

JACS NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニューズレター

第20巻第4号

発行日●2013年3月29日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

第46回 消費者行動研究コンファレンスのお知らせ

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。現在、コーディネーターの竹村和久先生（早稲田大学）を中心としてプログラムを検討中です。詳細については次号で再度お知らせいたします。いましばらくお待ちください。

開催日程：2013年6月1日（土）・2日（日）

開催場所：名古屋市立大学・滝子（山の畑）キャンパス（愛知県名古屋市）

第45回 消費者行動研究コンファレンス 開催報告

<統一論題>グローバル化時代の消費者行動研究

去る2012年10月27日、28日の両日、東京都港区の慶應義塾大学三田キャンパスにおいて第45回消費者行動研究コンファレンスが開催されました。

今回は20周年記念プログラムの後半にあたり、前回のコンファレンスで示された「現状と課題」を踏まえた上で、これからのJACSの発展の方向性のひとつとしてグローバル化時代への対応が掲げられ、特に消費者行動研究の国際化にフォーカスしたプログラムが準備されました。Jeffrey Inman氏（University of Pittsburgh）、Michel Laroche氏（Concordia University）、Roland Rust氏（University of Maryland）によって行なわれた1日目の招待講演と国際ショナル・ジャーナル・セッションにおいては、最先端の研究の一端およびいわゆるトップ・ジャーナルの現状が紹介され、2日目の清水聰氏（慶應義塾大学）、竹村和久氏（早稲田大学）、照井伸彦氏（東北大学）、水野誠氏（明治大学）、守口剛氏（早稲田大学）によるパネルディスカッションでは各自の経験等にもとづく方向性の提示と議論がなされました。

また、通常のコンファレンスと同様に1日目の午前には自由論題研究報告が4会場で並行開催され、充実した議論が展開されました。2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あり、フレッシュな発想による8本の研究計画が示され、聴衆の関心を集めていました。

学会賞受賞者のお知らせ！

第 45 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論文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論文賞： 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）：

「何がブランドコミットメントを生み出すか？ ブランドと自己の結び付き、ノスタルジックな結び付き、ブランドラブの効果の包括的テスト」

斉藤嘉一（明治学院大学）、星野浩美（コープさっぽろ）、宇田聡（マクロミル）、山中寛子（学習院マネジメントスクール）、魏時雨（ジョージア州立大学大学院）、林元杰（レイヤーズ・コンサルティング）

※本論文は 7 名による共著ですが、学会賞に関する規定（奨励賞は 1 回限り）により、6 名での受賞となります。

また、今回で第 12 回を迎えた JACS 論文プロポーザル賞については、例年どおり秋のコンファレンスでの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：

「e クチコミ情報取得行動における製品評価メッセージの分散の影響」

菊盛真衣（慶應義塾大学大学院）

優秀賞：

「機能疲労が買い替え行動に及ぼす影響」

神田晴彦（筑波大学）

「高製品関与状態で行われるバラエティ・シーキング：情報探索を包含したプロセス概念としての位置づけ」

西原彰宏（亜細亜大学）

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。

第 13 回 JACS-IBM 論文プロポーザル賞募集中

募集の詳細については、Web サイト（<http://www.jacs.gr.jp/application/index.htm>）をご覧ください。（応募締切：4 月 30 日）

—日本消費者行動研究学会研究奨励賞（青木幸弘賞）—

「何がブランドコミットメントを生み出すか？ ブランドと自己の結び付き、ノスタルジックな結び付き、ブランドラブの効果の包括的テスト」

齊藤嘉一（明治学院大学）

星野浩美（コープさっぽろ）

宇田聡（マクロミル）

山中寛子（学習院マネジメントスクール）

魏時雨（ジョージア州立大学大学院）

林元杰（レイヤーズ・コンサルティング）

著者一同、青木幸弘編集長をはじめ、アリアエディタ、ならびにレビューアの先生方に深く感謝いたします。アリアエディタとレビューアの先生方には直接お礼を申し上げたいのですが、レビューしていただいた先生方が著者には分かりません。この場を借りて厚くお礼申し上げます。アリアエディタとレビューアの先生方からの貴重なコメントがなければ掲載にこぎつけられませんでした。また頂戴したコメントについて唸って考え、緊張感を持ってリプライしたことは、私たちにとって大変勉強になりました。お忙しいところ拙稿をレビューしていただき、どうも有難うございました。

また『マーケティング理論と測定』（中央経済社）を書かれた先生方に感謝いたします。この本がなければ今回の研究はできなかったと思います。あるきっかけでブランドをテーマに据えましたが、当初は「ブランドの世界は概念がたくさんあって複雑だなあ」「概念の評価、取捨選択をして、もうちょっと全体をシンプルにできないかなあ」という素朴な思い（思いこみ？）があっただけで、具体的に何をすべきかクリアになっていませんでした。『マーケティング理論と測定』の阿部先生が書かれた章に「構成概念は現象を説明的に捉え、より深い洞察を与えるために考え出されたものである。（中略）こうした構成概念も、もし測定ということに結び付けられないなら、単なる概念的なあるいは思弁的な議論に終わってしまうことになる。仮説的に考えられた構成概念も、何らかのかたちでデータとのつき合わせによる経験的テストを経ることによって、現象の説明に役立つか否かが確かめられねばならないからである。」（阿部周

造 1987, p.27）とあります。院生のころにお世話になったこの本を読み返し、なぜ構成概念か、なぜ経験的テストかが改めて腑に落ちたとき、私たちが何をすべきかがクリアになりました。

そして、院生時代に尺度開発に取り組む機会を与えていただき、研究の種をまいてくださった上田隆穂先生に御礼申し上げます。心的概念を測定することの難しさを感じてずっと測定から遠ざかっていましたので、形になるまでにずいぶん時間がかかってしまいましたが、論文の尺度開発の部分は当時感じた問題意識を自分たちなりに解決しようという試みでした。とは言え、いまも心的概念の測定は人間業ではないくらいに難しいと思っています。

今回の研究をやっていて遅ればせながら気がついたことは、研究対象としてのブランドは奥が深く面白いこと、そして、消費者を自伝的記憶のかたまりとして捉えると（少なくとも自分の）消費者行動は説明できる部分が広がりそうだということです。現在はブランドだけでなく、WOM、サービス、新製品の普及といった対象に関心を寄せていますが、ブランドや製品、サービス施設、そして他者が自伝的記憶にどれだけ深く埋め込まれているか、そして、それによって消費者の行動がどのように異なるのかを検討するような研究にチャレンジできればと考えています。今回の論文には限界が多々ありますが、最大の、そして、そもそもの欠点は“エグさ”がないことに尽きると考えています。独創的なエグい研究に少しでも近づけるよう、著者一同、精進します。

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) 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
〒103-8510 東京都中央区日本橋箱崎町 19-21 (IBM 内)
TEL: 03-5643-5450 FAX: 03-3662-3271 Email: jacs@jacs.gr.jp

<JACS Website>

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