

# JACS

## NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニュースレター

第11巻第1号

発行日● 2003年4月10日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

### 第26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の開催日程が決定しましたので、ご案内致します。

第1日目に研究報告と懇親会、第2日目に研究報告と統一論題でのシンポジウムを予定しています。

プログラムの詳細については、次号のニュースレターでご案内致します。

#### 開催日程決まる！

6月6日(金)・7日(土)

大阪樟蔭女子大学

(東大阪市・小阪キャンパス)

### 第26回消費者行動研究コンファレンス “自由論題”募集

6月6日、7日に開催されます第26回消費者行動研究コンファレンスでの自由論題の発表者を募集します。発表日は6日に設定される予定ですが、時間等は未定です。発表順などは事務局で調整させていただきます。なお発表時間は30分程度ですが、発表者数によって若干調整させていただきます。発表者のうち1名が学会員であれば共同発表でも構いません。発表を希望される方は「4月21日(月)～5月10日(土)」の間に、以下の要領で事務局までお申し出下さい。なお論題が本学会にそぐわない場合には、発表をお断りすることがありますのでご了承下さい。

発表を希望される方は、以下の点を事務局まで E メールもしくは郵送でお知らせ下さい。折り返し詳細を確認させていただきます。

論題、発表要旨(200字程度)、発表者氏名、発表者の所属機関、発表必要機材  
発表者の連絡先(住所・電話番号・E メールアドレス)

## 第26回消費者行動研究コンファレンス

### (統一論題)

#### 「環境マーケティングの真髄とは」

青木道代(玉川大学)

満開の桜とともに、新学期の幕があげ、春の大会のご案内をする時期がやって参りました。皆様、こんにちは。今大会のコーディネーターをつとめさせていただき、玉川大学経営学部の青木道代でございます。この仕事を頂きましてから、私は西へ東へと奔走し、さまざまな方にお目にかかり、お話を伺い、今回の企画を多角的に考える機会を得ました。そうして、この方ならと惚れ込み、あの手この手で口説き落とし(相当しつこく粘りました、あなたしかいないのだと)、お願いした方々ばかりです。まさに、コーディネーターとして腕によりをかけた企画でございます。どうぞ、ご期待ください。

さて、具体的には、次のような内容です。統一論題の進行予定をご紹介しますと…まず、グリーン・コンシューマーとは何か、定義などから再吟味して下さるのは、神戸大学大学院の明神実枝さん。ここで、理論的背景を共通ベースとして得てから、ご登場いただくのは、地元、大阪樟蔭女子大永野光朗先生のグループによるリサイクル関連のご研究…前回の JACS におけるご報告の続き、と伺っております。次にご登場下さるのは、独立行政法人国立環境研究所の青柳みどり氏。テーマは「環境に配慮した商品の購買要因について…ある自治体の消費実態調査の結果から…」さて、この自治体はどこでしょうか…当日のお楽しみでございます。

翌日は、まず、上智大学杉本徹雄先生に環境ホルモンの影響に対するリスク認知と消費行動の関係を論じて頂きます。次にエコマネジメント研究所代表の森下 研氏にご登場願って、午後のシンポジウムにつながるお話をいただきます。テーマは、「循環型社会構築に向けての環境コミュニケーションと説明責任」についてです。

午後一番は、特別ゲストのご報告…京都ならではの、という方に交渉中です。また、そのあとのシンポジウムでは、皆様のご協力により、「循環型社会の実現を目指して」として、**企業・消費者・行政**の3者会談という夢のような企画が実現できました。消費者代表は筑波大学大学院の西尾チヅル先生、企業代表はエコマネジメント研究所代表の森下 研氏、行政代表は滋賀県の方にご登場いただきます。そうしてたんなる建前を論じるのではなく、具体的な方策をフロアの皆様とともに探っていこうという企画です。

以上のように、今回の企画は、ご報告いただく先生方、パネルの皆様、聴きにきていただく方々など、参加して下さる全ての方が、「よかった」と感じる企画にしたいと努力しました。そうして、「**みんながハッピー**」という状況をつくる…これこそが**環境マーケティングの真髄**であると、私は信じております。

