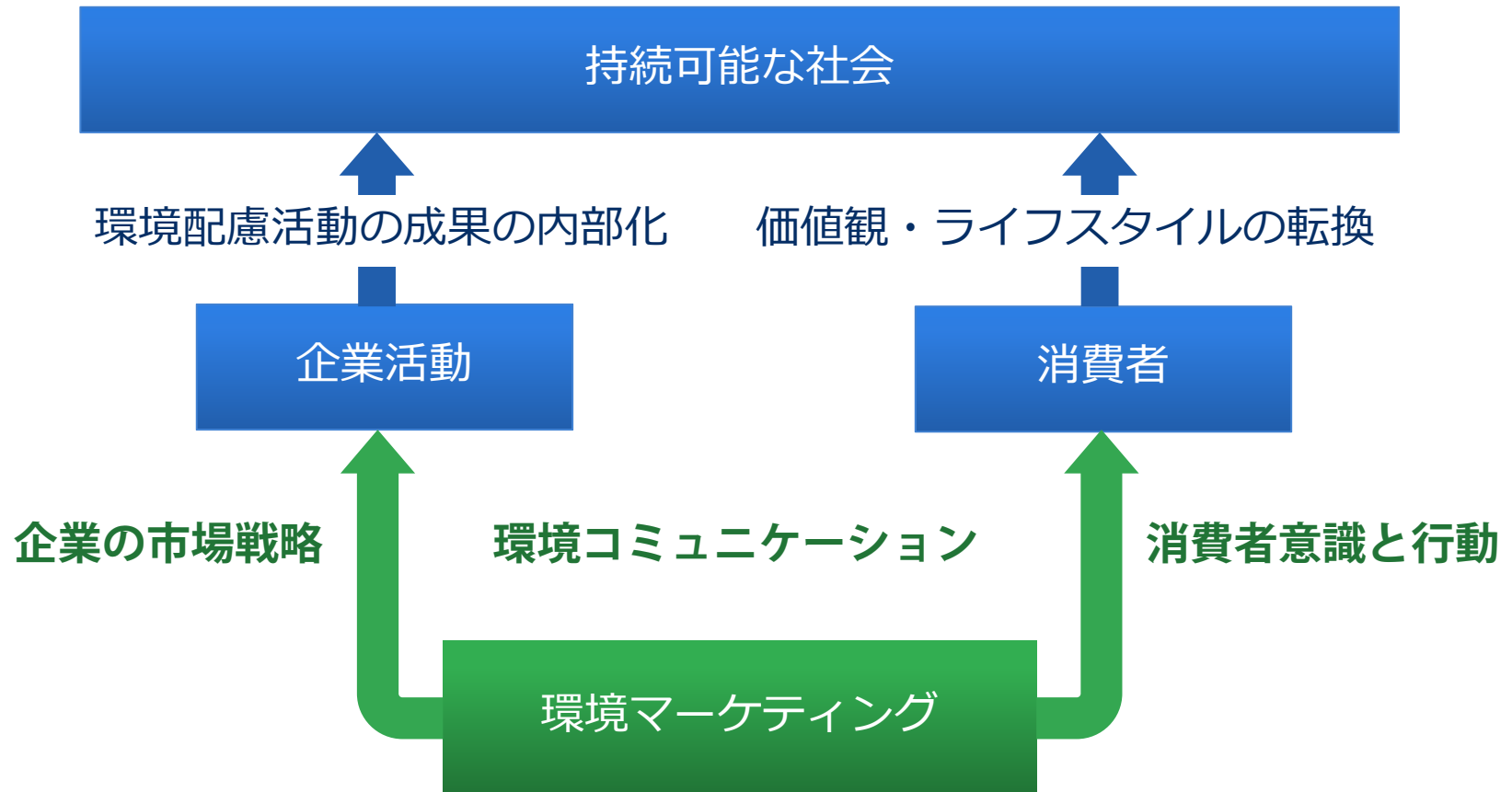


環境マーケティング論分野

環境マーケティングとは



環境への取り組みを軸とした市場戦略

■ CSR活動を超えて

● 革新的環境配慮活動

環境を軸とした企業の**差別化**戦略

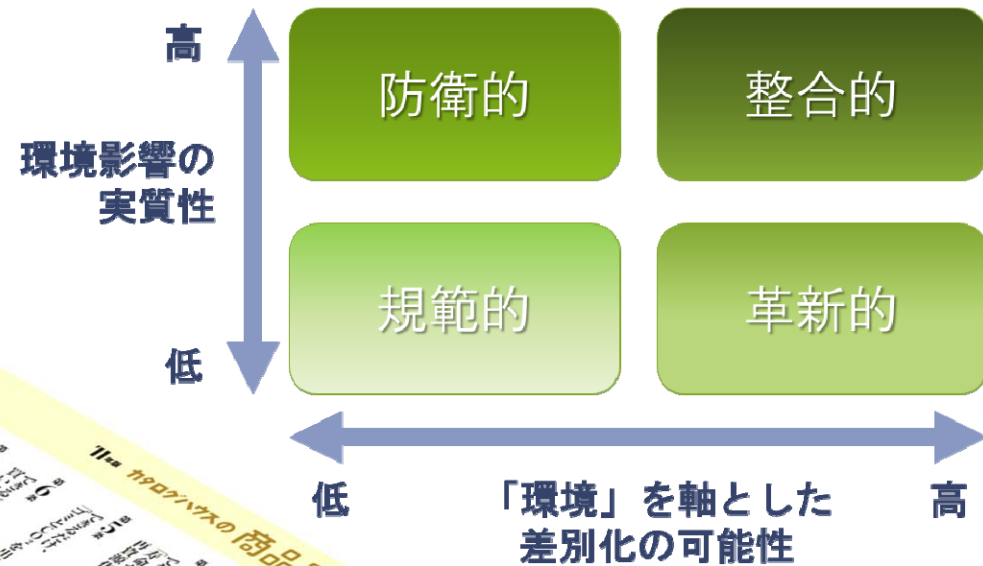
● 防衛的環境配慮活動

企業に対する理解～**信頼**の形成

● 統合的環境配慮活動

