

マーケティングカンファレンス 2015 プログラム

8:30	受付開始(早稲田大学・早稲田キャンパス 8号館 B1階)		
8:30-9:00	ブレイクファースト(B107教室) *無料コーヒー, サンドイッチ用意		
9:00-10:30	リサーチプロジェクト・セッション 11セッション *マーケティング研究の最前線のテーマに取り組んでいる, 学会のリサーチプロジェクトの報告会。		
	ブランド&コミュニケーション研究会 (308教室)	ソロモン流消費者行動分析研究会 (309教室)	地域活性化マーケティング研究会 (310教室)
	リーダー: 田中 洋(中央大学ビジネススクール教授) ブランド・デジタルコミュニケーションの展開 1. ブランド・デジタルコミュニケーションの課題 久保田 進彦(青山学院大学 経営学部 教授) 2. 花王のブランド・デジタルコミュニケーション戦略 石井 龍夫(花王株式会社 デジタルマーケティングセンター長) 3. ブランド・コミュニケーションの流れ 田中 洋(中央大学ビジネススクール 教授)	リーダー: 松井 剛(一橋大学 商学研究科 教授) 『Iからの消費者行動』『定性的マーケティング・リサーチ』の魅力 1. 著者解題『Iからの消費者行動』 鈴木 智子(京都大学 特任講師) 2. 訳者解題『定性的マーケティング・リサーチ』 松井 剛(一橋大学 商学研究科 教授) 3. Q&A	リーダー: 宮副 謙司(青山学院大学大学院国際マネジメント研究科 教授) 地域活性化マーケティングにおける「民産官学」連携 - 神山・長崎の事例研究 1. 神山・LOFT 連携による地域活性化プロモーション 内海 里香(文化ファッション大学院大学 講師) 2. 観光マーケティングの観点からの神山研究 佐伯 悠(青山学院大学大学院 博士課程), 小山 大輔・可児 瑞起(ABS 地方創生センター 研究員) 3. 長崎市の地域活性化の取り組み「- 民産官学」連携の実際 内海 里香(文化ファッション大学院大学 講師), 宮副 謙司(青山学院大学大学院国際マネジメント研究科 教授), 飯田 恭祥(長崎県建設局まちなか事業推進室 室長)
	医療マーケティング研究会 (311教室)	ソーシャル・メディア&ビジネス研究会 (312教室)	ユーザー・イノベーション研究会 (401教室)
	リーダー: 川上 智子(早稲田大学 商学研究科 教授) 医療・ヘルスケア産業 x 破壊的イノベーション 1. 「医療イノベーションの本質」に学ぶ 的場 匡亮(昭和大学大学院 保健医療学研究科 講師) 2. ITヘルスケア市場における破壊的イノベーション 石倉 大樹(日本医療機器開発機構 取締役 CBO) 3. データヘルスと破壊的イノベーション 友杉 崇(株式会社ミナケア) 4. パネルディスカッション 進行: 川上 智子(早稲田大学 商学研究科 教授)	リーダー: 廣田 章光(近畿大学 経営学部 教授) 共生経営とマーケティングの可能性 1. 講演: IKEUCHI ORGANIC の環境共生経営とマーケティングの可能性 ゲストスピーカー: 池内 計司(IKEUCHI ORGANIC 株式会社 代表取締役) 2. インタラクティブセッション: 池内 計司(IKEUCHI ORGANIC 株式会社 代表取締役), 横田 浩一(横田アソシエイツ 代表), 廣田 章光(近畿大学 経営学部 教授)	リーダー: 西川 英彦(法政大学 経営学部 教授) ユーザー・イノベーション理論の応用と課題 1. ユーザー・イノベーションの可能性: 広がるユーザーの力 水野 学(阪南大学 経営情報学部 教授) 2. 「産」カルビー じゃがりあの事例 松井 淳(カルビー株式会社 マーケティング本部 素材スナック部 じゃがりこ課) 3. 「官」デンマーク政府の事例 中島 健祐(デンマーク大使館 投資部部門長)
	価値共創型マーケティング研究会 (402教室)	エフェクチュエーション研究会 (403教室)	流通ビジネスモデル研究会 (404教室)
	リーダー: 村松 潤一(広島大学大学院 社会科学研究科 教授) 価値共創マーケティングの実践的課題 【講演】 1. 顧客の経験にアクセスする企業活動 - ヤクルトが実践する「農耕型経営」の特質に迫る - 今村 一真(茨城大学 人文学部 准教授) 2. 地域密着型宅配サービスの革新 - 今日生まれる幸せのひとつ - 関口 明美(群馬ヤクルト販売株式会社 常務取締役) 【ディスカッション】 パネラー 関口 明美(群馬ヤクルト販売株式会社 常務取締役), 内藤 学(水戸ヤクルト販売株式会社 代表取締役社長), 今村 一真(茨城大学 人文学部 准教授) ファシリテータ 村松 潤一(広島大学大学院 社会科学研究科 教授)	リーダー: 栗木 契(神戸大学大学院 経営学研究科 教授) 新市場創造のためのエフェクチュエーションの論理 1. 熟達した起業家による発話分析とエフェクチュエーション 高瀬 進(山口大学大学院 技術経営研究科 准教授(特命)) 2. 新規事業開発におけるエフェクチュエーションの論理の有効性 吉田 満梨(立命館大学 経営学部 准教授) 3. 大企業の社内起業の舞台裏 - 「ホームプロ」におけるエフェクチュエーション 鈴木 隆(大阪ガス株式会社 エネルギー・文化研究所 研究員)	リーダー: 横山 斉理(日本大学 商学部 准教授) オムニチャネル時代における「現場の知」の活用 1. オムニチャネルにおける理論的・実践的課題 金 雲鎬(日本大学 商学部 准教授) 2. 流通技術の進展とその活用可能性 東 伸一(青山学院大学 経営学部 准教授) 3. 小売店頭知識の共有問題 横山 斉理(日本大学 商学部 准教授)

