



Japan Marketing Academy

マーケティングカンファレンス 2018 プログラム

「マーケティングと知識経営」

早稲田大学 早稲田キャンパス 2018.10.14.SUN

写真・撮影についてのお願い

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)		
8:40-9:00	ブレイクファースト(B107教室・B101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(22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。		
	エフェクチュエーション研究会 (104 教室)	オムニチャネル研究会 (105 教室)	ソーシャル・メディア&ビジネス研究会 (307 教室)
	<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>エフェクチュエーションをうながす市場調査</p> <ol style="list-style-type: none"> 大企業マーケターによるエフェクチュエーション 吉田 満梨(立命館大学 経営学部 准教授) エフェクチュエーションにおける省察の役割 栗木 契(同上) 	<p>リーダー: 近藤 公彦(小樽商科大学 副学長 兼 大学院商学研究科 教授)</p> <p>オムニチャネル～インサイドとアウトサイド～</p> <ol style="list-style-type: none"> メガネスーパーのオムニチャネル戦略 川添 隆(株式会社メガネスーパー デジタル・コマースグループ ジェネラルマネジャー) オムニチャネル化を阻む要因は何かー複雑性(complexity) 問題を中心にー 金 雲鎬(日本大学 商学部 准教授) オムニチャネル・カスタマーの存在とエンゲージメントとの関係 太宰 潮(福岡大学 商学部 准教授), 西原 彰宏(亜細亜大学 経営学部 准教授), 奥谷 孝司(オイシックス・ドット大地株式会社 執行役員 統合マーケティング部長), 鶴見 裕之(横浜国立大学大学院 国際社会科学研究院 准教授) 	<p>リーダー: 廣田 章光(近畿大学 経営学部 教授)</p> <p>ブロックチェーンを活用したまちづくり</p> <ol style="list-style-type: none"> 解題 本日の概要 エストニアと高松におけるIT 基盤を活用した実践活動について 山口 巧作(元エストニア投資庁 / エンタープライズ・エストニア 日本支局長) 連携のための社会基盤がもたらす未来(パネル討議) 山口 巧作(同上), 湯川 カナ(兵庫県広報官 / 一般社団法人リベルタ学舎 代表), 福井 誠(流通科学大学 経済学部 教授) フロアから質疑 まとめ
	スポーツマーケティング研究会 (308 教室)	地域活性化マーケティング研究会 (309 教室)	価値共創型マーケティング研究会 (310 教室)
	<p>リーダー: 原田 宗彦(早稲田大学 スポーツ科学学術院 教授)</p> <p>デジタル時代のスポーツマーケティング</p> <ol style="list-style-type: none"> データを活用した新たな観戦スタイル 吉田 政幸(法政大学 スポーツ健康学部 准教授) ソーシャルメディアを用いたファンコミュニティ分析 新井 彬子(東京理科大学 助教) Jクラブにおけるデジタルマーケティングの実際 大多和 亮介(横浜マリノス株式会社 メディア&ブランディング部 部長) 	<p>リーダー: 宮副 謙司(青山学院大学大学院 教授)</p> <p>シェアリングエコノミーによる地域活性化の取り組み</p> <ol style="list-style-type: none"> シェアリングエコノミーの捉え方と地域活性化への適用の考え方 宮副 謙司(同上), 中村 博充(株式会社パソナ ソーシャルイノベーション部 プロデューサー) パソナによるシェアリングエコノミーでの地域活性化の取り組み事例 中村 博充(同上) ビジネススクール MBA 課程学生によるシェアリングエコノミーでの地域活性化の戦略策定事例 宮副 謙司(同上) 	<p>リーダー: 村松 潤一(岡山理科大学 経営学部 教授)</p> <p>あそびの文脈に迫る価値共創マーケティングの理論と実践</p> <ol style="list-style-type: none"> 文脈に迫る価値共創マーケティングに必要な考え方とは 藤岡 芳郎(大阪産業大学 経営学部 教授) あそびの文脈をマネジメントする企業活動へ 村上 裕子(株式会社ポーネルド 取締役 兼 広報室 室長)
	物語マーケティング研究会 (311 教室)	ユーザー・コミュニティとオープン・メディア研究会 (312 教室)	マーケティングと新市場創造研究会 (401 教室)
	<p>リーダー: 内田 和成(早稲田大学 商学学術院 教授)</p> <p>ナラティブ・マーケティングへの展望</p> <ol style="list-style-type: none"> 物語マーケティング研究のフロンティア ～ナラティブ化のメカニズムを解明する理論構築に向けて～ 増田 明子(千葉商科大学 准教授) 物語マーケティングのケース分析 ～ナラティブを活用する実践フレーム構築に向けて～ 牧口 松二(株式会社博報堂 第2プランニング局 部長), 岩井 琢磨(株式会社大広 ビジネスインキュベーション局 部長) 	<p>リーダー: 片野 浩一(明星大学 経営学部 教授)</p> <p>新宿ゴールデン街のコミュニティ形成とシステム</p> <ol style="list-style-type: none"> マーケティングの質的リサーチの意義と有効性 宮井 弘之(株式会社SEEDATA 代表取締役 博報堂グループ) 「新宿ゴールデン街」のコミュニティ形成とシステム 大川 将(株式会社SEEDATA アナリスト 博報堂グループ) 	<p>リーダー: 川上 智子(早稲田大学大学院 経営管理研究科 教授)</p> <p>デジタル・トランスフォーメーション時代の新市場創造</p> <ol style="list-style-type: none"> デジタル・シフトと組織: CMO・CIO から CDO・CXO へ 川上 智子(同上) アジアにおける動画コンテンツ市場の創造: WebTVAsiaの挑戦 高木 啓介(Prodigee Media 株式会社 COO), 柴田 勇飛(Prodigee Media 株式会社 Sales & Marketing Director) 指数関数的に成長する企業の戦略と組織 根来 龍之(早稲田大学大学院 経営管理研究科 教授)

