

日本商業学会 第76回 全国研究大会プログラム
(神奈川大学 みなとみらいキャンパス)

5月30日 (土) 午前 理事総会

10:00 - 12:30	理事総会	会場：4008講義室 (4階)
---------------	------	-----------------

5月30日 (土) 午後 統一論題：基調講演およびパネルディスカッション

受付場所：1階入口付近

会 場：米田吉盛記念講堂 (4010講堂、4階)

13:15 - 13:25	学会長挨拶 南 知恵子 (椋山女学園大学教授、神戸大学名誉教授)	【司会】浦上 拓也 (神奈川大学)
統一論題シンポジウム 「ウェルビーイングの実現に向けた流通・マーケティング」		
13:30 - 14:05	基調講演Ⅰ 中村 陽一 (立教大学名誉教授、東京大学大学院情報学環特任教授、青森中央学院大学経営法学部、一般社団法人社会デザイン・ビジネスラボ代表理事) 「Well-beingな未来への社会デザイン ～未来に歓迎される生き方・暮らし方と『ソーシャルライフ』研究」	
14:05 - 14:10	休憩	
14:10 - 14:45	基調講演Ⅱ 清瀬 一浩 (公益社団法人2027年国際園芸博覧会 総合企画調整室 室長) 「GREEN×EXPOが目指すウェルビーイングな社会について」	
14:45 - 14:50	休憩	
14:50 - 15:25	基調講演Ⅲ 鈴木 重徳 (カゴメ株式会社 食健康研究所所長) 「カゴメが考えるウェルビーイングとは」 湯地 高廣 (カゴメ株式会社 マーケティング本部 ウェルビーイング事業部 サービス開発グループ課長) 「楽しく続けられるウェルビーイングサービスの開発」	
15:25 - 15:35	休憩	
15:35 - 16:10	パネルディスカッション 中村 陽一 (立教大学名誉教授、東京大学大学院情報学環特任教授、青森中央学院大学経営法学部、一般社団法人社会デザイン・ビジネスラボ代表理事) 清瀬 一浩 (公益社団法人2027年国際園芸博覧会 総合企画調整室 室長) 鈴木 重徳 (カゴメ株式会社 食健康研究所所長) 湯地 高廣 (カゴメ株式会社 マーケティング本部 ウェルビーイング事業部 サービス開発グループ課長)	【司会】中見 真也 (神奈川大学)
16:10 - 16:20	休憩	
16:20 - 17:50	会員総会	会場：米田吉盛記念講堂 (4010講堂、4階)
17:50 - 18:00	休憩	
18:00 - 20:00	懇親会	会場：トップラウンジ (21階)

日本商業学会 第76回 全国研究大会プログラム

5月31日(日) 午前 統一論題・ドクトラルセッション

会場：6階各講義室 受付：1階入口付近
(報告30分、質疑10分、交代・休憩5分)

