

○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

2023年3月4日・5日

ハイブリッド開催（南山大学J棟J51教室）



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

3月4日（土）

座長：中田善啓（甲南大学名誉教授）

報告者：里村卓也（慶應義塾大学商学部教授）

論題：新型コロナウイルス感染拡大が消費者のオンライン購買へ与えた影響の時系列分析

討論者：辻本法子（桃山学院大学経営学部教授）

報告者：圓丸哲麻（大阪公立大学経営学研究科准教授）

論題：「百貨店らしさ」の研究：消費者基点からの検討

討論者：石垣智徳（南山大学経営学部教授）

3月5日（日）

座長：湯本祐司（南山大学経営学部教授）

報告者：李子銘（大阪公立大学大学院）

論題：消費者の参照価格と小売業者の販売促進活動に関する研究

討論者：野際大介（福島大学経済経営学類准教授）

報告者： 陳少庭（大阪公立大学大学院）
論 題： 広告における単純接触効果に関する研究
討論者： 南川和充（南山大学経営学部教授）

報告者： 辻本法子（桃山学院大学経営学部教授）
論 題： コンテンツのマーケティング—インバウンド観光におけるコンテンツと観光
土産—
討論者： 中山雄司（大阪公立大学経営学研究科教授）

◇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、里村氏の研究報告では、新型コロナウイルス感染拡大が消費者のオンライン購買へどのような影響を与えたかを 3 種類の分析により、解明するものであった。

ショッピングモール型 EC サイトでの販売金額に与えた影響を商品分類毎に評価したものであり、クラスター分析、独立成分分析、状態空間モデルで解析を行った。独立成分分析から第 1 回緊急事態宣言時にステアホーム成分と、第 1 回緊急事態宣言解除後の with コロナ成分が抽出された。また、商品分類により、ステアホーム成分と with コロナ成分の影響の受け方が違うことが明らかになった。参加者からステアホーム成分や with コロナ成分の影響を受けなかった商品群はあるのかや他の分析は行ったかなどの質問があり、活発な議論が展開された。

また、辻本氏の報告では、共著『コンテンツの、コンテンツによる、コンテンツのためのマーケティング』の内容の担当部分である序章と第 4 章の内容についての報告であった。前半はコンテンツマーケティングの定義と分類であり、同氏らが取り扱うのは有償であり、創造性が高く、コンサマトリーである作品型のものである。また、正統派的作品と大衆的作品（上下の階層）という軸と静止型、映像型、ライブ型（メディアの性質）という軸で分割される 6 分類をしている。これらを跨ったコンテンツの事例として「鬼滅の刃」を例にとり、静止型（漫画）から映像型（TV アニメ、映画）からライブ型（ステージ）そして、能（正統派的作品）の演目として鬼滅の刃が取り上げられたことにより上下の階層を飛び越えたコンテンツが存在することを示した。

後半は、ポスト・コロナの観光意向の検証モデルとして「自然・癒し観光」、「歴史・文化の学習観光」、「ポップカルチャー観光」、「ご当地グルメ観光」、「有名ブランド観光」の 5 つの構成概念からなる 2 次因子モデルを提案した。事例で「どらやき」に関する中国人観光客に関する事例を示していたが、なぜ、どらやきなのかという質問に対し、中国人にとってはドラえもんが好物であるお菓子という位置づけを 1 つのコンテンツと見ており、その解釈事例であるという回答であった。他にもコンテンツという概念そのものの理解に関する質

間などが行われた。

◇研究成果発表

辻本法子・田口順等・野澤智行・荒木長照、「コンテンツの、コンテンツによる、コンテンツのためのマーケティング」、大阪公立大学出版会、2023年2月。