

関東部会 2026年度部会研究会

-----4月部会研究会-----

【日時】2026年4月11日(土) 13:30~17:30(その後、懇親会)

【会場】東洋大学 白山キャンパス 6号館2階 6203教室

【報告者および報告論題】

◆◇◆ フリーセッション 13:30~14:50 ◆◇◆

※敬称略

【コーディネーター】 山本品 (慶應義塾大学)・井上淳子 (成蹊大学)

【研究発表】(報告20分、コメント10分、質疑応答10分)

報告(1) 「チャットボットにおける身体性知覚が消費者評価に及ぼす影響」

報告者: 王英傑 (早稲田大学大学院)

コメントータ: 西井真祐子 (青山学院大学)

報告(2) 「B2Bブランド・コミュニティのオフラインイベントにおけるカスタマー・エンゲージメントの形成について」

報告者: 長橋明子 (慶應義塾大学大学院)

コメントータ: 澁谷覚 (早稲田大学)

◆◇◆ 消費者行動 15:00~16:20 ◆◇◆

【コーディネーター】 清水聰 (慶應義塾大学)・大野幸子 (和光大学)

【研究発表】(報告20分、コメント10分、質疑応答10分)

報告(1) 「インドネシアにおける感情訴求メッセージと予防行動—バリ大学生を中心とした探索的研究—」

報告者: 大野幸子 (和光大学)・バンバンルディアント (和光大学)

コメントータ: 朴正洙 (駒澤大学)

報告(2) 「顧客エンゲージメント形成プロセスにおける感情の働きの解明」

報告者: 戸塚千裕 (慶應義塾大学大学院)

コメントータ: 久保田進彦 (青山学院大学)

◆◇◆ マーケティング・サイエンス 16:30~17:30 ◆◇◆

【コーディネーター】 石田実 (東洋大学)・中野暁 (中央大学)

【研究発表】(報告20分、質疑応答10分)

報告(1) 「ライブ配信におけるネガティブ弾幕の測定に関する検討—新語辞書の構築とプリテストを中心に—」

報告者: 張宇程 (東洋大学大学院)

報告(2) 「埋め込み表現による絵本購買行動の定量的分析—表紙画像とタイトルから評価した整合性と曖昧さを用いて—」

報告者: 茂木雅祥 (早稲田大学)・石原昌和 (New York University)・熊倉広志 (中央大学)

-----7月部会研究会-----

【日時】2026年7月11日(土):13時30分から17時50分

【会場】早稲田大学 早稲田キャンパス 3号館301教室

【報告者および報告論題】

◆◇◆ マーケティング戦略 13:30~14:50 ◆◇◆

※敬称略

【コーディネーター】原頼利(明治大学)・宇野舞(一橋大学)

【研究発表】(報告20分、コメント10分、質疑応答10分)

報告(1) 報告論題『なぜ顧客は接客態度が悪いサービスを利用するのか:ベトナムの「罵倒麺」を事例に』

報告者:グエン フォン バオ チャウ(早稲田大学)

コメントーター:鈴木 智子(一橋大学ICS)

報告(2) 報告論題『市場横断的な報復出店行動:食品スーパーを対象とした実証分析』

報告者:中村 世名(専修大学)・西川 みなみ(中央大学)・石井 隆太(立命館大学)

コメントーター:横山 斉理(同志社大学)

◆◇◆ マーケティング・コミュニケーション 15:00~16:20 ◆◇◆

※敬称略

【コーディネーター】須永 努(早稲田大学)・河股 久司(日本大学)

【研究発表】(報告20分、コメント10分、質疑応答10分)

報告(1) 報告論題『最大化マインドセットが寄付行動に及ぼす影響』

報告者:會澤 裕貴(東京都立大学)・水越 康介(東京都立大学)

コメントーター:須永 努(早稲田大学)

報告(2) 報告論題『パッケージの透明性が味覚知覚に与える影響』

報告者:河股 久司(日本大学)・権 純鎬(神奈川大学)

コメントーター:外川 拓(早稲田大学)

◆◇◆ フリーセッション 16:30~17:50 ◆◇◆

※敬称略

【コーディネーター】石井 裕明(早稲田大学)・権 純鎬(神奈川大学)

【研究発表】(報告25分、質疑応答15分)

報告(1) 報告論題『Brand repurchasing in channel switching: Insights from omnichannel grocery retailing』

報告者:中野 暁(中央大学)

報告 (2) 報告論題『The three-dimensional effect in logo design: When depth cues improve brand purchase likelihood』

報告者： 外川 拓 (早稲田大学)・恩藏 直人 (早稲田大学)