9:00-10:30	サステナブル・マーケティング研究会 (402 教室) リーダー：青木 茂樹(駒澤大学 経営学部 教授 / 総合情報センター 所長) 企業経営に求められるサステナブル・マーケティング 1. 企業経営におけるサステナブル・マーケティングの必要性 青木 茂樹(同上) 2. サステナブル・マーケティング推進によるビジネス成果 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) 3. パネルディスカッション：サステナブル・マーケティングの重要性や求められる企業評価軸 青木 茂樹(同上), 萩谷 衛厚(同上), 江戸 克栄(県立広島大学大学院 経営管理研究科 教授), 原 裕(株式会社エンゲージメント・ファースト 代表取締役社長), 砂川 和雄(キャスレーコンサルティング株式会社 代表取締役社長)	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 現代経営学部 准教授) 働き方改革と女性のキャリアの新たな多様性 1. 働く女性のキャリア格差 国保 祥子(静岡県立大学 経営情報学部 経営情報学科 講師・経営情報イノベーション研究科 講師 / 株式会社ワークシフト研究所 所長) 2. 働き方改革とマーケティングチャンス 本庄 加代子(同上)	サービス・マネジメント研究会 (404 教室) リーダー：向井 光太郎(相愛大学 人文学部 講師) 日本発セールス・マネジメント・モデル研究のワークショップ 1. セールス・プロセスへの顧客価値創造プロセスのビルトイン 瀧川 雅行(日医工株式会社 営業本部 オンコロジー広域病院部 参与) 2. 顧客価値の新たな体系化 向井 光太郎(同上) 3. ワークショップ「サービス・マネジメント・モデル構築に向けて」 ファシリテーター：上田 利博(富士ゼロックス大阪株式会社 ニュービジネス統括部)
	デザイン思考研究会 (405 教室) リーダー：福井 誠(流通科学大学 副学長) デザイン思考の実践的導入 1. 解題 2. 本日の概要 3. 実験的プロジェクトの全体像 小川 亮(株式会社ブラグ 代表取締役) 4. パネル討議：デザイン思考の実践的導入の要件 小川 亮(同上), 吉橋 昭夫(多摩美術大学 美術学部 准教授), 廣田 章光(近畿大学 経営学部 教授) 5. フロアから質疑 6. まとめ	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・イノベーションの様相とブランディングへの視点を探る 1. ブランディングでの展開への視点に向けて 森 一彦(同上) 2. IoT/AI 導入で加速する企業の「なりわい」革新 朝岡 崇史(株式会社ディライトデザイン 代表取締役) 3. 運営委員によるブランディングに対するコメントとフロアーを交えてのディスカッション 田中 洋(中央大学ビジネススクール 教授), 黒岩 健一郎(青山学院大学ビジネススクール 教授), 首藤 明敏(明治大学ビジネススクール 教授), 梅本 春夫(関西学院大学 商学部 非常勤講師), 朝岡 崇史(同上), 徳永 朗(多摩大学大学院 経営情報学研究科 客員教授), 森 一彦(同上)	ブランド&コミュニケーション研究会 (411 教室) リーダー：久保田 進彦(青山学院大学 経営学部 教授) ブランドマネジメントと組織 1. 日本企業におけるマーケティング組織の課題と解決策 木村 真琴(株式会社サンリオ CMO マーケティング本部長) 2. 消費財メーカーに求められるマーケティング変革：営業が果たすブランディング機能 中村 直人(サントリー酒類株式会社 営業推進本部 部長) 3. 木村氏・中村氏に対するコメント 高橋 広行(同志社大学 商学部 准教授)
