



学生番号:14105516	クラス:H	氏名:松井 大豪	提出日:2009 年 1 月 15 日
論題	MADE IN CHINA が消費者の態度に与える影響		

【 キーワード 】 MADE IN CHINA、毒餃子事件、態度、小売店、商品カテゴリー、コンジョイント分析

【 論文要旨 】

本研究の目的は、いわゆる毒餃子事件をはじめとした中国産・中国製の商品に対して消費者離れが進んでいる現状を踏まえ、消費者が MADE IN CHINA が魅力的であり、購入したいと思う商品は何かを明らかにすることである。

あなたが今身につけている衣類、今日一日口にしてきたものの材料などを見てみてほしい。必ず中国産・中国製のものが含まれているであろう。現在の生活において、MADE IN CHINA なくしては生活は成り立ちにくいと断言しても全く差し障りはないであろう。ところが近年、MADE IN CHINA に関するネガティブな事件の報道を耳にすることが非常に多い。様々な商品に関して事件が起こっているが、問題なのは、事件の大半が食料品や衣料品などをはじめとした、一般的な消費者の日常生活に欠かせない生活日用品に関して起こっていることである。健全かつ罪のない消費者の平和な日常生活が一部の事件によって疑念と懸念により淀んでしまっている現状は見ていてとても耐え難い。現実的にスーパーマーケットの商品棚からは中国産・中国製の商品が次々と姿を消していつている。また、不買運動を行っているという声もよく耳にする。

しかし低価格と、時を追うごとに安定してきた品質を背景に MADE IN CHINA は現在においてもあらゆる商品カテゴリーにおいて日本市場を席巻している。それだけの魅力と利点が、中国産・中国製の商品には存在するのが事実である。そこで本研究は、生活日用品に焦点を当て上述の目的を明らかにしてゆくことにした。一つの軸として消費者の日常生活に密着しているスーパーマーケット等の小売店を上げ、そこで扱っている商品を扱った。あらゆる商品を商品カテゴリーごとに分類し、購入時に考慮する要因を「生産国」を含め 4 つ、その各要因に 2 ないし 3 の水準を設け、各組み合わせに順位をつけてもらう。その調査結果をコンジョイント分析にかけ、最重視されている要因は何かを明らかにすることで MADE IN CHINA が魅力的である商品カテゴリーを明らかにすることを試みた。

分析の結果から、メーカー等企業と、スーパーマーケット等小売店それぞれに対し提案を行う。また、本研究を行うにあたり明らかになった問題点と限界点にも言及し、本研究のさらなる一般化のために必要なものについても述べたいと思う。

本研究をきっかけとして、消費者の日常生活が淀みのないクリアなものとなることを切に願う限りである。