

J A C S

NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニューズレター

第1巻第1号

発行日●1993年8月30日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

第7回消費者行動研究コンファレンス 日本消費者行動研究学会会員総会

次回の消費者行動研究コンファレンスおよび学会会員総会の開催日程とその概要が下記の通りに決定致しました。今回のコンファレンスでも前回と同様に、統一テーマの下に会員からの研究発表とゲスト・スピーカーを交えたパネル・ディスカッションを企画しております。また、会員総会では次期役員を選出と事業計画

開催日程決まる！

11月19・20日東京で

・予算案の審議を予定しておりますので、是非とも御参加下さい(詳細は4頁を参照)。

統一テーマ：消費者の態度構造と意思決定

- 日時： 1993年11月19・20日(金・土)
- 会場： 中央大学 駿河台会館 会議室
- 日程：

19日	13:30~16:00	研究報告(13:00受付開始)
	16:00~18:00	会員総会
	18:30~20:30	懇親会
20日	10:00~15:00	研究報告
	15:30~17:30	パネル・ディスカッション
- 費用： 参加費 3,500円(会員外は 5,000円) 懇親会費 6,500円
- 申込み： 会員の方は別途お送りする返信用葉書でお申し込み下さい。
(会員以外で参加をご希望の方は、6頁の申込書に氏名・連絡先等を明記の上、事務局宛に郵便またはFAXにてご連絡下さい。)

論壇

統一論題コンファレンスに関連して思う

会長 奥田 和彦

学会発足後初めて開かれたコンファレンスは、従来 of 話題提供型と異なり、統一論題を中心としたものであった。特定テーマをできるだけ深く掘り下げることによって消費者行動研究の基盤整理を狙っている。「消費者情報処理研究」について、それができたかどうかは参加者の評価に委ねるより外ないが、わが国の消費者行動研究において比較的研究層が厚いこのテーマについて、学会の共有財産として再考するきっかけは少なくとも見い出すことができたと思われる。今後も、当分の間、コンファレンスはこのような統一論題を中心にして持つことになるが、伝統的テーマであれ、新規のテーマであれ、学会として取り上げ、共同討議に付するときの基本姿勢は煮つめておいた方がよいように思われる。ここではこれに関連した1つの話題を提供してみたい。

今年7月15日から19日の期間、トルコ、イスタンブールにおいて隔年開催(前回は1991年にデンマーク、コペンハーゲンで開催)の世界マーケティング・コンGRESSが持たれた。アメリカから120名程度、ヨーロッパから同数程度、その他の地域から50名前後という規模であった。前記のことは、開催世話人(ト

ルコ、T.Erem)が特に司会役を買って出たパネル部会「マーケティング・サイエンスに革命は必要か?」に関する。その内容は消費者行動研究と直接関係ないが、この問題設定は、研究テーマの取り上げ方の基本姿勢と関係しており、この意味において、1つの話題提供ということになると思われる。このパネル部会では、S.D.Hunt、J.N.Sheth、W.Lazer、P.E.Green(以上、アメリカ)、R.Angelmer(フランス)、H.Murray(イギリス)、そして筆者がプログラムに名を連ねたが、パネリストの構成からいって極めて多様な論議が展開された。ここではその詳細を紹介するスペースはないが、その一端から問題点を浮き彫りにすることができる。それは、認識論そのもの、分析方法論そのもの、といった視点から、また、現象とその認識論、現象とその分析方法論の関連、といった視点から、それぞれにこのテーマに迫ることができても、現象・認識論・分析方法論の相互関連からこのテーマを論ずることが極めて難しい、という点である。しかし、いかに至難であろうとも、この種のテーマを取り扱う基本姿勢として、具体的に3者の相互関連を描きながら論ずるという問題意識が欠かせないように思われた。

