

**日本商業学会 第71回 全国研究大会プログラム**  
(オンライン開催)

**5月29日(土)午前 常任理事会・理事総会**

	常任理事会・理事総会	
9:00 – 11:00	常任理事会	Zoom会議
11:00 – 13:00	理事総会	Zoom会議

**5月29日(土)午後 統一論題シンポジウム・会員総会**

【場所】:Zoom会議システム(開催校:富山大学)

14:00 – 14:10	学会長挨拶 恩藏 直人(早稲田大学)
---------------	-----------------------

統一論題シンポジウム  
アフターコロナの世界における流通・マーケティングのレジリエンス

【司会】黄 磷(神戸大学)

14:15 – 14:45	基調講演① 池尾 恭一(慶應義塾大学 名誉教授) 新型コロナ危機とマーケティング課題
---------------	--

14:50 – 15:00	コメント: 青木 幸弘(学習院大学)
---------------	--------------------

15:00 – 15:10	交代・休憩
---------------	-------

15:10 – 15:40	基調講演② 清水 俊介(YKK AP株式会社 開発本部 商品情報企画部長) WEB展示会から始まる新しいコミュニケーション
---------------	---

15:45 – 15:55	コメント: 西尾 チヅル(筑波大学)
---------------	--------------------

15:55 – 16:10	交代・休憩
---------------	-------

16:10 – 16:40	基調講演③ 戸堂 康之(早稲田大学 政治経済学術院 経済学研究科教授) アフターコロナの世界における経済のレジリエンス —サプライチェーン・バリューチェーンに関する考察を中心に—
---------------	--

16:45 – 16:55	コメント: 大石 芳裕(明治大学)
---------------	-------------------

--	--

16:55 – 17:10	休憩
---------------	----

17:10 – 18:30	会 員 総 会 (Zoom会議)
---------------	------------------

日本商業学会 第71回 全国研究大会プログラム(オンライン開催)  
**統一論題:アフターコロナの世界における流通・マーケティングのレジリエンス**

5月30日(日)午前 統一論題・自由論題・ドクトラルセッション

[場所]:Zoom会議システム(開催校:富山大学)

統一論題セッション、自由論題セッション、ドクトラルセッション:報告30分、質疑10分、交代・休憩5分					
テーマ	統一論題セッション①	統一論題セッション②	自由論題セッション①	自由論題セッション②	自由論題セッション③
司会	人的移動・観光・インバウンド 寺崎 新一郎 (立命館大学)	行動変容と消費者行動・消費市場 石野 順也 (関西学院大学)	ブランドと広告 濱谷 寛 (学習院大学)	デザインとマーケティング 小野 晃典 (慶應義塾大学)	流通と事例研究 水越 康介 (東京都立大学)
9:00 - 9:10	9:00 - 9:10 9:10 - 9:55	9:00 - 9:10 9:10 - 9:55	9:00 - 9:10 9:10 - 9:55	9:00 - 9:10 9:10 - 9:55	9:00 - 9:10 9:10 - 9:55
	池上 重輔(早稲田大学)	高橋 広行・佐藤 研一(同志社大学)	杉谷 陽子・外川 拓(上智大学)	廣田 章光(近畿大学)	東 伸一(青山学院大学)・金 雲臨(日本大学)・横山 斉理(法政大学)
	インバウンド・ビジネスのパラダイムシフト—経験価値化・連携とプレミアム化—	Covid-19を含めた環境要因が消費者のQR決済サービス利用行動に与える影響—マルチレベル・パースペクティブ理論をベースに—	消費者はブランドに何を求めるのか—抽象的思考におけるself-brand connectionの重要性—	市場創造型開発者の問題発見・解決行動の特性—投射視点によるデザイン行動の考察—	流通研究における過程追跡法の可能性—ケーススタディとの関係を主眼に—
9:55 - 10:40	講演②	報告②	報告②	報告②	報告②
	山田 雄一(財団法人日本交通公社)	田頭 拓己(一橋大学)	野沢 誠治(共立女子大学)	宮本 文幸(桜美林大学)	石川 和男(専修大学)
	ポスト・コロナにおける観光地マーケティングの展望	COVID-19以降の消費者の心理・行動変化についての実証分析	社会貢献活動(SDGs等)の推進が企業ブランドに与える影響について	プロダクト・デザインにおけるイメージ・モチベーションの研究—象徴属性による消費者効果の考察—	ラオスにおける自動車流通とサービス事業の展開—自動車流通の二面性とサービス人材育成を中心として—
10:40 - 11:25	報告①	報告③	報告③	報告③	報告③
	高橋 一夫(近畿大学)	園丸 哲麻(大阪市立大学)	熊倉 広志(中央大学)・石原 昌和(New York University)・Baek Jung Kim(University of British Columbia)	新田 都志子(文京学院大学)	本下 真次・平岩 英治(関西学院大学)
	クライシス・マネジメント時の観光施策	ニューノーマル時代の「売場」の位置づけ—消費者が知覚する大型小売業の「らしさ」に焦点を当てて—	Social Consumption, Learning, and Product Completeness in TV Drama Live and Time-Shifted Viewing: Implications for Drama Producers and Advertisers	ビジュアルデザインを用いた行動変容アプローチ—エスカレーターのパネル抑制の効果検証を中心として—	環境変化に対応する農家のレジリエンス:有田みかんの事例分析
11:25 - 12:10	報告②	報告④	報告④ ドクトラル①	報告④ ドクトラル②	報告④ ドクトラル③
	相島 淑美(神戸学院大学)・佐藤 善信(関西学院大学)	山本 晶(慶應義塾大学)	小倉 優海(立命館大学博士課程)	張 婷婷(神戸大学博士課程)	山崎 万緒(専修大学博士課程)・渡辺 達朗(専修大学)
	オンライン茶の湯における価値共創のイノベーション	デジタル・プラットフォームが変える新しい消費者行動—余剰資源の売却行動を中心に—	広告におけるスポークスキャラクターの概念化	メッセージのウィンドウ提示形式が消費者選好に与える影響	神田神保町「書肆街」における商業の空間構造の研究—専門店街における主要業種と関係業種の相互作用に注目して—

