

# マーケティングカンファレンス 2014 プログラム

8:30-9:00	<p>受付開始(早稲田大学・早稲田キャンパス 8号館 B1階),                  ブレックファースト(B107教室) *無料コーヒー, サンドイッチ用意</p>		
9:00-10:30	<p><b>リサーチプロジェクト・セッション</b>                  *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。</p>		
	<p><b>ブランド&amp;コミュニケーション研究会 (308教室)</b></p>	<p><b>ソロモン流消費者行動分析研究会 (309教室)</b></p>	<p><b>ユーザー・イノベーション研究会 (310教室)</b></p>
	<p>リーダー                  田中 洋(中央大学大学院戦略経営研究科 教授)</p> <p>1. 「経営論とブランド論の接続」                  阿久津 聡(一橋大学大学院国際経営研究科 教授)</p> <p>2. 「ケース 横河電機」                  本庄 加代子(東洋学園大学 専任講師)</p> <p>そのほか, 執筆者から内容の報告と検討を行う。</p>	<p>リーダー                  松井 剛(一橋大学大学院商学研究科 教授)</p> <p>1. 「MROCによる消費者行動研究 -『女子』プロジェクトを事例に-」                  梅津 順江(株式会社ジャパン・マーケティング・エージェンシー ディレクター)</p> <p>2. 「『ソロモンの消費者行動論』を定性データの解釈にどのように活かすのか」                  松井 剛(一橋大学大学院商学研究科 教授)</p> <p>3. 研究会メンバーと参加者によるディスカッション</p>	<p>リーダー                  西川 英彦(法政大学経営学部 教授)</p> <p>司会: 水野 学(阪南大学経営情報学部 教授)</p> <p>1. 「ユーザー・イノベーションにおけるプラットフォームの意義」                  西川 英彦(法政大学経営学部 教授)</p> <p>2. 「企業とユーザーを繋ぐコクリエーションプラットフォームのアドミニストレーターが果たす役割」                  西山 浩平(株式会社CUUSOO SYSTEM 代表取締役)</p> <p>3. 「プラットフォーム運営者 vs. 利用者」                  西山 浩平(運営者)・西川 英彦(無印良品・Sカレでの利用者) の対談</p>
	<p><b>エフェクチュエーション研究会 (311教室)</b></p>	<p><b>医療マーケティング研究会 (312教室)</b></p>	<p><b>地域活性化マーケティング研究会 (401教室)</b></p>
	<p>リーダー                  栗木 契(神戸大学大学院経営学研究科 教授)</p> <p>1. 「『マーケティングの神話』と『エフェクチュエーション』」                  栗木 契(神戸大学 教授)</p> <p>2. 「起業家が用いるエフェクチュエーションの原理」                  高瀬 進(神戸大学 研究員)</p> <p>3. 「エフェクチュエーションの実践的適用可能性」                  宮井 弘之(博報堂ブランドデザイン)</p> <p>4. パネルディスカッション                  「新規事業開発とエフェクチュエーション」                  ゲスト: 津幡 靖久(ヤフー株式会社メディアサービスカンパニー事業開発部 部長)</p>	<p>リーダー                  川上 智子(関西大学商学部 教授)</p> <p>セッション・チェア: 的場 匡亮(昭和大学大学院保健医療学研究科 講師)</p> <p>1. 「エンパワーメントをめぐる課題 医療現場からの報告」                  小西 竜太(独立行政法人労働者健康福祉機構 関東労災病院 経営戦略室長)</p> <p>2. 「公衆衛生現場におけるエンパワーメント」                  菅野 匡彦(八王子市健康福祉部地域医療推進課)</p> <p>3. 「医療におけるコミュニケーションと情報技術」                  秋山 美紀(慶應義塾大学環境情報学部 准教授)</p>	<p>リーダー                  宮副 謙司(青山学院大学 教授)</p> <p>1. 