環境ブランドの形成

企業による環境配慮活動の分類基準



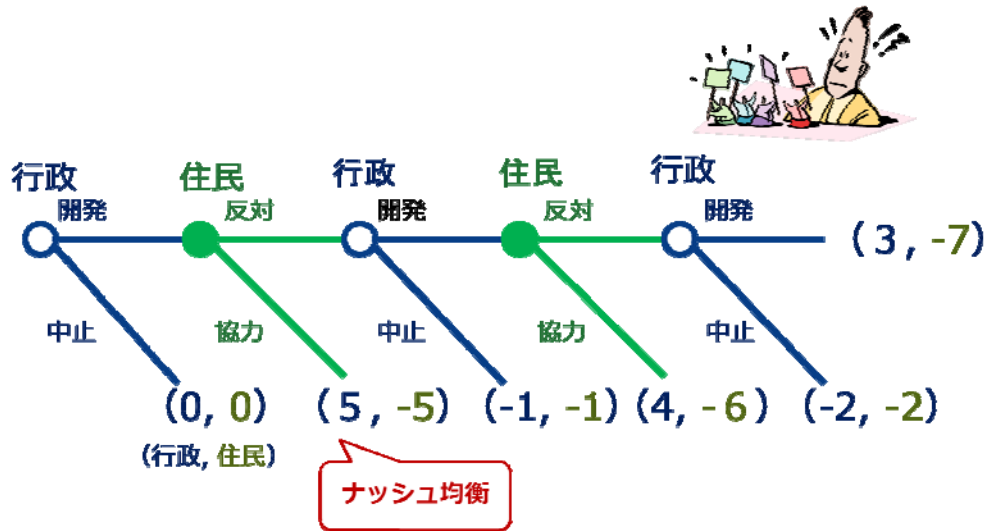
企業と消費者の環境コミュニケーション

■ 情報の非対称性を超えて

- 環境ラベル、環境認証制度



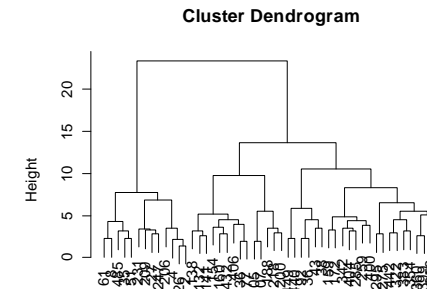
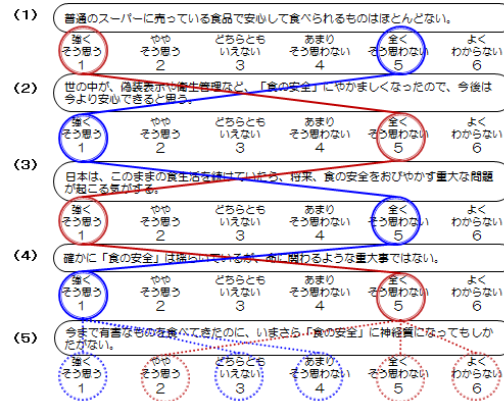
- 環境リスクコミュニケーション



