

# JACS NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニュースレター

第29巻第2号

発行日●2021年7月26日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

## 第63回 消費者行動研究コンファレンス(オンライン)開催のお知らせ

秋の消費者行動研究コンファレンスは、引き続きオンラインでの開催が決定いたしました。コミュニケーション・メディア「Zoom」を基本ツールにリアルタイム（生中継型）で行います。現在、コーディネーターの松下光司先生（中央大学）・大野幸子先生（和光大学）・山本奈央先生（名古屋市立大学）を中心として「消費者行動と認知心理学」をテーマにプログラムを作成中です。詳細については次号で再度お知らせいたします。

開催日程：2021年10月9日（土）・10日（日）／ホスト校：流通科学大学

## 自由論題研究報告など募集！

秋のコンファレンスにおける自由論題研究報告の報告者を募集します。詳細は、JACS Web サイト（<http://www.jacs.gr.jp/>）をご覧ください。

## 第62回 消費者行動研究コンファレンス 開催報告 ＜統一論題＞消費者とニューノーマル

第62回消費者行動研究コンファレンスが2021年5月22日～23日に開催されました。

第1日目午後には「消費者とニューノーマル」をテーマとして、三井住友カード株式会社データ戦略部の白石寛樹氏と、株式会社顧客時間共同 CEO/取締役の奥谷孝司氏による基調講演「WITH コロナ時代のマーケティング—購買データから見える新しいお客様との繋がり方—」が、続いて関西大学の矢田勝俊先生による基調講演「実店舗における消費者行動とニューノーマル」が行われました。基調講演に続いて、神戸学院大学の秋山学先生にもご登壇頂き、司会として登壇頂いた慶應義塾大学の里村卓也先生を含めた5名によるパネルディスカッションが行われました。第2日目は自由論題研究報告の会場をオンラインで2つに分け、午前には6本のロングセッションと4本のショートセッションが、午後には2本のロングセッションと13本のショートセッションが行われました。コロナ禍中のフルオンラインでも、第1日目夜の懇親会を含めて大変盛況なコンファレンスとなりました。登壇頂いた多くの先生方、ホストの専修大学・奥瀬喜之先生に感謝申し上げます。

## 「特集論文」について

●特集論文セッション（第1期）：

論文受付を2021年10月1日よりスタートします。詳しくは別項(P4)をご覧ください。

●特集論文セッション（第2期）：

特集テーマを今秋の第63回コンファレンスにて発表いたします。乞うご期待ください。

— 第 20 回 JACS—櫻尾俊雄 論文プロポーザル賞 優秀賞 —

「触覚イメージの訴求による心理的所有感の生起が消費者行動に及ぼす影響」

石田 真貴（関西学院大学大学院）

この度は、第 20 回 JACS 櫻尾俊雄論文プロポーザル賞優秀賞を賜りましたこと、大変光栄に存じます。新型コロナウイルス感染症（COVID-19）流行拡大に伴い、通常のオフライン形式での開催が困難であったにもかかわらず、オンラインにてこのよう場をご用意して頂きましたコンファレンス運営スタッフの皆様、審査員の先生方に、この場を借りて厚く御礼申し上げます。

私たち消費者の購買機会は、新型コロナウイルス感染症拡大と相まって、急速にリアル店舗から EC に移行しています。しかしながら、消費者が製品を評価する際には、目から得られる視覚情報だけでなく、実際に製品に手で接触することで得られる「触覚情報（手触り、硬さ、重さ、温度など）」が重要です。触覚情報は、消費者に「心理的所有感（psychological ownership, 以下 PO）」を生起させ、WTP や購入意向などの好ましい消費者反応を引き出します。PO とは、対象に対して人が生起させる所有感のことをさします。今後も EC の普及や、消費者の製品に接触することへの回避行動が予想されるなか、いかにしてマーケターが製品の触覚情報を伝え、PO を生起させていけばよいのか大きな課題であるといえます。

