

# 顧客価値創造モデル

～耐久消費財への価値観に関する予備調査～

東京理科大学経営学部 大町彩菜

東京理科大学経営学部 朝日弓未

# 目次

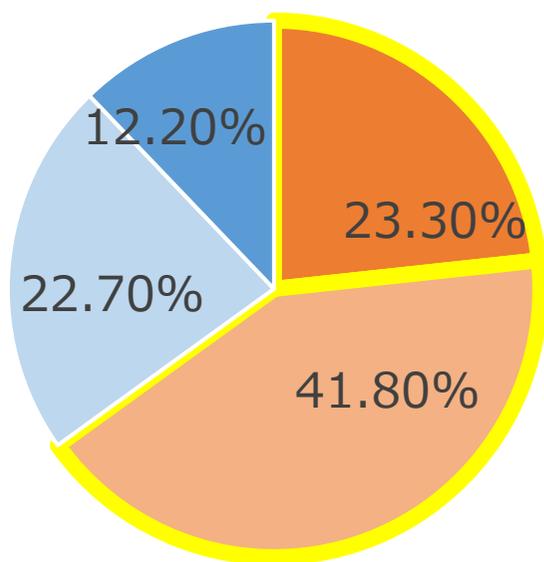
1. 研究背景・目的
2. 本研究概要
3. 予備調査に関して
4. 分析
5. 考察
6. まとめと今後の展望
7. 参考文献

# 1. 研究背景・目的

## 研究背景 1

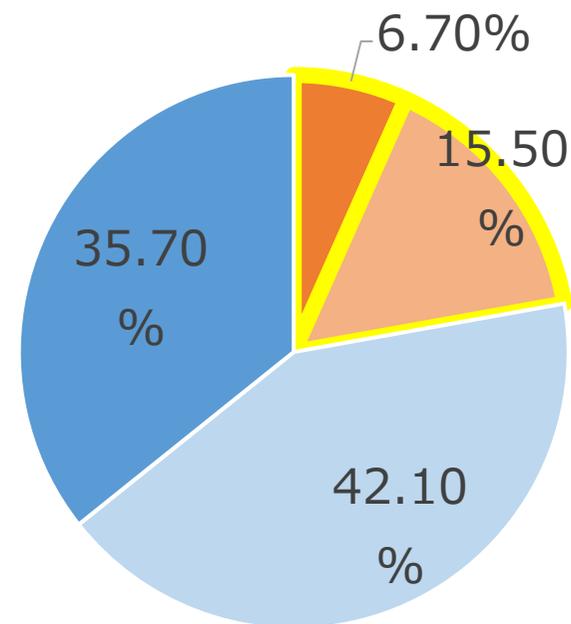
### 「若者の都市部での車離れ」の問題が深刻化

東京



- とても感じる
- やや感じる
- あまり感じない
- 全く感じない

地方



- とても感じる
- やや感じる
- あまり感じない
- 全く感じない

# 1. 研究背景・目的

## 研究背景 2

産学連携先様の自動車メーカー様が、

若者に向けた新規事業立案をする上で、重要視される概念：「顧客価値」

アイデアベースの立案でなく、顧客視点での新規事業立案には

**「顧客価値とはなにか？」**を把握し、

定性的な顧客価値観を構成する主要因子を基本構造をモデル化することが必要と考えられる。



## 研究目的

**Alkanoを活用し、耐久消費財（自動車・電動自転車・バイク）に限定した、顧客（若者）の消費価値観の特徴についてを把握する。**

## 2. 本研究概要

### 研究目的

**Alkanoを活用し、耐久消費財（自動車・電動自転車・バイク）に限定した、ターゲットである大学生の消費価値観の特徴についてを把握する。**



### ✓ アンケート調査

都内大学生を中心としたターゲットに、五件法での単一選択方式を中心とし、耐久消費財 3 点への消費価値観に関する質問 3 0 項目を、Googleフォームを媒介に実施

### ✓ 基礎集計・分析

基礎集計・アンケート結果からの読み取りと相関分析による簡易分析を実施し、大学生の消費価値観の特徴を調査

# 3. 先行研究

「消費価値観が消費者行動に及ぼす影響に関する実証分析」 奥瀬(2014)

