

学位論文審査報告書

2022 年 12 月 26 日

経済学研究科長

石本 眞八 殿

論文審査委員会

主査 教授 辻 幸恵



副査 教授 塩出 省吾



副査 教授 江頭 寛昭



副査 教授 井上 善博



本学学位規則第8条の規定により論文審査の結果の要旨および学位の授与に関

し下記のとおり報告致します。

記

学位申請者	王 吉吉
論文題目	日中両国消費者における購買行動の比較

論文審査の結果の要旨

本論文は、「贈答」という、人間関係に基づき成立する行動について、マーケティング論と消費者行動論の両面からその市場行動と心理に着目したものである。コロナ禍により、世界を取り巻く購買環境が大きく変化した現在における生活様式に即した形での贈答手段、ニーズを丁寧に分析することによって、これまでの贈答への価値観との相違を見出している。論文題目として「日中両国消費者」の購買行動の比較により、より価値観の変化が日本国内だけではないことを裏付けて論証している。

本論文の構成は、以下のとおりである。

第1章では、中国と日本の、ギフトに関連する広く知られた風習を紹介すると共に、ギフトに関する考え方を紹介し、ギフトの歴史や文化的背景を例示することで、日中両国間の共通概念と相違点を示している。最初にこれら共通概念と相違点を理解することが、第3章以降の実証研究の礎となる。

第2章では本論文に関わりのある分野の先行研究を紹介し、学問分野における本論文の位置づけを示す。本論文は、マーケティング論、ギフト・マーケティング分野に位置づけられる。

第3章では、近年、急成長をつづけている、オンラインショッピングの一形態であるライブコマースに着目し、新しい購買行動を紹介する。具体的には、日中間における消費者の意識を比較し、人々のニーズやライブコマースを利用したギフトへの可能性について述べる。従来、オンラインショッピングは自身のための購入として利用されていたが、ライブコマースはギフトの購入先としても利用されるため、今後のギフト市場への影響が見込まれる。

第4章では中元における食品ギフトの特徴をまとめている。中元という文化の由来や背景、食品ギフトの現状などをふまえながら、中元という事象をフォーマルギフトと位置づけ、その形態の実態調査を実施する。そこから若い世代の消費者の価値観やニーズを見出す。

第5章では日本の中元時期に合致する行事として、中国の中秋節をフォーマルギフトの事例として取り上げる。具体的には中国では中秋節の主な行事に用いる菓子である、月餅を対象として取り上げる。ここでは調査結果から、中国人は贈答品として月餅を選択肢として挙げ、固定観念のようにになっていることを見出した。これに対して、日本の月見という風習においては、固定観念ではなく、コンビニエンスストアなどで販売される多種の菓子類、特にその時期の限定品などに消費者のニーズを見出すことができた。

第6章では前章の4章、5章がフォーマルなギフトに対して、カジュアルなギフトに焦点を当て、事例として菓子を取り上げる。近年の日本の菓子業界に関する資料と比較しながら、日常的な菓子の贈答を調査した結果、チョコレートとビスケットの人气が高く、その背景には商品として価格帯の幅の広さ、多品種であること、消費者のニーズとして健康志向があることを見出した。

第7章ではギフトとしてよく利用される菓子に着目し、若い女性の菓子利用やニーズを調査から明らかにした。「自分へのご褒美」という新しいギフトに属する行為が、日常的に行われていることから、女性がよく食する菓子の種類や値段を調査した。その結果、日本人女性が好んで食べる菓子が見出せたが、それらは中国人留学生が抱く「日本人がよく食べる菓子のイメージ」とは異なっていた。

以上のように本論文は、ギフトという行動と商品から、日中両国消費者における購買行動の比較を行い、売り方の変化と消費者心理の変化を実証研究から明らかにした。これは今後の市場へのアプローチや消費者の購買行動の変化を知るための重要な成果である。以上のように本論文は、社会的還元性の高い研究成果として評価ができ、博士（経済学）の学位を授与するに相応しいものと認める。