

日本消費者行動研究学会  
第47回消費者行動研究コンファレンス  
プログラム

< 統一論題 >

広告メディアと消費者行動  
(日本広告学会関東部会共催)

- 【開催日】 2013年10月26日(土)～27日(日)
- 【場所】 法政大学 市ヶ谷キャンパス (東京都千代田区)  
研究会会場 :10月26日(土) 55・58年館 844(A会場)、867(B会場)、868B(C会場)  
10月27日(日) 外濠校舎 S305  
懇親会会場 :アルカディア市ヶ谷(私学会館)
- 【研究会参加費】 ¥4,000  
[学生:¥2,000] ※非会員の学生は、会場受付にて学生証の提示が必要になります。
- 【懇親会参加費】 ¥6,000 [10月26日(土) 19:00より]
- 【参加申込締切】 10月17日(木) 必着

※プログラム、開催会場は変更になる場合がありますので、予めご了承下さい。敬称・法人格略。氏名・所属等に誤りがある場合はご容赦ください。  
※会場での配布資料はあくまでも報告者からのご厚意ですので、学会としては準備しておりません。予めご了承ください。  
※法政大学では、土曜日にも授業が行われております。教室への出入りの際や廊下での私語には、ご配慮をお願い致します。  
※日曜日の昼食時は、近隣レストランがお休みのところが多いのでお弁当をご持参ください。

# 第1日目 10月26日(土)

9:15-	受付開始		
9:55-10:00	開会の辞(会場:教室A「844」)		副会長: 南 知恵子(神戸大学)
10:00-12:30	自由論題研究報告 I		SS ショートセッション ロングセッション
	教室A (会場:844)	教室B (会場:867)	教室C (会場:868B)
	司会:須永 努(関西学院大学)	司会:山本 奈央(名古屋市立大学)	司会:山本 晶(成蹊大学)
10:00-11:00	<b>LS</b> マーケティング競争のコンテキスト効果—消費者知識の異質性を考慮した脱コモディティ化戦略—  西本 章宏(関西学院大学) 勝又 壮太郎(長崎大学)	<b>LS</b> 日本と台湾におけるセルフ・ギフト:消費者の自己概念に着目して  劉 安迪(一橋大学大学院)	<b>SS</b> クチコミの動機がクチコミの手段の選択に与える影響—ソーシャル・メディア上のクチコミ行動に着目して—  片桐 英毅(学習院大学大学院)
	<b>LS</b> マーケティング競争のコンテキスト効果を包含した市場構造分析—脱コモディティ化のためのマーケティング・コミュニケーション戦略—  勝又 壮太郎(長崎大学) 西本 章宏(関西学院大学)	<b>LS</b> 消費者行動に及ぼす敵対心(Animosity)の影響と課題  朴 正洙(関東学院大学)	<b>SS</b> ソーシャルメディアにおけるエンゲージメント 黄 鈺喬(学習院大学大学院)
			<b>SS</b> ソーシャルメディアでのクチコミ動機—クチコミ対象のブランドと消費者の「自己」との関係について—  臼井 浩子(早稲田大学大学院)
			<b>SS</b> 消費者の住宅検討におけるWEB利用の考察—ポータルサイトと個社サイト併用利用の分析—  吉永 恵一(株式会社リクルート住まいカンパニー) 野村 眞平(株式会社リクルート住まいカンパニー)
11:00-12:00	<b>LS</b> 消費者の業態認識モデルの展開  新倉 貴士(法政大学)	<b>LS</b> ブランド評価に対する文化の影響に関する考察:ユニバーサル・スタジオの事例から  鈴木 智子(京都大学) 竹村 幸祐(京都大学)	<b>SS</b> 消費者心理とウェブ上での行動との関連性についての考察—住宅サイトのログデータとアンケートデータの分析から—  吉永 恵一(株式会社リクルート住まいカンパニー) 小野木 大二(株式会社リクルート住まいカンパニー)
	<b>LS</b> 解釈レベルの操作を伴うマーケティングリサーチ手法の開発とバイアスの排除に関する実証実験  竹内 真登(名古屋大学大学院) 星野 崇宏(名古屋大学)	<b>LS</b> ブランド連想の維持と連想ネットワークの構造上の特徴—連想ネットワークの位置と維持の関係  上田 雅夫(株式会社マクロミル)	<b>SS</b> Google Glass: Cool, Strange and Connected Adam Acar (Kobe City University of Foreign Studies)
			<b>SS</b> An Examination of the Flow State in Marketing Saeran Doh (Miyagi University)
			<b>SS</b> ゲーミフィケーションとフロー体験に関する考察 濱田 俊也(京都大学大学院)
12:00-12:30	<b>LS</b> 健康づくり低関心層へのヘルスコミュニケーションの検討—制御焦点理論と解釈レベル理論からのアプローチ—  財満 信子(株式会社インサイト) 西尾 チヅル(筑波大学)	<b>LS</b> 集団討議が商品の認知的/感情的評価に与える影響  杉谷 陽子(上智大学)	<b>SS</b> 高齢消費者の日常活動、認知年齢と幸福感の関係  高 銘鴻(長庚大学)
			<b>SS</b> 家族の集団的購買意思決定と絆を確認する消費—『子どもから親』、『孫から祖父母』に贈るギフトの個人化—  仁平 京子(高崎商科大学)
12:30-13:30	昼食休憩【役員会】(会場:ポアソナードタワー25階・セミナー室)		

