

# JACS NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニューズレター

第30巻第4号

発行日●2023年2月2日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

## 第66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菅野佐織先生（駒澤大学）、鈴木智子先生（一橋大学）、朴正洙先生（駒澤大学）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。

開催日程：2023年5月13日～14日（予定）

開催校：日本大学商学部

## 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65回 消費者行動研究コンファレンス 開催報告

### <統一論題>環境変化と消費者行動研究の未来

第65回消費者行動研究コンファレンスが2022年10月29日～30日に、ハイブリッド型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、基調講演、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、「環境変化と消費者行動研究の未来」をテーマとして、井上淳子先生（成蹊大学）からの解題の後、石井裕明先生（青山学院大学）、守口剛先生（早稲田大学）、そして田中洋先生（中央大学名誉教授）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、西本章宏先生（関西学院大学）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。消費者行動研究をめぐる環境変化や今後の研究の在り方について、登壇者と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、開催校である西南学院大学で対面でのコンファレンスに加え、ライブでオンライン配信するハイブリッド型での実施が採用されました。

今回は学会初の試みであるハイブリッド型コンファレンスにもかかわらず、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、ホスト校の西南学院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）：該当なし

## 第22回 JACS—樫尾俊雄 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：

「地域企業に対する公共性認識測定尺度の開発：顧客ベースのブランドエクイティを用いた検討」 松原優（東京都立大学大学院）

優秀賞：

「企業内リードユーザー発案製品による発案者表示が購買に与える影響」 渡邊裕也（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。

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、樫尾俊雄 論文プロポーザル賞最優秀賞を受賞された松原優氏にご登場頂きました。

## JACSの新体制がスタートします！

2022年10月30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、2023年4月より、里村卓也先生のもとで新体制（2023年度）がスタートします。

会長：里村 卓也（慶應義塾大学）

副会長：渋谷 覚（前会長・早稲田大学）

松下 光司（中央大学）

—第22回 JACS—榎尾俊雄 論文プロポーザル賞 最優秀賞—

「地域企業に対する公共性認識測定尺度の開発：  
顧客ベースのブランドエクイティを用いての検討」

松原 優（東京都立大学大学院）

この度は、第22回 JACS—榎尾俊雄 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、大変光栄に存じます。審査員の先生方、ならびにコンファレンス運営にご尽力下さった方々に、この場をお借りして厚く御礼申し上げます。

今回私が提案した研究は、マーケティングをはじめ経済学や社会学などでも議論がされてきた営利組織の公共性に着目し、地域企業に対して地域住民が抱く公共性の認識を測定しようという試みです。「公共性」という概念は、考えようによっては非常に曖昧で広範な意味をもつ概念です。経営学に限らず幅広い領域の文献を確認したところ、「公共性」には「国家が法や政策などを通じて国民に対して行う活動」「広く社会に開かれている」「誰でも享受でき、誰かの享受が別な誰かの享受を妨げない」「すべての人びとに関係する共通のもの」というような側面があるという議論がされています。国家などによる政策ベースの活動は営利組織の公共性には直接的に関連しないことを鑑みると、残りの「社会に開かれ、誰でも享受でき、すべての人に関連するもの」といった側面が地域に根差す企業に関連する部分であろうと考えられます。

そこで、今回はこういった側面をより強く持っていると考えられるプロスポーツチームに着目した提案をしました。経済学関連の研究では、プロスポーツチームの本拠地とする地域での公共財的性質が認められています。つまり、本来利益を追求している私的な組織であるスポーツ企業が、地域の人たちにとっては公共物のように受け止められている可能

性があると考えられる、という非常に興味深いものです。確かに、プロに限らずスポーツチームは地域の象徴的な存在となったり、国家の誇りを喚起したりと言われています。このような部分が、地域の人たちに共通し、享受できるものです。これはプロスポーツチームだけではなく、地域ブランドを生み出す企業などにもあてはまることだと言えます。そして地域企業にとって地域住民に「公共性のあるものだ」と認識されることは、ブランドとしての資産になるという視点から、この公共性を「顧客ベースのブランドエクイティ」の中で説明されている「ブランドイメージ」によって捉え、測定しようと考えています。

