

# JACS NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニュースレター

第24巻第4号

発行日●2017年2月28日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

## 第54回 消費者行動研究コンファレンスのお知らせ

現在、コーディネーターの田中洋先生（中央大学）、高橋広行先生（同志社大学）、中野香織先生（駒澤大学）を中心として、消費者行動論のNext Waveをテーマにプログラムを検討中です。

開催日程：2017年5月20日（土）・21日（日）

開催場所：慶應義塾大学三田キャンパス（東京都港区）

## 第53回 消費者行動研究コンファレンス 開催報告

### <統一論題> 広告デジタルアーカイブの可能性

去る2016年11月12日、13日の両日、神奈川県川崎市の専修大学において、第53回消費者行動研究コンファレンスが開催されました。1日目の午前に行われた自由論題研究報告では、3会場で計18件の研究報告がなされました。また、午後にはJACS論文プロポーザル賞のプレゼンテーションが実施され、数多くの参加者のもと活発な議論がなされていました。

2日目の統一論題では、日本広告学会関東部会と共催のもと、「広告アーカイブの可能性」をテーマにしたシンポジウムが開催されました。このシンポジウムでは、吉田秀雄記念事業財団（吉田財団）が2017年度の実用化を目指している新しい広告アーカイブである「デジハブ」の開発・実験のメンバーによる、講演とパネルディスカッションが行われました。シンポジウムの前半では、東京大学の吉見俊哉教授による「デジタルアーカイブと消費文化研究の未来」、および国立情報学研究所の高野明彦教授による「吉田財団新アーカイブの内容と活動事例」という講演が行われました。さらに、吉田秀雄記念事業財団の馬場栄一事務局長より、吉田財団新アーカイブの構想についての説明がありました。後半では、東京経済大学の岸志津江教授と多摩美術大学の佐藤達郎教授が加わり、4氏がパネリストとなってパネルディスカッションが行われました（司会は青山学院大学の久保田進彦教授）。全体を通じ、デジタル技術を利用して過去の広告を自由に閲覧できることの利点や課題について活発な議論が行われました。

また初の試みとして、2日目の午後に2件の公募シンポジウムが行われました。

## 学会賞受賞者のお知らせ！

第 53 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および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）：

「悪い口コミに負けないブランドをどう作るか？

－消費者の感情および商品の使用経験の役割について－

杉谷陽子（上智大学）

また、今回で第 16 回を迎えた JACS 論文プロポーザル賞については、例年どおり秋のコンファレンスでのプレゼンテーションにもとづく審査により決定されました。受賞されたのは次の方々です。

最優秀賞： 該当なし

優秀賞：

「友人との旅行における個人の役割知覚と行動生起メカニズム」

豊田紗綾（一橋大学大学院）

「消費者の行動特性とイノベーションの再検討ーリードユーザー尺度の製品分野を超えた拡張」

本條晴一郎（法政大学大学院）

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。

## JACS の新体制がスタートします！

2016 年 11 月 12 日に開催されました会員総会において学会役員が改選され、この 4 月より、清水会長のもとで新体制（2017～2018 年度）がスタートします。

会 長：清水聰（慶應義塾大学）

副会長：竹村和久（前会長・早稲田大学）

新倉貴士（次期会長・法政大学）

## —日本消費者行動研究学会研究奨励賞（青木幸弘賞）—

「悪いクチコミに負けないブランドをどう作るか？」

—消費者の感情および商品の使用経験の役割について—

杉谷陽子（上智大学）

この度は、大変素晴らしい賞を賜りまして、誠にありがとうございました。大変光栄に、嬉しく思っております。学会賞審査員の先生方、および、査読プロセスにおいて大変お世話になりましたエリアエディターの先生、レビュアーの先生方に、この場を借りまして、厚く御礼を申し上げたく存じます。

消費者行動研究学会には、私は博士後期課程1年生の時に入会いたしましたが、それ以降、継続的にコンファレンスに参加させていただき、研究発表に際してはたくさん先生方から貴重なご指導をいただきまいりました。まさに今の私は、消費者行動研究学会に育てていただいたと言っても過言ではなく、今回の賞については、深い思い入れを持って、大変嬉しく受け止めております。

本論文は、悪いクチコミを見つけてしまっても、友人達に批判されても、企業スキャンダルが発覚しても、それでもやっぱり好きで買ってしまうような、ブランドに対する「強い好意的態度」はどのようにして作られるのかを検討したものです。そしてその結論は、簡潔にまとめると、「パッと見た瞬間に、私らしいと感じて親しみ感情を持つこと」が、強い好意的態度を作るというものでした。

