



Japan Marketing Academy

マーケティングカンファレンス 2017 プログラム

「ナショナルブランド・メーカーにとって国内ローカル戦略は何が最善なのか？」

早稲田大学 早稲田キャンパス 2017.10.22.SUN

写真・撮影についてのお願ひ

セッションや基調講演における、ビデオ撮影や録音、フラッシュや音のでるカメラでの撮影は、ご遠慮ください。
なお、報告者が撮影禁止を依頼する場合は、撮影しないようにお願いします。

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	ブレックファースト(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 13セッション <small>*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。</small>		
	スポーツマーケティング研究会 (308教室)	価値共創型マーケティング研究会 (309教室)	エフェクチュエーション研究会 (310教室)
	リーダー：原田 宗彦(早稲田大学 スポーツ科学学術院 教授) 「スポーツ×ブランディング」～スポーツの価値創造に向けたブランド戦略 1. スポーツブランディング総論 原田 宗彦(同上) 2. スポーツブランディングの今日的視点：スポーツを通じた「共有価値」づくりとエンゲージメント形成 小西 圭介(株式会社電通 コンサルティング ディレクター) 3. アスリートのブランド価値と戦略的ブランディング 新井 彬子(東京理科大学 助教) 4. スポーツを活用した SUBARU のブランドコミュニティ戦略 岡田 貴浩(株式会社 SUBARU 広報部長)	リーダー：村松 潤一(岡山理科大学 経営学部 教授) 顧客の生活世界に入り込むマーケティング 1. 解題「価値共創マーケティングをどう考えるか」 村松 潤一(同上) 2. 地域の生活者の全てのお困り事を業際型ネットワークで解決するローカルプラットフォーム 三浦 一光(コスモス・ベリーズ株式会社 代表取締役会長) 3. ディスカッション 進行：藤岡 芳郎(大阪産業大学 経営学部 教授)	リーダー：栗木 契(神戸大学大学院 経営学研究科 教授) デジタル・ディスラプションとエフェクチュエーション 1. 解題「デジタル・ディスラプションとエフェクチュエーション」 栗木 契(同上) 2. 3Dスキャン：リアリティコンピーティングによる解体事業の成長戦略とエフェクチュエーション 多田 款(ベステラ株式会社 3D事業部長/研究開発室長) 3. パネル討議 高瀬 進(京都大学経営管理大学院 特定助教)、栗木 契(同上)、多田 款(同上)
	マーケティングと新市場創造研究会 (311教室)	地域活性化マーケティング研究会 (312教室)	医療マーケティング研究会 (401教室)
	リーダー：川上 智子(早稲田大学 教授) SDGs時代におけるSDGsのマーケティングと価値創造 1. SDGsを主導するマーケティング：『マーケティング』の刊行にあたって 川上 智子(同上)、岩本 明憲(関西大学 准教授)、鈴木 智子(一橋大学 准教授) 2. 協創力が稼ぐ時代：協創による競争優位と企業価値向上 笹谷 秀光(株式会社伊藤園 常務執行役員 CSR推進部長)	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) 地域価値創造のGHILフレームとその導入-「奥茨城よろず堂」事例 1. 地域活性化のマーケティングの基本的な考え方 宮副 謙司(同上) 2. 地域資源の着眼と編集の方法論「GHIL」フレーム 佐伯 悠・藤井 祐剛(青山学院大学ビジネススクール 宮副研究室-地方創生グループ) 3. 「GHIL」フレーム適用での地域ブランド開発-茨城県北の事例 藤井 祐剛(同上) 4. 茨城県北地域ブランドプロジェクト「奥茨城よろず堂」の企画・開発とその実際 中橋 清貴・井坂 統幸(「奥茨城よろず堂」プロジェクト)	リーダー：的場 匡亮(昭和大学大学院 保健医療学研究科 講師) 健康寿命延伸の課題と可能性 1. 健康寿命とはなにか 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) 2. 健康寿命延伸に向けた政策動向と実践事例 小野崎 耕平(特定非営利活動法人 日本医療政策機構 理事) 3. ディスカッション 的場 匡亮(同上)

