

J A C S

日本消費者行動研究学会ニューズレター

第7巻第2号

NEWSLETTER

発行日●1999年11月5日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

第19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

秋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のでご案内申し上げます。今回も統一テーマの下での研究発表とパネル・ディスカッションに加えて、若手研究者を中心とした自由論題での研究発表の場を設けました。また、会員総会では次期役員を選出と事業計画・予算案の審議

開催日程決まる！

11月27・28日に東京で

を予定しておりますので、是非とも御参加下さい（詳細についてはプログラムを御覧下さい）。

統一テーマ：新しい消費者行動研究の方向を探して

- 日時： 1999年11月27・28日（土・日）
- 会場： 立教大学 池袋キャンパス 太刀川記念館3階
- 日程：
- | | | |
|-----|-------------|---------------|
| 27日 | 9:30 | 受付開始 |
| | 10:00～12:20 | 研究報告（自由論題） |
| | 14:00～16:30 | 研究報告（統一論題） |
| | 16:30～17:30 | 会員総会 |
| | 18:00～20:00 | 懇親会 |
| 28日 | 10:00～15:30 | 研究報告（自由・統一論題） |
| | 15:30～17:00 | パネ・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、最終頁の申込書に氏名・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。）

新しい消費者行動研究の方向を探して

第19回コンファレンス・コーディネータ 清水 聡

今年、Engelらにより、最初の消費者行動のテキストがこの世に送り出されて30年の節目にあたる年です。30年と一口に言っても、その間、消費者行動をめぐる研究にはさまざまな変化がありました。

まず研究対象の面では、市場全体の分析から、セグメンテーションの軸としての消費者分析、セグメントをより細かくした、個人としての消費者の意思決定過程に焦点をあてた分析、さらにはその意思決定過程の各プロセスに焦点をあてた研究へと、研究が細分化する傾向を見せています。それに伴い、非常に細かな理論が多数見受けられるようになってきました。その一方で、「認知的な消費者」という仮定を離れ、消費者をポスト・モダン的に捉えることも増えてきました。これについては、春のコンファレンスで、十分な討議がなされたと思います。

データ面では、従来からの実験室で得られる実験データや、アンケートによる意識調査に加え、実際の行動データであるPOSデータやスキャン・パネルデータが利用されるようになり、マーケティング・サイエンティストと呼ばれる研究者や、実務の世界で活躍している研究者たちが、多数消費者行動研究の領域に参入して来ました。彼らの参入は、行動からの消費者研究という、新しい研究方法を消費者行動研究に持ち込んでいます。

分析手法の面では、コンピュータの飛躍的な発展に伴い、従来からの多変量解析に加えて、いわゆる第2世代の多変量解析や、新たな定性調査が導入され現在に至っています。

このような、消費者行動研究をとりまく現在の環境を踏まえて、今回のコンファレンスでは、この30年の消費者行動研究の歩みを振り返りながら、これからの消費者行動研究の方向を探ることを大きなテーマとして掲げます。題して『新しい消費

者行動研究の方向を探る』。内容としては、まず消費者行動研究の理論面の話として、和歌山大学の佐々木先生に「文脈効果」を、関西学院大学の山本先生に「適応的意思決定の理論」を、それぞれご発表していただく予定です。新しい理論の方向を知っていただきたいと思います。次にデータ面では、立教大学の守口先生に消費者行動とPOSデータの関係を過去から現在までご発表いただき、ニールセンの宮島先生には最新の定性調査のやり方をご発表していただきます。定量・定性両方の分析手法を知っていただけることでしょう。更に、実務の面からは、日経産業消費研究所の永家先生に、長年にわたって取り組んでおられるCFIの利用方法を、JR東日本企画の吉原先生には、JRの乗降客からの調査結果を、また東急エージェンシーの井上先生からは、プレミアムグッズのキャンペーンの調査報告を、それぞれいただく予定です。新しいデータソースとして、また実務面への、理論の応用可能性を探っていただければと思います。そして最後のパネル・ディスカッションには、長年定性調査を実務の面から取り扱われている、ニールセンの宮島先生に加えて、消費者行動研究の日本の第一人者である、学習院大学の青木先生、データ分析と理論を高い次元で融合されている、専修大学の江原先生をお迎えし、司会不肖清水のもとで、新しい消費者行動研究の方向性について、意見を出し合っていきたいと思っております。

以上のように、盛りだくさんの今回のコンファレンス、皆様方の積極的なご参加と意見交換をお待ちしております。最後になりましたが、プログラム決定が大幅に遅れたことを深くお詫び申し上げます。

(しみず あきら・明治学院大学)

第18回コンファレンス開催される！

統一テーマ「消費者研究のもうひとつの表現」

去る6月4・5日の両日、北海道函館市の函館大学商学部において、第18回消費者行動研究コンファレンスが開催されました。

今回は、統一テーマを『消費者研究のもうひとつの表現』とし、慶應義塾大学の桑原武夫教授をコーディネーターに、下記の6つの研究報告に基づき活発な意見交換が行われました。