理論的背景や実験の手法の詳細については、紙面の都合上割愛いたしますが、この研究のポイントをかいつまんでご紹介しますと、以下の3点になります。

(1) この研究では、好意的ブランド態度を導く感情を、「憧れ」感情と「親しみ」感情に分類しました。そして、一時的な好意的態度を形成するには「憧れ」感情が重要ですが、持続的な好意的態度を形成するには「親しみ」感情が重要であるということを示しました。一般的に言って、ブランド構築においては、「おしゃれだ」「カッコいい」「ステータスを感じる」といった

憧れの気持ちこそが重要なものであると考えられがちです。実験では、確かに、「憧れ感情」は一時的にはブランドへの好意を高めました。しかし、それは悪いクチコミを読ませると、すぐに低下してしまいました。一方で、「親しみ感情」に基づいた好意的態度は、悪いクチコミを読んだとしても、低下せずに持続しました。

(2) 商品の試用は購買を促すものと考えられ、店頭のプロモーションなどで良く用いられます。本研究の結果、商品の試用には、ブランドへの好意を上昇させる効果は見られなかったものの、好意的態度を持続させやすくする効果、また、購買意図を高める効果が認められました。しかし、商品の試用をさせずとも、ブランドへの「親しみ」の感情は、十分に好意的態度を持続させる力を持っていました。

(3) なぜ「親しみ」と「憧れ」でこのような違いが生じたかと言うと、「親しみ」は、きわめて直感的で個人的な感情であるからだと思います。一方で「憧れ」を抱くには、周囲のみんなもそのブランドを憧れの対象として認めていることが必要です。自分だけの個人的な感情か、周囲の合意を含んだ感情なのかということが、ブランド態度形成における2つの感情の役割の違いを生んでいると考えられます。

以上の結果から、ブランディングにおいては、「親しみ」の感情を醸成することが重要であることを提唱しました。

最後に、余談ですが、この研究は錫製食器の「使用感」をより鮮やかに体験してもらうために、実験を8月の暑い日に設定し、実験参加者に冷たい炭酸飲料を飲んでもらうという手続きを用いました。夏休みに都内の実験会場に通ったことも、良い思い出です。この「経験」を通じて、この錫製食器が、私にとって忘れられない思い出のあるブランドになったことは、言うまでもありません。

## SCP-JACS Collaborative Conferenceのお知らせ

現在、コーディネーターの清水總先生（慶應義塾大学）、斉藤嘉一先生（明治学院大学）、鈴木智子先生（京都大学）を中心としてプログラムを検討中です。

開催日程：2017年5月18日（木）・19日（金）

開催場所：慶應義塾大学三田キャンパス（東京都港区）

### SCP-JACSの本気度

JACSでは国際化に向けてさまざまな施策をしてきた。欧米学会での発表補助制度はその一例だ。しかしSCPやINFORMS、ACRなど欧米トップクラスの学会への日本からの参加は、日程の関係で、正直、辛い。中国や韓国の研究者が大挙して乗り込んでいるのは大違いで、「このままでは日本はダメだ。何とかしなければ。」と常に思っていた。

今回、縁あってSCPとのミニカンファレンスを開催することになったが、開催にあたり、SCP会長のInman先生と決めたことがある。それは、規模は小さくても、レベルの高い研究報告を集め、真の意味での国際交流をはかる、ということだ。国際学会には、開催地の魅力で集客するのも多いが、それではカンファレンスをやりました、という実績が残るだけで、何の役にも立たない。幸いにも、C.W.Park、D.J.MacInnis、S.Andrewら、新旧のいわゆる「ビッグネーム」が、我々の考えに賛同し、本気でアプライしてきてくれた。最終的な18組の人はもう少し時間がかかるが、一流の研究者の参加は本当に有り難い。

参加費は、水曜夜のウェルカムパーティ、木曜の企業訪問とレセプションディナー、金曜のカンファレンスと立食パーティ、すべて込みで28000円、金曜日のカンファレンスと立食パーティで15000円、金曜のカンファレンスのみで10000円を想定している。28000円コースは、会場のキャパの関係で、発表者とスポンサー企業優先だが、その他は人数制限を設けない予定だ。またSCPメンバー数人に、土曜日午前中のJACSにも登壇してもらうことになっているが、こちらは通常のJACS参加費で参加可能だ。

注意してほしいのは、金曜日に立食パーティを行うので、土曜日の懇親会がないことと、金曜日、土曜日とも参加する人は、両日とも参加費をお支払いいただく点である。「高い」と思われるかもしれないが、通常、国際学会の参加費は500ドルを下らないから、これはバーゲンプライスである。JACSメンバーには、是非、生で「ビッグネーム」を見てほしい。私自身も非常に楽しみにしている。

（慶應義塾大学 清水聰）

**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。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」に変更箇所を明記されるケースが見受けられますが、手続上、データベースの修正は年 1 回（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、ホームページからご自身で直接、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、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: 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 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/>