

J A C S

NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニュースレター

第21巻第1号

発行日●2013年4月23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概要

<統一論題>

意思決定の科学と消費者行動研究

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。

第1日目には、自由論題研究報告、統一論題シンポジウム、会長講演、会員総会、懇親会を予定しています。第2日目には、自由論題研究報告のみを予定しています。

—開催概要—

- 開催日程: 2013年6月1日(土)・2日(日)
 会場: 名古屋市立大学・滝子(山の畑)キャンパス(愛知県名古屋市)
 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: 6,000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: 5月24日(金)必着

[第1日目]

- 9:50 - 10:00 開会の辞
 10:00 - 11:30 自由論第研究報告
 11:30 - 12:30 昼食休憩(役員会)
 12:30 - 13:30 自由論題研究報告
 13:30 - 13:40 休憩
 13:40 - 16:10 統一論題シンポジウム
 16:15 - 17:00 会長講演
 17:00 - 18:00 会員総会
 19:00 - 21:00 懇親会

[第2日目]

- 10:30 - 12:00 自由論題研究報告
 12:00 - 13:00 昼食休憩(編集会議)
 13:00 - 15:00 自由論題研究報告
 15:00 - 15:05 閉会の辞

— 統一論題 —

「意思決定の科学と消費者行動研究」

竹村和久（早稲田大学）

「意思決定の科学」は、古くから言われている言葉であります。2002年のカーネマンのノーベル経済学賞受賞以降、神経科学的研究や数理解析的研究を含んだ研究を指すようになり、近年では、ハーバード大学やコロンビア大学など「意思決定の科学（decision science）」を標榜する研究室や研究所が世界中に増えています。「意思決定の科学」というときには、眼球運動解析装置や行動分析的手法を基にした人間の意思決定行動の微視的解析や実験心理学的研究、それから、fMRI（核磁気共鳴計測）、などの脳活動の計測装置を基にした神経科学的研究とその数理的解析などが近年ではその中心になってきています。

本統一論題では、杉本徹男氏（上智大学経済学部）の司会のもとに、「意思決定の科学」の話題として、高橋英彦氏（京都大学大学院医学研究科脳病態生理学講座精神医学教室）、坂上貴之氏（慶應義塾大学文学部心理学研究室）、竹村和久（早稲田大学文学部心理学教室、同大学意思決定研究所）が話題提供を行い、守口剛氏（早稲田大学商学大学院）が指定討論を行います。

高橋英彦氏は、「動的意思決定の神経イメージング」という題目での話題提供を行います。伝統的な経済学では意思決定者は、個人の利得が最大になるように「合理的」に振舞うと想定してきましたが、実際の人間は、必ずしも「合理的」ではなく、時に宝くじを購入したり、寄付や協力的な行為を行ったりします。一見、非合理的な意思決定には、人間の認知能力の限界に加えて、情動・同情・モラルなども重要な役割を担っていることが行動経済学で示唆されています。昨今のfMRIを中心とする研究でもこれを支持する知見が得られていますが、最近、高橋氏らの研究グループでは、行動経済学と分子神経イメージングを組み合わせ、「非合理的」な意思決定における神経伝達物質の

関わりを研究しており、その知見を紹介していただきます。

坂上貴之氏は、「意思決定以前の選択から考える」という題目での話題提供を行います。私たちはこれまで見たこともない複数の選択肢の中から、同じものでできている複数の選択肢の中から、あるいは、選びたいものが見つからない複数の選択肢の中から、何かを選ぶことがあります。このような場合、どのように選択肢が選ばれるかについて、選好が選択の原因として仮定しにくいような場面を実験的に作り出すことで、「意思決定以前の」選択の検討を行い、その知見を紹介していただきます。

竹村は、「意思決定過程の微視的分析と消費者行動研究」という題目での話題提供を行います。消費者行動研究における意思決定研究の役割、研究グループで行っている選好形成や意思決定についての眼球運動解析や行動分析、数理モデルによる研究知見などを紹介します。

