

JACS NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニューズレター

第27巻第4号

発行日●2020年2月18日(3月19日追記)

発行●日本消費者行動研究学会事務局

第60回 消費者行動研究コンファレンス開催中止のお知らせ

新型コロナウイルス感染拡大の影響により、

第60回消費者行動研究コンファレンス(2020年5月16日~17日・大阪市立大学を予定)の開催を「中止」いたします。

詳細につきましては、メール・HP及び、次号ニューズレター第28巻1号をご確認ください。

第59回 消費者行動研究コンファレンス 開催報告

＜統一論題＞文化と消費者行動・マーケティング

昨年2019年10月26日・27日、兵庫県神戸市の神戸学院大学において、第59回消費者行動研究コンファレンスが開催されました。1日目の午前には、JACS論文プロポーザル賞のプレゼンテーションが実施され、数多くの参加者のもと活発な議論がなされました。1日目の午後は自由論題研究報告が、2日目は統一論題による発表とパネルディスカッションが行われました。

2日目前半の統一論題は「文化と消費者行動・マーケティング」をテーマに、中央大学の三浦俊彦先生による解題が行われました。その後、一橋大学の松井剛先生から「消費文化におけることばとマーケティングの役割」、甲南女子大学の米澤泉先生から「服はもうファッションではない—くらしの時代における女子消費—」、文化学園大学の中西教夫先生から「欧米と日本、ライフスタイルからファッションへの影響」、そして中央大学の加賀野井秀一先生から「モノ、記号、コト—複雑な消費社会のコンテクションを読み解くために—」に関するご講演を頂きました。

後半は三浦先生の司会によるパネルディスカッションが行われました。このなかで、言葉の持つ力が議論されました。製品の文化的価値は、品質や機能と異なり伝えるのが難しい一方で、言葉を付与することによって価値がそこに凝集・見える化され、その結果消費者や企業がそこに集中すること(「癒し」や「女子消費」など)が議論されました。また、文化的価値の創造に関して、デザイナーやコンセプトメーカーの才能に加え、時代とのインタラクションの重要性も示唆されました。イメージや情緒などの文化的価値(経験価値、記号的価値)を創造・伝達するのは難しいことですが、間違いなく消費者行動に影響を与える価値であり、その意味で多くのことを考えさせてくれる刺激的な会となりました。

学会賞受賞者のお知らせ！

第 59 回消費者行動研究コンファレンスにおいて、学会賞各賞の受賞者が発表されました。日本消費者行動研究学会優秀賞および日本消費者行動研究学会研究奨励賞（青木幸弘賞）の対象論文のうち、受賞者は、次のように決定されました。

日本消費者行動研究学会優秀賞：該当なし

日本消費者行動研究学会研究奨励賞（青木幸弘賞）：下記 1 本

「サービス品質評価の非対称非線形モデル」

佐藤平国（東北大学大学院）

本ニュースレターでは、各賞の受賞者を紹介いたします。今号では、研究奨励賞（青木幸弘賞）を受賞された佐藤平国氏にご登場頂きました。

第 19 回 JACS—榎尾俊雄 論文プロポーザル賞

例年どおり、プレゼンテーションにもとづく審査により決定されました。受賞されたのは次の方々です。

最優秀賞：「コントロールできない時に買いたくなる？—コントロール感の減衰がカスタマイズ商品に対する支払意思額に及ぼす影響—」

井関 紗代（名古屋大学大学院）

優秀賞：「消費者の購買動機がユーザー共創表示の有効性に与える影響」

岡田 庄生（法政大学大学院）

当論文プロポーザル賞は、学会での報告により、自分の研究を客観的な視点から捉え直すことのできる貴重な機会として位置づけられています。また、当プロポーザルをもとに進められた研究は、完了次第『消費者行動研究』への投稿が求められています。

JACS の新体制がスタートします！

2019 年 10 月 26 日に開催されました会員総会において学会役員が改選され、2020 年 4 月より、久保田進彦先生のもとで新体制（2020 年度）がスタートします。