このパネル部会での筆者の主張は、科学的研究が客観的なものに限定されるというならば、革命が必要であり、それが客観的なものと主観的なものを含むというならば、革命 (revolution) が必要でなくて、進化 (evolution) が必要である、とするものであった。そして、このように主張する認識論的立場として、演繹論・帰納論・解釈論が成立するとし、これらの認識論的立場が具体的現象に即して補完関係を強化して行く過程が進化の内容である、と結論づけた。この主張では、かねてからの持論である、買物行動 (空間行動)、購買行動 (経済行動)、消費行動 (心理行動・社会行動) といった消費者行動の具体的側面を念頭に入れていたものの、与えられたテーマの性格からそれを前面に打ち出すことがはばかれた。主張の徹底さを欠いたのではないかと悔やまれる。もっともこのような主張は、与えられたテーマについての理念を言ったままで、研究者個人としては、従来の研究経歴から自己に対して革命を必

要としているといえる。その試みを自己に課する意味において、このような進化の方向を容認する科学的研究の成立を認めなかったのである。

自己弁明的な話題提供になってしまったが、統一論題コンファレンスは究極的には構成員一人一人の知的インフラの形成に供するものでなければならない。この意味で、コンファレンスの持ち方の基本姿勢は問われるべきである。しかし、画一的にこれを設定することは、若いこの学会の発展を阻害すると思われる。回を重ねるに従って構成員の中に自然に根付いていくものであることが望ましい。しかし、多様な背景を持った構成員から成り立っている本学会の場合、基本姿勢に関係する話題は多方面から提起された方がその成熟化を助けられると思われる。このような趣旨から、恥ずかしさを顧みず、筆者の最近での体験から話題を提供したものである。

(おくだ かずひこ・専修大学教授)

出版案内

9月末に『消費者行動研究』第1巻を刊行予定!

本年6月に開催された第6回消費者行動研究コンファレンス(統一テーマ「消費者情報処理研究の現状と課題」)での研究報告に基づく論文集(『消費者行動研究』第1巻)を9月末に刊行すべく現在編集作業中です。報告された7論文のフルペーパーに加えてシンポジウムの速記録を掲載する予定です。ご期待下さい。

[A4版100頁(予定)。頒価:3,000円(会員外)、2,000円(会員)。尚、会員の方へは無料で1冊をお送りいたします。]

※会員以外で本誌をご希望の方は、6頁の用紙にて事務局宛お申し込み下さい。

第7回コンファレンス統一テーマ

消費者の態度構造と意思決定

広く消費者行動を研究する者の情報交換・意見交換の場として設けられた本消費者行動研究コンファレンスも、1990年6月に開催された第1回コンファレンスから数えて今回で7回目、春と秋の年2回開催のパターンも定着しました。また、昨年学会設立を機に、各分野の研究者からの話題提供を中心としたものから統一テーマの下での研究報告へとコンファレンスの形式も大きく変わりました。

今回の第7回コンファレンスの統一テーマは、標記の通り『消費者の態度構造と意思決定』という内容で、明治大学の土田昭司助教授をコーディネーターに関連分野の若手研究者に報告をお願い致しました。また、前回と同様

にゲスト・スピーカーを交えたパネル・ディスカッションも企画しております（開催日程等については1頁を御参照下さい）。

言うまでもなく、「態度」概念は消費者行動研究における中心的な構成概念の一つであり、当日は、心理学・社会心理学の分野を中心に最新の研究成果をご報告いただけるものと、事務局としては確信致しております。また、パネル・ディスカッションをはじめとして、活発な意見交換も十分に期待できそうです。

尚、現在までのところで確定しております報告者の方々と報告タイトルは以下の通りです（但し、報告タイトルについては仮題）。

報告者と報告タイトル：

土田 昭司（明治大学）「消費者の態度構造」

竹村 和久（筑波大学）「消費者の意思決定過程」

中谷内一也（関西女学院短大）「リスク判断と意思決定」

神山 貴弥（広島大学大学院）「認知欲求と消費者行動」

中村 和彦（名古屋大学大学院）「態度理論と消費者行動」

第6回コンファレンス開催される!

