



Japan Marketing Academy

# マーケティングカンファレンス 2024 プログラム 「シン・日本型マーケティング」

法政大学 市ヶ谷キャンパス 外濠校舎 2024.10.13.SUN

## 注意事項

- ・ サイト掲載のため、会場の様子など写真や動画撮影を行う予定です。参加された皆様も映り込む可能性がございます。あらかじめご了承ください。

## 写真・撮影についてお願い

- ・ セッションや基調講演における、ビデオ撮影や録音、フラッシュや音のするカメラでの撮影は、ご遠慮ください。
- ・ 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。また、スマートフォン等で撮影する際は、周りに配慮して撮影ください。
- ・ # マーケ学会 2024 X 投稿キャンペーンを行っています。詳細は一番最後のページをご覧ください。

8:40-	受付開始 (3階 S305, 午後より6階 ホワイエに移動)	
8:40-9:00	ブレックファースト (6階 ホワイエ: 薩埵ホール横) *無料コーヒー, サンドイッチ用意。	
9:00-10:20	<b>リサーチプロジェクト・セッション (16セッション) 3-6階</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。	
	<b>スポーツイベントサービス価値研究会 (S303)</b> リーダー: 西尾 建 (山口大学 経済学部 教授) <b>スポーツイベントからマーケティングと幸福の価値を考える</b> 1. ホノルルマラソンから考察するスポーツが与える生きがいと幸福感 湯浅 伸昭 (株式会社 HM-A ホノルルマラソン日本事務局 エグゼクティブプロデューサー)・三日市 勝臣 (株式会社 HM-A ホノルルマラソン日本事務局 マーケティングプランナー) 2. ラグビーワールドカップ観戦者の選好 西尾 建 (同上) 3. 国際スポーツイベントにおけるスポーツホスピタリティとその価値 倉田 知己 (株式会社 ジャパン・スポーツ & ツーリズム・プレミア 代表取締役) 4. パネルディスカッション: 国際的スポーツイベントの価値とは — 観戦型スポーツイベントと参加型スポーツイベント両面からの考察 — コーディネーター: 西尾 建 (同上) パネリスト: 湯浅 伸昭 (同上)・三日市 勝臣 (同上)・倉田 知己 (同上)・中山 哲郎 (一般社団法人 日本スポーツツーリズム推進機構 (JSTA) 事務局長)	<b>医療マーケティング研究会 (S304)</b> リーダー: 的場 匡亮 (昭和大学大学院 保健医療学研究科 准教授) <b>医療 DX 時代の新たなビジネスモデル — プラットフォームビジネスから見た挑戦と機会 —</b> 1. 「コトセラ」の運営から見える医療 DX ビジネスの課題と展望 小守谷 陸太 (エム・シー・ヘルスケア株式会社 事業開発部コトセラ事業ユニット ユニットマネージャー) 2. ディスカッション
	<b>地域活性化マーケティング研究会 (S306)</b> 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) <b>新しい担い手による地域活性化の取組み</b> 1. 地域外企業による内発型地域活性化 — コンサルティングファームの取組み事例 — 宮副 謙司 (同上) 2. 複数農家による法人化その地域活性化の効果 — 静岡県富士市・日本茶茶茶株式会社の事例 — 青木 洋高 (文教大学 国際学部 国際観光学科 専任講師) 3. クリエーター移住による繊維ブランドづくり — 石徹白洋品店の事例 — 内海 里香 (文化ファッション大学院大学 教授) 4. 学生と地域の関係の進化から生まれる新たな地域活性化の担い手 — 宮城県の事例 — 佐々木 秀之 (宮城大学 事業構想学群 准教授) 5. 全体ディスカッション	<b>デザイン思考研究会 (S307)</b> リーダー: 廣田 章光 (近畿大学 経営学部 教授) <b>生活者を理解し問題を発見するデザイン・リサーチ</b> 1. 生活者を理解し問題を発見するデザイン・リサーチ 木浦 幹雄 (アンカーデザイン株式会社 代表取締役 兼 CEO) 2. パネルディスカッション 木浦 幹雄 (同上)・小川 亮 (株式会社ブラグ 代表取締役)・黒岩 健一郎 (青山学院大学大学院 国際マネジメント研究科 教授)・吉橋 昭夫 (Designship Do 全体監修)・廣田 章光 (同上)
	<b>健康経営ブランディング研究会 (S401)</b> リーダー: 阿久津 聡 (一橋大学大学院 経営管理研究科 教授) <b>健康経営ブランディング: まとめと今後の展望</b> 1. 健康経営ブランディング: まとめと今後の展望 阿久津 聡 (同上) 2. 質疑応答&ディスカッション 司会: 阿久津 聡 (同上)	<b>サービス・マネジメント研究会 (S402)</b> リーダー: 向井 光太郎 (関西学院大学ハンズオン・ラーニングセンター 准教授) <b>社会課題型営業とサーキュラリティ — 泉州タオルと次世代“シン”素材の共演 —</b> 1. ROJECT1 取組み紹介: 泉州タオルの底力。独自技術と営業でサーキュラリティ 仙波 一昌 (株式会社成願 代表取締役) 2. PROJECT2 取組み紹介: PIECLEX x P-FACTS 社会を変える技術とアイデア 玉倉 大次 (株式会社ビエクレックス 代表取締役社長) 3. COMMUNICATION: 参加者 x ゲスト 社会に向けて, “本当に”何ができるか 進行・コーディネーター: 向井 光太郎 (同上)

