

消費者の中古製品 購買意図を探る！

慶應義塾大学商学部小野晃典ゼミナール
橋本賢治 千葉将太 市村哲 小野杏奈

1. テーマ設定の理由

サブテーマ：「耐久財」

使用可能期間が長い、
反復使用回数が多い、
などの特性を有する製品群

中古品市場は、耐久財の
特性の上に成立している！

統一テーマ：「不況」

近年の不況の影響による
消費者の低価格ニーズの
増加

中古品は、不況下の消費
者ニーズに合致する！

1. テーマ設定の理由

つまり…

中古品は耐久消費財
特有のものであり、なおかつ
不況に打ち勝つビジネス！

不況に
打ち勝つ

2.研究内容

「消費者の中古製品購買心理を探る」

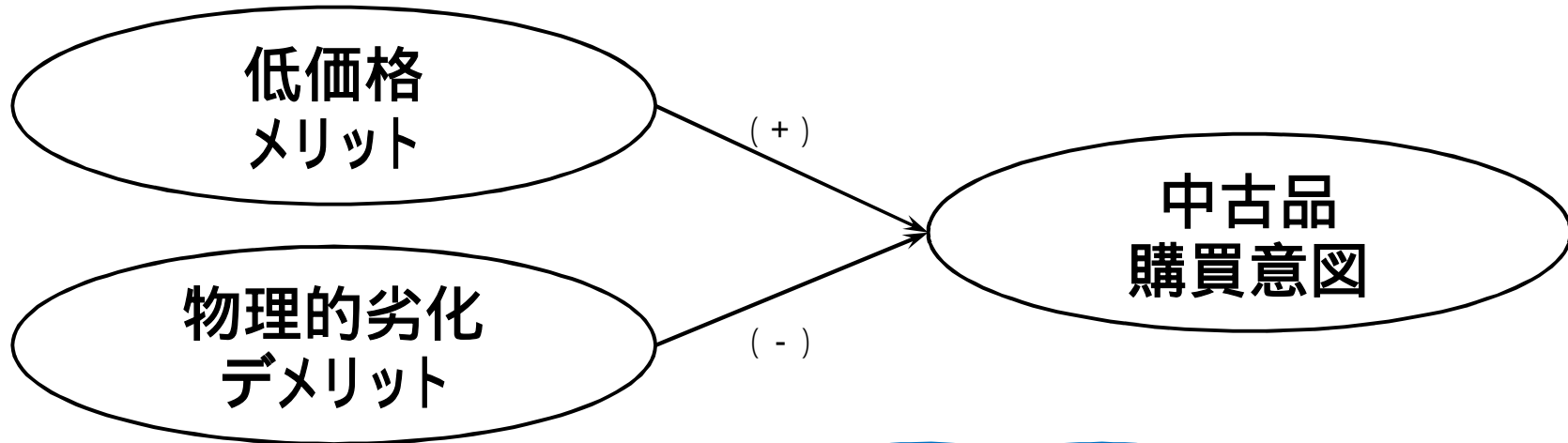
「なぜ消費者は中古品を購入するのだろうか？」

安いから？

でも、新品より汚いのでは？

例えばこれを図に表してみると…

2.研究内容



その他の要因もあるのでは？

中古品購買意図の新たな規定要因の発見

2.研究内容

既存文献によると・・・

中古品に関する既存研究は現段階では非常に少なく

また、その中でも

計画的陳腐化製品

新しい価値を付加した新製品を出すことで旧製品を陳腐化させ、消費者に買い替えを促す製品

についての論文が多い

2.研究内容

そこで、我々は計画的陳腐化製品のみではなく
新たな研究分野を開拓を試みる！

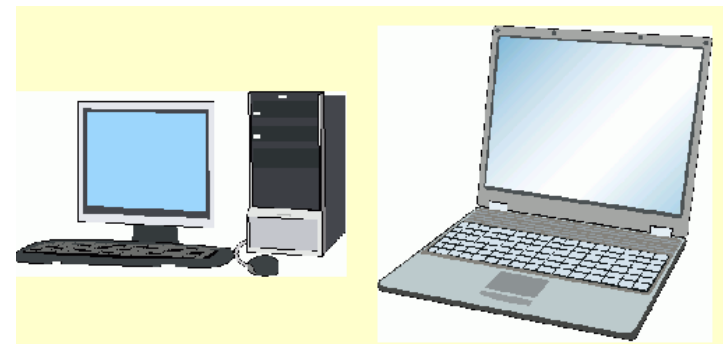


計画的陳腐化製品以外(著作物など)の
中古品購買意図モデルの構築

2.研究内容

たとえば…

一口に中古品と言っても
様々なものが存在する



2.研究内容

研究の焦点