	カスタマー・エンゲージメント研究会 (412 教室) リーダー：井上 崇通(明治大学 商学部 教授) 価値共創の中範囲理論としてのカスタマー・エンゲージメント 1. 中範囲理論としてのカスタマー・エンゲージメント：S-D ロジックからの提案 井上 崇通(明治大学 商学部 教授) 2. カスタマー・エンゲージメントの発展と可能性 庄司 真人(高千穂大学 商学部 教授) 3. ディスカッション 司会：田口 尚史(茨城キリスト教大学 経営学部 准教授)	医療マーケティング研究会 (417 教室) 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) 遠隔による診療プラットフォームと新サービスの創造 1. データ活用型連携プラットフォームの創造 塩飽 哲生(リーズンホワイ株式会社 代表取締役) 2. オンライン診療システム YaDoc(ヤードック取り組) による遠隔サービスの構築 園田 愛(株式会社インテグリティ・ヘルスケア 代表取締役) 3. パネルディスカッション 進行：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)	
	アジア・マーケティング研究会 (309 教室) リーダー：金 春姫(成城大学 経済学部 准教授) アジア市場における日本企業の現状と課題 1. 日本企業の現地法人の諸課題：タイの事例 上原 渉(一橋大学大学院 商学研究科 准教授) 2. 中国マーケティング：名創優品の事例 岩田 篤(上海篤志コンサルティング 代表), 金 春姫(同上)	顧客起点のサービスマーケティング研究会 (310 教室) リーダー：小野 謙司(青山学院大学 経営学部 教授) ハイテク&ハイタッチで切り拓く顧客経験 1. 解題：サービス・エンカウンターと顧客経験の研究フロンティア 小野 謙司(同上) 2. テクノロジー導入によって顧客の利便性は向上するか～既存データからの発見と今後の分析課題 森川 秀樹(株式会社インテージコンサルティング 執行役員), 田原 祐太(株式会社インテージコンサルティング) 3. 中古車販売におけるサービスへのテクノロジー適用とPDCAの構築 中澤 伸也(株式会社IDOM デジタルマーケティングセクション セクションリーダー)	フードビジネス・イノベーション研究会 (311 教室) リーダー：小林 哲(大阪市立大学大学院 経営学研究科 教授) サービス・イノベーションにおけるプロジェクトマネジメント手法の有用性 1. 講演：IDEF0 図を用いたサービスプロセス分析の方法と有用性 浅井 俊之(株式会社イオンハート ケータリング本部ケータリング事業改革マネジャー / 博士(工学)) 2. ディスカッション：プロジェクトマネジメント手法のサービス業への適用可能性 司会：小林 哲(同上)
	10:40-12:10		