「ビッグデータ時代のマーケティング」

早稲田大学 早稲田キャンパス 2015.11.29.SUN

	女性マーケティング研究会 (411 教室)	アグリ&アクアフード・ マーケティング研究会 (412 教室)	
	<p>リーダー：本庄 加代子(東洋学園大学 現代経営学部 専任講師)</p> <p>女性を切り口としたマーケティングの未来と可能性の探求</p> <p>1. 女性を切り口としたマーケティング研究の整理</p> <p>2. 第1回勉強会報告「女性脳とマーケティングの可能性」 高橋 千枝子(三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 チーフコンサルタント)</p> <p>3. 第2回勉強会報告「女性を活かすマネジメント～女性営業の活用事例をもとに～」 東口 晃子(花王カスタマーマーケティング株式会社 チームリーダー)</p>	<p>リーダー：小林 哲(大阪市立大学 経営学研究科 准教授)</p> <p>農業と企業。その連携の可能性：マーケティングは農業再生に貢献できるか？</p> <p>(報告) 農業と企業。その連携の可能性 山口 英彰(農林水産省 審議官(兼経営局担当)) (ファシリテーター) 南部 哲宏(公益財団法人 流通経済研究所 特任研究員)</p>	
10:40-11:10	ポスターレビュー 45 報告 *ポスターセッションの内容を、2会場で1報告1分で説明。		
	ポスターレビュー 1 (B107 教室)		
	司会：依田 祐一(立命館大学 経営学部 准教授)		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. セルフメディケーションにおける消費者の OTC 医薬品情報管理 上西 智子(東北大学大学院 経済学研究科 博士研究員) 2. 骨粗鬆症患者の治療に関する意識調査 吉田 信吾(旭化成ファーマ株式会社 マーケティンググループ) 3. 骨粗鬆症患者と同居する家族の意識調査 前川 学(旭化成ファーマ株式会社 マーケティンググループ) 4. 骨粗鬆症治療における医師の意識調査 佐藤 勇治(旭化成ファーマ株式会社 医薬事業推進総部 新製品企画室) 5. 歯科医院における購買意思決定モデルの研究 小川 貴子(デンツプライ三金株式会社 マーケティング本部) 6. 乳がんの病院・名医ガイド「イシュラン」サイト構築からの学び 鈴木 英介(株式会社メディカル・インサイト 代表取締役) 7. クラウドファンディングにおけるプロジェクトオーナー効果の実証研究 海野 浩三(法政大学大学院 経営学研究科 修士課程) 8. クラウドファンディングのマーケティング効果についての考察 松本 茂樹(関西国際大学 人間科学部 経営学科 経営学科長) 9. なぜ、ユーザーは多くのアイデアを、クラウドソーシングで投稿するのか —中国モバイル企業シャオミの研究— 張 璋書(法政大学大学院 経営学研究科 修士課程) 10. ニュース記事の制作と選択における、ユーザーとロボットエンパワメントの影響 田中 祥子(法政大学大学院 経営学研究科 修士課程) 11. 顧客の価値共創活動と共創志向性によるセグメント分析 五島 光(経営戦略研究所株式会社) 12. 