

J A C S

NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニュースレター

第19巻第1号

発行日●2011年5月19日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

第42回 消費者行動研究コンファレンスの概要

<統一論題>

消費者行動研究のクロスボーダー

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、ご案内いたします。
第1日目には、統一論題発表、会長講演、会員総会、懇親会を予定しています。第2日目には、チュートリアル、自由論題研究発表を予定しています。

－開催概要－

開催日程: 2011年6月25日(土)・26日(日)
会場: 早稲田大学(東京都新宿区・早稲田キャンパス)
研究会参加費: 4,000円 [学生:2,000円]
※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/>)および FAX で受け付けております。
参加申込締切: 6月15日(水)必着

[第1日目]

13:00 - 13:05 開会の辞
13:05 - 13:10 企画者趣旨説明
13:10 - 14:45 統一論題①・②
15:00 - 16:35 統一論題③・④
16:35 - 16:45 企画者コメント
17:15 - 18:00 会長講演
18:00 - 19:00 会員総会
19:00 - 21:00 懇親会

[第2日目]

10:00 - 12:15 チュートリアル・セッション/
自由論題研究報告 I
13:15 - 15:15 自由論題研究報告 II
15:30 - 17:30 自由論題研究報告 III
17:30 - 17:35 閉会の辞

—統一論題—

「消費者行動研究のクロスボーダー」

田中 洋(中央大学大学院戦略経営研究科)

いまさら言うまでもないことですが、消費者行動研究はマーケティング研究者のみによって行われるものではありません。1992年のJACS設立趣意書で繰り返し強調されていたのは次のようなことです。1980年代に消費者研究の分化が進行してしまい「研究者間での意思の疎通が著しく損なわれ」、同じような研究テーマを扱いながら「互いの研究成果を全く参照し合わない」という事態がみられました。そこで「単なる関連分野からの概念・方法論の援用というレベルを超えて、知識の総合化・体系化が行われるべき時期に来ている」と趣意書は指摘しています。それから20年近くが経とうとしています。

現在の日本の消費者行動研究では、JACS設立趣意書に書かれたような分野横断的な研究体制が実現しているのでしょうか。現在のJACSに参加している学会員たちはそれぞれ異なった立場に立脚しつつも、その多くがマーケティング分野に属しています。もちろん一部のマーケティング研究者の方々は分野横断的な努力を続けておられますし、マーケティング分野の研究者が他分野の研究成果について無知であるというわけでもありません。しかしそれにも関わらず、異なった研究分野とのコラボレーションや成果の統合化は一部を除いてまだ一般化していないようにみえます。

当然のことですが、あらゆる消費者行動研究者が、異なった分野の研究者と共同研究を行わなければいけない、ということではありません。問題は消費者行動研究を行うというとき、その成果が異なった分野の研究者に参照され、その結果、狭い意味でのマーケティング論研究成果にとどまらず、人間の消費行動を明らかにするためのより普遍的貢献をなし得ているかどうか、これ

が問われているように思われるのです。

また今回の企画について同時に考えたのは、海外の研究者たちとの交流です。これまでのJACSコンファレンスでは海外のよく知られた研究者をお呼びしたセッションも行われてきました。今の日本の消費者行動研究者たちは、ますます忙しくなる日常業務や国内学会の日程に追われて、海外の学会、例えばACRに参加する機会が少なくなっています。私はACRに参加する機会をこの数年間もってきましたが、いつも日本からの参加者が少ないことを気にせずにはおられませんでした。ただこうした機会に海外で活躍している日本とご縁のある研究者たちと知り合うことができたのは幸甚でした。

今回コンファレンスの企画を石崎徹先生と須永努先生と私とでお引受けするにあたって、私の頭の中を去来したのは上記のようなことでした。「クロスボーダー」と名付けたのは、研究分野的なクロスボーダーと、日本—海外といった地理的なクロスボーダーの両方を意図しています。今回の企画がマーケティング論や日本という枠組みから一歩外に出て、より広い視野で今後私たちが消費者行動論研究をさらに活発に行っていくためのきっかけとなれば幸いです。We don't walk alone.

