

J A C S

NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニュースレター

第16巻第1号

発行日● 2008年5月26日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

第36回 消費者行動研究コンファレンスの概要

<統一論題>

ニューロ・マーケティングの可能性を探る

春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、会員総会、懇親会を予定しています。第2日目には、自由論題研究報告、基調講演、パネルディスカッションを予定しています。

— 開催概要 —

開催日： 2008年6月28日(土)～29日(日)

会場： 株式会社アサツー ディ・ケイ (東京都中央区)

研究会参加費： 4,000円 [学生：¥2,000] ※非会員の学生は、会場受付にて学生証の提示が必要になります。

懇親会参加費： 5,000円

参加申込： JACS Web サイト(<http://www.jacs.gr.jp/>)、ハガキ、FAX で受け付けております。

参加申込締切： 6月20日(金)必着

[第1日目]

9:55 - 10:00 開会の辞
10:00 - 12:00 自由論題研究報告
12:00 - 13:30 昼食休憩(役員会)
13:30 - 16:00 自由論題報告
16:00 - 16:30 休憩
16:30 - 17:30 会員総会
18:00 - 懇親会

[第2日目]

10:00 - 12:00 自由論題研究報告
12:00 - 13:30 昼食休憩(編集会議)
13:30 - 15:30 シンポジウム
15:30 - 15:35 閉会の辞

— 統一論題 —

ニューロ・マーケティングの可能性を探る 竹村 和久(早稲田大学)

ニューロ・マーケティングとは、脳神経科学の観点から消費者の反応や行動を測定することで消費者行動を理解し、マーケティングに応用しようとしている研究分野です。神経マーケティングと呼ばれることもあり、ニューロエコノミクスあるいは神経経済学と呼ばれる学問分野とも密接に関係しています。

ニューロ・マーケティングの研究が成立するようになったのは、技術的には、fMRI(核磁気共鳴計測)、PET(ポジトロン断層法)、NIRS(近赤外線分光法)、MEG(脳磁図)などの脳活動の装置が発展したからです。有名な研究としては、McClureら(2004: *Neuron*, 44, 379-387)のコカコーラとペプシコーラの選好に関する実験があります。コカコーラが好きな実験参加者に対して、ブランド名を知らせなかった条件と知らせた条件について飲用中の脳の活動をfMRIで測定した結果、後者の場合にだけ前頭葉が選好と関係していたことがわかりました。このような研究は、近年盛んになされるようになっており、精神医学者、心理学者、脳神経科学者、経済学者、経営学者を巻き込んだ共同研究がなされるようになっていきます。しかし、このような研究の知見が、マーケティング的観点からみてどこまで意義があり、再現性のある知見を出しているのか、明らかでない部分も多いように思われます。

今回のコンファレンスでは、このようなニューロ・マーケティングの研究について、脳神経科学の立場から研究を行われている高橋英彦氏(独立行政法人放射線医学研究所)に招待講演をお願いし、ニューロ・マーケティングの可能性を議論したいと思います。高橋氏の研究の成果は、脳神経科学分野を中心にしてはいますが(たとえば、*Neuroimage* (2007) 34:1643-1649.)、近年では消費者行動に関する研究も進められています。また、指定討論には、マーケティングサイエンスの観点から研究を行われている守口剛氏(早稲田大学)、消費者の認知と行動について研究を行われている新倉貴士氏(関西学院大学)をお願いして、消費者行動研究にとってニューロ・マーケティングがどのような意義を持つのかについて討論をしていただくことを期待しています。また、フロアからの活発な討論も期待しています。さらに、司会には、消費者行動研究を長年行われてきている杉本徹雄氏(上智大学)をお願いしております。

今回の自由論題の申し込みも昨年に増して多数あり、自由論題を中心としたコンファレンスも定着してきたように思います。自由に会員が研究発表することができ討論ができる、会員に開かれたコンファレンスが今後もできればと願っています。なお、今回のコンファレンス開催におき