現在は、尺度開発に向けより詳細な構成概念の検討を様々な領域の文献から行っています。この作業で不適切な構成概念や定義を設定してしまうと、今後のプロセスが全て無駄になってしまう非常に重要な段階であると考えているため、慎重な検討を進めています。この検討が終わった段階や、その後の定性的な調査を分析した段階で、消費者行動研究コンファレンスにて一度報告させていただきたいと考えております。その際にご指導をいただければ幸いです。

最後になりましたが、現在ご指導をいただいております東京都立大学の水越康介先生、そしてゼミの皆様、改めて深く感謝申し上げます。この研究領域に来て日が浅く、何も分かっていない私に、いつも丁寧な指導をしていただき、誠にありがとうございます。今後もより一層精進して参りますので、ご指導ご鞭撻のほどよろしくお願いいたします。

## 「特集論文・第3期」公募を開始いたします

去る、2023年1月6日にて、第2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、2023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（2023年度末に刊行予定）、後日、学会誌『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3期の募集を開始いたします。

研究発表～論文掲載は2024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3期）刊行について

#### 【1】募集内容「テーマタイトル：日本の消費者と消費者行動研究」

第3期特集論文では特集テーマを「日本の消費者と消費者行動研究」といたしました。

日本の消費者を顧客とする企業や経済・社会では、日本の消費者の特性は企業意思決定や流通構造などに大きな影響を与えるものです。このような顧客としての日本の消費者の特性に関する研究は今回の特集テーマの大きな柱のひとつです。また、日本の消費者に関する研究の重要性は企業意思決定や経済・社会の構造への影響にとどまりません。例えば、癒し消費やごほうび消費など日本ならではの消費文化と文化生成のメカニズムや、海外の消費者と日本の消費者の比較や訪日消費者の消費者行動の研究などは学会員にとって関心が高い領域です。さらに、日本の消費者を取り巻く環境や、消費者が直面する課題に関する研究は、政策においても重要となっています。今回の特集では、このような日本の消費者に関する研究の投稿をお待ちしています。

またこれらに加えて、海外での消費者行動に関する研究結果の再現性を日本の消費者で検証することについて学会員の間でも関心が高まっています。このような日本の消費者を対象とした再現性の研究についても歓迎いたします。

さらに、日本の消費者行動研究自体も今回のテーマの対象となります。日本の消費者行動理論や、日本における消費者行動研究のレビューなど、今後の日本の消費者行動研究の道標となる研究についても投稿の対象となります。

今回の特集論文では、特に若手の研究者および大学院生の皆さんから、新しい視点や独自の視点にもとづく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 : 2023年10月2日～2024年1月8日

【3】応募方法 : 論文原稿（注釈、図表・参考文献含み10ページ以内）を、学会事務局（jacs@asas-mail.jp）に添付ファイルでメール送付してください。

【4】出版までの流れ：査読審査にて採択された論文は、2024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2024年末にオンライン版として先行出版される予定です

【5】特集論文賞について：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。

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募集要項をご参照ください。

<https://www.jacs.gr.jp/conference/tokushuronbun-3/>

### 学会費の「銀行振込み」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 <https://www.jacs.gr.jp/admit/#change> からご自身でも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

本学会への入会を希望される方は

学会 Website ( <https://www.jacs.gr.jp/admit/> )  
入会案内から入会申請を行ってください。

#### ●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 <https://www.jacs.gr.jp/admit/>

#### ●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。

詳しくは学会 Website

「賛助会員：会員特典」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） 神奈川県 経営学部 津村将章研究室  
〒220-8739 横浜市西区みなとみらい 4-5-3  
Email: [jacs.assist@gmail.com](mailto: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 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](mailto:jacs@asas-mail.jp)



< JACS Website >

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