9:00-10:20	<p align="center"><b>オムニチャンネル研究会 (S403)</b></p> <p>リーダー：近藤 公彦 (小樽商科大学大学院 商学研究科 教授)</p> <p><b>リテール DX の核心</b></p> <p>1. 解題 近藤 公彦 (同上)</p> <p>2. リテール DX の実践的アプローチ 柳沢 啓 (株式会社キタムラ 代表取締役社長)</p> <p>3. パネルディスカッション 柳沢 啓 (同上)・逸見 光次郎 (株式会社 CaT ラボ 代表取締役)・近藤 公彦 (同上)・中見 真也 (神奈川大学 経営学部 准教授)</p>	<p align="center"><b>ユーザー・イノベーション研究会 (S404)</b></p> <p>リーダー：西川 英彦 (法政大学 経営学部 教授)</p> <p><b>小売店舗販売員リードユーザーの有効活用</b> — ユナイテッドアローズの先進事例 —</p> <p>1. 小売店舗販売員リードユーザーによるイノベーション 渡邊 裕也 (株式会社ユナイテッドアローズ GLR 本部商品部 部長 / 法政大学イノベーション・マネジメントセンター 客員研究員)</p> <p>2. 小売店舗販売員リードユーザーの有効活用 渡邊 裕也 (同上)・野村 夏来 (株式会社ユナイテッドアローズ GLR 本部商品部)・山崎 麻未 (株式会社ユナイテッドアローズ GLR 本部販売部)</p> <p>3. パネルディスカッション 渡邊 裕也 (同上)・野村 夏来 (同上)・山崎 麻未 (同上)・米満 良平 (株式会社博報堂 DY ホールディングス マーケティング・テクノロジー・センター 上席研究員 / 法政大学大学院 経営学研究科 博士後期課程) 進行：西川 英彦 (同上)</p>
	<p align="center"><b>ソロモン流消費者行動分析研究会 (S406)</b></p> <p>リーダー：松井 剛 (一橋大学 経営管理研究科 教授)</p> <p><b>恋愛結婚から共創結婚へ</b> — ロマンティック・ラブの終焉と結婚イノベーション —</p> <p>1. 恋愛結婚から共創結婚へ — ロマンティック・ラブの終焉と結婚イノベーション — 牛窪 恵 (立教大学大学院 ビジネスデザイン研究科 客員教授)</p> <p>2. 対談：新たな時代の「共創結婚」とは？ 牛窪 恵 (同上)・梅津 順江 (株式会社ハルメク 生きかた上手研究所 所長)</p> <p>3. 全体ディスカッション</p>	<p align="center"><b>アジア・マーケティング研究会 (S407)</b></p> <p>リーダー：菌部 靖史 (東洋大学 社会学部 教授)</p> <p><b>中国ゲーム産業はどのように逆境の中でグローバルで急成長できたか</b> — 中国企業のレジリエンスを読み解く —</p> <p>1. 中国ゲーム産業はどのように逆境の中でグローバルで急成長できたか — 中国企業のレジリエンスを読み解く — 高橋 玲央奈 (株式会社グラティーク 代表取締役)・金 春姫 (成城大学 経済学部 教授)・古川 一郎 (武蔵野大学 経営学部 教授)</p>
	<p align="center"><b>価値共創型マーケティング研究会 (S502)</b></p> <p>リーダー：村松 潤一 (岐阜聖徳学園大学 経済情報学部 教授)</p> <p><b>AI と価値共創</b></p> <p>1. C-D ロジックにみる行動合理性という視点 今村 一真 (茨城大学 学術研究院 人文社会科学野 教授)</p> <p>2. AI エージェントからみた未来 西見 公宏 (株式会社ジェネラティブエージェント 代表取締役 CEO / Founder)</p>	<p align="center"><b>フランチャイズ・システム研究会 (S503)</b></p> <p>リーダー：川端 基夫 (関西学院大学 商学部 教授)</p> <p><b>フランチャイズ加盟者の満足度に関する定量的・定性的分析</b></p> <p>1. 開業動機がフランチャイズ加盟者の満足度に与える影響：潜在クラス分析 小本 恵照 (駒澤大学 経営学部 教授)</p> <p>2. フランチャイズによる起業の経緯と事業満足度</p>
	<p align="center"><b>サービス・マーケティング研究会 (S505)</b></p> <p>リーダー：小野 謙司 (青山学院大学 経営学部 教授)</p> <p><b>顧客のウェルビーイングに企業はどう貢献できるか</b></p> <p>1. 解題：顧客のウェルビーイングに企業はどう貢献できるか 小野 謙司 (同上)</p> <p>2. 顧客幸福度から見るこれからの企業と顧客のつながり方 津田 匡保 (株式会社ファンベカンパニー 代表取締役 / CEO)</p> <p>3. ディスカッション 講演者と企画運営メンバー</p>	<p align="center"><b>マーケティング教育研究会 (S601)</b></p> <p>リーダー：坂田 隆文 (中京大学 総合政策学部 教授)</p> <p><b>マーケティング教育の必要性と可能性</b></p> <p>1. 何故、いま、マーケティング教育なのか 坂田 隆文 (同上)</p> <p>2. マーケティング教育は学生生活に役立つのか 竹村 優杏 (中京大学 総合政策学部 3 年)・宮田 友美 (中京大学 総合政策学部 3 年)</p> <p>3. マーケティング人材の採り方・育て方 須賀 友嗣 (株式会社 U-TEAM 代表取締役)</p>
	<p align="center"><b>エフェクチュエーション研究会 (S602)</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><b>地域事業者の起業行動はエフェクチュアルか？</b></p> <p>1. 地域事業者の起業行動はエフェクチュアルか？ 山口 信夫 (愛媛大学 准教授)</p> <p>2. コメンテーター 吉田 満梨 (神戸大学大学院 准教授)</p> <p>3. フロアディスカッション</p>	<p align="center"><b>AI 研究会 (S603)</b></p> <p>リーダー：依田 祐一 (立命館大学 経営学部 経営学研究科 教授)</p> <p><b>人と生成 AI の協働</b></p> <p>1. デジタルサービス開発における人と AI の協働の実践 依田 祐一 (同上)</p> <p>2. マーケティングにおける人と生成 AI の協働：既存研究の論点の整理 日高 優一郎 (立命館大学 経営学部 経営学研究科 教授)</p> <p>3. QJM の生成 AI 研究 水越 康介 (東京都立大学 経済経営学部 教授)</p>
<p><b>コーヒーブレイク (6 階 ホワイエ：薩埵ホール横) *無料コーヒー用意</b></p>		
10:30-12:00	<p align="center"><b>学会誌『マーケティングジャーナル』 Meet the Editors (5 階 S505)</b></p> <p>*雑誌編集委員と対話できるワークショップ。 *新しくなった投稿規程のポイント解説。 *編集ビジョンに関する説明。 *論文を掲載するための様々な道筋の紹介。 *投稿したい論文に関する個別相談。</p>	

10:30-  
11:00

## ポスターレビュー (99 報告) 3・4 階

\*ポスターセッションの内容を、4 会場で1 報告1 分で説明。

\* U24 ポスターレビューは 24 歳までの会員を対象としたポスターセッションの報告。

### U24 ポスターレビュー 1 (S306)

司会：山本 奈央 (名古屋大学 経済学研究科 准教授)

1. サードウェーブコーヒー文化のグローバル展開と地域適応 — 「MORNING GLASS COFFEE + CAFE」と「ERIC ROSE」を事例に — 丹羽 悠太 (東京理科大学 経営学部 学生)
2. アパレルブランドによる飲食店運営がブランドパーセプションやパーソナリティに与える影響 — 下橋 伶 (東京理科大学 経営学部 学生)
3. 不祥事が消費者とブランドの心理的結びつきに与える影響 — 問題の位置と企業の対応の観点から — 北田 伶 (関西大学 商学部 学生)
4. 観光動機に基づく小規模銭湯のインバウンド需要取り込みに向けたマーケティング施策の検討 — 佐藤 廉士郎 (東京理科大学 経営学部 学生)
5. 自然資源を活用したプロジェクションマッピングにおける観光客の体験価値 — 小林 弘佳 (東京工科大学 メディア学部 学生)
6. テキスト分析を用いた中日観光客の地域イベントに対するイメージ感知の比較研究 — 瀬戸内国際芸術祭を例に — GONG Haoran (新潟大学 自然社会システム工学課程)
7. DAO に基づくオンラインコミュニティの可能性を探る — Local DAO プロジェクト「おさかなだお長崎」を事例に — 本坊 泰真 (玉川大学 工学部 学生)・石川 琢磨 (同上)・石渡 和大 (同上)・豊野 谷 祥 (同上)・中柴 洸大 (同上)・鍋田 大樹 (同上)・橋爪 ひなた (同上)
8. アニメ及び漫画が Z 世代の意思決定に与える影響 — 中野 俊満 (東京工科大学 メディア学部 学生)
9. 推し活が生活者にもたらすポジティブな効果について — 河邊 航太 (福岡大学 商学部 学生)
10. 推し活の消費者は推しが好きなのか、推し活をする自分自身を好きなのか — 大串 美結 (国士館大学 経営学部 学生)・小林 由奈 (同上)・李 恩智 (同上)・高澤 柚月 (同上)・深美 幹太 (同上)・清水 大真 (同上)・川上 太一 (同上)・村林 夕空 (同上)
11. 音楽フェスは楽しい! — イベント参加経験に基づく満足要因の考察 — 開地 理央菜 (国士館大学 経営学部 学生)・中村 由香理 (同上)
12. プロスポーツでの「アイドル化」が与える集団間対立の形成プロセス — プロ野球チーム「オリックス・バファローズ」の事例から — 青木 秀作 (株式会社村田製作所 広報部)
13. 「デジタルデトックス」における関連組織・サービス運営設計検討 — 森 友輝 (東京理科大学 経営学部 学生)
14. 購買態度から見た環境配慮消費者の特徴 — 川崎 李成 (新潟大学大学院 自然科学研究科 修士課程)
15. 福岡を訪れた外国人観光客と福岡市民のマイボトル利用の違いに関する調査と考察 — 神田 七星 (福岡大学 商学部 学生)・吉本 文京 (同上)・岩谷 凜奈 (同上)・若山 明依 (同上)・杉村 桜花 (同上)
16. 授産製品事業の持続可能性に影響を与える要因の考察 — 北村 光暉 (新潟大学大学院 自然科学研究科 博士前期課程)
17. 高齢者の孤立死の発生要因分析と個人を尊重した支援のあり方の考察 — 佐治 あゆみ (東京理科大学 経営学部 学生)
18. リフレクターの普及で夜間の交通事故の削減を目指す — 久下 愛実 (武庫川女子大学 生活環境学部 学生)・若松 あや花 (同上)
19. 小学生に向けたデザイン思考の教育法確立 — マクナーニ 咲来 (一橋大学 商学部 学生)・愛川 優 (同上)・辻川 富太郎 (同上)
20. 若年男性の行動変容を目標とする脂肪肝リスクに関する最適な情報提示方法の研究 — 森本 晴人 (東京理科大学 経営学部 学生)
21. デジタルデバイス導入の障壁低減のための要因分析 — 浅見 昇平 (東京理科大学 経営学部 学生)
22. 健康寿命延伸における生活活動の習慣形成のための受容メカニズム解析 — 恵美 佑亮 (東京理科大学 経営学部 学生)
23. リハビリテーションにおける患者の能動的参加に影響する要因の検討 — 信長 倅輔 (東京理科大学 経営学部 学生)
24. リハビリ現場における業務フローの効率化から見える医療経営の実態 — 吉田 隼人 (東京理科大学 経営学部 学生)

