

## 関東部会 2024 年度部会研究会

### -----4 月部会研究会-----

【日時】 2024 年 4 月 13 日 (土) 13:00~17:00 (17:30~19:30、対面にて懇親会)

【場所】 慶應義塾大学三田キャンパス北館 3F 大会議室

#### ◆◇◆ マーケティング・サイエンス 13:00~14:00 ◆◇◆

※敬称略

【コーディネーター】 寺本 高 (中央大学)、中野 暁 (明治学院大学)

【研究発表】 (報告 20 分、質疑応答 10 分)

報告(1)「顧客エンゲージメント測定の課題」

報告者：佐藤平国 (明治大学)

報告(2)「モバイル買物リストの具体性と購買リードタイムが計画購買の達成に与える影響」

報告者：寺本 高 (中央大学)・中野 暁 (明治学院大学)・赤松直樹 (明治学院大学)・佐藤伸 (CCC マーケティング総合研究所)

#### ◆◇◆ フリーセッション 14:10~15:30 ◆◇◆

※敬称略

【コーディネーター】 菅野佐織 (駒澤大学)、高田英亮 (慶應義塾大学)

【研究発表】 (報告 20 分、コメント 10 分、質疑応答 10 分)

報告(1)「メタバースへの製品展開が消費者行動に及ぼす影響」

報告者：福田怜生 (亜細亜大学)・赤松直樹 (明治学院大学)

コメントータ：杉谷陽子 (上智大学)

報告(2)「流通チャネルの再構成と成果」

報告者：白 謹豪 (慶應義塾大学大学院)

コメントータ：久保知一 (中央大学)

#### ◆◇◆ 消費者行動 15:40~17:00 ◆◇◆

※敬称略

【コーディネーター】 清水 聰 (慶應義塾大学)、坂下玄哲 (慶應義塾大学)

【研究発表】 (報告 20 分、コメント 10 分、質疑応答 10 分)

報告(1)「オンライン空間におけるブランドのダイナミクス—ネットノグラフィーによる予備的な分析結果と考察—」

報告者：六嶋俊太 (一橋大学大学院)

コメントータ：久保田進彦 (青山学院大学)

報告(2)「海外での日本の評価と日本ブランドの購買意向の研究～オーストラリアでの調査から」

報告者：宮本純至（慶應義塾大学大学院）

コメンテータ：朴 正洙（駒澤大学）

-----7月部会研究会-----

【日時】 2024年7月20日（土）13：30～17：10（その後、対面にて懇親会）

【場所】 慶應義塾大学三田キャンパス北館3F大会議室

◆◇◆ フリーセッション 13：30～14：50 ◆◇◆

※敬称略

【コーディネーター】 小野晃典（慶應義塾大学）・西原彰宏（亜細亜大学）

【研究発表】（報告20分、コメント10分、質疑10分）

報告（1）「How Does Standing Far and Close Affect Consumers' Responses to Different Advertising Appeals?」

報告者：王カク（慶應義塾大学大学院）（カクは王へんに玉）

コメンテータ：外川拓（上智大学）

報告（2）「複数の触覚の手がかりが製品の心理的所有感に及ぼす影響」

報告者：権純鎬（神奈川大学）・河股久司（日本大学）

コメンテータ：杉谷陽子（上智大学）

◆第一部 15：00～16：20◆

※敬称略

【テーマ】 マーケティング戦略

【コーディネーター】 井上淳子（成蹊大学）・松下光司（学習院大学）

【研究発表】（報告20分、コメント10分、質疑応答10分）

報告（1）「B2B ブランド・コミュニティにおける能動的参加行動の研究 ～自己効力感とその源泉となる体験が行動に及ぼす影響に着目して～」

報告者：長橋明子（慶應義塾大学大学院）

コメンテータ：宮澤薫（神奈川大学）

報告（2）「芸術支援は消費者購買行動をもたらすのか：空間メディアへのスポンサーシップによるソフトセル戦略」

報告者：藺部靖史（東洋大学）

コメンテータ 芳賀康浩（青山学院大学）

◆第二部 16：30～17：10◆

※敬称略

【テーマ】 マーケティング・コミュニケーション

【コーディネーター】 広瀬盛一（東京富士大学）・松井剛（一橋大学）

【研究発表】（報告 20 分、コメント 10 分、質疑応答 10 分）

報告 (1) 「消費文化の翻訳と概念構築：アクターネットワーク理論に基づく「渋谷系」音楽の形成事例の分析」

報告者：朝岡孝平（高知工科大学）

コメントータ：廣瀬盛一（東京富士大学）

#### -----9 月部会研究会-----

【日時】 2024 年 9 月 21 日（土） 14:00-16:30

チュートリアルセッション

【場所】 拓殖大学・文京キャンパス C 館 5 階 C501 教室

\*2 階がエントランス階になります。

【テーマ】 質的調査の考え方

【講師】 佐藤郁哉（同志社大学）

【コーディネータ】 久保知一（中央大学）、田嶋規雄（拓殖大学）

#### 【セッションの目的】

社会現象を対象とする経験的研究（empirical research）は、アプローチによって量的研究と質的研究に大別されます。

研究者の評価基準が英文査読論文重視になったことを背景として、量的研究に従事する研究者が増えています。

一方で、質的研究でしか実現できない社会現象の因果メカニズムの読み解きや分厚い記述は多くの研究者を魅了します。

日本商業学会でも、学会賞受賞作には質的研究が少なくありません。

しかし、質的研究は量的研究に比して方法論が明確でない、言い換えれば暗黙知の要素が多いためか、『流通研究』をはじめとする査読誌にはなかなか掲載されない傾向があります。多くの研究者は、いくつもの優れた質的研究の成果を知っています。

しかし、どうすれば優れた質的研究を実行できるかは個人の暗黙知に隠されたままにあると思われまます。そこで、今回のチュートリアルセッションは、質的調査の研究方法についての理解を深めるために企画されました。

講師として、長年にわたって定性的研究とその方法論の解説に取り組んできた佐藤郁哉先生をお招きして、「質的調査」についてレクチャーをしていただきます。

佐藤先生は処女作の『暴走族のエスノグラフィー』（新曜社）以降も『現代演劇のフィールドワーク』（東京大学出版会）、『本を生み出す力』（新曜社・共著）など数々の優れた質的研究を世に問い、定量も含めた社会調査一般にも通暁しておられます。

また、技法書としては、『社会調査の考え方[上][下]』（東京大学出版会）、『リサーチ・クエスチョンとは何か？（仮）』（筑摩書房・近刊）、

『面白くて刺激的なリサーチ・クエスチョンの作り方と育て方』（白桃書房・第2版の訳書が近刊）などがあります。

今回は学会員の関心に合わせて、企業戦略や消費者行動にも触れながらお話くださいます。

-----11月部会研究会-----

【日時】2024年11月9日（土）：13時30分から17時45分

【会場】青山学院大学青山キャンパス17号館17510教室

◆◇◆ フリーセッション（13時30分～14時20分） ◆◇◆

※敬称略

【コーディネーター】杉谷陽子（上智大学）

【研究報告】（報告20分、コメント10分、質疑10分）

1. 事務局からのご挨拶、ご連絡（13時30分～13時40分）
2. 「食品のパッケージサイズが摂食抑制者の摂食に及ぼす影響」（13時40分～14時20分）  
報告者：河塚 悠（成蹊大学）  
コメントーター：外川 拓（上智大学）

◆◇◆ テーマセッション（14時30分～17時45分） ◆◇◆

【テーマ】地域産業研究とマーケティング戦略（「流通・商業」「マーケティング理論・歴史」合同セッション）

【コーディネーター】東伸一（青山学院大学）、原頼利（明治大学）、石川和男（専修大学）、戸田裕美子（明治大学）

【研究報告】（報告40分、質疑応答10分）

1. 合同セッションの趣旨について（14時30分～14時35分）
2. 「産業全体の国際展開をもたらす国内業界の戦略深化ー日本酒産業の事例からー」（14時35分～15時25分）  
報告者：岸保行（新潟大学）
3. 「家業承継者の起業家活動」（15時30分～16時20分）  
報告者：山内雄気（同志社大学）  
休憩（16時20分～16時30分）
4. 「地場産業による地域ブランド醸成の軌跡ー神戸スイーツの事例ー」（16時30分～17時20分）  
報告者：西村順二（甲南大学）
5. 質疑応答（17時25分～17時45分）

-----3月部会研究会-----

【日時】2025年3月22日(土) 15:00~17:00

【会場】上智大学 四谷キャンパス 2号館4階401教室

【テーマ】

先達に学ぶ：良いマーケティング研究とは？

【講師】

阿部周造 先生（横浜国立大学名誉教授、早稲田大学消費者行動研究所顧問）

【コーディネーター】

柴田典子（横浜市立大学）、外川拓（上智大学）

【セッションの目的】

「良い研究」を行うために、私たちは何を学び、どのように考える必要があるのでしょうか。分析技法や研究ツールなどについては日々新たな潮流が生まれていますが、一方で、時代が移ろいでも変わらない重要な視座や考え方もあるように思われます。

本セッションでは、横浜国立大学名誉教授の阿部周造先生をお迎えし、上記の課題に対するお考えを教授いただきます。

阿部先生は長年にわたり、マーケティング、特に消費者行動領域の最前線でご活躍され、現在も研究成果を精力的に発表されています。

ご参加の皆様にとって、マーケティング研究者が変わらずに持ち続けるべき思考や今後求められる事柄を考える機会となれば幸いです。

ご講演のあとは、質疑応答の時間も設けておりますので、活発なセッションとなることを期待しています。

**関東部会 2023年度部会研究会**

-----4月部会研究会-----

【日時】2023年4月15日(土) 13:00~16:50

【会場】Zoomによるオンライン開催

【報告者および報告論題】

◆◇◆ フリーセッション（13:00~14:20） ◆◇◆ ※敬称略

コーディネーター：菅野佐織（駒澤大学）、高田英亮（慶應義塾大学）

研究発表（報告20分、コメント10分、質疑10分）

報告(1):「マーケティングにおける心理的所有感に関する研究のレビューと今後の課題?近

年の研究のレビューを中心に」

報告者：菅野佐織（駒澤大学）

コメントーター：山本品（慶應義塾大学）

報告 (2)：「CSR が消費者ベースのブランド・エクイティに与える影響—企業ブランドが扱う財の違いに注目したパネルデータ分析—」

報告者：福地駿乃介（慶應義塾大学大学院）

コメントーター：久保田進彦（青山学院大学）

◆◇◆ テーマセッション（14：30～16：50） ◆◇◆ ※敬称略

「消費者行動」、「マーケティング・サイエンス」合同セッション

■第一部 14：30～15：40

テーマ：消費者行動

コーディネーター：坂下玄哲（慶應義塾大学）、外川拓（上智大学）

研究発表（報告 20 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告 (1)：「デバイスの種類によって生じる EC サイト上での購買行動の違い」

