

J A C S

日本消費者行動研究学会ニュースレター

NEWSLETTER

第10巻第4号

発行日● 2002年12月10日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

第25回コンファレンス概要

**統一論題: 消費者行動とマーケティング・コミュニケーション**

去る2002年10月26日、27日の両日、東京都港区の明治学院大学において、第25回消費者行動研究コンファレンスが開催されました。今回のコンファレンスは、自由論題・JACS-SPSS論文賞・統一論題という3部からなる構成で、多数の研究報告が行われました。

自由論題研究報告では、以下の6つの研究報告が行われました。

「立地選定のための売上予測モデル構築プロセス」

加藤 拓(スターバックス・コーヒー・ジャパン(株))

「知覚品質および知覚価値研究の新潮流ーシグナリングから認知プロセスの探求へー」

鈴木拓也(早稲田大学大学院)

「靴販売における感性言語分析」

坂本和子(横浜国立大学大学院)

「類似化・差別化ポイント尺度によるブランド・イメージ分析」

豊田裕貴(法政大学大学院)

「ネット・コミュニティをマーケティングに利用するための理論的考察」

澁谷 覚(新潟大学)

「消費行動研究の回顧と展望<一学徒の軌跡>」

奥田和彦(南デンマーク大学)

JACS-SPSS論文賞では、以下の5つの報告が行われました。

「在庫情報の消費者購買意思決定への影響について」

齊藤栄子(法政大学大学院)

「零細小売商における顧客関係とコミュニティ形成」

坂田博美(東京都立短期大学)

「知覚品質が属性評価に与える影響～ブランドの使用経験変容効果」

方波見麻紀(法政大学大学院)

「消費者とブランドの関係性～その意義と測定」

畑井佐織(学習院大学大学院)

「消費者のブランド知識から構成されるブランドの重層性に関する考察」

藤居誠(学習院大学大学院)

統一論題では、テーマを「消費者行動とマーケティング・コミュニケーション」とし、専修大学の石崎徹助教授をコーディネーターに4つの研究報告が行われ、活発な意見交換が行われました。また、特別講演として(株)ドウ・ハウスの稲垣佳伸氏をお迎えして、新しいマーケティング・コミュニケーションのあり方を熱く語っていただきました。

「広告とブランドに対する消費者情報処理」

小野晃典(慶應義塾大学)

「マーケティング・コミュニケーションの統合要因とセールス・プロモーション」

広瀬盛一(東京富士大学)

「マーケティング・コミュニケーションにおける感情の役割」

阿部いくみ(早稲田大学大学院)

「日本におけるIMC戦略の歴史～近代百貨店を中心に～」

高柳美香(専修大学)

「発信する生活者、受信する企業たち。～デジタル・ネットワーク社会における新しいマーケティング・コミュニケーションの形～」

稲垣佳伸((株)ドウ・ハウス代表取締役社長)

この他に、2日目には石崎徹助教授の司会で、岸志津江(東京経済大学)・嶋村和恵(早稲田大学)・高柳美香(専修大学)の4氏によるシンポジウムが開催されました。



## 第26回消費者行動研究コンファレンスのお知らせ！

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、ご案内致します。

第1日目に研究報告と懇親会、第2日目に研究報告と統一論題でのシンポジウムを予定しています。

詳細については、次号のニューズレターで再度お知らせ致します。

### 開催日程決まる！

6月6日(金)・7日(土)

大阪樟蔭女子大学

(東大阪市・小阪キャンパス)

## 第26回消費者行動研究コンファレンス “自由論題”募集

6月6日、7日に開催されます第26回消費者行動研究コンファレンスでの自由論題の発表者を募集します。発表日は6日に設定される予定ですが、時間等は未定です。発表順などは事務局で調整させていただきます。なお発表時間は30分程度ですが、発表者数によって若干調整させていただきます。

発表者のうち1名が学会員であれば共同発表でも構いません。発表を希望される方は「4月21日(月)から5月10日(金)」までの間に、以下の要領で事務局までお申し出下さい。なお論題が本学会にそぐわない場合には、発表をお断りすることがありますのでご了承下さい。

発表を希望される方は、以下の3点を事務局まで E メールもしくは郵送でお知らせ下さい。折り返し詳細を確認させていただきます。

### 自由論題発表

1. 発表者氏名
2. 発表者の所属機関
3. 論題
4. 発表必要機材
5. 発表者の連絡先 住所 電話番号 E メールアドレス

## 2002年度 JACS-SPSS論文賞の受賞者

2001年度より創設されました JACS-SPSS 論文賞の受賞が、秋のコンファレンスでの中間発表の結果により決定致しました。今回は最優秀賞に該当する研究はなく、優秀賞として以下の3点が選出され、それぞれに10万円が SPSS 社より贈呈されました。