### U24 ポスターレビュー 2 (S307)

司会：瀬良 兼司 (近畿大学 経営学部 講師)

28. 広告に起用されるモデルの顔の特徴がブランドのイメージに与える影響 — 藤原 幸大 (早稲田大学 商学部 学生)・扇谷 一輝 (同上)・坂口 由菜 (同上)・寺島 凜汰朗 (同上)・前田 来莉 (同上)
29. ティザー広告が消費者に与える影響 — 宮原 遥 (中央大学 商学部 久保研究室 学生)・水上 知美 (同上)・大内 優花 (同上)・村上 梨央 (同上)
30. 消費者にとって「ドキドキ」「ワクワク」は魔法の言葉!? — 擬態語・擬容語・擬情語の豊語を用いた広告の効果 — 原 愛美 (名城大学 経営学部 学生)・山岸 愛梨 (同上)・伊藤 羽那 (同上)・沖田 祐依 (同上)・児玉 江里奈 (同上)
31. 化粧品広告を対象とした、ターゲット外消費者の商品魅力に影響を与える訴求について — 関谷 帆華 (明治大学 商学部 学生)・荒畑 徹汰 (同上)・佐藤 美遊 (同上)・永田 ひより (同上)・古城 美絢 (同上)
32. 笑いはブランドを救う!? — 緊張と緩和の笑いをを用いた広告がブランド態度に与える影響に関する研究 — 村田 菜 (名城大学 経営学部 学生)・佐藤 杏奈 (同上)・森 美月 (同上)・渡部 司 (同上)・片野 源也 (同上)
33. 自虐広告に対する広告態度に受け手の属性の違いが与える影響 — 齊藤 柗太 (同志社大学 商学部 学生)・畠田 侑菜 (同上)・大槻 夏翔 (同上)・杉原 慶 (同上)
34. 「かわいい」は正義?かわいい画像が広告態度・購買意向にもたらす影響 — 相羽 凜乃 (法政大学 経営学部 学生)・河野 依吹 (同上)・土田 夏実 (同上)・平林 雄大 (同上)
35. “正直な商品説明”が消費者の行動や態度に与える影響の解明 — 堤 愛莉 (中央大学 商学部 学生)・石川 優太 (同上)・佐見 悠平 (同上)・小栗 菜摘 (同上)
36. ダークパターンに対する倫理的対応の検討 — 酒販店 EC サイトにおける事例分析 — 中澤 なつめ (新潟大学大学院 自然科学研究科 博士前期課程)
37. あなたはどっち派?何が出るか分からないランダムな製品選択と消費者属性の研究 — 松田 竜弥 (法政大学 経営学部 学生)・伊藤 璃音 (同上)・浦久保 智萌 (同上)・石川 恵美 (同上)
38. 思わず買っちゃってない?! — “1 個買ったら1 個もらえる”というキャンペーンが消費行動に与える影響 — 古賀 菜々子 (同志社大学 商学部 学生)・森 純平 (同上)・土江 悟嗣 (同上)・奥原 沙理 (同上)
39. 便益遅延型製品における制御焦点と色彩の訴求効果に関する研究 — Z 世代を対象としたスキンケアの POP 広告に着目して — 浅野 初妃 (近畿大学 経営学部 学生)・金光 浩輝 (同上)・吉田 彩桃 (同上)・吉田 実穂 (同上)
40. 果たして製品のパッケージデザインは単純な方がいいのか — 増山 千尋 (慶應義塾大学 商学部 学生)・五十君 凜子 (同上)・平 壮真 (同上)・館野 陽向 (同上)・豊田 香乃 (同上)・渡辺 奈佳 (同上)
41. 空間の照度と解釈レベルの関係性 — 村田 歩夢 (早稲田大学 商学部 学生)・金澤 亜未 (同上)・坂下 夕海 (同上)・志賀 弘武 (同上)・寺田 真菜 (同上)・初本 紗夏 (同上)
42. ワインにおける味わいへの影響が生じる構造の分析 — 店頭ワインにおける生産者側が消費者側に提案したい味わいを感じ覚的に伝えることを目的とするラベルの色味がもたらす味わいの傾向の発見 — 狩野 聖陽 (東京理科大学 経営学部 学生)
43. 日本酒に対する購買行動プロセスにおいて損失回避性が消費者の意思決定に最も影響を与える段階の検証 — 田邊 和奏奈 (東京理科大学 経営学部 学生)
44. 二種類の消費 — 購入意思決定にはそれぞれ何が作用しているのか — 道免 秋希 (国士館大学 経営学部 学生)・本田 晴陽 (同上)・川村 悠太 (同上)
45. どうしてオリジナルなものが作れると人は満足するのか? — ビュッフェスタイルに着目したセルフカスタマイズ研究の拡張的観察 — 富岡 真弘 (名城大学 経営学部 学生)・柴田 愛沙 (同上)・堀 瑠南 (同上)・世古口 玲麻 (同上)・長嶋 美伽 (同上)・黒木 莉琉 (同上)
46. なぜ“決めつけ製品”は好まれるのか? — 伊藤 菜奈 (中央大学 商学部 学生)・石橋 悠 (同上)・岡本 実莉 (同上)・福海 汐音 (同上)
47. オンライン・ショッピングにおけるスクロール方向とバラエティ・シーキングの関係 — 宮岡 凜太 (早稲田大学 商学部 学生)・稲生 大翼 (同上)・澤崎 治希 (同上)・高嶋 玲佳 (同上)・松居 直輝 (同上)



