



学生番号: 14102586	クラス: A	氏名: 山本 健太	提出日: 2006 年 1 月 12 日
論題	男子学生における男性化粧品購買行動 関与からのアプローチ		

【 キーワード 】 男性化粧品、男子学生、マーケット・セグメンテーション、購買関与、高関与、低関与、因子分析、重回帰分析、マーケティング・ミックス

【 論文要旨 】

本研究の目的は、男子学生における男性化粧品の購買行動における研究である。現在の男性化粧品市場は一昔前と比べ、様々な商品やチャネルが存在している。このように数多くの製品が乱立する中で、消費者は購買時に何を重視しているのかを問題意識として持った。そこで本研究の目的を『男性の化粧品購買時に重視する要素を明確にした上で、男子学生という一つの層を更に細分化し、重視要素の違いを明らかにした上でそれぞれに効果的なマーケティング戦略を提案していく』と設定した。そこで研究のためにマーケティング手法のひとつであるマーケット・セグメンテーションに着目し、男子学生をさらに細分化した上で、それぞれの消費者に対してマーケティング戦略を提案していこうと考えた。セグメントを行う観点も多く存在するが、私はここで消費者心理学における「消費者関与」について着目した。1947 年シェリフとキャントリル(Sherif and Cantril)らの研究に端を発した関与概念は現在消費者行動研究において重要な概念のひとつとされている。しかし関与概念は多くの異なる概念が存在し、研究者の間でも統一はなされていない。そこで本研究では関与概念のひとつである購買関与に着目し、この概念からセグメントをおこなうこととした。そこで先行研究を参考とし、消費者を高関与グループと低関与グループに分け、それぞれの重視要素が異なることを仮説として研究を進めていくこととした。具体的には高関与グループは内的要因を重視し、低関与グループは外的要因を重視するというものである。そこで仮説の検証を行うため、都内近郊の男子大学生にアンケート調査を行った。アンケートの具体的な目的は男子学生の男性化粧品に対する購買関与の測定、重視要素の明確化、および内的要因と外的要因にたいする重視度の違いである。結果を検証するために分析手法として因子分析と重回帰分析を行った。この分析により重視要素は明確化されたが、仮説の検証は、条件付きでのみ立証されることとなった。この結果から傾向を読み取り、マーケティング・ミックスの 4Pを参考として具体的なマーケティング戦略を提案していった。