ましては、コンファレンス会場運営について、伊熊克裕氏、益田一氏をはじめとした株式会社ADKの皆様にご多大なお世話になりました。また、新倉貴士氏、柴田典子氏(横浜市立大学)、大川令子氏(株式会社SPSS)をはじめ、学会関係者の皆様にもコンファレンスの準備にあたって多大なご支援をいただいています。記して謝意を表します。

最後になりますが、多くの会員の皆様が本コンファレンスにご参集いただき、消費者行動研究についての会員同士の熱い討論ができることを心より願っています。

— My Consumption —

「幼稚園ママ」のネットワークとわたしの消費 宮澤 薫(学習院大学大学院)

2年ほど前から私の消費生活に「幼稚園ネットワーク」というとても興味深い情報源が加わった。幼稚園のママは「園ママ」と呼ばれ、新聞、雑誌、テレビなどで広く取り上げられ話題になっているが、私も娘を通してたくさんの「園ママ」と知り合い影響を受けている。一昔前までは、「小さい子供を持つ専業主婦は購買にシビアである」といった見方をされることが多かったが、今はむしろ経済的余裕があるために園ママライフを存分に楽しむといった人が多く、消費に関しても前向きで有用な情報をたくさん持っている。

互いにどのような影響を与え合っているのかを考えてみると、まず1つ目として「子供の消費」への影響が挙げられる。特に「習い事」などの教育関連と「病院」に関する情報は話題の中心になることが多い。私も「園ママネットワーク」から得た情報をもとにこの春から娘をあるスイミングスクールに入会させる検討を行った。一方で、子供がこの年齢の場合、玩具、洋服といった子供の所持品購入に関しては意外と他者の影響を受けないという点は興味深く感じた。

第2に、母親自身の消費への影響も大きい。例えばcrosesのサンダル、AIGLEのレインブーツは、昨年娘の幼稚園ママの間で流行った2大商品である。ここで重要なのは、その商品が「高価すぎない」ことである。

そして、3つ目に「おつきあい」に伴う消費である。地域に密着した「ご近所幼稚園」の場合、おつきあいの王道といえば親子で「友達の家に集まる」というスタイルであり、その際に欠かせないのが「ちょっとした手みやげ」である。一般的なのは量販店などで販売されている菓子メーカーの「菓子」であるが、季節や地域限定のものなど、やや特別感があるものだとおよい。娘が幼稚園に入る以前、我が家では菓子を購入する機会は非常に少なかったが、今や週に1度はスーパーで菓子の大量買いである。もうひとつのスタン

ダードな手みやげは「パン焼き機」で焼いた手作りパンだ。娘のクラス 23 名のうちパン焼き機を所持していないのは我が家を含めてたった4軒。パン焼き機で焼いたパンはおいしく手作り感がある上に、オープンで焼いた本格的なパンよりも贈る側にも受け取る側にも気軽であり人気がある。私もパン焼き機の購入を前向きに検討中である。

このように、園ママネットワークは母たちの日常消費に大きく影響を及ぼしている。幼稚園の場合、居住地によって学区が分けられる小学校とは異なり、教育方針やポリシーを理解した上で入園を決めるので、類似した価値観を持つ人が集まりやすく互いに影響を受けやすいのかもしれない。そう考えると、親子ともに楽しく幼稚園生活を送るためには、有名だから、園バス・給食つきだからといった表層的な部分だけにとらわれず、価値観を見定めた幼稚園選択こそが重要なのだと改めて思う。

◆筆者プロフィール◆

氏名:宮澤 薫 (みやざわ かおる)

研究テーマ:ブランド研究

(特にブランド・コミュニティ)

趣味:テニス、旅行、史跡めぐり

バトンタッチ元は福岡大学の太宰潮先生で、バトンタッチ先は早稲田大学大学院の橋田洋一郎先生になります！

<事務局より一言>

このコラムは、会員の皆様の間でのコミュニケーションをより円滑にするためのものです。お若い研究者を中心にして、全国の JACS メンバーで「研究者の輪(和)」をどんどん広げていきましょう！