9:00-10:30	アグリ&アクアフード・マーケティング研究会 (402教室) リーダー：小林 哲(大阪市立大学 経営学研究科 准教授) アグリフードの製品開発 1. 公設試験研究機関における製品(品種) 開発事例ーマーケティングの視点からー 齋藤 文信(秋田県農業試験場企画経営室 主任研究員) 2. ディスカッション 司会：小林 哲(同上)	女性マーケティング研究会 (403教室) リーダー：本庄 加代子(東洋学園大学 准教授) 現代女性による、新しい消費と新しいビジネスのカタチを考える 1. 女性ならではの企業理念、商品開発のあり方とは～(株) アバンティ事例より 東口 晃子(花王カスタマーマーケティング株式会社), 高橋 千枝子(三菱UFJリサーチ&コンサルティング) 2. 女性市場攻略法ー生活者市場予測が示す広がる消費, 縮む消費ー 阿部 淳一(三菱総合研究所) 3. 総括ーこれまでの研究会の振り返りと論点整理 本庄 加代子(同上)	AI研究会 (404教室) リーダー：依田 祐一(立命館大学 経営学部 准教授) AIとマーケティング 1. AIとマーケティング研究の論点 水越 康介(首都大学東京 ビジネススクール 准教授) 2. AIを駆使する事例 依田 祐一(同上) 3. ディスカッション
	マーケティング / PRテクノロジー研究会 (405教室) リーダー：加藤 恭子(社会情報大学院大学 准教授/ピーコミ) 日本のPRとテクノロジー 1. 日本のPRの現状 加治 慶光(アクセンチュア株式会社 チーフ・マーケティング・イノベーター) 2. PRテクノロジーカオスマップの検討 加藤 恭子(同上)	インダストリー・イノベーション時代のブランディング研究会 (406教室) リーダー：森 一彦(関西学院大学 専門職大学院 経営戦略研究科 教授) インダストリーイノベーションからの文脈ーエクスペリエンス・デザインのもたらす変化 1. 「IoT時代のエクスペリエンスデザイン」 朝岡 崇史(ディライトデザイン 代表取締役)	ユーザー・イノベーション研究会 (411教室) リーダー：西川 英彦(法政大学 経営学部 教授) Johnson & Johnsonの共創モデル 1. 課題「多様な共創モデル：ユーザー・イノベーションとオープン・イノベーション」 西川 英彦(同上) 2. Johnson & Johnsonの共創モデル 楠 純(Johnson & Johnson Innovation ニューベンチャーズジャパン ディレクター) 3. 対談・ディスカッション 西川 英彦(同上), 楠 純(同上)