そのため本研究目的は、EC のような非接触状況下においてでも、PO の生起に必要な触覚情報を生み出し、消費者の好ましい反応（購入意向）を獲得することにあります。具体的には、触覚情報の補填メカニズムとして「触覚イメージの鮮明さ」に着目しました。先行研究では、実験参加者に製品に接触していることを“目を閉じて”イメージさせることで、鮮明な触覚イメージを形成させ、製品に直接接触しているときと同等の PO を生起させています。しか

しながら、“目を開けたまま”接触していることをイメージさせると、視覚情報が触覚イメージ形成の妨げとなり、PO は生起しませんでした。そのため実務への応用上課題となっています。

そこで本研究では、EC 上にて消費者がその製品を購入する上で重要となる触覚情報（例：バスタオルの手触り）と、その触覚を確認する特有の手の動作（例：手触りを確認している手）が含まれた製品画像を提示することによって、目から得られる視覚情報を通じて、消費者に接触している購買シナリオを頭の中で明瞭にさせ、鮮明な触覚イメージが形成されると予想しました。以上のことを検証する実証研究を、本賞の受賞後に着手したところ、概ね支持される結果が得られており、近日中に消費者行動研究に投稿させて頂きたく存じます。

最後になりましたが、本研究を進めることができたのは、貴重なご指摘を下された審査員の先生方、そして日ごろお世話になっている多くの先生方からのご指導ご鞭撻があつてのことです。ここではとくに、以下の先生方のお名前を挙げさせていただきます。私の指導教員である西本章宏先生（関西学院大学）、研究会や講義でお世話になっております、井上哲浩先生（慶應義塾大学大学院経営管理研究科）、石淵順也先生（関西学院大学）に改めてこの場を借りて感謝を申し上げます。この度の受賞を励みに、今後も精進に努めてまいりますので、ご指導ご鞭撻を賜りますよう、宜しく願い申し上げます。

## 2020 年度決算報告および 2021 年度予算案

2021 年 5 月 22 日にオンラインで開催された役員会および会員総会において、2020 年度の決算報告、および 2021 年度の予算案が下記のとおり承認・決定されました。

科 目	2020 年度 予算額	2020 年度 決算額	差 異	2021 年度 予算額
1) 収入の部				
会費収入	6,850,000	5,745,000	1,105,000	6,989,000
学術会員	4,600,000	4,120,000	480,000	4,944,000
学術学生会員	460,000	280,000	180,000	280,000
個人賛助会員	190,000	140,000	50,000	140,000
法人賛助会員	1,000,000	950,000	50,000	950,000
滞納等	600,000	255,000	345,000	675,000
コンファレンス収入	1,000,000	604,000	396,000	1,700,000
学会誌販売収入	160,000	73,260	86,740	100,000
雑収入	0	50,030	△ 50,030	0
助成金	500,000	500,000	0	500,000
収入合計	8,510,000	6,972,290	1,537,710	9,289,000
2) 支出の部				
印刷費	400,000	450,956	△ 50,956	0
ニューズレター	400,000	450,956	△ 50,956	0
事務費	1,060,000	899,751	160,249	1,060,000
学会誌印刷・発送一式費	500,000	498,916	1,084	500,000
通信費	150,000	114,958	35,042	150,000
Web ホスティングサービス利用費	110,000	60,689	49,311	110,000
その他	300,000	225,188	74,812	300,000
事業運営費	3,250,000	2,188,994	1,061,006	3,700,000
コンファレンス支出（会場費含む）	1,000,000	1,091,526	△ 91,526	1,700,000
コンファレンス開催費（開催校補助費）	200,000	30,000	170,000	200,000
学会誌作成費（査読謝礼費）	250,000	229,468	20,532	250,000
査読システム運用費	250,000	132,000	118,000	250,000
学会誌サポート費	550,000	426,000	124,000	550,000
国際交流事業費	250,000	0	250,000	250,000
ワークショップ開催費（開催補助費）	350,000	20,000	330,000	200,000
プロポーザル賞賞金	0	200,000	△ 200,000	-
学会賞賞金	100,000	60,000	40,000	300,000
コミュニケーション促進費	300,000	0	300,000	0
予備費	3,800,000	3,597,835	202,165	4,850,000
査読（出版）システム開発費	450,000	0	450,000	0
学会サイトリニューアル費	-	-	-	1,500,000
事務委託費	3,350,000	3,597,835	△ 247,835	3,350,000
支出合計	8,510,000	7,137,536	1,372,464	9,610,000
当期収支差額	0	△ 165,246	165,246	△ 321,000
前期繰越収支差額	33,826,568	33,826,568	0	33,661,322
次期繰越収支差額	33,826,568	33,661,322	165,246	33,340,322

