

氏名	圓丸 哲 麻
学位の専攻分野の名称	博士（商学）
学位記番号	甲商第13号（文部科学省への報告番号甲第350号）
学位授与の要件	学位規則第4条第1項該当
学位授与年月日	2011年2月25日
学位論文題目	ライフスタイル研究における規範概念の位置づけに関する研究 —男性ファッションの変容からの考察—
論文審査委員	（主査）教授 和田 充 夫 （副査）教授 梶 浦 昭 友 教授 石 原 武 政

論文内容の要旨

本論文は、1960年代以降消費者行動研究に対して米国で導入されたライフスタイル概念について、改めて検討を加えるものであり、そこに規範概念を導入することによってライフスタイル概念の本来の内実と構造を示すものである。本論文は序論を含めて6章で構成されており、第6章終章では規範概念を包摂した複合的とも言うべき新たなライフスタイルモデルとその対応としてのマーケティングを提唱している。

第1章序論では、1960年代に新たなマーケットセグメンテーション軸として登場したライフスタイル概念について、ライフスタイル概念が持つ本来の意味を、消費者行動の先行研究や実践が十分に把握していないとしている。また、ヤンケロピッチ研究所やスタンフォードリサーチが出すライフスタイルレポートは、主としてその時々の社会トレンドを示しているに過ぎず、ライフスタイル概念に対する理論的な考察が欠如しているとしている。第2章では、ライフスタイル概念誕生の背景を分析しつつ、本概念の社会学における立場、心理学における立場をベースとして、マーケティングあるいは消費者行動研究においてどのように捉えるべきかの考察がなされている。

ライフスタイル概念を外在的と捉えるのか内生的と捉えるのかを検討する一つの概念として規範概念があげられるが、第3章では、社会心理学や社会学における規範概念の内容を精査し、これが消費者行動研究の展開の方途となると考えている。これまでマーケティングあるいは消費者行動研究では、規範概念の検討が殆ど行なわれておらず、わずかに準拠集団の研究やフィッシュバインの購買意図モデルに個人と社会との関係が議論されているに過ぎない。ここでの本論文の立場は、規範形成があくまでも相互作用的であることが強調され、準拠集団概念や購買意図モデルでは、規範の存在が一方的であるとしている。

第4章では、新たなライフスタイル・モデルの展開に向かって、ライフスタイル概念が本来基盤とすべき概念として価値を挙げ、消費者行動研究ではこれまで十分に議論されてこなかった価値についての検討を行なっている。そして、そこには社会的価値と個人的価値があり、しかもこれらが双方向的相互作用的に形成されるということが強調されている。第5章ではライフスタイル概念のこれまでの認識をベースとして、我が国の男性のファッション行動のなかにライフスタイル概念と規範概念がどのように取り入れられているかの現実の場での検討が行なわれた。具体的には本章ではユニテッドアローズ社と阪急百貨店

メンズ館での面接調査の結果が示されている。

終章では、これまでの議論に基づいて、社会価値、個人価値、規範概念を包摂し、これらの相互作用的双方向的な、複合的なライフスタイル・モデルが提示され、これに基づいたライフスタイル基盤の規範対応と規範創成のマーケティングが提示されている。

論文審査結果の要旨

本論文の最大の価値は古くて新しいライフスタイル概念の、消費者行動研究あるいは実践分野での今日の扱いの警鐘を鳴らしたことであろう。確かにライフスタイル概念は、1960年代の米国において社会階層というセグメント軸の無力化に対して、新しいセグメント軸として彗星のように現れたものである。この間当概念の理論的考察が殆ど行なわれなかったのも事実だろう。そして、その後の30数年にわたって、実践的な面も含めて置き去りにされていたのかもしれない。ここであらためて本論文がライフスタイル概念の理論的実践的意義について捉え概念モデルを拡大した意味は大きい。

本論文では、ライフスタイル概念について、あらためてその誕生の背景や社会学的視理学的内実を精査し、消費者行動研究における概念的な考察や方法を示唆している。本論文が主張するところは、社会的価値、個人的価値そして規範概念が相互作用的に形成されるのであり、消費者が社会的価値を一方向的に受け入れるのではなく個人的価値も個性化した消費者が形成するのでもない、つまり相互作用的に形成されるのであるとする主張が、単なるセグメント軸として受け入れがちな今日に警鐘を鳴らしているところが意味深い。ここで本論文に苦言を呈するならば複合的なライフスタイル・モデルの実証としてはユナイテッド・アローズ社も阪急メンズ館の分析も不十分である。

いずれにしても、近年に至ってある意味では忘れられていたライフスタイル概念を正面からとりあげ、その本質的意味を含んだモデルを提示し、余り消費者行動研究では取り上げられない規範概念を取り入れたことは評価に値する。本審査会は以上の事柄を踏まえて、本論文が学位請求論文にふさわしいものと判断した。