中古品購買意図の新たな規定要因の発見

計画的陳腐化製品以外(著作物など)の
中古品購買意図モデルの構築

3.研究の流れ

既存文献レビュー



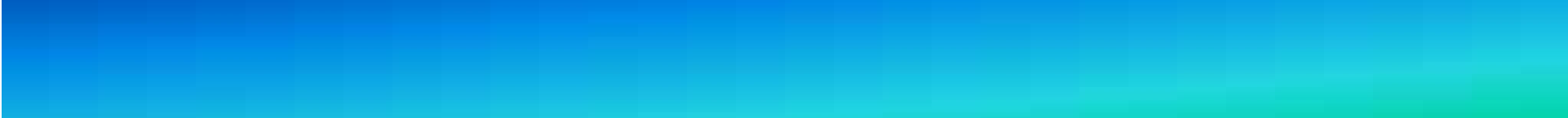
課題の発見




仮説の提唱



実証分析の実施



ご清聴ありがとうございました。



消費者の中古製品購買意図を探る

1. 研究内容

問題提起！

なぜ消費者は中古品を購入するのか？

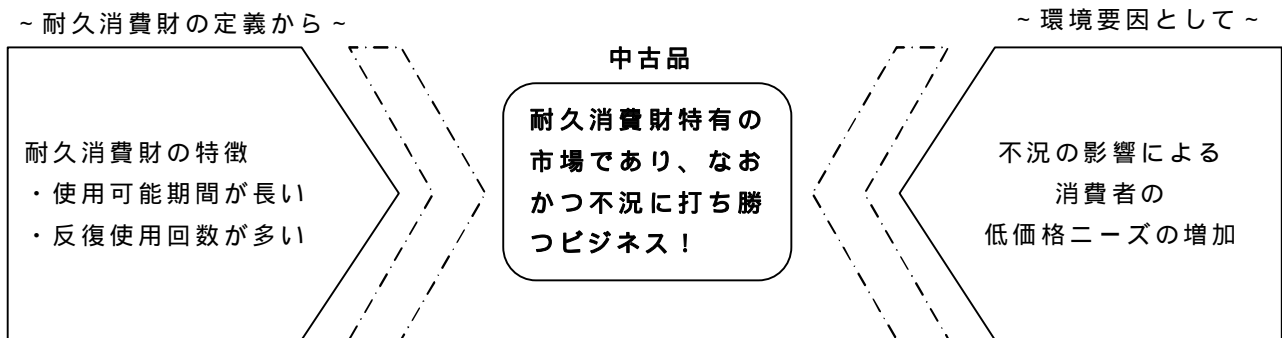
計画的陳腐化製品に注目して概念モデルを構築した既存研究の内容を発展させ、消費者の中古品購買意図の新たな規定要因の発見と、計画的陳腐化製品以外の製品におけるモデルの構築を試みる。

計画的陳腐化製品とは、新しい価値を付加した新製品を出すことで旧製品を陳腐化させ、消費者に買い替えを促す製品のこと。

2. テーマ設定の理由

十ゼミ内での定義に従うと耐久消費財とは、使用可能期間が長い、反復使用回数が多い、などの特性を有する製品群である。また近年の不況の影響を受け、消費者の低価格ニーズが高まっており、中古品市場は拡大を続けている。今後も社会経済において重要な市場である。

従って中古品は耐久消費財特有の市場であり、なおかつ不況に打ち勝つビジネスであると考えられる。



既存文献によると・・・

中古品に関する既存研究は現段階では非常に少数である。また、その中でも「中古品購買における消費者心理メカニズム」(飯島、2008)のように、計画的陳腐化製品対象とするものが多い。

既存研究が少ない分野に焦点を置くことで、有意義な研究ができると考えられる。

3. 研究の流れ

今後以下のように研究を進めていく。