営業スタイルと顧客価値創造との関係性の理論的フレームワーク構築への挑戦 登坂 一博(株式会社ビジネスイノベーションコンサルティング 代表取締役/関西学院大学専門職大学院 経営戦略研究科 非常勤講師)・瀧川 雅行(日医工株式会社 営業本部マーケティング部 担当部長)・脇 穂積(株式会社 NNW JAPAN RESEARCH & CONSULTING 代表取締役社長)・上田 利博(富士ゼロックス大阪株式会社)・向井 光太郎(奈良佐保短期大学 准教授)・本下 真次(関西学院大学大学院 経営戦略研究科 博士後期課程) 13. 顧客経験の記述とサービスデザインのアプローチ(3) —ツーリズムのサービスデザイナー— 吉橋 昭夫(多摩美術大学 准教授) 14. コーズ・リレーテッド・マーケティングにおける製品特性の違いによる効果の検証 山下 勇吉(日本赤十字社 名古屋第一赤十字病院 経理部 会計課 経理係長) 15. 「キャラクター 3.0」—キャラクターを通じた新しい母子のコミュニケーションの構築— 堀井 香奈子(アクセンチュア株式会社 コンサルタント)・岩崎 達也(九州産業大学 商学部 教授) 	<ol style="list-style-type: none"> 16. ストーリー型コンテンツのマーケティングコミュニケーションが知覚品質に与える影響 —狩野モデルを用いた実証実験— 竹淵 祥平(株式会社 ミルボン フィールド企画部 販売促進室 マネージャー) 17. 物語CMにおける効果検証 —物語理解や物語創作理論は、CMクリエイティブに示唆を与えることができるのか— 津村 将章(九州産業大学 商学部 講師) 18. マーケティングのロングテール —社会生態学のケースとしての秋葉原— 山田 一人(法政大学サステナビリティ研究所 リサーチ・アシスタント) 19. 観光分野にサービスデザインを適用した「ツーリズムデザイン」の可能性に関する考察 尾形 慎哉(株式会社グラグリッド 代表取締役)・山下 真輝(株式会社ジェイティービー 旅行事業本部 観光戦略室 観光立国推進担当 マネージャー) 20. 周遊行動調査による新潟県長岡市の観光振興策の検討 井上 真実(株式会社 U'eyes Design デザインコンサルティング事業部 DC 部 デザイナー)・佐藤 泰輔(長岡市商工部観光企画課 主任)・北島 宗雄(長岡技術科学大学 情報・経営システム工学専攻 教授) 21. 小田急口マンスカー事業のグランドコンセプト策定に向けたデザインコンサルティングプロセス 大坂 岳史(株式会社 U'eyes Design デザインコンサルティング事業部 DC 部 マネージャー)・鈴木 香澄(株式会社 U'eyes Design デザインコンサルティング事業部 デザイナー)・緑川 寿子(株式会社 U'eyes Design プロジェクトマネジメントオフィス デザイナー)・諏訪 智泰(株式会社小田急エージェンシー 営業本部 シニアマネージャー)・深井 正宏(株式会社小田急エージェンシー コミュニケーションデザイン局プランニング部長)・高橋 勝仁(株式会社小田急エージェンシー 営業本部 電鉄部長)・西口 朋宏(小田急電鉄株式会社 旅客営業部 営業企画担当 課長代理)・野田 健一(小田急電鉄株式会社 旅客営業部 営業企画担当 課長代理)・室橋 正和(小田急箱根ホールディングス株式会社 取締役営業統括部長) 22. 地方創生における“ふるさと応援大使”の新たな可能性 —地域おこし協力隊の対としての都市部発プッシュ型斡旋の仕組み— 那須野 拓実(フォトグラファー) 23. 地方分散型社会を見据えた地域コーディネート 藤川 遼介(株式会社 APITEC 代表取締役 社長)・松富 瑞樹(株式会社 APITEC 取締役 クリエイティブリサーチ部統括部長) 	