10:40-12:10	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) リード・ユーザーと製品開発 1. リード・ユーザー論：ユーザー・イノベーション論の原点とそのメカニズム 水野 学(日本大学 商学部 教授) 2. アスリートによるアスリートのための製品開発：KOZUKA BLADES 開発事例をもとに 小塚 崇彦(バンクーバー五輪 男子フィギュアスケート日本代表) 3. パネルディスカッション 司会：水野 学(同上) パネラー：小塚 崇彦(同上)，本條 晴一郎(静岡大学 学術院工学領域 准教授)	CMO 研究会 (412 教室) リーダー：田中 洋(中央大学ビジネススクール 教授) 現代企業におけるマーケティングと CMO の役割 1. CMO 研究のレビュー 田中 洋(同上) 2. グローバル企業における CMO の現在 安藤 元博(博報堂(兼) 博報堂 DY メディア パートナーズ 執行役員・エグゼクティブマーケティングディレクター)	
10:40-12:26	オーラルセッション(38 報告) ＊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。		
オーラルセッション 1 (104 教室)		オーラルセッション 2 (105 教室)	
コメントーター：坂田 隆文(中京大学 総合政策学部 教授)		コメントーター：鷲田 祐一(一橋大学大学院 経営管理研究科 教授)	
10:40-11:05 小売店頭における価値共創に関する一考察 — 従業員と顧客の相互作用を中心に — 中村 聡太(明治大学専門職大学院 グローバル・ビジネス研究科 博士前期課程)		10:40-11:05 デザイン開発におけるオブジェクトの機能 — デザイナーの協働によるデザイン開発実践の観察・分析より — 松岡 正人(株式会社乃村工芸社 クリエイティブ本部デザイン 7 部)	
11:07-11:32 共創において創発した文化的使用価値がコミュニティを越えて共有される仕組みの検討 — 状況的学習論の「実践コミュニティ」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)		11:07-11:32 コーポレート・レピュテーション形成行動(業務外)に寄与する従業員のワークコミットメント状況 — 外食チェーン従業員に着目して — 栗原 久美子(株式会社リクルートマネジメントソリューションズ)	
11:34-11:59 共創コミュニティから創出する社会的価値 — Apple Distinguished Educator Program の事例より — 青木 慶(大阪女学院大学 准教授)		11:34-11:59 感情労働とストレスの関係性への考察 — カラータイプ理論のストレス診断を中心に — 河野 万里子(一般社団法人カラータイプ協会 代表理事)，佐藤 善信(関西学院大学 経営戦略科 研究科長)，武田 みはる(同協会 マーケティング開発チームリーダー)，田中 久美子(マーケティング開発チームサブリーダー)	
12:01-12:26 ファシリテーションがもたらす行動変容をソーシャル・マーケティングに援用する 田坂 逸朗(広島修道大学 ひろしま未来協創センター 講師)		12:01-12:26 価値授受プロセスによるセールス・マネジメントへの貢献 向井 光太郎(相愛大学 人文学部 講師)	
オーラルセッション 3 (312 教室)		オーラルセッション 4 (401 教室)	
コメントーター：藪部 靖史(東洋大学 社会学部 准教授)		コメントーター：栗木 契(神戸大学大学院 経営学研究科 教授)	
10:40-11:05 「アート」と「マーケティング」を巡る争点の乱立に対する検討素材 — ラ・フォル・ジュルネ, PMF, 赤坂迎賓館 — 森 泰規(株式会社 博報堂 BID 局 ディレクター)		10:40-11:05 テーマノミクス — 地域活性化戦略の新基調 — 西村 友幸(小樽商科大学大学院 商学研究科 教授)，内田 純一(同上)	
11:07-11:32 日本におけるプロフェッショナルなオペラ団体のマーケティングの研究 進藤 美希(東京工科大学 メディア学部 教授)		11:07-11:32 農地マーケティングの役割 — 海外輸出に向けた農地の最適ポートフォリオに関する一考察 — 上野 美咲(和歌山大学 経済学部 特任助教)，足立 基浩(和歌山大学 経済学部 教授)	
11:34-11:59 小規模私立大学におけるブランディングの有効性 — 実践的ブランディングを踏まえての考察 — 上條 憲二(愛知東邦大学 経営学部 教授)		11:34-11:59 茶産地におけるお茶資源を活用した観光商品化に関する研究 — 静岡県島田市・川根本町を対象として — 崔 瑛(静岡英和学院大学 人間社会学部 准教授)	
12:01-12:26 スポーツ鬼ごっこを活用したスポーツマーケティングの可能性 — 社会的インパクト評価のフレームワークからの考察 — 平峯 佑志(一般社団法人鬼ごっこ協会)		12:01-12:26 デスティネーション・ブランディングによる国際観光客の誘致と価値創造 — インドからのインバウンドは可能か — 渡邊 朱美(早稲田大学大学院 経営管理研究科)	
オーラルセッション 5 (402 教室)		オーラルセッション 6 (403 教室)	
コメントーター：松井 剛(一橋大学 経営管理研究科 教授)		コメントーター：小野 晃典(慶應義塾大学 商学部 教授)	
10:40-11:05 テーマパーク調査におけるキャプション評価法を用いた顧客分析事例 櫻井 恵里子(西武文理大学 サービス経営学部 専任講師)		10:40-11:05 ファッション消費経験における消費者エンゲージメント 大藪 亮(岡山理科大学)，黒田 正博(同上)，山口 隆久(同上)	

