

Title	消費者の社会的動機とファッション関連要因による偽造高級ブランド品の購入要因に関する実証研究
Sub Title	
Author	菅尾, 史樹(Sugao, Shiki) 坂下, 玄哲(Sakashita, Mototaka)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2011
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	<p>偽造は21世紀の犯罪と言われている。特に、高級ブランド品産業において、偽造による被害は拡大している。世界の偽造品市場は、2010年には6300億ドル(約52兆2900億円)に達した。各高級ブランドメーカーは、供給サイドに対して偽造品対策を行っているが、必ずしも有効な対策は打ち出すことができていないと言える。偽造品に対する根本的な対策を行うには、実際に偽造品を購入し利用する消費者に焦点を当てた研究が必要である。このような問題意識の下、本研究では消費者の偽造ブランド品購入動機について、消費者の社会的動機と特定ブランドに対するブランド・コミットメント及びファッション関連要因が、偽造ブランド品購入動機の形成にどのような影響を与えるのかというテーマを設定し、実証研究を行った。</p> <p>まず、関連する先行研究をレビューすることによって理論的仮説を構築した。その後、構築した仮説を検証することを目的とし質問票を作成した。ファッションやブランドへの関心が高い層だと考えられる大学生へのアンケートによってデータを収集し、統計的分析を行った。その結果、消費者は、社会的動機によって偽造ブランド品を購入していることが確認された。一方、特定ブランドに対するコミットメントの水準による偽造ブランド品購入動機への影響は認められなかった。また、社会適合機能×ファッション関与では有意な結果とならなかったが、社会適合機能×ファッション知識においては、主効果、交互効果ともに有意な結果を得ることができた。交互効果においては、構築した仮説とは反対に、消費者のファッション知識の水準が高くなるほど、消費者の偽造ブランド品購入動機が強く形成されるという結果を得た。</p> <p>本研究において得られた結果には興味深いものがある。本研究では偽造品の中でもスーパーコピー品を対象として研究を行ったこと、また、消費者の態度とファッションに対する個人差要因の組み合わせによって偽造ブランド品購入動機を検証したという点において、理論的、実務的な貢献ができたと考える。</p>
Notes	修士学位論文. 2011年度経営学 第2661号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002011-2661

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

学位論文 2011 年度

論文題名

消費者の社会的動機とファッション関連要因による
偽造高級ブランド品の購入要因に関する実証研究

主 査	坂下 玄哲 准教授
副 査	池尾 恭一 教授
副 査	井上 哲浩 教授

2012 年 3 月 2 日 提出

学籍番号	81030668	氏 名	菅尾 史樹
------	----------	-----	-------

論文要旨

所属ゼミ	坂下玄哲研究会	学籍番号	81030668	氏名	菅尾 史樹
(論文題名)					
消費者の社会的動機とファッション関連要因による 偽造高級ブランド品の購入要因に関する実証研究					
(内容の要旨)					
<p>偽造は21世紀の犯罪と言われている。特に、高級ブランド品産業において、偽造による被害は拡大している。世界の偽造品市場は、2010年には6300億ドル(約52兆2900億円)に達した。各高級ブランドメーカーは、供給サイドに対して偽造品対策を行っているが、必ずしも有効な対策は打ち出すことができていないと言える。偽造品に対する根本的な対策を行うには、実際に偽造品を購入し利用する消費者に焦点を当てた研究が必要である。このような問題意識の下、本研究では消費者の偽造ブランド品購入動機について、消費者の社会的動機と特定ブランドに対するブランド・コミットメント及びファッション関連要因が、偽造ブランド品購入動機の形成にどのような影響を与えるのかというテーマを設定し、実証研究を行った。</p> <p>まず、関連する先行研究をレビューすることによって理論的仮説を構築した。その後、構築した仮説を検証することを目的とし質問票を作成した。ファッションやブランドへの関心が高い層だと考えられる大学生へのアンケートによってデータを収集し、統計的分析を行った。その結果、消費者は、社会的動機によって偽造ブランド品を購入していることが確認された。一方、特定ブランドに対するコミットメントの水準による偽造ブランド品購入動機への影響は認められなかった。また、社会適合機能×ファッション関与では有意な結果とならなかったが、社会適合機能×ファッション知識においては、主効果、交互効果ともに有意な結果を得ることができた。交互効果においては、構築した仮説とは反対に、消費者のファッション知識の水準が高くなるほど、消費者の偽造ブランド品購入動機が強くなるという結果を得た。</p> <p>本研究において得られた結果には興味深いものがある。本研究では偽造品の中でもスーパーコピー品を対象として研究を行ったこと、また、消費者の態度とファッションに対する個人差要因の組み合わせによって偽造ブランド品購入動機を検証したという点において、理論的、実務的な貢献ができたと考える。</p>					