

ICAMA 参加報告

第 13 期 清水 亮輔

◆ICAMA とは...？

ICAMA とは、“International Conference of Asian Marketing Association”を正式名称とする国際学会であり、他の国際学会と同様、匿名審査を経て高い評価を得た論文だけが、その学術的価値を評され、ICAMA にて論文を発表する権利を得ることができます。ICAMA では、アジア諸国における最新のマーケティング動向をテーマに、消費者行動、マーケティング・モデル、マーケティング戦略、その他、そして博士コンソーシアムという 5 つのセクションに分かれて展開されています。

今年度の ICAMA は、中国の名門大学である北京大学において開催されました。小野ゼミからは、大学院生の中村さんと第 13 期の清水が口頭発表を、廖さんと第 13 期英論チームがポスター発表を行いました。

◆発表論文の概要

私が発表した論文のタイトルは、“E-WOM Receivers’ Envy and its Consequences”である。製品情報の口コミ受信者が口コミ発信者に対して悪性の羨望を抱いたとき、当該製品に対して、低い支払意志額を形成すると主張する既存研究があるが、彼らはこの因果が阻害されるケースについて論じていない。したがって、本研究では、SNS を念頭においたうえで、既存研究の主張の因果を阻害するケースとして、(1)事前に口コミ発信者が口コミ受信者との間に強い紐帯を有するような人物である場合、(2)企業が口コミを代理発信する場合、および(3)口コミ受信者が口コミ発信者に直接的に制裁を加えることができる場合という 3 つを考慮に入れて、既存研究の仮説を精緻化した。

◆発表を終えて

国際学会において、1 人で発表するという経験は初めてであり、大変緊張しました。発表当日、小野先生、中村さん、廖さん（薄情な同期の 3 人は、私の発表を見ることなく北京観光へ）に見守ってくださったおかげで、無事発表を終えることができました。学部生にも関わらず、多くの研究者の前で卒業論文を発表するという貴重な経験ができたのは、小野



発表を行う著者

先生の御助力があったからこそです。誠にありがとうございました。修士課程進学後も、小野先生にはまたご迷惑をおかけしますが、ご指導ご鞭撻のほど、何卒よろしく願いいたします。