

2022年10月30日(日) 自由論題報告
 常葉大学 静岡草薙キャンパスB棟3階



(報告30分 質疑10分 休憩5分)

分科会 会場 座長	第1分科会(グローバル・各国流通①) B305(B棟3階) 野崎俊一(京都外国語大学)	第2分科会(流通システム、小売・卸①) B306(B棟3階) 森山一郎(静岡文化芸術大学)	第3分科会(商品別流通) B307(B棟3階) 相原延英(追手門学院大学)	第4分科会(消費者・価値共創と流通) B308(B棟3階) 中西大輔(駒澤大学)・井口詩織(岐阜協立大学)
9:20-10:00	この時間帯の報告はありません	[1] 日本におけるGMS概念の歴史の変遷と今日的意義 戸田裕美子(明治大学)	[1] 鹿児島におけるお茶老舗企業の経営管理特徴—ファミリービジネスの視点から— 袁駿(鹿児島国際大学大学院)	[1] 電子商取引におけるフルフィルメントが顧客満足に与える影響—先行研究を踏まえた考察と今後の展望— 丁明(明治大学大学院)
10:05-10:45	この時間帯の報告はありません	[2] CRM視点に基づいたオムニチャネル化—株式会社ビームスの事例を通して— 秦小紅(九州産業大学)・菊池一夫(明治大学)	[2] 海苔産業における共販制度の定着—九州有明海地区を事例に— 日隈美朱(富山大学)	[2] 価値共創とインターナルブランディング—テークホルダーとのイノベーションの創出— 伊藤佳代(社会保険労務士法人ソーケム)
10:50-11:30	[1] フィリピンの流通の変革の特徴と今後の展望 舟橋豊子(立命館大学)	[3] 小売企業経営の分析枠組についての検討—小売企業経営論の体系化に向けて— 岸本徹也(日本大学)	[3] 中国地方3県における中小採卵養鶏経営のマーケティング戦略に関する—考察—山口県、島根県、鳥取県の事例に焦点をあてて— 橋本英奈(鳥取大学大学院)	[3] 価値共創の仕組みを通したSDGsの実践と課題—アントフォレストの事例を考察する— 侯利娟(九州産業大学)
11:35-12:15	[2] The effect of consumer innovativeness on purchase behavior in Japan—From the aspects of the customer learning behavior and interaction of store managers with customers— 倉田かりん(立命館大学大学院)	[4] 小売企業のエシカル・ソーシングに関する—考察—ギャップ(Gap Inc.)の事例研究— 鳥羽達郎(富山大学)	[4] 「県オリジナル品種」を用いた製品差別化戦略の展開とその課題—長野県リンゴ産地の取組みを事例として— 鎌田修全(中央大学大学院)	[4] 共創プロセスにおける社会的コンテキストの検討—消費文化理論への現象学的批判を手がかりとして— 川口高弘(NTTコミュニケーションズ株式会社)
12:15-13:20	昼 食			

分科会 会場 座長	第1分科会(グローバル・各国流通②) B305(B棟3階) 唐沢龍也(関東学院大学)	第2分科会(流通システム、小売・卸②) B306(B棟3階) 木立真直(中央大学)	第3分科会(マクロ流通・社会) B307(B棟3階) 中嶋嘉孝(拓殖大学)
13:20-14:00	[1] 中国化粧品業界におけるメーカーのチャンネル戦略とブランド間競争について 謝冉(北海道大学大学院)	[1] ブロックチェーンの公開鍵基盤への応用—認証局を中心として— 金勇一(鹿児島国際大学大学院)	[1] 地方都市における買い物困難者人口の推計と買い物環境改善に向けた住民の意識—群馬県高崎市の事例— 小熊仁(高崎経済大学)
14:05-14:45	[2] 中国中古品市場における消費者の循環経済意識について—日本の環境保護経験を生かして— 李佳懿(鹿児島国際大学大学院)	[2] 総合商社のバリューチェーン戦略・再考 田中彰(京都大学)	[2] ものづくり参加企業から見たローカルブランドの成立要件—福山・備後圏域におけるデニム・ジーンズ参加企業の視点から— 池澤威郎(阪南大学)
14:50-15:30	[3] 中国の動画配信ビジネスにおけるコンテンツの調達 甘辛(京都大学大学院)	[3] 新秩序構築に向かうわが国卸売市場 細川允史(卸売市場政策研究所)	[3] eスポーツの社会的役割の考察 堀川宣和(星城大学)