「地域活性化事例 -徳島県神山町の概要-」                  宮副 謙司(青山学院大学 教授)</p> <p>2. 「古民家再生による神山の活性化」                  坂東 幸輔(坂東幸輔事務所 代表)</p> <p>3. 「神山塾による地域起業家育成」                  祁答院 弘智(株式会社リレイション 代表)</p> <p>4. 「神山町にみる地域活性化の方法論『神山メソッド』について」                  宮副 謙司(青山学院大学 教授) + 研究会企画運営メンバー</p> <p>5. 「『地域活性化のマーケティング』から『クリエイティブ・マーケティング』へ」                  宮副 謙司(青山学院大学 教授)</p>
	<p><b>ソーシャル・ビジネス研究会 (402教室)</b></p>	<p><b>価値共創型マーケティング研究会 (403教室)</b></p>	<p><b>クリエイティブ産業とイノベーション研究会 (411教室)</b></p>
	<p>リーダー                  廣田 章光(近畿大学経営学部 教授)</p> <p>「日本におけるソーシャルビジネスの普及, 促進の可能性と課題」                  横田 浩一(横田アソシエイツ 代表), 上木原 弘修(博報堂), 池本 修悟(ユニバーサル志縁社会創造センター 専務理事) によるパネル討議。</p>	<p>リーダー                  村松 潤一(広島大学大学院社会科学研究所 教授)</p> <p>1. 「Grönroosの研究の特徴」                  蒲生 智哉(目白大学経営学部 専任講師)</p> <p>2. 「北米型研究と北欧型研究の違い」                  藤岡 芳郎(大阪産業大学経営学部 教授)</p> <p>3. 「価値共創の概念化・理論化に向けた課題」                  村松 潤一(広島大学大学院社会科学研究所 教授)</p>	<p>リーダー                  鷺田 祐一(一橋大学大学院商学研究科 准教授)</p> <p>1. 「日米中デザイナー比較調査と実務における問題解決事例」                  鷺田 祐一(一橋大学大学院商学研究科 准教授)</p> <p>2. 「『クールジャパン』戦略と『韓流』戦略の他産業への波及効果比較」                  上原 渉(一橋大学大学院商学研究科 准教授)</p>
	<p><b>質的リサーチ研究会 (412教室)</b></p>		
	<p>リーダー                  田村 直樹(関西外国語大学 准教授)</p> <p>「ビジネスエスノグラフィーの新展開 -物語性, ベルソナ, アフォーダンス-」                  田村 直樹(関西外国語大学 准教授)</p>		

# 「マーケティング戦略論の過去・現在・未来」

早稲田大学 早稲田キャンパス 2014.11.23.SUN

10:40-11:10	<p align="center"><b>ポスターレビュー 28 報告</b> *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"><b>ポスターレビュー 1 (B107 教室)</b></p>	<p align="center"><b>ポスターレビュー 2 (B101 教室)</b></p>
	<p>司会：長崎 秀俊(サロン委員/目白大学社会学部社会情報学科 准教授)</p>	<p>司会：藤澤 聡子(サロン委員/アサヒグループホールディングス株式会社 広報部門 副課長)</p>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 「専門的なサービスと価値共創 - 歯科医院の患者維持構造に及ぼす価値共創の影響分析 -」 五島 光(同志社大学大学院ビジネス研究科 修士課程)</li> <li>2. 「患者満足度を向上させる要因に関する研究」 前平 秀志(株式会社メディネット 代表取締役社長)</li> <li>3. 「公共空間における新たな移動者との接点創出に関する広告マーケティングの調査研究」 日高 洋祐(東日本旅客鉄道株式会社 JR 東日本研究開発センターフロンティアサービス研究所 研究員)・田中 洋一郎(東日本旅客鉄道株式会社 研究員)・池辺 健志(東日本旅客鉄道株式会社 社員)</li> <li>4. 「外食店の女性『おひとりさま』利用に対する態度」 滝口 沙也加(新潟大学大学院 博士課程)・清野 誠喜(新潟大学農学部)</li> <li>5. 「ケースによる『香り』のトレンド分析 - 除臭, 消臭から“補臭”へ -」 京ヶ島 弥生(有限会社フロスウィータ 代表取締役)</li> <li>6. 