

平成 25 年度 卒業論文研究計画書

若者の消費価値観と消費行動の関係性

2013 年 7 月 13 日

酒井麻衣子ゼミ

21011314 堀川真紀

■背景

近年、市場の価格競争の限界による非価格競争や生活者の消費の多様化が進み、高価格品が必ずしも自分にふさわしい商品とは限らないという認識が浸透した。求める商品やサービスを自分の基準で選択して購入するという「選択的消費行動」をとる消費者が増えてきたのである。それにより差別化を図る企業にとっても買い手となる消費者にとっても「消費に対する価値観」が重視される時代となった。

そこで消費者側に着目すると、商品の高機能化につれて高級志向と低価格志向に二極化している。ところが近年はそれ以外に自分のお気に入りこだわるとい消費価値観も重要になってきている。それにより、従来は価格尺度とこだわりは相関性があると見られていたものが、相関性を持たずにいくつかの独立した個々の消費スタイルとして存在することがわかった(野村総合研究所「生活者 1 万人アンケート調査」)。

さらに、これからの消費市場を牽引すると見られる現在の若者世代の消費に着目すると、“車離れ”や“アルコール離れ”などの言葉に象徴されるように、消費に対して消極的な世代であるような捉え方をされる機会が多い。彼らの幸せは“身の丈にあった”消費行動に実現されており、あまり貪欲な消費意欲を持ち合わせていないため、企業側は消費意欲を把握しづらい状況にある(財団法人 地域流通経済研究所『若者のライフスタイルと消費動向』)。

■問題意識

若者世代をメインターゲットとした市場は、シルバー世代や団塊世代に比べて貯蓄をはじめとする資産が少ないことから魅力的とはいえず、若者世代がこれからの消費市場を牽引することは間違いなく、若者をターゲットとした市場戦略は重要性を増している。

よって、把握しづらい若者の消費意欲を明らかにするために、若者の消費に対する価値観や消費行動の実態、それらの関係性を把握する必要があると考える。

■目的

本論文では、若者の消費に対する価値観と消費行動の関係性を明らかにしていく。今抱いている消費価値観はどのような時代・社会背景に影響されて形成されているのか。消費価値観と実際の消費行動の関連性はどうかを調査により明らかにする。また、それらをタイプ別に分け、それぞれの価値観・消費行動に適したマーケティングアプローチ法を考察していく。

■研究方法

質問紙調査：多摩大学生を対象に消費行動の実態、消費の価値観に関するアンケート調査を行う。

事例研究：若者が“身の丈にあった”消費行動をとるようになった背景(時代背景、社会的環境など)を把握し、なぜそうなったかを探る。

■質問紙調査概要

調査場所：多摩大学構内

調査対象：多摩大学生(1年生～4年生)

目標サンプル数：100人～200人

調査方法：留置法による質問紙調査

質問紙内容(案)：考案中

■研究スケジュール

7月13日：SRC

7月下旬：アンケート内容を考える

9月下旬：質問紙調査実施

10月：調査結果分析、まとめ

11月：執筆開始

12月：卒業論文完成

■参考文献

- ・日本リサーチセンター マーケティングと企業戦略>非価格競争
<http://www.nrc.co.jp/> (2013/4/23 閲覧)
- ・「流通業の新成長戦略 新たな消費スタイルとマーケティング戦略」塩崎潤一/河津のり著
<http://www.nri.co.jp/opinion/chitekishisan/2004/pdf/cs20040303.pdf> (2013/4/23 閲覧)
- ・『若者のライフスタイルと消費動向～若者は本当にお金を使わないのか！？～』
財団法人 地域流通経済研究所 平成 21 年 7 月
http://www.dik.or.jp/pdf/press_0907_main.pdf (2013/5/1 閲覧)