

# J A C S

## NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニューズレター

第22巻第2号

発行日 2014年10月10日

発行 日本消費者行動研究学会事務局

日本消費者行動研究学会

### 第49回消費者行動研究コンファレンスの概要

< 統一論題 >

高齢者福祉のイノベーションと消費者行動

- 高齢者福祉が問いかける、消費とは何か?生活空間とは何か? -

秋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、グローバルセッション、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、JACS-IBM 論文プロポーザル賞、自由論題報告を予定しています。

- 開催概要 -

開催日程: 2014年11月8日(土)・9日(日)  
会場: 明治学院大学 白金キャンパス (東京都港区)  
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/>)、ハガキ、FAX で受け付けており  
ます。  
参加申込締切: 10月25日(土)必着

[第1日目]

9:55	10:00	開会の辞
10:00	12:20	グローバルセッション
12:30	13:30	昼食休憩(役員会)
13:30	15:05	統一論題報告
15:10	16:10	パネルディスカッション
16:10	17:30	会員総会
18:00	20:00	懇親会

[第2日目]

9:15	12:15	JACS 論文プロポーザル賞
12:15	13:10	昼食休憩(編集会議)
13:00	15:00	自由論題研究報告
15:15	16:45	自由論題研究報告
16:45	-16:55	プロポーザル賞授賞式
16:55	17:00	閉会の辞

## - 統一論題 -

「高齢者福祉のイノベーションと消費者行動

高齢者福祉が問いかける、消費とは何か？生活空間とは何か？」

秋山 学（神戸学院大学）

急速に高齢化が進む日本において、高齢の問題と向き合うことは、消費者行動研究に新たな可能性をもたらすものです。とはいえ、高齢者への生活支援サービスを考えてみても、利用者の生活の質の向上に取り組む中で生まれてきたニーズや発見をサービスの改良、改善につなげるには、法的規制や規制に沿うことで良いとする態度といった壁があります。こうした障壁は、金融や教育などにもみられるものであり、決して、高齢者に限定された問題ではありません。

こうした障壁と向き合いながら、高齢者のニーズを掘り起こし、消費者の満足と高めるためには、我々の生活空間とは何なのか、消費とは何かの問い直しこそが重要であることを統一論題で議論してゆきたいと思います。

今回は、高齢者への生活支援サービスを提供する上で、利用する側と利用される側の互助による利用者個々の生活に応じたサービスの実現を目指し、日々の緻密な利用者の行動観察から、個室ユニットケアの確立のためのサービス・イノベーションを事業者として推進された市川禮子様よりお話を伺います。市川様からは、「自宅ではない在宅」ケア、すなわち、日々の生活の中で選べる自由を実感できるような施設運営、施設設計を目指し、監督官庁を動かすためのデータ集積や官庁からのアドバイスも引き出され実践を伺います。日々の介護ケアにおける体験を「語り(ナラティブ)」のレベルに留めず、監督官庁の施策にも利用されうる「実証データ」の集積を生み出す視点が伺えればと思います。

加えて、厚生労働省において介護保険制度などの設計において携われ、「介護保険の産婆役」とも称される堤修三様からも、国の施策を先取りした市川様などの実践をどう受け止めたのか、介護保険制

度の設計にどのように反映されたのかなどのお話を伺います。

今回は、市川様らの先駆的な実践はどのように培われたのかにも焦点をあてます。介護ケアでは、利用者の24時間の生活すべてがサービスの対象となります。これは消費者行動研究ではあまり見られない視点です。加えて、利用者の生活や活動レベルもそれぞれに大きく異なることも考えると、個別性の強いサービス提供が望まれます。こうした状況の中で、利用者と利用者を見守る家族、そして介護ケアを提供する職員の3者が共同して、利用者の生活空間をいかに作りあげるか、市川様の言葉を借りれば、「生きたいように生きる」空間の実現へ向け、個々の職員の気づきや共感を越えた集合知ともいえる介護ケアサービスの構築への取り組みを伺うことは、私たちの消費者理解の問い直しにつながることでしょう。消費とは何か、消費者が生活する空間とは何かを、改めて考える良い機会となればと考えております。

市川様らの実践は、利用者満足の向上に留まらず、生活支援サービスの運営コスト低減や作業者の負担軽減といった成果もあげられています。「高齢者福祉のイノベーション」にふさわしい議論を期待しております。

最後に、今回は、ピッツバーグ大学のJ. Jeffrey Inman先生をお迎えし「日本の消費者を題材にした研究は国際競争力があるのか？」というセッションも清水聡先生のご尽力により企画されております。日本の消費者を研究対象とすることの強みを改めて考える良い機会となるでしょう。プロポーザル賞、自由論題にも多くの発表が集まっております。消費者行動に関する自由で活発な議論を多くの会員の皆様と楽しむコンファレンスとなることを心より願っております。