「在庫情報の消費者購買意思決定への影響について」

齊藤栄子(法政大学大学院)

「知覚品質が属性評価に与える影響～ブランドの使用経験変容効果」

方波見麻紀(法政大学大学院)

「消費者とブランドの関係性～その意義と測定」

畑井佐織(学習院大学大学院)

受賞者を代表して、学習院大学大学院の畑井佐織さんから受賞についての感想を頂きました。

「消費者とブランドの関係性～その意義と測定」をテーマとして発表させていただきました。今回の発表は、発表の仕方など反省点も多かったのですが、たくさんの先生方・実務家の方から、今後研究を進めていく上での重要なご指摘やアドバイスをいただくことができ、自分自身に喝を入れ直すことのできた実り多い学会報告となりました。また、最後に講評を頂き、どのような点が至らなかったのかについて、客観的に評価していただくことによって、自分の研究を全体的な視点でとらえることもできたと感じております。今回の報告で、幸いにも受賞することができ、今後の研究への励みとなっております。今後もこの論文賞が、若い研究者に夢と希望を与えてくれるのではないかと期待しております。

当論文賞は、畑井さんの感想にもあるように、多くの意見をいただき客観的に評価されることにより、ドグマチックな方向へ進みがちな研究を、今一度全体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。来年度も、消費者行動研究に“夢と希望”をもつ多くの若手研究者の方からの多数の応募をお待ちしています。

## 2002 年度 JACS-SPSS論文プロポーザル賞の募集

日本消費者行動研究学会では、SPSS 社のご協力を受けて、若手研究者の研究支援のために、JACS-SPSS 論文プロポーザル賞を設けています。研究歴(大学院修士入学から)10年程度の若手会員の方から未発表論文の応募を致します。共同研究の場合には主な研究者がこの条件に当てはまっていることが必要です。

受賞賞金の総額は50万円(最優秀賞1点30万円、優秀賞2点10万円)となっています。2003年春のコンファレンスにおける審査委員会での審議により選出され、選出された論文は、2003年秋のコンファレンス初日に最終研究結果を報告し、役員会で最優秀賞1点、優秀賞2点が選出されます。

JACS-SPSS 論文賞へ応募を希望される方は、下記の要領にしたがって、Eメールにてお申込み下さい。多くの若手会員の方から、応募をお待ちしています。

宛先 : jacs@jacs.gr.jp

応募要領: Eメールのタイトル「JACS-SPSS 論文プロポーザル賞応募希望」  
タイトル、氏名、所属  
概要(400字以内)

①研究の目的 ②研究の方法

締め切り: 2003年5月31日(土)

## JACS-SPSS 論文賞名称変更

昨年度から SPSS 社のご協力により開始された JACS-SPSS 論文賞は、今年度も3名の報告者が受賞されました。本学会としてはこの賞を若手研究者の研究をサポートする上で有益なものと考えています。ただ、この賞は、執筆された論文に与えられるものではなく、論文の構想とその実現可能性、研究経過を評価して与えられるものです。対外的に論文賞という名称では、それに対応する論文が存在することが想像されます。

以上のような理由から、受賞者が誤解を受けないために本賞をその実態に合わせて来年度の募集から「JACS-SPSS 論文プロポーザル賞」と名称を変更して、受賞者もこの名称を研究履歴などに使うことが求められます。

## 2001 年度決算報告および 2002 年度予算案

2002年10月27日に開催されました役員会での審議を経て、同日開催されました会員総会において、2001年度の決算報告および2002年度の予算案が下記の通り承認・決定されました。ここにご報告します。

<u>2001 年度決算報告</u>	<u>2002 年度予算案</u>
<b>〔収入の部〕</b>	<b>〔収入の部〕</b>
会費収入	会費収入*
銀行 299,000 円	学術会員 @5,000*252 = 1,260,000 円
郵便 793,000 円	" (院生等) @2,000*123 = 246,000 円
前年度繰越金(論文集、名簿作成費等)	個人賛助会員 @5,000* 33 = 165,000 円
利息収入	法人賛助会員 @50,000*24 = 1,200,000 円
3,687,527 円	4,662,276 円
	7,533,276 円
<b>〔支出の部〕</b>	<b>〔支出の部〕</b>
コンファレンス開催補助費	コンファレンス開催補助費
(@50,000*2=100,000)	(50,000*2=100,000)
印刷費	論文集作成費(継続) 1)
(コンファレンス案内、封筒等)	論文集作成費(積立) 1)
事務費(通信費、消耗品、振込手数料)	ニューズレター作成費 1)
次年度繰越金	名簿作成費 1)
(論文集、名簿作成費)	事務費(消耗品、Web レンタル等)
3,687,527 円	400,000 円
	通信費
	雑費・予備費
	7,533,276 円

