

J A C S NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニュースレター

第29巻第4号

発行日●2022年1月19日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

第64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につきまして、ご案内いたします。現在、コーディネーターの杉谷陽子先生（上智大学）、赤松直樹先生（明治学院大学）、西原彰宏先生（亜細亜大学）を中心としてプログラムを検討中です。詳細については次号で再度お知らせいたします。今回は、JACS 創設 30 周年記念大会となります。

開催日程：2022年5月14日（土）・15日（日）

開催場所：専修大学・神田キャンパス（東京都千代田区）を予定しています

自由論題研究報告など募集！

春のコンファレンスにおける自由論題研究報告の報告を募集します。募集の詳細につきましては後日、JACS Web サイト（<http://www.jacs.gr.jp/>）にてご案内いたします。

第63回 消費者行動研究コンファレンス 開催報告

<統一論題> 消費者行動研究と認知心理学

第63回消費者行動研究コンファレンスが2021年10月9日～10日に、オンライン・コンファレンスとして開催されました。1日目は、JACS一樫尾俊雄論文プロポーザル賞のプレゼンテーションと統一論題のもとでの発表、パネルディスカッションが実施されました。2日目には、自由論題報告が行われました。

統一論題では、「消費者行動研究と認知心理学」をテーマとして、松下光司先生（中央大学）からの解題の後、外川拓先生（上智大学）、井関紗代先生（中京大学）、そして佐々木恭志郎先生（関西大学）から、ご自身の研究事例や研究に対する見方について紹介をいただきました。続いて、有賀敦紀先生（広島大学）も加わり、後半のパネルディスカッションが行われました。消費者行動研究と認知心理学という両分野の類似性や相違について、登壇者とオンライン参加者との間で議論が活発に交わされました。なお、この統一論題では、臨場感を持ったディスカッションを目指して、登壇者が開催校である流通科学大学に集まり、そこからライブでオンライン配信する方法が採用されました。

今回もオンライン・コンファレンスとなるなか、多くの皆さんにご参加いただき、ありがとうございました。また、開催にご尽力いただきました先生方、ホスト校の流通科学大学の先生方にも感謝を申し上げます。

学会賞受賞者のお知らせ！

第 63 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）：下記 1 本

「消費者行動研究における再現性問題と研究実践」

元木康介（宮城大学）

※本論文は 3 名による共著ですが、学会賞に関する規定により、受賞時非会員である第 2 著者、並びに年齢制限により第 3 著者が奨励賞の受賞対象から外れるため、1 名での受賞となります。

本ニューズレターでは、各賞の受賞者を紹介いたします。今号では、研究奨励賞（青木幸弘賞）を受賞された元木康介氏にご登場頂きました。

第 21 回 JACS—櫻尾俊雄 論文プロポーザル賞

例年どおり、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：

「シェアリング・エコノミー・サービスの利用が消費者の心理的幸福感に与える影響：消費者物質主義の視点から」 野村拓也（学習院大学大学院）

「新カテゴリー創造のためのマーケティング：消費者新製品採用におけるインスピレーション介在モデル適用の可能性」 落原大治（法政大学大学院）

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。

JACS の新体制がスタートします！

2021 年 10 月 9 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、2022 年 4 月より、澁谷覚先生のもとで新体制（2022 年度）がスタートします。

会 長：澁谷 覚（学習院大学）

副会長：田中 洋（前会長・中央大学）

里村 卓也（次期会長・慶應義塾大学）

—日本消費者行動研究学会 研究奨励賞（青木幸弘賞）—

「消費者行動研究における再現性問題と研究実践」

元木康介（宮城大学）

日本消費者行動研究学会 研究奨励賞（青木幸弘賞）を授与いただき、誠にありがとうございます。素晴らしい賞をいただくことができ、大変光栄に存じます。まず、今回受賞をいただいた研究は、私一人の力ではなく、共同研究者である有賀 敦紀 先生・米満 文哉 先生との成果になります。お二人のお力添えなしでは、本研究は成し遂げられませんでした。また、査読者・編集委員の先生方から貴重なご助言をいただき、初回投稿時と比べて論文の質が大きく向上しました。この場を借りて、厚く御礼申し上げます。さらに、日頃よりご指導いただいております先生方に感謝申し上げます。先生方との議論から、本研究に関連する知識・関心・洞察が得られました。これからより一層身を引き締めて精進して参りますので、引き続きご指導いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

