

日本商業学会 第72回 全国研究大会プログラム
(オンライン開催)

5月28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28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:小樽商科大学)

14:00 - 14:10	学会長挨拶 恩蔵 直人(早稲田大学)	
統一論題シンポジウム グローカル視点の流通・マーケティング研究 —ニューノーマル時代の地域、国、世界をいかに捉えるか—		
【司会】 小林 哲 (大阪公立大学)		
14:15 - 14:45	基調講演① 石水 創 (石屋製菓株式会社 代表取締役社長) 「コロナ禍におけるグローバル戦略」	
14:45 - 14:50	交代・休憩	
14:50 - 15:20	基調講演② 赤尾 洋昭 (株式会社セコマ 代表取締役社長) 「セコマの経営戦略—北海道とともに—」	
15:20 - 15:30	交代・休憩	
15:30 - 16:20	パネルディスカッション 【パネリスト】 石水 創 (石屋製菓株式会社) 赤尾 洋昭 (株式会社セコマ) 田中 洋 (中央大学)	【司会】 小林 哲 (大阪公立大学)
16:20 - 16:40	休憩	
16:40 - 18:00	会員総会 (Zoom 会議)	

	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
テーマ	ブランドと地域性	地域企業とグローバル企業の相互越境と変容	消費者行動とマーケティング	消費者行動とマーケティング・サイエンス	流通と政策
司会	小林 哲 (大阪公立大学)	川端 基夫 (関西学院大学)	芳賀 康浩 (青山学院大学)	守口 剛 (早稲田大学)	渡辺 達朗 (専修大学)
9:00 - 9:10	解題(司会)	解題(司会)	解題(司会)	解題(司会)	解題(司会)
9:10 - 9:55	報告①	報告①	報告①	報告①	報告①
	山口 夕妃子(佐賀大学)・ 大田 謙一郎(長崎県立大学)	富山 栄子(事業創造大学院大学)・川端 基夫(関西学院大学)・ 富栴 満(株式会社ハードオフコーポレーション)	小野 謙司(青山学院大学)・ 山岡隆志(名城大学)	坂川 裕司(北海道大学)	大原 悟務(同志社大学)
	陶磁器における産地ブランド形成要因分析	リユース企業のグローバル戦略の課題:「株ハードオフコーポレーション」を事例に	顧客参加とエンゲージメント行動	コロナ渦における消費者行動の変容-潜在クラス分析による解明	日本のコンビニエンス・ストアにおけるフランチャイズ・システムのドミナント・デザイン化
9:55 - 10:40	報告②	報告②	報告②	報告②	報告②
	西村 順二(甲南大学)	井上 真里(中央大学)	熊倉 広志(中央大学)・ 石原 昌和(New York University)	中野 暁(株式会社インテージ)・ 赤松 直樹(明治学院大学)・ 水野 誠(明治大学)	角谷 嘉則(桃山学院大学)
	地域における地場産業の活性化と地域ブランド醸成への可能性—神戸スイーツの事例—	日本の中小酒造会社における国際化プロセス	What Distorts What We See in Online Reviews? Assessing the Sources of Reporting Bias in Review Ratings and Comments	パニック購買する消費者の行動的・心理的特性	流通政策の政策実施過程におけるコーディネーションモデルの可能性
10:40 - 11:25	報告③	報告③	報告③	報告③	報告③
	小林 哲(大阪公立大学)・依 慎一 (一社)日本食文化観光推進機構)	佐藤 善信(関西学院大学)	須田 孝徳(早稲田大学)・権 純鎬 (早稲田大学)・野村 拓也(学習院大学大学院博士後期課程)	張 艶埼(専修大学大学院博士後期課程)・井上 友也(中央大学)・ 奥瀬 喜之(専修大学)	大下 剛(千葉商科大学)
	地域産品の「特徴(他地域の類似製品との差異)」探索方法に関する考察—飯田市の焼肉を事例として—	オタフクソースの海外事業展開のケーススタディ・リサーチ	消費者の心理的所有感に対する社会的他者の影響	テキストデータによる情報受信者の解釈レベルについての検討	宅配便市場における市場構造に関する考察
11:25 - 12:10	報告④	報告④	報告④	報告④	報告④
	高井 典子(神奈川大学)・ 中見 真也(神奈川大学)	相島 淑美(神戸学院大学)・ 佐藤 善信(関西学院大学)・ Mark E. Parry(University of Missouri-Kansas City)	杉谷 陽子(上智大学)・ 唐沢 穰(名古屋大学)	小倉 優海(立命館大学大学院博士後期課程)	濱村 純平(桃山学院大学)
	観光地のプレイス・ブランディングと住民のアイデンティティ—観光研究の先行研究レビュー—	ポストコロナ時代における日本の伝統文化産業のグローバル化—茶の湯を中心として—	SDGs への取り組みが企業評価に与える影響:個人の道德基盤との関連性	スポークスキャラクターのプロフィール設定が消費者の広告態度に及ぼす影響	Manufacturer encroachment in a product market and common ownership between supply chain parties

