

## 関東部会 2021年度部会研究会

### -----4月部会研究会-----

【日時】2021年4月24日(土) 13:00~16:40

【開催方法】Zoomによるオンライン開催

#### 【報告者および報告論題】

フリーセッション 13:00~14:20

※敬称略

コーディネーター：菅野佐織(駒澤大学)、斎藤嘉一(明治学院大学)

研究発表(報告20分 コメント10分 質疑10分)

報告(1):「ニューノーマル時代における日本の小売イノベーションに関する理論的考察と今後の課題」

報告者：中見真也(神奈川大学)

コメントーター：近藤公彦(小樽商科大学)

報告(2):「サイコグラフィックとサブスクリプション—制御焦点理論に焦点を当てて—」

報告者：太宰潮(福岡大学)

コメントーター：外川拓(上智大学)

テーマセッション 14:30~16:40

「消費者行動」、「マーケティング・サイエンス」合同セッション

※敬称略

#### ■第一部 14:30~15:30

テーマ：消費者行動

コーディネーター：坂下玄哲(慶應義塾大学)、杉谷陽子(上智大学)

研究発表(報告20分 質疑10分)

報告(1):「経済悪化情報が高カロリー食品への潜在的/顕在的な選好/回避に及ぼす効果」

報告者：井上裕珠(日本大学)

報告(2):「クチコミが組織の購買意思決定に及ぼす影響：展望と今後の課題」

報告者：菊盛真衣(立命館大学・慶應義塾大学)、石井隆太(立命館大学)

#### ■第二部 15:40~16:40

テーマ：マーケティング・サイエンス

コーディネーター：清水聡(慶應義塾大学)、山本晶(慶應義塾大学)

研究発表(報告20分 質疑10分)

報告(1):「スマートフォン起動ログ分析による消費者ウェルビーイングの検討-COVID-19のアウトブレイクにおける創発的消費者の行動-」

報告者:西本章宏(関西学院大学)、勝又壮太郎(大阪大学)、本橋永至(横浜国立大学)

報告(2):「プロ野球ファンのツイートから「熱狂のメカニズム」を探る」

報告者:水野誠(明治大学)、佐野幸恵(筑波大学)、笹原和俊(東京工業大学)

-----7月部会研究会-----

【日時】2021年7月10日(土)13:00~16:30

【開催方法】Zoomによるオンライン開催

【報告者および報告論題】

フリーセッション 13:00~14:20

※敬称略

コーディネーター:小野晃典(慶應義塾大学)、久保知一(中央大学)

研究発表(報告20分 コメント10分 質疑10分)

報告(1):「カスタマイゼーションの失敗が消費者の製品選好に及ぼす影響」

報告者:岩間雄亮(慶應義塾大学大学院)、北澤涼平(慶應義塾大学大学院)、小野晃典(慶應義塾大学)

コメントーター:竹内亮介(東洋大学)

報告(2):「チェーン小売企業における需要不確実性と出店地域の選択」

報告者:西川みな美(帝京大学)

コメントーター:久保知一(中央大学)

テーマセッション 14:30~16:40

「マーケティング戦略」、「マーケティング・コミュニケーション」合同セッション

※敬称略

■第一部 14:30~15:40

テーマ:マーケティング戦略

コーディネーター:三浦俊彦(中央大学)、井上淳子(成蹊大学)

研究発表(報告20分 コメント10分 質疑20分)

※報告1と報告2の後に2つの報告に対するコメントおよび質疑を行います。

報告(1):「ブランド・インキュベーション戦略:概要とフレームワーク」

報告者:鈴木和宏(小樽商科大学)、西原彰宏(亜細亜大学)、圓丸哲麻(大阪市立大学)

コメントーター:三浦俊彦(中央大学)

報告 (2) : 「ブランド・インキュベーション戦略：スタートアップブランド「X-mobile」の事例」

報告者：新倉貴士（法政大学）

コメンテーター：三浦俊彦（中央大学）

■第二部 15：50～16：30

テーマ：マーケティング・コミュニケーション

コーディネーター：久保田進彦（青山学院大学）、広瀬盛一（東京富士大学）

研究発表（報告 20 分 コメント 10 分 質疑 10 分）

報告 (1) : 「動画広告における言語情報の提示が消費者反応に与える影響」

報告者：劉玉婷（リュウ ギョクテイ）（早稲田大学大学院）

コメンテーター：渋瀬雅彦（横浜商科大学）

-----11 月部会研究会-----

【日時】 2021 年 11 月 6 日（土） 13：00～17：00

【開催方法】 Zoom によるオンライン開催

【報告者および報告論題】

フリーセッション：13:00～14:30

※敬称略

コーディネーター：安藤和代（千葉商科大学）、柴田典子（横浜市立大学）

研究発表（報告 20 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

13:00～13:40

報告(1) 「オムニチャネルにおける消費者買物価値：中国の事例」

報告者：王 慧娟（法政大学大学院）

コメンテーター 西原彰宏（亜細亜大学）

13:40～14:20

報告(2) 「オンライン環境における製品の提示形式が重さ知覚に及ぼす影響」

報告者：権純鎬（早稲田大学）、須田孝徳（早稲田大学）、野村拓也（学習院大学大学院）

コメンテーター 朴宰佑（中央大学）

テーマセッション：14:30～17:00

「流通・商業」「マーケティング理論・歴史」合同セッション

※敬称略

コーディネーター：東伸一（青山学院大学）、横山斉理（法政大学）、水越康介（東京都立大学）、戸田裕美子（日本大学）

第一部 研究発表（報告 30 分、質疑 10 分）

第二部 特別講演（講演 45 分、質疑 15 分）

■第一部

14：30～15：10

報告(1)「戦前期の百貨店における返品制の実態分析」

報告者：岡野純司（愛知学院大学）

15：10～15：50

報告(2)「百貨店の取引制度 —戦後復興期から高度経済成長期を中心として」

報告者：河田 賢一（常葉大学）

■第二部

16：00～17：00（講演 45 分、質疑 15 分）

特別公演「 デジタルパブリッシングが変える出版流通」

講演者：新名 新（株式会社メディアトゥ 取締役副社長 COO）