

J A C S

NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニュースレター

第24巻第2号

発行日●2016年8月22日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

第53回 消費者行動研究コンファレンスのお知らせ

秋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、ご案内いたします。現在、コーディネーターの久保田進彦先生（青山学院大学）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。いましばらくお待ちください。

開催日程：2016年11月12日（土）・13日（日）

開催場所：専修大学・生田キャンパス（神奈川県川崎市）

自由論題研究報告・公開シンポジウム募集中！

秋のコンファレンスにおける自由論題研究報告ならびに公開シンポジウムの報告を募集します。募集の詳細は、JACS Web サイト (<http://www.jacs.gr.jp/>) をご覧ください。

第52回 消費者行動研究コンファレンス 開催報告

<統一論題>クールジャパンと消費者行動・マーケティング

去る2016年6月18日、19日の両日、兵庫県西宮市の関西学院大学・西宮上ヶ原キャンパスにおいて、第52回消費者行動研究コンファレンスが開催されました。

1日目は、自由論題研究報告として、3会場を使って、ショートセッション13件、ロングセッション14件の発表がなされました。

2日目は、統一論題セッションとして、三浦俊彦氏（中央大学）の解題の後、松井剛氏（一橋大学）、小山諭氏（博報堂）、川又啓子氏（亜細亜大学）、川端基夫氏（関西学院大学）から基調報告をいただき、午後からは三浦氏司会の下、4名の論者の熱のこもったシンポジウムが展開されました。松井氏はクールジャパンの中核となる文化製品の海外展開には異文化ゲートキーパーが鍵となることを、小山氏はドラマから家電製品までの段階的な韓流文化拡散モデルのようなものを日本も確立すべきことを、川又氏は従来の集積地を超える集散地概念での戦略構築が重要なことを、川端氏は暗黙知と言う概念で（国境を超えると新たな意味を付与される）製品・サービス戦略を考えるべきことを主張されました。

クールジャパンは、概念流行の時代から、理論深耕・戦略構築の時代に移っていることが、基調報告・シンポジウムを通して示されました。

—JACS プロポーザル賞 優秀賞—

「消費者の気分が製品の容量判断に及ぼす影響」

河塚悠（慶應義塾大学大学院）

この度は、第15回 JACS-IBM 論文プロポーザル賞優秀賞をいただき、大変光栄に思っております。審査していただきました先生方、日頃からご指導いただいております先生方、そして、学会運営にご尽力くださいました皆様方に改めて御礼申し上げます。

今回、「消費者の気分が製品の容量判断に及ぼす影響」というテーマで発表させていただきました。

“同じ容量のアイスクリームであっても、大きなカップに盛られた場合と、小さなカップに山盛りにされた場合では、アイスクリームの容量が異なって見える”、“背が低く幅の広いボトルよりも、背が高く幅の狭いボトルの方が、ボトルに入っている内容量が大きく見える”といった現象を経験したことがあるかと思えます。このような感覚と知覚との間に存在する不一致（バイアス）は、「感覚マーケティング」と呼ばれる研究領域で研究されています。「感覚マーケティング」とは、「消費者の感覚に強く影響を与え、彼らの知覚、判断、行動に影響を与えるマーケティング」と定義されています。この研究領域で数多くの研究に取り組んでいるシンガン大学の Aradhna Krishna 教授は、著書「Consumer Sense」の中で、視覚と知覚の間に生じるバイアス、つまり視覚バイアスの存在を指摘し、特にマーケティングに重要な示唆を与えるものとして、直線距離バイアス、サイズ・バイアス、消費バイアスを挙げています。われわれは、対象の長さや大きさ、高さなどの視覚属性をもとに、距離やサイズ、消費量を知覚しており、視覚属性の見え方によって、距離を長くあるいは短く知覚したり、サイズや量を大きくあるいは小さく知覚したりします。直線距離バイアスは商業施設の店舗配置や消費者の行列の配置法、サイズ・バイアスは製品デザイン、消費バイアスは製品の提供法などに応用することができ、実際に、

実務ではこれらの視覚特性を活かしたマーケティング施策が行われています。

現在、視覚バイアスに関する研究では、知覚に影響を及ぼす視覚属性の解明や、その他の感覚属性との相互作用の測定、バイアスを引き起こす心理状態の解明などが行われています。今回、視覚バイアスの生起やその度合は消費者の置かれている心理状態、特に消費者の現在の気分によって異なるという視点に立ち、消費者の気分が視覚バイアスに及ぼす影響を解明することを試みました。また、視覚バイアスの中でも、サイズ・バイアスに着目して研究を行いました。