## 研究目的

消費者の消費価値観と耐久消費財の保有状況、  
購入意向との関係性を検討する



- (1) 消費価値観の構成次元についての検討 消費価値観に関する 34 項目から、消費価値観を構成する次元を検討
- (2) 分析 1 で抽出した消費価値観の構成次元を用いて、どの消費価値観が消費先進度に関連しているか検討
- (3) 各耐久消費財の保有状況、購入意向と、どの消費価値観が関連しているかについて検討

### 3. 先行研究

「現代の若者にとって車の価値とは～調査と分析から傾向を探る～」

群馬大学(2019)

“かつて”の感覚でのマーケティングや販売促進の方法では、いまの若者には響かないのではないか？



調査・分析の目的

- ・今の若者（大学生）の車に対する意識
  - ・なぜ車を所有しているのか、いないのか
  - ・車にどのような価値を感じているのか
- などを明らかにする。

→調査結果、分析結果から、群馬トヨタへ提案

## 2. 先行研究

群馬大学（2019）

分析方法：クロス集計法での各項目ごとでの比較→読み取り



### 群馬大学の研究からわかること

現代の若者（大学生）にとって

- ・車は自己表現の一つではあっても、優劣をつけるためのアイテムではないと推測できる。
- ・色やデザインは重要だが、お金をかけて人と競う対象ではない
- ・車の価値を重視している学生であっても、最新情報や最新機能への関心はあまり高くない
- ・生育環境で車の利用が当たり前だと、自分も車の所有を当たり前だと感じ、こだわりなく所有に向かう傾向がある

### ◆ 先行研究の課題

消費者の購買対象が幅広い研究で、自動車を中心とする研究でないという点  
群馬という地域に限定されており、都市部での研究がなされていないという点

## 4. アンケート調査に関して

SNSを媒介にGoogleフォームを利用し、

**「耐久消費財（自動車・バイク・電動自転車）」**に関する

**大学生**の消費価値について、予備調査としてアンケート調査を行った。

### ◆予備調査のターゲットを大学生に選定した理由

1. 耐久消費財（3点に対する）購入機会や経験が少ないと予想される**「車離れ」**大学生向けへの新規事業立案に今後生かせると考えたため
2. アンケート実施者が大学生であるため、**調査対象への一定数以上のリーチが可能**であるため

## 4. アンケート調査に関して

### ◆耐久消費財（バイク・自動車・電動自転車）3点の限定理由

1. 都市部若者の「車離れ」が進んでいるため

2. 自動車を購入経験がないと予想される**大学生にとって**

**バイク・電動自転車の2点を含むことで、アンケート内容に関して  
仮定や想像がしやすいと考えたため**

- **調査件数**：対象の大学生から、**62件の回答**
- **質問方法**：リッカード尺度・五件法での**単一選択方式**  
EX) 「値段が高くて、性能のよいものを買う」という質問に対し  
1(あてはまらない)～5(あてはまる)の5段階にチェックをつける
- **アンケート調査内容**：消費価値観に関する先行研究を参考

# 4. アンケート調査に関して

## ■ アンケート項目

### 0. 基本情報

性別

保有している耐久消費財にチェック  
自動車、電動自転車、バイク

### 1. 品質・安全

1. 値段が高くて、性能のよいものを買う
2. 使い勝手の良いものを買う
3. 耐久性に配慮して商品を買う
4. 環境保護に配慮して商品を買う
5. 値段が高くて、保証やアフターサービスを重視する

### 2. デザイン・個性

1. 機能よりも、色やデザインを重視して買う
2. 周りの人と違う、個性的なものを選ぶ

### 3. 準拠集団・情報収集

1. 知りあいがよいと言うものを選ぶ
2. 購入し使っている人の評判を気にする
3. よいと感じたら人に共有したい
4. 流行にこだわる方である
5. 名人がよいと言うものを選ぶ
6. 有名名人が広告に出ていることで選ぶ
7. 購入前に情報収集してから買う