どうぞ、皆様、大阪までお出かけください。関係者一同、お待ちしております。そうして、本当に来てよかった…とだけ思っただけでしたら、コーディネーターとして、これ以上の喜びはございません、望外の幸せと存じます。

## 2003 年度 JACS-SPSS論文プレゼンテーション賞の募集

日本消費者行動研究学会では、SPSS 社のご協力により、若手研究者の研究支援のために JACS-SPSS 論文プロポーザル賞を設けています。研究歴(大学院修士入学から)10年程度の若手会員の方から未発表論文の応募を致します。共同研究の場合には、主な研究者がこの条件に当てはまっていることが必要です。

受賞賞金の総額は50万円(最優秀賞1点30万円、優秀賞2点10万円)となっています。2003年春のコンファレンスにおける審査委員会での審議により選出され、選出された論文は、2003年秋のコンファレンス初日に最終研究結果を報告し、役員会で最優秀賞1点、優秀賞2点が選出されます。

JACS-SPSS 論文賞へ応募を希望される方は、下記の要領にしたがって、E メールにてお申込み下さい。多くの若手会員の方から、応募をお待ちしています。

宛先 : jacs@jacs.gr.jp

応募要領: Eメールのタイトル「JACS-SPSS 論文プロポーザル賞応募希望」  
タイトル、氏名、所属  
概要(400字以内)

①研究の目的 ②研究の方法

締め切り: 2003年5月31日(土)

## 『消費者行動研究』の発行に寄せて

「査読付き『消費者行動研究』発行のお知らせとご協力をお願い」

編集委員長 阿部周造(横浜国立大学)

会員の皆様にうれしいお知らせです。査読付き機関誌『消費者行動研究』第9巻1,2号がようやく発行の運びとなりました。これまでも『消費者行動研究』には優れた研究成果が発表されておりましたが、今回それが査読付きとなることによって、名実ともにわが国の斯分野での代表的学術誌として生まれ変わることとなります。『消費者行動研究』は開かれた学術誌として、消費者行動に関するどの領域の問題を扱ったものであれ、どのようなアプローチを取るものであれ、門戸を開くものであります。また、日本消費者行動研究学会の会員だけでなく非会員からの投稿も受け付けるという方針で運営されていくこととなります。その意味で『消費者行動研究』は、わが国における消費者行動研究のスタンダードを示し、維持・発展させる責任を担うものであります。

この新しく誕生した『消費者行動研究』を育て、発展させていくために会員の皆様へのお願いがあります。

その一つは、投稿のお願いです。査読付き学術誌を定期的に刊行し、その水準を維持・向上させるためにも優れた論文を多く投稿していただくことが必要なことは申すまでもありません。会員の皆様の奮っての投稿を期待したいと思います。第9巻1,2号は投稿数の関係から合併号とせざるをえませんでした。これでは早く投稿していただいた方に刊行まで長く待つていただくようになります。もちろん論文の採択の場合はその証明を出しますので、刊行前でも執筆者の業績としてカウントできますが、やはり、年2回の発行は実現していきたいと思ひます。

そして、私たちの間にまだ残っている査読アレルギーをとっていくことも大事であると思ひます。『消費者行動研究』の編集委員会及び匿名の査読者はその分野での第一線の研究者であります。決して投稿者をいじめることを自らの役割と考えているわけではありません。あくまで投稿論文をレベルアップし、採択可能なものにするための建設的なコメントを与えることを目的とするものです。研究者集団としての学会が批判的機能を果たしてこそ研究水準のレベルアップがあることを踏まえるならば、やはり研究者である私達自身がもっと学問的批判に晒されることに強くなる必要と思われまひます。

第二に、査読システムをうまく機能させるためにも、会員の皆様の査読への協力体制がどうしても必要です。投稿された論文は編集委員長の判断により適切と考えられるエリア・エディター(編集委員)に回されますが、エリア・エディターはさらに適切と思われる2名の方(ほとんどの場合会員)に匿名の査読者をお願いすることとなります。どうか会員の皆様のご快諾と迅速なレビューへのご協力をお願いいたします。

## マイクラス 「何か間違っていないですか？」

石淵順也(福岡大学)