\* : 2002 年 10 月 1 日現在の種別会員数に基づいて算出  
1): 一部に送料を含む金額である

上記の通り報告致します。

事務局担当理事      山本 昭二   印

上記の報告を適正なものとして認めます。

監 事                      桑原 武夫   印

## 役員選挙の結果と次期執行部

第25回コンファレンスに併せて開催された会員総会に於いて次期執行部の選挙がおこなわれました。投票は、次期会長、次期副会長、次期理事、次期監事の順で行われました。選挙結果は次のようになりました。(敬称略)

1. 次期会長 江原 淳 (専修大学)
2. 次期副会長 恩蔵直人 (早稲田大学)
3. 次期理事 井上哲浩 (関西学院大学)  
清水 聰 (明治学院大学)  
高橋郁夫 (慶応義塾大学)  
土田昭司 (関西大学)  
守口 剛 (立教大学)
4. 次期監事 桑原武夫 (慶応義塾大学)

現在の会長の青木幸弘先生は、もう一人の副会長として執行部に残ります。全役員の任期は2003年4月から2年間です。この規定により、江原先生の任期は来年4月から2年からです。また、恩蔵先生は、その後の会長として就任することになります。

執行部を退任された上田隆穂副会長、和田充夫副会長の長期に渡る学会への貢献に感謝するとともに新しい執行部への会員の皆様の支援をお願いいたします。

## エリアエディターの追加について

消費者行動研究学会の学会誌である「消費者行動研究」は、2002年度に発行される9巻から査読付きとなります。そのために編集委員会では、阿部周造編集長の下に江原淳、桑原武夫、土田昭司、杉本徹夫の4名の先生方をエリアエディターとしておりましたが、投稿者が増加した場合に円滑なレビューを行うために、新たに岸志津江先生と上田隆穂先生をエリアエディターとして選任することになりました。総会で了承されましたので、報告いたします。

## 著書紹介:『企業を高めるブランド戦略』(田中洋、講談社)

自著紹介を書くよう山本昭二先生からご依頼をいただきました。この新書は必ずしも消費者行動論の本ではないのでいさかためらいがあるのですが、売れない自著の宣伝のためと割り切って書かせていただくことをお許しください。

この本はブランド戦略について一般的な啓発の書物という形式を取っています。しかしブランド論について統一された見解が存在するわけではない現在、これは私自身がこれまでブランドについて考えてきたことをまとめた、いわば「持論」の展開を中心とした本となっています。

本書が出たのは今年(2002年)ですが、もともと講談社の編集部とは3年前から約束ができていました。ですから、ほんとうはもっと早く出版されてしかるべき本だったのです。しびれを切らした編集者から春に「9月に絶対出しますから!」と迫られ、毎週のように締め切りを設定されて前に書いたものを小出しにしながら書きつないで行きました。

新書という性格上当然わかりやすく書くことが要求されます。編集者に原稿を提出した後で、細かく「『ブランドロイヤルティ』とは何ですか?」「『知覚品質』とは何ですか?」と問い詰められ、まるで「口頭試問」を受ける心境でした。私にとっては、わかりやすく書く良い訓練になったような気がします。

2002年の8月はじめ父親が亡くなるというできごとがあり、それはむしろこの本にとっては幸いな方向に働きました。夏に予定していた海外行きをキャンセルしたため、ひさびさに2週間の空き時間ができたからです。この本が9月の出版に間に合ったのは今から考えればオヤジのおかげだったような気がします。

さて本書の内容ですが、「なぜブランドが重要なのか」「ブランド戦略とは何か」「新しいブランドをつくる」「成熟ブランドを活性化する」「企業ブランドのマネジメント」「ブランドコミュニケーション」「企業戦略とブランド」「ブランド戦略の応用課題」「ブランドのケーススタディ」という8つの章からできています。出来はともかく、ブランド実務に必要な考え方をできるだけコンパクトにまとめようという構想をもっていました。宣伝として言えば、事例をふんだんに載せてある点や考え方をまとめる方法が書いてある点は多少実務に役立つかもしれません。

自分の研究課題として、今後「ブランド効果」を追求することを考えています。本書の7章「応用課題」に少し書いたように「なぜブランドは継続購買に有効なのか」という課題を今後とも考えてみたいのです。本書の出版を期にそのことをいっそう強く意識するようになりました。