「ヒット現象・ユーザーの動態・施策の効果」 山田 航平(一橋大学大学院商学研究科 経営学修士コース 修士課程)</li> <li>7. 「消費における『こだわり』の構造分析 - 洋菓子業界の消費者行動を中心に -」 松濤 聡(株式会社オッジ 代表取締役社長)</li> <li>8. 「IBMの企業コミュニケーション戦略」 山本 美慶(NTTデータビジネスシステムズ 第二事業本部第二事業部第三開発部 課長代理)</li> <li>9. 「予防的イノベーションにおけるコンセプトブランディング戦略」 香川 勇介(第一三共株式会社 マーケティング部 主査)</li> <li>10. 「グローバル化とラグジュアリー・ブランド - 流通戦略にみる競争優位の解明 -」 寺崎 新一郎(早稲田大学商学学術院 助手)</li> <li>11. 「静岡の茶資源を活かしたグリーンティーツーリズム推進に関する基礎的研究 - 2013 静岡世界お茶まつり来訪者調査結果による考察 -」 崔 瑛(静岡英和学院大学 人間社会学部 人間社会学科 観光地域デザインメジャー 専任講師)</li> <li>12. 「地域プレイヤー創出に向けたマーケティングモデル - 次世代を見据えた地域創生の在り方 -」 藤川 遼介(株式会社 APITEC 代表取締役社長)・佐藤 暁彦(株式会社 APITEC 取締役・データバンク部 統括部長)・松富 瑞樹(株式会社 APITEC 取締役・キャリアデザイン部 統括部長)</li> <li>13. 「消費の外部性下における最適広告戦略: An Advertising Strategy with Consumption Externality」 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(社会科学系) 専任講師)</li> <li>15. 「近距離無線通信による次世代型クチコミュニケーションの展望」 棚橋 豪(奈良産業大学ビジネス学部 准教授)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>16. 「社会的価値創造に取り組む中小企業の研究」 「ショールーミングの購買プロセス満足化モデル - 快楽的買物価値と功利的買物価値による把握 -」 水師 裕(株式会社クロス・マーケティング 事業統括部 クロス・マーケティング ラボ 主任研究員)・梅山 貴彦(株式会社クロス・マーケティング リサーチプランニング 部 部長)</li> <li>17. 「ウェブサイトのバナー広告枠における動画広告と静止画広告効果の予備的検証-アイトラッキング分析によるアプローチ-」 加藤 康広(株式会社きもちラボ 代表取締役)・菅野 圭介(デンソー株式会社 マーケティングディレクター)・竹井 成和(デンソー株式会社 ディレクター-オプテクトロジー*)・現スマートニュース株式会社</li> <li>18. 「大規模ブログ記事データベースを利用した食に関する流行の現状把握 - 予兆発見サービスの開発 -」 渡邊 隼史(株式会社ホットリンク SaaS 事業部 研究開発グループ 研究員)・横江 淳次(株式会社ホットリンクコンサルティング 取締役 マネージングディレクター)・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 分析コンサルタント)・セーヨー サンティアー (株式会社ホットリンク SaaS 事業部 研究開発グループ マネージャー)・内山 幸樹(株式会社ホットリンク 代表取締役社長)</li> <li>19. 「国際比較のための構成概念を用いたソーシャルメディア利用における多様性の定量的可視化」 本條 晴一郎(法政大学イノベーション・マネジメント研究センター 客員研究員)</li> <li>20. 「消費者参加型製品開発の継続要因」 荒井 隆成(杏林製薬株式会社 営業本部 医薬マーケティング部 医薬調査グループ 課長)・西川 英彦(法政大学経営学部 教授)・秋田 康一郎(株式会社明治 健康栄養マーケティング部)・大伴 崇博(株式会社良品計画 生活雑貨部 E&amp;O 担当カテゴリーマネージャー)・清水 秀樹(日本通運株式会社 大阪支店 関西営業部 課長)・橋本 和人(株式会社 JECC 経営企画室 課長代理)・持田 一樹(株式会社りそな銀行 ローソ営業部 グループリーダー)</li> <li>21. 「イノベーションに役立つ管理会計」 白井 琢也(白井琢也公認会計士事務所 所長)</li> <li>22. 「プロフェッショナル・サービス・プロフィット・チェーンにおける職業アイデンティフィケーションの影響による特異性」 小谷 恵子(青山学院大学大学院国際マネジメント研究科 博士後期課程)</li> <li>23. 