統一テーマ「消費者情報処理研究の現状と課題」

去る6月4・5日の両日、大阪において、『消費者情報処理研究の現状と課題』という統一テーマの下、第6回消費者行動研究コンファレンスが開催されました(会場:関西文化サロン会議室)。当日の参加者は86名を数え、横浜国立大学の阿部周造教授をコーディネーターとして、下記の7人の先生方の研究報告に基づき活発な意見交換が行われました。

青木 幸弘(関西学院大学)

『消費者情報処理における関与と知識の効果
(特に、測定方法論上の問題を中心として)』

杉本 徹雄(静岡県立大学)

『消費者情報処理と動機づけ』

新倉 貴士(慶應義塾大学大学院)

『選択における文脈効果:魅力効果と妥協効果の潜在的プロセスの解明』

山本 昭二(関西学院大学)

『選択的情報収集行動の計測と理論的課題』

岸 志津江(名古屋市立大学)

『TVコマーシャルの表現特性と消費者情報処理:
認知的反応と感情的反応を中心として』

三浦 俊彦(中央大学)

『消費者情報処理とマーケティング戦略』

池尾 恭一(慶應義塾大学)

『消費者の行動類型と業態選択』

(報告順)

また、コンファレンスの第2日目には、阿部教授を司会者とし、中西正雄(関西学院大学)、石井淳蔵(神戸大学)、和田充夫(慶應義塾大学)の三氏によるシンポジウムが開催され、この分野における研究の過去・現在・未来についての

白熱した議論が展開されました。

尚、このコンファレンスでの研究報告とシンポジウムの内容は論文集としてまとめられ、近々出版される予定です(3頁の出版案内をご参照下さい)。

JACS電子メール・システムについて

会員相互間のコミュニケーションをより円滑且つ迅速なものとするために、現在、標記の電子メール・システムが稼働しております。

このシステムはJUNETをベースとしており、JUNETにアクセスできる環境にある会員の方なら登録の上どなたでも参加できます(NIFTYやPC-VANからもWIDEネット経由で接続できるようになりました)。このシステムを使えば、登録済の会員全員に対して同時にメールを出すことができ、議論、質問、お知らせの掲示など、多彩な利用方法が考えられます。

現在、システムの管理は、慶應義塾大学総合政策学部の桑原武夫先生にお願いしておりますので、登録を希望される方は、kuwahara@sfc.keio.ac.jpのアドレス宛にメールでお申し込み下さい。

尚、NIFTYおよびPC-VANのユーザー用にアクセスの仕方についての簡単な説明書を用意しておりますので、ご希望の方は事務局宛にFAXにてご連絡下さい。

● 新入会員の募集について ●

現在、本日本消費者行動研究学会では、広く消費者行動に関する研究に携わられている研究者や実務家の方を会員として募集しております。

本学会への入会を希望される方は、本頁下部の用紙によりFAXないしは郵便にて事務局宛ご連絡下さい。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）をお送りさせて頂きます（恐縮ですが、電話でのお問い合わせはご遠慮下さい）。

尚、会員の種別は学会会員と賛助会員（個人・法人）の2種類で、入会資格および会費は以下の通りです（詳しくは、会員募集案内をお読み下さい）。

● 入会資格

[学会会員] 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歴を有する者、等）。但し、学会会員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

[学会会員] 5,000円（但し、大学院生等の場合は、2,000円）

[賛助会員] 個人 1口 10,000円 法人 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。
- 『消費者行動研究』第1巻の購入を希望します（冊）。
- 第7回コンファレンスへの参加を希望します（懇親会 参加・不参加）。

お名前： _____ ご所属機関： _____

ご自宅住所： 〒 _____

電話： (_____) _____

送付先： 〒662 西宮市上ヶ原1番町1-155 関西学院大学商学部内
日本消費者行動研究学会事務局 FAX 0798-51-0903