最後に、この本で目をむけていただきたい点があるとすればそれは各章の扉の言葉です。これまで読んだ本やインタビュー・文献のなかでブランドの本質に関連がありそうな言葉を拾ってみました。もし本書を目に留めていただける機会があったら、そこにも注目いただければ著者としてはうれしく思っています。

## マイゼミナール 「3つの『マイゼミナール』」

松下光司(立正大学)

私が立正大学で運営している「マイゼミナール」では、消費者行動論やマーケティング論の議論をするプロセスの中で、学生たちに呪文のように投げかけている言葉が2つある。

その一つは、何かを言ったら間髪入れずに必ず言う「それは、なぜ?」、そして、もう一つは、何かの良し悪しの判断を聞かれたときにしばしば返す「君は良いと思うの?」という言葉である。この言葉を繰り返し使うのは、月並みかもしれないが、深く考える姿勢や探究心、そして、その掘り下げレベルの許容水準を自分で作ることの重要性を、ゼミ生たちに感じてもらえたらという、淡い期待を持っているからである。

もちろん、学生に対してはその後にフォローを入れるものの、大学に勤め始めて3年目の駆け出しの教員が言うには、少々偉そうな(?) 言い回しであると思われる方もいるかもしれない。それもそのはず、この言葉は、私が所属した2つの「マイゼミナール」において、お二人の指導教授から投げかけられた、印象深い言葉なのである。

私が研究者を目指して初めて所属した第一の「マイゼミナール」は、阿部周造先生のゼミであった。その2年目のある日、先に紹介した言葉の一つが初めて使われたのである。その会話を再現すれば、・・・「実験は、・・・ようなデータ収集の方法でやります。よろしいでしょうか。」(松下)、・・・長い沈黙の後・・・「松下君が良いと思うんだったら良いんじゃないですか。」(阿部先生)、「・・・っえ・・・」・・・さらに長い沈黙・・・心臓バクバク・・・(実は、もっとドキドキしたのは、二人きりのゼミでの私の発表中に、阿部先生が眠りに落ちてしまったときであるのだが・・・)。

その数ヶ月後、博士課程に進学して所属した、池尾恭一先生のゼミが2つ目の「マイゼミナール」である。前述の投げかけの言葉は、入学してすぐの研究指導の場で良く使われた。その会話を再現すれば、・・・「この点に注目して議論を・・・」(松下)、「なぜ?」(池尾先生)、「えっと、ですから・・・」、「それは、なぜ?」、「え」、「なぜ?」、「う」、「なぜ?」、「へ」、「なぜ?」(・・・中略・・・)、「すみませんでした・・・出直してきます」・・・ダラリと粘着質の汗・・・(飲み会で時計の針を見たとき、別の意味で、ダラリと粘着質の汗が出ることもしばしばあったのですが・・・)。

立正大学の「マイゼミナール」では、このようなエピソードで生まれた(?)、2つの言葉を学生たちに投げかけ、私が指導教授から教えて頂いたものを少しでも感じてもらうことを願っているわけであるが、最近思うことは、他でもない私が、この言葉によって大いに叱咤激励されている、ということである。と言うのも、この2つの言葉は、私の研究姿勢を常に見返し、反省するきっかけをいまだに投げかけているからである・・・「お前はどうかんだよ!」と・・・。

その意味で、立正大学での「マイゼミナール」は、所属していた「マイゼミナール」から得た大事なものの一端を常に確認する、私のための「マイゼミナール」としても役立っているのかもしれない。

## 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、本頁下部の該当項目に☑をし、FAXないしは郵便にて事務局宛にご返信頂くか、ご希望の項目を明記の上 e-mailにてご連絡ください。折り返し、会員募集案内(設立趣意書、学会会則、会員リスト、入会申込書、等)をお送りさせていただきます。

### 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暦を有する者、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]

5,000円(但し、大学院生の場合は、2,000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

---

会員募集案内(入会申込書)の送付を希望します。

フリガナ  
お名前:

ご所属機関:

ご住所: 〒 -  
(自宅・勤務先)

TEL:

FAX:

E-mail:

## JACS事務局のご案内

(事務局) 〒662-8501 兵庫県西宮市上ヶ原1-1-155  
関西学院大学商学部 マーケティング研究室(山本昭二)  
TEL: 0798-54-6375 FAX: 0798-51-0903  
Email: sjyama@cvn.bai.ne.jp

(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 (SPSS内) 担当: 村田  
TEL: 03-5466-5520 FAX: 03-5466-5528  
Email: jacs@jacs.gr.jp

\* 入会希望やコンファレンスへの参加お申込み、またお問合せ等は上記までお願い申し上げます。

---

---