	統一論題セッション					ドクトラルセッション
テーマ	イノベーション・DX	地域・社会・倫理	価値観とライフスタイル	顧客満足・顧客経験	地域・ブレイスブランディング	流通・マーケティング
会場	6006講義室(6階)	6007講義室(6階)	6008講義室(6階)	6009講義室(6階)	6010講義室(6階)	6011講義室(6階)
司会	金雲鎬(中央大学)	芳賀康浩(青山学院大学)	鈴木和宏(小樽商科大学)	須永努(早稲田大学)	長尾雅信(共立女子大学)	西川みな美(文教大学)
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	報告①	報告①	報告①	報告①	報告①
	于 鑫(神戸大学)	相島 淑美(神戸学院大学)* 山川 拓也(流通科学大学)	和田 充夫(慶應義塾大学名誉教授)* 新倉 貴士(法政大学)* 高橋 広行(同志社大学)* 園丸 哲麻(大阪公立大学)* 鈴木 和宏(小樽商科大学)* 赤松 直樹(明治学院大学)* 磯田 友里子(大阪公立大学)* 西原 彰宏(亜細亜大学)* 財津 涼子(CCCMKホールディングス) 大山 翔平(CCCMKホールディングス)	多田 伶(慶應義塾大学) 金 勝鎮(静岡大学)* 勝又 壮太郎(大阪大学)	長尾 雅信(共立女子大学)* 徳山 美津恵(関西大学)*	白 瞳豪(慶應義塾大学大学院)
	アイデンティティ実現のためのユーザー・イノベーション	ファミリービジネスのパーパス経営と地域社会のウェルビーイング——神戸ローカルベーカーチェーンの事例から——	ライフカルチャーの探究：概念定義、検証、実践	日本酒レビュー写真の画像分析による消費文脈と評価の関係性	ブレイス・ブランディングと内部者のウェルビーイング——イタリア・ウンブリア州におけるコートピア志向移動者の実践から	フランチャイズ店の比率：その規定要因と企業業績への影響
9:55 - 10:35	報告②	報告②	報告②	報告②	報告②	報告②
	廣田 章光(流通科学大学・近畿大学デザイン・クリエイティブ研究所)* 志村 典孝(NEC AIビジネス・ストラテジー統括部 リードデータサイエンティスト)	山川 拓也(流通科学大学)* 相島 淑美(神戸学院大学)	李 昊泰(中央大学)* 古川 裕康(明治大学)	多田 伶(慶應義塾大学) 渡部 優(横浜国立大学大学院)* 王 皓(横浜国立大学大学院)*	三浦 卓己(常葉大学)	原 大祐(明治大学大学院)
	開発者とAI生成情報との対話をもたらす省察行動——AIエージェントによる生成情報が開発者の決定行動に与える影響——	パンの街・神戸における多様なベーカーチェーンの地域関係構築——神戸・阪神圏6社の横断的分析——	消費者ミニマリズムと主観的幸福：シェアリングサービス利用の国際比較を通じて	顧客満足がロイヤルティへ及ぼす影響の実証分析：SDGs評価の調整効果に着目して	政令指定都市を対象とした地域ブランド資産の内的メカニズムの検討——ウェルビーイングを含む地域価値媒介モデルのマルチレベル分析——	百貨店における音楽隊の戦略的意義と音楽市場の形成
10:40 - 11:20	報告③	報告③	報告③	報告③	報告③	報告③
	近藤 公彦(北海道武蔵女子大学)	磯本 美穂(早稲田大学大学院)	酒井 麻衣子(中央大学)	小野 讓司(青山学院大学)	新 雅史(流通科学大学)	渡辺 泰輔(法政大学大学院)
	オムニチャネル研究における統合的アプローチ構築に向けて	企業のエシカルな取り組みが消費者ウェルビーイングと行動意図に与える影響	消費者の健康目標(CHGs)を実現する顧客エコシステムの理解：日米消費者の国際比較	顧客満足とウェルビーイング：顧客の異質性を考慮した分析	文化資源の継承と地域商業の活性化をつなぐ価値共創：信頼に基づく大島紬の「預かり・活用」ビジネスモデルとウェルビーイング	デジタル経済における消費者の時間便益志向：体系的レビューによる理論的統合
11:25 - 12:05		報告④	報告④	報告④		報告④
		治部 れんげ(東京科学大学 リベラルアーツ研究教育院) ジェンダー規範変化への企業の戦略的対応～1980年代～2020年代における日本企業の広告における「家庭料理の担い手」の表象に関する制度的分析	森藤 ちひろ(関西学院大学) 顧客エコシステムにおける個人と家族のウェルビーイング：健康行動における世代間比較	中見 真也(神奈川大学)* 金 昌柱(立命館大学) 従業員の本真正性はかにも顧客市民行動を促進するのか：店舗愛着とウェルビーイングを通じた心理プロセス		戸塚 千裕(慶應義塾大学大学院) 顧客体験から顧客エンゲージメントへ：顧客接点を通してエンゲージメントが構築される消費者内部プロセスの解明