	ユーザー・コミュニティとオープンメディア研究会 (412教室) リーダー：片野 浩一(明星大学 教授) ユーザー生成型コンテンツがオープン・メディアの中で起きていることーYouTubeとpixivのコンテンツ投稿の動向ー 1. ユーザー生成型と企業主導型コンテンツのチャンネル・ネットワーク構造と視聴成果ーYouTubeにおける音楽コンテンツの普及プロセスー 片野 浩一(同上), 石田 実(東洋大学 経営学部 講師) 2. イラストコミュニケーションサービス, pixivにみるユーザー生成コンテンツの動向 伊藤 浩樹(ピクシブ株式会社 代表取締役社長)		
	ポスターレビュー 39 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。		
10:40-11:10	ポスターレビュー 1 (B107教室) 司会：佐藤 圭一(サロン委員/凸版印刷株式会社ブランディング・ディレクター, コンサルタント) 1. 百貨店におけるブランド資産の内包的活用と外延的活用 平田 和也(中央大学大学院 戦略経営研究科/高島屋) 2. メイカームーブメントの実態と、その活用法 長田 亮(公益財団法人 日本生産性本部)・禰宜田 英司(キッコーマン株式会社 経営企画部)・大澤 加緒留(株式会社埼玉りそな銀行 営業サポート統括部)・加藤 潤(株式会社ジャノメクレディア 営業本部営業部)・反町 敦(理研ビタミン株式会社 化成品事業部化成品営業部)・長谷 久美子(株式会社良品計画 WEB事業部)・西川 英彦(法政大学 経営学部 教授) 3. ラグジュアリー・ブランドの構成要素に関する先行研究のレビューー今後の研究計画に向けてー 三浦 卓己(株式会社SKYTREK コーポレート本部)	ポスターレビュー 2 (B101教室) 司会：香川 勇介(サロン委員/MSD株式会社 オンコロジービジネスユニット) 21. 世界の化粧品市場における日本ブランド拡大の可能性ー世界主要国のスキンケア市場の消費者購買行動をもとに、海外市場に通用する日本ブランドの展開方法を探るー 大平 ひとみ(法政大学大学院 経営学研究科 修士課程) 22. ブラックボックス型AIにおける最適なマーケティング戦略ーベイズ最適化の応用ーMarketing Strategy Employing Bayesian Optimization with Black-box Functionsー 金城 敬太(沖縄国際大学 経済学部 准教授)・海老名 剛(明治大学 商学部 専任准教授) 23. 質問表現が意思決定者に及ぼす影響 許 善花(甲南女子大学 人間科学部)	

