

# 「消費者行動」連続セミナー



近年、マーケティングの基礎的な知識としての「消費者行動」に対する関心がとても高まっています。法政大学イノベーション・マネジメント研究センターでは、2週にわたり「消費者行動」連続セミナーを開催し、多様化する消費者行動を捉える様々な概念や理論に焦点を当て、最新の企業やブランドに関するケース（事例）を多数取り上げて解説します。また、急速に進展するデジタル環境における消費者行動の変化を読み解くための視座と枠組みを詳解し、新たな消費の出現を「持たない消費」「応援（推し）消費」「選ばない消費」「生み出す消費」「つながる消費」というキーワードで読み解き、求められるマーケティング対応についての示唆を提示します。

## プログラム 司会：新倉貴士（法政大学経営学部教授）

※登壇者の所属はセミナー開催時のものです

第1回

第1回 2026年4月18日（土）14:00～17:50（開場13:30）

開催にあたって	14:00-14:15
デジタル化による消費者行動の変化とマーケティング対応	14:15-14:45
高橋 広行（同志社大学商学部教授）	
消費者のブランド認知：綾鷹を「本物のブランド」だと理解する仕組み	14:45-15:15
田中 祥司（立命館大学経営学部教授）	
消費者関与：カシオPriviaの楽器づくりとコミュニケーション	15:15-15:45
堀田 治（日本大学商学部准教授）	
<休憩>	15:45-16:00
消費者の目標と購買行動：パタゴニアが目指す社会	16:00-16:30
赤松 直樹（学習院大学経済学部教授）	
エンゲージメント：無印良品の顧客との関係性構築	16:30-17:00
西原 彰宏（亜細亜大学経営学部准教授）	
顧客経験：ADAのアクアリウムを通じた経験価値	17:00-17:30
鈴木 和宏（小樽商科大学商学部教授）	
閉会にあたって	17:30-17:35
名刺交換会	17:35-17:50

第2回 2026年4月25日（土）14:00～17:45（開場13:30）

開催にあたって	14:00-14:10
デジタル経済下の消費者行動	14:10-14:55
青木 幸弘（学習院大学経済学部元教授）	
一時的所有	14:55-15:40
山本 晶（慶應義塾大学商学部教授）	
<休憩>	15:40-15:55
デジタル経済下で拡大する「生み出す消費」	15:55-16:40
野村 拓也（東洋学園大学現代経営学部専任講師）	
デジタル経済下のブランド・コミュニケーション	16:40-17:25
宮澤 正憲（株式会社博報堂執行役員）	
閉会にあたって	17:25-17:30
名刺交換会	17:30-17:45

第2回

デジタル経済下の消費者行動  
— 新たな消費の出現とマーケティング対応 —

ケースに学ぶ消費者行動

2026年  
4月18日(土)

14:00  
?  
17:50

2026年  
4月25日(土)

14:00  
?  
17:45

会場

法政大学市ヶ谷キャンパス ポアソナード・タワー26階 スカイホール（定員：各回先着100名）

※開催方法は「対面」のみとなります

申込  
方法

下記専用サイトよりお申し込みください ※単回および複数回の選択が可能です

<https://riim20260418.hosei-kyoiku.jp>

申込  
期限

第1回：2026年4月15日（水）  
第2回：2026年4月22日（水）



参加費無料

# プロフィール（講演順）

※プロフィールはセミナー開催時のものです

## 高橋 広行（たかはし ひろゆき） 同志社大学商学部教授

主要著作：『消費者視点の小売イノベーション—オムニ・チャネル時代の食品スーパー』有斐閣，2018年；『カテゴリーの役割と構造—ブランドとライフスタイルをつなぐもの』関西学院大学出版会，2011年

## 田中 祥司（たなか しょうじ） 立命館大学経営学部教授

主要著作：“Impact of brand authenticity on word-of-mouth for tourism souvenirs,”(co-authors) *Cogent Business & Management*, 11 (1), 2290222-229, 2024

## 堀田 治（ほった おさむ） 日本大学商学部准教授

主要著作：「消費者知識の構成要素と測定法—マーケティングリサーチの指針として」『南山経営研究』第92巻第3号, 1-29頁, 2019年；「体験消費による新たな関与研究の視点—認知構造と活性状態への分離」『マーケティングジャーナル』第37巻1号, 101-123頁, 2017年

## 赤松 直樹（あかまつ なおき） 学習院大学経済学部教授

主要著作：『消費者行動の新しい分析視点—逐次選択時の購買意思決定とマーケティング』千倉書房，2023年；“When a prior indulgent choice promotes a subsequent indulgent choice: The justification mechanism,”(co-authors) *Psychology & Marketing*, 39, 797-808, 2022

## 西原 彰宏（にしはら あきひろ） 亜細亜大学経営学部准教授

主要著作：『デジタル・マーケティング戦略』（共著）有斐閣，2025年；『グラフィックマーケティング』（共著）新世社，2020年

## 鈴木 和宏（すずき かずひろ） 小樽商科大学商学部教授

主要著作：『ブランド・インキュベーション戦略—第三の力を活かしたブランド価値協創』（共著）有斐閣，2020年

\*\*\*

## 青木 幸弘（あおき ゆきひろ） 学習院大学経済学部元教授

主要著作：『消費者行動論』（共著）有斐閣，2012年；「ブランド研究の系譜—これまで、これから」田中洋編『デジタル時代のブランド戦略』有斐閣，2023年

## 山本 晶（やまもと ひかる） 慶應義塾大学商学部教授

主要著作：『キーパーソン・マーケティング—なぜ、あの人のクチコミは影響力があるのか』東洋経済新報社，2014年；「二次流通市場が一次流通市場における購買に及ぼす影響」『マーケティングジャーナル』40(2), 2020年

## 野村 拓也（のむら たくや） 東洋学園大学現代経営学部専任講師

主要著作：「近年における消費環境の変化を背景とする物質主義に関する議論の整理」『マーケティングジャーナル』42 (4), 67-74, 2023年；“Translating Virtual Product Scarcity in Gaming to Real: World Brand Value,” *Psychology & Marketing*, 41 (11), 2608-2624, 2024 (共著)

## 宮澤 正憲（みやざわ まさのり） 株式会社博報堂 執行役員 研究デザインセンター長，東京大学教養学部特任教授

主要著作：『「応援したくなる企業」の時代—マーケティングが通じなくなった生活者とどうつき合うか』（共著）アスキー・メディアワークス，2011年；『東大教養学部が教える 考える力の鍛え方』SBクリエイティブ，2024年

\*\*\*

## 新倉 貴士（にいくら たかし） 法政大学経営学部教授

主要著作：『消費者の認知世界—ブランドマーケティング・パースペクティブ』千倉書房，2005年；『消費者行動論』（共著）有斐閣，2012年

---

法政大学イノベーション・マネジメント研究センター「消費者行動」連続セミナー

第1回 ケースに学ぶ消費者行動

第2回 デジタル経済下の消費者行動—新たな消費の出現とマーケティング対応—

---

2026年4月18日 第1回開催

2026年4月25日 第2回開催



主催 法政大学イノベーション・マネジメント研究センター

会場 法政大学市ヶ谷キャンパス ボアソナード・タワー26階 スカイホール

---