



学生番号:14102422	クラス:E	氏名:西川 舞	提出日:2006 年 1 月 12 日
論題	現代女性の消費者行動		

【 キーワード 】 ゼミナール、女性、青山学院大学、経営学部、女性の社会進出、性差心理学

【 論文要旨 】

本論文の目的は、現代女性の消費者行動を明らかにし、何らかの提案を行うことである。

消費とお金は切っても切り離せない関係にあるが、お金と仕事も同様であると思う。そこで、本論文では、女性が社会進出するに至る経緯を、高度経済成長期～高度経済成長期後～現代と概観し、どのような変化があったのかを述べる。高度経済成長期は女性が社会に進出するための契機となったが、成長期後も女性の社会進出はますます進んでいる。このことが、女性の消費者行動にも変化をもたらしているのではないかと考える。このことから、現代の女性の消費者行動を見直す必要があると考えた。

しかし、現代の女性の消費者行動に関する研究はなされておらず、最も新しいもので高度経済成長期直後(1970 年代後半)の研究であった。現代において女性をターゲットとした製品やサービスは数え切れないほど存在している。現代の女性に適切なマーケティングを行うためには、女性の消費者行動を捉えた最新の研究がなされるべきではいただろうか。そこで、本論文において、現代の女性の消費者行動を明らかにし、何らかの提案を行うことにした。

さらに、ここまで女性だけに焦点をあててきたが、その根拠として「性差心理学」の視点から、男女の差異について述べた。具体的には、一般的性格における男女の差異、自己主張における男女の差異、情緒性・社会性・道徳性における男女の差異などが存在することが先行研究によって指摘されている。

本論文における調査の方法であるが、馬場(1977,1979)に基づき、50 個の変数を設定した質問紙調査を行った。その結果を因子分析にかけ、9つの因子を抽出した。さらに調査対象のサンプルを、「学生」、「OL」、「働く主婦」、「専業主婦」の4つのグループに分け、それぞれのグループにおいて因子得点の平均値が高い方から順位付けすることで、どの因子がそのグループに対して最も影響を与えているかを明らかにした。そこから、それぞれのグループに対して考察を行い、仮説の導出、提案を行った。

また、副次的な研究として、「一ヶ月に自由に使うことができる金額」により3つのグループをつくり、同様の作業を行った。

そして、最後に本論文の限界点や今後の展望について言及した。