<p>10:40-11:10</p>	<p>4. なぜ消費者はもの作りや情報発信に熱中するのか —博報堂生活総合研究所「生活者の好き・熱中につながる意識・実態調査」の考察より— 岡田 庄生(法政大学大学院 経営学研究所 修士課程)・三矢正浩(博報堂 生活総合研究所 上席研究員)</p> <p>5. 企業経営におけるビジネスとデザイン融合のための方法論の探求 —株式会社スマイルズの美意識のパターン・ランゲージ作成を通して— 布田 尚大(合同会社 INHEELS COO)・鎌田 安里紗(慶應義塾大学 SFC 研究所 上席所員)</p> <p>6. 宇宙食開発の時系列変容と発展の方向性 吉田 崇花(立命館大学 経営学部)・湊 宣明(立命館大学大学院)</p> <p>7. 現代アートコレクターにおけるコレクション行動のモチベーション類型化 和佐野 有紀(慶應義塾アートマネジメント 博士前期課程)・大西 浩志(東京理科大学 経営学部経営学科 准教授)</p> <p>8. イノベーション創出につながるアウトカム設定 竹中 薫(株式会社 U'eyes Design 研究員)・高橋 祥(同上)・田平 博嗣(株式会社 U'eyes Design)</p> <p>9. 新製品・サービス開発におけるトライブ(先進的な生活者)活用法の試み 宮井 弘之(株式会社博報堂/株式会社 SEEDATA)・藤井 陽平(同上)・岸田 卓真(株式会社 SEEDATA)・小尻 恭平(同上)・宮下 英大(同上)・伊藤 望(同上)</p> <p>10. 口コミにおける言葉の影響について 平方 文哉(京都大学大学院 博士後期課程)</p> <p>11. 「King of Glory」におけるバズの影響 WENG YANG(法政大学 経営学研究所)</p> <p>12. プラットフォーム・ビジネスにおけるフリーミアムの役割 大澤 研一郎(みずほ信託銀行株式会社)・松下 光司(中央大学 ビジネススクール)・市川 敬己(富士ソフト株式会社)・廣永 直樹(株式会社明治)・加藤 将之(雪印メグミルク株式会社)・目黒 靖規(コニカミノルタ株式会社)・瀧川 直輝(株式会社三菱東京 UFJ 銀行)</p> <p>13. 企業の魅力の情報源に関する研究 長濱 憲(企業広報戦略研究所 主任研究員)・橋本 良輔(企業広報戦略研究所 上席研究員)</p> <p>14. 解体業者による空き家所有者の CEM —デジタル化による可能性の探索— 柴田 勇飛(早稲田大学大学院 経営管理研究科)</p> <p>15. デジタルマーケティングの研究 —VRのマーケティング応用— 高橋 良輔(東京工科大学 メディア学部)・進藤 美希(同上)</p> <p>16. 嗅覚・触覚・味覚を活用したロゴの作成と広告クリエイティブの研究 松木 陸生(東京工科大学 メディア学部)・進藤 美希(同上)</p> <p>17. 聴覚アテンションを基軸とした広告サービスの実践研究 柳田 隼佑(東京工科大学 メディア学部 メディア学科)・妹尾 千勢(同上)・横山 誠(東京工科大学大学院 博士後期課程)・上林 憲行(東京工科大学 メディア学部 教授)</p> <p>18. 複数のソーシャルメディアを連携させ“ソーシャル・プリマコネクト”概念に基づいたマーケティングの提案 比留間 彩(東京工科大学 メディア学部 学生)・上田 彩(同上)・村上 貴彦(東京工科大学大学院 博士後期課程)・上林 憲行(東京工科大学 メディア学部 教授)</p> <p>19. 医療共生プロジェクト(2) —未来の医療サービスのデザイン— 吉橋 昭夫(多摩美術大学 情報デザイン学科 准教授)・長田 純一(日本電気株式会社)・稲船 仁哉(同上)・浜崎 千賀(医療法人社団 KNI)・亀田 佳一(同上)</p> <p>20. オーフアンドラックの売上高に影響を与える要因 湊 宣明(立命館大学大学院)・新宮 匡洋(同上)</p>	<p>24. 