10:40-12:26	11:07-11:32 顧客体験の記述方法に関する試論 — 認知意味論的アプローチからの接近 — 亀和田 慧太(株式会社電通デジタル)	11:07-11:32 カスタマージャーニー (CJ) とカスタマーエンゲージメント(CE) の統合化モデルとシミュレーション 木村 誠(長野大学 企業情報学部 教授)
	11:34-11:59 Web 調査における市場代表性の高い無作為抽出方法 — 中国の自動車市場を対象とした比較検証 — 加藤 拓巳(本田技研工業株式会社), 岸田 典子(株式会社クロス・マーケティング), 津田 和彦(筑波大学)	11:34-11:59 シェアリングサービスにおける情緒的価値の生成と離脱抑制 — ユーザーレビューに基づく企業間比較 — 岡田 直也(早稲田大学大学院 経営管理研究科)
	12:01-12:26 育休ママの環境と職業観の研究 — 定性・定量調査分析により, 消費者としての潜在力を考察する — 西山 裕子(一般社団法人ぶちでガチ 広報)	12:01-12:26 お年寄りのパーソナリティに寄り添うサービス展開の可能性 — カスタマー・アクティビティ概念による事後創発的な成果の検討 — 徐 倩(茨城大学大学院 人文科学研究科), 今村 一真(茨城大学)
	オールラウンドセッション7 (404 教室)	
	コメンテーター: 浦野 寛子(立正大学 経営学部 教授)	
	オールラウンドセッション8 (405 教室)	
	コメンテーター: 近藤 公彦(小樽商科大学 副学長 兼 大学院商学研究科 教授)	
	10:40-11:05 組織内分業を通じたタッチポイントのデザイン 小菅 竜介(立命館大学大学院 経営管理研究科 准教授), 許 経明(台湾国立成功大学 企業管理学系 助理教授)	10:40-11:05 包括的価格変更戦略モデルの構築 — 高価格戦略と低価格戦略の理論的基盤 — 岩本 明憲(関西大学 商学部 准教授)
	11:07-11:32 企業理念浸透による企業ブランド価値の向上 — 企業理念浸透と企業ブランド価値に関する実証分析 — 坂本 香織(早稲田大学大学院 経営管理研究科)	11:07-11:32 紙媒体と電子媒体によるクーポン送付効果の違い — 消費者の世代を考慮した検討 — 平木いくみ(東京国際大学 教授), 石井 裕明(成蹊大学 准教授), 外川 拓(千葉商科大学 准教授), 権 純鎬(早稲田大学大学院 博士後期課程), 中垣 征也(日本郵便株式会社), 一色 昭典(富士フイルム株式会社), 鈴木 睦夫(イーリスコミュニケーション), 恩蔵 直人(早稲田大学)
	11:34-11:59 日本のマネジメントファッションの流行に関する考察 — 環境経営を事例として — 高橋 千枝子(武庫川女子大学 教授)	11:34-11:59 宿泊施設の顧客満足度調査に基づく解析と施策設計 川崎 昌(目白大学 経営学部 経営学科 客員研究員), 高橋 武則(慶應義塾大学 客員教授)
12:01-12:26 日本企業のCMOの存在と競争力 — 定量分析における競争力の検証とインタビュー調査結果から — 岩田 栄二(早稲田大学 経営管理研究科)	12:01-12:26 アフターサービスビジネス強化手法に関する1考察 — 老舗生産財機械メーカーにおけるビジネスモデル変革への挑戦 — 宗 陽一郎(株式会社神戸製綱所 生産システム研究所)	
オールラウンドセッション9 (406 教室)		
コメンテーター: 宮副 謙司(青山学院大学大学院 教授)		
ドクターオールラウンドセッション1 (417 教室)		
コメンテーター: 金 雲鎬(日本大学 商学部 准教授)		
10:40-11:05 生活者のモノ離れをふまえた商業施設の新しいあり方の考察 — 駅ビルを事例として — 松本 阿礼(ジェイアール東日本企画 駅消費研究センター), 加藤 肇(産業能率大学 経営学部 教授)	10:40-11:05 飲食店検索サイトの有料会員サービスを利用する消費者の分析 — 利用形態と職種の側面から — 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)	
11:07-11:32 エキナカ商業施設の顧客需要充足に資する要因の定量的把握に関する研究 藤村 直子(東日本旅客鉄道株式会社 主幹研究員)	11:07-11:32 日本の百貨店におけるおもてなし接客の特徴 — 三越とノードストロームの比較分析 — 相島 淑美(関西学院大学大学院 経営戦略研究科 博士課程)	
11:34-11:59 都市生活の満足度と都市の表象要素 北見 幸一(東京都市大学 都市生活学部 准教授)	11:34-11:59 アニメ聖地に形成された組織とその動態の変化 湯川 寛学(関西学院大学 経営戦略研究科 博士後期課程)	
ランチ, ランチョンセッション		
*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。		
ランチョンセッション1 (B107 教室)		
ランチョンセッション2 (B101 教室)		
ランチョンセッション3 (B102 教室)		
戦略思考の魅力度ブランディング 〜一億総ジャーナリスト時代に求められる企業の魅力とは〜 コーディネーター: 阪井 完二(企業広報戦略研究所 副所長) 報告者: 北見 幸一(東京都市大学 都市生活学部 准教授), 橋本 良輔(企業広報戦略研究所 上席研究員), 根本 陽平(企業広報戦略研究所 主任研究員) 共催: 株式会社電通パブリックリレーションズ 企業広報戦略研究所	マーケティング・シフト 〜生活者30年データから読む市場の未来〜 コーディネーター: 石寺 修三(株式会社博報堂 生活総合研究所 所長) 報告者: 内濱 大輔(株式会社博報堂 生活総合研究所 上席研究員) 共催: 株式会社 博報堂	Google Cloud Platformで実現するデータ・ドリブンマーケティング コーディネーター: 佐々木 茜(グーグル・クラウド・ジャパン合同会社 プロダクト マーケティング マネージャー) 報告者: 葛木 美紀(グーグル・クラウド・ジャパン合同会社 カスタマーエンジニア) 共催: グーグル・クラウド・ジャパン合同会社