10:40-11:10	<p align="center">ポスターレビュー 45 報告 *ポスターセッションの内容を、2 会場で1 報告1 分で説明。</p>	
	<p align="center">ポスターレビュー 2 (B101 教室)</p>	
<p>司会：京ヶ島 弥生(有限会社フロスヴィータ 代表取締役)</p>		
<p>24. 宇宙マーケティング —宇宙開発に貢献できるマーケティング視点の考察— 荒井 誠(株式会社電通 ビジネス統括局 局長)・菊池 優太(株式会社電通 未来創造室・宇宙航空研究開発機構(JAXA) から出向)</p> <p>25. 消費者行動の予測のためのピークエンドルールと事例ベース意志決定理論 金城 敬太(沖縄国際大学 経済学部 経済学科 専任講師)・海老名 剛(信州大学学術研究院 准教授)</p> <p>26. ソシオトピックな消費を促進する消費者情報処理モデル —消費者行動に関する利他性をめぐる考察— 水師 裕(株式会社クロス・マーケティンググループ マーケティング部 クロスラボ 主席研究員/プロジェクトマネージャー)</p> <p>27. ダイバーシティの観点から女性向けマーケティングの逆効果についての検証 西田 明紀(久留米信愛女学院短期大学 専任講師/福岡地域戦略推進協議会フェロー)</p> <p>28. ファンコミュニティの構造分析と継続的活動要因の探索 大森 友子(法政大学大学院 経営学専攻 マーケティングコース 修士課程)</p> <p>29. 漫画と消費者行動 —ナラティブアプローチを用いた漫画の販促効果— 粟津 和也(法政大学大学院 経営学研究科 修士課程)・谷口 慎介(法政大学大学院 経営学研究科 修士課程)</p> <p>30. 「賢美(けんじつ)」消費で「ほどほど」幸せ —女性1 万人調査からわかった現代日本女性のライフスタイル・価値観— 藤村 慎也(株式会社藤村総合研究所 代表取締役/電気通信大学 非常勤講師「マーケティング科学」担当)</p> <p>31. どうすれば、若者に新聞紙閲読を促せるのか 丁子 詩織(法政大学 経営学部 市場経営学科3 年 西川英彦研究室 所属)・畔田 夏風(法政大学 経営学部 西川英彦研究室)・田代 采(法政大学 経営学部 西川英彦研究室)・長嶋 すみれ(法政大学 経営学部 西川英彦研究室)</p> <p>32. 行動観察による利用者特性の優位性を基軸にした空港体験のモデル化 梶川 忠彦(株式会社 U'eyes Design マネージャー)・齋藤 祐太(株式会社 U'eyes Design デザイナー)・染谷 栄一(株式会社アサツディ・ケイ チーフディレクター)</p> <p>33. 情報セキュリティビジネスにおける競争優位創出のための要因 —企業構造の変化から見るマーケットへの差別化— 伊藤 博康(立教大学 ビジネスデザイン研究科 修士課程)</p> <p>34. Facebook 上での eWOM 効果に関する分析 織田 遼星(アマゾンジャパン株式会社)</p>	<p>35. Instagram におけるユーザーの企業アカウントフォローの要因 清野 大樹(法政大学 経営学部 経営戦略学科3 年 西川英彦研究室 所属)・小林 勇輝(法政大学 経営学部 西川英彦研究室)・若林 真由(法政大学 経営学部 西川英彦研究室)・久世 匠(法政大学 経営学部 西川英彦研究室)</p> <p>36. IoT ビジネスを実現させるソリューションの最適化に関する研究 小森 和希(法政大学大学院 経営学研究科 修士課程)</p> <p>37. インターネット利用者のランダム・ドメイン・インターセプト(RDIT) という新しい標本抽出手法とアクセスパネルによるマーケティング課題へのアプローチ方法の今後の展望 岸田 典子(株式会社クロス・マーケティンググループ エグゼクティブ・マネージャー)</p> <p>38. 