

2015 ICAMA Best Doctoral Consortium Paper Award 受賞報告

第9期大学院生 菊盛 真衣
(第7期 OG)

◆執筆論文の概要

“How Do Consumers Evaluate Familiar versus Unfamiliar Brands with Negative eWOM?”

本論は、消費者が1つのウェブページ上に多数の正のクチコミと負のクチコミが掲載されているという現実的な状況を想定した上で、消費者がクチコミ対象製品のブランドをよく知っている場合と、あまり知らない場合といったブランド熟知性の違いに伴って、1つのウェブページ上に掲載されている正のクチコミと負のクチコミの比率が消費者のブランド評価に与える影響はどのように異なるのかを吟味した。実証分析の結果、熟知性の高いブランドに対する負のクチコミの影響の度合いは、1つのウェブページ上の負のクチコミの比率が増えるのに伴って逡増する一方、熟知性の低いブランドに対する負のクチコミの影響の度合いは、1つのウェブページ上の正のクチコミの比率の増減とは無関係に一定であるということが見出された。このことから、熟知性の高いブランドである場合、1つのウェブページ上における負のクチコミの比率が増加しても、消費者のブランド評価は緩やかに低下する一方、熟知性の低いブランドである場合、そのページ上の負のクチコミの比率の増加に比例して、ブランドに対する評価は低下すると結論づけられた。

◆執筆後記

昨年の ICAMA でも受賞を目指して論文を投稿しましたが、残念なことに受賞は出来ず…今度こそ！ という思いで今年も挑戦したところ、大変光栄なことに賞をいただける運びとなりました。リベンジを果たせてほっと一安心です。私以外にも、小野先生を始め、小野ゼミからも多くの受賞者がいます。皆様、この度はおめでとうございます。Best Doctoral

Consortium Paper Award の受賞に際しては、*Asian Marketing Journal* というジャーナルへの投稿義務はなかったため、今回の受賞論文をこれからどこかのジャーナルに掲載させたいと企んでおります。自分の研究を形に残し、eクチコミ研究の大きな潮流に一石を投じることが出来たら…と夢は膨らみます。日頃からご指導くださる小野先生および共に切磋琢磨し合う同門の大学院生には、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宜しくお願い申し上げます。



学会報告中の著者