<p>10:30-11:00</p>	<p>25. 病院薬剤師のジェンダーギャップが職場満足度に与える影響 富田 祐希 (東京理科大学 経営学部 学生)</p> <p>26. イギリス NHS の医療情報化プロジェクト (NPHIT) から分析する日本の地域間情報共有の展望 河野 耀太郎 (東京理科大学 経営学部 学生)</p> <p>27. 会社内の仕組みづくりは従業員のエンゲージメントに影響を与えるのか? 中山 大樹 (近畿大学 産業理工学部 学生)・金子 菜々 (同上)・松田 二南 (同上)</p>	<p>48. 消費者の購買行動と企業のマーケティング戦略に関する研究 笹子 結衣 (一橋大学 商学部 学生)</p> <p>49. ジェンダーと身体の見方から見た新たなファッションの創造 — ジェンダーノンコンフォーミングファッションに関する態度調査 — 王 熙然 (文化ファッション大学院大学 経営管理コース)</p> <p>50. 期間限定商品が消費者に及ぼす心理的影響 伊藤 真白 (国士館大学 経営学部 学生)・上野 基弘 (同上)・開地 理央菜 (同上)</p> <p>51. 消費者の心的イメージ能力がカテゴリー不確実な製品の情報処理に与える影響 小崎 健伸 (愛知大学 経営学部 学生)</p> <p>52. 『えひめこち食べる通信』取材対象者・購読者の実態に関する研究 長門 咲智 (愛媛大学 社会共創学部 学生)・大石 幹太 (同上)・佐野 蒼介 (同上)・篠原 悠希 (同上)・田村 有衣莉 (同上)・堀川 結咲 (同上)・渡邊 亜美 (同上)</p> <p>53. フォロワー数が多い方が広告態度が高いつて本当!? 那須 優樹 (法政大学 経営学部 学生)・小林 美穂 (同上)・杉山 純音 (同上)・立花 麻凧 (同上)</p>
<p>ポスターレビュー 1 (S406)</p>		<p>ポスターレビュー 2 (S407)</p>
<p>司会: 小谷 恵子 (東海大学 観光学部 准教授)</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>1. ブランドの世界観の特徴に関する探索的研究 — 自由記述アンケートからの分析 — 津村 将章 (神奈川大学 経営学部 准教授)</p> <p>2. モビリティのマーケティング戦略 — 中国市場における現状と課題 — 欧陽 匡正 (千葉工業大学 マネジメント工学専攻 課程)・新谷 幸弘 (千葉工業大学 未来変革科学部 教授)・中野 千秋 (日本国際学園大学 経営情報学部 教授)</p> <p>3. シン日本型マーケティングのシン — ミキモトのグローバル・マーケティングを支えた海外企業 — 杉林 弘仁 (関西国際大学 経営学部 教授)</p> <p>4. 70年ぶりの革新「シン・型枠工法」の誕生と成長のプロセス — 技術開発と市場創造のスマイルカーブ — 掛谷 誠 (鹿島建設株式会社 建築管理本部)</p> <p>5. プロフェッショナル・サービス・ファームにおけるブランディング戦略とリーガル・テクノロジーに関する考察 — 法律事務所を中心として — 大西 圭太郎 (立教大学 ビジネスデザイン研究科 博士前期課程)</p> <p>6. 地域イベント来場者の感情表出と満足度の関係性分析 — エモーショナル・マーケティング効果の実証研究 — 小橋 陽向 (岡山理科大学大学院 マネジメント研究科)・大島 蒼目 (同上)・桑田 水城 (同上)・楊 銘 (同上)・小谷 凌也 (同上)</p> <p>7. コロナ禍下の旅行者心理特性から見た子育て母親世代の旅行行動の意思決定 — 大阪子育て女性の特性の計量分析 — 前野 香菜子 (京都大学経営管理大学院 専門職学位課程)・若林 直樹 (京都大学経営管理大学院 教授)</p> <p>8. 新潟県佐渡市に対する移住増加施策の研究 小泉 奈海稀 (東京工科大学 メディア学部 学生)・進藤 美希 (東京工科大学 メディア学部 教授)</p> <p>9. 「関係人口が地域に“なじむ”」をマーケティング視点で解明する — 活動地域のタイプ分類と関係構築に影響を及ぼす要件の分析を通して — 田中 咲 (株式会社小田急エージェンシー)・上田 和明 (同上)・増田 光一郎 (同上)</p> <p>10. ワインの味わいを適切に表現する日本語フォントの探索 大沼 卓也 (近畿大学 産業理工学部 准教授)・堀内 雄司 (近畿大学 産業理工学部 学生)・深見 嘉明 (東京理科大学 経営学部 准教授)</p> <p>11. オムライスの盛り付けに対する消費者評価 — ラフ集合によるアプローチ — 滝口 沙也加 (宮城大学 准教授)・佐久間 泉希 (元昭和女子大学)・清野 誠喜 (昭和女子大学 教授)</p> <p>12. 背景画像による商品価格予測時の脳活動への影響 亀谷 皓生 (公立諏訪東京理科大学大学院 修士課程)・篠原 菊紀 (公立諏訪東京理科大学 情報応用工学科)</p> <p>13. ネットワーク分析による顧客経験品質の測定尺度の検証 — 顧客経験マネジメントへの応用を見据えて — 五島 光 (経営戦略研究所株式会社)</p> <p>14. ホノルルマラソランナーのロイヤルティの研究 西尾 建 (山口大学 経済学部 観光政策学科 教授)・石盛 真徳 (追手門学院大学 教授)・岡本 純也 (一橋大学大学院 経営管理研究科 准教授)・湯浅 伸昭 (株式会社 HM-A ホノルルマラソン日本事務局)・三田市 勝臣 (同上)</p> <p>15. 高齢者の社会的ネットワークと快楽消費の関係性についての考察 下古立 万里乃 (一橋大学大学院 経営管理研究科 修士課程)</p> <p>16. ブランドに対する裏切り感が消費者の認識は、彼らの敵意とボイコット意図にどのように影響し、その影響は消えるのか? — 消費者が企業の非倫理的行動 (CSI) の認識された深刻さとコスモポリタニズムの役割 — ZHONG PING (立命館大学 経営学研究科 博士後期課程)</p>	<p>24. 「推しがいる」と「推しがいた」の違い — 「推し」に関する調査の追加分析 — 渡部 佳織 (NEC ソリューションイノベーション株式会社)・山本 純一 (同上)・菅原 収吾 (同上)・浅沼 爽汰 (AKKODIS コンサルティング株式会社)</p> <p>25. 推しの先にある沼 — ある女子学生との卒論をめぐる対話より — 春木 良且 (昭和女子大学 現代ビジネス研究所 研究員)・吉中 菫 (フェリス学院大学 国際交流学部 学生)</p> <p>26. 推し活における同担拒否心理に関する一考察 天野 茉侖 (東京工科大学大学院 修士課程)・森川 美幸 (東京工科大学 メディア学部 准教授)</p> <p>27. 二次元コンテンツマーケティングに向けた消費行動の分類とキャラクター好意感情分析の試み 大中 一輝 (九州大学 芸術工学府 修士課程)・冬野 美晴 (九州大学 芸術工学研究院 准教授)</p> <p>28. 邦画アニメの原作の有無が興行に及ぼす影響の比較検討 平野 蓮 (東京工科大学 メディア学部 学生)・佐藤 徳紀 (ベネッセ教育総合研究所 研究員)・森川 美幸 (東京工科大学 メディア学部 准教授)</p> <p>29. 倫理的配慮が強い製品に対する購入意図の変動 — 購買主体の違いと製品の価格差に着目した実証分析 — 江原 万織 (玉川大学大学院 マネジメント研究科 修士課程)・菊池 史光 (玉川大学 経営学部 准教授)</p> <p>30. 製品パッケージにおけるサステナビリティ情報と消費者の反応 西 大輔 (拓殖大学 商学部 准教授)・西川 みな美 (文教大学 経営学部 助教)</p> <p>31. サーキュラーエコノミーにおける資源循環促進のための消費者行動変容に関する実証研究 下野 雅樹 (旭化成株式会社 プロジェクト長)</p> <p>32. アップサイクル商品の社会浸透に向けた考察 — 天然素材 100% 海洋性カルシウム「SeaFect」の普及戦略 — 藤川 遼介 (株式会社エピテック 代表取締役)・徳田 浩一 (株式会社 Shelltas 代表取締役)・村野 遥 (相模女子大学 学芸学部 学生)</p> <p>33. サステナブルに長く使える就活ファッションの開発〜就活生と企業のギャップを明確化 — ファッション視点で自由で多様な就職活動へのアップデート — 高橋 千枝子 (武庫川女子大学 経営学部 教授)</p> <p>34. 産学連携推進における連携協定締結の可能性 — 大学の広報効果の観点から — 本下 真次 (岡山理科大学 経営学部 准教授)・林 恒宏 (岡山理科大学 経営学部 准教授)</p> <p>35. 実践的なマーケティング教育を目指した「令和の虎」プログラムの実践報告 三浦 卓己 (東京未来大学 モチベーション行動科学部)</p> <p>36. 他県からの18歳人口流入を促す都市と大学のマーケティング戦略 菅野 英介 (神戸大学大学院 経営学研究科 博士課程)</p> <p>37. 「CMO 主導 vs 現場まかせ」マーケティングが長期的な業績に及ぼす影響の数値シミュレーション — 全社視点のマーケティングは、全社視点の経営判断につながり、長期的な業績に効いてくる! — 安田 航 (旭化成株式会社 デジタル共創本部)・石川 栄一 (旭化成株式会社 デジタル共創本部)</p> <p>38. 新規事業開発に従事する個人のパーソナリティと創造的活動に対するエンゲージメントとの関係 土山 和華子 (株式会社リコー デジタル戦略部)・下郷 雅子 (同上)・大塚 愛子 (株式会社リコー リコービジネスサービス BU)・川口 敦生 (株式会社リコー デジタル戦略部 EX)・徐 文臻 (一橋大学大学院 経営管理研究科 講師)・古江 奈々美 (同上)</p>

