

日韓の家電イメージ

島倉 由喬 (21011196ys@tama.ac.jp)

1. 目的

本論文の目的は近年、急成長を遂げている韓国の家電メーカーに日本の大手メーカーが追い抜かれている。この背景にはどのようなイメージが関連しているのかを調べる。

2. 内容

- ・ アンケートを作成し、大学生にアンケートをとる。
- ・ アンケート内容は、テレビ・デジタルオーディオプレイヤー・冷蔵庫・スマートフォン等6項目に分ける。
- ・ それぞれの項目に対し、親しみやすい・信頼できる・先進性がある・多機能である等といった質問項目に分類しアンケートをとる。(質問事項が多いため一部抜粋)
- ・ 日本か韓国どちらに対してのイメージが強いかを分散分析で調査する

3. 大学生50人にアンケートを取り、SPSSでの分散分析を利用し、分析と考察を行う。

4. 考察

学生に対する日本家電イメージは悪いものではなかった。しかし、被験者が若年層ということもあってか韓国家電メーカーをよく知らない人がいた。自分が使っている製品が韓国メーカーということを知らずに使っている人もいるかも知れない。今後の研究では被験者の年齢層を上げ、年齢層別の統計をとり研究する。