### 4. ブランド

1. 無名なメーカーより、有名なメーカーを選ぶ
2. 有名なブランドであればその分値段が高くてよい
3. 必ず買うと決めたブランドがある
4. 他の条件が同じであれば、海外産よりも日本産を選ぶ
5. 他の条件が同じであれば、日本産よりも海外産を選ぶ
6. 現時点で既知のブランドを選ぶ

### 5. 経済性

1. とにかく安いものを選ぶ
2. 新品よりも中古を選ぶ
3. 割引やクーポン、ポイント還元があるものを選ぶ
4. 買い替えや売りに出すことを考慮して選ぶ
5. 実店舗での購入を希望する  
(⇔オンラインでの購入を希望する)

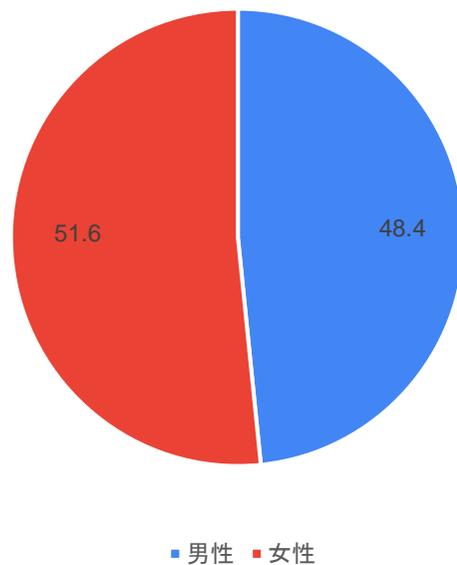
### 6. 重要視する項目・具体的な収集方法

1. 品質、価格、デザイン、ブランド、評判、その他の重視する順
2. 情報収集の方法  
4マス（テレビ新聞ラジオ雑誌）  
・SNS・インターネット・家族・知人・店員・その他

