

J A C S

NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニュースレター

第18巻第3号

発行日 2010年10月12日

発行 日本消費者行動研究学会事務局

第41回 消費者行動研究コンファレンスの概要

< 統一論題 >

日本版顧客満足度指数開発と消費者行動研究

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、基調講演、統一論題研究報告、シンポジウム、会員総会、懇親会を予定しています。
第2日目には、JACS-SPSS 論文プロポーザル賞、自由論題を予定しています。

- 開催概要 -

- 開催日程: 2010年11月6日(土)-7日(日)
会場: 関西学院大学(兵庫県西宮市・西宮上ヶ原キャンパス)
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(宝塚ホテル)
参加申込: JACS Web サイト(<http://www.jacs.gr.jp/>)、FAX で受け付けております。
今回より事務作業の効率化のため、お申込みはWebとFAXのみとなりましたので、ご了承ください。
参加申込締切: 10月26日(火)必着
協賛: サービス産業生産性協議会

〔第1日目〕		〔第2日目〕	
10:00	10:30	9:30	12:30
			JACS-SPSS
10:30	11:30		論文プロポーザル賞
11:30	13:00	12:30	13:30
			昼食休憩(編集会議)
13:00	15:00	13:30	16:30
			自由論題
15:15	16:45	16:30	16:45
			表彰式
17:00	18:00	16:45	16:50
			閉会の辞
18:30	20:30		

- 統一論題 -

「日本版顧客満足度指数開発と消費者行動研究」

南 知恵子（神戸大学）

平成 22 年 3 月 16 日、我が国初の「顧客満足度指数」がサービス産業生産性協議会によって公表されました。これは、サービス業を対象として、実際にホテルや小売店などを利用した消費者に対して個別企業への満足度をインターネット調査で調査し、結果を指数化して発表したものです。満足度指数の高い企業ランキングとともに、指数の業界別分布、さらに顧客満足に関連する、サービスへの品質評価や知覚価値などを含めた 6 指標の点数も公表されました。

日本版顧客満足度指数は、1994 年に始まった米国版顧客満足度指数 (ACSI) を参考にして開発されましたが、ACSI はスウェーデンで 1989 年に実施された全国レベルでの顧客満足度調査に基づく指数、SCSB (Swedish Customer Satisfaction Barometer) に基づいており、どちらの顧客満足度指数も、ミシガン大学教授、Claes Fornell 教授が開発に関わっています。CSI は、韓国では 1998 年に導入され、欧州版 CSI、中国版 CSI など、世界各国で顧客満足度指数が開発され、測定されているという現状があります。

顧客満足度指数は、企業のパフォーマンスを測る一つの次元として、またサービス産業の育成やマーケティング活動の PDCA サイクル検証や有効化の手段として、今後注目を集めていくことと思われます。一方、消費者行動研究分野においても、政策的あるいは実務的な意味以上に、重要な意味を持っているといえます。顧客満足度を指数化しようとする動きは、顧客満足という消費者心理をどのように構成概念化するかという問題をまず提起します。また満足形成に至る心理的なパスをどのように仮定するか、そして満足度がどのような消費者行動へとつながると考えるのか、因果モデルを考えていく上で消費者行動研究の知見が

導入されることとなります。製品・サービスへの知覚や品質評価、期待といった概念を用いながら、消費者満足に関する因果連関をどう特定化し、またこれらをどのように測定すべきなのかという問題は、消費者行動研究分野のオーソドックスともいえる研究分野ともいえません。さらに、満足感から導かれる消費者行動として、他者への推奨行動や継続購買などがありますが、これらは近年のロイヤルティ研究の中心的課題であり、一層の発展が望まれる領域に関わります。

このように顧客満足度指数は消費者行動研究の知見の適用先として注目されるのみならず、一方で、指数開発に関わる問題として、測定方法やサンプリングなど、調査デザインそれ自体の妥当性が重要性を持つという点で消費者行動研究分野に新たなチャレンジをもたらしています。他国で開発された尺度や調査設計の適用問題や、インターネット利用環境下での調査施行など、顧客満足度指数開発においては、近年の消費者行動研究の動向において直面する課題が顕著に表れているともいえます。

