

# J A C S

## NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニューズレター

第12巻第3号

発行日 ● 2004年10月28日

発行 ● 日本消費者行動研究学会事務局

### 第29回 消費者行動研究コンファレンスのご案内

## 統一論題：消費と「心理」を再考する

秋の消費者行動研究コンファレンスの開催日程が決定しましたので、ご案内致します。第1日目には自由論題研究報告、JACS-SPSS 論文プロポーザル賞、会員総会、懇親会を予定しています。第2日目には統一論題研究報告、基調講演、シンポジウムを予定しています。

### 開催概要

開催日： 2004年11月20日(土)～21日(日)  
 会場： 早稲田大学本部キャンパス  
 コンファレンス参加費： 会員 3,500 円 (非会員 5,000 円)  
 懇親会費： 6,500 円  
 参加申込： JACS ホームページ、ハガキ、FAX など受け付けております。  
 (会員以外で参加をご希望の方は、最終頁の申込書に氏名・連絡先等を明記の上、事務局宛に郵便、FAX または E メールにてご連絡ください。)

#### 〔第1日目〕

10:00 - 10:25 受付  
 10:25 - 10:30 開会の辞  
 10:30 - 12:30 自由論題研究報告  
 12:30 - 13:45 昼食休憩  
 13:45 - 15:15 JACS-SPSS 論文プロポーザル賞①  
 15:15 - 15:30 休憩  
 15:30 - 17:00 JACS-SPSS 論文プロポーザル賞②  
 17:00 - 17:15 休憩  
 17:15 - 18:15 会員総会  
 18:30 - 20:30 懇親会

#### 〔第2日目〕

9:30 - 10:00 受付  
 10:00 - 11:00 統一論題研究報告  
 11:00 - 12:00 基調講演  
 12:00 - 13:00 昼食休憩  
 13:00 - 15:00 シンポジウム  
 15:00 - 15:05 閉会の辞

## 統一論題 「消費と「心理」を再考する」

土田昭司（関西大学）

JACSは 1992 年に正式に発足したが、その発足時から消費者行動研究に対する心理学、とりわけ社会心理学からの貢献に寄せられた期待は小さくないものがあつたように思われる。発足から 12 年を経過した今日その状況はどのように評価できるであろうか。確かに、最新のJACSのジャーナル『消費者行動研究』に投稿、掲載される論文、年二回のコンファレンスにおける発表には、心理学の立場による研究、あるいは、心理学の知見に強く影響を受けた研究を必ず見いだすことができる。その意味では、JACSにおける消費者行動研究に対して心理学は着実な貢献をしてきていると評価することができるであろう。しかしながら、ここには大きく二つの問題点があるように思われる。一つは、JACSにおける消費者行動研究に貢献している心理学の分野がかなり偏っていることである。現在JACSにおいて発表されている「心理学」的な研究はそのほとんどが記憶構造研究に基礎をおく認知社会心理学の知見、あるいは、認知科学の知見にもとづいている。認知社会心理学や認知科学が消費者行動研究にもたらす果実が大きいことは認めるものの、消費者行動研究に貢献しうる心理学がそれらに留まることはないのであって、その他の心理学分野からの貢献について検討する必要があるように考えられる。このことは、あと一つの問題点の原因の一つともいえるかもしれない。消費者行動研究について心理学、社会心理学からの研究は近年アメリカ合衆国において特に盛んである。これは、同国において社会心理学の博士課程を終えた者の少なからざる数が消費者行動研究を行うことが期待されるポストを得ているという構造上の問題もあるように思われるが、結果として、JACSにおいてはアメリカ合衆国において消費者行動研究として「消化されてしまった」後の心理学の知見が導入されている。このこと自体も消費者行動研究の発展にとっては何ら厭うべきことではないものの、JACSにおける「心理学的」消費者行動研究が心理学を主たる研究領域としている者によって必ずしも担われている訳ではないという事態を生じさせている。今回のコンファレンスにおいて、消費者行動研究に貢献できる心理学的研究とはどのようなものであり得るのか、そしてさらに、消費者行動研究に心理学はどのように関わるべきであるのかについて再考することができれば幸いである。