# 5. 分析

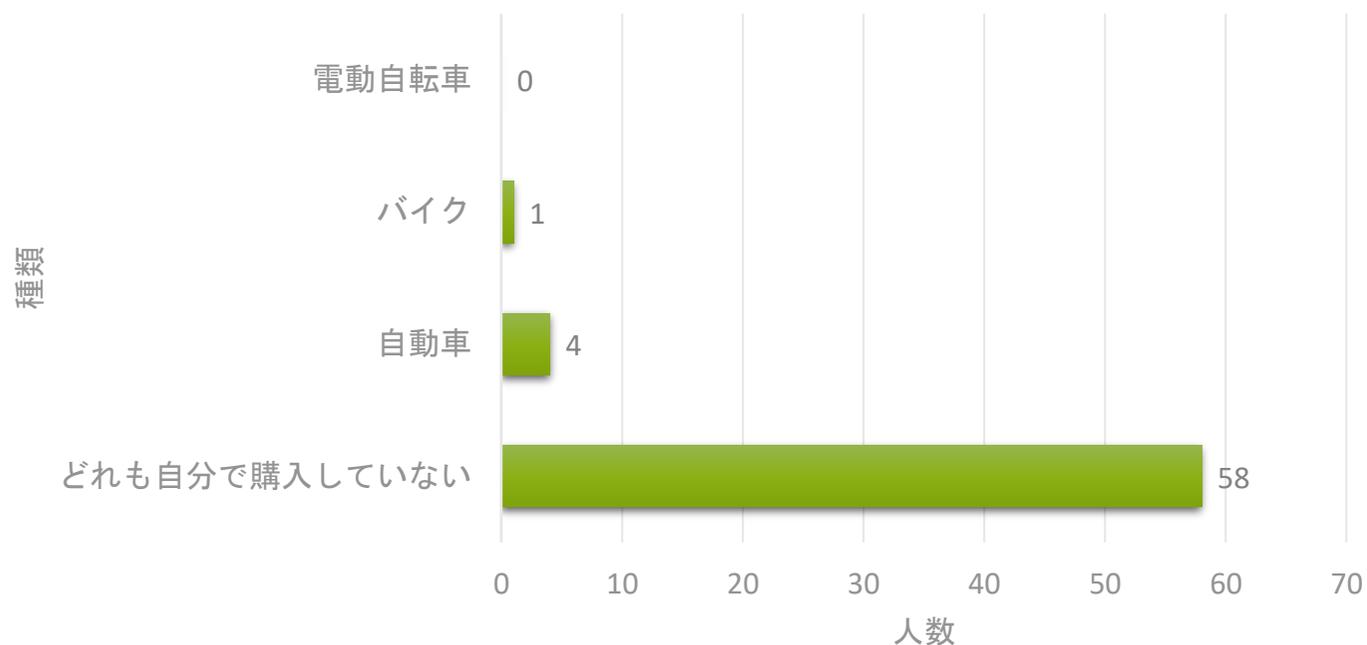
## ◆基礎集計

表1：アンケート対象性別比率



本アンケート調査の男女比はほぼ**1:1**となった

表2：自分で購入したことのある財



大学生は、自分の意志によって耐久消費財（自動車・バイク・電動自転車）を購入する**経験がない**

# 5. 分析

## ◆アンケート結果：情報収集に関して

表 3：耐久消費財購入前に情報収集をするか

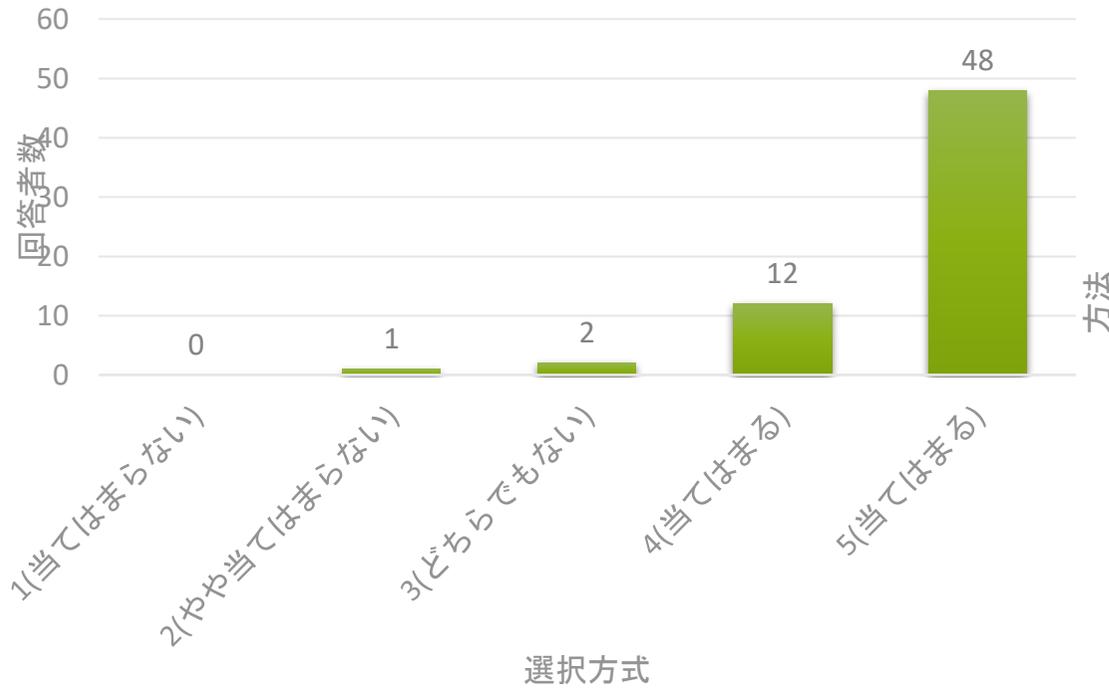
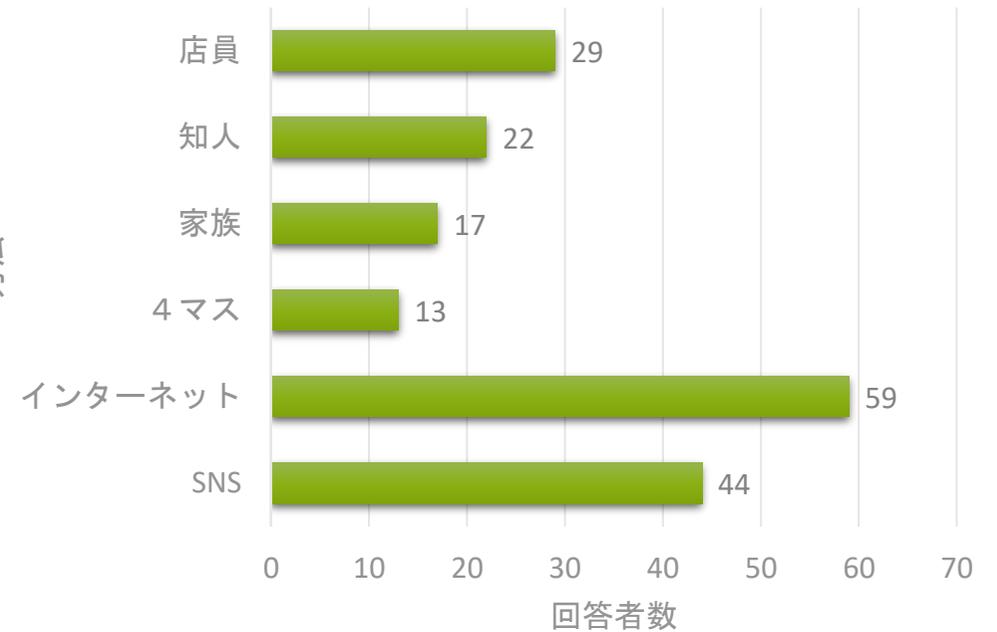