知覚サービス品質の非対称非線形性と統計モデルへの応用 佐藤 平国(東北大学 経済学研究所 博士後期課程)</p> <p>25. トモダチ効果で、人は笑顔になれるのか? —訪日外国人との事前コミュニケーションによる効果— 町田 大河(法政大学 経営学部)・白崎 龍弥(同上)</p> <p>26. 地域ブランド希薄化のプロセス 高橋 歩(東急エージェンシー ストラテジックプランニング)</p> <p>27. 自治体と住民のエンゲージメントの見える化 —東京都清瀬市での取り組みを事例の紹介— 高橋 祥(株式会社 U'eyes Design 研究員)・竹中 薫(同上)・染谷 栄一(十文字学園女子大学 特命教授)・北村 翔平(サッカーのまち清瀬推進協議会事務局)</p> <p>28. 日本における統合型リゾートの成功要因 —正当性の認知プロセスを手掛かりに— 桐山 満啓(早稲田大学大学院 経営管理研究科)</p> <p>29. 地域プロジェクトが生み出すコミュニティシフト —地縁とご縁が結ぶ機会づくり— 藤川 遼介(株式会社 APITEC 代表取締役社長)・中谷 翔(福井県南越前町 地域おこし協力隊)</p> <p>30. 観光マーケティング研究の新潮流 西尾 建(NZワイカト大学 シニアリサーチフェロー)・Harald van Heerde(NZ マッセイ大学 教授)・古川 一郎(一橋大学大学院 商学 研究科 教授)</p> <p>31. 観光マーケティングにおけるシステムズアプローチ —地域分析モデルの新たな提示— 山田 一人(法政大学大学院 サステナビリティ学専攻)</p> <p>32. チームマーケティングによる人材開発と業績向上の立証 —人が育ち、成果を上げるチームづくり— 嶋谷 光洋(株式会社 アイマム 代表取締役)・仁科 雅朋(株式会社 アイマム 専務執行役員)・津田 陽一(株式会社 アイマム 執行役員)・丹羽 律(株式会社 アイマム 組織開発担当執行役員)・塩田 勝久(株式会社 アイマム お客様担当執行役員)</p> <p>33. ミレニアル世代の共通価値意識 —社会課題解決を起点としたマーケティングの有効性— 萩谷 衛厚(株式会社エンゲージメント・ファースト Chief Shared Value Officer)・原 裕(株式会社エンゲージメント・ファースト 代表取締役)・渡辺 理枝(株式会社クロス・マーケティング GM)・中澤 優(同上)・斉藤 徹(学習院大学 経済学部 特別客員教授)・冨田 侑希(株式会社 dot 代表)</p> <p>34. ネットワークの B2B2X ビジネスモデルの動向における一考察 櫻田 玲子(日本電信電話株式会社 研究主任)・富士井 裕之(日本電信電話株式会社 主任研究員)</p> <p>35. 採用活動は企業ブランド構築の入り口。 —企業に一貫性を生み出し、競争力を上げるメカニズム。— 深澤 了(むすび株式会社 代表取締役)</p> <p>36. 日本型ナレッジ・ブローカー営業の可能性の検証 瀧川 雅行(日医工株式会社)・上田 利博(富士ゼロックス大阪株式会社)・向井 光太郎(相愛大学 人文学部 講師)</p> <p>37. サービス業界における従業員満足、顧客満足、業績の同時実現に向けたモデル開発 松木 知徳(芝浦工業大学大学院 理工学研究所 博士課程)・中村 潤(芝浦工業大学大学院 教授)</p> <p>38. 収益性の高いものづくり中小企業のマーケティング戦略について —大企業のニーズと町工場の戦略との親和性— 指尾 成俊(エスアイ精工株式会社 代表取締役)</p> <p>39. 大学生における大学スポーツの関与度について 西村 忍(中央大学大学院 戦略経営研究科)</p>
<p>11:10-11:50</p>	<p style="text-align: center;">ポスターセッション 39 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。会場にて学会員の投票によりベストポスター賞選出。</p> <p style="text-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: 15時まで)</p> 	