このコーナーを先にご執筆されたお2人の先生のマイゼミナールのお話があまりに印象深く、何を書こうか大変悩みました。とてもかなわないなら別のテーマでというわけで、マイクラスについて書かせていただきます。

担当科目が分割・変更され、現在、消費者行動論(半期2単位)を担当しています。学部では2年生以上の学生が履修できる専門科目で、学科では選択必修科目です。従って毎年多くの学生が履修します。平均で500人、多いときには850人くらい…。授業履修者の数は、シラバスや評判だけでなく、開講時限、競合科目などに大きく影響されますが、どちらの大学でも概して「消費者行動」と名のつく科目は履修者が多いのではないのでしょうか？学生がどのような連想をしているのかよく分かりませんが、少なくとも科目名に悪いイメージはないようです。このような大人数の学生を前にして、私としてはマーケティング論などの専門科目と一緒に履修してもらい、将来企業でのマーケティング意思決定に役立つような科目にしようと考えています。

しかし、学生はどれも違う連想をし、違うものを求めているようです。ある日、研究室に学生が質問にやってきました。彼女は、椅子に座るなり、おもむろに封筒を差し出しました。「先生、私、騙されてるんですか？」「は？」「とにかく見てください」。封筒の中の紙をみると、労務〇〇士講座を終了おめでとうございます、資格として登録するためには〇〇万円の費用が必要です。〇日までに振り込んでください。でないとせっかく受講した努力がパーですよ…(つまり彼女はすでに講座を受講済)。念のため、労務関係がご専門の先生に伺いましたが、そんな公的資格はないよ！との返事。そうです。これが有名な悪徳商法(資格商法)です。こんなのひっかかるのか、と啞然としたものの、一応相談にのりました。

しかし、フツと、なんでだろう？なんでだろう？なんで私に相談にきたんだろ？そう思って数週間後。今度は別の学生が「エステって途中解約できるんですか？」。更に数日後、「訪問販売で〇〇を買ったんですけど、不良品でこの会社に連絡つかないんですけど」。そしてとどめは「労務〇〇士講座って、ほんとに登録費用かかるんですか？」と私のゼミ生がやってきました。ここでやっと分かりました。消費者行動論の先生≒消費生活のプロ≒消費者問題のプロという間違った連想が学生の頭の中にあることが。どうも学生は「消費者行動論」の授業に、将来の効果的・効率的なマーケティング活動の実行よりも、とりあえず目先の安全な消費生活を求めているようです。もちろん、このような学生が大学生の大部分を占めるとは思っていません。しかし、たとえ社会科学系学部の専門科目の消費者行動論といえども、賢い消費者養成という側面は決して忘れてはならないと、5年前に悪徳訪問販売に引っ掛かったことのある私は痛感しています。

## フォーラム 「研究者のためのパソコン選び⑨:記録型DVD」

山本昭二(関西学院大学)

最近のPCにはDVD-ROMが標準で付いている場合が多くなってきている。CD-RやCD-RWがかなり普及してきたのに比べて記録型のDVDは導入から時間が経ったが、なかなかPCの標準的なデバイスになっていない。

しかし、CD-Rは640MBの容量しかないので動画データの保存には不十分だし、HDDの容量が大きくなってきたのでバックアップとしても使えなくなっている。確かにメディアが安くなっているのは魅力だが先は見えた規格となっている。

その後継として長く期待されてきたDVDだが、書き込み速度の遅さやメディアが高いことによって普及が遅れていた。ところが、DVD-RAMを使ったビデオレコーダの発売や4.7GBという容量への魅力度が上がったこと、Windows XPでDVD-RAMが標準サポートになったことなどから急速に普及し始めた。

確かにDVD-RAMのメディアは今でも4.7GBでカートリッジ無しが600円程度なのでやや高いと感じるかもしれない。また、書き込み速度もお世辞にも快適とは言えない。これは、大容量メディアの宿命でもあり特に書いたり消したりができるDVD-RAMは書き込みだけのDVD-Rなどに比べるとファイルの書き込みが遅く感じるかもしれない。