次世代型 SNS は社会をどのように変えるのか —拡張現実としてのニアバイ・ネットワーキング— 棚橋 豪(奈良学園大学 ビジネス学部 准教授)</p> <p>39. 大規模ログデータベースを用いた食の流行の現状把握システムの開発 —網羅的な新語発見と関心トレンドの時系列解析— 渡邊 隼史(株式会社ホットリンク 開発本部 研究開発グループ 主任研究員)・小森 あゆみ(株式会社ホットリンクコンサルティング コンサルタント)・神子島 隆仁(株式会社ホットリンクコンサルティング 取締役)・神野 敬大(楽天株式会社 楽天市場事業店舗開発部 ターゲティンググループ)・榊 剛史(株式会社ホットリンク 開発本部 研究開発グループ・マネージャー)</p> <p>40. IT 系新興企業における統一した戦略を策定するためのメカニズム 須藤 心(立教大学大学院 ビジネスデザイン専攻 修士課程)</p> <p>41. 「見られたいイメージ」の尺度開発と消費行動分析 —パーソナルブランディングの視点から— 池添 久美子(関西学院大学 経営戦略研究科2 年)</p> <p>42. 「社会的課題」解決製品の顧客価値に関する考察 後藤 麻美(横浜国立大学 国際社会科学部研究科 博士後期課程)</p> <p>43. 日韓化粧品業界のブランド戦略 —製品アーキテクチャ論と競争戦略的視点からの考察— 赤松 裕二(大阪市立大学大学院 創造都市研究科 国際地域経済研究領域 博士後期課程)</p> <p>44. 情報探索時に想起される他者とその想起強度 —解釈レベル理論による考察— 磯田 友里子(法政大学大学院 経営学研究科 修士課程)</p> <p>45. 熱狂的なファンはいかにして生まれるか —エピソードを通してブランドが頭に根づく過程を検討する— 山崎 陽(構造計画研究所)・吉松 敏也(多摩大学大学院 客員教授)・片平 秀貴(丸の内ブランドフォーラム 代表)</p>	
11:10-11:50	<p align="center">ポスターセッション 45 報告 (地下1 階 教室前スペース)</p> <p>ポスターレビューの番号順に、ポスター設置。</p> <p>*パネルに図表を掲示して、逐次、参加者と対話しながら進める報告会。フリーマーケットのように、聞き手と交流しつつ深く議論できる手法。会場で学会員の投票によりベストポスター賞選出。</p> <p align="right"> ポスターセッション賞に投票しよう! http://www.j-mac.or.jp/vote/ スマホ・携帯で投票できます。 (投票時間：13 時まで) </p> 	
12:00-12:50	<p align="center">ランチ、ランチセッション</p> <p>*企業との共催によるマーケティングに関連する報告会(無料お弁当・お茶付き)。</p> <p>各会場入口の共催企業受付で、原則、名刺を渡して(あるいは記帳)ください。</p> <p>共催企業より、メールあるいはDM 等で連絡させて頂く場合があることをご了解ください。</p> <p>なお、お弁当・お茶は、ほぼカンファレンス参加者分を用意しますが、数に限りがあることはご理解ください。</p>	
<p align="center">ランチセッション1 (B107 教室)</p>		<p align="center">ランチセッション2 (B101 教室)</p>
<p>ビジネスモデルイノベーション ネスカフェ アンバサダー</p> <p>報告者：津田 匡保(ネスレ日本株式会社 Eコマース本部 部長)</p> <p>共催：ネスレ日本株式会社</p>		<p>マイビッグデータと若者</p> <p>～これからのビッグデータは生活者が生産する～</p> <p>報告者：酒井 崇匡(博報堂生活総合研究所 上席研究員)・原田 曜平(博報堂ブランドデザイン若者研究所 リーダー)・津田 大介(ジャーナリスト/メディア・アクティビスト)</p> <p>共催：株式会社博報堂</p>

