

日本消費者行動研究学会
第42回消費者行動研究コンファレンス
プログラム

<統一論題>

消費者行動研究のクロスボーダー

【開催日】 2011年6月25日(土)～26日(日)

【場所】 早稲田大学 早稲田キャンパス (東京都新宿区)

研究会会場 : 11号館

懇親会会場 : リーガロイヤルホテル東京

【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】 ¥5,000 [6月25日(土) 19:00より]

【参加申込締切】 6月15日(水) 必着

第1日目 6月25日(土)

【11号館5階501教室】

12:15-	受付開始	(11:30-13:00【役員会】)
13:00-13:05	開会の辞	会長 高橋 郁夫 (慶應義塾大学)
13:05-13:10	企画者趣旨説明	田中 洋 (中央大学)
13:10-13:55	統一論題①	認知的クロノエスノグラフィー:消費者行動の科学 北島 宗雄 (産業技術総合研究所)
14:00-14:45	統一論題②	ヒット現象の数理モデル 石井 晃 (鳥取大学)

14:45-15:00 休憩

15:00-15:45	統一論題③	Cross-national research project on ethical consumption of older people Dr. Florian Kohlbacher (ドイツ日本研究所)
15:50-16:35	統一論題④	Negative equity epidemic with automobile purchase: Historical changes and impacts of consumer buying behavior and manufacturer incentives Dr. Keiko Powers (MarketShare,Inc.)
16:35-16:45	コメント	井上 哲浩 (慶應義塾大学)

16:45-17:15 休憩

17:15-18:00	会長講演	会長 高橋 郁夫 (慶應義塾大学)
18:00-19:00	会員総会	
19:00-21:00	懇親会	【リーガロイヤルホテル東京】

IS インキュベーションセッション

CS ケーススタディセッション

SS 通常セッション

LS ロングセッション

第2日目 6月26日(日)

【11号館4階会議室】

9:45-	受付開始
10:00-17:30	チュートリアル・セッション / 自由論題研究報告

	A会場	B会場	C会場
	A-1 司会: 田中 洋 (中央大学)	B-1 司会: 寺本 高 (明星大学)	C-1
10:00 12:15	チュートリアル・セッション How quantitative approaches to marketing research identify critical business issues and provide insights to marketing researchers (定量的アプローチからいかにしてビジネスインサイトを得るか) Dr. Keiko Powers (MarketShare,Inc.)	LS 社会不安障害(SAD)の有症状者における情報処理と態度形成プロセス 一疾患啓発情報による受診意図への影響の解明 今村 靖 (法政大学大学院) 竹内 淑恵 (法政大学) LS 購買意思決定に影響する「好み」と「社会的リスク」の神経経済学的モデル 横山 諒一 (東北大学) 澁谷 寛 (東北大学) 野澤 孝之 (東北大学) 杉浦 元亮 (東北大学) 川島 隆太 (東北大学) LS 有機ラベルへの消費者評価に関する研究 丸山 達也 (京都大学) LS 海外旅行への参加レベルに関する仮説的モデル:「若者の海外旅行離れ」をどう読み解くか 西村 幸子 (同志社大学) 中村 哲 (玉川大学) 高井 典子 (文教大学)	

12:15-13:15 昼食休憩【編集会議】

	A-2 司会: 久保田 進彦 (東洋大学)	B-2 司会: 松下 光司 (中央大学)	C-2 司会: 坂下 玄哲 (慶應義塾大学)
13:15 15:15	LS コーズ・マーケティングがもたらすブランド強化ーブランドとコース間の低フィット改善策とその効果ー 岡村 美津子 (筑波大学大学院) 西尾 チヅル (筑波大学) LS コーズ・リレーテッド・マーケティングを訴求した議題設定型新聞広告の効果 岩崎 ひかる (毎日新聞社) 竹内 淑恵 (法政大学)	LS カテゴリー概念の統合モデル 高橋 広行 (流通科学大学)	LS 「不確実性の喜び」が購買意欲に及ぼす影響 井上 裕珠 (一橋大学大学院) 村田 光二 (一橋大学) LS 高製品関与型バラエティ・シーキングーブランド・スイッチングを通じた製品情報・消費経験の収集と蓄積ー 西原 彰宏 (関西学院大学大学院)

<p>LS ラグジュアリー消費における個人志向性の探求: 自己アイデンティティ形成の視点から 鈴木 智子 (一橋大学大学院)</p>	<p>LS 市場のダイナミクスと消費者の購買特性を考慮したプロモーション効果測定 本橋 永至 (総合研究大学院大学) 樋口 知之 (統計数理研究所)</p>	<p>SS セルフメディケーション行動における性差・年齢差・経済格差の研究 青山 郁子 (千葉大学) 小山 慎一 (千葉大学) 日比野 治雄 (千葉大学)</p>
<p>LS 顧客価値と顧客満足 小山 太郎 (中部大学)</p>	<p>LS 訴求メッセージが感情状態と購買意思決定に及ぼす影響 -Regulatory focus 理論を用いて- 吉開 正伸 (日経リサーチ) 西尾 テヅル (筑波大学)</p>	<p>SS コンフィグレーションによる製品機能価値の推定:VMCの提案 瀬良 浩太 (構造計画研究所) 馬場 崇徳 (構造計画研究所) 杉浦 哲平 (構造計画研究所) 田内 真惟人 (構造計画研究所) 水野 誠 (明治大学) 阿部 誠 (東京大学)</p>
<p style="text-align: center;">/</p>	<p style="text-align: center;">/</p>	<p>SS 環境配慮商品の購買意思決定に影響を及ぼす諸要因に関する検討 都築 誉史 (立教大学) 菊地 学 (立教大学) 千葉 元気 (立教大学大学院)</p>
		<p>SS 生産する消費者の生産動機 一小路 武安 (東京大学大学院) 勝又 壮太郎 (長崎大学)</p>
		<p>SS 消費者の優先順位によるセグメント別地域評価構造 崔 瑛 (産業技術総合研究所)</p>
		<p>CS 消費者とロボットとのコミュニケーション開発 ~光パターンと感情との関係~ 川島 隆志 (JMRサイエンス) 西澤 よそ子 (東芝)</p>

