

## 日本商業学会 第 15 回全国研究報告会のご案内

12 月 21 日(日)に東京経済大学において開催する第 15 回全国研究報告会についてご案内申し上げます。

今回の大会は、午前・午後の二部構成で開催いたします。午前中の全体セッションでは、「学会誌を考える」と題し、学会誌に焦点を当てます。昨年度の『流通研究』と International Journal of Marketing and Distribution (IJMD) 誌の統合、そして今年度の全国研究大会で報告された「JSMD レビュー」の編集方針変更など、学会誌は現在、大きな変革期を迎えています。そこで、両誌の編集長より現状と課題についてご報告いただいた後、今後の学会誌のあり方について、関係者および参加者の皆様と討論する「ラウンドテーブル」を開催いたします。

午後は、自由論題による研究報告のセッションです。今回は 19 件の報告を予定しています。大学院セッションにも多くの報告希望が寄せられており、活発で刺激的な議論が展開されることと思います。また、ランチョンセッションとして「若手研究者の研究とキャリア」をテーマに、法政大学の岡田庄生先生にご登壇いただきます。こちらにもぜひ足をお運びください。

今大会の開催にあたり、二点お願いがございます。まず、今大会では昼食のお弁当の受付は行いません。開催校の学食および売店も営業しておりませんが、大学近くには複数の飲食店、コンビニエンスストアがございます。この点を踏まえ、お昼の休憩をやや長めに確保しておりますが、あらかじめ昼食をご準備いただけますと、ランチョンセッションへのご参加もスムーズかと存じます。また、開催校の都合により、懇親会の開催も予定しておりません。何卒ご理解のほどお願いいたします。

## 日本商業学会 第 15 回全国研究報告大会

■日時：2025 年 12 月 21 日(日) 10 時 00 分～17 時 00 分

■会場：東京経済大学 国分寺キャンパス 6 号館（6 号館は正門から奥の方に見える水色の建物）

国分寺キャンパスへのアクセス <https://www.tku.ac.jp/access/kokubunji/index.html>

■参加費：

|     | 会員      |         | 非会員     |         |
|-----|---------|---------|---------|---------|
|     | 一般      | 院生      | 一般      | 院生      |
| 参加費 | 5,000 円 | 1,000 円 | 7,000 円 | 7,000 円 |

■参加申込：次の事前参加申込フォームにアクセスし、12 月 19 日(金)12 時までにお申込みください。クレジット決済による事前申込みのみの対応となります。

申込先：https://reg-cloud.com/jsmd20251221/Entry/RegTop.aspx

■注意点：

- ・お支払い方法は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。また、当日の現地での参加申し込み、現金受渡はトラブルのもとになりますので、事前申込にご協力ください。
- ・参加費は運営経費（事務委託先・入金管理システムなどの経費）として使用します。そのため、参加費の振り込み後の返金はいたしません。ご理解のほどよろしくお願い申し上げます。

関西部会代表理事：小宮一高（兵庫県立大学）

プログラム委員：清水信年（流通科学大学）、吉田満梨（神戸大学）、久保知一（中央大学）、近藤浩之（東京経済学）、森岡耕作（東京経済大学）

日本商業学会 第15回全国研究報告会プログラム

2025年12月21日(日) 東京経済大学 【国分寺キャンパス 6号館】

- 10:00-10:05：学会長挨拶 日本商業学会会長 南知恵子（椋山女学園大学教授・神戸大学名誉教授）
- 10:05-11:50：全体セッション『学会誌を考える』 【6号館3階 F308教室】
- ・10:05-10:30：編集長報告① 松井剛（一橋大学） 『流通研究』（IJMD）について
  - ・10:30-10:55：編集長報告② 金雲鎬（中央大学） 「JSMD レビュー」について
  - ・11:00-11:50：ラウンドテーブル 「学会誌を考える」南知恵子、松井剛、金雲鎬、石井裕明（早稲田大学）、石井隆太（立命館大学）
- 12:30-13:00：ランチョンセッション 『若手研究者の研究とキャリア』【6号館3階 F308教室】
- 岡田庄生（法政大学）「実務と研究の歩みを振り返って」

