

J A C S

NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニュースレター

第15巻第1号

発行日● 2007年5月7日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

第34回 消費者行動研究コンファレンスの概要

< 統一論題 >

企業と消費者のコミュニケーション

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、統一論題報告、パネルディスカッション、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、ワークショップ報告、ティーチャーズフォーラムを予定しています。

— 開催概要 —

開催日: 2007年6月2日(土)～3日(日)

会場: 関西学院大学(兵庫県西宮市)

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。
(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。)

参加申込締切: 5月25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 統一論題報告
パネルディスカッション
16:10 - 16:50 会長講演
17:00 - 18:00 会員総会
18:00 - 20:00 懇親会

[第2日目]

10:00 - 12:30 自由論題研究報告
12:30 - 13:30 昼食休憩(編集委員会)
13:30 - 15:30 ワークショップ報告
ティーチャーズフォーラム
15:30 - 15:35 閉会の辞

— 統一論題 —

企業と消費者のコミュニケーション

山本 昭二(関西学院大学)

今回のコンファレンスの統一論題では、企業と消費者のコミュニケーションを広告という立場から離れて議論をしてみたいと思っています。テレビから流れるCMは相変わらず膨大なものですが、企業の度重なる不祥事がテレビから流され、経営陣が頭を下げるという構図もこの10年ですっかり定着した場面になっています。この場面で企業は消費者に何を語りかけようとしているのでしょうか。

従来から企業と消費者の関係は、供給者と購入者という立場を中心に理解されてきました。企業はどの様に消費者に自分の商品を販売するのか、消費者は自らの能力で質の高い生活を構築することを目的にすると考えられてきました。

消費者行動論の想定する企業と消費者の関係は、こうした前提に立って消費者の動機や企業のマーケティング活動を理解してきました。ところが、企業活動が広範囲に及ぶに従って消費者と企業は様々な接点を持つようになっていきます。消費者問題、もしくは消費者運動という言葉がクローズアップされたのは、高度経済成長の只中で起こった消費者を軽視した企業の行動が原因でした。

こうした問題は、初期には欠陥商品の問題として取り上げられてきており、その対応として品質管理と苦情処理という企業側の対応が取られ、広告も規制の対象となったのです。消費者主権という考え方は、多くの企業が受け入れたように見えたのですが、必ずしも消費者が納得した結果が得られているわけではないようです。

近年では企業の社会的責任という言葉で、消費者は重要な企業関係者として認識されています。そこでは、株主や従業員、取引企業と並んで企業の意思決定に重要な影響を与える意見を持った消費者という捉えられ方がされています。

しかし、この二つの消費者像の間には大きな溝があり、詐欺的な商法は相変わらず被害をもたらし続けており、企業の不祥事に対しては、マスコミを上げて非難を集中させるというちぐはぐな現象が繰り返されています。

消費者行動研究では、依然として「広告モデル」と考えられるような研究が中心であることは否めないことです。一方で、企業の立場からは広告はマーケティングの仕事であり、苦情はカスタマーセンターの広報は広報部の仕事という統一されない消費者への対応が続いていることも実態としてあります。IMCという考え方やCSRという言葉がこれだけ流布されてきたにもかかわらず、何故こうした実態はなかなか変わらないのでしょうか。

今回のコンファレンスでは、広報や広告といった消費者へのアプローチの変化ではなく、消費

者から見た企業との関係がどの様に変化しているのか、メディアはどの様な影響を与えているのかを多角的に検討してみたいと思います。キーワードとしては、企業と消費者の信頼関係ということになるでしょうか。

短い時間ではありますが、皆さんの積極的な参加をお待ちしております。

— My Consumption —

後楽園球場とレディーボーデン

須永 努(千葉商科大学)

後楽園球場とレディーボーデン。一見何の関わりもないように思われる両者だが、私の頭の中では同一のカテゴリーとしてインプットされている。その場所は、超長期記憶だ。

筋金入りの野球少年だった私には、自分の誕生日よりも、クリスマスよりも楽しみにしている一大イベントがあった。年に一度、後楽園球場に巨人戦を観に行くのである。当日は実家の栃木から(父の会社の取引先がある)両国まで車で行き、そこから黄色い電車(子供だったので総武線のことをそう呼んでいた)で後楽園球場へと向かうのが常だった。

水道橋駅まであとわずかというところで、私は目一杯背伸びをして電車の中から窓の外を見る。建物の影から後楽園球場が姿を現すのだ。とてつもなく大きなバックスクリーンに、選手の名前や映像が映し出されている。ほんの一瞬見えるだけなのだが、私はその姿を今でもはっきりと覚えている。その瞬間の興奮が、夢の世界の始まりを告げるような感じがしたのだ。

現在、私の勤務する大学は千葉県の市川市にある。私は自宅から市川駅まで、「黄色い電車」で通っている。研究室で遅くまで仕事をして自宅へ帰る時など、私は水道橋駅の手前でふと窓の外へ目をやる。背伸びをする必要はない。建物の影から大きなスタジアムが姿を現す。球場はドーム球場へと進化し、車内から見える球場の姿も一変してしまっただけでなく、電車の中から東京ドームを見ていると、子供の時に感じた興奮が鮮やかによみがえり、とても懐かしい気持ちになる。

後楽園球場での思い出として、もう一つ、今では笑い話になっているエピソードがある。プロ野球の試合を生で観戦できる嬉しさのあまり、私は前もってノートに枠を書き込んだお手製のスコアブックを用意しておき、当日持参してその試合のスコアをつけていたのである。それ自体は楽しい作業だったのだが、後になって気づいたことに、スコアをつけるのに忙しくてプレーを観たという記憶が全く残っていない。今思うと、もったいないことをしていたという気がしないでもないが、私にとってはそれくらい思い入れの強いイベントだったのである。

後樂園球場は姿を消し、スコアブックのおかげでプレーの記憶もなくなりました。当のスコアブックは、いつの間にかどこかへいってしまってもうない。しかし、総武線の車内から東京ドームを見る度に、あの時の感情が鮮やかによみがえってくる。記憶がないどころか、プルーストの無意志的記憶のように、思い出そうとしなくても記憶の方から勝手に押し寄せてきて私の心をいっぱいにするのだ。

姿も名称も変わったのに、私は東京ドームにも後樂園球場と同じ愛着を感じている。これはブランド変更の成功例だろうか、経験価値だろうか、それとも…。ここでいつも私の思考は停止する。やめよう、分析するのは、と。

レディーボーデンについては、明らかにスペース不足になってしまった。超長期記憶の内容を手短に語るのは難しいものである。

◆筆者プロフィール◆

氏名：須永 努(すなが つとむ)
 研究テーマ：消費者の意思決定プロセス
 趣味：旅行、映画鑑賞、スイーツ

バトンタッチ元は目白大学の井上 綾野先生で、バトンタッチ先は学習院大学の太宰 潮先生になります！

<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。今回のリレーは「関東地区」のようですね。まずはエリアの友からですね！お若い研究者を中心に、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 7 回(2007 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。2007 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 2007 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 7 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。

第 7 回 JACS-SPSS 論文プロポーザル賞へ応募を希望される方は、下記の要領にしたがい e-mail 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
2007 年 5 月 10 日(木)

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。JACS事務局の方で学会費の振込みの管理をしておりますが、「銀行振込み」の際に、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。「銀行振込み」の際には、必ず「個人名」から記入するようしてください。どうぞよろしくお願い致します。

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、下記の該当項目に☑をし、FAX もしくは郵便にて事務局宛に送付いただくか、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、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)
次回コンファレンスの参加を希望します。

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/>