

# JACS

## NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニューズレター

第20巻第3号

発行日●2012年10月5日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

### 第45回 消費者行動研究コンファレンスの概要

#### <統一論題>

### グローバル化時代の消費者行動

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。

今回は20周年記念プログラムの後半となり、第1日目には、自由論題研究報告、統一論題セッションⅠ：招待講演、インターナショナル・ジャーナル・セッション、懇親会を予定しています。第2日目には、JACS論文プロポーザル賞、会員総会、統一論題セッションⅡ：パネルディスカッション、を予定しています。

#### －開催概要－

- 開催日程： 2012年10月27日(土)・28日(日)  
 会場： 慶應義塾大学・三田キャンパス(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23日(火)必着

#### 〔第1日目〕

- 9:40 - 9:50 開会の辞  
 9:50 - 12:00 自由論題研究報告  
 12:00 - 13:00 昼食休憩(編集会議)  
 13:00 - 16:35 統一論題セッションⅠ：招待講演  
 16:50 - 18:00 インターナショナル・ジャーナル・セッション  
 18:30 - 20:30 懇親会

#### 〔第2日目〕

- 9:15 - 12:15 JACS論文プロポーザル賞  
 12:15 - 13:15 昼食休憩(役員会)  
 13:15 - 14:30 会員総会  
 14:45 - 16:30 統一論題セッションⅡ  
 :パネルディスカッション  
 16:30 - 16:35 閉会の辞

## —JACS 創立20周年記念コンファレンス—

## 統一論題「グローバル化時代の消費者行動研究」

守口 剛（早稲田大学）・清水 聡（慶應義塾大学）・里村 卓也（慶應義塾大学）

2012年秋は、春に続いて「JACS 創設20周年記念コンファレンス」を開催します。春の統一論題は「消費者行動研究の現状と課題」と設定され、これまでの消費者行動研究の流れを概観した上で課題を整理するというスタイルがとられました。これに対して秋のコンファレンスでは、JACS が今後すすむべき方向を検討することを目的とし、「グローバル化時代の消費者行動研究」を統一論題として設定しました。

グローバル化時代における消費者行動研究の進展の方向には、いくつかのバリエーションが考えられます。消費者行動の国際比較研究が質量ともに充実していくことも、進展の方向の一つにあげられるでしょう。国際比較研究の成果を土台として、グローバルマーケティングを展開している企業に対する多くの有用な示唆を抽出することも、進展の方向の範囲に含まれると思います。

また、私達研究者自身が研究成果の発表の場を、より積極的に海外に求めることも、取り組むべき課題の一つかもしれません。それとは逆に、日本で行なうコンファレンスや研究会に、海外の多くの研究者がすすんで参加するような仕組みづくりをすることも、学会としての検討課題になると思います。

上述した以外の方向も含めて、グローバル化時代における消費者行動研究の進展の方向は多様に捉えることができます。いずれにしても、経済や文化のグローバル化が大きく進展してきた今日において、グローバル化と消費者行動研究との関連を検討する意義は大きいと思われます。

本コンファレンスの初日の統一論題セッションでは、コーディネータの1人である里村の司会のもとで、海外の著名な研究者3名による招待講演を予定しています。まず、Jeffrey Inman 先生（University of Pittsburgh）に、「Exciting Research Opportunities in Consumer Research」というテーマをとり上げていただきます。Inman 先生は、ACR（Association for

Consumer Research）の現在の会長であり、コンファレンスにおけるさまざまな機会を通じて、ACRとJACSとの今後の交流促進のための議論ができることを期待しています。

次に、Michel Laroche 先生（Concordia University）には、「Social Media Based Brand Communities: Conceptual and Empirical Developments」というタイトルで講演いただきます。JACSの会員の方々には、Laroche 先生は、ブランドカテゴリーイゼーションの研究などでお馴染みだと思いますが、近年ではオンライン上の消費者行動研究にも精力的に取り組まれており、本コンファレンスでは上記のテーマでお話しいただきます。

最後に、Roland Rust 先生（University of Maryland）に、「Managing Service Productivity」というタイトルでご講演をいただきます。Rust 先生は、ご存知の通りサービスマーケティングの領域で非常に著名な研究者です。JACSのコンファレンスにおいても、サービスに関連する研究報告が増加していることもあり、多くの会員の関心をひく講演になると考えています。