13:00-14:50

オーラルセッション 46 報告

*フルペーパー(論文)を準備の上で、理事によるコメンテーターのもと、報告(15分)・質疑応答(10分)を行う、いわゆる伝統的な学会の報告スタイル。理事の投票による、ベストペーパー賞、ベストドクターコース賞(博士課程個人報告対象)も予定。

オーラルセッション1 A会場(308教室)	オーラルセッション2 B会場(309教室)	オーラルセッション3 C会場(310教室)
コメンテーター：古川 一郎(一橋大学大学院 商学研究科 教授)	コメンテーター：南 知恵子(神戸大学大学院 経営学研究科 教授)	コメンテーター：宮副 謙司(青山学院大学大学院 国際マネジメント研究科 教授)
13:00-13:25 保守的な都市における市民参加型まちづくりの発生—アメリカ・オレゴン州ポートランド市に関する事例研究— 畢 滔滔(立正大学 経営学部 教授)	13:00-13:25 イノベーション賛美時代の留意点—本来のマーケティング像とブランディングの必要性— 森 泰規(株式会社博報堂 ブランド・イノベーションデザイン局 コンサルタント)・橋本 直彦(株式会社博報堂 ブランド・イノベーションデザイン局 局長代理)・石井 まどか(株式会社博報堂 ブランド・イノベーションデザイン局)	13:00-13:25 「かわいい」価値観にみる地域差—文化的価値観とポジティブ感情に関する「かわいい」の都府県・大都市間比較— 山下 永子(九州産業大学 経営学部 産業経営学 准教授)
13:27-13:52 横浜中華街の特徴と発展要因 金 珍淑(敬愛大学 経済学部 准教授)	13:27-13:52 未来洞察の手法とイノベーションの概念 古江 奈々美(一橋大学大学院 商学研究科 博士後期課程)・鷲田 祐一(一橋大学大学院 商学研究科 教授)	13:27-13:52 共同ブランド(Cobrand)の選好における文化差—弁証法的思考の影響— 鈴木 智子(京都大学大学院 経営管理研究部 特定講師)・阿久津 聡(一橋大学大学院 国際企業戦略研究科 教授)
13:54-14:19 温泉客の特徴—旅行動機、満足度、再訪意向の関係— 鎌田 裕美(淑徳大学 経営学部 専任講師)	13:54-14:19 創業のライセンス・イン/アウトで知識をマーケティングする際の特性 富田 健司(同志社大学 商学部 教授)	13:54-14:19 共創活動から生まれる第二のキャリア—『クックパッド料理教室』事例研究— 青木 慶(大阪女学院大学 専任講師)
14:21-14:46 口コミビッグデータを活用した観光客目線によるテーマ性を持つ広域観光ルートの検討 野守 耕爾(有限責任監査法人トーマツ デロイトアナリティクス シニアスタッフ)・神津 友武(有限責任監査法人トーマツ デロイトアナリティクス ディレクター)	14:21-14:46 ベンチャー企業の弱者転化競争戦略—テスラモーターズの事例研究— 金 泰元(早稲田大学大学院 商学研究科)・内田 和成(早稲田大学 教授)	14:21-14:46 ユーザー生成コンテンツと集合知形成のダイナミクス—ニコニコ動画コミュニティにおける「初音ミク」創作ネットワーク— 片野 浩一(明星大学 経営学部 教授)・石田 実(東洋大学 経営学部 講師)
オーラルセッション4 D会場(311教室)	オーラルセッション5 E会場(312教室)	オーラルセッション6 F会場(401教室)
コメンテーター：田中 洋(中央大学大学院 戦略経営研究科 教授)	コメンテーター：池尾 恭一(明治学院大学 経済学部 教授)	コメンテーター：佐藤 善信(関西学院大学専門職大学院 経営戦略研究科 教授)
13:00-13:25 八百屋として生きる—青果商の個人的経緯に基づく探索的調査— 松田 温郎(山口大学 経済学部 准教授)	13:00-13:25 B2C ネットビジネスの物販系取引における消費者行動の購入時間特性による実証分析— 楽天・Yahoo! ショッピング・Eストアの比較事例— 相田 研一(アイダ産業株式会社 代表取締役)	13:00-13:25 出版市場における流通構造の変化と人気タイトルへの上位集中に関する考察 石塚 雅延(株式会社集英社 ブランド事業部ダイレクトマーケティング室 主任)
13:27-13:52 エスノメソドロジーとフィールドワーク—薬害調査における専門的知識と歴史的文脈の意味— 山田 富秋(松山大学 人文学部 社会学科 教授)・入江 信一郎(京都工芸繊維大学 助手)	13:27-13:52 マス富裕層女性を捉える—マス富裕層向けマーケティング戦略立案に向けて— 高橋 一樹(株式会社電通 マーケティングソリューション局 チーフアナリスト)・小山 雅史(株式会社電通 チーフプランナー)・石井 香織(株式会社電通 チーフプランナー)・笠原 久(株式会社 ハースト婦人画報社 マーケティング本部長)・猪瀬 雅子(株式会社 ハースト婦人画報社)	13:27-13:52 小売店顧客の継続来店予測モデル作成と継続来店顧客の行動分析—POSデータを入力とするニューラルネットワークを用いた予測モデル— 北島 良三(東海大学 総合理工学研究科 総合理工学専攻 博士課程)・上村 龍太郎(東海大学 情報教育センター 総合理工学研究科 教授)
13:54-14:19 デザインリサーチとしてのキーパーソン・エスノグラフィック調査—生活者視点の製品・サービス開発のアプローチ— 田平 博嗣(株式会社 U'eyes Design 専務取締役)	13:54-14:19 Jリーグにおける入場料収入と顧客満足との関連についての研究 山田 洋介(大日本印刷株式会社)	13:54-14:19 組織統合後のインフォーマル・ネットワークの非統合現象に関する一考察 方山 大地(一橋大学大学院 商学研究科 修士課程)・古川 一郎(一橋大学大学院 商学研究科 教授)・鷲田 祐一(一橋大学大学院 商学研究科 教授)
14:21-14:46 事例研究の「示唆がある」とはどういうことか—「一般性」との関連での考察— 入江 信一郎(京都工芸繊維大学 助手)	14:21-14:46 「本物感」構成要素の探求—消費者の知識ネットワーク構造を用いながら— 田中 祥司(神戸山手大学 現代社会学部 専任講師)・高橋 広行(同志社大学 商学部 准教授)	14:21-14:46 BtoBにおける市場細分化の方法論—光通信を使ったインターネット接続回線を例に— 徳永 朗(株式会社博報堂 研究開発局 主席研究員)・清水 慶尚(株式会社博報堂 コンサルティング シニアマネジャー)