12:00-12:50	<h2>ランチ, ランチョンセッション</h2> <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、名刺を渡して(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>	
	<h3>ランチョンセッション 1 (B107 教室)</h3>	<h3>ランチョンセッション 2 (B101 教室)</h3>
	<p>博報堂ネクストマーケティングプロジェクト『LEAD 2025』 『ミライの課題を、明日からのマーケティングテーマに』</p> <p>コーディネーター：嶋本 達嗣(博報堂 執行役員) 報告者：吉田 英一郎(第一プランニング局ストラテジックプランニング三部部長), 藤岡 雅美(経済産業省 経済産業政策局 産業人材政策室 室長補佐) 共催：株式会社博報堂</p>	<p>アンバサダーによる貢献証明と新領域について</p> <p>報告者：上田 怜史(アジャイルメディア・ネットワーク株式会社 代表取締役社長 CEO) 共催：アジャイルメディア・ネットワーク株式会社</p>
13:00-14:50	<h2>オーラルセッション 48 報告</h2> <p>*フルペーパー(論文)を準備の上で、理事によるコメントーターのもと、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。</p>	
	<h3>オーラルセッション 1 (308 教室)</h3>	<h3>オーラルセッション 2 (309 教室)</h3>
	<p>コメントーター：川上 智子(早稲田大学 経営管理研究科 教授)</p>	<p>コメントーター：西川 英彦(法政大学 経営学部 教授)</p>
	<p>13:00-13:25 相互作用プラットフォームにおける顧客の価値創造 —中国ネット番組視聴者の「弹幕」利用を事例として— 張 婧(岡山理科大学 経営学部 講師), 村松 潤一(岡山理科大学 経営学部 教授)</p>	<p>13:00-13:25 アカウント・アイデンティティ・プロジェクト —ソーシャルメディアにおける企業と消費者のインタラクションのメカニズム— 麻里 久(首都大学東京 社会科学部 経営学専攻), 水越 康介(首都大学東京 社会科学部 経営学専攻)</p>
	<p>13:27-13:52 共創プラットフォームから派生するブランドアドボケイト —Nike+ の事例より— 青木 慶(大阪女学院大学 国際・英語学部 准教授)</p>	<p>13:27-13:52 企業アカウント間のインタラクションとマーケティング効果 水越 康介(首都大学東京 経営学系 准教授), 麻里 久(首都大学東京 社会科学部 経営学専攻)</p>
	<p>13:54-14:19 価値共創マーケティング実践に向けた企業システムについての考察 —顧客の生活世界の事例から— 清野 聡(岡山理科大学 経営学部 経営学専攻 教授)</p>	<p>13:54-14:19 WOMマーケティングのメカニズムに関する研究 —Amplified WOM 実現の方法論— 藤崎 実(アジャイルメディア・ネットワーク 研究者)</p>
	<p>14:21-14:46 日常的体験における顧客経験の検討 大藪 亮(岡山理科大学 経営学部 准教授)</p>	<p>14:21-14:46 なぜ、ファッド群が起こるのか —腐女子の質的研究— 大森 友子(株式会社ゼウス・エンタープライズ)</p>
	<h3>オーラルセッション 3 (310 教室)</h3>	<h3>オーラルセッション 4 (311 教室)</h3>
	<p>コメントーター：廣田 章光(近畿大学 経営学部 商学科 教授)</p>	<p>コメントーター：依田 祐一(立命館大学 経営学部 准教授)</p>
	<p>13:00-13:25 アーリーアダプターはどこにいるのか? —カラータイプ診断で発見する方法— 河野 万里子(株式会社色彩舎 代表取締役), 佐藤 善信(関西学院大学 経営戦略研究科 研究科長), 辻村 謙一(辻村学園 理事)</p>	<p>13:00-13:25 宇宙産業におけるビジネス・エコシステム —米国における宇宙産業の変容と中核企業— 伊藤 智久(明星大学 経営学部 准教授), 佐藤 将史(野村総合研究所 上級コンサルタント), 夏目 典明(野村総合研究所 副主任コンサルタント)</p>
	<p>13:27-13:52 中小企業における新商品開発 —ユーザー・イノベーションを活用した商品開発— 畑 慎一郎(早稲田大学大学院 商学研究科)</p>	<p>13:27-13:52 宇宙産業振興のためのマーケティング戦略 荒井 誠(株式会社電通 宇宙ラボ 主任研究員)</p>
	<p>13:54-14:19 顧客コミュニティにおける商品アイデア共創プロセス —成員の感情変化とコーディネーターの役割— 大森 寛文(明星大学 経営学部 准教授)</p>	<p>13:54-14:19 未来の産業(社会)ロードマップ化の意味・役割と手法 —未来構想(仮)に対するデザイン等による視点— 伊藤 由紀美(Y&I ジャパン 代表)</p>
	<p>14:21-14:46 ドラッグ・リポジショニングにおける価値の再定義 富田 健司(同志社大学 商学部 教授)</p>	<p>14:21-14:46 新製品アイデア開発における文脈想像の性質と働き 磯野 誠(公立鳥取環境大学)</p>