第1日目 10月26日(土)			
13:30-15:30	自由論題研究報告Ⅱ ン	SS	ショートLSセッション ロングセッション
	教室A (会場:844)	教室B (会場:867)	教室C (会場:868B)
	司会:齊藤 嘉一 (明治学院大学)	司会:井上 淳子 (成蹊大学)	司会:田島 規雄 (拓殖大学)
13:30-14:30	LS 分譲マンションの満足度構造とリレーションシップ形成  長坂 朋代 (アトラクターズ・ラボ株式会社) 竹内 淑恵 (法政大学)	LS 日本の消費者におけるアンダードッグ効果の分析  白井 美由里 (横浜国立大学)	SS 一般用医薬品選択のブランド依存性に対する価格の影響  小山 慎一 (千葉大学) 堂園 り子 (千葉大学) 泉澤 恵 (日本大学) 日比野 治雄 (千葉大学)  SS 消費者の自己とブランドの結びつきに対して準拠集団が与える影響 -関係性の文脈における自己に関わる動機の活性化に注目して-  芳賀 英明 (学習院大学大学院)
	LS I can't share this: An analysis of Consumer reactions to Facebook posts in Japan, Germany and the USA  Adam Acar (Kobe City University of Foreign Studies) Philip Raushcnabel (Bamberg University)	SS フォントと商品特性との印象の類似性が購買意欲に与える影響 -お茶飲料(ペットボトル)のパッケージに関するSD法評価と眼球運動の分析-  向井 志緒子 (立教大学大学院)	SS 大阪のエリア・マーケティングに関する考察 ~エリア・マーケティングをくまモンの成功事例から考察する~  佐々木 康成 (株式会社ジェイアール東日本企画) 梅津 充幸 (株式会社ジェイアール東日本企画) 菅原 大二 (株式会社ジェイアール東日本企画) 小川 直哉 (株式会社ジェイアール東日本企画)
		SS 消費者の解釈レベルが視覚探索行動に及ぼす影響  外川 拓 (千葉商科大学) 石井 裕明 (千葉商科大学) 恩藏 直人 (早稲田大学) 阿部 周造 (早稲田大学)	SS データ融合を用いたシェア・オブ・ウォレットの推定  飯塚 久哲 (株式会社日経リサーチ) 星野 崇宏 (名古屋大学) 鈴木 重央 (株式会社日経リサーチ) 大黒 未鈴 (株式会社日経リサーチ)
14:30-15:30	LS 若年層のテレビ及びPC、スマートフォンにおけるテレビ番組の視聴行動  森永 宏二 (株mmbi) 竹内 淑恵 (法政大学)	SS 希少性効果の生起要因と魅力転移の検討  有賀 敦紀 (立正大学) 井上 淳子 (成蹊大学)	SS 小売業態の推移に関する一考察  中見 真也 (学習院大学大学院)
		SS 人間関係と選択肢の多様性がおみやげの選択に与える影響  田中 木綿 (千葉大学大学院) Vinai Norasakkunkit (Gonzaga University) 日比野 治雄 (千葉大学) 小山 慎一 (千葉大学)	SS ペット消費の積極化要因の解明  永江 麻希子 (株式会社カワサキ大二)
	LS 情報循環の実証フレームについて~スマホを使った実証~  清水 聡 (慶應義塾大学)	SS Product-personality congruenceにみる商品選別プロセスの検証  森吉 直子 (慶應義塾大学)	SS 真正性の評価過程 -真正性測定尺度構築に関する研究-  田中 祥司 (早稲田大学大学院)  SS サービスの提供空間における社会的存在感とその重要性  美馬 亘 (神戸大学大学院)
15:30-15:45	休憩		

