

JACS NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニューズレター

第33巻第4号

発行日●2026年1月9日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

第72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。詳細については次号でお知らせいたします。

開催日程：2026年5月23日（土）～24日（日）

開催校：横浜市立大学 金沢八景キャンパス（横浜市金沢区）

第71回 消費者行動研究コンファレンス 開催報告

<統一論題> デジタル経済の進化と消費者行動

第71回消費者行動研究コンファレンスが10月25日、26日に学習院大学目白キャンパスで開催されました。第1日目の午前にプレゼンテーションが行われたJACS-Smart Analytics論文プロポーザル賞には、8名の先生方がご登壇され、それぞれから魅力的な研究プロポーザルが披露されました。第1日目の午後に行われた統一論題セッションでは、「デジタル経済の進化と消費者行動」をテーマとして、学習院大学の青木幸弘先生、青山学院大学の久保田進彦先生、SHIBUYA109 lab.所長の長田麻衣氏からのご講演とパネルディスカッションが行われました。興味深いご講演に対して活発な議論が展開され、熱量のあるセッションとなりました。懇親会では、学会賞やJACS-Smart Analytics論文プロポーザル賞の表彰式が行われ、受賞者の先生方に温かい拍手と祝福の聲が送られました。2日目に設定された自由論題報告においても、32件（LS：10件、SS：22件）の発表が行われました。全体を通して盛況なコンファレンスとなったのはご関係の先生方のご尽力のお陰かと存じます。ご登壇いただいた先生方、運営をご担当いただいた先生方、スタッフの方々に心より感謝申し上げます。

JACSの新体制がスタートします！

2025年10月25日に行われました会員総会において学会役員が改選され2026年4月より栗木契先生のもとで新体制（2026年度）がスタートします。

会長：栗木 契（神戸大学）

副会長：松井 剛（一橋大学）

須永 努（早稲田大学）

学会賞受賞者のお知らせ！

第71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、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 優秀論文賞：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）：
「消費者行動領域における分析的-包括的思考研究の展開」
河股 久司（日本大学）

第25回 JACS-Smart Analytics 論文プロポーザル賞

応募者からの「研究計画書」提出による一次審査を経て、第71回消費者行動研究コンファレンスにてプレゼンテーションが行われ、即日審査により受賞者を決定いたしました。
受賞されたのは次の方々です。

最優秀賞：該当なし

優 秀 賞：
「Threat-Based Awe とベネフィットフレームが寄付行動に与える影響：寄付広告における実験的検証」
會澤 裕貴（東京都立大学大学院）

「知的・発達障がい者が関わるブランドのブランド・パーソナリティ研究」
岡部 沙麗（東京大学大学院）

「芸術体験が消費者の寄付行動にもたらす影響」
藪野 美芽（早稲田大学大学院）

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。

ニューズレターでは学会賞各賞の受賞者を順次ご紹介しています

本号では、特集論文号第4期の特集論文賞（口頭発表）を受賞されました中野 暁氏・竹内 真登氏・長崎 貴裕氏にご登場いただきます。

2025 年秋に学会賞各賞を受賞されました皆様のコメントも順次ご紹介します。乞うご期待ください。

—特集論文（第4期） 特集論文賞（口頭発表）—

「トラップ質問に接した回答者は、その後の回答行動を変えるのか？—不注意・努力不足回答識別法による注意喚起効果—」

中野 暁（中央大学）、竹内 真登（名古屋市立大学）、長崎 貴裕（株式会社インテージ）

この度は身に余る賞を頂き、大変光栄に思います。特集論文では、運営や審査の過程で多くの先生方にご尽力とご指導を賜りました。著者一同、心より深く御礼を申し上げます。

本研究は、マーケティング・リサーチの調査方法論の分野に位置づけられるものです。研究や実務で調査を行う際には、IMC (Instructional Manipulation Check) や DQS (Directed Question Scales)に代表される、不注意・努力不足回答を識別するトラップ質問がよく用いられます。本研究はこのトラップ質問の扱いに対して問題意識を持っており、

「トラップ質問に調査の冒頭で接した回答者は、その後の質問に注意深く回答するか」という波及的な注意喚起効果の存在を議論しました。特に従来の研究で扱えなかった実行動との乖離という視点から回答精度を評価する新しい枠組みを提示し、実際の調査フィールドで実験データを収集し、分析を行っています。結果として、IMC には注意喚起効果が確認され、一方で DQS には確認されませんでした。これにより、IMC を調査内で用いる際には、目的に応じてその配置の工夫を行う必要性を提言しています。

現代の調査現場環境に目を向けると、様々な問題が噴出しています。例えば、JMRA(日本マーケティング・リサーチ協会)のインターネット調査品質委員会が 2025 年に出した資料によれば、インターネット調査の基盤が大きく揺らいでおり、その根幹の問題は、「モニター」、すなわち調査協力者の存在にあることです。過去、訪問調査や電話調査等の手法がネット調査に置き換わったときの議論と同様

に、ネット調査においても調査協力者の確保に課題が生じ始めています。その一つとして、そもそも人口が減っている若年層では、調査協力者の減少が深刻で、いかに確保するかが喫緊の課題のようです。