「アニメーション映画の中のプロダクト・プレイスメント(PP) - なぜ PP は産業として発展しないのか -」 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(DBA コース))・細田 高道(青山学院大学大学院国際マネジメント研究科 教授)</li> <li>24. 「戦略的 CSR は持続的競争優位を導くか? - リソース・ベースト・ビュー理論からの考察 -」 藤井 祐剛(青山学院大学大学院国際マネジメント研究科 修士課程)</li> <li>25. 「顧客経験の記述とサービスデザインのアプローチ(2) - 眼鏡の新しい購買経験の提案 -」 吉橋 昭夫(多摩美術大学 准教授)</li> <li>26. 「『営業学としての理論体系化への挑戦』顧客価値創造型営業戦略論のフレームワークに関する一考察」 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)・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)・脇 穂積(株式会社 NNW JAPAN RESEARCH &amp; CONSULTING 代表取締役社長)</li> <li>27. 「企業経営の道しるべとしてのクリエイティブ」 岡田 庄生(株式会社博報堂 コンサルティング局)</li> <li>28. 「消費者基点の百貨店の位置づけに関する研究 - 駅ビル・ファッションビルとの比較による調査 -」 圓丸 哲麻(麗澤大学経済学部経営学科 助教)</li> <li>29. 「『幻効果』の過去と未来 - 新モデルの発売情報が、旧モデルの製品評価に及ぼす影響 -」 藤沢 廉(早稲田大学大学院商学研究科商学専攻 修士課程)</li> </ol>
	<p>11:10-11:50 <b>ポスターセッション 28 報告</b> (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。会場にて学会員の投票によりベストポスター賞選出。</p> <p><b>ポスターセッション賞に投票しよう!</b></p> <p>詳細は、会場ポスターのパナー、あるいは会場配布のプログラムをご覧ください。</p>	

12:00-12:50	<p style="text-align: center;"><b>ランチ, ランチョンセッション</b></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)。 各会場入口の共催企業受付で、原則、名刺を渡し(あるいは記帳)ください。 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。 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>		
	<b>ランチョンセッション1 (B107 教室)</b>		<b>ランチョンセッション2 (B101 教室)</b>
	<p>「大学講義の革新と碩学舎の挑戦 -電子書籍時代の教育と出版事情-」 コーディネータ: 清水 信年(流通科学大学 教授)・廣田 章光(近畿大学 教授) 報告者: 大西 潔(碩学舎 代表取締役) 共催: 株式会社碩学舎</p>		<p>「Tableau が紹介する『誰でも簡単にビックデータを視覚化し、分析』」 報告者: 並木 正之(Tableau Japan セールスコンサルティング部 セールスコンサルティングマネージャー) 共催: Tableau Japan 株式会社</p>
13:00-14:50	<p style="text-align: center;"><b>オーラルセッション 26 報告</b></p> <p>*フルペーパー (論文) を準備の上で、報告・質疑応答を行う、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。</p>		
	<b>オーラルセッション1 A会場(308 教室)</b>	<b>オーラルセッション2 B会場(309 教室)</b>	<b>オーラルセッション3 C会場(310 教室)</b>
	<p>コメンテータ: 若林 靖永(理事/京都大学経営管理大学院 教授)</p>	<p>コメンテータ: 丸岡 吉人(理事/ジャーナル編集委員/株式会社電通 IPR 局 局長)</p>	<p>コメンテータ: 栗木 契(理事/神戸大学大学院経営学研究科 教授)</p>