13:00-14:50	オーラルセッション5 (312教室)	オーラルセッション6 (411教室)
	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)	コメンテーター：小野 謙司(青山学院大学 経営学部 教授)
	13:00-13:25 国家ブランドの分析枠組み —ブランド・パーソナリティ分析とステレオタイプ内容モデルからのアプローチ— 井上 裕珠(帝京大学 経済学部 助教), 阿久津 聡(一橋大学大学院 国際企業戦略研究科)	13:00-13:25 自伝的記憶がブランドの長期育成に与える影響 —消費者インタビューによる探索的研究— 細谷 正人(早稲田大学 経営管理研究科 修士課程)
	13:27-13:52 地理学的視点を取り入れたプレイス・ブランディング・モデルの可能性 —瀬戸内ブランドからの検討— 徳山 美津恵(関西大学 総合情報学部 教授), 長尾 雅信(新潟大学 工学部 准教授), 若林 宏保(電通 クリエーティブ・ディレクター)	13:27-13:52 ライフ・ストーリー・インタビューによるブランド形成要因の探索 —アイデンティティ形成に関わるブランド体験— 櫻井 光行(株式会社ビジネス・デザイン・アソシエイツ)
	13:54-14:19 CSRによる企業価値の創造 —活動の多様性と財務的価値に関する実証分析— 松本 龍二(早稲田大学 経営管理研究科 修士課程)	13:54-14:19 ブランドがもたらすロイヤルティ効果の実証研究 —消費財 32品とブランド農水産品(米, 牛肉, 水産品)に対するバイヤー評価の統計的検証— 森 泰規(株式会社博報堂 BID局 コンサルタント)
14:21-14:46 企業の魅力要素と購買行動の考察 北見 幸一(東京都市大学 都市生活学部 准教授), 阪井 完二(電通パブリックリレーションズ 局長), 末次 祥行(電通パブリックリレーションズ 部長)	14:21-14:46 プロスポーツチームとのブランド提携 —ライセンス供与による新規ベネフィットへの適応— 菌部 靖史(東洋大学 社会学部 准教授), 井門 昌明(杏林製薬株式会社 医薬営業本部 課長), 江原 卓治(理研ビタミン株式会社 食品開発部), 相良 俊行(株式会社良品計画 カフェ・ミール事業部課長), 松永久志(公益財団法人日本生産性本部)	
オーラルセッション7 (412教室)	オーラルセッション8 (401教室)	
コメンテーター：鷲田 祐一(一橋大学大学院 商学研究科 教授)	コメンテーター：猶本 良夫(川崎医科大学 総合外科学 教授)	
13:00-13:25 デジタル技術活用が生む新市場のターゲット戦略 —企業に対する関心への着目— 徳永 朗(株式会社博報堂 研究開発局 主席研究員)	13:00-13:25 健康管理サービスにおける情報リテラシー・マネジメント 上西 智子(東北大学大学院 経済学研究科 博士研究員)	
13:27-13:52 公共交通分野へのマーケティング手法の活用とわかりやすさ向上による利用促進モデルの検討 —「マス」から「個」への転換— 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 研究員), 河野 健(パシフィックコンサルタンツ株式会社), 田中 庸介(同上), 和田 裕行(同上), 杉本 伸之(同上), 内藤 泰嗣(株式会社 U'eyes Design), 増田 康祐(同上), 梶川 忠彦(同上)	13:27-13:52 急性期病院の顧客獲得戦略 —リソース・ベスト・ビューからの考察— 山地 佐和子(早稲田大学大学院 商学研究科)	
13:54-14:19 インターネット上の映像配信 サービスのビジネス発展上の課題 —SVODを中心に— 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)	13:54-14:19 Impact of Psychic Distance and Country Image on International Healthcare Services —A Case Study of Thai Caregivers and Japanese Elderly— Assarut Nuttapol(チューラーロンコン・ビジネス・スクール), Srisuphaolarn Patnaree(タマサート・ビジネス・スクール)	
14:21-14:46 アニメ映画プロデューサーの志向性 —混合研究法によるインタビューデータ分析— 森川 美幸(青山学院大学 特別研究員), 細田 高道(青山学院大学 教授)		
オーラルセッション9 (402教室)	オーラルセッション10 (403教室)	
コメンテーター：長崎 秀俊(目白大学 社会学部 社会情報学科 准教授)	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)	
13:00-13:25 CMクリエイティブ特性が特定の消費者グループへの広告効果に及ぼす影響 —ビール業界へのCM戦略提案— 櫻井 義尚(明治大学 総合数理学部 准教授), 新井 啓太(明治大学 総合数理学部), 川崎 雄大(同上), 高橋 恵美(同上), 酒巻 芳輝(同上), 岩田 翔(明治大学 商学部), 櫻井 恵里子(西武文理大学 サービス経営学部 専任講師)	13:00-13:25 新品種原料大豆を用いた味噌の生活者視点に基づくマーケティング戦略 大室 健治(農研機構 主任研究員)	