第 8 回(2008 年度)

JACS-SPSS 論文プロポーザル賞募集

日本消費者行動研究学会では、SPSS 社のご協力を受けて、若手研究者の研究支援ならびに学会の研究促進を目的とした、JACS-SPSS 論文プロポーザル賞(以下、JSP 賞)を設けています。JSP 賞は、既に完了した研究ではなく、これから行われる研究に関するプロポーザルを評価対象とします。JSP 賞には、大学院修士在学中または修了後 5 年以内の JACS 学会会員であれば、どなたでもご応募頂けます。

ただし、JSP 賞は若手研究者の研究支援ならびに学会の研究促進を目的としますので、指導教官や研究室の他のメンバーなどの JSP 賞応募対象者以外の方は研究協力者となります。そして JSP 賞受賞者は受賞研究が完了次第、

JACS 学会誌『消費者行動研究』への投稿をお願い致します。

受賞賞金の総額は 50 万円(最優秀賞 1 点 30 万円、優秀賞 2 点 10 万円)となっています。2008 年春のコンファレンスにおける審査委員会での審議により選出され、選出された研究は 2008 年秋のコンファレンスで研究結果を報告し、役員会で最優秀賞 1 点、優秀賞 2 点が選出されます。第 8 回 JACS-SPSS 論文プロポーザル賞へ応募を希望される方は、下記の要領に従い E メールにてお申込み下さい。多くの若手会員の方から、応募をお待ちしています。

対象
大学院修士在学中もしくは修了後 5 年以内の学会会員または学生学会会員 (注)JSP 賞は若手研究者の研究支援ならびに学会の研究促進を目的としますので、指導教官や研究室の他のメンバーなどの JSP 賞応募対象者以外の方は研究協力者となります
応募要領
下記を明記の上、e-mail にて応募ください。 ●e-mail のタイトル: 「JACS-SPSS 論文プロポーザル賞応募希望」 1)タイトル 2)氏名 3)所属 4)連絡先(住所・TEL・E-mail) 5)発表概要(400 字以内で、「研究の目的」「研究の方法」を明記して下さい)
応募先
日本消費者行動研究学会 事務局 e-mail:jacs@jacs.gr.jp ※応募を確認後、事務局より折り返し確認の e-mail をお送りします。応募後、数日経過しても連絡がない場合は、事務局までお電話にてご確認ください。
応募締切
2008 年 5 月 31 日(土)

学会費の「銀行振込み」についてのお願い

学会費の銀行振込みについて、JACS事務局よりお願いがあります。「銀行振込」をご利用の場合、大学名や企業名などの「組織名」から入力されますと、振り込みました「個人名」が特定できないというケースが出てきます。「銀行振込」の際には、必ず「個人名」から記入していただきますよう、ご協力をお願い致します。

ご所属・ご住所の変更についてのお願い

ご所属やご住所が変更する際は、必ず JACS 事務局へご連絡ください。就職や異動などの慌しさが一段落したらで結構ですので、お手数ではございますがよろしくお願い致します。

また、「郵便局の振込用紙」に変更箇所を明記いただく方がおりますが、手続上、データベースの修正は年度末となってしまいます。変更のご連絡は、下記 JACS 事務局までお願い致します。お電話、FAX、Eメールのいずれかでご連絡下さい。

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、ホームページから入会申込書をダウンロードいただくか、下記に必要事項を記入の上、事務局まで FAX・郵便・e-mail 等でお送り下さい。折り返し、入会申込書等をお送りいたします。

●入会資格**[学術会員]**

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、学術会員 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**[学術会員]**

10,000 円

（但し大学院生は 5,000 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

会員案内(入会申込書)の送付を希望します。 (学術会員 賛助会員)

お名前:	ご所属機関:
〒	
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 (新倉貴士)
 TEL: 0798-54-6444 FAX: 0798-51-0903 Email: tniikura@kwansei.ac.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

<JACS Website>

<http://www.jacs.gr.jp/>