13:30-
14:10

ポスターレビュー (66 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)

ポスターレビュー 2 (B101 教室)

司会：浅倉 泉(サロン委員 / 株式会社 JTB)

司会：小谷 恵子(サロン委員 / 青山学院大学大学院 国際マネジメント研究科 博士課程)

1. 日本におけるコズリレーテッドマーケティングの受容度
秋山 和子(立教大学大学院 ビジネスデザイン研究科) 他
2. 社会階層に基づく中国人の対日消費行動・消費価値観の分析
劉 亜菲(KDDI 総合研究所 アソシエイト) 他
3. 決済手段が消費者の意思決定に及ぼす影響とそのメカニズムに関する先行レビューと今後の研究計画に向けた考察
池田 亜以(早稲田大学大学院 経営管理研究科)
4. 日本における Instagram ユーザーの行動分析 — 使用動機と新たな自己表現との関連性の考察 —
榎本 暉子(法政大学 経営学部 西川英彦研究室) 他
5. フレッシュワーズ世代特有のインサイトと、購買行動を刺激する3つのツボ
林 ななせ(株式会社ファースト ソリューション企画部) 他
6. レトロ製品における不便価値の検討
古谷 奈菜(株式会社小田急エージェンシー データアナリスト) 他
7. サイレントラブをつかまえる ～新たな「真の顧客理解」～
増田 光一郎(株式会社小田急エージェンシー プランナー) 他
8. パッケージへの画像掲載の有無と心理的距離が製品評価に及ぼす効果
白崎 龍弥(法政大学 経営学部) 他
9. 50代女性のホンネを解明「55 ラボ」
小川 富美枝(株式会社 ファースト 企画部 課長) 他
10. 香り商品と越境表現 — 消費者関与を誘う言語表現に関する考察 —
小沼 梨沙(LotusTable 代表) 他
11. ブロック宇宙論から考察する消費者インサイト
鈴木 秀顕(東京国際ビジネスカレッジ 講師)
12. 市場は誰にどう聞けばよいか — 市場予測のための設問設計と対象者選定 —
芳賀 麻美(大阪経済大学 経営学部 准教授)
13. JMRAにおける持続可能なインターネット調査に向けた取り組み — 回答品質向上のための「調査分割法」の検証 —
岸田 典子(JMRA インターネット調査品質委員会) 他
14. 経営現象の因果関係を探る新たな方法論:fsQCA — fsQCA(質的比較分析) を用いたスーパーの顧客満足の規定要因の研究 —
横山 斉理(法政大学 経営学部 教授)
15. 生体情報を活用したマーケティングコミュニケーションにおけるクリエイティブ評価手法について — 脳波による“共感度”を用いた動画評価を中心として —
村上 智章(株式会社マクロミル マクロミル総合研究所) 他
16. 脳波試行間同期現象を応用した大集団に対する動画広告の好感度予測手法の開発
星 朱香(キリン株式会社 基盤技術研究所) 他
17. 日本のがん治療市場における放射線治療普及阻害要因分析と、普及施策の検討
池澤 勇貴(立教大学大学院 ビジネスデザイン研究科) 他
18. 睡眠不足が衝動購買に与える影響
佐野 朝美(早稲田大学大学院 経営管理研究科)
19. 二重過程モデルの推定による肥満行動の分析と健康プロモーション
金城 敬太(沖縄国際大学 経済学部 准教授)
20. 骨粗鬆症患者と患者家族における治療満足度に関する検討
宮崎 貴文(旭化成ファーマ株式会社 医薬マーケティング本部) 他
21. 医療者と患者をつなぐコミュニケーションツールのデザイン — 前立腺生検における入院に関する説明パンフレットの作成 —
吉橋 昭夫(多摩美術大学 情報デザイン学科) 他
22. 米国 IT 系テックジャイアントのインドシフトと人工知能解析によるその展望 — インドウェイを検討したインド参入の事例 —
鈴木 大貴(グラバートランスシブ CEO / 法政大学院) 他
23. 人間の本性に迫る「人間情報データベース」の取り組み — DeepData とマーケティングへの活用 —
小川 芳幸(NTT データ経営研究所 コンサルタント)
24. メイカームーブメントを背景としたクラウドファクトリーの実態と役割
長谷部 美紅(株式会社横田アソシエイツ)
25. 他者推奨が製品採用に与える影響
横井 美里(青山学院大学 経営学部) 他