5月30日(日)午後 統一論題・自由論題・ドクトラルセッション

統一論題セッション、自由論題セッション、ドクトラルセッション:報告30分、質疑10分、交代・休憩5分

テーマ	統一論題セッション③	自由論題セッション④	自由論題セッション⑤	自由論題セッション⑥
司会	コロナ禍と小売業 清水 信年 (流通科学大学)	コロナ禍とコミュニケーション・消費 小野 謙司 (青山学院大学)	価値創造とマーケティング 若林 靖永 (京都大学)	チャネルと商業 藤岡 里圭 (関西大学)
13:30 - 13:40	13:30 - 13:40 13:40 - 14:25	13:30 - 13:40 13:40 - 14:25	13:30 - 13:40 13:40 - 14:25	13:30 - 13:40 13:40 - 14:25
	中見 真也(神奈川大学)	佐藤 善信(関西学院大学)・段 送英(関西学院大学博士課程)・相島 淑美(神戸学院大学)	川口 高弘(NTTコミュニケーションズ株式会社)	濱村 純平(桃山学院大学)
	Withコロナ、Afterコロナ環境下を見据えた、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の現状と課題に関する考察—オムニチャネル、DX先進企業の事例を中心に—	コロナ禍におけるクライシス・コミュニケーション—インターナル・マーケティングとの関係性—	価値共創のモデル化と技術経営論における意味的価値概念の視点—文化的使用価値概念との比較検討を中心に—	分権化企業による直販は製品市場での競争下でも利潤を改善するのか
14:25 - 15:10	報告②	報告②	報告② ドクトラル④	報告②
	近藤 公彦(小樽商科大学)	北村 真琴(東京経済大学)	巖 秀延(立命館大学博士課程)・胡 斌(立命館大学博士課程)・朴 修賢(追手門学院大学)・金 昌柱(立命館大学)	出野 和子(関西学院大学)
	オムニチャネルにおける小売ビジネス・モデル革新	コロナ禍によるファッション消費行動への影響	韓国の日本製品ポイコットからみる日本企業の出口戦略	COVID-19による生命保険営業の変化—オンラインによる関係性構築の課題—
15:10 - 15:55	報告③	報告③	報告③ ドクトラル⑤	報告③ ドクトラル⑥
	金澤 敏史(愛知学院大学)・菊池 一夫(明治大学)・齋藤 典晃(高千穂大学)・井上 崇通(明治大学)	日笠 倫周(高松大学)	段 送英(関西学院大学博士課程)	胡 斌(立命館大学博士課程)・金 昌柱(立命館大学)
	D2Cブランドのオムニチャネル戦略の展開—サザビリーグループのARTIDA OUD を中心にして—	ロコミ情報特性の一致水準が消費者心理に与える影響	Sino-Japan Comparison of Corporate CSV Activities in COVID-19: Case-based Research	経営成果の高い企業が「戦略的統合」に積極的になる条件とは何か?
15:55 - 16:40	報告④	報告④ ドクトラル⑦	報告④ ドクトラル⑧	報告④ ドクトラル⑧
	新島 裕基(専修大学)	松本 阿礼(お茶の水女子大学博士課程)		キム リーナ(中央大学博士課程)
	コロナ禍における商店街のコミュニティ対応—計量テキスト分析を通じた評価に関する試論—	商業施設への愛着の構造		日本型コンビニエンスストアのサービス品質測定尺度の開発