13:00-14:50

オーラルセッション7 G会場(402教室)	オーラルセッション8 H会場(411教室)	オーラルセッション9 I会場(412教室)
<p>コメンテーター：小野 譲司(青山学院大学 経営学部 教授)</p> <p>13:00-13:25 日本の情報サービス産業の品質と今後の課題 吉田 憲正(NDS インフォス株式会社 専務取締役 東京支社長)</p> <p>13:27-13:52 プロフェッショナルサービスの知識創造に関する考察 高橋 千枝子(三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 チーフコンサルタント/神戸大学大学院 経営学研究科 研究員)</p> <p>13:54-14:19 サービスにおけるチームワーク効率の評価と適用 伊藤 佑(ヤマト運輸株式会社)</p>	<p>コメンテーター：上田 隆穂(学習院大学 経済学部 教授)</p> <p>13:00-13:25 口臭と体臭のマーケティング ―恐怖アピールの現代的展開― 松井 剛(一橋大学 商学研究科 教授)</p> <p>13:27-13:52 〈サービス・ロジック〉と〈エンゲージメント〉―「マーケティング・コミュニケーション」の可能性の中心を論考する― 森 一彦(関西学院大学専門職大学院 経営戦略研究科 教授/株式会社大広 ビジネスプロデュース局 プランニングディレクター)</p> <p>13:54-14:19 広告業界におけるモジュラー型/オープン型広告モデルの提案と広告主企業における実現上の課題に関する一考察 進藤 美希(東京工科大学 メディア学部 教授)・鈴木 重徳(情報通信医学研究所 主幹研究員)</p>	<p>コメンテーター：阿久津 聡(一橋大学大学院 国際企業戦略研究科 教授)</p> <p>13:00-13:25 使用価値を形成するコンテキストの再考 ―分散認知論と関連性理論を手がかりとして― 川口 高弘(NTTコミュニケーションズ株式会社)</p> <p>13:27-13:52 農産物のブランド構築システム ―システム設計理論による設計とメロンを事例とした検証― 三原 康司(静岡理工科大学 総合情報学部 人間情報デザイン学科 准教授)</p> <p>13:54-14:19 企業のブランド価値向上につながるブランドエンゲージメントの有効性 ―ブランドコンセプトを軸とした思考と体質化の方法― 上條 憲二(愛知東邦大学 経営学部 地域ビジネス学科 教授)</p>
ドクターオーラルセッション1 J会場(403教室)		ドクターオーラルセッション2 K会場(404教室)
<p>コメンテーター：近藤 公彦(小樽商科大学大学院 商学研究科 教授)</p> <p>13:00-13:25 組織能力視点による小売フォーマット論 ―小売企業のマネジリアルな分析枠組み― 荒谷 憲(大阪市立大学大学院 経営学研究科 博士後期課程)</p> <p>13:27-13:52 スーパーマーケットとネットスーパーにおける消費者の購買プロセスの比較 木佐貫 裕子(一橋大学大学院 商学研究科 博士後期課程)</p> <p>13:54-14:19 組織アイデンティフィケーションを考慮したサービス・プロフィット・チェーンの探索的研究 ―レストラン・キハチの事例研究から― 小谷 恵子(青山学院大学大学院 国際マネジメント研究科 国際マネジメントサイエンス専攻 博士後期課程)</p>		<p>コメンテーター：廣田 章光(近畿大学 経営学部 教授)</p> <p>13:00-13:25 〈意図せざる結果〉の探求の精緻化 ―既存事例研究の再解釈を通して― 石澤 泉(首都大学東京大学院 社会科学研究科 経営学専攻 博士後期課程)</p> <p>13:27-13:52 競争的・創発的使用価値を通じた消費者への企業の影響可能性 ―複雑系科学に基づく分析― 本條 晴一郎(法政大学大学院 経営学研究科 博士後期課程)</p> <p>13:54-14:19 消費者欲求の構造の相関分析 ―マズローの欲求階層説を中心に― 島 浩二(大阪市立大学大学院 創造都市研究科 博士後期課程)</p> <p>14:21-14:46 製品カテゴリーと言葉の意味 ―渋谷系音楽を事例として― 朝岡 孝平(一橋大学大学院 商学研究科 博士後期課程)</p>
ドクターオーラルセッション3 L会場(405教室)		ドクターオーラルセッション4 M会場(406教室)
<p>コメンテーター：小林 哲(大阪市立大学 経営学研究科 准教授)</p> <p>13:00-13:25 模倣戦略の考察 ―LCCを事例に― 鶴岡 公幸(神田外語大学 教授/早稲田大学 商学研究科 博士後期課程)</p> <p>13:27-13:52 ブランド経験研究の展望 三浦 ふみ(中央大学大学院 戦略経営研究科 ビジネス科学専攻 博士後期課程/株式会社インテージ マーケティングイノベーション本部 リサーチソリューション開発部 部長)</p> <p>13:54-14:19 地域ブランド研究における理論的課題の再検討 渡邊 正樹(神戸大学大学院 経営学研究科 博士後期課程)</p>		<p>コメンテーター：恩藏 直人(早稲田大学 商学学術院 教授)</p> <p>13:00-13:25 社会問題の解決策としての「婚活」―正当化プロセスにおける外部エージェントの役割― 織田 由美子(一橋大学 商学研究科 博士後期課程)</p> <p>13:27-13:52 KeyGraph手法を用いた、新製品の正当化プロセスの可視化 ―「古楽」を事例として― 飯島 聡太郎(一橋大学 商学研究科 博士後期課程)</p> <p>13:54-14:19 なぜ映画プロデューサーは監督に創作の自由を与えるか―パワーが及ぼす影響に関する事例研究の提案― 森川 美幸(青山学院大学大学院 国際マネジメント研究科 博士課程)</p>