13:20-17:00 自由論題報告

| 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                                                                  |
|-------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
|             | 消費者行動                                            | マーケティング                                         | ソーシャル                                                        | 大学院生セッション                                                                |
| 会場（教室）      | 6号館3階 F301                                       | 6号館3階 F302                                      | 6号館3階 F303                                                   | 6号館3階 F304                                                               |
| セッション司会     | 吉田満梨（神戸大学）                                       | 久保知一（中央大学）                                      | 清水信年（流通科学大学）                                                 | 横山斉理（同志社大学）                                                              |
| 13:20-14:00 | 藤田 美幸（法政大学）<br>新倉 貴士（法政大学）                       | 上原 義子（高千穂大学）                                    | 金 昌柱（立命館大学）<br>高嶋 克義（追手門学院大学）                                | 片岡 隆史（兵庫県立大学大学院）                                                         |
|             | 消費者のブランド・イメージが顧客ロイヤルティの形成に与える影響                  | 伝統的工芸品の市場価値形成と意味変容の分析                           | サステナビリティ活動の浸透と企業内外連携：競争環境の調整効果の検証                            | 地域ブランディング運営組織のマーケティング活動と類型化：損保乃糸と草加せんべいの比較事例分析                           |
| 14:05-14:45 | 下坂 光（大阪商業大学）<br>渡邊 久晃（尾道市立大学）<br>須賀 涼太（京都産業大学）   | 新 雅史（流通科学大学）<br>小松かおり（北海学園大学）<br>平野（野元）美佐（京都大学） | 范 沈俐（大阪経済法科大学）                                               | 藪野 美芽（早稲田大学大学院）                                                          |
|             | ウェアラブル・デバイスにおけるパーソナライゼーションがコントロール感と継続使用意図に与える影響  | インバウンド観光時代の商店街：「マッチグー」における複数需要の交錯と空間再編          | 食品安全が消費者のサステナビリティ評価に与える影響                                    | 「落としやすさ」が自己一致を通じて購買意欲に及ぼす影響                                              |
| 14:50-15:30 | 熊谷 健（東洋大学）                                       | 白石 秀壽（鳥取大学）                                     | GHIMIRE ANIL（流通科学大学）                                         | 長橋 明子（慶應義塾大学大学院）                                                         |
|             | 海外投資家によるブランド買収：COO-fitと心理的距離の影響                  | 起業家の成功・失敗経験がフランチャイズ加盟意思決定に及ぼす影響                 | オーバーツーリズム環境下におけるハラルツーリズムの持続可能性とその限界                          | 対面交流はブランドとコミュニティ参加者の関係を深めるのか？～B2Bブランド・コミュニティにおけるオフラインイベントが参加者に与える影響について～ |
| 15:35-16:15 | 西 大輔（拓殖大学）                                       | 梶田 真生（流通科学大学）                                   | 宇野 博武（武庫川女子大学）<br>岡田 美優（早稲田大学大学院）                            | 早田 知生（神戸大学大学院）                                                           |
|             | マーケティング・コミュニケーションにおける生産者情報の訴求効果—ブランド力による調整効果の役割— | 組織能力と制度的圧力がクロスチャネル統合に与える影響                      | サービスにおける価値共破壊はどのように経験されるのか？：車椅子スポーツクラブの一般公共スポーツ施設利用に関する事例研究  | 売り手のコミュニケーションメッセージの差別化と同質化：最適識別性の観点から                                    |
| 16:20-17:00 |                                                  | 田頭 拓己（神戸大学）                                     | ショウ ヘイ（立命館大学）                                                | 林 軒可（立命館大学大学院）                                                           |
|             |                                                  | 小売企業におけるチャネル間統合と収益性の関係                          | 企業の社会的無責任行動が消費者行動に及ぼす影響：ボイコットと旅行意図に対するブランドロイヤルティと企業評判の役割の差異化 | ビデオゲーム誘発する観光の動機の検討：真正性の視点から                                              |

\*懇親会は予定しておりません。