## 第 48 回 消費者行動研究コンファレンスの報告

### < 統一論題 >

## 先端層研究：実務への応用と可能性

去る 2014 年 6 月 14 日、15 日の両日、佐々木壮太郎氏（和歌山大学）をはじめとする和歌山大学の皆様の運営によって和歌山県和歌山市の和歌山大学・栄谷キャンパスにおいて、第 48 回消費者行動研究コンファレンスが開催されました。

今回のコンファレンスでは、1 日目に、清水聰氏（慶應義塾大学）のコーディネイトと司会のもとに「先端層研究：実務への応用と可能性」というテーマでの統一論題セッションが行われました。先端層の研究は、革新者である「イノベーター」の研究や、世相を広める「オピニオン・リーダー」の研究など、古典的研究でもなされていますが、情報化の進展によって、今後も発展する余地の大きい領域だと思われます。今回は、そのような現状を踏まえて、先端層研究の最前線を探るとともに、実務でどのように応用されているのか、また今後どのように活用されるべきなのかについて、この分野に大変詳しい研究者と実務家の話題提供とともに議論が行われました。

まず、山本晶氏（慶應義塾大学）により「キーパーソン・マーケティング」について話題提供があり、つぎに、池田 紀行氏（株式会社トライバルメディアハウス）により「共創マーケティングの萌芽」、福井正子氏（大日本印刷株式会社）より「コミュニケーション型生活者とブランドキヅナ尺度」、上野 明彦氏（株式会社読売広告社）より「先端層の実際～聞き耳研究から見えてきたこと」についての話題提供がありました。いずれの講演も先端層についての最

先端の研究動向や実務の動向について紹介がありました。また、講演の終了後に、パネルディスカッションが開催され、清水聰氏の司会のもと、パネラーの寺本高氏（明星大学）、池田紀行氏、福井正子氏、上野明彦氏による活発で刺激的な議論が展開されました。

また、今回のコンファレンスの 2 日目には、3 会場を使って、ショートセッション 21 件、ロングセッション 9 件の発表がなされました。自由論題セッションの司会は、井上淳子氏（成蹊大学）、高橋広行氏（流通科学大学）、森藤ちひろ氏（京都産業大学）、秋山学氏（神戸学院大学）、津村将章氏（九州産業大学）、寺本高氏（明星大学）の司会によって行われました。発表の内容は、消費者の知覚、認知、記憶、意思決定、感情、口コミのような消費者行動の過程についての検討や、解釈レベル理論などの消費者行動理論の検討を行ったもの、さらには、価格づけ、広告、サービス（医療サービスも含む）などマーケティングに向けた研究、さらには、解釈レベル理論などの理論の検討を行ったものなど多岐にわたっていました。自由論題セッションは、近年では発表件数も定着してきつつあり、自由論題による研究発表と議論も活発になっていると思われます。最終日の 2 日目には、山本昭二会長（関西学院大学）の閉会の挨拶によって、無事コンファレンスが終了しました。

- JACS 論文プロポーザル賞 優秀賞 -

制御動機づけられた消費者の選択行動～解釈レベル理論で考える適切な品揃えサイズ～

慶應義塾大学大学院経営管理研究科 飯野純彦

この度は、第13回 JACS-IBM 論文プロポーザル賞をいただき、大変光栄に思っております。審査員の先生方、日頃からご指導いただいております先生方、そして、学会運営にご尽力くださいました皆様方に改めて御礼申し上げます。

今回、私が発表させていただきましたテーマは、「制御動機づけられた消費者の選択行動～解釈レベル理論で考える適切な品揃えサイズ～」というものでした。

世の中を見渡せば、今や、モノであふれています。スーパーマーケットやGMSに買い物に行き、あまりの多くの商品陳列を目の当たりにし、圧倒され、選択できずに悩むこともしばしばです。選択肢が多くなると迷いが生じてかえって購入率が下がるというような現象は「決定麻痺現象」と呼ばれ、質問紙実験を用いて実証されてきましたが、Iyengar and Lepper (2000) は、フィールド実験を通じてこうした現象が現実の消費者行動でも発生していることを確認しました。同様に、品揃えに注目し、多くの製品による品揃えは、消費者ニーズと完全に一致する可能性を増加させるという研究や、反対に、多くの製品による品揃えは選択を困難にさせるといった、必ずしも多くの製品による品揃えが、消費者にとって好ましいというわけではないという研究も存在します。対して、私は、選択肢が多いほうが良いのか、もしくは少ないほうが良いのか、といういずれの立場に立ち研究していくことに意義があるのだろうかという疑問を持ったことが、本研究テーマの出発点です。何しろ、私自身、時間や場所、目的、商品などによって、望ましい品揃えのサイズが異なるからです。