報告者：斎藤梨菜（早稲田大学大学院）、恩藏直人（早稲田大学）

コメントーター：坂下玄哲（慶應義塾大学）

研究発表（報告 20 分、質疑 10 分）

報告 (2)：「家庭用ロボットとの関係構築と消費者の受容」

報告者：織田由美子（名古屋商科大学）

■第二部 15：50～16：50

テーマ：マーケティング・サイエンス

コーディネーター：寺本高（中央大学）、山本品（慶應義塾大学）

研究発表（報告 20 分、質疑 10 分）

報告 (1)：「時系列を中心とした消費者のチャネル使い分け変化の研究」

報告者：宮本純至（慶應義塾大学大学院）

報告 (2)：「小売プロモーションが概略的および具体的計画購買に与える影響」

報告者：寺本高（中央大学）、佐藤伸（CCCMK ホールディングス）

-----7 月部会研究会-----

【日時】 2023 年 7 月 29 日（土）13：00～17：00（その後、対面にて懇親会）

【場所】 慶應義塾大学三田キャンパス北館 3F 大会議室 + Zoom Meeting Room

【報告者および報告論題】

◆◇◆フリーセッション（13：00～14：20）◆◇◆

※敬称略

【コーディネーター】小野晃典（慶應義塾大学）・田頭拓己（一橋大学）

【研究発表】（報告20分、コメント10分、質疑10分）

報告（1）「共創参加者に関する情報提示が消費者の製品選択に与える影響」

報告者：西大輔（拓殖大学）

コメントータ：西川英彦（法政大学）

報告（2）「How Does Social Crowding Affect Metaverse Shopping Travelers' Responses to Different Logo Design?」

報告者：王珏（慶應義塾大学大学院）

コメントータ：杉谷陽子（上智大学）

◆第一部（14：30～15：40）◆

※敬称略

【テーマ】マーケティング戦略

【コーディネーター】井上淳子（成蹊大学）・三浦俊彦（中央大学）

【研究発表】（報告25分、コメント5分、質疑応答5分）

報告（1）「ポップカルチャーの消費者行動分析とマーケティング・マネジメントへの戦略的示唆」

報告者：田嶋規雄（拓殖大学）

コメントータ：松井剛（一橋大学）

報告（2）「超優良顧客の管理指標の提案～マーケティングにおける Value at Risk への応用」

報告者：上田雅夫（横浜市立大学）

コメントータ：未定

◆第二部（15：50～17：00）◆

※敬称略

【テーマ】マーケティング・コミュニケーション（日本広告学会関東部会と共催）

【コーディネーター】広瀬盛一（東京富士大学）・松井剛（一橋大学）

【研究発表】（報告25分、質疑応答10分）

報告（1）「Twitter上の消費者間コミュニケーションがもたらす購買行動への影響の検討ー映画産業を対象としてー」

報告者：松井彩子（武蔵野大学）

報告（2）「Does the juxtaposition of the couple's image influence perceived gender equality in advertising?」

報告者：朴宰佑（中央大学）・外川拓（上智大学）・石井裕明（青山学院大学）

## -----9月部会研究会-----

【日時】2023年9月16日(土) 15:00-17:30 (その後、18:00-20:00頃 懇親会予定)

チュートリアルセッション

【場所】拓殖大学・文京キャンパス C館2階 C201教室

【テーマ】リサーチ・クエスチョンの作り方と育て方

【講師】佐藤郁哉(同志社大学)

【コーディネータ】久保知一(中央大学)、田嶋規雄(拓殖大学)

### 【セッションの目的】

研究とは、問い(リサーチクエスチョン)を立てて、その問いに回答することをもって、新たな知を生み出す営為です。

問いへの回答(理論や仮説)、回答の証明手法(分析手法やデータ)の点で研究のオリジナリティを追求する研究もありますが、そもそも設定した問いが魅力的でなければインパクトのある研究にはつながらないのではないのでしょうか。

実際に、優れた社会科学の研究は、いずれも魅力的で強力なリサーチクエスチョンを設定しています。

例えば、Christensen(1997)の『イノベーションのジレンマ』は「偉大な企業は顧客に耳を傾けて最新技術に投資してきたのに、

なぜ新興企業の台頭を許してしまうのか?」という問いを立てて、破壊的技術というアイデアを導入してこの問いを解決した研究です。

破壊的技術というアイデアの魅力は、リサーチクエスチョンの魅力に起因するものと思われます。

リサーチクエスチョンの魅力は、大部の著作だけではなく、国内外の論文の査読でも大変に重視されています。

査読プロセスでレフェリーからリサーチクエスチョンの意義や魅力を強調するように指示されて悩んだ経験がある研究者は多いはずですが、

しかし、査読プロセスは、リサーチギャップの架橋を求めるあまり、ギャップ・スポッティングと呼ばれる、既存研究のレビューに基づいて

リサーチ・ギャップを埋めることがあたかもリサーチ・クエスチョンの設定であるかのような錯覚を研究者にもたらしてもいます。

また近年では、科研費の申請書でも「本研究の学術的背景、研究課題の核心をなす学術的「問い」」を記載する必要がある、

全ての研究者がリサーチクエスチョンに向き合わねばならなくなっています。

魅力あるリサーチクエスチョンの設定は、研究スタイルが定量でも定性でも等しく重要



です。

しかし、理論や実証技法がいわば形式知化されていて学びやすいものである反面で、筋の良いリサーチクエスションの作り方は暗黙知的な要素が強く、学びにくいものでした。

今回の講師である佐藤郁哉先生は、かねてよりリサーチクエスションの重要性を研究方法論に関する多くの著作において強調してこられました。

そしてこうした問題意識の下、この7月にアルヴェッソン&サンドバーグ著

『面白くて刺激的な論文のためのリサーチクエスションの作り方と育て方：論文刊行ゲームを超えて』の訳本を出版なさいました。

本セッションでは、佐藤先生のこれまでのご研究を踏まえて、アルヴェッソン&サンドバーグの訳書のエッセンスもご紹介していただきながら、筋の良いリサーチクエスションをいかに練り上げるかについてご講演頂きます。

#### -----11 月部会研究会-----

【日時】2023年11月11日(土) 12:40~17:45

【会場】青山学院大学青山キャンパス9号館922教室

#### ◆◇◆ フリーセッション (12:40~14:10) ◆◇◆

※敬称略

【コーディネーター】杉谷陽子(上智大学)、須永努(早稲田大学)

【研究報告】(報告20分、コメント10分、質疑10分)

12:40~12:45 事務局からのご挨拶、ご連絡

報告(1) 12:45~13:25

「企業内リードユーザーの新製品アイデアに影響を与える要因」

報告者：渡邊裕也(法政大学大学院)

コメンテーター：東伸一(青山学院大学)

報告(2) 13:30~14:10

「オンライン食品小売における顧客需要の集中—実店舗とオンラインのショッピング・バスケットの比較を通じて—」

報告者：中野暁(明治学院大学)

コメンテーター：守口剛(早稲田大学)

#### ◆◇◆ テーマセッション (14:20~17:45) ◆◇◆

【テーマ】日本のマーケティング史(「流通・商業」「マーケティング理論・歴史」合同セッション)

【コーディネーター】東伸一(青山学院大学)、原頼利(明治大学)、石川和男(専修大学)、戸田裕美子(明治大学)

【研究報告】（報告 50 分、質疑応答 10 分）

14:20～14:25 合同セッションの趣旨について

報告(1) 14:25～15:25

「日本企業のマーケティングに関する歴史的研究ーマーケティング実践史研究の類型の試みー」

報告者：野村比加留（東京農業大学）

報告(2) 15:30～16:30

「日本における消費者対応部門の成立と展開ーACAP（消費者関連専門家会議）との関係を中心に」

報告者：満菌勇（北海道大学）

<休憩（16:30～16:45）>

報告(3) 16:45～17:45

「1930 年代東京電気の販売会社の実態について（付）『マーケティング史研究』のご紹介」

報告者：大内秀二郎（近畿大学）

### -----3 月部会研究会-----

【日時】2024 年 3 月 23 日（土）16：30～18：00

【場所】上智大学 四谷キャンパス 2 号館 4 階 401 教室

【テーマ】研究業績のつくり方 ～キャリア・ステージに応じた戦略・戦術を考える～

【講師】川上智子（早稲田大学）、松井剛（一橋大学）、高田英亮（慶應義塾大学）

【コーディネータ】柴田典子（横浜市立大学）、外川拓（上智大学）

【セッションの目的】

「優れた研究業績」とは何でしょうか。人文社会科学系では長年、単著の書籍が重視されてきましたが、近年は海外の査読付きジャーナルを重視する大学も増えています。同時に、中長期的なキャリア・ゴールとしては、どの研究コミュニティに属し、誰をオーディエンスとして研究を発信したいかを考え、刊行先の特性を理解した戦略・戦術でアプローチする必要があります。一方で学会も、著者および査読者としての互恵的な貢献に支えられています。本セッションは、学会誌『流通研究』の現編集長である川上智子先生（早稲田大学）、副編集長である松井剛先生（一橋大学）と高田英亮先生（慶應義塾大学）が登壇し、海外のジャーナル論文や書籍、国内学会誌の業績としての意義や刊行方法について皆様と共有します。川上先生は、海外ジャーナルの査読委員を 10 年以上務めた経験に基づき、英語で論文を刊行する目的と限界について、キャリア・ゴールとの関係で解説します。松井先生は、ハーバード大学他で得られた知見から、海外における書籍出版の意義と具体的なプロセスについて説明します。高田先生は、複数の海外ジャーナル刊行経験を基に、海外と国内の査読水準の違いや研究者を育成するコミュニティとしての学会誌のあり方についてお話しします。ご講演のあとには質疑応答の時間も設けておりますので、ご参加の皆様か