最後に、あらためて今回の企画を可能にするために研究発表を快く受諾していただき、お忙しい日程のなかを参加して下さる、北島宗雄先生(産業技術総合研究所)、石井晃先生(鳥取大学)、Florian Kohlbacher先生(ドイツ日本研究所) Keiko Powers先生(MarketShare, Inc.)の4人のゲストスピーカーの方々に厚く御礼を申し上げます。

— JACS-SPSS 論文プロポーザル賞 —

「負債感概念を考慮に入れた新たな顧客満足規定要因モデル」

千葉 貴宏（慶應義塾大学院商学研究科）

この度は、JACS-SPSS 論文プロポーザル賞最優秀賞をいただき、大変光栄に思うとともに、最優秀賞の名に恥じぬように研究を進めねばという嬉しいプレッシャーを肌を感じております。審査員の先生方、ご指導いただきました先生方、およびコンファレンスの運営にご尽力くださった方々に、厚く御礼申し上げます。

今回、私が発表させていただきました研究構想報告は、「負債感概念を考慮に入れた新たな顧客満足規定要因モデル」でした。小売企業やサービス企業の接客員は、顧客に対して可能な限り高品質なサービスを提供しようとするはずですが、そのような接客員の意図に反し、顧客は、過度に恭しい給仕に対して「そこまでしてもらっては申し訳ない」と感じて、好ましくない情緒的反応に帰着してしまう可能性があります。本報告では、顧客の「負債感」と呼ばれるこうした感情を、顧客満足研究に導入しようとする試みを発表させていただきました。

具体的には、本報告の焦点は、関連研究が構築した「援助に対する被援助者の情緒的反応に関する理論モデル」の整序および顧客満足研究への適用でした。そのモデルは、援助に対する被援助者の情緒的反応の正および負の源泉を 10 個も列挙していましたが、それらの源泉には同義あるいは対義の概念の組が幾つか含まれているばかりでなく、モデルの構成概念間の因果関係が十分に精緻化されていないという課題を抱えていました。そこで本報告は、それらの源泉を整序しモデルを精緻化することによって、接客員の高品質なサービスが負債感を介して顧客満足に及ぼす負の影響を見いだすという試みの方途を提示いたしました。

顧客満足は、多彩に展開されるマーケティング研究のなかで常に考慮対象となるような重要な概念であると同時に、多様なアプローチによってその規定要因の解明を試みられてきた曖昧な概念でもあります。そ

の重要さと曖昧さのせいか、顧客満足規定要因モデルは数多く存在しますが、それらのモデルはいずれも、「高品質なサービスが満足を高める」という似通った知見を導いてきました。こうした顧客満足研究に一石を投じるべく、本研究構想報告は、負債感概念の存在の示唆を通して、「高品質なサービスが必ずしも満足を高めるとは限らない」という仮説を提唱するに至ったのです。

本報告に対して、「そもそも顧客は接客員の給仕に対して負債感を抱かないのではないか」というご指摘もいただきました。その一方で、本報告の内容は、米国にて発表した折には違和感なく受け入れられました。このような違いは想定外であり、大変興味深くもありました。海外では個人が私利を追求する傾向にある一方、サービス従事者と対等な関係性を築くように感じられます。他方、我が国では個人が他者を尊重する傾向にある一方、サービス従事者に抑圧的な姿勢を示すように感じられます。以上を鑑みますと、我が国の商業の場では負債感が生じにくいかもしれません。そのことを真摯に受けとめたうえで、顧客満足研究の発展の一助となるような研究を行っていただけるよう精進いたしますので、今後の展開を温かく見守っていただけますと幸いです。

諸先生方に改めて深い感謝の意を表すとともに、最後に、研究を下支えしてくれる家族に謝意を述べさせていただきたいと思っております。今後も、周囲のご支援に報いるため、生涯をかけてマーケティング研究に邁進し続けていく所存ですので、ご指導ご鞭撻の程宜しくお願い申し上げます。

《編集担当より》

前号に引き続き、昨秋のコンファレンスでの受賞者を紹介いたします。今回は、第 10 回 JACS-SPSS 論文プロポーザル賞・最優秀賞を受賞されました千葉先生にご登壇いただきました。

学会費の「銀行振込み」についてのお願い

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。

やむを得ず組織名から（または組織名のみ）の振込人名になる場合は、事務局まで e-mail にてご一報いただきますようお願い致します。

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となる際には、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。なおホームページからもお手続きいただけますので、ご活用ください。

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の上、必要事項を記入、捺印の上、事務局まで郵送でお送り下さい。

●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歴を有する者、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

●日本消費者行動研究学会(JACS)事務局のご案内●

(事務局) 法政大学 経営学部 新倉研究室
〒102-8160 東京都千代田区富士見2-17-1
Email: niikura@hosei.ac.jp

(事務取扱) 日本消費者行動研究学会 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 (IBM 内)
TEL: 03-5466-5520 FAX: 03-5466-5528 Email: jacs@jacs.gr.jp

<JACS Website>

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