

**■ テーマ名****新商品の企画・開発****■ キーワード**

消費者行動論、消費者心理、マーケティング、リサーチ、ソーシャル

■ 研究の概要

大学生を中心に若者の購買行動や心理を探索し、マーケティングへの応用を追求しています。最近では、SDGs などの関連でソーシャル・マーケティングとして廃材アクセサリやフェアトレード商品に着目しています。若い世代がフェアトレード商品をどのようにとらえているのか、どのような伝え方をすれば正しいフェアトレードの概念が伝わり、同時に商品への関心が高まるのかを調査中です。特にフェアトレードの商品の中で、調査対象として取り上げているものはコーヒーとチョコレートです。これらはとても身近な商品です。日本人にも受け入れやすいパッケージも研究中です。また、わかりやすいストーリーづくりは、まさにマーケティングの広告手法の研究と同じです。多角的な切り口で、フェアトレード商品を分析しています。分析から見えてきたことは、学生たちは商品の付加価値としてフェアトレードを感じており、必ずしも高度な品質を求めているということでした。品質に比較的きびしい日本人としては、珍しい傾向です。また、もうひとつの傾向として価格の二極化がみられました。高価格でもよいと考える商品群の中にフェアトレード商品が含まれていました。つまり、フェアトレード商品の多くは高級ではないけれども、SDGs を考慮した場合、金額を抵抗なく出せるということです。

さて、これらの成果発表としては、学会での年次大会発表と神戸マルイ 1F でパネル展示をしました。廃材アクセサリやフェアトレードは世の中の関心も高いと思っております。

■ 他の研究／技術との相違点

フェアトレードを制度、労働問題、人権問題等からではなく、実際の消費者としての目線で、日本において売れる商品は何であるのか、日本の若者にとってのフェアトレード商品の価値は何なのかを調査から得たデータを用いて分析していることです。

■ 今後の展開、実用化へのイメージ

日本の若者が価値を認めるフェアトレード商品を分析し、その結果をもとに、現在のフェアトレードを実践している企業に対して、積極的に学生たちとのコラボ商品の提案、共同企画をしたと考えています。若者が身近に感じるゲームを開発しました。今後は雑貨あるいは新製品開発などに取り組みたいと思っております。

■ 関連業績（特許・文献）

単著『持続可能な社会のマーケティング』嵯峨野書院、2020年4月

単著『リサーチ・ビジョン』白桃書房、2016年3月

論文「フェアトレード商品に対する大学生の意識」『神戸学院大学 経営学論集』第17巻第2号、神戸学院大学経営学会、2021年3月

口頭発表「フェアトレード・ファッションに対する購入心理」日本家政学会、第72回大会、会場：高崎健康福祉大学2020年5月

■ 研究者から一言

持続可能な社会という言葉をしてきうる限り実践的に、学生たちと共に感じ、そのような社会に必要なマーケティングを目指します。そのためには、調査結果をもとに商品販売も可能にしたいと思います。