表 4：耐久消費財への情報収集の方法  
(複数選択可能)



大学生は、必ず情報収集し、情報を得る手段として、インターネットやSNSなどオンライン上で行う

# 5. 分析

## ◆アンケート調査結果

4・5（当てはまる）に回答率が50%以上集中した項目	1・2（あてはまらない）に回答率が60%以上集中した項目
<p>使い勝手の良いものを買う[品質・安全]</p> <p>耐久性に配慮し<b>長期的な視点</b>で商品を買う[品質・安全]</p> <p>知り合いがよいというものを選ぶ[準拠集団・情報収集]</p> <p>購入し使っている人の評判を気にする[準拠集団・情報収集]</p> <p>よいと感じたら人に共有したい[準拠集団・情報収集]</p> <p>購入前に<b>情報収集</b>してから買う[準拠集団・情報収集]</p> <p>無名なメーカーより、有名なメーカーを選ぶ[ブランド]</p> <p>有名なブランドであればその分値段が高くてもよい[ブランド]</p> <p>現時点で既知のブランドを選ぶ[ブランド]</p> <p><b>実店舗での購入を希望する</b>[経済性]</p>	<p><b>流行</b>にこだわる方である[準拠集団・情報収集]</p> <p><b>有名人</b>がよいというものを選ぶ[準拠集団・情報収集]</p> <p><b>有名人</b>が広告に出ていることで選ぶ[準拠集団・情報収集]</p> <p>買うと決めたブランドがある[ブランド]</p> <p>他の条件が同じであれば、日本産よりも海外産を選ぶ[ブランド]</p> <p>とにかく安いものを選ぶ[経済性]</p> <p>買い替えや売りに出すことを考慮して選ぶ[経済性]</p> <p>新品よりも中古を選ぶ[経済性]</p>

# 5. 分析

## ◆アンケート調査結果

### 1～5に回答率が分散した項目

環境保護に配慮して商品を買う[品質・安全]

値段が高くて、保証やアフターサービスを重視する[品質・安全]

機能よりも、色やデザインを重視して買う（3が最頻値）[デザイン・個性]

周りの人と違う、個性的なものを選ぶ（二極化）[デザイン・個性]

他の条件が同じであれば、海外産よりも日本産を選ぶ[ブランド]

### □ 耐久消費財を買う際に重要視している項目を実際に順位づけ

→順位ごとでの最多票(各順位に選ばれた数が多い項目)