	<p>13:00-13:25 「ロジスティクス思想の誕生と近代的再生 - 1838 年から 1944 年まで- D-Day: When Logistics Thought Came into Modern Sense」 伊藤 佑(ヤマト運輸株式会社)</p>	<p>13:00-13:25 「使用価値概念の再検討 - コミュニケーション・プロセスと直接知覚モデルを手がかりとして-」 川口 高弘(NTT コミュニケーションズ株式会社)</p>	<p>13:00-13:25 「インタビュー調査の体験 - 要因への還元を回避した事例記述のために-」 入江 信一郎(京都工芸繊維大学大学院工芸科学研究所デザイン経営工学部門 助手)</p>
	<p>13:27-13:52 「異業種・異業態企業間連携の成功要因の分析」 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)・Mark E. Parry (Henry W. Bloch School of Management, University of Missouri-Kansas City・Ewing Marion Kauffman/Missouri Endowed Chair in Entrepreneurial Leadership &amp; Professor of Marketing)・西本 凌(関西学院大学専門職大学院 経営戦略研究科 教授)</p>	<p>13:27-13:52 「『婚活』の理由 - 雑誌記事タイトルのテキストマイニングによる正当化の研究-」 織田 由美子(株式会社 Mind Mining)</p>	<p>13:27-13:52 「参与観察の体験 - 調査協力者とラポールを築き論文を執筆する『わたし』-」 松田 温郎(山口大学経済学部 講師)</p>
	<p>13:54-14:19 「対面販売における場のプレッシャーの構造 - 一定性的アプローチによる考察から-」 金 春姫(成城大学経済学部 准教授)・Assarut Nuttapol (Chulalongkorn Business School, Assistant Professor)・古川 一郎(一橋大学大学院商学研究科 教授)</p>	<p>13:54-14:19 「『女子力』とは何か?何歳までが『女子』なのか? - 社会タイプと知覚年齢-」 松井 剛(一橋大学大学院商学研究科 教授)</p>	<p>13:54-14:19 「『相互反映性の原則』の学說的起源 - 1920 年~ 40 年代の質的方法論とエスノメソドロジーの原構想-」 榎村 志郎(神戸大学大学院法学研究科 教授)</p>
	<p>14:21-14:46 「チェーン小売企業の実証分析におけるマルチレベル分析の適用 - 一般線形モデル(GLM) と階層線形モデル(HLM) の比較-」 横山 斉理(日本大学商学部 准教授)</p>	<p>14:21-14:46 「新製品アイデア開発における視覚化活用と複数アイデア創出の効果」 磯野 誠(鳥取環境大学 准教授)</p>	
	<b>オーラルセッション4 D会場(311 教室)</b>		<b>オーラルセッション5 E会場(312 教室)</b>
	<p>コメンテータ: 古川 一郎(副会長/一橋大学大学院商学研究科 教授)</p>		<p>コメンテータ: 廣田 章光(理事/近畿大学経営学部 教授)</p>
	<p>13:00-13:25 「神戸市の農水産物の 6 次産業化を通じた地域ブランド化 - 農漁業者インタビュー・消費者アンケート調査にもとづくマーケティング戦略の検討-」 高橋 広行(流通科学大学商学部 准教授)</p>		<p>13:00-13:25 「サンフランシスコのサウスオブマーケット - レザーサブカルチャーとゲイツーリズム-」 畢 滔滔(立正大学経営学部 教授)</p>
	<p>13:27-13:52 「顧客満足とサービス提供者のコミュニケーション・スタイルとの関係における接近・回避志向の調整効果 Approach-Avoidance Orientation as a Moderator of the Relationship between Service Provider's Communication Styles and Customer Satisfaction」 鈴木 智子(京都大学大学院経営管理研究部 特定講師)・竹村 幸祐(滋賀大学経済学部 准教授)・藤原 健(大阪経済大学人間科学部 講師)</p>		<p>13:27-13:52 「豪州産 WAGYU の海外市場流通状況把握と、DNA チップ技術によるオンサイト品種検査体制整備についての検討」 鷲田 祐一(一橋大学大学院商学研究科 准教授)・後藤 浩朗(株式会社東芝 DNA チップ事業推進統括部 グループ長)・高橋 匡慶(株式会社東芝 DNA チップ事業推進統括部 部長)・中嶋 隆二(株式会社東芝 DNA チップ事業推進統括部 主務)・万年 英之(神戸大学大学院農学研究科 教授)</p>



