

2015 年度 中央大学特定課題研究費 一研究報告書一

所属	商学部	身分	教授
氏名	奥本 勝彦		
NAME	Okumoto katsuhiko		

1. 研究課題

(和文) マーケティングにおける原産国に対する消費者の考えやイメージに関する研究 (国別研究)

(英文) Study on beliefs and images of consumers for country of origin in marketing

2. 研究期間

1 年間

3. 研究の概要 (背景・目的・研究計画・内容および成果 和文 600 字程度、英文 50word 程度)

(和文)

今年度は、「マーケティングにおける原産国に対する消費者の考えやイメージに関する研究」として、特に、中国における消費者の購買決定に際しての考慮要因について研究を進めた。そこでは、原産国、ブランド、製造業者のネーム、品質、機能、信頼性・・・が取り扱われた。

特に、中国人消費者の一般社会人と若者とでは、その考え方に相違があるか否かを追究した。本研究における調査自体は、中国の福州市と廈門市およびその近郊で実施した。社会人の標本数は、総数で 300 票であった。また、学生の標本数は、総数 302 票であった。

この調査から、中国人被験者は、かなり強い消費者自民族中心主義的傾向を示しており、一般社会人と若者とでは、製品を購入する際に考慮すべき要因の重視度かなり異なった考えをもっていることが把握された。

(英文)

I examined important factors in regards to the purchasing decision of consumers in China. Country of origin, brand, name of manufactures et al. were investigated in this study.

Particularly, it was with the general people and youth of Chinese consumers and investigated whether there was differences for the way of thinking or not. I carried out investigation in Fuzhou City and Amoy city of China, and their suburbs. As a result, About people and youth, it was grasped that they had considerably different beliefs and images.