心理学分野を中心として、再現性問題・研究実践が注目を集めています。心理学分野において再現性問題が注目された理由のひとつは、Open Science Collaborationによる心理学研究の再現プロジェクトであると考えられます。このプロジェクトでは、代表的な心理学ジャーナルに掲載された100本の論文の再現性を検証しました。結果として、100本の論文のうち再現されたものは全体の40%未満でした。ただ、この心理学研究の再現性プロジェクトは、消費者行動研究を直接対象としたものではありませんでした。そのため、消費者行動研究分野への波及力はそこまで強くなかった可能性があります。

その後しばらくして、近年の有力誌に掲載された消費者行動研究の結果が再現できないことが報告されてきました。Uri Simonsohnらは、Data Replicada という消費者行動研究を再現するプロジェクトを行っています。これまで、*Journal of Consumer Research*、*Journal of*

Marketing Research 等に発表された9つの再現研究が行われてきました（2021年10月18日現在）。これまでのところ一つの研究を除き、多くの研究で再現に失敗しています（あるいは部分的な再現に留まっています）。Data Replicada は、消費者行動研究を直接扱う再現プロジェクトであったため、消費者行動研究分野での再現性問題・研究実践について、議論のきっかけになったと考えられます。

今回、私達の研究では、消費者行動研究の立場から再現性問題とそれにまつわる諸問題について論じました。再現性の危機には、p-hacking や HARKing など疑わしい研究実践（questionable research practices; QRPs）が関わっている可能性があります。本研究では、消費者行動研究におけるこれまでの暗黙の研究慣習がQRPsを内包していることを指摘しました。また、消費者行動研究で再現性問題やこれまでの研究実践がどのように捉えられてきたかを論じました。そして、QRPsの対処策として、消費者行動研究に求められる研究実践を提案しました。事前登録制度（pre-registration）を中心として、統計値・実験マテリアルの報告やオープンデータなど、信頼できる研究実践の取り組みを紹介しました。

本研究で論じている研究実践を自分自身が完全に取り組みしてきたかという、恥ずかしながらそうではありません。本論文執筆の過程では、反省しきりでした。この論文執筆は他により適任の方がいるのでは、と思う時もありました。しかし、本論文を執筆する過程は、自分自身の研究実践を見直し改める大変良い機会となりました。今後はこの学びと反省を活かし、より信頼できる研究実践を目指して精進して参ります。本研究が、消費者行動研究の信頼性を増すための一助となれば幸いに存じます。

「特集論文・第2期」公募を開始いたします

去る、2022年1月6日にて、第1期「特集論文」の投稿を受付終了いたしました。査読審査にて採択された論文は、2022年春のコンファレンスで発表の後、にオンライン版として先行出版され（2022年度末に刊行予定）、後日、紙媒体『消費者行動研究』に掲載されます。

これにより、引き続き、以下の要領にて、第2期の募集を開始いたします。

研究発表～論文掲載は2023年度となります。特集論文への投稿を目指す研究者・大学院生の方々からの多くの応募を期待しております。

学会誌『消費者行動研究』特集論文号（第2期）・「レビュー論文特集」刊行について

【1】募集内容「レビュー論文特集」

今回の特集論文では、消費者行動に関わるさまざまな研究領域を対象としたレビュー論文を特集することといたしました。レビュー論文とは、例えば

- 特定のテーマに関する過去の研究を独自の視点で整理することにより、これまで見過ごされてきたが、今後重要となる研究の方向性を明らかにする論文
- 過去の研究において、
 - (1) 相反する結果が得られている
 - (2) 異なる理論的説明がなされている
 - (3) 相反する影響・効果が示唆されているなどといった研究群が存在することを指摘した上で、それらに関する理論的考察から新しい命題や仮説を提示する論文
- 定量的データの分析を通じて従来の研究状況を明らかにする論文

などが考えられます。変化する消費者環境や消費者課題に着目し、消費者行動に関わる独自の気づきや新しい視点、研究領域を提案する意欲的なレビュー論文の投稿をお待ちしております。特に若手の研究者および大学院生の皆さんに、新しい視点を柔軟に取り入れた先鋭的な議論を展開していただけることを期待しますが、キャリアを問わず、ご投稿をお待ちしています。