<p>10:30-11:00</p>	<p>17. 感性による市場細分化へ向けてのライフスタイル概念の検討 — 「見えないセグメント」を明らかにするために — 高木 多恵 (高崎商科大学 商学研究科 修士課程)</p> <p>18. シリアスレジャーとユーザーイノベーション：消費者行動データに基づく分析 阿部 太一 (福岡大学大学院 商学研究科 博士課程前期)</p> <p>19. シナリオプランニングと UI/UX デザイン手法を用いたビジョンデザイン 長田 純一 (公立はこだて未来大学 情報デザインコース)</p> <p>20. ウェブサイトのリアルタイムパーソナライゼーションの可能性 — 生成 AI 時代におけるウェブサイトの新しい機能とは？ — 積 高之 (関西学院大学大学院 経営戦略研究科 研究員)</p> <p>21. 自然言語処理による技術・マーケット情報の全体像可視化、新製品・サービスアイデア創発への活用 宮崎 俊 (VALUENEX 株式会社 技術市場調査部長)</p> <p>22. メタバースイベントの新地平 — FSMF2024 からみる参加者体験と将来展望 — 馬場 康之 (毎日放送 制作局業務推進部 部長)</p> <p>23. B2B カスタマージャーニーに沿ったマーケティングオートメーションによるデジタルコンテンツマーケティング — 快楽主義・功利主義の視点が顧客エンゲージメントに与える影響 — 西川 郷介 (法政大学大学院 経営学研究科 修士課程)</p>	<p>39. 組織の創造性向上を目的とした個人属性データを活用する組織文化と実現のための仕組みの検討 — リチャールデザインを通じた組織文化のシンボル構築と創造性支援のアプローチ — 本島 侑 (武蔵野美術大学大学院 造形構想研究科 修士課程)</p> <p>40. 従業員の健康課題解決に資するサービスの創出におけるアクター行動 — 専門職アクターのアプローチに着目して — 上西 智子 (東北大学大学院 経済学研究科 博士研究員)</p> <p>41. 中小企業の間人関係「どうしてわかってくれないの？」の改善に向けた試み — カラータイプ理論実践でインターナル・マーケティングの向上 — 安藝 雅美 (芦屋大学 臨床教育学部 児童教育学科 准教授)・山本 邦子 (株式会社マグノリア 取締役)</p> <p>42. BtoB 企業が本気で取り組むマーケティング育成！ — マーケティングスキルアセスメント結果からオープンバッジ教育プログラムとゲーム形式体験型研修の学習効果を考察 — 吉田 健一 (旭化成 デジタル共創本部 グループ長)・池田 千枝 (旭化成 デジタル共創本部 CX データ分析 Gr)・中島 信也 (同上)・桐山 泰明 (旭化成 デジタル共創本部 CX 人材開発部長)・鈴木 岳 (旭化成 デジタル共創本部 センター長)</p> <p>43. メーカーの系列店戦略 - 小売店舗モデル視点からの現状課題と今後についての考察 木子 正崇 (青山学院大学院 国際マネジメント研究科 修了)</p> <p>44. 製造業者による指定価格制度導入の影響 松田 敦樹 (中央大学 商学研究科 博士課程)</p> <p>45. アウトレットモールの経営戦略 — あみプレミアムアウトレットと三井アウトレットモール木更津の事例検証 — 岡野 和史 (千葉工業大学 社会システム科学部 学生)・佐藤 貴章 (千葉工業大学 社会システム科学部 研究生)・新谷 幸弘 (千葉工業大学 社会システム科学部 教授)</p> <p>46. 小売国際化の経験的研究のための分析アプローチ — 二段階 QCA を用いた小売国際化の成功要因の特定 — 横山 斉理 (法政大学 経営学部 教授)・東 伸一 (青山学院大学 経営学部 教授)・Steve Burt (スターリング大学 経営大学院 教授)</p>
--------------------	---	---

<p>11:10-12:00</p>	<p style="text-align: center;"><b>ポスターセッション (99 報告) 6 階：薩埵ホール</b></p> <p>＊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、一般報告を対象にしたベストポスター賞と 24 歳までの会員を対象にした U24 ベストポスター賞を選出。</p> <p><b>ベストポスター賞・U24 ベストポスター賞に投票しよう！</b> 投票サイトはメルマガでご案内します。スマートフォンで投票できます。</p> <p><b>【投票方法】</b>・U24 ポスターセッションと一般報告よりそれぞれ 1 報告を選択し、一言その理由(感想)を入力してください。 ・ご自身の報告への投票はできません。投票している場合は、無効になりますのでご注意ください。</p>	
--------------------	---	--

<p>12:10-13:00</p>	<p style="text-align: center;"><b>ランチ, ランチセッション (3・4 階)</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)。 ＊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> <table border="1" data-bbox="193 1417 1481 1628"> <thead> <tr> <th data-bbox="193 1417 831 1451">ランチセッション 1 (S305)</th> <th data-bbox="836 1417 1481 1451">ランチセッション 2 (S405)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="193 1451 831 1628"> <p>「生活者発想」の可能性と前線 — メタバース生活者研究を中心に — 報告者：竹内 慶 (株式会社 博報堂 生活者発想技術研究所 所長) 瀧崎 絵里香 (株式会社 博報堂 生活者発想技術研究所 上席研究員) 共催：株式会社 博報堂</p> </td> <td data-bbox="836 1451 1481 1628"> <p>データと直感の融合 — ライオン × マインディアが描く生成 AI を活用した顧客理解の未来像 — 報告者：米谷 紘 (ライオン株式会社 ビジネス開発センター マネージャー) 鈴木 大也 (株式会社 マインディア 代表取締役 CEO) 共催：株式会社 マインディア</p> </td> </tr> </tbody> </table>		ランチセッション 1 (S305)	ランチセッション 2 (S405)	<p>「生活者発想」の可能性と前線 — メタバース生活者研究を中心に — 報告者：竹内 慶 (株式会社 博報堂 生活者発想技術研究所 所長) 瀧崎 絵里香 (株式会社 博報堂 生活者発想技術研究所 上席研究員) 共催：株式会社 博報堂</p>	<p>データと直感の融合 — ライオン × マインディアが描く生成 AI を活用した顧客理解の未来像 — 報告者：米谷 紘 (ライオン株式会社 ビジネス開発センター マネージャー) 鈴木 大也 (株式会社 マインディア 代表取締役 CEO) 共催：株式会社 マインディア</p>
ランチセッション 1 (S305)	ランチセッション 2 (S405)					
<p>「生活者発想」の可能性と前線 — メタバース生活者研究を中心に — 報告者：竹内 慶 (株式会社 博報堂 生活者発想技術研究所 所長) 瀧崎 絵里香 (株式会社 博報堂 生活者発想技術研究所 上席研究員) 共催：株式会社 博報堂</p>	<p>データと直感の融合 — ライオン × マインディアが描く生成 AI を活用した顧客理解の未来像 — 報告者：米谷 紘 (ライオン株式会社 ビジネス開発センター マネージャー) 鈴木 大也 (株式会社 マインディア 代表取締役 CEO) 共催：株式会社 マインディア</p>					

