

JACS NEWSLETTER

日本消費者行動研究学会ニューズレター

第27巻第1号

発行日●2019年3月20日

発行●日本消費者行動研究学会事務局

第58回 消費者行動研究コンファレンスの概要

<統一論題>

いま私たちは、どのように消費者を捉えたら良いのか？

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、ご案内いたします。第1日目には、統一論題、会長講演、会員総会、懇親会を予定しています。第2日目には、自由論題報告を予定しています。

－開催概要－

開催日程： 2019年5月11日（土）・12日（日）

会場： 上智大学（四谷キャンパス）

研究会参加費： 4,000円 [学生：2,000円]

※非会員の学生は、会場受付にて学生証の提示が必要になります。

懇親会参加費： 5,000円

参加申込： JACS Web サイト(<http://www.jacs.gr.jp/>)、FAXで受け付けております。

参加申込締切： 4月20日（土）必着

※今春は、天皇陛下即位日に伴うGW10連休の関係により参加申し込み期限が、例年よりも早くなっております。予めご了承ください。

〔第1日目〕

10:30 - 12:00 役員会
12:00 - 12:05 開会の辞
12:05 - 16:25 統一論題
16:25 - 16:40 休憩
16:40 - 17:10 会長講演
17:10 - 17:20 休憩
17:20 - 18:00 会員総会
18:30 - 20:30 懇親会

〔第2日目〕

10:00 - 12:40 自由論題報告
12:40 - 12:45 閉会の辞

以上

—統一論題—

「いま私たちは、どのように消費者を捉えたら良いのか？」

久保田進彦（青山学院大学）

消費者行動は学際的な研究領域だといわれます。このため私たちの消費者行動研究学会も、色々な専門領域の方々から成り立っています。いつまでも風通しの良い、自由な気風を保ち続けているのも、こうした多様性を認める文化によるところが大きいでしょう。

しかし忘れてはならないのは、世の中には消費者行動という枠の外から、消費者の行動に関わっている方々も、たくさんいらっしゃるということです。私たちは自分たちの研究領域について開放的だと考えることが多いですが、消費者行動というレンズを通して消費者を見ているのも事実です。

もちろんこれは悪いことではありません。学問領域として確立するには、その領域特有の視点が必要です。私たちは、常に自分たち以外の視点もあることを意識しつつ、消費者行動研究という立場から消費者について検討すればよいのです。こうした考えにもとづき、今回のコンファレンスでは、消費者行動領域以外の方々をどのように捉えているかについて検討することにしました。

また今回のコンファレンスではもう一つ、センサリー・マーケティングについても考えていこうと思います。ご存知のように、消費者の感覚への着目は、最近の消費者行動研究における1つの新しい流れです。こうした研究は、消費者をどのように捉えているのでしょうか。あるいはそれは、これまでの伝統的な研究と本質的に異なるのでしょうか。

実はこれら2つの議論は、いずれも異なる立場の方々が消費者をどう捉えているかという点で共通しています。いうまでもなく、前者は消費者行動という領域を外から眺めたときの議論であり、後者は内側から眺めたときの異質性についての議論です。いずれの議論も「いま私たちは、どのよう

に消費者を捉えたら良いのか？」について、大いなるヒントを与えてくれることでしょう。

1つ目の議論では、消費者庁表示対策課長の大元慎二様、HASHI inc.の橋田和明様、リクルートライフスタイルの大原一輝様、そして本学会元会長の高橋郁夫先生にご登壇いただく予定です。

大橋様は消費者行政の専門家であり、活発に活動をされています。また「打ち消し表示」のガイドラインを作られたことでも有名です。橋田様は広告コミュニケーション領域における著名なクリエイターです。豊かな感性をお持ちでありながら、マーケティング・サイエンスにも精通されています。大原氏は、いわゆるデータ・サイエンティストとして、いくつもの優れた成果を達成されてきた方です。

2つ目の議論ではセンサリー・マーケティングに造詣の深い須永努先生（関西学院大学）および朴宰佑先生（武蔵大学）と、認知心理学をベースとした消費者行動研究者である新倉貴士先生（法政大学）や松下光司先生（中央大学）にご登壇いただき、それぞれの立場から議論を展開していただく予定です。

