

オンライン・JADMA 会員対象・無料

広告 × SNS で読み解く消費行動

～タイパ志向と推し活を踏まえた企業のファン化戦略～

テレビ広告が SNS 上の書き込みを通じて売上に影響を与える「間接効果」を示した研究を踏まえ、タイパ志向や推し活など、近年の消費行動の変化を読み解きながら、通販企業がファン化を進めるための視点と、今後のマーケティングの方向性をお話しいただきます。

講師プロフィール

横浜国立大学大学院
国際社会科学研究院 教授



講師

鶴見 裕之氏

Tsurumi Hiroyuki

2000 年立教大学卒業。2007 年同大学院社会学研究科博士課程修了（社会学）。2010 年横浜国立大学経営学部准教授に就任。2020 年より同大学大学院国際社会科学研究院教授。専門はマーケティング、消費者行動論。

日時

2026 年 6/17 水
15:00 ～ 16:00

対象

JADMA 正・賛助会員

締切

6/15 月 10:00

注意

当セミナーは、Zoom ウェビナーによる配信を予定しています。参加者のメールアドレス宛に、JADMA 事務局 (jadma_info@jadma.or.jp) より【2026 年 6 月 15 日 (月)】中にアクセス招待 URL をお送りいたします。万が一、上記日にメールが届かない場合には下記お問い合わせ先までご連絡ください。

申込方法

▼申し込みはこちら

<https://jadma.or.jp/events/market0617>

JADMA ファン化



(公社) 日本通信販売協会

TEL 03-5651-1155

WEB <http://jadma.or.jp>