	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
テーマ	消費者行動と地域性	オンライン・コミュニティとデジタル・コミュニケーション	サービスの消費者行動	消費者行動と社会・文化	マーケティング戦略
司会	徳山 美津恵 (関西大学)	新倉 貴士 (法政大学)	鈴木 和宏 (小樽商科大学)	小林 広治 (小樽商科大学)	猪口 純路 (小樽商科大学)
13:30 - 13:40	解題(司会)	解題(司会)	解題(司会)	解題(司会)	解題(司会)
13:40 - 14:25	報告①	報告①	報告①	報告①	報告①
	畢 滔滔(立正大学)	羽藤 雅彦(流通科学大学)	酒井 麻衣子(中央大学)	草野 泰宏(名桜大学)	廣田 章光(近畿大学)
	クラフトビール製造業が地域の活性化に及ぼす影響—米国オハイオ州クリーブランド市に関する事例研究—	同じブランドを利用する消費者の存在は重要なのか? コミュニティ感覚に注目した研究	健康関連サービスにおける消費者セグメントの理解—継続利用を促進するサービス設計の策定にむけて	クリエイティブクラスと都市の市場文化	体験創造型開発における表現、対話促進媒体としてのプロトタイプング—創造的瞬間と問題発見と解決の相互作用—
14:25 - 15:10	報告②	報告②	報告②	報告②	報告②
	庄司 義弘(新潟大学大学院博士後期課程)・長尾 雅信(新潟大学)	山本 奈央(名古屋市立大学)	犬塚 篤(名古屋大学)	川口 高弘(NTTコミュニケーションズ株式会社)	西 大輔(拓殖大学)
	清酒製造業が構築するブランド価値構造と消費者行動への訴求—GI山形の取得過程を事例として—	ソーシャルメディア時代のブランドマネジメント	サービス品質の不安定性が顧客評価に及ぼす効果およびそのマネジメントに関する実証的考察	文化的使用価値の根拠を問わない消費の検討—ブルデュー社会学を主な手がかりとして—	消費者参加型新製品開発におけるコミュニケーション戦略
15:10 - 15:55	報告③	報告③	報告③		報告③
	圓丸 哲麻(大阪公立大学)	大山 翔平(COC マーケティング)・新倉 貴士(法政大学)・西原 彰宏(亜細亜大学)・磯田 友里子(高知大学)	孫 維維(東京福祉大学)		宮本 文幸(桜美林大学)
	小売(リテールブランド)と都市再生:神戸大丸の事例を中心として	オンライン・コミュニティ「Blabo!」からのマーケティング・インプリケーション探求	中国市場における決済方法及びその影響要因に関する実証研究		製品デザインにおける擬人化作用について:化粧品類における消費者の擬人化認識と消費者効果の実証研究
15:55 - 16:40	報告④	報告④			
	濱 満久(名古屋学院大学)・白 貞王(流通科学大学)	平岩 英治(コンサルタント)			
	有機農産物市場を形成する価値共創の取組み:NPO法人「ゆうきハートネット」(岐阜県加茂郡白川町)を事例として	ニューノーマルにおけるネット小売企業の消費者対応と流通			