らも、さまざまな問いかけやご提案などが行われ、活発なセッションとなることを期待しています。

## 関東部会 2022 年度部会研究会

### -----4 月部会研究会-----

【日時】 2022 年 4 月 23 日 (土) 13:00~17:00

【開催方法】 オンライン開催 (駒澤大学)

#### 【報告者および報告論題】

フリーセッション

コーディネーター：高田英亮 (慶應義塾大学)、菅野佐織 (駒澤大学)

研究発表：(報告 20 分 コメント 5 分 質疑 10 分)

報告 (1) 「デジタル時代の市場志向に向けて」

報告者：今井紀夫 (一橋大学大学院)

コメンテーター：水越康介 (東京都立大学)

報告 (2) 「Human Asset Specificity, Physical Asset Specificity, and Direct Distribution」

報告者：高田英亮 (慶應義塾大学)、マーク・パリー (ミズーリ大学カンザスシティ校)

コメンテーター：金雲鎬 (日本大学)

#### ■第一部

テーマ：消費者行動

コーディネーター：坂下玄哲 (慶應義塾大学)、西原彰宏 (亜細亜大学)

研究発表：(報告 30 分、コメント 5 分、質疑応答 10 分)

報告 (1) 「所有と獲得のジレンマ：物質主義傾向が高い消費者のシェアリングエコノミーへの参加に際して」

報告者：野村拓也 (星槎道都大学)

コメンテーター：李旻泰 (東洋大学)

報告 (2) 「製品の擬人化が心理的所有感に及ぼす影響」

報告者：須田孝徳 (早稲田大学商学学術院)

コメンテーター：久保田進彦 (青山学院大学)

#### ■第二部

テーマ：マーケティング・サイエンス

コーディネーター：山本晶 (慶應義塾大学)、寺本高 (横浜国立大学)

研究発表：(報告 20 分、質疑応答 10 分)

報告 (1) 「An Analysis of Activating Communication on Website Between Users by the Propensity Score Considering the Heterogeneity of the Questioner」

報告者：佐々木舞香 (流通経済研究所／筑波大学大学院), 石橋敬介 (流通経済研究所), 尾崎幸謙 (筑波大学)

報告 (2) 「The Profit Impact of Marketing Analytics and Its Contingency Factors」

報告者：Bjoern Frank (早稲田大学)

-----6 月部会研究会-----

【日時】 2022 年 7 月 23 日 (土)

【場所】 慶應義塾大学三田キャンパス北館 3F 大会議室

※Zoom Meeting を用いたハイフレックス方式。

【報告者および報告論題】

◆◇◆ フリーセッション 13:00~14:20 ◆◇◆

※敬称略

【コーディネーター】 小野晃典 (慶應義塾大学)・田頭拓己 (一橋大学)

【研究発表】 (報告 20 分 コメント 10 分 質疑 10 分)

報告 (1) "How Does Standing High and Low Affect Consumers' Responses to Different Advertising Appeals?" (仮)

報告者：王カク (慶應義塾大学大学院) (カクは王へんに玉)

コメントータ：石井裕明 (青山学院大学)

報告 (2) "Product Variety and Design in the Age of Peer-to-Peer Sharing" (仮)

報告者：善如悠介 (神戸大学)

コメントータ：山本晶 (慶應義塾大学)

◆第一部 14:30~15:40◆

【テーマ】 マーケティング戦略

【コーディネーター】 井上淳子 (成蹊大学)、三浦俊彦 (中央大学)

【研究発表】 (報告 25 分、コメント 5 分、質疑応答 5 分)

報告 (1) 「超優良顧客に注目したリスク管理手法の提案～極値統計学のマーケティングへの活用」

報告者：上田雅夫 (横浜市立大学)

コメンテータ：熊倉広志（中央大学）

報告（2） 「処理流暢性が店舗内消費者行動に及ぼす影響」

報告者：井上真里（中央大学）・李炘泰（中央大学）・李振（関西大学）

コメンテータ：須永努（早稲田大学）

◆第二部 15：50～17：00◆

【テーマ】 マーケティング・コミュニケーション

【コーディネーター】 広瀬盛一（東京富士大学）、松井剛（一橋大学）

【研究発表】（報告 25 分、質疑応答 10 分）

報告（1） 「ネイティブ広告研究の方向性：媒体比較のための理論的枠組みの探究」

報告者：田部溪哉（城西大学）

報告（2） 「ソーシャルメディアにおける炎上と消費者行動に関する研究」

報告者：田頭拓己（一橋大学）

-----9 月部会研究会-----

【日時】 2022 年 9 月 17 日（土） 13:00-16:00

【開催方法】 Zoom によるオンライン開催

【報告者および報告論題】

【テーマ】 質的比較分析（QCA: Qualitative Comparative Analysis）

：流通・商業、マーケティング研究における QCA の可能性の検討と  
アプリケーション fsQCA のハンズオン・セッション」

【コーディネータ】 小野譲司（青山学院大学）、山下裕子（一橋大学）

【講師】 金雲鎬（日本大学）、東伸一（青山学院大学）、横山斉理（法政大学/University of Stirling）

【セッションの目的】

質的比較分析(QCA: Qualitative Comparative Analysis)は、集合論とブール代数、ミルのカノンの発展形に依拠する方法論で、政治学の分野にそのルーツを持ちます。「複合因果」「等結果性」「因果非対称性」「必要条件と十分条件の峻別」といった特徴を備えたこの方法論は、マーケティング・ミックスや小売ミックス、(小売) ビジネスモデルといった複数・多数の要素で構成され、かつ要素間の相互作用と複雑な組み合わせ効果を考慮する必要のある研究対象を分析するにあたって有効な方法と考えられています。

また、従来の統計的因果推論の方法が苦手とする研究対象に適用することのできる代替的・補完的なアプローチとしても一部で期待されています。QCA は当初は Small-to-medium N の方法として登場しましたが、

現在では研究の目的によって Large N による応用も目立っています。

本セッションでは、他の研究方法との関係も踏まえて QCA の特徴とその方法論的背景を

共有した上で、流通・マーケティング領域におけるこの方法の可能性を展望するとともに、代表的な QCA のアプローチの標準的な手続きにしたがってサンプルデータの簡易的な分析と結果の解釈を行うハンズオンセミナーを行いたいと思います。

13:00-13:40

- ・ QCA の背景と基本的な考え方（存在論・認識論含む QCA の世界観、多変量解析との相違など）
- ・ 流通・マーケティング分野の研究対象と QCA の親和性
- ・ QCA のバリエーション

13:40-14:20

- ・ QCA の標準的な手続き
- ・ Azuma, Yokoyama, Kim (2022) の International Journal of Retail & Distribution Management 掲載論文を例にとりて少し発展的に fsQCA を用いた研究の紹介

14:20-14:35 休憩

14:35-16:00

- ・ ハンズオン：アプリケーション fsQCA を使った基本操作と QCA の結果の解釈

#### -----11 月部会研究会-----

【日時】 2022 年 11 月 12 日（土） 12:40～17:45

【会場】 青山学院大学青山キャンパス 9 号館 922 教室

#### 【報告者および報告論題】

フリーセッション（12:40～14:00）

※敬称略

【コーディネーター】 安藤和代（千葉商科大学）、杉谷陽子（上智大学）

【研究報告】（報告 20 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

1. 事務局からのご挨拶、ご連絡（12:30～12:40）

2. 「VR を利用した近年のマーケティング研究の実態と課題」（12:40～13:20）

報告者：福田怜生（亜細亜大学）

コメンテーター：外川拓（上智大学）

3. 「消費者市場におけるペット刺激の効果：存在脅威管理論による検討」（13:20～14:00）

報告者：速水建吾・芳賀悠基（早稲田大学大学院）

コメンテーター：杉谷陽子（上智大学）

テーマセッション (14:00~17:45)

【テーマ】流通・マーケティングにおける歴史研究の意義 (「流通・商業」「マーケティング理論・歴史」合同セッション)

【コーディネーター】東伸一 (青山学院大学)、金雲鎬 (日本大学)、石川和男 (専修大学)、戸田裕美子 (明治大学)

【研究報告】 (報告 40 分)

1. 合同セッションの趣旨について (14:00~14:05)

2. 「マーケティングにおいて歴史研究はなぜ重要か」 (14:05~14:45)

報告者: 薄井和夫 (埼玉学園大学、埼玉大学名誉教授)

3. 「歴史科学の方法と理論科学、そして実践—批判的合理主義の観点から—」 (14:45~15:25)

報告者: 堀越比呂志 (慶應義塾大学名誉教授)

4. 「日本の流通政策の歴史的役割とその限界」 (15:30~16:10)

報告者: 三村優美子 (青山学院大学名誉教授)

5. 「日本の卸売企業進化の経営史的検討の試み—『流通革命』論とチャンドラー所説の再検証—」 (16:10~16:50)

報告者: 佐々木聡 (明治大学)

6. 討論と質疑応答 (16:55~17:45)

—————

【参考資料】

薄井和夫 (2022) 「解題 誌上フォーラム『マーケティングにおいて歴史研究はなぜ重要か』  
『マーケティング史研究』第 1 巻第 1 号, pp. 2-7.

( [https://www.jstage.jst.go.jp/article/jmhr/1/1/1\\_2/\\_article/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/jmhr/1/1/1_2/_article/-char/ja) )

堀越比呂志 (2022) 「歴史科学の方法と理論科学、そして実践—批判的合理主義の観点から—」  
『マーケティング史研究』第 1 巻第 2 号, pp. 189-203.

