

日本商業学会 第74回 全国研究大会プログラム
(専修大学)

5月25日(土) 午前 理事総会

10:00 - 12:30	理事総会	10062教室 (10号館6階)
---------------	------	------------------

5月25日(土) 午後 統一論題：基調講演・特別講演およびパネルディスカッション

受付場所：10号館
会場：10031教室
(10号館3階黒門ホール)

13:30 - 13:40	<p>学会長挨拶</p> <p>南 知恵子(相山女学園大学教授、神戸大学名誉教授)</p>	
<p>統一論題シンポジウム</p> <p>都市をめぐる流通・マーケティングの新展開—理論と実証による多面的アプローチ—</p> <p>【司会】渡辺 達朗(専修大学 教授)</p>		
13:50 - 14:20	<p>基調講演</p> <p>高橋 郁夫(青山学院大学 教授・慶應義塾大学 名誉教授)</p> <p>「商業・サービス・消費者の新しい潮流と研究動向」</p>	
14:20 - 14:25	休憩	
14:25 - 14:55	<p>特別講演 I</p> <p>橋本 崇(小田急電鉄株式会社 エリア事業創造部 課長)</p> <p>「下北線路街プロジェクト—小田急の支援型開発の取り組み—」</p>	
14:55 - 15:00	休憩	
15:00 - 15:30	<p>特別講演 II</p> <p>三浦 展(カルチャースタディーズ研究所 主宰者)</p> <p>仮題「脱ファスト風土化と『第五の消費社会』のまちづくり」</p>	
15:30 - 15:40	休憩	
15:40 - 16:10	<p>パネルディスカッション</p> <p>橋本 崇(小田急電鉄株式会社)</p> <p>三浦 展(カルチャースタディーズ研究所 主宰者)</p> <p>高橋 郁夫(青山学院大学・慶應義塾大学)</p>	【司会】渡辺 達朗(専修大学)
16:10 - 16:20	休憩	
16:20 - 17:50	<p>会員総会</p>	会場：10031教室 (10号館3階黒門ホール)
17:50 - 18:00	休憩	
18:00 - 20:00	懇親会	会場：相馬永胤記念ホール (10号館16階)

	統一論題セッション					自由論題セッション
テーマ	流通・商業・まちづくり	社会課題対応	都市とマーケティング・消費者行動	マーケティングDX	都市とサブカル	消費者行動とブランド
会場	【10062教室(6階)】	【10061教室(6階)】	【10082教室(8階)】	【10081教室(8階)】	【10092教室(9階)】	【10091教室(9階)】
司会	金雲鎬 (日本大学)	西尾チヅル (筑波大学)	奥瀬喜之 (専修大学)	小野謙司 (青山学院大学)	田嶋規雄(拓殖大学)・松井剛(一橋大学)	新倉貴士 (法政大学)
9:00-9:10	解題(司会)	解題(司会)	解題(司会)	解題(司会)	解題(司会)	解題(司会)
9:10-9:50	報告① 牛場 智 (静岡大学) 商店街のマネジメントにおける新規事業導入への考察—静岡市「ビル泊」を事例として—	報告① 大平 修司(武蔵大学)・水越 康介(東京都立大学)・スタニスロフスキー スミレ(東京国際大学)・日高 優一郎(岡山大学) 公共政策としての地域ブランドの構築:ふるさと納税の事例を通じて	報告① 木暮 衣里 (神戸学院大学) 神戸市中心部における、子どもたちのための経験価値共創モデル 神戸学院大学×大丸神戸店×老祥記「もともちこどもマルシェ」を例に	報告① 今井 紀夫 (阪南大学) アパレル企業の店舗販売員によるSNS投稿を促進する組織的要因の検証	報告① 朝岡 孝平 (高知工科大学) 都市と文化のアセンブリッジ:「渋谷系」音楽を事例として	報告① 岡本 哲弥(滋賀大学)・林 美玉(甲南大学) 地域ブランドの言語的表現のテキストマイニング:地域団体商標を対象として
9:55-10:35	報告② 角谷 嘉則 (桃山学院大学) コロナ禍における都市再生とBIDの変化—イギリスのシェフィールド市を事例として—	報告② 杉谷 陽子(上智大学)・外川 拓(上智大学) 集団からの排除が向社会的購買行動に及ぼす影響:集団成員性と集団規範の調整効果	報告② 西井 真祐子 (青山学院大学) アバターがECサイト利用者 に及ぼす影響	報告② 関 隆教 (広島経済大学) 小売店舗販売員研究の新視点—デジタル化に伴う接客形態の類型化—	報告② 菊地 映輝(国際大学、非会員)・川又 啓子(青山学院大学) オタク文化の基盤としての都市への商業集積——情報化の進展による「オタク趣味の専門店」の機能変容に注目して	報告② 田頭 拓己(神戸大学)・松井 剛(一橋大学)・福川 恭子(一橋大学) 負のブランド評価と Conceptual Fluency: ソーシャルメディアにおける炎上と消費者の反応
10:40-11:20	報告③ 近藤 公彦 (小樽商科大学) オムニチャネルの垂直的調整問題—オムニチャネル・プラットフォームからの洞察—	報告③ 山本 晶 (慶應義塾大学) ファッションの処分行動の規定要因	報告③ 多田 伶(横浜国立大学)・金 勝鎮(大阪経済法科大学) 顧客体験におけるセレンディビティの源泉と影響:日本酒メーカーの事例研究	報告③ 小野 謙司 (青山学院大学) デジタルサービスの顧客満足とウェルビーイング	報告③ 田嶋 規雄(拓殖大学)・川又 啓子(青山学院大学) 地方都市におけるポップカルチャーの持続的活用に関する考察	報告③ 廣田 章光 (近畿大学) 空間近接の場における「遠方探索」行動の実態—異質な参加者が集積する場におけるプロトタイプを通じた対話の実態
11:25-12:05	報告④ 金雲鎬(日本大学)・猪口 純路(小樽商科大学)・小宮 一高(兵庫県立大学)・秋山 秀一(兵庫県立大学)・森村 文一(神戸大学) 市場情報の活用における組織要因の検討:情報タイプと部門間連携化を中心に	報告④ 久保田 進彦(青山学院大学)・石田 実(東洋大学)・西尾 チヅル(筑波大学) 居住地との関係性が環境配慮行動におよぼす影響	報告④(ドクトラル) 西尾 和生 (慶應義塾大学大学院) マーク付き Hawkes 過程を用いた顧客の購買頻度・購買金額の同時モデリング	報告④(ドクトラル) 重松 佳 (早稲田大学大学院) 過度な顧客満足度の追求と営業利益率のトレードオフの関係性の検証	報告④(ドクトラル) リュウ ホンキト (立命館大学大学院) オンライン・セールスプロモーションの達成条件の複雑さが消費者の利用意向に与える影響	報告④ 石井 隆太(立命館大学)・菊盛 真衣(立命館大学) 海外市場志向の有効性:企業間クチコミで紹介された現地流通業者の役割
12:05-13:00	昼食					