**コーヒーブレイク (6 階 ホワイエ：薩埵ホール横) ＊無料コーヒー用意**

<p>13:10-14:30</p>	<p style="text-align: center;"><b>オーラルセッション (3-6 階)</b></p> <p>＊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 (12 分) ・質疑応答 (7 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、ベストオーラルペーパー賞、ベストドクトラルペーパー賞 (博士課程単独報告対象) も予定。</p> <table border="1" data-bbox="193 1787 1481 2152"> <thead> <tr> <th data-bbox="193 1787 831 1821">オーラルセッション 1 (S303)</th> <th data-bbox="836 1787 1481 1821">オーラルセッション 2 (S304)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="193 1821 831 1877"> <p>コメンテーター：菅野 佐織 (駒澤大学 経営学部 教授)</p> </td> <td data-bbox="836 1821 1481 1877"> <p>コメンテーター：黒岩 健一郎 (青山学院大学大学院 国際マネジメント研究科 教授)</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="193 1877 831 2033"> <p>13:10-13:29 「ブランドの世界観」とは何か — その意味・役割に関する考察と今後の研究課題 — 深澤 幸村 (法政大学大学院 博士後期課程)・津村 将章 (神奈川大学 経営学部 准教授)・新倉 貴士 (法政大学 経営学部 教授)</p> </td> <td data-bbox="836 1877 1481 2033"> <p>13:10-13:29 伝統食品におけるサービス・エンカウンター改善 — 韓国のキンパブランドの事例分析 — 金 東柱 (大阪公立大学 特任助教)・若林 直樹 (京都大学経営管理大学院 教授)</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="193 2033 831 2152"> <p>13:30-13:49 組織能力がブランド価値創造に及ぼす影響要因の考察 — 従業員ブランド・エクイティを用いた実証研究 — 田中 友恵 (株式会社 インターブランドジャパン)</p> </td> <td data-bbox="836 2033 1481 2152"> <p>13:30-13:49 サブスクリプション・サービスの価格改定受容に関する探索的研究 太宰 潮 (福岡大学 商学部 教授)</p> </td> </tr> </tbody> </table>		オーラルセッション 1 (S303)	オーラルセッション 2 (S304)	<p>コメンテーター：菅野 佐織 (駒澤大学 経営学部 教授)</p>	<p>コメンテーター：黒岩 健一郎 (青山学院大学大学院 国際マネジメント研究科 教授)</p>	<p>13:10-13:29 「ブランドの世界観」とは何か — その意味・役割に関する考察と今後の研究課題 — 深澤 幸村 (法政大学大学院 博士後期課程)・津村 将章 (神奈川大学 経営学部 准教授)・新倉 貴士 (法政大学 経営学部 教授)</p>	<p>13:10-13:29 伝統食品におけるサービス・エンカウンター改善 — 韓国のキンパブランドの事例分析 — 金 東柱 (大阪公立大学 特任助教)・若林 直樹 (京都大学経営管理大学院 教授)</p>	<p>13:30-13:49 組織能力がブランド価値創造に及ぼす影響要因の考察 — 従業員ブランド・エクイティを用いた実証研究 — 田中 友恵 (株式会社 インターブランドジャパン)</p>	<p>13:30-13:49 サブスクリプション・サービスの価格改定受容に関する探索的研究 太宰 潮 (福岡大学 商学部 教授)</p>
オーラルセッション 1 (S303)	オーラルセッション 2 (S304)									
<p>コメンテーター：菅野 佐織 (駒澤大学 経営学部 教授)</p>	<p>コメンテーター：黒岩 健一郎 (青山学院大学大学院 国際マネジメント研究科 教授)</p>									
<p>13:10-13:29 「ブランドの世界観」とは何か — その意味・役割に関する考察と今後の研究課題 — 深澤 幸村 (法政大学大学院 博士後期課程)・津村 将章 (神奈川大学 経営学部 准教授)・新倉 貴士 (法政大学 経営学部 教授)</p>	<p>13:10-13:29 伝統食品におけるサービス・エンカウンター改善 — 韓国のキンパブランドの事例分析 — 金 東柱 (大阪公立大学 特任助教)・若林 直樹 (京都大学経営管理大学院 教授)</p>									
<p>13:30-13:49 組織能力がブランド価値創造に及ぼす影響要因の考察 — 従業員ブランド・エクイティを用いた実証研究 — 田中 友恵 (株式会社 インターブランドジャパン)</p>	<p>13:30-13:49 サブスクリプション・サービスの価格改定受容に関する探索的研究 太宰 潮 (福岡大学 商学部 教授)</p>									