34. デザイン・ドリブンのイノベーションの可能性とその実践に向けて — 意味のイノベーションによる価値創造 —
森川 文博(関西学院大学 経営戦略研究科) 他
35. Quantifying consumer perception of designer intent — design management perspective that bridges marketing and engineering —
重本 祐樹(富山国際大学 現代社会学部 講師)
36. サービス欠陥における最適なサービスリカバリーの検討 — 補償と謝罪の観点による公正性概念と顧客満足への影響 —
望月 駿(青山学院大学 経営学部) 他
37. 顧客の認知コントロール・感情がサービス評価に及ぼす影響
鈴木 萌絵(青山学院大学 経営学部) 他
38. ホテル・旅館におけるサービス提供と利用者のおもてなし経験に関する研究
上元 亘(京都産業大学 経営学部 准教授)
39. ネスカフェ・アンバサダーの事例研究に見る— ショッピング・マーケティングの日本的特徴 — 2018年8月 英国 Oxford 大学で開催された ICEMM カンファレンスにおける発表で得られた知見 —
出野 和子(関西学院大学 経営戦略研究科 博士後期課程)
40. ホテル業界における推奨行動を引き起こすメカニズム
岡田 さやか(武田薬品工業株式会社 グローバル IT)
41. サービス・マーケティング 3.0 — 顧客のサービス行動にフォーカスする。「おもてなし」は優れた戦略か? —
大西 正也(東京都中小企業振興公社 コーディネーター)
42. 統計的に有為な説明変数を現実で実行しても被説明変数が変化しない失敗はどのような誤謬によるのか — 長野県の健康長寿は戦後に普及した保健指導員制度によるものか —
入江 信一郎(京都工芸繊維大学 基盤科学系 助手)
43. 地域間の人口移動に関する先行研究レビュー
荒川 清晟(東京大学大学院 学際情報学府 博士課程)
44. 「やってみる経営学」共創・実践型のスモールビジネスによる地方創生 — アジャイル型の事業開発・新製品開発による PDCA サイクルの効率化 —
松林 賢司(DK art café プロジェクト) 他
45. 地域活性へのブランディングの応用がもたらした大きな効果と可能性。 — 広告費ゼロから世界的評価へ。甲州富士川・本菱・純米大吟醸の事例から。 —
深澤 了(まちいくふじかわプロジェクト 発起人代表)
46. ファンづくり型地域振興モデルの可能性 — アイドルグループ坂道シリーズの戦略モデルから学ぶ地域アクターズプロデューサーの役割 —
藤川 遼介(株式会社 APITEC 代表取締役 社長)
47. 広告の色彩から読み取る時間 — 不朽の過去から不安定な未来まで —
磯田 友里子(早稲田大学 商学研究科)
48. 100円ショップにおけるキャンペーンの役割と効果とは
中村 拓海(富山国際大学 現代社会学部)
49. メールマガジンに他社製品の画像が表示される不具合 — mobylet で配信したメールと iPhone のデフォルトメールとの相性 —
寺田 好秀(名古屋市立大学大学院 経済学研究科 研究員)
50. 変化を続けるデジタルの時代に、マーケティングの守備範囲はどこまで広がるのだろうか
田村 修(株式会社アイレップ 人事本部)
51. VR を用いた広告コミュニケーションの研究
高橋 良輔(東京工科大学大学院) 他
52. 観光 PR 動画と消費者行動の関係 — ユーモアと疑似体験が広告態度と購買意図に及ぼす影響 —
青田 智樹(富士ソフト株式会社) 他
53. なぜ、ある音楽アーティストの人気は持続するのか
藤原 鮎美(中央大学大学院 戦略経営研究科)
54. 流動人口ビッグデータを利用したエリアマーケティング事例
福島 孝志(株式会社朝日オリコミ大阪)
55. セールス・マネジメント・モデル構築へのチャレンジ
瀧川 雅行(日医工株式会社 オンコロジー広域病院部) 他
56. 店舗メディア化による体験価値の可能性 — 顧客ロイヤリティによる小売再生への示唆 —
大槻 純一(CMO パートナーズ 代表)