今回ご登壇いただくみなさまは、それぞれの領域における第一人者です。そこで各人の個性を十二分に発揮していただくために、あえて事前の調整を避けました。当日は、従来のラウンド・テーブルを拡大するスタイルで、自由なディスカッションが展開される予定です。予定調和的な仕掛けはありませんので、議論がまとまるかは分かりませんが、ライブを見るように、それぞれのスピーカーの主張を十分に味わっていただければと考えています。

— 日本消費者行動研究学会 研究奨励賞（青木幸弘賞） —

「購買に伴う待ち時間が消費者行動に与える影響

—購買段階を考慮した待ち時間研究の体系化に向けて—

磯田友里子（早稲田大学大学院）

この度は、大変栄誉ある賞を賜り、誠にありがとうございます。まずは、本論文の執筆にあたり、大変丁寧なアドバイスをくださったアリアエディターの先生と2名の査読者の先生方に心より御礼を申し上げます。

消費者行動研究学会は、私が研究者を目指したきっかけそのものです。初めて学会に参加したのは、学部3年生の時でした。学会が何であるのかもわからないまま、社会科見学の気分ですと友人と参加したのです。今思えば随分と軽い気持ちで足を踏み入れたものですが、この経験が大きな転換点となりました。当時の私にとっては授業が唯一の先生方との接点であり、失礼ながら「大学の先生は普段どこで何をしているのかわからない」というイメージでした。ところが会場で目の当たりにしたのは、徹底的に物事を追求し、新しい知見を得ようと真摯に研究に取り組む、研究者としての先生方の姿です。頭上で専門用語が飛び交い、議論は尽きることなく、その熱量に圧倒されて呆然としつつも、「私もこの世界に身を置きたい、研究者になりたい」と強く思いました。興奮冷めやらぬまま帰路について、未だにはっきりと思い出します。

そんな私にとって、消費者行動研究は憧れの雑誌であり、論文を掲載することは長年の夢でした。この夢が叶っただけでなく、研究奨励賞（青木幸弘賞）という素晴らしい賞を賜り、心の底から嬉しく思います。以下では、僭越ながら拙稿の内容を簡単にご紹介させていただきます。

本論文では、主要なテーマとして、購買に伴う待ち時間に焦点を当てています。私たちが日頃生活をする中で、「これが欲しい」と思った瞬間にその商品が手に入ることは、実はそれほど多くありません。予算が足りないため貯金をしなければいけなかったり、通販であれば配送に数日かかった

り、店舗前やレジ前の行列に並ばなければいけなかったり、購買に伴い待ち時間が発生する例は、枚挙に暇がありません。先行研究、とりわけサービスマーケティングの分野において、多くの場合、こうした待ち時間はネガティブな評価につながると考えられてきました。ところが、詳細な文献レビューを行ったところ、待ち時間は必ずしも悪いものではなく、むしろ好ましい成果につながる可能性が示唆されました。卑近な例ですが、20分行列に並んだ末にありつけたラーメンは、並ばずに食べたラーメンよりも、美味しく感じるのではないのでしょうか。同じ購買に伴う待ち時間でも、イライラが増すときと、喜びが増すときがあると言えます。

詳細は割愛いたしますが、レビューの結果、待ち時間が持つ効果の正負を分かつ要因として、3点が浮かび上がりました。すなわち、「期待-不一致：待ち時間が予想より長い/短い」「成果の特性：待ち時間の末に得られる成果は1) ポジティブかネガティブか、2) 想像が容易か、3) その価値判断は明確か曖昧か」「消費者知識：消費者が、1) 成果そのもの、あるいは2) 待ち時間を経て成果を得るまでの過程をどの程度熟知しているか」です。さらに、待ち時間の影響を精査する際には、これら3つの要因に加え、どの購買段階で発生した待ち時間なのか、慎重に考慮する必要性が示唆されました。

今後は、これらの要因が互いにどのような関係にあり、消費者行動に影響を与えうるかを、定量的に調査していきたいと考えております。

この度の受賞を糧として、さらに研究に邁進していく所存です。皆様には、引き続きご指導、ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

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

★ご登録の所属先等が古いままで、更新されていない方が多く見受けられます。

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、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] 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) 同志社大学 商学部 高橋広行研究室
〒602-8580 京都府京都市上京区今出川通烏丸東入
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-mail.jp

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