

2015 ICAMA Honorable Mention Award 受賞報告

第 11 期 OG 蓮岡 聡美

◆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、Korea Marketing Association, Chinese Academy of Marketing Science, そして日本商業協会によって、2014 年から開催されています。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、企業と顧客のコミュニケーション方法、プロダクト・マネジメント、異文化間マーケティング、そして小売・流通チャネルと、5 つのセクションに分かれて展開されています。

今年度は、日本商業協会がホストを務め、早稲田大学で開催されました。これは、日本で開催された初めての国際学会です。小野ゼミからは、第 12 期英論チーム、第 11 期英論チーム、大学院生 3 名が論文を発表する権利を得、そのうち第 11 期英論チーム、および大学院生 2 名が「奨励賞」を受賞しました。

◆執筆論文の概要

第 11 期英論チームの論文のタイトルは、“Why Do People Avoid/Seek Personalized Ad on the Web”です。近年、多くの広告実務家は、有効な SP として Web 上のパーソナライズ広告を活用しています。しかし、消費者は、その広告に対して必ずしも望ましい反応を示すとは限りません。このような事実があるにもかかわらず、Web サイト上のパーソナライズ広告の忌避規定要因を探究した研究は、著者の知りうる限り存在しません。そこで、本論文は、Web サイト上のパーソナライズド広告を忌避する消費者の心理メカニズムを描いた概念モデルを構築、実証分析を試みました。

◆奨励賞を受賞して

第 11 期英論チームとして、国際学会で論文を発表するのは 3 度目でした。そして、この 3 度目の国際学会が学生生活最後に参加する学会だったと思うと、皆様への感謝の思いで胸がいっぱいになります。社会人である土屋さん、住田君は、学会発表に参加することは叶いませんでしたが、伊礼君、内藤君、私の 3 人で、最後の舞台上、堂々とプレゼンが出来たことを喜びと感じます。また、最後の舞台にふさわしく、華々しく奨励賞を受賞することができ、マケ論メンバー一同、改めて皆様に感謝申し上げます。とりわけ、ICAMA への投稿を助言して下さった小野晃典先生には、この場を借りて厚く感謝申し上げます。