

日本消費者行動研究学会設立趣意書

消費者行動に関する近年の研究の広がりとその量的増大には目を見張るものがあり、毎年、膨大な数の研究論文が様々な分野の学術雑誌において発表されるようになってきている。そして、このような消費者研究の量的増大傾向は、市場についての十分な理解を必要とする企業サイドからのマーケティング上の要請、あるいは消費の高度化を背景として複雑化し深刻化する消費者問題の解決を迫られる行政サイドからの要請、等を受ける形で今後とも一層強まっていくことが予想され、更にヨリ多数の研究者を動員しつつヨリ広範囲且つヨリ膨大な量の研究が行われていくものと考えられる。

ところで、研究の量的増大が必ずしも質的充実を伴うものではないということは、消費者行動論に限らず他の研究分野についても当てはまることではあるが、消費者行動研究の量的増大が急速に進んだ 1980 年代は、同時に研究の分化が一気に進行した時代でもあった。そして、その結果として、等しく消費者行動の解明という同一の学問的課題を持ちつつも、出身分野や研究上の立場・アプローチの違いにより研究者間での意志の疎通が著しく損なわれ、また、場合によっては、同様の問題を研究テーマとして扱いながらも互いの研究成果を全く参照し合わない、という事態が出現するまでに至った。

改めて言うまでもなく、消費者行動という研究分野は、当該研究者がどのような研究上の立場をとるにせよ、優れて諸科学関連的な接近を必要とする分野である。すなわち、人間行動の一側面としての消費者としての行動を解明するためには、経済学、心理学、社会学、統計学といった既存の学問領域における概念や方法論を援用するだけでなく、それらの境界領域において発展してきた行動科学、情報科学、経営科学、更に、近年では認知科学といった新しい学問分野と積極的に連携しつつ多面的に接近する必要性がある。加えて、各分野ごとに消費者行動に関する研究成果の蓄積が少なからず進行してきている今日、単なる関連分野からの概念・方法論の援用というレベルを超えて、知識の総合化・体系化が行われるべき時期にきている。

この点、少なくとも米国においては、既に 1969 年の時点で、様々な分野における研究者を組織する形で消費者行動研究専門の学会「Association for Consumer Research」(ACR)が結成され、その後、毎年の年次大会を中心に活発な情報交換・交流活動を行っている他、1974 年には、学際的消費者行動研究のための専門雑誌「Journal of Consumer Research」(JCR)も発刊され、既に 20 年近い歴史を持つに至っている。特に、後者の JCR は、上述の ACR に加えて、AMA(American Marketing Association)、AEA (American Economic Association)、APA(American Psychological Association)等、計 11 の学会が後援する本格的な学際的研究誌であり、米国における消費者行動研究の進展において大きな役割を果たしてきている。

翻って我が国における消費者行動研究の現状を考えた時、各分野における研究水準や研究者の絶対数の問題はともかくとしても、分野を越えた研究者間の交流や情報交換については甚だ不十分であったと言うほかない。すなわち、等しく消費者行動の解明という同一の学問的課題を持ちつつも、所属学会を異にする研究者間での交流・情報交換はこれまでの個人的なもの以外は皆無に等しく、また、異分野にまたがる共同研究・学術的研究を育む土壌を欠いていた。特に、将来を背負う若手研究者にとって、研究視点を異にする同世代の研究者との情報交換、あるいは先輩の研究者や実務家との交流は、見識を深め自分自身の研究スタイルを確立する上で極めて有意義であるにもかかわらず、その場を求めることが困難であったのである。

このような閉塞した我が国における消費者行動研究の現状を打破し、関連学問分野間での連携の強化と研究者間での交流・情報交換の場を設けることを目的として、一部の研究者が世話人となり第1回消費者行動研究コンファレンスが開催されたのは今から3年前のことである。その後、このコンファレンスへの参加者は回を重ねるごとに急速に増加し、改めて情報交換の場の必要性が再認識されることとなった。また、参加者の中から単なるコンファレンスとしてのみの継続だけではなく、恒常的な研究組織としての学会を設立すべきだとの声が高まり、世話人を中心にその実現に向けての可能性の検討が行われることとなったのである。

以上のような現状認識とこれまでの経緯を踏まえ、われわれは、上述の消費者行動研究コンファレンスを発展的に解消させる形で、ここに消費者行動の解明に関心を持つ関連諸分野の研究者からなる学術的研究組織「日本消費者行動研究学会」を設立することとした。

この学会の設立により、関連学問分野間での連携の強化と研究者間での交流・情報が促進され、我が国における消費者行動の研究と教育の発展に真に寄与するものとなることを期する次第である。

1992年11月21日

設立発起人 一同