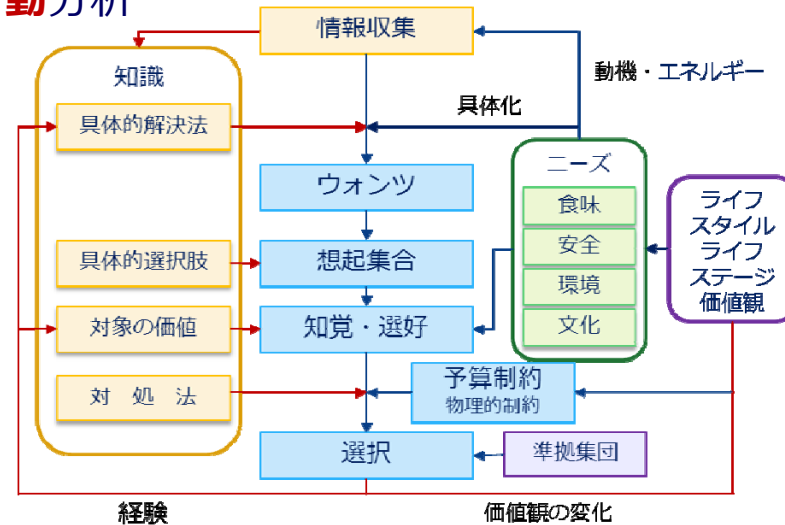
環境に関する意識と行動の分析

■ 新たな価値観に立った生活様式を求めて

● 環境意識による消費者セグメンテーション



● 環境配慮活動の消費者行動分析



環境配慮型農業の可能性

■ 環境と調和した農業を支える社会とは

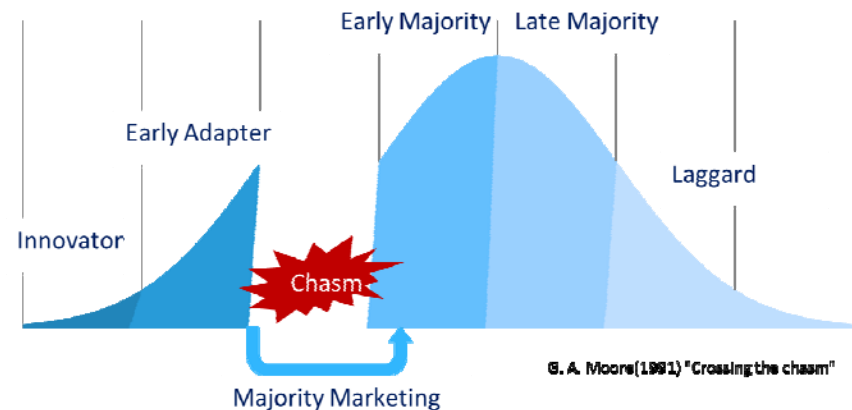
- 環境配慮型農業への取り組みの**実態**

- 環境配慮型農業の**市場戦略**

- 環境配慮型農産物の**市場動向**

- 環境配慮型農産物を購入する**消費者**

- 環境と調和した**食文化**

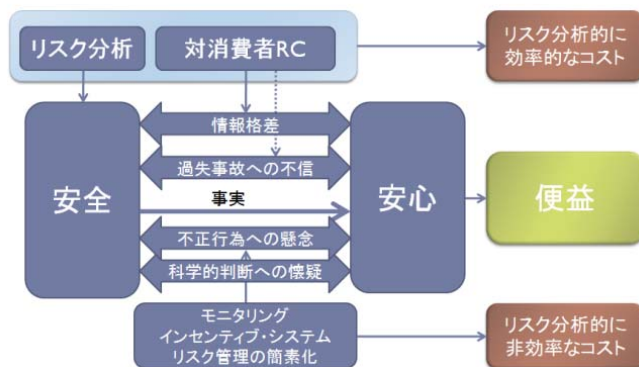


食品リスクコミュニケーション

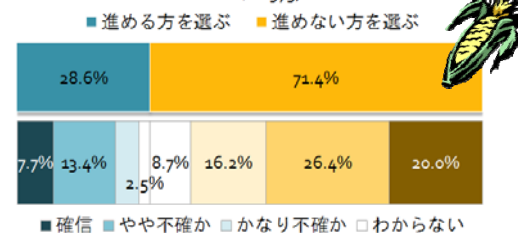
■ 安全と安心の間

● BSE騒動

● 遺伝子組換え食品

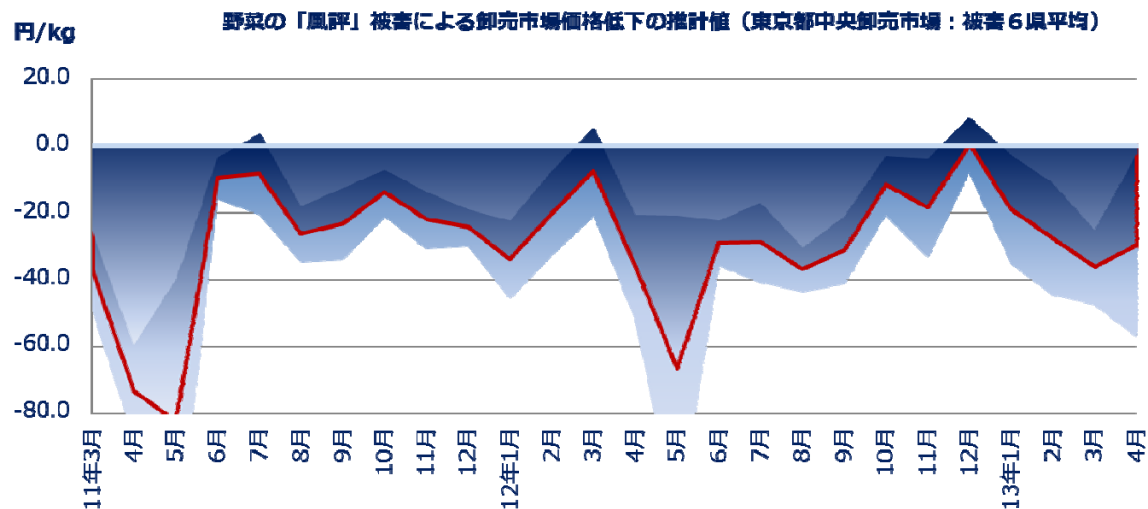


問1.(7) 日本で遺伝子組換え食品の普及を進めるべきかどうか、どちらかを選べと言われたらどちらを選びますか？ (N=973)



問1.(8) (7)の質問への答えは、どの程度確信をもって答えられましたか？ (N=973)

● 原発事故に伴う“風評”被害



ゼミ教育

- 輪読ゼミ

 - マーケティング論とその周辺

- 統計分析

 - 基礎統計・計量経済学
統計解析ソフト

