



学生番号:14105138	クラス:G	氏名:小原 幸子	提出日:2009 年 1 月 15 日
論題	コレクターの消費活動とそこにある快樂との関係性について		

【 キーワード 】 コレクション コレクター 消費経験論 快樂消費研究 快樂 過程分け グッズ オタク

【 論文要旨 】

本論文の目的は、コレクターがコレクション活動のこういった過程に楽しさや面白さといった快樂と呼ばれる感情を感じているのかを調べ、そこからマーケティングインプリケーションを提案することである。コレクターの特定のものに熱意や愛着を持ち、それに対して自らの所得や時間をつぎこむといった行動に興味を持ち、コレクションないしはコレクターの消費活動をテーマに設定し行なわれた。そしてコレクターがこう呼ばれることが多い「マニア」や「フリーク」、「オタク」と呼ばれる人たちが消費者として注目されていることから、コレクターも景気の低迷やモノがあふれることによって成熟化市場が増え、消費の縮小が進んでいる今日において、消費者として注目されるべき存在であると考えた。

本論文の研究目的を達成するために用いたのが、快樂消費研究の考え方である。快樂消費研究は、消費者は常に合理的に製品を選択するとされる消費者情報処理理論を批判するかたちで出てきた消費経験論をもとに生まれたもので、消費者は問題解決行動として消費を行うのではなく、楽しさや面白さを追求するという考え方である。多くは芸術消費や遊びなどについて研究されているもので、コレクターのコレクション活動も芸術消費や遊びに近い側面を持っていると考え、この快樂消費研究の考え方をを用いるに至った。そして、堀内(2001)の快樂の定義を用いて、コレクターがコレクション活動のどの過程に快樂を感じているかを調べることを研究目的とし、調査を行った結果、3つの仮説を導き出すことができた。仮説1として「何か特定のグッズをコレクションしているコレクターの方がそのコレクション対象の情報を探しているときと情報を入手したときにそうでないコレクターより快樂を感じる」、仮説2として「オタクカルチャーに属すると考えられるものをコレクションしているコレクターの方がそのコレクション対象の情報を探しているときと入手したとき、提供したとき、共有したときにそうでないコレクターより快樂を感じる」、仮説3として「オタクカルチャーに属すると考えられるものをコレクションしているコレクターの方がそのコレクション対象を全てあるいは一定数そろえたときにそうでないコレクターより快樂を感じる」の3つである。

最後に導き出された仮説をもとに考察を行い、新たに身近なコレクションの定番を作り出すためのマーケティングインプリケーションを提案するとともに、学術的貢献や本研究の限界点について言及した。