( [https://www.jstage.jst.go.jp/article/jmhr/1/2/1\\_189/\\_article/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/jmhr/1/2/1_189/_article/-char/ja) )

東伸一・三村優美子・懸田豊・金雲鎬・横山斉理 (編著) (2002) 『流通と商業データブック - 理論と現象から考える』、有斐閣 【第 13 章】

( <http://www.yuhikaku.co.jp/books/detail/9784641165991> )

佐々木聡 (2022) 「日本の卸売企業進化の経営史的検討の試み—『流通革命』論とチャンドラー所説の再検証—」『マーケティング史研究』第1巻第1号, pp. 105-117.  
( [https://www.jstage.jst.go.jp/article/jmhr/1/1/1\\_105/\\_article/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/jmhr/1/1/1_105/_article/-char/ja) )

佐々木聡 (2019) 『中部有力卸売企業・伊藤伊の展開—多段階取引から小売直販への移行と全国卸あらたへの道』、ミネルヴァ書房  
( <https://www.minervashobo.co.jp/book/b379592.html> )

-----3月部会研究会-----

【日時】 2023年3月11日(土) 13:00-15:30

【会場】 専修大学神田キャンパス 10号館 8階 10081教室

【報告者および報告論題】

チュートリアルセッション (13:00-15:30)

【テーマ】 マーケティング・流通と統計的因果推論

【コーディネーター】 奥瀬喜之 (専修大学)、横山斉理 (法政大学)

【研究発表】

1. コーディネーターからのご挨拶、ご連絡

13:00-13:10

2. 講演「マーケティング・流通研究での統計的因果効果推定の応用と事例の紹介」

13:10-15:10

報告者：星野崇宏 (慶應義塾大学)

3. 質疑応答

15:10-15:30

関東部会 2021年度部会研究会

-----4月部会研究会-----

【日時】 2021年4月24日(土) 13:00~16:40

【開催方法】 Zoomによるオンライン開催

【報告者および報告論題】

フリーセッション 13:00~14:20

※敬称略

コーディネーター：菅野佐織 (駒澤大学)、斎藤嘉一 (明治学院大学)

研究発表 (報告 20分 コメント 10分 質疑 10分)



報告 (1) : 「ニューノーマル時代における日本の小売イノベーション研究に関する理論的考察と今後の課題」

報告者 : 中見真也 (神奈川大学)

コメンテーター : 近藤公彦 (小樽商科大学)

報告 (2) : 「サイコグラフィックとサブスクリプション—制御焦点理論に焦点を当てて—」

報告者 : 太宰潮 (福岡大学)

コメンテーター : 外川拓 (上智大学)

テーマセッション 14 : 30 ~ 16 : 40

「消費者行動」、「マーケティング・サイエンス」合同セッション

※敬称略

■第一部 14 : 30 ~ 15 : 30

テーマ : 消費者行動

コーディネーター : 坂下玄哲 (慶應義塾大学)、杉谷陽子 (上智大学)

研究発表 (報告 20 分 質疑 10 分)

報告 (1) : 「経済悪化情報が高カロリー食品への潜在的/顕在的な選好/回避に及ぼす効果」

報告者 : 井上裕珠 (日本大学)

報告 (2) : 「クチコミが組織の購買意思決定に及ぼす影響 : 展望と今後の課題」

報告者 : 菊盛真衣 (立命館大学・慶應義塾大学)、石井隆太 (立命館大学)

■第二部 15 : 40 ~ 16 : 40

テーマ : マーケティング・サイエンス

コーディネーター : 清水聡 (慶應義塾大学)、山本晶 (慶應義塾大学)

研究発表 (報告 20 分 質疑 10 分)

報告 (1) : 「スマートフォン起動ログ分析による消費者ウェルビーイングの検討-COVID-19 のアウトブレイクにおける創発的消費者の行動-」

報告者 : 西本章宏 (関西学院大学)、勝又壮太郎 (大阪大学)、本橋永至 (横浜国立大学)

報告 (2) : 「プロ野球ファンのツイートから「熱狂のメカニズム」を探る」

報告者 : 水野誠 (明治大学)、佐野幸恵 (筑波大学)、笹原和俊 (東京工業大学)

-----7 月部会研究会-----

【日時】 2021 年 7 月 10 日 (土) 13 : 00 ~ 16 : 30

【開催方法】 Zoom によるオンライン開催

【報告者および報告論題】

フリーセッション 13:00~14:20

※敬称略

コーディネーター：小野晃典（慶應義塾大学）、久保知一（中央大学）

研究発表（報告 20分 コメント 10分 質疑 10分）

報告（1）：「カスタマイゼーションの失敗が消費者の製品選好に及ぼす影響」

報告者：岩間雄亮（慶應義塾大学大学院）、北澤涼平（慶應義塾大学大学院）、小野晃典（慶應義塾大学）

コメントーター：竹内亮介（東洋大学）

報告（2）：「チェーン小売企業における需要不確実性と出店地域の選択」

報告者：西川みな美（帝京大学）

コメントーター：久保知一（中央大学）

テーマセッション 14:30~16:40

「マーケティング戦略」、「マーケティング・コミュニケーション」合同セッション

※敬称略

■第一部 14:30~15:40

テーマ：マーケティング戦略

コーディネーター：三浦俊彦（中央大学）、井上淳子（成蹊大学）

研究発表（報告 20分 コメント 10分 質疑 20分）

※報告1と報告2の後に2つの報告に対するコメントおよび質疑を行います。

報告（1）：「ブランド・インキュベーション戦略：概要とフレームワーク」

報告者：鈴木和宏（小樽商科大学）、西原彰宏（亜細亜大学）、圓丸哲麻（大阪市立大学）

コメントーター：三浦俊彦（中央大学）

報告（2）：「ブランド・インキュベーション戦略：スタートアップブランド「X-mobile」の事例」

報告者：新倉貴士（法政大学）

コメントーター：三浦俊彦（中央大学）

■第二部 15:50~16:30

テーマ：マーケティング・コミュニケーション

コーディネーター：久保田進彦（青山学院大学）、広瀬盛一（東京富士大学）

研究発表（報告 20分 コメント 10分 質疑 10分）

報告（1）：「動画広告における言語情報の提示が消費者反応に与える影響」

報告者：劉玉婷（リュウ ギョクテイ）（早稲田大学大学院）

コメントーター：渋瀬雅彦（横浜商科大学）

-----11 月部会研究会-----

【日時】 2021 年 11 月 6 日（土） 13：00～17：00

【開催方法】 Zoom によるオンライン開催

【報告者および報告論題】

フリーセッション：13:00～14:30

※敬称略

コーディネーター：安藤和代（千葉商科大学）、柴田典子（横浜市立大学）

研究発表（報告 20 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

13:00～13:40

報告(1)「オムニチャネルにおける消費者買物価値：中国の事例」

報告者：王 慧娟(法政大学大学院)