上記の通り報告いたします。

事務局担当理事 圓丸 哲麻 印

上記の報告を適正なものとして認めます。

監事 八島 明朗 印

## 10月1日より「特集論文(第1期)」公募を開始いたします

『消費者行動研究』の特別号(2022年刊行予定)に掲載する特集論文を、来る10月1日より受付開始いたします。研究者・大学院生の方々からの、多数の応募を期待しております。

### ●「特集論文(第1期)」のテーマ

#### テーマタイトル:【環境変化に対応する消費者行動研究の新領域】

新たなテクノロジーやメディアの登場、そして自然災害や未知のウイルスの世界的拡大などによって、消費者を取り巻く環境は劇的に変化しています。今回の特集論文では、今日の変化する消費者環境における新しい消費者行動研究を特集することといたしました。

研究テーマの例としては、以下のようなトピックを挙げましたが、これらのトピックに限定されるものではありません。変化する消費者環境や消費者課題に着目し、新しい分析調査手法を考慮した、意欲的な研究論文の投稿をお待ちしております。

具体的なテーマとして考えられる例:

1. 新しいテクノロジーと消費者行動に関する研究
2. ソーシャル・ネットワークと消費者行動に関する研究
3. パンデミックと消費者行動に関する研究
4. アクセスペースの消費やリキッド消費に関する研究
5. 消費者のウェルビーイングに関する研究 …など

### ●「特集論文賞」の新設

各年の応募の中から、コンファレンス特集号セッションでの発表と、『消費者行動研究』特集論文に掲載された中から特に優秀な発表と論文を選定し、その著者に授与します。(受賞対象は学会員)

### ●出版までの流れとスケジュール

#### 【第1段階】コンファレンスへの応募と発表

査読を経て発表可となりましたら、2022年春のコンファレンスで発表して頂きます。

2021年10月1日: 応募受付開始

2022年1月6日: 応募締切

2022年3月下旬頃: 発表可否の査読結果通知

2022年5月頃: 第64回コンファレンスにて発表

#### 【第2段階】論文の投稿と出版

発表時のフィードバックを反映させた修正稿を提出して頂きます。

2022年7月頃: 修正稿締切

2022年9月頃: 論文採否の査読結果通知

2022年12月頃: 採択論文をオンライン版として先行出版

応募方法、査読プロセスなど、詳細に関しましては以下の募集要項ページをご参照ください。

[http://www.jacs.gr.jp/application/special\\_issue1.htm](http://www.jacs.gr.jp/application/special_issue1.htm)

### 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( <http://www.jacs.gr.jp> ) 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 Website ( <http://www.jacs.gr.jp/admit/> ) から入会申込書をダウンロードし、必要事項を記入の上、事務局まで E メール ( [jacs@asas-mail.jp](mailto:jacs@asas-mail.jp) ) でお送り下さい。

#### ●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歴を有する者、等）。但し、学会会員 1 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。

#### ●入会規定

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

#### ●年会費

※令和 3 年度（2021 年度）より

[学会会員] 12,000 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

★法人会員には会員特典がございます。  
詳しくは「入会規定」をご覧ください。

## ●日本消費者行動研究学会(JACS)事務局のご案内●

(事務局) 大阪市立大学 商学部 圓丸哲麻研究室  
〒558-8585 大阪府大阪市住吉区杉本3丁目3-138  
Email: [jacs.assist@gmail.com](mailto: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 小石川アーバンビル 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](mailto:jacs@asas-mail.jp)

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