

関東部会 2023 年度部会研究会

-----4 月部会研究会-----

【日時】2023 年 4 月 15 日（土）13：00～16：50

【会場】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）、高田英亮（慶應義塾大学）

研究発表（報告 20 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「マーケティングにおける心理的所有感に関する研究のレビューと今後の課題?近年の研究のレビューを中心に」

報告者：菅野佐織（駒澤大学）

コメントーター：山本品（慶應義塾大学）

報告(2)：「CSR が消費者ベースのブランド・エクイティに与える影響—企業ブランドが扱う財の違いに注目したパネルデータ分析—」

報告者：福地駿乃介（慶應義塾大学大学院）

コメントーター：久保田進彦（青山学院大学）

◆◇◆ テーマセッション（14：30～16：50） ◆◇◆ ※敬称略

「消費者行動」、「マーケティング・サイエンス」合同セッション

■第一部 14：30～15：40

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）、外川拓（上智大学）

研究発表（報告 20 分、コメント 10 分、質疑 10 分）

報告(1)：「デバイスの種類によって生じる EC サイト上での購買行動の違い」

報告者：斎藤梨菜（早稲田大学大学院）、恩藏直人（早稲田大学）

コメントーター：坂下玄哲（慶應義塾大学）

研究発表（報告 20 分、質疑 10 分）

報告(2)：「家庭用ロボットとの関係構築と消費者の受容」

報告者：織田由美子（名古屋商科大学）

■第二部 15：50～16：50

テーマ：マーケティング・サイエンス

コーディネーター：寺本高（中央大学）、山本品（慶應義塾大学）

研究発表（報告 20 分、質疑 10 分）

報告（1）：「時系列を中心とした消費者のチャンネル使い分け変化の研究」

報告者：宮本純至（慶應義塾大学大学院）

報告（2）：「小売プロモーションが概略的および具体的計画購買に与える影響」

報告者：寺本高（中央大学）、佐藤伸（CCCMK ホールディングス）