コメントーター 西原彰宏（亜細亜大学）

13:40～14:20

報告(2)「オンライン環境における製品の提示形式が重さ知覚に及ぼす影響」

報告者：權純鎬（早稲田大学）、須田孝徳（早稲田大学）、野村拓也（学習院大学大学院）

コメントーター 朴宰佑（中央大学）

テーマセッション：14:30～17:00

「流通・商業」「マーケティング理論・歴史」合同セッション

※敬称略

コーディネーター：東伸一（青山学院大学）、横山斉理（法政大学）、水越康介（東京都立大学）、戸田裕美子（日本大学）

第一部 研究発表（報告 30 分、質疑 10 分）

第二部 特別講演（講演 45 分、質疑 15 分）

■第一部

14：30～15：10

報告(1)「戦前期の百貨店における返品制の実態分析」

報告者：岡野純司（愛知学院大学）

15：10～15：50

報告(2)「百貨店の取引制度 —戦後復興期から高度経済成長期を中心として」

報告者：河田 賢一（常葉大学）

■第二部

16：00～17：00（講演 45 分、質疑 15 分）

特別公演「 デジタルパブリッシングが変える出版流通」

講演者：新名 新（株式会社メディアドゥ 取締役副社長 COO）

-----チュートリアルセッション-----

【日時】 2022年3月12日(土) 13:00~15:30

【会場】 Zoom によるオンライン開催

【テーマ】 優れたレビュー論文の書き方ーメタ分析を中心にー

【コーディネーター】 奥瀬喜之（専修大学）、金雲鎬（日本大学）

【研究発表】

13:00-13:10

解題

「優れたレビュー論文とは何か」

金 雲鎬（日本大学）・奥瀬 喜之（専修大学）

13:10-14:30（報告 70 分、質疑応答 10 分）

講演（1）「メタ分析論文の書き方」

国里 愛彦（専修大学・人間科学部心理学科）

14:40-15:30（報告 40 分、質疑応答 10 分）

講演（2）「マーケティング分野におけるメタ分析論文」

石田 大典（日本大学・商学部）

関東部会 2020 年度部会研究会

-----4 月部会研究会-----

※新型コロナ・ウィルス感染拡大防止のため中止

-----7 月部会研究会-----

※新型コロナ・ウィルス感染拡大防止のため中止

-----9 月部会研究会-----

【日時】2020年9月26日(土) 13:00~17:00

【開催方法】Zoomによるオンライン開催

【報告者および報告論題】

フリーセッション 13:00~14:10

※敬称略

コーディネーター：小野晃典（慶応義塾大学）、菅野佐織（駒澤大学）

プログラム委員からの連絡事項（10分）

研究発表（報告20分 質疑10分）

報告(1)：「快楽品、抽象的思考および罪悪感」

報告者：石川佳子（一橋大学大学院）

報告(2)：「店舗接客スタッフによる来店者への声掛け行動の効果についての実証研究」

報告者：千葉貴宏（関西大学）

テーマセッション 14:20~17:00

「消費者行動」、「マーケティング・サイエンス」合同セッション

※敬称略

◆第一部 14:20~15:40◆

テーマ：消費者行動

コーディネーター：坂下玄哲（慶応義塾大学）、杉谷陽子（上智大学）

プログラム委員からの連絡事項（10分）

研究発表（報告20分 コメント10分 質疑10分）

報告(1)：「消費者の媒体選択における影響要因の検討」

報告者：権純鎬（早稲田大学）

コメンテーター：澁谷覚（学習院大学）

報告(2)：「非発言者の集積が持つ影響力：SNS上の消費者間情報伝達行動の実証研究」

報告者：松井彩子（一橋大学大学院）

◆第二部 15:50~17:00◆

テーマ：マーケティング・サイエンス

コーディネーター：清水聰（慶応義塾大学）、山本品（慶応義塾大学）

プログラム委員からの連絡事項（10分）

研究発表（報告20分 質疑10分）

報告(1)：「不確実な状況下での事例とシナリオによる意思決定」

報告者：郷香野子（跡見学園女子大学）

報告(2)：「ご当地キャラの支持構造に関する実証研究」

報告者：野澤智行（法政大学専門職大学院）

-----10 月部会研究会(関東・関西部会共同の特別企画)-----

【日時】2020年10月17日（土）13:00～17:00

【開催方法】Zoomによるオンライン開催

【報告者および報告論題】

事務局からの挨拶・連絡 13:30～

研究報告（自由論題） 13:40～

報告：「19世紀西欧での伝統的大学と新興工科大学の学位授与競争：自然哲学が近代科学の基礎領域を事業ドメインにしていく過程」

報告者：入江信一郎（京都工芸繊維大学）

特別企画 15:00～

田村正紀先生（神戸大学名誉教授）講演会

「流通研究の新方法論：過程追跡とQCAは何を狙っているのか（仮）」

-----11 月部会研究会-----

【日時】2020年11月14日（土）13:00～16:10

【開催方法】Zoomによるオンライン開催

【報告者および報告論題】

フリーセッション 13:00～14:30

※敬称略

【コーディネーター】安藤和代（千葉商科大学）、柴田典子（横浜市立大学）

【事務局からのご挨拶・ご連絡】（5分）

【研究発表】（報告20分、コメント10分、質疑10分）

報告(1)：「製品に対する消費者の知覚リスクと製品の季節性による消費者の価格感度及び受容度変化」

報告者：ソン・ジュヒ（早稲田大学大学院商学研究科）

コメンテーター：白井美由里（慶應義塾大学）

報告(2)：「消費者の新製品採用インスピレーション介在モデル試論」

報告者：落原大治（法政大学大学院）

コメンテーター：田嶋規雄（拓殖大学）

【休憩】(10分)

テーマセッション 14:40~16:10

「流通」「理論・歴史」合同セッション

※敬称略

【コーディネーター】東伸一(青山学院大学)、横山斉理(法政大学)、水越康介(東京都立大学)、戸田裕美子(日本大学)

【研究発表】(報告30分、質疑10分)

【事務局からのご挨拶・ご連絡】(5分)

報告(1):「ユニクロの安定成長はいかに実現したか? 過程追跡法(Process-Tracing Method)を用いた因果メカニズムの考察」

報告者:金雲鎬(日本大学)、東伸一(青山学院大学)、横山斉理(法政大学)

報告(2):「マーケティング研究における歴史的マクロ現象の捉え方の一考察」

報告者:石澤泉(東京都立大学大学院)

-----3月部会研究会-----

【日時】2021年3月17日(水)18:30~20:30

【開催方法】Zoomによるオンライン開催

【報告者および報告論題】

チュートリアルセッション(18:30~20:30)

※敬称略

セッションテーマ:実務視点からの流通研究

コーディネーター:芳賀康浩(青山学院大学)、寺本高(横浜国立大学)

セッションのねらい:寺本高(横浜国立大学)(5分)

【講演】

1.「日本の流通業の近年のトピック:寡占化,業態間競争,オンライン・デジタル対応」  
(18:40~19:30)

講師:山崎泰弘(流通経済研究所)

2.「コロナ禍における消費者行動と流通業の対応」(19:40~20:30)

講師:鈴木雄高(流通経済研究所)

関東部会 2019年度部会研究会

-----4月部会研究会-----

【日時】 2019年4月20日(土) 10:00~17:40

【場所】 上智大学四ツ谷キャンパス 2号館309教室

【報告者および報告論題】

フリーセッション (10:00~11:45)

コーディネーター：横山 斉理 (法政大学)、小野 晃典 (慶應義塾大学)

研究発表 (報告 25分、コメント 10分、質疑 10分)

報告(1)：「広告回避意思決定における消費者の動機づけの役割」

報告者：竹内 亮介 (東洋大学)

コメントーター：石崎 徹 (専修大学)

報告(2)：「消費者の買物行動におけるオンラインチャネルの利用意図：制御焦点理論による考察」

報告者：石井 隆太 (福井県立大学)、菊盛 真衣 (立命館大学)、小野 晃典 (慶應義塾大学)

コメントーター：金 雲鎬 (日本大学)

テーマセッション1 (13:10~15:15)

テーマ：マーケティング・サイエンス

コーディネーター：守口 剛 (早稲田大学)、寺本 高 (横浜国立大学)

研究発表：(報告 40分、コメント 10分、質疑 10分)

報告(1)：「階層化した項目反応モデルによる計画・非計画購買率の推定」

報告者：石橋 敬介 (流通経済研究所/筑波大学大学院)

コメントーター：清水 聡 (慶應義塾大学)

報告(2)：「環境マーケティングの利益性に関する国際比較」

報告者：アウグスト・グループ (上智大学大学院)、ビョーン・フランク (早稲田大学)

コメントーター：西尾 チヅル (筑波大学)

テーマセッション2 (15:30~17:40)

テーマ：消費者行動

コーディネーター：坂下 玄哲 (慶應義塾大学)、杉谷 陽子 (上智大学)

研究発表 (報告 40分、コメント 10分、質疑 10分)

報告(1)：「豊富な選択肢がもたらす知覚多様性に関する影響」

報告者：河股 久司 (早稲田大学大学院)

コメントーター：石井 裕明 (成蹊大学)



報告(2)：「合意に達しない市場カテゴリーの創発：渋谷系音楽を事例として」

報告者：朝岡 孝平（一橋大学大学院）

コメンテーター：大竹 光寿（明治学院大学）

-----7月部会研究会-----

【日時】2019年7月13日（土）10:30～17:30

【場所】拓殖大学 文京キャンパス C館5階 C501教室

【報告者および報告論題】

フリーセッション（10:30～11:15）

コーディネーター：田嶋規雄（拓殖大学）、長島広太（東洋大学）

（報告25分、コメント10分、質疑10分）

報告(1)：「日本型コンビニエンスストアの顧客満足とサービス品質に関する実証研究 —セブンイレブンを中心に—」

報告者：キム・リーナ（中央大学大学院）

コメンテーター：小野譲司（青山学院大学）

テーマセッション1（12:20～15:20）

テーマ：マーケティング戦略

コーディネーター：熊倉広志（中央大学）、井上淳子（成蹊大学）

研究発表（報告40分、コメント10分、質疑10分）

報告(1)：「武道は教育か—スポーツ・マーケティングの視点から—」

報告者：富田健司（同志社大学）

コメンテーター：井上淳子（成蹊大学）

報告(2)：「How Does Warehouse Automation Contribute to Multichannel Retailers' Performances?」

報告者：田頭拓己（一橋大学）

コメンテーター：鳥居昭夫（中央大学）

報告(3)：「利用可能な資源量の変化が新製品の創造性へ及ぼす影響

—マーケティング活動と資源の制約の関係に対するさらなる理解に向けて—」

報告者：堀口哲生（慶應義塾大学大学院）

コメンテーター：石田大典（日本大学）

テーマセッション2（15:30～17:30）

日本マーケティング学会ブランド&コミュニケーション研究会、

日本広告学会関東部会共催

テーマ：マーケティング・コミュニケーション

コーディネーター：久保田進彦（青山学院大学）、安藤和代（千葉商科大学）

研究発表（解題 5 分、報告 90 分、質疑 30 分）

テーマ：「デジタル・マーケティングの実践と理論フレーム」

司会：久保田進彦（青山学院大学）

1. 【5 分】「解題」西川英彦（法政大学）
2. 【55 分】「デジタル・マーケティングの実践」石井龍夫（C Channel 監査役）
3. 【30 分】「デジタル・マーケティングの理論フレーム」西川英彦（同上）・澁谷覚（学習院大学）
4. 【30 分】「質疑」

-----9 月部会研究会-----

【日時】2019 年 9 月 14 日（土）14:30～17:40

【場所】専修大学神田校舎 5 号館 6 階 561 教室

【報告者および報告論題】

チュートリアルセッション（14:30～17:40）

テーマ：「国際ジャーナルへの論文投稿に向けて」

コーディネーター：奥瀬喜之（専修大学）、石田大典（日本大学）

【講演】

1. 「研究のシリーズ化と投稿戦略」（14:30～16:00）

講師：川上智子（早稲田大学教授）

2. 「前向きなメンタル；甲子園を夢見る野球少年 vs. 国際ジャーナルを目指す研究者」（16:10～17:40）

講師：阿部周造（横浜国立大学名誉教授）

-----11 月部会研究会-----

【日時】2019 年 11 月 9 日（土）10：45～16：50

【会場】青山学院大学 青山キャンパス 総研ビル（14 号館）5F 14509 教室

【報告者および報告論題】

フリーセッション 10：45～11：50

※敬称略

コーディネーター：柴田典子（横浜市立大学）、結城祥（中央大学）

コーディネーターからの連絡事項など（5分）

研究発表（報告40分 コメント10分 質疑10分）

テーマ：「消費者との共創が購買プロセスに与える影響」

報告者：西大輔（関東学園大学）

コメントーター：西川英彦（法政大学）

テーマセッション 12:50~17:00

「流通・商業」、「マーケティング理論・歴史」合同セッション

※敬称略

合同セッションの趣旨について（10分）

◆第一部 12:50~14:55◆

テーマ：流通史

コーディネーター：戸田裕美子（日本大学）、水越康介（首都大学東京）

研究発表（報告40分 質疑15分）

報告(1)：「戦後の業務用酒類卸流通の成立と展開」

報告者：大崎恒次（専修大学）

報告(2)：「駅前商業空間形成に対する『民衆駅』の貢献」

報告者：藤井英明（総務省）

◆第二部 15:10~17:00◆

テーマ：日本の流通政策 — 過去、現在、そして未来 —

コーディネーター：横山斉理（法政大学）、東伸一（青山学院大学）

研究発表（報告30分）

報告(1)：「日本の流通政策の回顧と展望」

報告者：三村優美子（青山学院大学）

討論（75分）

テーマ：「日本の流通政策 — 過去、現在、そして未来 —」

討論者：石原武政（大阪市立大学 名誉教授）、渡辺達朗（専修大学）、三村優美子（青山学院大学）

司会：東伸一（青山学院大学）

-----3月部会研究会-----

※新型コロナ・ウィルス感染拡大防止のため中止

【日時】2020年3月21日（土）14:00~17:00

【場所】専修大学神田校舎2号館1階102教室

チュートリアルセッション 14:00~17:00

※敬称略

【テーマ】「実務視点からの流通研究」

【コーディネーター】奥瀬 喜之（専修大学）、寺本 高（横浜国立大学）

【講演】

1. 「セッションのねらい」（14：00～14：10）

コーディネーター： 寺本 高（横浜国立大学）

2. 「日本の流通業界の最近のトピック」（14：10～15：20）

講師： 山崎 泰弘（流通経済研究所常務理事）

3. 「日本の流通におけるデータ活用の実態」（15：30～16：50）

講師： 三坂 昇司（流通経済研究所主任研究員）

4. 「セッションのまとめ」（16：50～17：00）

コーディネーター： 寺本 高（横浜国立大学）

## 関東部会 2018 年度部会研究会

-----4 月部会研究会-----

【日時】2018 年 4 月 21 日（土）13:30～17:30

【場所】上智大学四ツ谷キャンパス 2 号館 4 階 414 教室

【報告者および報告論題】

フリーセッション（13：30～15：20）

コーディネーター：原頼利（明治大学）、久保知一（中央大学）

研究発表（報告 30 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「立地 vs 組織能力：店舗の存続を支える要因は何か」