本研究は、不注意・努力不足回答とトラップ質問に焦点をあてた研究で、こうした方法論の理解を深め、適正に活用していくことがまずは重要だと考えています。しかし、論文の中には部分的にしか書けませんでした。不注意・努力不足回答というのは、決して対象である調査協力者だけの問題ではないと考えております。長い調査や答えにくい設問等、時には私達研究者側にも問題があり、それが省力化を生み出す一因になることもございます。そのため調査協力者が答えやすいアンケートを設計し、正しく回答していただくことが必要だといえます。この観点は、つい答えにくいアンケートを作ってしまう自身への自戒をこめてではありますが、今後も見つめ直していきたいと考えております。

また、調査法の研究は、AI の普及に伴い、今後ますます変わっていく可能性が高いと考えられます。この分野は、隣接する政治学、社会学、心理学等の社会科学や我が国では行動計量学等の行動科学分野でも研究がされてきました。今回の受賞を機に、「消費者行動研究」の文脈でこの分野にスポットライトをあてていただきましたことで、今後さらに分野の研究が発展していきますと、著者一同として大変嬉しく思います。最後になりますが、改めて特集論文関係者の皆様のご尽力に深く感謝を申し上げます。

学会誌『消費者行動研究』の J-STAGE 版統一化について

去る第 71 回会員総会における審議の結果、第 32 巻より、学会誌『消費者行動研究』冊子形態 PDF 版の発行を終了し、J-STAGE 版へ一本化することが承認されました。

<経緯>

2025 年 5 月 25 日に開催された『消費者行動研究』編集委員会において、冊子形態 PDF 版の発行を終了し、J-STAGE 版に統一することが執行部に提案されました。冊子形態 PDF 版とは、かつて紙媒体で刊行していた冊子の体裁（表紙・奥付等）をそのまま PDF で再現したもので、2023 年に紙媒体での印刷・配布を終了して以降、学会ウェブサイトで公開していたものです。その結果、電子版として「冊子形態 PDF 版」と「J-STAGE 版」の 2 種類が並行して提供されている状態にありました。

この提案について、執行部において検討した結果、学会員に提供するサービス水準は維持した上で学会運営の効率化を図る取り組みであること、冊子形態版の発行過程で発生する編集事務局が担う過度の負担が軽減されること、経費削減にも貢献することが確認されました。これらを踏まえ、役員会での承認を経て、第 71 回会員総会にて承認されました。

冊子形態 PDF 版の終了に伴い、同版に特有のコンテンツは以下の通り掲載先を整理し、引き続きご覧いただけるように致しました。

- ① 表紙：J-STAGE の学会誌紹介の画像として掲載
- ② 海外派遣記録：ニューズレターに移管
- ③ コンファレンスプログラム：学会ウェブサイトに掲載済み
- ④ 学会体制：会員総会議事録に記載
- ⑤ 編集後記：J-STAGE に掲載
- ⑥ 奥付：発行日は J-STAGE に記載。編集人・発行人の情報は学会ウェブサイトに記載

以上

9月1日より「特集論文(第6期)」公募を開始いたします！

去る、2025年12月1日にて、第5期「特集論文」の投稿を受付終了いたしました。多数のご応募ありがとうございました。査読審査にて採択された論文は、2026年春のコンファレンスで発表後、年内にJ-stage 早期公開され、後日、J-stage 版の学会誌『消費者行動研究』に掲載されます(2026年度末に刊行予定)。

つきましては引き続き以下の要領にて、第6期の募集を開始いたします。研究発表～論文掲載は2027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6期)刊行について

特集テーマ「日本の文化と消費者行動研究」

【1】募集内容

日本の文化への関心が国内外で高まっています。寺社仏閣や工芸品などの伝統文化だけでなく、ポップカルチャーやゲーム等の現代的なコンテンツの人気も高く、インバウンド観光の活性化につながっています。あるいは、日本の食文化やおもてなし等の接客文化も高い評価を得ています。また、日本社会の消費文化についても今までにない動きが各所で生じており、リキッド消費、応援消費等の新たなムーブメント、そしてメディアの視聴や利用の変化等が注目を集めています。さらには、絵文字のような日本発のコミュニケーションの文化が世界に広がる一方で、AIやロボット等を日本の社会が受容していく際の文化との関係が問われるようになっていきます。

消費者行動研究は、これらの日本の文化をめぐる社会の関心に対して、多様なデータ収集および分析手法を用いて応えていくことができます。今回の特集論文では、日本の文化を対象とした伝統的なサーベイ、実験法、フィールドワーク、テキストマイニング等による実証的アプローチや解釈的アプローチに加えて、革新的なデータ収集・分析手法を用いた論文を募集します。また、日本の文化に焦点を合わせたレビュー論文も歓迎します。本特集では、特に若手研究者や大学院生の皆様から、新しい視点や独自の見解に基づく先進的な議論を期待していますが、キャリアを問わず、多くのご投稿をお待ちしております。

【2】受付期間 : 2026年9月1日～2026年12月1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、2027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、2027年度末までにJ-stage 版の学会誌『消費者行動研究』に公開予定です。

【5】特集論文賞 : 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および『消費者行動研究』の特集論文号に掲載された中から、特に優秀な口頭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-6/>

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

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

[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

<https://www.jacs.gr.jp/info/#practitioner>

「法人賛助会員：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）東京科学大学 本條晴一郎研究室
〒108-0023 東京都港区芝浦3-3-6
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 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>

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