分についても、引き続き注釈作業を行い、注釈として完成させる予定である。

三重大学人文学部 ブランド戦略研究ユニット 2022 年度活動報告

ユニット代表 熊谷健(法律経済学科)

1. ユニット概要

「研究概要」

様々な業界において国内需要が頭打ちとなりコモディティ化が深刻となっているにも関わらず、多くの企業では原材料コストの上昇が顕著となっています。こうした企業では、確固としたブランドの下で製品属性以外の面からも評価を高め、グローバルに事業を展開することが望まれます。

また、ESG 経営に関する社会的要請が強まる中で、各社は環境施策と業績の両立を経営課題としています。そのためには、環境施策とブランドイメージを調和させ、ブランド価値を向上させることが重要です。

こうした問題意識の下、当ユニットは学外の研究者と協力しながらブランド戦略について研究しています。

「ユニットメンバー」

代表) 三重大学人文学部法律経済学科 教授 熊谷健

早稲田大学大学院経営管理研究科 教授 長沢伸也

共立女子大学家政学部 教授 古川貴雄

早稲田大学ビジネス・ファイナンス研究センター 招聘研究員 杉本香七

2. 2022 年度活動報告

当ユニットにおける議論を踏まえ、ユニットメンバーより以下の研究成果が発表されました。

「著書」

- Kumagai, K. and Nagasawa, S. (2022) Brand Attitude, Purchase Intention, and Sustainable Clothing: Moderating Role of Brand Luxury and Consumer Experience. In V. Erokhin (Ed.) New Innovations in Economics, Business and Management Vol. 9, pp. 91-105, BP International (Book Chapter)

「論文・論説等」

- Kumagai, K. (2023) Brand-sustainability-self-congruence and subjective well-being: A case of Starbucks in Japan. Proceedings of the 22nd International Marketing Trend Conference, Paris (Marketing Trends Congress, 査読有)
- Kumagai, K. (2022) Exploring the role of brand-sustainability-self-congruence on consumers' evaluation of luxury brands. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2022-0380> (SCOPUS, Cite Score 6.1, WEB OF SCIENCE 採録, SSCI, Impact Factor 4.643, Emerald Publishing, 査読有)
- Kumagai, K. and Nagasawa, S. (2022) Hedonic shopping experience, subjective well-being and brand luxury: a comparative discussion of physical stores and e-retailers. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 34, No. 9, pp. 1809-1826 (SCOPUS, Cite Score 6.1, WEB OF SCIENCE 採録, SSCI, Impact Factor 4.643, Emerald Publishing, 査読有)

- Kumagai, K. and Nagasawa, S. (2022) Effects of perceived luxury value and use of sustainable polyester on brand trust, perceived quality risk, and consumers' brand evaluation. *Journal of Global Fashion Marketing*, DOI: 10.1080/20932685.2022.2085594 (SCOPUS, Cite Score 4.5, WEB OF SCIENCE 採録, ESCI, Routledge/Taylor & Francis, 査読有)
- Sena AN, Sakiho KAI, Chiaki UJIHIRA, Takao FURUKAWA (2022) Pedagogy for Advanced Computer-Aided Fashion Design. *International Symposium on Affective Science and Engineering ISASE2022* (査読有)
- Sakiho KAI, Misako ANDO, Junko ISHIUCHI, Chiaki UJIHIRA, Takao FURUKAWA (2022) Emotion-Reacting Wear Based on Facial Expression Analysis. *International Symposium on Affective Science and Engineering ISASE2022* (査読有)
- 熊谷健・長沢伸也 (2022) 買物経験, ブランドのラグジュアリー性と幸福感の関係:リアル店舗とデジタル店舗における買物経験の考察, 感性工学, Vol. 20, No. 2, pp. 60-64 (日本感性工学会, 招待有)
- 熊谷健 (2023) 環境経営と消費者の心理的調和. オープンカレッジ (論説), 中部経済新聞
- 熊谷健 (2022) 自己概念とブランドの評価. オープンカレッジ (論説), 中部経済新聞
- 熊谷健 (2022) 購買誘うブランド発信戦略: ブランドの中心的情報と周辺的情報. 主張 (論説), 日刊工業新聞

「学会発表」

- Felicia Caitlin・熊谷健・長沢伸也 (2022) The Effect of Design Extravagance on Consumer's Perception of Brand's Greenwashing, 日本感性工学会感性商品研究部会第 75 回研究会
- 熊谷健 (2022) 企業の環境施策と自己概念調和に基づくウェルビーイングと消費者行動, 日本消費者行動研究学会第 65 回消費者行動研究コンファレンス
- 熊谷健 (2022) ブランド, 環境施策, 自己概念の心理的調和と主観的ウェルビーイングの関係, 商品開発・管理学会第 38 回全国大会
- 熊谷健 (2022) ブランド, 環境施策, および自己概念の調和によるブランド評価形成インパクト: 消費者心理に基づくインパクト変化の検討, 商品開発・管理学会第 37 回全国大会, 大会優秀発表賞受賞研究
- 熊谷健 (2022) 購買意図形成におけるブランド関連環境施策の影響: 自己概念調和理論の視座から, 日本商業学会中部部会
- 三浦 爾子・氏平 千暁・安 星奈・石内 順子・甲斐 咲帆・古川 貴雄 (2022) ラグジュアリーファッション・スポーツブランドにおけるスニーカーブランドエクステンションとブランド コラボレーション, 第 24 回日本感性工学会大会

注: ユニットメンバー以外の研究者との共著を含む。

以上