---

---

## My Consumption 「消費者行動研究と私」

坂下玄哲（上智大学）

私は買い物大好きで、大学院時代もよくあっちこち行ってました。本を読んで飽きると百貨店に行ったり。でも、決して高い服なんかを買い漁るのではありません(大体、そんなこと経済的に不可能やったし...)。購買はせず、ぶらぶらと店内を歩くのが楽しい。百貨店だけじゃなくて、家電量販店や食品スーパー、激安ショップ、ドラッグストア、コンビニなど、とにかく店頭の商品が並んでいればどこでも良いんです。一番好きなのがジャスコやサティーなどで、下手すると2、3時間いたりもしてました。お店の中に商品がばーっ！と並んでると、それだけでワクワクするんですね。

消費者行動研究をやってて良いと思うことは、研究者であると同時に、研究対象でもあるってことです。日常生活を送るだけで、理論と現実を往復できる。大学院時代の他分野の友人たちは、「理論から離れて現実を見る！」と叫んでは、企業インタビューに行ったりしてました。メールや電話で事前アポ取って、担当者と話しながら録音、帰ったらお礼メールを出してテープ起こし、で次のインタビューの準備。そんな人を横目で「大変そうやなあ」と見つ、私は大学の帰りにお菓子の卸売に行ってチョコレートの箱買いとかしてました。チョコを買うにしても何にしても、消費者行動を研究する私は、理論を離れて現実に直面する機会が彼らに比べて圧倒的に多いと思います。

そこでふと浮かんでくるのが、本や論文で学んだことが本当に自分の行動を説明しているのだろうか、という素朴な疑問です。私の尊敬する某先生は、「多属性態度モデルで全てが説明できる」とおっしゃってました。私はどちらかというと実証研究の考え方が好きなので話はそこに限定されますが、勿論、モデルを使って消費者の行動を説明するのは可能だと思います。お気に入りのブランドがあれば情報処理が変わるとか、感情によって購買行動が変化するとか、関与や知識が高いと...云々。ロジックとしては完結していて、一貫性もあるし、データとの対応もとれている。なるほど、と思うことも多々あります。

でも、研究者としてではなく、一人の消費者として純粋に思うんです。「理論が説明することが本当に自分の中で起こっているんやろか」と。購買行動というあやふやで多面的な現実にもいつも直面しているぶん、理論に対しても懐疑的になってしまうみたいです。なので、理論をもとに仮説を構築したりしても、それ自体信じられなくなることもしばしば。

でも、それで自分の主張が揺らいで何も出来なくなるかと言えばそうじゃなくて、そのへんは結構大雑把な性格なんですね。「まるっきりほんまかどうかはわかれへんけど、まるっきり全部ウソってわけでもないやろ」と気楽に考えて研究を続けてます。一生懸命がんばったら、あとは読み手の判断に任せれば良いわけだし、案外、これが本当のところなんじゃないでしょうか。

## ● 新入会員の募集について ●

本学会への入会を希望される方は、本頁下部の該当項目に☑をし、FAX もしくは郵便にて事務局宛にご返信頂くか、ご希望の項目を明記の上、e-mail にてご連絡ください。折り返し、会員募集案内(設立趣意書、学会会則、会員リスト、入会申込書、等)をお送りさせていただきます。

### ●入会資格

**[学会会員]** 消費者行動の研究・教育に従事する大学の専任教員、大学院在籍者(在籍経験者を含む)、およびそれに準ずる者(文部省が学術研究団体と認める学会の正会員、大学の非常勤講師としての教暦を有する者、等)。但し、学会会員2名の推薦が必要。

**[賛助会員]** 本学会の趣旨に賛同する法人および個人。

### ●年会費

**[学会会員]** 5,000円(但し、大学院生の場合は2,000円に減免)

**[賛助会員]** 個人会員 1口 5,000円 法人会員 1口 50,000円

---

会員募集案内(入会申込書)の送付を希望します。

第29回コンファレンスへの参加を希望します。(懇親会:  参加  不参加)

お名前:

ご所属機関:

ご住所: 〒

TEL:

FAX:

E-mail:

## ● JACS事務局のご案内 ●

(事務局) 〒662-8501 西宮市上ヶ原1-1-155  
関西学院大学商学部 マーケティング研究室(山本昭二)  
TEL: 0798-54-6375 FAX: 0798-51-0903 Email: sjyama@cvn.bai.ne.jp

(事務取扱) 〒150-0012 東京都渋谷区広尾1-1-39 恵比寿プライムスクエアタワー10F (SPSS内)  
TEL: 03-5466-5520 FAX: 03-5466-5528 Email: jacs@jacs.gr.jp

\* ご入会希望やコンファレンスへの参加お申込み、またお問合せ等は上記までお願い申し上げます。

---

---