



学生番号:14102100	クラス:K	氏名:漆畑 有紀	提出日:2007 年 1 月 11 日
論題	男性の高級ジュエリーに対する関心と性役割意識		

【 キーワード 】 高級ジュエリー、ファッション、イノベーション普及理論、
トリクル・ダウン理論、男性の女性化、男性的女性、女性的男性

【 論文要旨 】

本研究の目的は、男性用高級ジュエリー市場の普及とファッションにおける男性の女性化との関連性を探ることである。

「メトロセクシャル」や「ちょい不良オヤジ」など話題になっている男性ファッションを調べたところ、男性のファッションは女性化してきているという。また最近の男性ファッション産業の中でも男性用の高級ジュエリーが、盛んに新規ブランド参入していることがわかった。現在市場の構成比が1%未満の男性用高級ジュエリー市場の拡大は、日本人男性のファッションにとって大きな変革のチャンスといえる。また従来女性のみの市場から新たに男性の市場が開拓されることは大変有意義なことであると考え、今後どのようにこの市場を拡大していくことができるのか、ということの問題意識とした。そこで、研究目的を、現在の男性用高級ジュエリーの普及について調べ、どのような男性が高級ジュエリーを受け入れやすいのかを明らかにするとした。

本研究に仮説を設けるにあたり、「イノベーション普及理論」と「トリクル・ダウン理論」をあげた。そこで、現在の男性用高級ジュエリーの購買層は、イノベーターであり、男性用ジュエリー市場拡大において、まだまだ被採用者に影響を与える段階には達していないということが明らかになった。しかし自己表現として、ジュエリーを身につけることに男性は興味をひかれる可能性があり、今後現在の購買層1%より多くの男性が興味を持ち、初期採用者が現れれば、市場拡大の可能性があると考えた。現在のジュエリー市場は、まだまだ消費者にとっては女性のもの、という意識が高いといえるが、男性用ジュエリー市場の拡大に向けて、男性ファッションの女性化について注目した。女性的及び兩性的男性は、男性的男性に比べて、ファッションや外見にいつそう関心があり、装うことへの強い関心があるという先行研究をもとに、『男性用高級ジュエリーに対して、女性的及び兩性的男性は、男性的男性に比べて、より関心がある。』という仮説を導いた。

仮説の検証は、全サンプリングを5つのタイプに分類し、各々のタイプの男性の男性用高級ジュエリーに対する関心の度合の差を独立したt検定によって分析した。結果、仮説は支持された。市場拡大を目指す男性用高級ジュエリー業界は、女性的な性質を持つ男性に対して、アプローチをしていく必要があると考察した。

以上が本研究の概要である。