【2】応募受付期間 : 2022年10月1日～2023年1月6日

【3】応募方法 : ①論文原稿（10,000～15,000字程度。冒頭に、和文要旨、英文要旨、キーワード5つ以内を含む）と②記入済み応募フォームを、学会事務局（jacs@asas-mail.jp）に添付ファイルでメール送付。

【4】出版までの流れ：査読審査にて採択された論文は、2023年春のコンファレンスでご発表頂いたのち、再度の審査を経て2023年末にオンライン版として先行出版される予定です（その後、紙媒体の『消費者行動研究』に掲載されます）。

【5】その他 : 特集論文を対象とした学会賞が新設されました。別項をご覧ください。

詳細なスケジュール、応募方法、査読プロセスなどに関しましては、以下の募集要項ページをご参照ください。

http://www.jacs.gr.jp/application/special_issue2.htm

皆様からの積極的なご応募を、心よりお待ちしております。

学会賞に「特集論文賞」が新設されました

会則の[付則4] 学会賞に関する規定の改訂を行い、新たに「特集論文賞（口頭発表と論文）」が追加されました。学会賞は、各年の秋季研究コンファレンス時の役員会において決定し、会員総会においてその結果が報告されます。「特集論文賞」は、各年の応募の中から、コンファレンス特集号セッションでの発表と、『消費者行動研究』特集論文に掲載された中から特に優秀な発表と論文を選定し、その著者に授与されます。受賞対象は JACS 会員とします。

授賞数は、既設の「優秀論文賞」、「研究奨励賞（青木幸弘賞）」と、新たな「特集論文賞」の3賞を合わせて5編の論文を上限とします。なお、共著論文が授賞対象論文として選定された場合には、授賞人数が5名を超えることがあります。（研究奨励賞は1会員1回のみの授賞）※詳しくは、学会 Website「会則規定」をご覧ください。

新しい JACS のロゴが決まりました

先日、会員の皆様へのアンケート方式にてご意見を賜り、協議の結果、新しい JACS のロゴが決定いたしましたのでお知らせいたします。新しいロゴは、2022 年度より採用されます。皆様から多くの貴重なご意見をいただきましたことを、この場を借りてお礼申し上げます。



※下の2つはファビコン・縦組みなどのバリエーション



- 現代的な刷新感を含めつつ、強い癖もつけない、流行にも流されにくいデザイン。
- JACS の設立趣意である消費者行動の「C」を強調。
- 英文表記の文字デザインがマークとして機能する設計により組み合わせの展開が可能。

JACS の Website が新しくなります！

学会 Website の利便性とセキュリティ向上を一層高めるため、サイト刷新担当委員の外川拓先生、赤松直樹先生を中心に、執行部・事務局担当理事で毎月意見交換を図りながら、Website の改訂を進めております。Website の詳細が決まりましたら、改めて、ニューズレターや会員メーリングリストにてご案内いたします。

学会費の「銀行振込」についてのお願い

会費納入に際しましては、事務局から郵送でお送りしている「郵便局の振込用紙」でのお振り込みをお願いしておりますが、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

★ご登録の所属先等が古いままで、更新されていない方が多く見受けられます。

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。お手数ではございますがよろしくお願い致します。

なお会費納入時、「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。

JACS Website(<http://www.jacs.gr.jp>)からご自身で直接、変更可能ですので、是非ご利用ください。

新入会員の募集について

本学会へ入会を希望される方は Website (<http://www.jacs.gr.jp/admit/>) から入会申込書をダウンロードし、必要事項を記入の上、事務局(jacs@asas-mail.jp) までお送り下さい。

●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）、及びそれに準ずる者（文部科学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 1 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。

●入会規定

<http://www.jacs.gr.jp/admit/index.htm>

●年会費

※令和 3 年度（2021 年度）より

[学術会員] 12,000 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

★法人会員には会員特典がございます。

詳しくは「入会規定」をご覧ください。

●日本消費者行動研究学会(JACS)事務局のご案内●

(事務局) 大阪市立大学 商学部 圓丸哲麻研究室
〒558-8585 大阪府大阪市住吉区杉本3丁目3-138
Email: jacs.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: jacs@asas-mail.jp

<JACS Website>

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