1位：性能 2位：価格 3位：評判

4位：ブランド 5位：環境保護 6位：その他

# 5. 分析

## ◆アンケート調査簡易分析の結果

✓ 相関関係がみられた項目 (ほぼすべての項目に耐久消費財 3 点を購入するという前提付き)

### ■ 強い正の相関(相関係数 $r$ が0.7以上)

「有名人がいいと言うものを選ぶ」-「有名人が広告に出ていることで選ぶ」 $r=0.7230$  準拠集団・情報収集

### ■ 正の相関(相関係数が0.7以下、0.4以上 [ $0.4 \leq r \leq 0.7$ ])

「流行にこだわる方である」-「有名人がいいと言うものを選ぶ」 $r= 0.5620$  準拠集団・情報収集

「値段が高くて、性能の良いものを買う」品質・安全

-「有名なブランドであればその分値段が高くてよい」ブランド $r= 0.40896$

「値段が高くて、保証やアフターサービスを重視する」品質・安全

-「環境保護に配慮して、商品を買う品質・安全」 $r= 0.4009$

「現時点で既知のブランドを買う」ブランド-「無名なメーカーより、有名なメーカーを選ぶ」ブランド $r= 0.4017$

「買い替えや売りに出すことを考慮し選ぶ」経済性-「新品よりも中古を選ぶ」経済性 $r= 0.4420$

### ■ 負の相関(相関係数 $r$ が-0.4以下)

「他の条件が同じであれば、日本産よりも海外産を選ぶ」ブランド

-「他の条件が同じであれば、海外産よりも日本産を選ぶ」ブランド $r= -0.4038$

「新品よりも中古を選ぶ」経済性-「無名なメーカーより、有名なメーカーを選ぶ」ブランド $r= -0.4354$

# 6. まとめと今後の展望

## ◆分析結果まとめ

- 大学生は耐久消費財に関し**性能> 価格> 評判> ブランド> 環境保護**の重要度で選択する
- 大学生は、**購入前**、情報収集を**インターネット・SNS**をほぼすべての人が**利用する一方、購入時は実店舗を希望**していると分かった
- 耐久消費財において、**流行や有名人による影響**はあまり重要視されない
- ブランド項目と、品質安全・経済性の相関が見受けられ、ブランドが耐久消費財3点への消費価値に特徴を持つと考えられる



## ◆本研究の課題

- 質問項目に関して、**大学生の現状データ**に関し、一人暮らし・実家暮らし、実家での車の保有の有無など含有しなかったため、その関連性や条件を分けた分析が困難
- 本研究では、なぜ耐久自動車を購入しようと思ったのかという**動機付け**の部分が質問項目で網羅できていない



## ◆今後の展望

- 対象者の生活実態への項目・動機付けへの項目を追加したアンケートを実施・分析
- **データ母集団の拡大**

➡ **偏りないデータの分析で消費価値観の特徴把握を実現**

## 7. 参考文献

- 奥瀬喜之「消費価値観が消費者行動に及ぼす影響に関する実証分析」（2014）  
[https://senshu-u.repo.nii.ac.jp/?action=pages\\_view\\_main&active\\_action=repository\\_view\\_main\\_item\\_detail&item\\_id=1726&item\\_no=1&page\\_id=13&block\\_id=21](https://senshu-u.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=1726&item_no=1&page_id=13&block_id=21)
- 株式会社野村総合研究所 生活者1万人アンケート（9回目）にみる日本人の価値観・消費行動の変化 – コロナ禍で、日本の生活者はどう変化したか（2021） –  
<https://www.nri.com/-/media/Corporate/jp/Files/PDF/knowledge/report/cc/mediaforum/2021/forum322.pdf?la=ja-JP&hash=396365B469B39B585BCE5A74CD340308B02D63F2>
- 群馬大学「現代の若者にとって車の価値とは～調査と分析から傾向を探る～」 （2019）  
[https://www.si.gunma-u.ac.jp/program/download/20190720\\_1.pdf](https://www.si.gunma-u.ac.jp/program/download/20190720_1.pdf)

ありがとうございました