

JACS NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニューズレター

第25巻第4号

発行日●2018年2月22日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

第56回 消費者行動研究コンファレンスのお知らせ

現在、コーディネーターの澁谷寛先生（学習院大学）、山本晶先生（慶應義塾大学）、森村文一先生（神戸大学）を中心として、「デジタルマーケティングと消費者行動の現在・過去・未来」をテーマにプログラムを検討中です。

開催日程：2018年5月19日（土）・20日（日）

開催場所：亜細亜大学キャンパス（東京都武蔵野市）

第55回 消費者行動研究コンファレンス 開催報告

<統一論題>コミュニケーション・テクノロジーの変化と消費者行動

去る2017年10月21日、22日、大阪府茨木市の立命館大学において、第55回消費者行動研究コンファレンスが開催されました。1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実施され、数多くの参加者のもと活発な議論がなされました。2日目の午前には自由論題研究報告が、午後には公募シンポジウムがそれぞれ企画されていましたが、台風の接近により、おそらくは学会史上初の中止となってしまいました。後日、代替措置が取られる予定です。

1日目午後の統一論題では、「コミュニケーション・テクノロジーの変化と消費者行動」をテーマにしたシンポジウムが開催されました。このシンポジウムでは、オンライン・ビジネスの観点とメディアの観点からの講演とパネルディスカッションが行われました。シンポジウムの前半では、専修大学の石崎徹教授の解題のもと、タワーレコード株式会社オンライン事業本部部長の前田徹哉氏による「タワーレコード オンラインショップの顧客維持・育成・獲得戦略～CRM戦略推進による売上高・利益の創出手法～」および株式会社博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所客員研究員、関西学院大学社会学部非常勤講師の鈴木雄介氏による「メディア定点調査から見た情報消費行動の今」という講演が行われました。後半では、亜細亜大学の西原彰宏准教授が加わり、3氏がパネリストとなってパネルディスカッションが行われました（司会は石崎教授）。コミュニケーション・テクノロジーと消費者行動のとらえ方は、オンラインショッピング行動からオムニチャネル、カスタマージャーニー、RTB、プライベートDMP、パブリックDMP、さらには音声入力へと多岐にわたり、活発な議論が行われました。

学会賞受賞者のお知らせ！

第 55 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）の対象論文のうち、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）：

「パーソナル化の知覚がモバイルアプリの利用行動に与える影響」

田部溪哉（城西大学）

また、今回で第 17 回を迎えた JACS 論文プロポーザル賞（旧 JACS-SPSS 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： 該当なし

優秀賞：

「トピックモデルを用いた顧客セグメントによる製品カテゴリ認知に関する考察」

佐藤圭（大阪市立大学大学院）

「外集団協力としての購買行動に間接互惠性が与える影響」

水師裕（筑波大学大学院）

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。

本ニューズレターでは、各賞の受賞者を順に紹介いたします。今号では、研究奨励賞（青木幸弘賞）を受賞された田部先生にご登場いただきました。

JACS の新体制がスタートします！

2017 年 10 月 21 日に開催されました会員総会において学会役員が改選され、この 4 月より、新倉会長のもとで新体制（2018～2019 年度）がスタートします。

会 長：新倉貴士（法政大学）

副会長：清水聰（前会長・慶應義塾大学）

秋山学（次期会長・神戸学院大学）

**第 55 回消費者行動研究コンファレンス・自由論題研究報告／
公募シンポジウムの代替措置**

昨年 10 月 22 日に台風で中止となりました「第 55 回消費者行動研究コンファレンス・自由論題研究報告／公募シンポジウムの代替措置」の報告は、下記の 2 日程ならびに次回第 56 回 消費者行動研究コンファレンスにて開催することになりましたのでご案内いたします。