- 論文指導

 - 博論：外来種問題に対する意識と行動に関する研究－農業生産者とNPO会員を対象として－
 - 博論：容器包装リサイクル法におけるPETボトル収集処理の実態分析
 - 博論：労働市場における環境マーケティングの可能性に関する研究
 - 修論：市場評価による地域ブランドの類型化の試み～南あわじ市地域ブランドづくりのために～
 - 修論：日本における沿岸漁業のバリューチェーン～京都府機船底曳網漁業連合会のMSC認証取得を事例として～
 - 修論：福島県産食品における社会的リスクコミュニケーションに関する研究
 - 修論：日本におけるサステイナブルコーヒー普及への取り組み
 - 修論：食品の放射性物質汚染に対する消費者不安に関する研究
 - 修論：中国における有機農産物市場の現状－深セン市を事例として－

- インターンシップ

 - 沖縄県・碧コンサルタンツ「沖縄の珊瑚と農業と水を守る再生水プロジェクト」
 - 京都府・自然産業研究所「農林水産業のマーケティングと担い手に関する調査研究」
 - 兵庫県・南あわじ市「南あわじ市農業の地域ブランド化に向けた取り組み」
 - 福島県・うつくしまふくしま未来支援センター「福島の放射線汚染被害の実態調査」
 - 兵庫県・南あわじ市「南あわじ市の地域再生計画」
 - メキシコ・アルゴビア農園「オーガニックコーヒーの生産とマーケティング」
 - 京都府・アミタ持続可能経済研究所「環境配慮農産物に対する消費者需要」
 - 京都府・アミタ持続可能経済研究所「環境共生型農業実践支援」