報告者：西川みな美（中央大学大学院 商学研究科）

コメンテーター：横山斉理（法政大学）

報告(2)：「企業の競争的マーケティング意思決定：その促進／抑制要因に関する実証研究」

報告者：中村世名（慶應義塾大学大学院 商学研究科）

コメンテーター：結城祥（中央大学）

テーマセッション（15：30～17：30）

テーマ：「消費者行動」

コーディネーター：坂下玄哲（慶應義塾大学）、杉谷陽子（上智大学）

研究発表（報告 40 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「友人との意思決定－集団意思決定プロセスへの参加意図の形成要因」

報告者：豊田紗綾（一橋大学大学院 商学研究科）

コメントーター：北村真琴（東京経済大学）

報告(2)：「背景色が商品の触覚評価および選好に及ぼす影響－商品の擬人化性に着目して」

報告者：西井真祐子（早稲田大学大学院 商学研究科）

コメントーター：外川拓（千葉商科大学）

-----6 月部会研究会-----

【日時】 2018 年 6 月 16 日（土） 14:00～17:00

【場所】 専修大学神田校舎 5 号館 4 階 542 教室

【報告者および報告論題】

テーマセッション（14:00～17:00）

テーマ：「マーケティングの理論・歴史」

コーディネーター：水越康介（首都大学東京）、石川和男（専修大学）

研究発表（報告 40 分、コメント 5 分、質疑 10 分）

報告(1)：「マレーシアにおける国民車とトヨタのマーケティング」

報告者：田中智晃（東京経済大学）、星埜道夫（元マレーシアトヨタ車両生産会社：Assembly Services Sdn. Bhd.）

コメントーター：石川和男（専修大学）

報告(2)：「サービス・ドミナント・ロジックからカスタマー・ドミナント・ロジックへ  
－ノルディック学派の研究の進展に注目して－」

報告者：今村一真（茨城大学）

コメントーター：村松潤一（岡山理科大学）

報告(3)：「現代のマーケティング論を問う」

報告者：関根孝（専修大学）

コメントーター：塚田朋子（東洋大学）

-----7 月部会研究会-----

【日時】 2018 年 7 月 14 日（土） 13:30～17:45

【場所】 拓殖大学 文教キャンパス C 館 5 階（2 階が地上階になります）

【報告者および報告論題】

フリーセッション（13:30～14:20）

コーディネーター：田嶋規雄（拓殖大学）、長島広太（東洋大学）

研究発表（報告 30 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「新規性の高い新製品開発におけるプロジェクト・メンバーの意思決定パターンとその成果」

報告者：堀口哲生（慶應義塾大学大学院）

コメントーター：石田大典（日本大学）

テーマセッション（14:30～17:45）

日本広告学会関東部会共催

テーマ：「マーケティング・コミュニケーション」

コーディネーター：久保田進彦（青山学院大学）、安藤和代（千葉商科大学）

研究発表（報告 40 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「店舗内における非計画購買の実態と逐次選択の影響」

報告者：赤松直樹（明治学院大学）

コメントーター：奥瀬喜之（専修大学）

15:30～15:45 休憩

報告(2)：「スポンサードコンテンツ形式の広告表現に関する研究

：表現研究と媒体研究の架橋に向けた要点整理

報告者：田部溪哉（城西大学）

コメントーター：中野香織（駒澤大学）

報告(3)：「ライフスタイル消費からネットライフ消費へ

：有態体験消費から無態情報依存消費へ」

報告者：和田充夫（慶應義塾大学名誉教授）

コメントーター：久保田進彦（青山学院大学）

-----9月部会研究会-----

【日時】2018年9月22日（土）14:00～17:10

【場所】早稲田大学 早稲田キャンパス 8号館 3階 309教室

チュートリアルセミナー（14:00～17:10）

テーマ：「先達に学ぶ研究者のキャリア形成」

コーディネーター：守口剛（早稲田大学）、奥瀬喜之（専修大学）

【講演】

1. 「マーケティングと消費者行動」（14:00～15:30）

講 師：池尾恭一（明治学院大学教授、慶應義塾大学名誉教授）

2. 「あせらずに研究力をアップする方途と取り組み」（15:40～17:10）

講 師：阿部周造（横浜国立大学名誉教授）

-----11 月部会研究会-----

【日時】2018年11月10日（土）10:05～17:40

【場所】青山学院大学 青山キャンパス 総研ビル 大会議室

【報告者および報告論題】

フリーセッション（10:05～12:00）

コーディネーター：柴田典子（横浜市立大学）、石田大典（日本大学）

研究発表（報告 35 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「大企業における資源獲得のための正当化を利用した組織間の新規事業開発  
：成功と失敗の事例」

報告者：伊藤 嘉浩（長岡技術科学大学）

コメントーター：大平 進（千葉商科大学）

報告(2)：「媒体が消費者に及ぼす影響 — 紙媒体と電子媒体を中心に —」

報告者：権 純鎬（早稲田大学大学院）

コメントーター：松本 大吾（千葉商科大学）

テーマセッション 1（13:05～15:25）

テーマ：「流通・商業」

コーディネーター：金雲鎬（日本大学）、東伸一（青山学院大学）

研究発表（報告 40 分、コメント 10 分、質疑 10 分、招待講演は報告 60 分、質疑 15 分）

報告(1)：「The Effects of Cross-channel Integration on Cost efficiency」

報告者：田頭拓己（東京大学大学院）

コメントーター：久保知一（中央大学）

招待講演：「オムニチャネルの実践」

報告者：山田貴之（(株)アルペン）

テーマセッション 2（15:35～17:40）

テーマ：マーケティングの理論・歴史

コーディネーター：水越康介（首都大学東京）、石川和男（専修大学）

研究発表（報告 40 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「ショッピングセンターにおける最適化戦略に関する理論的課題と展望」

報告者：門傳藍香（首都大学東京）

コメンテーター：東伸一（青山学院大学）

報告(2)：「メーカーのブランド・ポートフォリオ戦略とプライベート・ブランド製造受託」

報告者：浦上拓也（神奈川大学）

-----3月部会研究会-----

【日時】2019年3月9日（土）14:00～17:00

【場所】一橋大学経営管理研究科千代田キャンパス 大講義室

チュートリアルセミナー（14:00～17:00）

テーマ：「マーケティング研究におけるテキストマイニングの活用」

コーディネーター：松井剛（一橋大学）、奥瀬喜之（専修大学）

1. 「解題：マーケティング研究におけるテキストマイニングの活用」（14:00～14:20）

コーディネーター：松井剛（一橋大学）

2. 「KH Coder による分析の考え方と手順：ハンズオンセミナー」（14:20～16:20）（途中、休憩あり）

講師：樋口耕一先生（立命館大学、KH Coder 開発者）

3. 質疑応答（16:30～17:00）

—懇親会—

関東部会 2017年度部会研究会

-----4月部会研究会-----

【日時】2017年4月15日（土）15:00～19:00

【場所】法政大学市谷キャンパス ボアソナードタワー25階「研究所会議室5」

【報告者および報告論題】

フリーセッション（15:00～16:40）

コーディネーター：久保知一（中央大学）、原頼利（明治大学）

研究発表（報告30分、コメント10分、質疑10分）

報告(1)：「デュアル・チャンネルにおけるコンフリクトと事前知識の役割」



報告者：石井隆太（慶應義塾大学大学院）

コメンテーター：原 頼利（明治大学）

報告(2)：「PB 展開における小売店舗イメージの役割

—重要性高まる宅配サービスの視点を入れて—

報告者：劉 亜氷（明治大学大学院）

コメンテーター：東 伸一（青山学院大学）

テーマセッション（17：00～19：00）

テーマ：「消費者行動」

コーディネーター：新倉貴士（法政大学）、坂下玄哲（慶應義塾大学）

研究発表（報告 40 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「罪感情を用いたマーケティング～消費者の知覚リスクが与える影響からの考察」