自由論題セッション						
テーマ 会場	地域・社会・環境 【10062教室(6階)】	IT・AIとイノベーション 【10061教室(6階)】	商業経営と商業集積 【10082教室(8階)】	ECと消費者 【10081教室(8階)】	チャネルと企業行動 【10092教室(9階)】	消費者の知覚と行動 【10091教室(9階)】
司会	菅野 佐織 (駒澤大学)	橋田 洋一郎 (専修大学)	東 伸一 (青山学院大学)	目黒 良門 (専修大学)	原 頼利 (明治大学)	杉谷 陽子 (上智大学)
13:00 - 13:05	解題(司会)	解題(司会)	解題(司会)	解題(司会)	解題(司会)	解題(司会)
13:05 - 13:45	報告① 白貞壬 (流通科学大学) 地域活性化の観点からみた有機農産物の持続可能なSFSCsの解明	報告① 加藤 好雄 (福知山公立大学) 宿泊事業における非接触サービスの顧客評価への影響	報告① 杉本 宏幸 (福岡大学) マーケティング支援としてのラックジョビング	報告① 呉 崧源 (立命館大学大学院) 中国ライブコマース市場におけるカスタマー・エンゲージメントの実証分析—アフォーダンスの視点から—	報告①(ドクトラル) 福地 駿之介 (慶應義塾大学大学院) 製造業者による海外チャネル展開と成果の関係:最適独自性理論に基づくアプローチ	報告①(ドクトラル) 芳賀 悠基 (早稲田大学大学院) デバイスの特性が消費者のリソース・スケーシティに与える影響
13:50 - 14:30	報告② 范 沈俐 (山梨学院大学) グリーン・ブランド・ポジショニングが購買意欲に与える影響	報告② 中野 暁(明治学院大学)・赤松直樹(明治学院大学) オムニチャネル統合における一貫性の果たす役割—予測可能性とセレンディビティー	報告② 松田 温郎(西南学院大学)・山崎 万緋(専修大学)・新島 裕基(専修大学) 地域商業の多様性評価モデルの追試研究	報告② 大下 剛 (千葉商科大学) EC利用時における送料に対する支払意思額に関する研究	報告②(ドクトラル) 工藤(原) 由佳 (早稲田大学大学院) 市場創造における制度的企業家の集団行動—低糖質市場を通じた探索的研究	報告②(ドクトラル) 丸山 雄大 (立命館大学大学院) オンラインレビューの有用性の規定因の探究:添付画像の明度に着目して
14:35 - 15:15	報告③ 増田 明子(専修大学)・大平 修司(武蔵大学) 日本のミニマリストにおける消費の意味:代替消費とバックワード消費	報告③ 速水 建吾(早稲田大学大学院)・齋藤梨菜(早稲田大学大学院)・権純鎬(神奈川大学)・河股久司(日本大学) サービス・ロボットが消費者による協力に影響を与える要因の検討	報告③ 山田 浩喜 (愛知大学) 名古屋エリアにおける百貨店の店舗選択とエリア満足度に関する同時分析	報告③ 間 湜(専修大学大学院)・渡辺達朗(専修大学) 中国生鮮食品ECにおける社区團購の成長要因—团长の役割に注目して—	報告③(ドクトラル) 白 謹豪 (慶應義塾大学大学院) チャネルシステムはどのように変えるべきか?チャネル多様性と密度の再構成がチャネルパフォーマンスに及ぼす影響	報告③(ドクトラル) 藪野 美芽 (早稲田大学大学院) 消費者の知覚に対する没入感の役割—文献レビューと研究方向性の提示—
15:20 - 16:00	報告④ 井上 友也 (中央大学大学院) 企業アカウントにおけるSNSでのCSR活動に関する写真投稿がCSR評価に及ぼす影響	報告④ 渡邊 裕也 (法政大学大学院) 小売店舗販売員リードユーザーによるイノベーション	報告④ 安永 克康(専修大学大学院)・渡辺 達朗(専修大学) 小売フォーマットのフロント・システムの時間的変化に関する研究	報告④ 川口 高弘 (NITコミュニケーションズ) ブルデュー社会学を手がかりとした文化的コンテキストの役割検討—消費者との文化的使用価値共創を題材に—	報告④ 國田 圭作 (嘉悦大学) 擬人化された食品は甘いのか?—ブランド擬人化がブランド知覚を媒介して味覚に与える影響	