注：*は共同研究における登壇者を示す。

5月31日（日）午後 自由論議・ドクトラルセッション

会場：6階各講義室 受付：1階入口付近
 （報告30分、質疑10分、交代・休憩5分）

	自由論議セッション					ドクトラルセッション
テーマ	EC・小売DX	消費者行動とブランド	マーケティング理論・戦略	小売システム	デジタル時代の消費者行動	オンラインコミュニケーション
会場	6006講義室（6階）	6007講義室（6階）	6008講義室（6階）	6009講義室（6階）	6010講義室（6階）	6011講義室（6階）
司会	太宰 潮(福岡大学)	田嶋 規雄(拓殖大学)	久保 知一(中央大学)	横山 斉理(同志社大学)	津村 将章(神奈川大学)	権 純鶴(神奈川大学)
13:00 - 13:05	報告①	報告①	報告①	報告①	報告①	報告①
13:05 - 13:45	大下 剛(千葉商科大学)	胡 愷禱(立命館大学)	久保 知一(中央大学)* 松田 敦樹(中央大学大学院) 白石 秀壽(鳥取大学)	安永 克康(専修大学大学院)* 渡辺 達朗(専修大学)	秦 洋二(流通科学大学)	早田 知生(神戸大学大学院)
	インターネット通販における送料無 料条件が消費者の購入意図および配 送費用推計に与える影響	SNS公共広告における情報フレーミ ングが主観的ウェルビーイングと寄 付意図に及ぼす影響（仮）	マーケティング・チャネル管理様式 としての投機：指定価格制度導入に 伴うチャネル成果の実証分析	食品スーパーマーケットの生産性改 革—食品全体システムの最適化に向 けて—	流動化する読書空間とポスト・サー ビススケープ —電子出版物利用における読書空間 の実証分析—	売り手メッセージとオンラインレ ビューの質的一貫性が需要に与える 影響
13:50 - 14:30	報告②	報告②	報告②	報告②	報告②	報告②
	肖 雅桐(埼玉大学大学院)* 井原 基(埼玉大学)*	藤原 一肇(愛知学院大学)	永井 雄一(同志社大学大学院)	坂田 博美(富山大学)	石田 実(東洋大学)	平木 一光(拓殖大学大学院)
	中国における日系化粧品品の推奨コン テキストの言語解析—トップKOL （李佳琦）と在日中国人KOLの比較 —	ラグジュアリー・ブランドにおける コース・リレーテッド・マーケティ ングの逆説的効果—ダーク・トライ アドの視点による量的検証—	企業購買プロセスにおける段階別意 思決定構造の分析	販売者と顧客が親しい関係を構築す るメカニズムの検討：「品物を介し た付き合い」と土産物の比較	ゲーミフィケーションを用いた商品 の利用体験	オンラインコミュニティにおけるブ ロシューマーとフォロワーのコンテ ンツ横断行動に関する考察
14:35 - 15:15	報告③	報告③	報告③	報告③	報告③	報告③
	丁 明(敬愛大学)	野沢 誠治(共立女子大学)	薄井 健(帝塚山大学)	畠 慎一郎(慶應義塾大学大学院)* 清水 聡(慶應義塾大学)	洪瀬 雅彦(関東学院大学)* 榎澤 祐一(嘉悦大学)	丸山 雄大(立命館大学大学院)
	ラストマイル配送情報が顧客経験に 与える影響に関する探索的研究	企業ブランド知識におけるCSR・ CA・Purposeの統合モデル— Purpose-Capability Alignmentがブ ランド愛着に及ぼす影響—	航空機産業におけるサプライヤー・ スイッチング戦略の決定要因：組織 的スラックと構造的圧力の観点から	都市構造と時間帯が消費者の業態選 択に与える影響—空間的・時間的制 約を考慮した実証分析—	生成AIリテラシーの役割—主観的理 解と客観的知識の差異—	eクチコミの掲載順とウェブサイトの 色調の相互作用の探求
15:20 - 16:00	報告④	報告④	報告④	報告④	報告④（ドクトラル）	報告④
	白 寅秀(大阪経済大学)	水野 誠(明治大学)* 石原 昌和(ニューヨーク大学)	川口 高弘(株式会社NTTドコモ)	劉 沛然(青山学院大学大学院)	北澤 涼平(慶應義塾大学大学院)	孫 良南(埼玉大学大学院)
	大手小売企業におけるDX変革の動態 —EC市場拡大期の韓国を中心とし た日米比較分析—	セグメンテーション／ターゲティ ングの有効性を問直す—購買履歴デ ータを用いた分析	主題：「社会」と「文化」を峻別す る理論枠組みの検討 副題：文化的 使用価値共創のモデル化を目指して	小売国際化研究の系譜と今後の方向 性	耐久財における2種類のアクセスペー ス消費	SHEINにおけるUGC活用の分析 — SORモデルによるZ世代消費者行動メ カニズムの考察—

注：*は共同研究における登壇者を示す。