

関東部会 2022 年度部会研究会

-----4 月部会研究会-----

【日時】 2022 年 4 月 23 日（土） 13：00～17：00

【開催方法】 オンライン開催（駒澤大学）

【報告者および報告論題】

フリーセッション

コーディネーター：高田英亮（慶應義塾大学）、菅野佐織（駒澤大学）

研究発表：（報告 20 分 コメント 5 分 質疑 10 分）

報告（1） 「デジタル時代の市場志向に向けて」

報告者： 今井紀夫（一橋大学大学院）

コメントーター：水越康介（東京都立大学）

報告（2） 「Human Asset Specificity, Physical Asset Specificity, and Direct Distribution」

報告者： 高田英亮（慶應義塾大学）、マーク・パリー（ミズーリ大学カンザスシティ校）

コメントーター：金雲鎬（日本大学）

■第一部

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）、西原彰宏（亜細亜大学）

研究発表：（報告 30 分、コメント 5 分、質疑応答 10 分）

報告（1） 「所有と獲得のジレンマ：物質主義傾向が高い消費者のシェアリングエコノミーへの参加に際して」

報告者：野村拓也（星槎道都大学）

コメントーター：李旻泰（東洋大学）

報告（2） 「製品の擬人化が心理的所有感に及ぼす影響」

報告者：須田孝徳（早稲田大学商学学術院）

コメントーター：久保田進彦（青山学院大学）

■第二部

テーマ：マーケティング・サイエンス

コーディネーター：山本品（慶應義塾大学）、寺本高（横浜国立大学）

研究発表：（報告 20 分、質疑応答 10 分）

報告（1） 「An Analysis of Activating Communication on Website Between Users by the Propensity Score Considering the Heterogeneity of the Questioner」

報告者：佐々木舞香（流通経済研究所／筑波大学大学院）、石橋敬介（流通経済研究所）、尾崎幸謙（筑波大学）

報告（2）「The Profit Impact of Marketing Analytics and Its Contingency Factors」

報告者：Bjoern Frank（早稲田大学）

-----6月部会研究会-----

【日時】2022年7月23日（土）

【場所】慶應義塾大学三田キャンパス北館3F大会議室

※Zoom Meetingを用いたハイフレックス方式。

【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）・田頭拓己（一橋大学）

【研究発表】（報告20分 コメント10分 質疑10分）

報告（1）"How Does Standing High and Low Affect Consumers' Responses to Different Advertising Appeals?"（仮）

報告者：王カク（慶應義塾大学大学院）（カクは王へんに玉）

コメントータ：石井裕明（青山学院大学）

報告（2）"Product Variety and Design in the Age of Peer-to-Peer Sharing"（仮）

報告者：善如悠介（神戸大学）

コメントータ：山本晶（慶應義塾大学）

◆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】井上淳子（成蹊大学）、三浦俊彦（中央大学）

【研究発表】（報告25分、コメント5分、質疑応答5分）

報告（1）「超優良顧客に注目したリスク管理手法の提案～極値統計学のマーケティングへの活用」

報告者：上田雅夫（横浜市立大学）

コメントータ：熊倉広志（中央大学）

報告（2）「処理流動性が店舗内消費者行動に及ぼす影響」

報告者：井上真里（中央大学）・李昊泰（中央大学）・李振（関西大学）

コメンテータ：須永努（早稲田大学）

◆第二部 15：50～17：00◆

【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】広瀬盛一（東京富士大学）、松井剛（一橋大学）

【研究発表】（報告 25 分、質疑応答 10 分）

報告（1） 「ネイティブ広告研究の方向性：媒体比較のための理論的枠組みの探究」

報告者：田部溪哉（城西大学）

報告（2） 「ソーシャルメディアにおける炎上と消費者行動に関する研究」

報告者：田頭拓己（一橋大学）