－開催概要 1－

日程：2018 年 3 月 10 日（土）14:00-16:30

場所：早稲田大学 11 号館 913 教室

プログラム：

「自由論題」

14:00-14:30 （国際学会派遣者報告）非日常消費のコンテクストが消費者の意思決定モードに与える影響 庄 旭紅（神戸大学大学院）

「公募シンポジウム」

コーディネーター：守口 剛（早稲田大学）

テーマ「感覚マーケティング」

14:30-14:40 シンポジウムの企画趣旨の説明 守口 剛（早稲田大学）

14:40-15:00 登壇者 1：須永 努（関西学院大学）

「感覚マーケティングと感覚間相互作用」

15:00-15:20 登壇者 2：西井 真祐子（早稲田大学大学院）

「皮膚感覚を用いた身体化認知のメカニズムに関する検討」

15:20-15:40 登壇者 3：村上 始（早稲田大学大学院）、井出野 尚（徳山大学）、竹村 和久（早稲田大学）

「身体を温めるあるいは冷やすことがリスク態度に与える影響について」

15:40-16:00 登壇者 4：外川 拓（千葉商科大学）、石井 裕明（成蹊大学）、朴 宰佑（千葉商科大学）

「製品の視覚的重さは消費者の味覚的判断に影響を及ぼすのか？」

16:00-16:30 パネルディスカッション

－開催概要 2－

日程：2018 年 3 月 18 日（日）13:00-13:30

場所：亜細亜大学 5 号館 511 教室

内容：「自由論題」

「オムニチャネル戦略がもたらす消費者経験～探索的な消費者調査を踏まえて～」

太宰 潮（福岡大学）、奥谷 孝司（オイシックスドット大地株式会社）、西原 彰宏（亜細亜大学）

なお当日は、当報告のあとに同じ場所にて日本マーケティング学会・オムニチャネル研究会の研究報告会が開催されます。ご関心のある方は、当該 HP をご覧下さい。

— 日本消費者行動研究学会 研究奨励賞（青木幸弘賞） —

パーソナル化の知覚がモバイルアプリの利用行動に与える影響

田部 溪哉（城西大学）

皆様こんにちは、田部 溪哉です。昨年、小稿「パーソナル化の知覚がモバイルアプリの利用行動に与える影響」（『消費者行動研究』Vol.23、No.1）に対し、青木幸弘先生のお名前を冠した名誉ある賞を賜りました。図らずも受賞の栄に浴し、欣喜雀躍しております。これもひとえに、研究に際して御指導頂いた多くの先生方をはじめ、査読のなかでの確かな御指摘を賜ったエリアエディターとレビュアーの先生方のお陰です。紙面を借りましてまずは厚く御礼申し上げます。以下、甚だ僭越でございますが、私の研究内容を披瀝したいと思っております。

現在、私は広告情報の解釈におけるメディアの役割に関心を持っています。メディアの興隆は概ね情報技術の発展と軌を一にしており、昨今のIT技術の進歩に目を向けてみても、消費者が接するメディアは恰も生々流転しているように思われます。とはいえ、実際の広告環境は須臾にして一変するのではなく、多様なメディアが共存しながら漸進的に推移していきます。そうした環境の中、消費者は各々の生活に応じ、テレビやラジオ、パソコン、スマートフォンなど、多様な情報媒体を組み合わせています。翻って、マーケティング情報の発信者も、想定される消費者に見合ったメディアを戦略的に選択することになります。この選択を合理的に行うには、消費者のメディア選択が情報解釈に与える効果を十全に理解していなければなりません。私の研究の主眼は、この影響関係を闡明し、広告効果についての知見を広げることに置かれています。

さて、受賞対象となりました小稿は、スマートフォンアプリの特徴がメディアの利用意向に及ぼす影響を炙り出すものです。スマートフォンの際立ったメディア特性の一つに、いつでもどこでも能動的に情報探索できるという性質が挙げられます。小稿では、そうした消費者の能動的な情報探索

行動と購買意思決定の関係性に光を当てました。

スマートフォンは効率的かつ効果的な情報探索を可能にしました。ここで言う効果的・効率的とは、利用者が必要な情報を手間や負担なく入手できる状態を指します。スマートフォンが普及した現代社会において、情報の発信者は情報を選別し、特定の目的に合致した情報だけを露出させる必要に迫られます。つまり、情報を個人の必要に応じて誂える仕組みが大きな価値を構成していると言えます。小稿では、与えられた情報が自分に合っていると知覚することは、有用性や利便性の知覚と正の因果関係があることを明らかにしました。

ところで、利用者に応じて情報を選別する仕組みは、しばしば「情報のパーソナル化」と概括されがちです。しかし、利用経験に応じた場合や、現在の状況に応じた場合など、その語義には幅があります。そうした「パーソナル化」のタイプ分類は先行研究でも論じられてきましたが、各タイプの差異がスマートフォンアプリの評価や利用意向に及ぼす影響については未知な点が多いため、小稿ではこの点についても究明を試みました。

研究者の末輩である私が栄えある賞を授かることは、文字通り、有り難いことです。今回の受賞を糧に、今後も引き続き、情報を伝達するメディアが情報解釈に及ぼす影響について研究を進めていく所存です。最後になりますが、私の謝意や抱負を掲載する機会を下さいましたコミュニケーション担当の先生方に、改めて御礼申し上げます。乱筆多罪。

事務局メールアドレスの変更について

本会事務局委託先の学会支援機構におけるネットワークセキュリティ強化に伴いまして、誠に勝手ながら学会事務局メールアドレスを以下の通り変更いたしました。

(旧) jac@asas.or.jp

(新) jac@asas-mail.jp

アドレス帳等の登録がありましたらお手数ですがご変更をお願いいたします。

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。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」に変更箇所を明記されるケースが見受けられますが、変

更のご連絡は、下記JACS事務局までお願い致します。なお、ホームページからご自身で直接、変更可能ですので、是非ご活用ください。

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

[学術会員]

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、学術会員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

[学術会員] 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) 関西学院大学 商学部 須永努研究室
〒662-8501 兵庫県西宮市上ヶ原一番町1-155
Email: jac.assist@gmail.com

(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: jac@asas-mail.jp

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