本コンファレンスにおいて、日本版顧客満足度指数を取り上げることは、消費者行動研究における、普遍性を持つ研究課題に対して、進化したアプローチで取り組むということであり、参加者の活発な論議と当該分野の研究の発展につながることが期待されます。

- JACS-SPSS 論文プロポーザル賞 -

「何だか分からない方が欲しくなる!？」

～『不確実性の喜び』が購買意欲に及ぼす影響～」

井上 裕珠(一橋大学大学院社会学研究科)

この度は、JACS-SPSS 論文プロポーザル優秀賞を頂きまして、大変嬉しく思っております。選考委員の先生方ならびに、学会員の皆様に心より御礼申し上げます。

私が学会で発表させていただいた研究は、「何だか分からない方が欲しくなる!？」～『不確実性の喜び』が購買意欲に及ぼす影響～」です。この研究は、従来心配や不安を喚起すると言われてきた不確実性が、時にポジティブムードを喚起したり持続させることもあるという、社会心理学者 Wilson, Centerbar, Kermer, & Gilbert (2005) の反直感的とも思われる研究にアイデアを得ました。

例えば、誕生日プレゼントに何をもらえるかが分からないような時に、わくわくした気持ちや嬉しい気持ちが長続きするような経験を考えてみます。このような経験では、プレゼントが予測できないという状態は不確実な状態ですが、どのようなプレゼントを貰っても喜ばしいというポジティブな状況が存在するために、ポジティブな感情が長続きするのでしょう。このように、起こりうる可能性がポジティブな状況において、不確実性がポジティブムードを持続させることを、Wilson, et al. (2005) は「不確実性の喜び」と名付け、3つの研究を通してこの現象を実証しました。

今回発表させていただいた研究では、この「不確実性の喜び」現象を消費者行動場面に応用しました。私自身、ふらりとお店に入ったときに不思議で面白いPOP(商品の特徴や価格などの説明書き)を見るとついつい手が伸びてしまうという経験をする事が多いのですが、このような経験を元に、商品をイメージできないような不確実なPOPを見ると、「不確実性の喜び」によって、わくわくする気持ちが長続きし、それによって購買意欲が高くなるのではないかと考えました。

チラシなどのマス媒体が顧客を店舗に誘導する働きをするのに対し、POPは、店内販促物として直接購買に結びつける働きをするため、売り場と商品を持っている業種であれば、

POPは購買活動に対して効果的な販促と考えられます。多くのノウハウ本において売れるPOPの作り方や実際例が紹介されているため、人を惹きつけるPOPに関する知識はもう十分に揃っていますが、「不確実性の喜び」現象を用いて売れるPOPを理論的に説明できるとしたら、購買意欲を高めたいと考える現場に対して、新しい観点からお役に立てるのではないかと考えております。

発表させていただいた研究にはまだまだ問題点や改善すべき点が多くありますが、審査の場や発表の後に多くの先生から頂いたご意見やアドバイスを参考に、実験手法や実験材料などの問題点を改善した上で、更なる研究を行い、その研究成果をなるべく早いうちに皆様にご報告させていただきます。

そして今後は、この「不確実性の喜び」に限らず、感情(特に現在は「羨ましい」感情に注目しております)が消費者行動に及ぼす影響に関して、独創的な研究をしていけると、日々勉強の毎日です。社会心理学的アプローチから消費者行動研究に少しでも貢献できるような研究をしたいと思います。

最後に、この賞を頂けたのは、実験の機会を与えてくださり、研究に関するご指導やご意見をくださった先生方のお陰です。この場をお借りして心より感謝申し上げます。これからも精進してまいりますので、今後ともよろしくお願い申し上げます。

編集担当より

前号に引き続き、第9回JACS-SPSS論文プロポーザル賞の受賞者を紹介いたします。今回登場をお願いしたのは、優秀賞を受賞されました井上先生です。

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
〒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 (IBM 内)
TEL: 03-5466-5520 FAX: 03-5466-5528 Email: jacs@jacs.gr.jp

< JACS Website >

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