13:10-14:30	13:50-14:09 地域ブランド資産—価値評価モデルを用いたプレイス・アタッチメントの規定因に関する研究 — 萩市の高校生を対象とした実証研究 — 松浦 拓人 (萩市役所 (山口県) 主任)	13:50-14:09 産業機械メーカーのビジネスモデル変革手段としてのサービス起点マーケティング—老舗機械エンジニアリング企業におけるビジネスモデル変革への挑戦— 宗 陽一郎 (株式会社神戸製鋼所 技術開発本部 部長)	
	14:10-14:29 セルフブランディングとキャリアイメージの関係 — 心理的ウェルビーイングへの影響 — 嶋尾 かの子 (富山大学 研究員)	14:10-14:29 情報システム・サービスにおける顧客が求めるセールスの特徴 島山 健太 (富士通株式会社 シニアマネージャー)	
<b>オーラルセッション 3 (S306)</b>		<b>オーラルセッション 4 (S401)</b>	
コメンテーター：明神 実枝 (福岡大学 商学部 教授)		コメンテーター：小谷 恵子 (東海大学 観光学部 准教授)	
13:10-13:29 文化資本の有無により見分ける心理的安全性と業績の関連 — ブルデュー社会学と PBR, ROE — 森 泰規 (株式会社博報堂コンサルティング コンサルタント)		13:10-13:29 問われるまちづくりの主体 — 相互に踏み出す資源統合アクター — 宮脇 靖典 (岡山理科大学 経営学部 教授)	
13:30-13:49 観光における文化資源の構築と蓄積に関する研究 — 石川県, 「金沢浅の川園遊会館」が支援する芸妓のケース・スタディ・リサーチ — 平岩 英治 (北陸学院大学 社会学部 社会学科 准教授)・葦名 理恵 (北陸学院大学 社会学部 社会学科 助教)		13:30-13:49 大河ドラマ観光がもたらす経験価値形成 — 「光る君へ」をめぐる観光プロモーション事例から — 相島 淑美 (神戸学院大学 経営学部 准教授)	
13:50-14:09 老舗旅館の日本文化と暗黙知伝承の戦略 — カラータイプ理論とエニアグラムによる組織内コミュニケーションのアクションリサーチからの考察 — 山本 誠一 (立命館大学 OIC 総合研究機構 教授)・大島 直彰 (関西テレビ放送 営業局管理部長)・河野 万里子 (株式会社色彩舎 代表取締役)		13:50-14:09 都市の象徴的存在である緑と自然が居住意向に与える影響の比較 — 日本の政令指定都市住民を対象とした観察・実験の両面からの研究 — 加藤 拓巳 (明治大学 商学部 専任講師)・池田 亮介 (日本電気 主任)・小泉 昌紀 (日本電気 シニアプロフェッショナル)・藤原 早優 (クロスマーケティング)・遠藤 裕子 (同上)・亀井 晋 (クロス・マーケティング 執行役員)	
14:10-14:29 日本の伝統産業の価値向上にとって効果的なマーケティング戦略についての考察 石黒 浩也 (城西国際大学大学院 修士課程)・藤居 誠 (城西国際大学大学院 経営情報学研究科)		14:10-14:29 青山剛昌ふるさと館の現状と今後 簡 逸威 (鳥取短期大学 生活学科 情報経営専攻 准教授)・河崎 積 (青山剛昌ふるさと館 館長)	
<b>オーラルセッション 5 (S402)</b>		<b>オーラルセッション 6 (S403)</b>	
コメンテーター：織田 由美子 (名古屋商科大学 商学部 教授)		コメンテーター：上原 渉 (一橋大学 経営管理研究科 教授)	
13:10-13:29 消費者の身体性と知覚に対する評価 — 身体的態度に着目して — 瀬良 兼司 (近畿大学 経営学部 講師)・三好 春陽 (立命館大学大学院 経営学研究科 博士後期課程)・牧野 耀 (金沢星稜大学 経済学部 准教授)		13:10-13:29 AI の活用による場所の感覚の解析 — 燕三条にかかるテキストデータをもとにした感情分析 — 長尾 雅信 (新潟大学 人文社会科学系 准教授)・南雲 航 (アクセントア株式会社 アナリスト)・八木 敏昭 (新潟大学 工学部 産学官連携研究員)	
13:30-13:49 旅行の自伝的記憶が次の旅行意向に与える影響 石田 実 (東洋大学 経営学部 准教授)・片野 浩一 (明星大学 経営学部 教授)		13:30-13:49 ペイジアンネットワークを用いた分類条件別購買傾向の分析 村松 康汰 (千葉工業大学 博士後期課程)・武田 善行 (千葉工業大学 准教授)・加藤 和彦 (千葉工業大学 教授)	
13:50-14:09 消費者の視覚に訴求する動画広告クリエイティブ — メタファーにおける起点領域の可能性 — 竹内 亮介 (明治大学 商学部 専任講師)		13:50-14:09 日本の大企業におけるデータ活用推進の組織的要因分析 矢倉 和雄 (早稲田大学大学院 経営管理研究科卒業)	
14:10-14:29 インスタグラムの写真における商品魅力を高める適度なズームインと観葉植物の緩和効果 千葉 彩美香 (明治大学 商学部 学生)・野村 菜央 (同上)・松本 珠優 (同上)・加藤 拓巳 (明治大学 商学部 専任講師)・佐藤 平国 (同上)		14:10-14:29 ChatGPT と AR 技術を活用して作品キャラクターとの顧客エンゲージメントを高める手法の研究 中野 真弓 (東京工科大学大学院 修士課程)・進藤 美希 (東京工科大学 メディア学部 教授)	
<b>オーラルセッション 7 (S404)</b>		<b>オーラルセッション 8 (S406)</b>	
コメンテーター：横山 斉理 (法政大学 経営学部 教授)		コメンテーター：奥瀬 喜之 (専修大学 商学部 教授)	
13:10-13:29 カスタマーレビューが投稿者自身のホテル体験を変える — SIB 効果で見る新しい顧客経験の創出 — 梁 庭昌 (富山国際大学 現代社会学部 講師)・張 婧 (金沢大学 人間社会研究域 准教授)・増田 俊太郎 (東京大学大学院 博士課程)		13:10-13:29 産業用ロボットメーカーにおける文脈マネジメントに関する研究 — サービスエンジニアに対する調査を通じて — 宇根川 尚史 (カワサキロボットサービス株式会社)	
13:30-13:49 顧客生涯価値を志向する持続購買意向形成モデル — 一般消費財・D2C 顧客調査から — 岩永 洋平 (九州産業大学 商学部 教授)		13:30-13:49 価格の不公平感モデルの拡張と再構築 施 言 (関西大学 商学研究科 商学専攻)	