「感覚マーケティング」は、製品のコモディティ化を脱するための1つの研究領域だと考えております。学術・実務の両方で、消費者の感覚的、感性的な面に対する注目が集まっている現状を踏まえ、今後も研究を発展させ、知見のさらなる蓄積を行っていく所存です。研究者として大変未熟ですが、今回の受賞を励みとし、研究に励んでいきたいと思えます。末筆ながら、日頃から御指導いただいております諸先生方に改めて深く感謝申し上げますとともに、今後とも変わらぬご指導ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

2015 年度決算報告および 2016 年度予算案

2016 年 6 月 18 日に開催された役員会および会員総会において、2015 年度の決算報告および 2016 年度の予算案が下記のとおり承認・決定されました。ここにご報告いたします。

2015 年度決算報告	
〔収入の部〕	
1. 会費(2015 年度分)	6,545,000
学術会員	3,985,000
学術学生会員	290,000
個人賛助会員	185,000
法人賛助会員	1,500,000
滞納等	585,000
2. コンファレンス収入	1,597,000
3. 学会誌販売	139,252
4. 雑収入	794
5. 前年度繰越金	34,406,548
6. 協賛金	0
合計	42,688,594

〔支出の部〕	
1. 印刷費	228,360
ニュースレター	228,360
2. 事務費	1,857,703
学会誌印刷・発送一式費	512,690
通信費	141,215
Web ホスティングサービス利用費	51,624
ホームページ英訳・リニューアル費	0
名簿電子化業務委託費	548,640
その他	603,534
3. 事業運営費	3,642,672
コンファレンス支出	2,356,761
コンファレンス開催校補助費	478,075
学会誌作成費(査読謝礼費)	278,236
査読システム運用費	129,600
国際交流事業費	200,000
プロポーザル賞賞金	200,000
4. 予備費(出版システム開発費)	1,540,566
5. 次年度繰越金(論文集作成費他)	35,419,293
合計	42,688,594

2016 年度予算案	
〔収入の部〕	
1. 会費(2016 年度分)*	6,545,000
学術会員	3,985,000
学術学生会員	290,000
個人賛助会員	185,000
法人賛助会員	1,500,000
滞納等	585,000
2. コンファレンス収入	2,500,000
3. 学会誌販売	0
4. 雑収入	0
5. 前年度繰越金	35,419,293
6. 協賛金	0
合計	44,464,293

〔支出の部〕	
1. 印刷費	300,000
ニュースレター	300,000
2. 事務費	2,090,000
学会誌印刷・発送一式費	1,000,000
通信費	140,000
Web ホスティングサービス利用費	50,000
ホームページ英訳・リニューアル費	400,000
名簿電子化業務委託費	0
その他	500,000
3. 事業運営費	5,750,000
コンファレンス支出	2,500,000
コンファレンス開催校補助費	400,000
学会誌作成費(査読謝礼費)	350,000
査読システム運用費	250,000
国際交流事業費	1,550,000
ワークショップ開催費	200,000
プロポーザル賞賞金	500,000
4. 予備費	1,790,566
出版システム開発費	250,000
事務委託費	1,540,566
5. 次年度繰越金(論文集作成費他)	34,533,727
合計	44,464,293

上記の通り報告いたします。
上記の報告を適正なものと認めます。

事務局担当理事 須永 努 印
監事 松井 剛 印

学会費の「銀行振込み」についてのお願い

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。就職や異動などの慌しさが一段落したらで結構ですので、お手数ではございますがよろしくお願い致します。

また、「郵便局の振込用紙」に変更箇所を明記いただく方がおりますが、手続上、データベースの修正は年度末となってしまいます。変更のご連絡は、下記 JACS 事務局までお願い致します。なおホームページからもお手続きいただけますので、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、ホームページから入会申込書をダウンロードの上、必要事項を記入、捺印の上、事務局まで郵送でお送り下さい。

●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（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] 10,000 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

●日本消費者行動研究学会(JACS)事務局のご案内●

(事務局) 関西学院大学 商学部 須永努研究室
〒662-8501 兵庫県西宮市上ヶ原一番町1-155
Email: sunaga@kwansei.ac.jp

(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 小石川アーバン 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.or.jp

<JACS Website> <http://www.jacs.gr.jp/>