栗木 契（岡山大学）

『変化と妥当性：
市場のダイナミズムの中での消費』

南 知恵子（横浜市立大学）

『象徴的消費行動と市場形成：
プライダル消費へのポストモダンのアプローチ』

尾上伊知郎（武蔵大学）

『創造型マーケティング』

永家一孝・笠原昌人（日経産業消費研究所）

『「幸せ」体験と「つい入ってしまう」店についての研究：
集合的ステレオ・フォトエッセイによる消費者ニーズ探求』

佐々木弘人・三村和範・田口ゆり子・伊崎洋志・森保之・倉林信男・長谷川宏（博報堂）
『発見作法としての買い物行動分析』

岡本慶一（電通）

『マーケティング実務における<ポストモダン>アプローチ』

この他、第2日目には、上田隆穂会長の記念講演と桑原武夫教授の司会で、岡本慶一（電通）、尾上伊知郎（武蔵大学）、三浦俊彦（中央大学）の4氏によるシンポジウムが開催されました。

尚、今回のコンファレンスには、ポストモダン研究で世界的に有名なColumbia大学のHolbrook教授が参加され、第1日目の最後に下記のテーマで特別講演をして頂きました。

Morris B. Holbrook and Takeo Kuwahara

『Probing Explorations, Deep Displays, Virtual Reality, and Profound Insights: The Four Faces of Stereographic Three-Dimensional Images in Marketing and Consumer Research』

学会誌『消費者行動研究』

バックナンバー発売中！

日本消費者行動研究学会が学会として発足した第6回以降のコンファレンスでの報告論文、会長記念講演、およびシンポジウムの内容を収録した学会誌『消費者行動研究』のバックナンバー（全9冊）を販売しております。各号とも在庫のみの販売で、残部は限られておりますが、ご希望の方は6頁の用紙にて直接事務局宛にお申し込み下さい。

フォーラム

研究者のためのパソコン選び

～ 高速インターネット接続の可能性 ～

山本 昭二

1年以上原稿をお休みにしてしまったが、何とか本も出たので再開したいと思う。前回は我が家もISDN接続にして、快適なインターネット接続になったところまでをお伝えしたが、アメリカにいたときの調子で接続していると、INSテレホーダイを申し込んでも電話代が1万7千円を越えるようになってしまった。

このままでは、家計への打撃が大きすぎるのでNTTが値下げすることを祈っていた。しかし、出てきた回答が64kを上限とする常時接続1万円というとても納得できるものではなかった（批判が相次いだので、最終的にはISP接続口の建屋内接続で月額4,000円くらいのサービスが出るかもしれない）ちょうど西宮市内のケーブルテレビ会社がインターネット接続を始めたこともあり、このサービスを利用してみることにした。今回は、高速ネットワーク接続環境と問題点、使い心地について考えてみることにする。

従来のように家からメールを見られれば良いというインターネットの使い方をする場合には、どんな接続方法でも大差がないかもしれない。けれども、メールにファイルを添付したり、コンピュータの保守に必要なファイルをダウンロードしたり、必要な情報をインターネットで探したり、そして最後にはショッピングや各種サービスをインターネット経由で受けるところまで行くと、どんな接続方法でも構わないという訳にはいかない。

ダイヤルアップの時間が短ければ良いのだが、家からの接続が頻繁になると電話代（INSでは通信代）がばかにならなくなってくる。一日にテレホーダイ時間以外に1時間家から接続するだけで、タイムプラスサービスを併用しても、3,600円かかってしまう。これにISDNの基本料金やINSテレホーダイ

のサービス料金が加わるので、NTTへの支払いはこの部分だけで1万円をすぐに超えてしまう。

これが常時接続になるとISDNで、128Kの帯域幅が上限であるOCNエコノミーなどのサービスでも月額32,000円（99/10/1より）と個人用とはとても言えない。主にSOHO向けのこうしたサービスはサーバーが不必要な人には品質の割に価格が高く、高速ネットワークへの個人のアクセス可能性は極めて限られたものになっている。

DSLサービスもNTTから提供されようとしているが、個人ベースで使えるものではないなさそうである。そこで、現在提供されている残された選択肢は、地域のケーブルテレビ会社が行っているインターネットサービスしか個人としては考えられないだろう。

ケーブルテレビのインターネットサービスもNTTと同様に会社を選択することは出来ない。地域には1社しかケーブルテレビ会社が無いのが一般的なので、その会社がインターネットサービスを提供しなければどうしようもないし、提供されるサービスが不十分なら別の選択肢もない。

その上、ケーブルテレビ会社のインターネットサービスを利用したいと考えたときには、越えるべきハードルが幾つかある。まず、一戸建ての場合にはケーブルを引き込んだり、保安器を設置するなどの加入工事は個人の意思で決定できるだろう。だいたい、加入工事は5万円くらいだろう。

しかし、集合住宅の場合には、加入するには管理組合の合意が必要だし、既に回線が敷かれていてもインターネットに対応した機器に変更する必要（双方向通信対応）がある。加入工事に10万円はかかるだろう。これも全て管理組合の合意があつてのことである。も

