

【1日目:10/23(金)】

受付:1階ロビー / 会員控室:302・303 / 飲料提供:KSUKSU

	3-A	3-B	304
14:00 ~ 16:00		各種委員会	学会賞委員会
16:00 ~ 18:00	拡大常任理事会		
18:00 ~ 19:00	夕食 (KSUKSU)		

【2日目:10/24(土)】

受付:1階ロビー / 会員控室:302・303 / 飲料提供:KSUKSU

2階ホール	
10:30 ~ 10:40	開会挨拶 伊吹勇亮(第46回全国大会運営委員長/京都産業大学)
10:40 ~ 10:50	会長挨拶 岸志津江(日本広告学会会長/東京経済大学)
(休憩)	
11:00 ~ 12:00	基調講演 学際研究とはなにか 宮野公樹氏(京都大学学際融合教育研究推進センター)
(休憩)	
13:00 ~ 14:00	特別講演 イノベーターはなぜ裡に惹かれるのか —囚われのない心が世界を拓く— 松山大耕氏(妙心寺退蔵院副住職)
(休憩)	
14:15 ~ 16:15	パネルディスカッション 広告研究を解放する —実りある学際研究に向けて— パネリスト 宮野公樹氏(京都大学) 青木貞茂(法政大学) 藤崎実(アジャイルメディア・ネットワーク) 若林靖永(京都大学) コーディネーター 伊吹勇亮(京都産業大学)
16:15 ~ 16:30	国際学会参加報告 峯尾圭(早稲田大学大学院)
(休憩)	
16:45 ~ 18:00	会員総会
18:00 ~ 19:45	懇親会 (KSUKSU)

【3日目:10/25(日)】

受付:1階ロビー / 会員控室:302・303 / 飲料提供:KSUKSU

	3-A (自由論題報告) 司会: 疋田聰(東洋大学)・石崎徹(専修大学)	3-B (自由論題報告) 司会: 清水公一(城西大学)	304 (自由論題報告) 司会: 丸岡吉人(電通)
09:30 ~ 10:00	拡張現実技術によるコミュニケーション効果の実験研究 呉伽科(近畿大学大学院)・船谷浩之(九州工業大学大学院)	-	-
10:05 ~ 10:35	SNS発信層のメディアに対する価値意識 坂井直樹(日経広告研究所)	日本にブランド・アドボケイツは存在するのか? —カテゴリー別ボリューム調査とその分析— 佐藤達郎(多摩美術大学)	グローバル社会における消費者と広告主の責務 大西茂(滋賀大学大学院)
10:40 ~ 11:10	利用者のストレス低減に配慮したスマートフォン向け動画広告に関する一考察 進藤美希(東京工科大学)・鈴木重徳(情報通信医学研究所)	アドボケイツの推奨をマーケティング活用することの方法論と課題 宇賀神貴宏(アサツー ディ・ケイ)	社会貢献活動を活用したマーケティング・コミュニケーション —食品メーカーによる食育の事例研究— 菌部靖史(東洋大学)
11:15 ~ 11:45	メディア接触の順序が広告効果に与える影響 —ウェブサイトを、動画、印刷広告の組み合わせ— 中野香織(駒澤大学)	アンバサダー顧客という存在 —ブランド・アドボケイツとのリレーションからみえてきたもの— 藤崎実(アジャイルメディア・ネットワーク)	イベントの可能性 —「社会貢献」からの検討— 中川和亮(関西学院大学)

昼食
(KSUKSU)

	3-A (自由論題報告) 司会: 山川雅哲(相山女学園大学)	3-B (自由論題報告) 司会: 佐藤達郎(多摩美術大学)	304 (自由論題報告) 司会: 松隈久昭(大分大学)
12:30 ~ 13:00	飲料の広告映像の技法の分析 川村洋次(近畿大学)	広告社会学の試み —他者性の視点— 安藤真澄(電通)	まほうびんの普及に新聞広告が果たした役割 粟津重光(大阪樟蔭女子大学)
13:05 ~ 13:35	オムニチャネル時代における広告の存在意義 上原拓真(電通)	タイのテレビ広告における外国イメージの変容 ポンサピタックサンティ・ピヤ(長崎県立大学)	競馬の表象文化論 —競馬広告に表象された日本での大衆文化50年— 尾上綾那(近畿大学)

(休憩/移動)

2階ホール	
13:45 ~ 14:05	AAA Global Conference 2017案内 広瀬盛一(東京富士大学)
14:10 ~ 14:40	萌芽研究プロジェクト報告 エンゲージメント獲得に向けた広告コミュニケーションと情動的要因の分析 —Facebookにおけるメーカー、流通、サービス業のポストコミュニケーションを事例として— 坂田利康(高千穂大学)・鷲尾和紀(高千穂大学)
14:40 ~ 15:10	萌芽研究プロジェクト報告 広告クリエイターはいかにして企業課題を解決しているのか —経営者とクリエイターの会話分析— 岡田庄生(博報堂)・小川豊武(東京大学)
15:15 ~ 16:15	指定課題研究プロジェクト報告 戦略プランニングの歴史的変化と現在の課題 —外資系広告代理店、外資系広告主を中心とした戦略プランニング調査— 村尾俊一(ニューパラダイム・マーケティング・コミュニケーション研究所)・佐藤達郎(多摩美術大学)
16:15 ~ 16:25	閉会挨拶 嶋村和恵(日本広告学会副会長/早稲田大学)