第1日目 10月26日(土)		
15: 45-17:30	JACS論文プロポーザル賞(会場:教室A「844」) スパイラルのマーケティング戦略 可児 瑞起(株式会社さうなし) 潜在的脳活動からの購買意図の予測 横山 諒一(東北大学医学系研究科) 過選択状況下における制御動機づけられた消費者の選択行動:妥協効果の軽減による、新たなカテゴリー別展示方法の提案 飯野 純彦(慶應義塾大学大学院) アート消費における精緻化された関与:関与概念の拡大 堀田 治(法政大学大学院) 産業財メーカーのブランディング効果に関する研究 —購買センター及び顧客の顧客の視点から— 久保 さな子(立教大学大学院)	司会:高橋 広行(流通科学大学)
17:30-18:30	会員総会(会場:教室A「844」)	
19:00-21:00	懇親会 (私学会館)	会場:アルカディア市ヶ谷

第2日目 10月27日(日)		
9:15-	受付開始	
10:00-10:15	統一論題(会場:S305) 企画趣旨説明 石崎 徹(専修大学)	司会:須永 努(関西学院大学)
10:15-11:15	基調講演① 「メディア消費とコンテンツ消費の今」 鈴木 雄介(博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所) 加藤 薫(博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所) 新美 妙子(博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所)	
11:15-12:00	基調講演② 「メディア・ジハード(仮)」 竹中 雄三(日本マーケティング協会 研究開発局長)	
12:00-13:00	昼食休憩【編集会議】(会場:S303)	
13:00-13:30	統一論題報告① 「広告メディア研究と消費者行動研究の接点」 松本 大吾(千葉商科大学)	
13:30-14:00	統一論題報告② 「ブランドコミュニティ論から捉えるソーシャルメディアの可能性(仮)」 水越 康介(首都大学東京)	
14:00-14:30	統一論題報告③ 「広告とクチコミ:これまでと今後(仮)」 澁谷 覚(東北大学)	
14:30-15:55	シンポジウム「広告メディアと消費者行動」 司会 :石崎 徹(専修大学) パネラー :竹中 雄三(日本マーケティング協会 研究開発局長) 岸 志津江(東京経済大学) 松本 大吾(千葉商科大学) 水越 康介(首都大学東京) 澁谷 覚(東北大学)	

## 会場のご案内

法政大学 市ヶ谷キャンパス

〒102-8160 東京都千代田区富士見 2-17-1



18	東京駅	JR中央線快速 約4分	御茶ノ水駅	JR総武線 約4分	飯田橋駅	徒歩 約10分	市ヶ谷キャンパス
20	新宿駅	JR総武線 約10分			市ヶ谷駅	徒歩 約10分	
20	池袋駅	地下鉄有楽町線 約10分			飯田橋駅	徒歩 約10分	
19	渋谷駅	地下鉄半蔵門線 約6分	永田町駅	地下鉄有楽町線 約3分	市ヶ谷駅	徒歩 約10分	
20	上野駅	JR山手線 約4分	秋葉原駅	JR総武線 約6分	飯田橋駅	徒歩 約10分	

内の数字は、総所要時間(乗り換え時間を除く)を表す。

### 【最寄駅からのアクセス】

- 【JR 線】 総武線: 市ヶ谷駅または飯田橋駅下車徒歩 10 分
- 【地下鉄線】 都営新宿線: 市ヶ谷駅下車徒歩 10 分
- 【地下鉄線】 東京メトロ有楽町線: 市ヶ谷駅または飯田橋駅下車徒歩 10 分
- 【地下鉄線】 東京メトロ東西線: 飯田橋駅下車徒歩 10 分
- 【地下鉄線】 東京メトロ南北線: 市ヶ谷駅または飯田橋駅下車徒歩 10 分
- 【地下鉄線】 都営大江戸線: 飯田橋駅下車徒歩 10 分

## お問合せ・参加申込

<参加申込> JACSホームページ、FAXで受け付けております。

<http://www.jacs.gr.jp/>

<お問合せ> (事務局) 青山学院大学 経営学部 久保田研究室  
〒150-8366 東京都渋谷区渋谷4-4-25  
Email: kubota@aoyamagakuin.jp

(事務取扱) 日本消費者行動研究学会 事務取扱 (2013年10月より)  
〒112-0012 東京都文京区大塚 5-3-13  
小石川アーバン 4F (学会支援機構 内)  
TEL:03-5981-6011 FAX:03-5981-6012 Email:jacs@jacs.gr.jp