



日本マーケティング・サイエンス学会

第106回研究大会

JIMSインタラクティブセッション

2019年11月30日（土）14時10分～15時45分（電通ホール：Aトラック・ホワイエ）

大学院生の部

- G01 慶應義塾大学大学院 二荒麟 慶應義塾大学 星野崇宏
Individual Heterogeneity and Tax Effect in Consumption of Environmentally Friendly Food and Healthy Food
- G02 慶應義塾大学大学院 馮昕 葛迫祐也
紅茶のブランド選択行動分析及び顧客層拡大に関する戦略提案
- G03 筑波大学大学院 石橋敬介 流通経済研究所 山崎泰弘 鈴木雄高 筑波大学 尾碕幸謙
階層化した項目反応モデルによる計画・非計画購買率の推定
- G04 大阪大学大学院 キム スンジン 大阪大学 勝又壮太郎
消費者レビューから見る製品戦略の評価
- G05 横浜国立大学大学院 松下伴理
消費者の同居子に関する属性と価値観、消費意欲の関係
- G06 大阪府立大学大学院 鈴木真
有料老人ホームに対する選好構造-年代別分析-
- G07 大阪大学大学院 多田伶 大阪大学 勝又壮太郎
消費者の購買意思決定過程と満足度との関係：無意識的思考理論の観点から

学部生の部

- U01 明治大学商学部 浅原優香 下地鵬正 関根ひかり 増田大河
「若者の酒離れ」は本当か？—コーホート分析と新たな課題の抽出
- U02 法政大学経営学部 東侑香 加藤広大 杉本ひかり 砂野雅人
恋愛マッチングアプリにおける抵抗要因の解明
- U03 慶應義塾大学商学部 市川大祐 穴見真由 田鎖良延 古澤生成 山田賢次郎
再観戦意欲モデルの構築

U04	法政大学経営学部 川瀬夏来 谷利季紀 山口大輝 スクショが若者の購買行動に与える効果の解明
U05	法政大学経営学部 瓦林奈緒 田中優樹 山元真帆 “プチご褒美消費”を行う要因の解明
U06	明治大学商学部 町井辰暉 石井美唯 大角竜也 小松桃子 西田拓真 若い女性の「過剰な痩身志向」とマーケティングへのインパクト
U07	慶應義塾大学経済学部 長澤聡子 慶應義塾大学大学院 齊藤勇樹 小売店における購買データを用いたライセンス効果の検証
U08	慶應義塾大学経済学部 西尾和生 文屋克隆 クラウドファンディングへの投資意思決定に与える要因の分析
U09	横浜国立大学経営学部 桜井美歩 荒川真悠 八尾和真 山口真里奈 吉田開人 「所有から利用」時代におけるサブスクリプションサービスの有効性の解明
U10	東京理科大学経営学部 佐藤美月 澤田ひかり 清水珠生 弓削暁 アパレルオンラインショッピングにおける購買意思決定要因に関する研究
U11	慶應義塾大学商学部 佐藤陽清 廣島葵 奈良彩加 バーチャルフィッティングの再定義
U12	東京理科大学経営学部 菅嶋知希 綾目健人 加藤匡 坂田航希 菅沼周 訪日外国人と日本人の商品表記に対する認識の違いの調査
U13	横浜国立大学経営学部 辻峻汰 大竹優紀 辻村弥玖 松井美樹 薮下幹 投票型キャンペーンが商品の顧客エンゲージメントに与える影響について