会 長：久保田進彦（青山学院大学）

副会長：秋山学（前会長・神戸学院大学）

田中洋（次期会長・中央大学）

— 日本消費者行動研究学会 研究奨励賞（青木幸弘賞） —

サービス品質評価の非対称非線形モデル

佐藤平国（東北大学大学院）

昨年度のプロポーザル賞に引き続き、この度は本論文を研究奨励賞にご選出下さり、大変ありがたく思っております。内容全体としましては、まだまだ未熟な個所が多々散見されるかと思えます。ご審査いただきました先生方、そして、エリアエディターおよび査読者の先生方に厚く御礼申し上げます。お忙しい中、誠にありがとうございました。また、本論文の出版にあたりましては、関係者の皆様にも大変お世話になりました。その節は、本当にありがとうございました。

このテーマの研究を始めたきっかけは、私が修士課程の学生のときに、指導教員の照井伸彦先生が勧めてくださったことと、学部生の頃に福島大学でお世話になった中村陽人先生（現・長野県立大学）が、過去にSERVQUALを研究されていたことです。このような偶然が重なり、本論文は照井先生と中村先生のご指導の下で完成したものになります。お二人の先生方のご支援にも、大変感謝いたしております。

しかし、この研究には多くの困難がありました。その1つが、SERVQUAL自身の問題の多い尺度であり、いわゆる構成概念妥当性が多くの研究で懸念されていたことでした。当初は、SERVQUALモデルを非線形にすることの有益性を説くことに努めて参りましたが、SERVQUALの問題はそれを勝るほど深刻なものとして認識されているようでした。それに加えて、論文としての私の文章も非常に低質なものであり、これも相まって投稿の継続は困難を極めました。

ところが、この研究の機転となったのが、ちょうど博士課程2年目に進学する直前頃に参加した、日本行動計量学会のテスト理論の合宿セミナーです。そこでは、測定尺度や測定モデルの理論的背景を学ぶことができ、またそれは、当時、私が信じていた

「測定モデルが回答や評価の心理プロセスを表している」ということを裏付けるものでした。それまで既に計量心理学に関心を寄せて独学しており（経済学研究科所属のため）、これを確かめるために参加したものでした。その後、測定モデルの観点からSERVQUALと過去の関連研究の課題を追求していくことに重点を置き、論文を修正していきました。

本研究で採用した非線形測定モデルはまったく新しいものではなく、IRT（項目反応理論）モデルに類似した非線形関数を、潜在変数の非線形変換によって近似するような手法になっています。しかし、本研究での重要な個所は、それが消費者の知覚サービス品質の評価プロセスに対する、より適切なモデルを推定する方法の1つであることを議論した点であると思っております。

一方、論文の中では議論しきれなかった課題も非常に多く残っており、特に現在は、潜在変数と観測変数の得点の関係について、より自然な解釈ができるようにモデルの妥当性を改めて考察しています。また、測定モデルの評価（回答）プロセスとしての見直しは、計量心理学の方でも、今日まで繰り返し議論が行われてきているようです。このような背景からも、本研究が消費者行動理論の解釈に基づく独自の測定モデルの研究開発のきっかけになればと願っております。

本論文が受理されるまでの過程は、本研究の内容や自身の論文作法等を見直す大変良い経験となり、査読に携わって下さった先生方に深く感謝しておりますことを改めてお伝えいたします。今後もこの学びと反省を活かしながら、より質の高い研究を目指して精進して参りたいと思います。これからも何卒よろしく願いいたします。

学会費の「銀行振込」についてのお願い

会費納入に際しましては、事務局から郵送でお送りしている「郵便局の振込用紙」でのお振り込みをお願いしておりますが、

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

★ご登録の所属先等が古いままで、更新されていない方が多く見受けられます。

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。お手数ではございますがよろしくお願い致します。

なお会費納入時、「郵便局の振込用紙」に変更箇所を明記されるケースが見受けられますが、変更のご連絡は、下記 JACS 事務局までお願い致します。

なお、JACS Website からご自身で直接、変更可能ですので、是非ご活用ください。

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) 同志社大学 商学部 高橋広行研究室
〒602-8580 京都府京都市上京区今出川通烏丸東入
Email: jacs.assist@gmail.com

(事務取扱) 日本消費者行動研究学会 事務取扱
〒112-0012 東京都文京区大塚 5-3-13 小石川アーバン 4F
一般社団法人 学会支援機構内
Tel: 03-5981-6025 Fax: 03-5981-6012 Email: jacs@asas-mail.jp

<JACS Website>

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