もっと速く、もっと簡単にという要望から書き込みが一回きりのDVD-Rや追記も出来るDVD-RWが登場した。ただ、フォーマットに1時間以上掛かることからメディアが安くなってもなかなか普及が進まなかった。現在は、クイックフォーマットが可能なドライブも出てきておりこの問題は解決しつつある。

ある程度普及してくると民生用のDVD再生機との親和性が問題になってきた。特にPCでオーサリングしたものがPS/2で見られるかということが話題になった。DVD-RAMは基本的にPC用の規格なので、DVDビデオを作成することは出来ない。DVD-RWは当初機器によっては読めない例がかなりあった。そうした背景もあって出てきたのがSONYを中心とした陣営が作り出したDVR+R、DVD+RWという規格である。バックグラウンド・フォーマットという技術やDVD再生機との親和性の高い記録方式を採用することで、一定の支持を得ている。DVD+Rのメディアも4.7GBで300円ほどになっている。

現在は、複数の読み書きが可能なドライブが提供されている。DVD-RAMを中心としたものとDVD+Rを中心としたものがある。前者はデータ用に後者はビデオ作成にむいているだろう。だが、最近日立LGからGSA-4040Bという型番の全てのフォーマットに対応したドライブが発表された。

すでにドライブの価格も3万円の前半になっており、メディア価格も急速に下がっている。ビデオ

編集などを少しでもやってみなければ、入口から出口までだいたいの機材が揃う様になったと言  
って良いだろう。最後に IO データ機器のホームページから比較表を紹介しておこう。

#### オリジナル DVD ビデオ

規格	推奨度	ポイント
DVD-R	5	配布や保存に適している。再生互換性が極めて高い。
DVD+R	5	配布や保存に適している。再生互換性が極めて高い。
DVD-RW	4	再生する DVD プレイヤーが決まってい、DVD-RW に対応しているなら、消去して繰り返し使える。
DVD+RW	5	DVD+VR フォーマットでビデオ追記・編集が可能。ビデオテープのようにパソコンで記録して家庭用 DVD プレイヤーでそのまま再生、テープのように劣化もない。
DVD-RAM	2	DVD-RAM 対応のレコーダーで使用可能。専用ソフトを使えば映像の記録も可能。映像素材の保存にも便利。

#### データバックアップ

規格	推奨度	ポイント
DVD-R	2	書き換えはできないが保存性は高い。
DVD+R	2	書き換えはできないが保存性は高い。
DVD-RW	3	書き換えが可能でデータの出し入れに適している。
DVD+RW	4	書き換えが可能で、さらに短時間のバックグラウンド・フォーマットにも対応。
DVD-RAM	5	フォーマット時間が 30 秒以内と極めて短く、特別な書き込みソフトを使用せずに一般的なリムーバブルメディアと同じような使い方ができる。

#### 再生互換性

規格	推奨度	ポイント
DVD-R	5	ほとんどの機器で読み込みできる。
DVD+R	5	ほとんどの機器で読み込みできる。
DVD-RW	3	新しい機器ではおおむね読み込める。DVD-RW 対応が明記されていることが望ましい。
DVD+RW	3	新しい機器ではおおむね読み込める。
DVD-RAM	2	DVD-RAM ドライブ、DVD-RAM ビデオレコーダのほか、DVD-RAM 対応が明記されている機器で使える。

## 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、本頁下部の該当項目に☑をし、FAX ないしは郵便にて事務局宛にご返信頂くか、ご希望の項目を明記の上、e-mailにてご連絡ください。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。

### 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 26 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:

---

ご住所:

---

TEL:

FAX:

---

E-mail:

---

## JACS事務局のご案内

(事務局)

〒662-8501 西宮市上ヶ原1-1-155

関西学院大学商学部 マーケティング研究室(山本昭二)

TEL: 0798-54-6375 FAX: 0798-51-0903

Email: sjyama@cvn.bai.ne.jp

(事務取扱) 〒150-0012 東京都渋谷区広尾 1-1-39

恵比寿プライムスクエアタワー10F (SPSS 内) 担当: 村田

TEL: 03-5466-5520 FAX: 03-5466-5528

Email: jacs@jacs.gr.jp

\*ご入会希望やコンファレンスへの参加お申込み、またお問合せ等は上記までお願い申し上げます。

---

---