13:54-14:19 「中食産業における価値創造の変遷ーマージナル市場からの脱却ー」 高力 美由紀(宮城大学事業構想学部 准教授)	13:54-14:19 「長期的なマーケティングの視点から捉えるソーシャルメディアー従来のブランドコミュニティ概念との類似点と差異ー」 麻里 久(株式会社ジェイアール東海エージェンシー 営業三部 第三ア カウントチーム サブリーダー)
14:21-14:46 「サービス・エンカウンターにおける購買行動ー面子と顧客との関係 性の影響ー」 Assarut Nuttapol(Chulalongkorn Business School, Assistant Professor)・金 春姫(成城大学経済学部 准教授)・古川 一郎(一橋大 学大学院商学研究科 教授)	14:21-14:46 「日本企業におけるCSV 経営の実践に関する考察」 徳永 朗(株式会社博報堂 研究開発局 主席研究員)
<b>ドクターオーラルセッション1 F会場(411 教室)</b>	<b>ドクターオーラルセッション2 G会場(412 教室)</b>
コメンテータ: 澁谷 寛(理事/東北大学大学院経済学研究科 教授)	コメンテータ: 守口 剛(理事/ジャーナル編集委員/早稲田大学商学大学院 教授)
13:00-13:25 「マーケティングにおけるM&A 研究 レビューーブランドを中心にー」 鶴岡 公幸(神田外語大学外国語学部国際コミュニケーション学科 教 授/早稲田大学大学院商学研究科 博士後期課程)	13:00-13:25 「小売フォーマット概念の考察ー新たな店舗戦略構築に向けてー」 岩橋 哲哉(青山学院大学大学院国際マネジメント研究科 博士課程)
13:27-13:52 「コーズ・リレーテッド・マーケティングが消費者のブランド態度へ及 ぼす影響ー先行研究のレビューと将来の研究機会ー」 増田 明子(千葉商科大学人間社会学部 准教授/早稲田大学大学院 博士後期課程)	13:27-13:52 「ソーシャルメディアにおけるブランド評価の影響要因ー13 業種 44 ブ ランドの Twitter データを用いた実証研究ー」 太田 滋(青山学院大学大学院国際マネジメント研究科 博士課程)
13:54-14:19 「システム概念の再検討による商業・マーケティング研究への新たな 視角 New Research Perspective for Commerce and Marketing by Reconsidering the Concept of System」 渡邊 正樹(神戸大学大学院経営学研究科 博士後期課程)	13:54-14:19 「ショールーマー行動の分類化に関する考察と課題」 吉井 健(中央大学大学院戦略経営研究科 博士後期課程)
14:21-14:46 「市場創造における評論家の役割ー古案を事例とした代理消費者の 研究ー」 飯島 聡太郎(一橋大学大学院商学研究科 博士後期課程)	

**コーヒーブレイク(B107 教室) \*無料コーヒー等用意**

15:00- 18:10	<b>基調講演(106 教室)</b> 司会: 小林 哲(常任理事/大阪市立大学大学院経営学研究科 准教授) 15:00-15:10 <b>日本マーケティング学会 会長挨拶</b> 石井 淳蔵(会長/流通科学大学 学長) 15:10-15:20 <b>解題「マーケティング戦略の現状と将来を考える」</b> 田中 洋(カンファレンス委員長/副会長/中央大学大学院戦略経営研究科 教授) 15:20-16:20 <b>基調講演①「マーケティング戦略論の過去・現在・未来」</b> 小田部 正明(テンブル大学 教授) 16:20-17:00 <b>基調講演②「TOTOの海外事業展開ー企業理念に基づく経営ー」</b> 木瀬 照雄(TOTO 株式会社 相談役) 17:10-18:10 <b>パネルディスカッション「マーケティング戦略論の過去・現在・未来」</b> コーディネータ: 田中 洋(カンファレンス委員長) パネラー: 小田部 正明(テンブル大学 教授)・木瀬 照雄(TOTO 株式会社 相談役)
18:30- 20:30	<b>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 )</b> *学会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. アサヒグループホールディングス株式会社	5. 株式会社ジェイエムアール・サイエンス	9. 株式会社ファースト
2. ESRI ジャパン株式会社	6. 株式会社ジャパン・マーケティング・エージェンシー	10. 株式会社マーシュ
3. 株式会社 QSR International Japan	7. 株式会社碩学舎	11. マイボイスコム株式会社
4. 株式会社クロス・マーケティング	8. 日経広告研究所	12. 株式会社マクロミル