

■ テーマ名

新商品の企画・開発

■ キーワード

消費者行動論、消費者心理、マーケティング、リサーチ、ソーシャル

■ 研究の概要

大学生を中心に若者の購買行動や心理を探求し、マーケティングへの応用を追求しています。最近では、SDGsなどの関連でソーシャル・マーケティングとして廃材アクセサリーやフェアトレード商品に着目しています。若い世代がフェアトレード商品をどのようにとらえているのか、どのような伝え方をすれば正しいフェアトレードの概念が伝わり、同時に商品への関心が高まるのかを調査中です。特にフェアトレードの商品の中で、調査対象として取り上げているものはコーヒーとチョコレートです。これらはとても身近な商品です。日本人にも受け入れやすいパッケージも研究中です。また、わかりやすいストーリーづくりは、まさにマーケティングの広告手法の研究と同じです。多角的な切り口で、フェアトレード商品を分析しています。分析から見えてきたことは、学生たちは商品の付加価値としてフェアトレードを感じており、必ずしも高度な品質を求めているということでした。品質に比較的きびしい日本人としては、珍しい傾向です。また、もうひとつの傾向として価格の二極化がみられました。高価格でもよいと考える商品群の中にフェアトレード商品が含まれていました。つまり、フェアトレード商品の多くは高級ではないけれども、SDGsを考慮した場合、金額を抵抗なく出せるということです。

さて、これらの成果発表としては、学会での年次大会発表と神戸マルイ1Fでパネル展示をしました。廃材アクセサリーやフェアトレードは世の中の関心も高いと思っております。

■ 他の研究/技術との相違点

フェアトレードを制度、労働問題、人権問題等からではなく、実際の消費者としての目線で、日本において売れる商品は何であるのか、日本の若者にとってのフェアトレード商品の価値は何なのかを調査から得たデータを用いて分析していることです。

■ 今後の展開、実用化へのイメージ

日本の若者が価値を認めるフェアトレード商品を分析し、その結果をもとに、現在のフェアトレードを実践している企業に対して、積極的に学生たちとのコラボ商品の提案、共同企画をしたいと考えています。若者が身近に感じる雑貨あるいはチョコレートなどを市場に投入したいと思っております。

■ 関連業績 (特許・文献)

単著『持続可能な社会のマーケティング』嵯峨野書院、2020年4月

単著『リサーチ・ビジョン』白桃書房、2016年3月

論文「フェアトレード商品に対する大学生の意識」『神戸学院大学 経営学論集』第17巻第2号、神戸学院大学経営学会、2021年3月

口頭発表「フェアトレード・ファッションに対する購入心理」日本家政学会、第72回大会、会場：高崎健康福祉大学 2020年5月

■ 研究者から一言

持続可能な社会という言葉をできる限り実践的に、学生たちと共に感じ、そのような社会に必要なマーケティングを目指します。そのためには、調査結果をもとに商品販売も可能にしたいと思います。