報告者：大野幸子（和光大学）

コメンテーター：朴 宰佑（千葉商科大学）

報告(2)：「ID-POS データを用いた高製品関与型バラエティ・シーキングに関する一考察」

報告者：西原彰宏（亜細亜大学）

コメンテーター：青木幸弘（学習院大学）

#### -----6 月部会研究会-----

【日時】2017 年 6 月 17 日（土）14:00-17:00

【場所】専修大学神田校舎 7 号館 731 教室

#### 【報告者および報告論題】

テーマセッション（14:00-17:00）

テーマ：「マーケティング理論・歴史」

コーディネーター：石川和男（専修大学）、水越康介（首都大学東京）

研究発表（報告 40 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「S-D ロジックの展開と課題」

報告者：木村圭吾（慶應義塾大学大学院）

コメンテーター：菊池一夫（明治大学）

報告(2)：「中国における百貨店の生成と発展－外資系小売企業の影響を中心として」

報告者：朱克宇（専修大学大学院）

コメンテーター：鍾淑玲（東京工業大学）

報告(3)：「文化的使用価値が顕在化する仕組みの再検討

ーE.ウエンガーの「意味の交渉」と文化的透明性の概念を手がかりとしてー」

報告者：川口高弘（NTT コミュニケーションズ）

コメンテーター：水越康介（首都大学東京）

-----7月部会研究会-----

【日時】2017年7月15日(土) 13:30~17:30

【場所】拓殖大学 文京キャンパス C館5階 C501教室（※2階が地上階です）

【報告者および報告論題】

フリーセッション（13:30~15:20）

コーディネーター：田嶋規雄（拓殖大学）、長島広太（東洋大学）

研究発表：（報告30分、コメント10分、質疑10分）

報告(1)：「中国におけるドラッグストア研究

ーメーカーブランド型薬粧店の成長戦略を中心に」

報告者：孫維維（専修大学大学院）

コメンテーター：本藤貴康（東京経済大学）

報告(2)：「サービス・リカバリー経験を通じたフロントライン従業員の学び」

報告者：武谷慧悟（早稲田大学大学院）

コメンテーター：小野譲司（青山学院大学）

テーマセッション（15:30~17:30）

テーマ：「マーケティング・コミュニケーション」

日本広告学会関東部会共催

コーディネーター：安藤和代（千葉商科大学）、橋田洋一郎（専修大学）

研究発表（報告40分、コメント10分、質疑10分）

報告(1)：「日本の消費者の広告一般への態度」

報告者：五十嵐正毅（大東文化大学）

コメンテーター：疋田聡（東洋大学）

報告(2)：「O2Oアプリケーションに対する媒体別の評価について」

報告者：広瀬盛一（東京富士大学）、田部溪哉（城西大学）、峯尾圭（早稲田大学）

コメンテーター：中野香織（駒澤大学）

-----9月部会研究会-----

【日時】2017年9月16日(土) 14:00~17:00

【場所】中央大学 後楽園キャンパス 31112教室（3号館11階）

**【報告者および報告論題】**

テーマセッション (14:00~17:00)

テーマ:「流通」

コーディネーター:小野晃典(慶應義塾大学)、久保知一(中央大学)

研究発表:(報告40分、コメント10分、質疑10分)

報告(1):「空間的競争モデルの展望—マルチエージェントシミュレーションの可能性—」

報告者:白石秀壽(鳥取大学)・三浦政司(鳥取大学)

コメントーター:田島博和(東京経済大学)

報告(2):「卸—小売間の取引関係開始に及ぼす制御焦点の効果」

報告者:久保知一(中央大学)

コメントーター:丹沢安治(中央大学)

報告(3):「ナショナルブランドとの協働型プライベートブランドに対する消費者の態度形成  
とフィードバック効果(仮)」

報告者:神谷渉(玉川大学)

コメントーター:鶴見裕之(横浜国立大学)

-----11月部会研究会-----

**【日時】**2017年11月11日(土) 13:00-18:00

**【場所】**青山学院大学 青山キャンパス 14号館総研ビル4階 14404教室

**【報告者および報告論題】**

フリーセッション (13:00-14:50)

コーディネーター:柴田典子(横浜市立大学)、結城祥(中央大学)

研究発表(報告30分、コメント10分、質疑10分)

報告(1):「時間と金銭の特性差が消費者行動に与える影響 -既存研究の整理と課題-」

報告者:磯田友里子(早稲田大学大学院)

コメントーター:青木幸弘(学習院大学)

報告(2):「買い物アクセス問題を発生させる地域構造特性」

報告者:田口広樹(青山学院大学大学院)

コメントーター:横山斉理(法政大学)

テーマセッション (15:00-18:00)

テーマ:「マーケティング戦略」

コーディネーター:井上淳子(成蹊大学)、横山斉理(法政大学)

研究発表（報告 40 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「ソーシャルメディアにおける企業と消費者の関係構築とアイデンティティ形成」

報告者：麻里久（首都大学東京大学院）

コメントーター：久保田進彦（青山学院大学）

報告(2)：「カルチュラルブランディングの可能性」

報告者：本庄加代子（東洋学園大学）

コメントーター：木村純子（法政大学）

-----3 月部会研究会-----

【日時】 2018 年 3 月 17 日（土） 14:00-17:00

【場所】 専修大学 神田キャンパス 5 号館 6 階 561 教室

【報告者および報告論題】

テーマセッション（14:00-17:00）

テーマ：「マーケティング・サイエンス」

コーディネーター：守口剛（早稲田大学）、奥瀬喜之（専修大学）

研究発表（報告 40 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「位置情報と ID-POS データのマッチングによる価格販促効果の理解」

報告者：星野崇宏（慶應義塾大学）

コメントーター：佐藤栄作（千葉大学）

報告(2)：「psychometric function を利用したブランド・イメージの測定」

報告者：上田雅夫（早稲田大学）

コメントーター：生田目崇（中央大学）

報告(3)：「インフルエンサー・マーケティングの効果と収益性に関する研究」

報告者：水野誠（明治大学）、阿部誠（東京大学）、新保直樹（リブセンス）

コメントーター：安藤和代（千葉商科大学）

関東部会 2016 年度部会研究会

-----4 月部会研究会-----

【日時】 2016 年 4 月 16 日（土） 13：30～17：30

【場所】 上智大学四ツ谷キャンパス 12 号館 102 教室

【報告者および報告論題】

フリーセッション（13：30～15：20）

コーディネーター：原頼利（明治大学）、水越康介（首都大学東京）

研究発表（報告 30 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「広告のクラッター化と消費者の記憶」

報告者：竹内亮介（慶應義塾大学大学院）

コメンテーター：中野香織（駒澤大学）

報告(2)：「潜在的組織参加者のチャンネル開発活動に関する考察」

報告者：上元亘（麗澤大学）

コメンテーター：結城祥（中央大学）

テーマセッション（15：30～17：30）

テーマ：「消費者行動」

コーディネーター：坂下玄哲（慶應義塾大学）、杉谷陽子（上智大学）

研究発表（報告 40 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「消費者認識における百貨店および SC の位置づけに関する研究」

報告者：圓丸哲麻（麗澤大学）

コメンテーター：酒井麻衣子（多摩大学）

報告(2)：「古楽を事例とした、新製品の正当化プロセスの研究」

報告者：飯島聡太郎（一橋大学）

コメンテーター：鈴木智子（京都大学）

-----6 月部会研究会-----

【日時】 2016 年 6 月 18 日(土) 14:00～17:10 （17:40 分から懇親会を予定）

【場所】 早稲田大学早稲田キャンパス 11 号館 913 教室

テーマセッション（14:00～17:10）

テーマ：「マーケティング理論・歴史」

コーディネーター：堀越比呂志（慶應義塾大学）、武井寿（早稲田大学）

研究発表（報告 40 分、コメント 20 分、質疑 20 分）

報告(1)：「サービス・ロジックによる価値共創とマーケティングの概念の検討」

報告者：蒲生智哉（名古屋学院大学）

コメンテーター：菊池一夫（明治大学）

—休憩—

報告(2)：「S-D ロジックにおける価値共創ネットワーク

-サービス・エコシステム,制度,A2A の検討を中心にして-

報告者：菊池一夫（明治大学）

コメンテーター：蒲生智哉（名古屋学院大学）

-----7月部会研究会-----

【日時】2016年7月16日(土) 13:30~17:30

【場所】拓殖大学 文京キャンパス C館3階301教室（※2階が地上階です）

【報告者および報告論題】

フリーセッション（13:30~15:20）

コーディネーター：田嶋規雄（拓殖大学）、長島広太（東洋大学）

研究発表（報告30分、コメント10分、質疑10分）

報告(1)：「消費者イノベーターの情報取得に関する実証研究」

報告者：本條晴一郎（法政大学大学院）

コメンテーター：澁谷覚（学習院大学）

報告(2)：「独自性欲求の高い消費者の製品推奨行動

：推奨対象製品と被推奨者の特性に着目して」

報告者：菊盛真衣（東洋大学）・王コウエイ（慶應義塾大学大学院）・小野晃典（慶應義塾大学）

コメンテーター：杉谷陽子（上智大学）

テーマセッション 15:30~17:30

テーマ：「マーケティング・コミュニケーション」

日本広告学会関東部会共催

コーディネーター：石崎徹（専修大学）、橋田洋一郎（専修大学）

研究発表（報告40分、コメント10分、質疑10分）

報告(1)：「日本人の消費傾向の変化とブランドの役割」

報告者：加藤祥子（流通経済大学）

コメンテーター：石崎徹（専修大学）

報告(2)：「読みやすい書体と好ましく感じる書体はユーザ属性で異なる

～感性的評価のマーケティング・コミュニケーション研究への活用の可能性～」

報告者：向井志緒子（千葉大学大学院・日本学術振興会特別研究員）

コメンテーター：橋田洋一郎（専修大学）

-----9月部会研究会-----

【日時】2016年9月17日(土) 14:00~16:30

【場所】慶應義塾大学三田キャンパス西校舎 533教室

**【報告者および報告論題】**

テーマセッション (14:00~16:30)

テーマ:「流通・商業」

コーディネーター:小野晃典(慶應義塾大学)、金雲鎬(日本大学)

研究発表(報告40分、コメント10分、質疑10分)

報告(1):「流通・マーケティング研究におけるQCAの適用可能性」

報告者:横山斉理(法政大学)

コメントーター:小野晃典(慶應義塾大学)

—休憩—

報告(2):「チャンネル関係における価値創造:関係属性、ケイパビリティ、ガバナンス」

報告者:崔容熏(同志社大学)・原頼利(明治大学)

コメントーター:渡辺達朗(専修大学)

-----10月部会研究会-----

**【日時】**2016年10月22日(土) 14:00~17:00

**【場所】**中央大学後楽園キャンパス 3号館 3310教室

**【報告者および報告論題】**

テーマセッション (14:00~17:00)

テーマ:グローバル・マーケティング

コーディネーター:熊倉広志(中央大学)、松井剛(一橋大学)

研究発表(報告40分、コメント10分、質疑10分)

報告(1):「自動車流通と販売金融—ASEAN諸国を事例として—」

報告者:石川和男(専修大学)

コメントーター:嶋正(日本大学)

報告(2):「新興国におけるマーケティング戦略と現地法人の管理」

報告者:福地宏之(東洋学園大学)・山下裕子(一橋大学)・鷲田祐一(一橋大学)・

福富言(京都産業大学)・上原渉(一橋大学)・佐々木将人(一橋大学)

