



学生番号:14105542	クラス:F	氏名:水戸部 有華	提出日:2009 年 1 月 15 日
論題	コンビニエンスストア間の差別化における消費者の関与との関係性について		

【 キーワード 】 コンビニエンスストア、PB 商品、差別化、関与、情報処理水準、情報探索

【 論文要旨 】

本研究の目的は、コンビニエンスストアの製品に対して、低関与製品カテゴリーと高関与製品カテゴリーとを明らかにした上で関与と差別化との間に関係性の有無を検討し、より実務的なインプリケーションを導くことである。本論文において、われわれ消費者の生活と密接に関係しているコンビニエンスストアに着目した理由としては、コンビニエンスストアが他の小売業界と一線を画しながら、順調といえる成長を遂げてきたが、ここにきて成長にかげりが見え始めてきたのである。コンビニエンスストアの成長のかげりの原因としてはさまざまなものが挙げられる。それらはコンビニエンスストアの市場の飽和、原材料の高騰など理由はさまざまである。また、他の小売業界との差別化の点を消費者に訴えるのではなく、コンビニエンスストア各社がそれぞれの独自性を見出し、消費者に示していくことが必要性であると考えた。

そこでコンビニエンスストアの現在の状況を踏まえ、問題点を明らかにしていくことをからはじめることとした。そのような中でコンビニエンスストアの差別化を PB 商品を用いるという方法をとることでコンビニエンスストアの更なる成長という活路を見出すことができないのだろうかと考えることとした。その際に「差別化」というものを明らかにする必要がある。差別化が成立するための条件は、「商品そのものの属性が特異性であることに加えて、その特異性が消費者に認識されることによって成立するとされている」と栗木(1997)によって定義されている。この特異性の認識というものを関与との関わりにおいて差別化の貢献として間がることにより次のような仮説が導出された。「低関与の製品カテゴリーにおいては差別化に貢献できず、高関与の製品カテゴリーでは差別化に貢献することができる」と仮説を設定することとした。仮説の検証を行うためには、低関与製品カテゴリーと高製品カテゴリーをそれぞれ予備調査にて一般化をする必要があると考えた。それぞれの関与製品の一般化により本調査を行った。なお、本調査にて行った仮説の検証は対応なしの分散分析にて行った。その結果、本研究の仮説は強い傾向があるとされ、学術的インプリケーションとマーケティング・インプリケーション、今後の課題を出した。