そこで私は、消費者の選択における意思決定が時間や空間といった「心理的距離」に少なからず依存していることに注目し、解釈レベル理論を用いて、消費者により適切な品揃えサイズを見出そうと考えました。そのために制御焦点理論を用い、促進焦点に動機づけられた消費者と予防焦点に動機づけられた消費者を設定することで市場をセグメントし、彼らがどのような心理的距離の状態に置かれたときに、大きな品揃えを好むのか、もしくは小さな品揃えを好むのか、検証しようとしたのです。これにより、理論的貢献として、制御焦点理論、解釈レベル理論、品揃え研究に対する新たな知見が考えられるだけでなく、実務的貢献として、小売業者に対して新たな陳列方法の提案、ならびに適切なマーケティング施策を提案することができると考えられます。

今後も研究を続けていく身として、今回の受賞を励みとし、また「見えているもの」だけに注目することなく、本質を見極める努力をし、そして、数字や現象を説明し、可能であれば予測するような中庸なモデルを心に抱きつつ、知識の貢献に励んでいきたいと思っております。末筆ながら、日頃からご指導を頂戴いたします諸先生方に改めて深く感謝申し上げますとともに、今後とも変わらぬご指導ご鞭撻を賜りますよう宜しくお願い申し上げます。

## 2013 年度決算報告および 2014 年度予算案

2014 年 6 月 14 日に開催された役員会および会員総会において、2013 年度の決算報告および 2014 年度の予算案が下記のとおり承認・決定されました。ここにご報告いたします。

2013 年度決算報告		2014 年度予算案	
〔収入の部〕		〔収入の部〕	
1. 会費(2013 年度分)	6,890,000	1. 会費(2014 年度分)*	6,880,000
学術会員	3,915,000	学術会員	3,910,000
学術学生会員	300,000	学術学生会員	300,000
個人賛助会員	220,000	個人賛助会員	220,000
法人賛助会員	1,250,000	法人賛助会員	1,250,000
滞納、超過入金等	1,205,000	滞納、超過入金等	1,200,000
2. コンファレンス収入	2,850,000	2. コンファレンス収入	2,800,000
3. 学会誌販売	123,180	3. 学会誌販売	0
4. 雑収入	10,415	4. 雑収入	0
5. 前年度繰越金	30,097,662	5. 前年度繰越金	30,108,077
6. 協賛金	0	6. 協賛金	0
合計	39,971,257	合計	39,788,077
		* 名誉会員 2 名は含まず	
〔支出の部〕		〔支出の部〕	
1. 印刷費	62,700	1. 印刷費	350,000
ニューズレター	62,700	ニューズレター	100,000
会員名簿	0	会員名簿	250,000
2. 事務費	2,427,142	2. 事務費	2,650,000
学会誌印刷・発送一式費	1,882,350	学会誌印刷・発送一式費	1,800,000
通信費	75,100	通信費	200,000
Web ホスティングサービス利用費	44,940	Web ホスティングサービス利用費	50,000
ホームページ英訳・リニューアル費	0	ホームページ英訳・リニューアル費	100,000
その他	424,752	その他	500,000
3. 事業運営費	3,657,647	3. 事業運営費	4,750,000
コンファレンス支出	2,484,777	コンファレンス支出	2,800,000
コンファレンス開催校補助費	400,000	コンファレンス開催校補助費	400,000
学会誌作成費(査読謝礼費)	546,870	学会誌作成費(査読謝礼費)	300,000
査読システム運用費	126,000	査読システム運用費	250,000
国際交流事業費	0	国際交流事業費	400,000
プロポーザル賞賞金	100,000	プロポーザル賞賞金	500,000
広報活動費	0	広報活動費	100,000
4. 予備費	1,278,270	4. 予備費	1,868,000
出版システム開発費	105,000	出版システム開発費	250,000
事務委託費	1,173,270	事務委託費	1,618,000
5. 次年度繰越金(論文集作成費他)	32,545,498	5. 次年度繰越金(論文集作成費他)	30,170,077
合計	39,971,257	合計	39,788,077

上記の通り報告いたします。  
上記の報告を適正なものとして認めます。

事務局担当理事 久保田 進彦  
監事 松井 剛

**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 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**

**[学会会員]** 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) 青山学院大学 経営学部 久保田研究室  
〒150-8366 東京都渋谷区渋谷4-4-25  
Email: kubota@aoyamagakuin.jp

(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.or.jp