コメントーター:熊倉広志(中央大学)

報告(3):「文化資源の集散地の形成・発展メカニズムに関する研究:日米仏の事例」

報告者:川又啓子(亜細亜大学)

コメントーター:松井剛(一橋大学)

-----11月部会研究会-----

【日時】2016年11月19日(土) 13:30-18:30

【場所】青山学院大学 青山キャンパス 14号館総研ビル4階 14404教室

【報告者および報告論題】

フリーセッション 13:30-15:20

コーディネーター：柴田典子(横浜市立大学)、結城祥(中央大学)

研究発表(報告30分、コメント10分、質疑10分)

報告(1):「企業資源・能力とマーケティング・チャネルの選択  
：統合チャネルと独立チャネルの同時使用を考慮して」

報告者：石井隆太(慶應義塾大学大学院)

コメントーター：結城祥(中央大学)

報告(2):「広告表現の典型性と具体性の効果 ～関与水準による認知の相違～」

報告者：堀田治(法政大学大学院/新国立劇場)

コメントーター：牧野圭子(成城大学)

テーマセッション (15:30-18:30)

テーマ：「マーケティング戦略」

コーディネーター：小野譲司(青山学院大学)、井上淳子(成蹊大学)

研究発表(報告40分、コメント10分、質疑10分)

報告(1):「職業体験施設におけるスポンサーシップ戦略—キッズニアの事例研究」

報告者：藺部靖史(東洋大学)

コメントーター：李 旻泰(東洋大学)

報告(2):「組織の志向性がマーケティング戦略立案や創造性に与えるインパクト」

報告者：岩下仁(九州大学)

コメントーター：横山斉理(法政大学)

報告(2):「eカスタマイゼーションにおける積上注文型と完成品修正型の  
ハイブリッド戦略の有効性」

※(英文校閲費補助対象論文)

報告者：小野晃典(慶應義塾大学)

コメントーター：久保田進彦(青山学院大学)

-----3月部会研究会-----

【日時】2017年3月18日(土) 14:30-16:40

【場所】専修大学神田キャンパス5号館7階571教室



**【報告者および報告論題】**

テーマセッション (14:30-16:40)

テーマ：「マーケティング・サイエンス」

コーディネーター：高橋郁夫（慶應義塾大学）、奥瀬喜之（専修大学）

研究発表（報告 40 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「価格バンドリングにおける値引き手法に関する考察」

報告者：兼子良久（宮城学院女子大学）

コメントーター：上田雅夫（早稲田大学）

—休憩— (10 分)

報告(2)：「行動・心理データの融合による顧客行動分析」

報告者：里村卓也（慶應義塾大学）

コメントーター：江原淳（専修大学）

—懇親会—

**関東部会 2015 年度部会研究会**

-----4 月部会研究会-----

【日時】 2015 年 4 月 18 日（土） 13 時 30 分～17 時 20 分

【場所】 早稲田大学早稲田キャンパス 11 号館 4 階大会議室

**【報告者および報告論題】**

フリーセッション (13:30～15:10)

コーディネーター：小野晃典（慶應義塾大学）、原頼利（明治大学）

研究発表（報告 30 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「デュアルチャネルと組織間成果 ——関係論によるアプローチ——」

報告者：石井隆太（慶應義塾大学大学院）

コメントーター：結城祥（中央大学）

報告(2)：「パーソナル・ファイナンシャル・サービスの諸領域と  
マーケティング戦略モデルの構築」

報告者：鷺尾和紀（高千穂大学大学院）

コメントーター：片野浩一（明星大学）

テーマセッション 15:20～17:20

テーマ：消費者行動

コーディネーター：恩藏直人（早稲田大学）、坂下玄哲（慶應義塾大学）

研究発表（報告 40 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「支払方法が解釈レベルに与える影響」

報告者：金子充（早稲田大学）

コメントーター：白井美由里（慶應義塾大学）

報告(2)：「使用時における経験価値概念の測定」

報告者：森岡耕作（東京経済大学）

コメントーター：水越康介（首都大学東京）

-----6 月部会研究会-----

【日時】 2015 年 6 月 20 日（土） 13 時 30 分～16 時 00 分

【場所】 慶應義塾大学三田キャンパス南校舎 5 階 455 教室

【報告者および報告論題】

テーマセッション（13：30～16：00）

テーマ：「マーケティング理論・歴史」

コーディネーター：堀越比呂志（慶應義塾大学）、武井寿（早稲田大学）

研究発表（報告 40 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「アクションリサーチに関する理論的検討—理論と実務の接続可能性について—」

報告者：水越康介（首都大学東京）

コメントーター：薄井和夫（埼玉大学）

—休憩—

報告(2)：「S. D. Hunt の資源-優位理論とマーケティング研究の関連性について」

報告者：松尾洋治（広島修道大学）

コメントーター：関根孝（専修大学）

-----7 月部会研究会-----

【日時】 2015 年 7 月 11 日（土） 13 時 30 分～17 時 20 分

【場所】 専修大学神田キャンパス 2 号館 2 階 204 教室

【報告者および報告論題】

フリーセッション 13：30～15：10

コーディネーター：田嶋規雄（拓殖大学）、長島広太（東洋大学）

研究発表（報告 30 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「脅威と機会に対する既存企業の競争的反応:その駆動要因の探究」

報告者：中村世名（慶應義塾大学大学院）

コメンテーター：谷地弘安（横浜国立大学）

報告(2)：「google adwords のターゲティング機能が消費者満足に与える影響について」

報告者：チン ホウボ（専修大学大学院）

コメンテーター：松本大吾（千葉商科大学）

テーマセッション（15：20～17：20）

（日本広告学会関東部会と共催）

テーマ：マーケティング・コミュニケーション

コーディネーター：石崎徹（専修大学）、橋田洋一郎（専修大学）

研究発表（報告 40 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「高効果広告の特徴－物語の観点から－」

報告者：津村将章（九州産業大学）

コメンテーター：田嶋規雄（拓殖大学）

報告(2)：「広告クリエイティブの本質と現代における変化」

報告者：村尾俊一（ニューパラダイム・マーケティング・コミュニケーション研究所）

コメンテーター：中村洋心（中村洋心事務所）

#### -----9月部会研究会-----

【日時】2015年9月19日（土） 13時30分～16時00分

【場所】慶應義塾大学三田キャンパス 東館8階ホール

#### 【報告者および報告論題】

テーマセッション 13：30～16：00

テーマ：「流通・商業」

コーディネーター：小野晃典（慶應義塾大学）、金雲鎬（日本大学）

研究発表（報告 40 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「小売業における市場志向研究の現状と課題（仮）」

報告者：坂川裕司（北海道大学）

コメンテーター：金雲鎬（日本大学）

—休憩—

報告(2)：「小売の輪はどのように回転したのか？」

－小売業態イノベーションのマルチレベル分析－

報告者：久保知一（中央大学）

コメンテーター：横山斉理（日本大学）

-----11月部会研究会-----

【日時】2015年11月14日（土） 13時30分～17時30分

【場所】中央大学後楽園キャンパス・3号館3階3300教室

【報告者および報告論題】

フリーセッション（13：30～15：30）

コーディネーター：柴田典子（横浜市立大学）、結城祥（中央大学）

研究発表（報告30分、コメント10分、質疑10分）

報告(1)：「小売業者間の近接競争と店舗成果の関係－総合スーパーを対象とした実証分析－」

報告者：西川みな美（中央大学大学院）

コメンテーター：金雲鎬（日本大学）

－休憩－

報告(2)：「中国ドラッグストア業態の実態と成長要因－ワトソンの事例を中心として－」

報告者：孫維維（専修大学大学院）

コメンテーター：東伸一（青山学院大学）

テーマセッション（15：30～17：30）

テーマ：「グローバル・マーケティング」

コーディネーター：熊倉広志（中央大学）、谷地弘安（横浜国立大学）

研究発表（報告40分、コメント10分、質疑10分）

報告(1)：「食品企業の国際マーケティング戦略－在中韓国企業の事例を中心に」

報告者：金炯中（静岡産業大学）

コメンテーター：丸谷雄一郎（東京経済大学）

－休憩－

報告(2)：「日系グローバル企業における現地マーケティングの陥穽（仮）」

報告者：犬飼知徳（中央大学）

コメンテーター：太田真治（中京大学）

-----12月部会研究会-----

【日時】2015年12月19日（土）14:00-17:30

【場所】 青山学院大学 青山キャンパス 17号館3階17310教室

【報告者および報告論題】

テーマセッション (14:00-17:30)

テーマ：「マーケティング戦略」

コーディネーター：小野譲司（青山学院大学）、井上淳子（成蹊大学）

研究発表（報告40分、コメント10分、質疑10分）

報告(1)：「現代日本企業におけるイノベーションの組織と成果

：PDMAによるCPAS日本版の調査内容と分析結果」

報告者：川上智子（早稲田大学）、藤井誠一（立命館アジア太平洋大学）、李根熙（立命館アジア太平洋大学）、中村友哉（広島大学）

コメンテーター：久保田進彦（青山学院大学）

報告(2)：「知識をマーケティングするには」

報告者：富田健司（同志社大学）

コメンテーター：三浦俊彦（中央大学）

報告(3)：「Organizational Ambidexterity 研究のメタアナリシス」

報告者：石田大典（帝京大学）

コメンテーター：高田英亮（慶應義塾大学）

-----3月部会研究会-----

【日時】 2016年3月12日（土）14:00-17:30

【場所】 専修大学神田キャンパス5号館4階542教室

【報告者および報告論題】

テーマセッション (14:00-17:30)

テーマ：マーケティング・サイエンス

コーディネーター：守口剛（早稲田大学）、奥瀬喜之（専修大学）

研究発表（報告40分、コメント10分、質疑10分）

報告(1)：「『両利き』の市場学習が新製品成果へ及ぼす影響」

報告者：石田大典（帝京大学）

コメンテーター：西川英彦（法政大学）

報告(2)：「生鮮食品における価格変動とロイヤリティ（仮題）」

報告者：太宰 潮（福岡大学）

コメンテーター：江原 淳（専修大学）

報告(3)：「ビッグデータの購買トピック分析」

報告者：里村卓也（慶應義塾大学）

コメンテーター：朝野熙彦（中央大学）