15:15-15:30 休憩

	A-3 司会: 井上 淳子 (立正大学)	B-3 司会: 田嶋 規雄 (拓殖大学)	C-3 司会: 須永 努 (関西学院大学)
<p>15:30 17:30</p>	<p>LS ブランド構築プロセスにおけるイメージの門番 (Imagery Gatekeeper) の役割 大竹 光寿 (一橋大学大学院)</p>	<p>IS カスタマー・アドボカシー志向に関する研究 山岡 隆志 (エイチ・アイ・エス)</p>	<p>IS 業態の芽の探索 -価値次元と価値前提のフレームに基づく小売事例研究- 高橋 広行 (流通科学大学) 新倉 貴士 (法政大学)</p>
	<p>LS ブランドの連想ネットワークの時系列変化の特徴 上田 雅夫 (マクロミル)</p>	<p>IS 専門サービスの品質評価過程における“手がかり”に関する実証研究 櫻井 秀彦 (北海道薬科大学) 早瀬 幸俊 (北海道薬科大学)</p>	<p>IS 学習理論に基づく消費者行動研究の課題 圓丸 哲麻 (関西学院大学)</p>
	<p>LS ブランド・リレーションシップの効果 久保田 進彦 (東洋大学)</p>	<p>SS ソーシャル・メディアにおける消費者の購買後クチコミ発生要因に関する考察 中島 成晃</p>	<p>SS ポアソン回帰モデルにもとづく顧客の潜在クラスの発見 高井 啓二 (関西大学) 矢田 勝俊 (関西大学)</p>
<p style="text-align: center;">/</p>	<p style="text-align: center;">/</p>	<p>SS 衣類関連ファッション商品eショッピングにおける知覚リスクに関する研究 安 常希 (文化学園大学大学院)</p>	<p>SS 選択肢の比較と解釈レベル理論 阿部 周造 (早稲田大学)</p>
		<p>SS 接客サービスに対する顧客の満足/不満足形成の複合的源泉 -援助に対する被援助者の正/負の情緒的反応規定要因モデルの整序- 千葉 貴宏 (慶應義塾大学大学院)</p>	<p>SS 贈与先との心理的距離が製品選択に与える影響 -社会的距離とパッケージの外観との関係- 外川 拓 (早稲田大学大学院) 石井 裕明 (千葉商科大学) 恩蔵 直人 (早稲田大学)</p>
		<p>SS 医療機関ホームページの消費者の態度に与える影響 森藤 ちひろ (関西学院大学大学院)</p>	<p>SS 多属性意思決定における、望ましい選択肢を選ぶ場合と望ましくない選択肢を選ぶ場合の情報探索過程の差異について 高階 勇人 (構造計画研究所) 阪上 公一 (構造計画研究所) 馬場 崇徳 (構造計画研究所) 大久保 重孝 (早稲田大学大学院) 井出野 尚 (早稲田大学) 竹村 和久 (早稲田大学)</p>

		SS 苦情対応における顧客対応担当者のコミュニケーション 釘宮 悦子 (NACS消費生活研究所)	SS 消費者の意思決定における本質的属性と副次的属性 竹村 和久 (早稲田大学) 大久保 重孝 (早稲田大学大学院) 井出野 尚 (早稲田大学) 玉利 祐樹 (早稲田大学大学院) 阿部 周造 (早稲田大学)
		SS クチコミと新技術の採用との関係に関する実証研究 川上 智子 (関西大学) マーク・E・パリー (ミズーリ・カンザスシティ大学) 岸谷 和広 (関西大学)	
17:30-17:35	閉会の辞	副会長 守口 剛 (早稲田大学)	

※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。

会場のご案内

早稲田大学 早稲田キャンパス <http://www.waseda.jp/jp/campus/waseda.html>

〒169-8050 新宿区西早稲田1-6-1



- JR山手線 高田馬場駅 徒歩20分
- 西武線 高田馬場駅 徒歩20分
- 東京メトロ東西線 早稲田駅 徒歩5分
- 東京メトロ副都心線 西早稲田駅 徒歩17分
- 都電荒川線 早稲田駅 徒歩5分
- 学バス 高田馬場駅 - 早大正門
- バス 新宿駅西口 - 早稲田
 渋谷駅 - 早大正門
 上野広小路 - 早稲田

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 〒102-8160 東京都千代田区富士見2-17-1
 法政大学 経営学部 新倉研究室 Email: niikura@hosei.ac.jp

事務取扱 〒150-0012 東京都渋谷区広尾 1-1-39 恵比寿プライムスクエアタワー10F(IBM内)
 TEL: 03-5466-5520 FAX: 03-5466-5528 Email: jacs@jacs.gr.jp