

## 日本商業学会 第 13 回全国研究報告会プログラム

■テーマ : 市場創造のマーケティング, 流通, 消費, 地域

■日時 : 2023 年 12 月 17 日(日) 10 時~16 時 45 分

■会場 : 明治学院大学・白金キャンパス

アクセスマップ

<https://www.meijigakuin.ac.jp/access/index.html>

白金キャンパスマップ

<https://www.meijigakuin.ac.jp/campus/shirokane/>

■参加費 : 4,000 円 (大学院生 1,000 円)、 ※非会員の方は大学院生も含め 6,000 円 (税込)

■参加申込 : 次の事前参加申込フォームにアクセスし、12 月 11 日(月)17 時 00 分までにお申込みください。

申込フォーム

<https://reg-cloud.com/jsmd20231217/Entry/RegTop.aspx>

また、当日お弁当のご用意を希望される方は「お弁当 (1,300 円 (お茶付き・税込))」のお申込みをお願い致します。

※昼食 : 大会当日、校内の学食・売店は営業していません。大学近くにはコンビニエンスストアはあります。

※申込確定後の変更・キャンセルはお受けできませんのでご注意ください。

※お支払い方法 : クレジットカード決済のみとなっておりますのでご了承ください。

関西部会代表理事 : 廣田章光

プログラム委員 : 新倉貴士、金雲鎬、赤松直樹、大内秀二郎、玉置了、滝本優枝、岡山武史、峯尾圭、瀬良兼司、柳偉達

日本商業学会 第13回全国研究報告会プログラム 統一論題『市場創造のマーケティング，流通，消費，地域』

2023年 12月 17日(日)(明治学院大学・白金キャンパス)

10:00-10:10 学会長挨拶: 日本商業学会会長 南 知恵子(神戸大学大学院 教授)

10:10-12:10 全体セッション 『市場創造のマーケティング，流通，消費，地域』 司会: 滝本優枝(近畿大学), 廣田章光(近畿大学)

会場: 2号館 2階 2301教室

10:10-11:00 講演1 「進化するブランド」

石井淳蔵(神戸大学名誉教授・流通科学大学 名誉教授)

11:00-11:50 講演2 「ブランドマネジメントと『パーセプションフロー・モデル』」

音部大輔(クー・マーケティング・カンパニー 代表取締役)

11:50-12:10 質疑

昼食および午後セッションの案内

12:15-13:15 昼食休憩

13:15-16:40 テーマ別セッション

テーマ	第1セッション	第2セッション	第3セッション	第4セッション
	コミュニケーションと消費者行動	地域	ブランド	環境変化と市場創造
会場(教室)	2301	2302	2101	2102
セッション司会・ コメンテーター	玉置了(近畿大学)	大内秀二郎(近畿大学)	新倉貴士(法政大学)	廣田章光(近畿大学)
13:15-13:55	片野 浩一(明星大学)	明神 実枝(福岡大学)	杉林 弘仁(神戸大学大学院)	大驛 潤(中央学院大学)
	自発投稿型コンテンツとインフルエンサー 型コンテンツのUGC収益化モデルの比較 研究	日本型地域ブランドの形成論理に関する一考 察	日本発のグローバル・ラグジュアリー・ブラ ンドーミキモトのグローバル・マーケティン グ史からー	マーケティング研究におけるアントレプレナ ーシップ研究の問題点: 起業家のリスク・シー キング問題

13:55-14:35	速水 建吾 (早稲田大学)・ 芳賀悠基(早稲田大学)・ 齋藤莉菜(早稲田大学大学院)・ 恩藏直人 (早稲田大学)	徳山 美津恵 (関西大学)・ 長尾 雅信 (新潟大学)	熊谷 健 (三重大学)	重田 孝夫 (SBI 大学院大学)
	配膳ロボットによる接触が食品評価に及ぼす影響	内部ステークホルダーによるプレイス・ブランドディングの実践：真鶴町における移住者の取り組みを通して	ブランドパーソナリティに基づくサステナビリティ施策の検討：自己概念調和の視座から	マーケティング分野をはじめとした生成 AI のビジネスでの活用
14:40-15:20	白井 美由里 (慶應義塾大学)	松田 温郎 (西南学院大学)	巖 秀延 (立命館大学大学院)	宇野 博武 (武庫川女子大学)・ 山口 志郎 (流通科学大学)
	広告におけるサステナブル製品のポジショニングと概念メタファー	常連で賑わう居酒屋の顧客マネジメント	経済制裁へのアニモシティと消費者ボイコットの関係における考察：ブランド力と企業の社会貢献の役割を焦点として	プロスポーツ組織におけるオペレーションの柔軟性：グラウンデッドセオリー・アプローチによる構成概念の検討
15:20-16:00	桂 隠 (神戸大学大学院)	細井 謙一 (広島経済大学)	酒井 博章 (大阪産業大学)	岡野 純司 (愛知学院大学)
	パラソーシャル現象とインフルエンサーの信憑性がフォロワーの購買意図に与える影響	広島お好み焼き市場の形成過程—ビジネス・エコシステム形成による市場創造—	時間の経過とともに育まれるブランドへの感情：ブランドアタッチメント、ロマンティックブランドラブ、ブランドロイヤルティ、ブランド体験、知覚価値の検討	1955～1960年代の百貨店における返品制・手伝店員制の実態分析
16:00-16:40	須田 孝徳 (東洋学園大学)・ 石井 裕明 (早稲田大学)・ 平木 いくみ (東京国際大学)・ 谷澤 和哉 (株式会社オズマピーアール)・ 馮 惠芸 (株式会社オズマピーアール)・ 宮崎 由美 (株式会社オズマピーアール) 林 直樹 (株式会社オズマピーアール) 恩藏 直人 (早稲田大学)			
	生産地への渡航意向を促す特産品の訴求方法：製品の生成プロセス提示による効果に着目して			