



学生番号:14104617	クラス:K	氏名:渡辺 正明	提出日:2008 年 1 月 15 日
論題	若い世代の健康意識と健康表示による消費者行動の影響について		

【 キーワード 】 健康、健康意識、消費者行動、購買、プリシード・プロシードモデル、動機づけ、知覚

【 論文要旨 】

本論文の目的は、健康意識と消費者行動との関係を明らかにすることである。私個人として健康意識が高く、食生活などで健康を意識した消費行動をしていたことが、本研究を進めるきっかけとなった。その中で、私の年齢に近い大学生の健康に対して意識と、それに伴った購買行動との関連を深く追求してみたいくなり、「若い世代は健康に対してどの程度意識を持っているのか」という問題意識を持ち研究を進めた。自分の持っているある物事に対する意識と、その意識が購買意思決定過程においてどのように関係してくるかについて、グリーンによる、健全な行動性への変容が健康状態の改善を促し、生活の質の向上という段階的目標を達成しながら、「よりよく生活し、生きること」を最終目的としたプリシード・プロシードモデルを紹介し、今回の健康意識と購買行動との関係をモデル分析している。しかし、このモデル分析はあくまで中高年、つまり健康意識の高い世代にあてはまることであり、健康意識があるのか、また高いのか分からない若い世代についてはこのモデルが適用できない。よって、より身近な世代の購買行動を明確にするため、研究目的を「若い世代の健康意識と、その意識に対する購買行動との関係を明らかにする」とした。後半に進むにつれて、より消費者行動の観点から本研究にアプローチしている。北原による、消費者の購買意思決定過程モデルを紹介し、その中で代替案の評価、製品選択場面、つまり商品を選ぶ際に関わってくる動機づけに着目した。動機づけは大きく3つに分類されることが明らかにされており、今回は生活行動システムとしての知覚的動機に焦点をあてた。その後、動機づけと知覚の関連について述べ、そこからの流れを伴い仮説までのアプローチをしている。健康意識に関しての商品特性を健康表示とし、知覚段階で違いが生まれるのではないかと考えた上で、仮説を「健康意識が高い、低いなどの水準に関係なく、健康表示があることで商品を選ぶ確率が高まる」とした。仮説の検証では調査票を使用し、SPSSによる分析を行った。健康意識が高いグループと低いグループの2グループに分類し、その2グループ間で、健康表示がある商品を選ぶ確率の差をt検定によって分析した。分析結果では、マニピュレーションチェックも有意となり、仮説も支持された。最後に、本研究のまとめと考察を行い、研究の限界点と反省点、インプリケーションを述べている。本研究では健康という意識に関して、また動機付けや知覚を用いて消費者行動を研究でき、既存研究にはない新しい試みであったと思われる。さらに企業に提案できることとして、商品を開発する上で健康に関して何か工夫ができ、それが競合他社にはないものであれば、そのことをアピールポイントとして大きく主張することで、商品の選ばれる可能性が高まるかもしれないということを主張できた。企業の商品開発段階で、今の時代に合った新しい差別化が行える可能性を示すことができたと考えられる。よって本研究により、若い世代においても、健康に関するアプローチが有効であることを示すことができ、新たな価値提案をすることができたのではないかと。