13:00-14:50	13:27-13:52 生活者がインターネット広告利用状況の把握と利用する広告のコントロールが可能なサービスの試作とその評価—情報の自己コントロール権に基づいて— 横山 誠(東京工科大学大学院 博士後期課程), 進藤 美希(東京工科大学大学院 教授), 上林 憲行(東京工科大学大学院 教授)	13:27-13:52 高齢者の非計画購買を喚起する店頭マーケティング—促進要因の調査と概念化— 坂巻 史朗(早稲田大学大学院 経営管理研究科)
	13:54-14:19 オムニチャネル時代のNew AIDAモデルとその理論的展開—コミュニケーション・ポートフォリオ・マネジメント— 岩本 明憲(関西大学 商学部 准教授)	13:54-14:19 営業活動による価値の再プロット—価値創造から価値授受へ— 向井 光太郎(相愛大学 人文学部 講師)

ドクターオーラルセッション1 (404 教室)	ドクターオーラルセッション2 (405 教室)	ドクターオーラルセッション3 (406 教室)
コメンテーター: 石井 裕明(成蹊大学 経済学部 准教授)	コメンテーター: 浦野 寛子(立正大学 経営学部 准教授)	コメンテーター: 坂田 隆文(中京大学 総合政策学部 教授)
13:00-13:25 消費の脱スティグマ化—「婚活」の男女における翻訳の違い— 織田 由美子(一橋大学 商学研究科 博士後期課程)	13:00-13:25 ブランド経験の構造分析—コグニティブ・インタビューによるアプローチ— 三浦 ふみ(中央大学 戦略経営研究科 博士後期課程)	13:00-13:25 ブロクリエーターとアマチュアクリエイターの消費者間取引参加動機 鶴田 彩夏(一橋大学 商学研究科 博士課程)
13:27-13:52 ソーシャル・マーケティングによる社会的文脈形成プロセスの考察—たばこのデ・マーケティング「ことば」の分析を通して— 石澤 泉(首都大学東京大学院 博士後期課程)	13:27-13:52 エンゲージメントの概念的フレームワーク—価値の共創のための戦略的示唆— 神田 正樹(明治大学大学院 商学研究科 博士後期課程)	13:27-13:52 競争対応のマーケティング戦略—反復囚人のジレンマ・ゲーム的製品競争下における実証分析— 中村 世名(慶應義塾大学大学院 商学研究科 博士課程)
13:54-14:19 市場カテゴリーのラベルの意味拡張—集合体としての「渋谷系」— 朝岡 孝平(一橋大学大学院 商学研究科 博士後期課程)	13:54-14:19 外食産業における飲食店検索サイトを通じた消費者の分析—飲食店検索サイト「食べログ」に着目して— 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)	13:54-14:19 製品開発にデザインを活用することの有効性について—デザインの後退帰納法的価値と仮想経験価値— 小川 亮(嘉悦大学 博士課程)
14:21-14:46 アニメオタクと“聖地”との価値共創メカニズムの解明—「涼宮ハルヒ」「らき☆すた」「けいおん!」「ガールズ&パンツァー」の地域おこし事例分析— 湯川 寛学(関西学院大学 経営戦略研究科 博士後期課程)	14:21-14:46 保健行動理論における介入概念の検討 香川 勇介(中央大学大学院 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

15:10-18:00	基調講演 (106 教室)
	司会: 八塩 圭子(フリーアナウンサー/東洋学園大学 現代経営学部 准教授)
	15:10-15:30 日本マーケティング学会 会長挨拶 田中 洋 (会長/中央大学大学院 戦略経営研究科 教授)
	15:30-15:50 解題「ナショナルブランド・メーカーにとって国内ローカル戦略は何が最善なのか?」 上田 隆穂 (カンファレンス委員長/常任理事/学習院大学 経済学部 教授)
	15:50-16:30 基調講演①「日用消費財メーカーにおける国内事業戦略の方向性」 榎原 健郎 (ライオン株式会社 取締役上席執行役員)
	16:30-17:10 基調講演②「ナショナルメーカーの地域対応戦略: ローカル志向の商品開発と供給体制が組めるか?」 小川 孔輔 (法政大学経営大学院 イノベーションマネジメント研究科 教授)
	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: 榎原 健郎, 小川 孔輔, 上田 隆穂

18:30-20:00	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 SEEDATA	2. 公益社団法人 日本マーケティング協会	3. 楽天リサーチ株式会社
-----------------	-----------------------	---------------