今回は自由論題の申し込みも多数あり、自由論題を中心としたコンファレンスもかなり定着しました。自由に会員が研究発表することができ議論ができる、会員に開かれたコンファレンスが今後でもできればと願っています。なお、今回のコンファレンス開催におきましては、コンファレンス会場運営について、山本奈央氏（名古屋市立大学）をはじめとした名古屋市立大学の皆様に大変お世話になりました。また、久保田進彦氏（青山学院大学）、永野光朗氏（京都橘大学）、杉谷陽子氏（上智大学）、佐々木壮太郎氏（和歌山大学）、新倉貴士氏（法政大学）、本学会会長の山本昭二氏（関西学院大学）をはじめとする学会関係者の皆様、本学会事務局の皆様、にもコンファレンスの準備にあたって多大なご支援をいただいています。最後になりますが、多くの会員の皆様が本コンファレンスにご参集いただき、消費者行動研究についての会員同士の活発な意見交換ができることを心より願っ

ています。

－JACS 論文プロポーザル賞 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商学研究科）

この度は、第 12 回 JACS 論文プロポーザル賞最優秀賞という栄誉ある賞を賜りましたこと、誠に光栄に存じます。今回受賞の栄に浴することができましたのも、審査員の先生方、ならびに学会運営にご尽力くださった皆様方の格別なるお力添えがあったからです。この場を借りて、厚く御礼申し上げます。

今回、私が発表させていただきました論文プロポーザルは、「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」でした。

今日では、ブログや SNS のようなソーシャルメディアを通じて、Web 上のクチコミ、すなわち、e クチコミに、消費者が接触する機会は非常に多くなっています。Web 上には、飲食店や映画、電化製品等の様々な製品およびサービスに関するクチコミサイトが存在し、そこには、膨大な量の e クチコミが掲載されています。そのようなクチコミサイトに訪問すれば、消費者は複数の e クチコミに一度に露出することが可能です。消費者が訪問するクチコミサイトの中には、ある製品に対して肯定的な（正の）e クチコミと否定的な（負の）e クチコミの賛否両論が寄せられているようなページが存在します。本報告では、あるクチコミサイトに投稿された賛否両論のメッセージを閲覧した消費者が、当該サイトの信憑性を疑って情報探索を中断したり、逆に、自身の立場を判断するために注意深く情報探索を行おうとしたりするという現象に焦点を合わせ、このような消費者の情報取得行動の差異が、いかなる要因によって生じるのかという問題を解明しようとする試みを発表させていただきました。

e クチコミに関する既存研究の多くは、受け手である消費者が 1 つの Web ページ上に掲載されている複数の e クチコミに対

して同時に情報処理するという e クチコミに特有の特徴を考慮に入れずに、消費者が正のクチコミのみ、あるいは、負のクチコミのみを参照するような非現実的な状況を想定していました。それに対して、AMA（米国マーケティング協会）にて発表した拙論（2013）を含む、いくつかの研究は、多数の正の e クチコミおよび負の e クチコミが 1 つの Web ページ上に掲載されているという現実的な状況を想定し、クチコミが、消費者の製品に対する態度や購買意図に代表される製品評価因子に与える影響を分析し、一定の貢献を成しました。しかしながら、拙論を含む既存の e クチコミ研究は、クチコミが製品の属性情報を訴求するものなのか、それとも、製品利用を通じて得られる便益を訴求するものなのかといった、クチコミの訴求点や、サイト上の正のクチコミの比率と負のクチコミの比率が同程度なのか、それとも、どちらかに偏っているのかといった、賛否のばらつきによって、情報取得段階における消費者の情報処理方法が異なるという状況を捨象していました。そこで、本報告は、クチコミが訴求する内容とその賛否のばらつきが、消費者の情報探索意図に与える影響に関する仮説を提唱することによって、既存研究が残した課題に取り組み、その課題に対する解答を、e クチコミ研究の分野において初めて導出することを目指しました。

今回の受賞を励みとして、消費者行動研究の更なる成熟と発展に貢献できるよう、より一層研鑽を積んでいく所存であります。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。

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
〒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/>