
所 属 : 国際学部

職・氏名 : 講 師 李 玲

研究キーワード : 国際マーケティング、グローバル・ブランド、原産国イメージ、
企業ブランド、製品ブランド

■研究テーマ

① テーマ：グローバル・ブランドと原産国イメージの関係

概要：企業のグローバル活動の拡大と国際的消費者への理解には大きなギャップが生じています。製品は情報の手掛かりの配列だと考えられます。グローバル・ブランドと原産国イメージを情報の手掛かりとして取り上げ、巨大市場である中国における消費者の購買行動の分析や解明に関する実証研究を進んでいます。

② テーマ：製品ブランドと企業ブランドの関係

概要：ブランドのコモディティ化が進んでいる今や、製品ブランドによる差別優位性を維持するのに限界がみられます。一方、企業の文化や伝統に根付く組織による差別化の重要性が強調される中、企業ブランドの研究が台頭してきました。従来のマーケティングの視点のみならず、企業マネジメントの視点からも製品ブランドと企業ブランドの関係の究明を試みています。

③ テーマ：企業ブランドと企業価値の関係

概要：あらゆる分野からブランドの無形資産性およびその計測に関する関心は高まってきています。企業の主要な財務指標を取り上げて、こういった指標による企業価値への直接効果と、企業ブランド価値を媒介させる場合の総合効果を比較することによって、企業ブランド価値の効果について検証を行っています。

■研究テーマの応用例

中国市場や中国消費者への理解の手掛かりとして活用できます。

■主な著書、発表論文

- ・ The Relationship between Global Brand and Country of Origin in Chinese Consumption Market, Kwansai Gakuin University School of Business Administration, *International Review of Business*, 2013
- ・ 「製品ブランドと企業ブランドの関係」 関西学院大学大学院商学研究科研究会『関西学院商学研究』第65号、2012年
- ・ 「中国自動車メーカーにおける企業価値(CV)の決定因に関する分析—コーポレート・ブランド価値のCV増強効果とCV安定性効果に着眼して—」『多国籍企業研究』第4号、2011年

■想定される連携先

- ・ 企業
- ・ 地方自治体
- ・ NPO/NGO など