招待講演の後には、International Journal Session を行い、国際的ジャーナルに論文が採択されるための要件などについて議論します。上記3名の先生方にパネラーとして参加いただき、高橋郁夫会長に司会をお願いしています。また、1日目午前中の自由論題セッションの中に英語による発表のセッションを設け、3名の招待講演者の先生方にも参加いただく予定になっています。

2日目の統一論題セッションでは、照井伸彦先生（東北大学）、竹村和久先生（早稲田大学）、水野誠先生（明治大学）にパネラーとして登壇いただきます。さらに、コーディネータの中から清水がパネラーとして、守口が司会として参加し、消費者行動研究のグローバル化のあり方について議論します。

上記の他にも、秋のコンファレンス恒例

のプロポーザル賞セッションもあり、20周年記念に相応しいプログラムを組むことができたのではないかと考えています。是非、

多くの会員の皆様にご参加いただき、消費者行動研究のグローバル化について実りある議論ができることを願っています。

### —JACS-SPSS 論文プロポーザル賞最優秀賞—

#### 『有名人』と『非有名人』の広告効果の比較分析

窪田 和基（慶應義塾大学大学院）

JACS 論文プロポーザル賞最優秀賞をいただき、大変光栄に存じます。ご推挙くださった審査員の先生方、および、コンファレンス運営にご尽力くださった方々に、厚く御礼申し上げます。

昨年度、賞を頂いた当時、小生はまだ修士課程の若輩者であるにもかかわらず、一人前の研究者であるかのように、海外の先生方の研究に疑問符を突き付けようと挑戦いたしました。その所業を思い返しますと、今更ながら汗顔の至りでございます。しかし、未熟な小生に対して、先生方は、幾度もご指導下さり、拙い研究を正しい軌道に乗せようご尽力くださいました。これらの温かなご指導なくして、この度の受賞は考えられません。この場を借りまして、心よりの謝意を表したいと思います。

同賞をいただきました研究構想報告は、『有名人』と『非有名人』の広告効果の比較分析でございました。広告には、「有名人」や「キャラクタ」など、エンドーサと総称される存在が頻りに登場いたします。そして、国内外の研究者から指摘されておりますように、我が国の広告においては、エンドーサの中でも「有名人」が起用されている割合が、諸外国の広告におけるそれに比べて、非常に高い値を示しております。この背景には、「有名人」を起用した場合の方が、「有名人」ではないエンドーサ——総称すると、いわゆる「非有名人」——を起用した場合に比べて、広告効果が高くなるという、広告主側の期待があるのではないかと推察いたします。しかし、既存研究をひも解きますと、「有名人」の優位性を示す分析結果のみが存在しているのではなく、逆に「非有名人」の優位性を示す分析結果も存在し、既存研究間に矛盾が存在してい

ることが分かります。そこで、本報告では、この見かけ上の矛盾の解消を試みました。

本研究は、2011年夏季にAMS(Academy of Marketing Science)が主催した国際学会にて発表させていただきました小生自身の先行研究と補完関係にあります。先行研究では、ブランド名ないしは広告の再生の水準における有名人—非有名人間の差異を検討した既存研究間の矛盾の解消を試みました。その際、その手立てとして、既存研究が用いた「有名人／非有名人」という基準の曖昧さを批判し、「広告内／広告外」および「架空／非架空」という独自の基準を用いてエンドーサの種類を再分類いたしました。そして、これらの基準を用いると、既存研究の一見相反する分析結果が無矛盾の状態になると主張し、また、既存研究の分析結果の経験的妥当性を統計解析によって示しました。

本研究では、再生ではなく広告態度における有名人—非有名人間の差異を検討した既存研究間の矛盾の解消を試みております。既存研究が用いた「有名人／非有名人」という基準の曖昧さを批判し、独自の新基準を用いてエンドーサの種類を再分類するという手立ては、AMSにて発表した拙稿と同様です。しかし、本研究では、新しい基準を幾つか提唱しなくては矛盾が解けません。新たな基準を組み合わせることによって、既存研究の一見相反する分析結果が無矛盾の状態になることを示すべく、統計解析に取り組んでいるところです。

末筆ながら、ご指導下さった諸先生方に改めて深謝いたすとともに、常に支えてくれる家族に御礼を申し上げさせていただければと存じます。誠にありがとうございます。

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。

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](mailto:jacs@jacs.gr.jp)

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