13:10-14:30	13:50-14:09 オンラインサロンから派生する価値共創 — 個人知の融合を促進するコミュニティとは — 青木 慶 (甲南大学 マネジメント創造学部 准教授)	13:50-14:09 あなた自身が値決めする・ポストプライシングの可能性 — 日本で初めて水族館の入館料で導入した「スマートアクアリウム静岡」の事例 — 岡田 直也 (イオン株式会社 C・C 部)
	14:10-14:29 女性のヘルスリテラシー向上による価値共創戦略 渡邊 友弥 (あすか製薬株式会社 経営企画部)・山下 貴子 (同志社大学大学院 ビジネス研究科)	14:10-14:29 寄付をしない理由の正当化プロセス 水師 裕 (国士館大学 経営学部 准教授)
	<b>オーラルセッション 9 (S407)</b>	
	<b>オーラルセッション 10 (S502)</b>	
	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)	コメンテーター：鈴木 智子 (一橋大学大学院 経営管理研究科 国際企業戦略専攻 教授)
	13:10-13:29 リカレント教育と Society5.0 に求められる人材教育について 大谷 光一 (比治山大学 短期大学部 講師)	13:10-13:29 カラーマーケティングとウエルビーイングの関係性について — 車の色の楽しみ方と色鉛筆の多色展開からの考察 — 河野 万里子 (株式会社色彩舎 代表取締役)
	13:30-13:49 エコシステムにおけるダイナミック・ケイパビリティの役割 — 自転車産業における SRAM のエコシステムリーダーシップの事例 — 久保 知一 (中央大学 商学部 教授)・坂本 義和 (日本大学 商学部 教授)・石川 伊吹 (立命館大学 政策科学部 教授)	13:30-13:49 消費者共通のプラクティスと消費者エンゲージメント — エンゲージメントによる価値共創にむけて — 神田 正樹 (京都先端科学大学 経済経営学部 准教授)
	13:50-14:09 海外から日本に進出するスタートアップ企業の成功要因 — マーケティング・パースペクティブ — 西山 裕子 (NPO 法人生態会 事務局 事務局長)	13:50-14:09 看護師の感情労働におけるコミュニケーションの特徴 — カラータイプ理論によるストレス軽減 — 藤井 順子 (医療法人 敬任会 南河内おか病院 看護師)・谷口 千鶴 (スナックレモネード 代表取締役社長)・佐藤 善信 (京都華頂大学 現代生活学部 教授)
	14:10-14:29 PPP による持続可能なスポーツイベント運営組織への変革 安達 知希 (株式会社電通)	14:10-14:29 あの娘はなぜ YouTuber にハマってるの? — 所属集団内社会階層に着目したパイロットスタディ — 小野 晃典 (慶應義塾大学 商学部 教授)・兪 嘉寧 (慶應義塾大学 商学研究科 前期博士課程)
	<b>オーラルセッション 11 (S503)</b>	
	<b>オーラルセッション 12 (S505)</b>	
	コメンテーター：依田 祐一 (立命館大学 経営学部 教授)	コメンテーター：石田 大典 (同志社大学 商学部 准教授)
	13:10-13:29 製品別アソシエーション分析を用いた季節関連性製品の抽出 河西 裕次郎 (千葉工業大学 社会システム科学研究科 修士課程)・武田 善行 (千葉工業大学 社会システム科学研究科 准教授)・加藤 和彦 (千葉工業大学 社会システム科学研究科 教授)	13:10-13:29 アーティストのアートマーケティングにおける基盤の検討 — アーティストの価値形成への関与の可能性と課題 — 村上 暁子 (京都府 商工労働観光部 染織・工芸課 主査)
	13:30-13:49 広告における AI モデルの私生活設定と商品特性の合致度が商品魅力に与える影響 蛭谷 孟弘 (明治大学 商学部 学生)・加藤 拓巳 (明治大学 商学部 専任講師)	13:30-13:49 マーケット・シェイピング活動と市場エコシステム — クウェートにおける日本ポップカルチャー市場の事例 — Hesham Najem (神戸大学大学院 博士後期課程)・吉田 満梨 (神戸大学大学院 経営学研究科)
	13:50-14:09 新商品の成功に関わる商品名の効果に関する検証 山川 藍鈴 (横浜市立大学 データサイエンス学部 学生)・井出 千愛 (同上)・深沢 菜音 (同上)・上田 雅夫 (横浜市立大学 データサイエンス学部 教授)	13:50-14:09 責任あるイノベーションにおける市場志向の有効性に関する実証研究 — 生成 AI や培養肉は倫理的に正しいか? を問うガバナンスに向けて — 川上 智子 (早稲田大学 経営管理研究科 教授)・林 泰弘 (早稲田大学理工学術院 教授)・根本 直子 (早稲田大学 経営管理研究科 教授)・Shashi Matta (アイヒシュテット・I・カトリック大学 教授)・Maximilian Bauer (E・I・カトリック大学 博士課程)・Anna Reith (同上)・Linda Hamdi-Kidar (トゥールーズ・ビジネススクール 教授)
14:10-14:29 代替肉を購入するのはどのような消費者か? 製品別購入要因の日米比較 橋本 萌那 (東京工業大学環境・社会理工学院 博士課程)・松尾 朗子 (東京大学先端科学技術研究センター 特任助教)・高澤 陽太郎 (明治大学 経営学部 専任講師)・笹原 和俊 (東京工業大学環境・社会理工学院 教授)	14:10-14:29 ハイブリッド型産学連携が切り開くマーケティングの可能性 — science と humanities を連動させる研究活動の事例報告 — 出野 和子 (大阪国際大学 経営経済学部 経営学科 准教授)・橋本 敏克 (橋本食糧工業株式会社 代表取締役)・栃尾 巧 (藤田医科大学 消化器内科)・藤井 匡 (同上)・大野 栄三郎 (同上)・廣岡 芳樹 (同上)・高橋 秀明 (同上)・倉満 健人 (同上)・船坂 好平 (同上)	
<b>ドクターオーラルセッション 1 (S601)</b>		
<b>ドクターオーラルセッション 2 (S602)</b>		
コメンテーター：山本 奈央 (名古屋市立大学 経済学研究科 准教授)	コメンテーター：今村 一真 (茨城大学 人文社会科学部 教授)	
13:10-13:29 ブランドライセンスにおけるブランド・オーセンティシティに関する考察 — 北欧ブランド「フィンレイソン」を事例として — 加藤 薫 (東京都立大学大学院 博士後期課程)	13:10-13:29 ストーリーミングサービスは自我が確立した人に売れるのか自分探し中の人に売れるのか? — 自己概念明確性がリキッド消費とソリッド消費の選択に及ぼす影響 — 北澤 涼平 (慶應義塾大学大学院 商学研究科 後期博士課程)	

	<p>13:30-13:49 日本における顧客ロイヤルティ尺度の考察 — NPS 及び LTR と ID-POS 分析の実証研究 — 浜野 隆行 (東京都立大学 経営学研究科 後期博士課程)</p>	<p>13:30-13:49 サービス・ロボットの失敗と消費者の許し — 企業規模の影響 — 速水 建吾 (早稲田大学大学院 商学研究科 後期博士課程)</p>
	<p>13:50-14:09 3 主体により協創されるブランド価値の研究 — 「山形県産つや姫」と「北海道産ゆめぴりか」を事例に — 勝見 一生 (新潟大学大学院 後期博士課程)</p>	<p>13:50-14:09 情報の非対称性が高いサービスにおける機能的品質の支援的役割 — 医療機関の患者満足度調査データを用いた実証研究 — 川上 和真 (同志社大学大学院 商学研究科 後期博士課程)</p>
	<p>14:10-14:29 B2B ブランド・コミュニティにおいて自己効力感が能動的参加行動に及ぼす影響 長橋 明子 (慶應義塾大学大学院 商学研究科 後期博士課程)</p>	
<b>ドクターオーラルセッション 3 (S603)</b>		
コメンテーター: 松下 光司 (学習院大学 経済学部教授)		
	<p>13:10-13:29 若い世代の持病患者的健康における新技術の使用意図と関連消費行動に関する探究 李 珠伊 (国際広報メディア・観光学院 後期博士課程)</p>	
	<p>13:30-13:49 社内の隠れたユーザー・イノベーションを掘り起こす改善・提案制度 — GTA 分析による継続と発展のマネジメントの考察 — 米満 良平 (法政大学大学院 経営学研究科 後期博士課程)</p>	
	<p>13:50-14:09 京都の歴史的建造物を用いた経営の考察 — 戦略ストーリーから見る価値共創 — 松岡 正 (龍谷大学大学院 政策学研究科 後期博士課程)</p>	
<b>コーヒーブレイク (6 階 ホワイエ: 薩埵ホール横) *無料コーヒー用意</b>		
14:40-17:30	<b>基調講演 (6 階 薩埵ホール)</b>	
	司会: 八塩 圭子 (副会長 / フリーアナウンサー / 東洋学園大学 現代経営学部 教授)	
	14:45-15:00 日本マーケティング学会 会長挨拶 西川 英彦 (会長 / 法政大学 経営学部 教授)	
	15:00-15:30 日本マーケティング本 大賞, マーケティングジャーナルベストペーパーの授与	
	15:30-15:40 解題「シン・日本型マーケティング」 八塩 圭子 (副会長 / フリーアナウンサー / 東洋学園大学 現代経営学部 教授)	
	15:40-16:20 基調講演①「『ゴジラ -1.0』の北米自社配給からアカデミー賞受賞までの道のり — 日本の IP で世界にファンを作る仕掛け —」 中澤 貴昭 (TOHO Global 株式会社 コーポレート本部長)	
	16:20-17:00 基調講演②「日本型マーケティングの課題とポストコロナへの展望」 池尾 恭一 (慶應義塾大学 名誉教授)	
	17:00-17:30 パネルディスカッション パネリスト: 池尾 恭一, 中澤 貴昭, 八塩 圭子	
18:00-20:00	<b>懇親会 (アルカディア市ヶ谷 3 階 富士)</b>	
	*学会員同士の交流を目的とした懇親会。各賞(オーラルセッション, ポスターセッション, ワーキングペーパー)の授賞式も実施。 アルカディア市ヶ谷 〒102-0073 東京都千代田区九段北 4-2-25	
11:10-12:00	<b>企業展示 (6 階 薩埵ホール) *左記時間以外はホワイエで開催</b>	
	アイブリッジ株式会社 シンフォニーマーケティング株式会社	株式会社インテージ 株式会社日経リサーチ
	M-Force 株式会社 株式会社マクロミル	

# マーケ学会 2024 X 投稿キャンペーン

X でカンファレンス 2024 についてご投稿ください! 抽選で学会オリジナルステッカープレゼント!

詳細はこちら!



ご協賛企業

