

## ○ワークショップ 「消費者行動」

開催責任者 経営学部 石垣智徳  
湯本祐司  
南川和充

2021年3月7日

オンライン開催 (Zoom ミーティング)

ワークショップは以下のとおり、開催された。

### ◇研究目標

消費者行動研究の新しい研究テーマやその他関連研究に関する内容を議論する。

### ◇報告者および題目

1. 報告者 : 鈴木真 (大阪府立大学大学院経済学研究科)  
中山雄司 (大阪府立大学現代システム科学域マネジメント学類)  
論 題 : 有料老人ホームに対する選好構造 : 年代別分析  
討論者 : 中山厚穂 (東京都立大学大学院経営学研究科)
2. 報告者 : 野澤智行 (法政大学専門職大学院イノベーション・マネジメント研究科)  
荒木長照 (大阪府立大学知識情報システム学類)  
論 題 : ご当地キャラクターのデザインに対する選好-個人差 MDS によるアプローチ  
討論者 : 中山雄司 (大阪府立大学現代システム科学域マネジメント学類)
3. 報告者 : 野際大介 (福島大学経済経営学類)、  
佐藤栄作 (千葉大学大学院社会科学研究院)  
論 題 : ID-POS データ解析に基づくネットチラシ情報探索に関する消費者行動の実証研究  
討論者 : 湯本祐司 (南山大学経営学部)
4. 報告者 : 辻本法子 (桃山学院大学経営学部)  
論 題 : 訪日中国人旅行者の観光土産のブランド認知  
討論者 : 石垣智徳 (南山大学経営学部)

5. 報告者：里村卓也（慶應義塾大学商学部）

論 題：アクセス財の競争市場構造分析

討論者：南川和充（南山大学経営学部）

#### ◇ワークショップの討論内容

本ワークショップでは消費者行動に関する分野の分析に関する研究報告ならびにディスカッションを行った。例えば、野澤・荒木（荒木氏報告）の研究では、ご当地キャラクターの重要要素であるデザインに関する考察であった。8体の有名でないご当地キャラクターを用いて、被験者がどの要素について認識し、どのような条件であれば注目されるかを考察している。個人差 MDS を使用したアプローチであったが参加者からその関係研究に関する情報提供があり、新たな方向性を提供された。

また、辻本氏の報告では、コロナ以前の 2019 年における外国人観光客の日本土産に関する調査を行い「日本の観光土産を購入する訪日観光客の視点」から支持されているブランドに関するものであった。訪日観光客は東南アジアの国々からが多く、中国が最も多い。以前に比べ、日本の土産（特に菓子）に関するブランド認識があり、メーカーや個別ブランドの認識があることが報告された。また、土産商品に関して、国産大手メーカーが新マーケットと認識しているのではないかという指摘があり、他のメーカーはどう行動するかなどの議論が行われた。

#### ◇研究成果発表

佐藤栄作、「来店間隔とカテゴリ購買生起を考慮した購買行動の統合モデル」、流通情報（流通経済研究所）No.549、

（<https://www.dei.or.jp/information/pdf/RI20210301-08.pdf>）、2021 年 3 月。

辻本法子、「インバウンド観光のための観光土産マーケティング-中国人消費者の購買行動-」、同文館出版、2020 年 12 月。