し、賃貸マンションなどに住んでいる場合には、所有者がこうしたサービスを提供することを了承しなければならないので、居住者の強い要望がなければ難しいだろう。ちなみに、接続用のケーブルモデムの設置工事費は、会社によってまちまちだが、2万円くらいまでだと思われる。

こうしたハードルを越えて接続に成功すると快適なインターネット環境が手にはいることは確かだが、加入に当たってケーブルテレビ特有の問題として次の5点は確認しておこう。

まず、ダイヤルアップ・サービスが併せて提供されているかどうかである。もしこのサービスが無いときには、自宅以外でメールを読むことはかなり難しいだろう。別に大手のプロバイダーと従量制の契約などをして、モバイル環境に対応することも考えなければいけない。Access Anywhereという意味からケーブルテレビ会社のインターネット接続は、限界があるので補完方法を考えなければいけない。

次に、加入線のセキュリティである。インターネットサービス付き賃貸マンションなどで見られることだが、同じ建物内の他のPCが丸見えという場合もある。セキュリティの甘いサービスへの加入は考えものである。

第三に、ケーブルテレビの上流の接続先はどこか、そして帯域はどれくらいかということである。ケーブルテレビ会社のルーターまでは全体で30Mくらいの帯域があるのだが、その先の接続が細くては話しにならない。加入者が増えたときには増速するつもりがあるかどうかもしっかり確認しよう。

第四に、家庭内LANを組んでいる場合にインターネットに接続できるマシンはTCP/IPを利用できるが、他のマシンとの接続はNetBEUIなどでの接続しかできなくなる。TCP/IPベースで各種サービスを利用しているときには、複数台数のPCを加入させる必要が出てくるだろう。ダイヤルアップ・ルーターなどで多くのPCがインターネットに接続している環境では、ケーブルテレビのインターネットサービスの方が高価になることも考えられる。

最後に、ケーブルテレビ会社は、インター

ネット利用に関して提携している企業群があるのが普通である。そうした、企業が共同で接続技術などを提供しているのをどれだけの接続環境を用意しようとしているのかをチェックしてみるのも良いだろう。近畿地方なら <http://www.zaq.ne.jp/>などは代表的なものである。

これとは別に、固定IPなどのサービスは、別のサービス体系になっていることが多いし、サービスを行っていない場合もある。サーバーを家で上げたい場合には、別の方法を考えることも必要だろう。

現在、このサービスを使い始めて1週間ほど経ったところである。私の加入しているケーブルテレビ会社もサービスを提供し始めて1ヶ月あまりなので、まだ確定的なことは言えない。

ただ、速度は以前のISDN接続よりも速いことは確かである。アップロードは128kでダウンロードは、混雑具合によるとされている。だいたい、ISDNの3～4倍程度の速度だと考えて貰って良い。もちろん、通信代に気を使わなくても良いし、夜の11時以降に一生懸命必要なファイルを探して回るといこともしなくて良くなった。

私の場合には、ケーブル会社がダイヤルアップ・サービスをしていないこともあり、既存のISPに月額1,500円を払っている、これにケーブルテレビへの接続料金が月額5,900円、初期工事代が14,800円であった。これで高速なネットワークが使い放題なので、今までのISPへの支払いが月額3,000円と通信代11,000円、ISDNへの接続機器への初期支出6万円(現在なら3万円くらい)から比べると改善されたと言えるだろう。

幸い、私の住んでいるマンションには既にケーブルテレビが敷設されていて、その分の費用がかからなかったが、実際にケーブルテレビの敷設から始めるとその苦労の方が大きいかもかもしれない。一度自分の住んでいる地域のケーブルテレビ会社に問い合わせせても良いのではないだろうか。

(やまもと しょうじ・関西学院大学)

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）をお送りさせていただきます（恐縮ですが、電話でのお問い合わせはご遠慮下さい）。

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歴を有する者、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、大学院生等の場合は、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。

第19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）。

『消費者行動研究』（1冊2000円、但し、会員外は3000円）の購入を希望します。

第1巻第1号（「消費者情報処理研究の現状と課題」）	冊
第1巻第2号（「消費者の態度構造と意思決定」）	冊
第2巻第1号（「消費者間の相互作用とその周辺」）	冊
第2巻第2号（「ブランド・エクイティ研究の現状と課題」）	冊
第3巻第1号（「サービスと消費：消費者と提供者の間で」）	冊
第3巻第2号（「消費者の買物・空間行動研究の現状と課題」）	冊
第4巻第1号（「消費者行動研究の方法論的課題」）	冊
第4巻第2号（「価格と消費者行動」）	冊
第5巻第1号（「広告と消費者行動」）	冊

お名前： _____ ご所属機関： _____

ご住所： 〒 _____

TEL： () - FAX： () -

送付先： 〒171 東京都豊島区目白1-5-1 学習院大学経済学部内
日本消費者行動研究学会事務局 FAX 03-5992-1007
(電子メールの場合: yukihiko.aoki@gakushuin.ac.jp)