コーヒーブレイク(B107 教室) *無料コーヒー等用意

15:10-
18:10

基調講演 (106 教室)

司会：八塩 圭子(フリーアナウンサー・学習院大学 客員教授)

15:10-15:30 **日本マーケティング学会 会長挨拶**
石井 淳蔵 (会長/流通科学大学 学長)

15:30-15:50 **解題「ビッグデータ時代のマーケティング」**
古川 一郎 (カンファレンス委員長/副会長/一橋大学大学院 商学研究科 教授)

15:50-16:30 **基調講演①「ビッグデータがもたらした恩恵とその先にあるもの」**
星野 朝子 (日産自動車株式会社 専務執行役員 日本マーケティング本部・日本営業本部・フリート事業部担当)

16:30-17:10 **基調講演②「AI時代のマーケティング」**
茂木 健一郎 (脳科学者, ソニーコンピュータサイエンス研究所 シニアリサーチャー)

17:10-18:00 **パネルディスカッション**
コーディネーター：八塩 圭子
パネラー：星野 朝子, 茂木 健一郎, 古川 一郎

18:30-
20:30

懇親会 (リーガロイヤルホテル東京 3階 ロイヤルホールI)

*学会員同士の交流を目的とした懇親会。各賞の授賞式も実施。

リーガロイヤルホテル東京 3階 ロイヤルホール1 〒169-8613 東京都新宿区戸塚町 1-104-19 電話番号 (03) 5285-1121

企業展示

1. 株式会社クロス・マーケティング
2. 日経広告研究所
3. 株式会社マーシュ
4. マイボイスコム株式会社