<p>26. 独創か共創か — ユーザー・イノベーションのアイデア生成プロセス研究 — 岡田 庄生(法政大学大学院 経営学研究科 修士課程)</p> <p>27. 職業ラベル効果 — ユーザー創造製品における発信源効果の援用 — 町田 大河(法政大学 経営学部 学部生) 他</p> <p>28. 消費者の声を活用できるツールキットはこれだ! 中原 隆友(株式会社りそな銀行 営業サポート統括部) 他</p> <p>29. ブランドコミュニティへの所属が消費者に与える影響 — 同担拒否を事例として — 末吉 彩(一橋大学 商学研究科 修士課程)</p> <p>30. ブランド提携商品の可能性 — ブランド提携の潮流と今後の課題 — 中谷 淳一(関東学園大学 経済学部 経営学科 准教授)</p> <p>31. ARマップとブランド戦略 — 業界内における自社ブランドのポジション探索及び意思決定支援のためのプラットフォーム構築に関する研究 — 古宮 望美(芝浦工業大学専門職大学院)</p> <p>32. ブランド・マネジメント組織に関する研究の進展と課題 — ブランド・コミュニケーションを中心に — 野村 拓也(学習院大学 博士前期課程)</p> <p>33. 「意味のイノベーション」の実行フローの検証・精緻化・再構成の試み — ファッションブランドのクリエイティブプロセスのインタビューリサーチを素材として — 布田 尚大(株式会社 drapology CEO)</p>	<p>57. ドラッグストア業界における小売経営モデルの優位性分析 荒木 進吾(富山国際大学 現代社会学部)</p> <p>58. パレット利用が企業業績に与える影響 — 家庭紙業界の物流戦略に関する研究 — 細谷 肖子(法政大学大学院 経営学研究科)</p> <p>59. 大学発ベンチャーにおけるエフェクチュエーションに関する一考察 酒井 浩一(株式会社里灯都 代表取締役) 他</p> <p>60. 日本の世代別消費行動および高齢化社会に向けた蔦屋の事業戦略とブランド・コミュニケーション 鈴木 智子(一橋 ICS 准教授) 他</p> <p>61. 高級クラブのビジネスモデルは衰退していくのか 平 亜貴(法政大学大学院 経営学研究科 修士課程)</p> <p>62. SNSによる自撮り文化の醸成 大谷 光一(武庫川女子大学 情報メディア学科)</p> <p>63. トライブ活用法の手法に基づいた、ノマドワーカーの働き方に関する意識の考察 岸田 卓真(株式会社 SEEDATA)</p> <p>64. イノベーションを生み出す組織マネジメントの研究 — 指標(イノベーション・オーガニゼーション・スコア)の作成、および診断と運用の事例紹介 — 竹中 薫(株式会社 U'eyes Design DO 研リサーチャー) 他</p> <p>65. 動物看護師のエンパワーメントプロセスをリサーチせよ! — インタビューを通じた M-GTA による質的研究 — 天尾 美花(法政大学大学院 経営学研究科 修士課程)</p> <p>66. 工場の生産ラインにおけるマーケティング活動 ~製造グループによる社内マーケティング活動の成果 — 生産ラインの運営にマーケティング的視点を取り込むことによって、工場ラインの稼働率と生産効率を向上し、企業利益を最大化する手法についての実践例。 — 岩井 啓充(有楽製菓株式会社 豊橋工場 工場長) 他</p>
---	--

14:20-14:50

ポスターセッション66 報告 (地下1階 教室前スペース)

ポスターレビューの番号順に、ポスター設置。

*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。

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)



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)

15:30-15:45 解題「マーケティングと知識経営」
阿久津 聡(カンファレンス委員長 / 常任理事 / 一橋大学 経営管理研究科 教授)

15:45-16:15 基調講演①「知的機動力の本質 — 出会いの集合イノベーション —」
野中 郁次郎(一橋大学 名誉教授 / University of California, Berkeley 特別名誉教授)

16:15-16:45 基調講演②「イノベーション0から10へ」
竹内 弘高(Harvard Business School 教授)

16:50-18:00 パネルディスカッション
司会: 阿久津 聡
パネラー: 野中 郁次郎, 竹内 弘高

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1)

*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します。
*マーケティング本 大賞 2018の授賞式も実施します。

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. 楽天リサーチ株式会社 2. スマートルーティン株式会社 3. 株式会社マクロミル 4. 公益社団法人 日本マーケティング協会