日本学術振興会に紙媒体で提出する必要はありません。

2版

様　式　Ｆ－７－１

科学研究費助成事業（学術研究助成基金助成金）実施状況報告書（研究実施状況報告書）（令和元年度）

機関番号	３２６０４

所属研究機関名称		大妻女子大学
研究代表者	部局	家政学部
	職	准教授
	氏名	吉井　健

１．研究種目名　若手研究　　２．課題番号　19K13829

３．研究課題名　ショールーマーとリバース・ショールーマーのアパレル商品情報の探索と購買行動の研究

４．補助事業期間　令和元年度～令和３年度

５．研究実績の概要

本研究では、アパレル商品を購買するショールーマーとリバース・ショールーマーの購買行動を解明することを目的とし、以下の3つのテーマにて実証分析を行うことを計画した。（1）研究テーマ１（3年間の継続研究）：アパレル商品を購買するショールーマーとリバース・ショールーマーの行動プロセスと購買行動傾向の研究、（2）研究テーマ2（3年間の継続研究）：対象消費者の満足度を高める情報内容の研究、（3）研究テーマ3（2年目の取り組み）：対象消費者に影響を与えるビジュアル・マーチャンダイジング（VMD）の研究

当該年度においては、既存研究から導出した課題をもとに、研究テーマ１と研究テーマ2に取り組んだ。さらに研究テーマ１では、2つの研究を設定した。第一には、インターネットでのアンケート調査の実施・分析であり、その対象者をショールーミングあるいはリバース・ショールーミング購買した4タイプの消費者（合計944名）とし、2019年11月に実施した。そして第二に、小売店舗における消費者の行動研究を行った。一方、研究テーマ2では、SNS等の外部情報についてのアンケート調査を、研究テーマ１の調査に合わせ、調査対象者も同一として行った。尚、2つの研究テーマ共に仮説を立ててアンケート調査を行い、その結果は主として共分散構造分析の手法にて分析を行った。また購買商品・価格帯、満足するサービス内容、情報内容等の傾向については、集計結果より分析した。

本実証研究により、対象消費者の基本的な情報探索行動や知覚リスク低減行動、そしてライフスタイル志向購買等を含む購買性向等について理解を深めることが出来た。本研究成果は、雑誌論文や複数の学会を通じて発表出来たことにより、消費者行動研究、生活科学研究、マーケティング研究面等への波及的な貢献だけでなく、アパレル小売事業者のマーケティング実務面にも貢献出来たものと言えよう。

６．キーワード

ショールーマー　リバース・ショールーマー　オムニチャネル　アパレル　インターネット　リアル店舗　ネット店舗

７．現在までの進捗状況

区分　（2）おおむね順調に進展している。

理由

当該年度においては、計画通り、研究テーマ１と研究テーマ2に取り組み、調査を実施することが出来た。そして、この研究成果は、査読付き論文2本を含む雑誌論文（合計4本）や複数の学会で発表することが出来た。さらに、当該年度の研究成果は、令和2年度に出されるその他の雑誌論文でも発表する予定である。以上のことから、当該年度の研究は順調に進展していると言える。

８．今後の研究の推進方策

令和2年度においては、本研究で計画している以下の3つのテーマ全てを対象として、実証研究を行う。（1）研究テーマ１： アパレル商品を購買するショールーマーとリバース・ショールーマーの行動プロセスと購買行動傾向の研究、（2）研究テーマ2：対象消費者の満足度を高める情報内容の研究、（3）研究テーマ3：対象消費者に影響を与えるビジュアル・マーチャンダイジング（VMD）の研究

令和2年度の研究全体においては、より精緻なアンケート調査と小売事業者の協力による店舗での調査を中心に進める。しかしながら、新型コロナウィルスの感染拡大防止を目的としたアパレル店舗の閉鎖状況も踏まえ、当初の計画よりも調査活動スケジュールを修正した形で進める。令和2年度の研究成果は、今後の雑誌論文や複数の学会を通じて発表することを計画しており、消費者行動研究、生活科学研究、マーケティング研究面等への貢献だけでなく、アパレル小売事業者のマーケティング施策面にも貢献出来るものと言えよう。

９．次年度使用が生じた理由と使用計画

当該年度の実証研究（研究テーマ１と研究テーマ2）においては、アンケート調査を中心に行った。一方、研究テーマ１の一部である小売店舗での消費者行動調査については、事前調査を綿密に行い、本格調査については、日程の都合上、次年度（令和2年度）に実施することとした。このことから、小売店舗での調査を対象とした人件費・謝金については当該年度では未使用となった。次年度に小売店舗での調査を計画することからも、当該年度で予定していた分については、次年度にて使用をしたいと考えている。また、アンケート調査費用に関しては、アンケートの設問数を絞ったこともあり、予定していた支出額よりも減額となったが、次年度では研究テーマ１から3までの取り組みを計画し、大規模なアンケート調査を実施することからも、当該年度での未使用分については、次年度での使用を計画したい。

１０．研究発表（令和元年度の研究成果）

〔雑誌論文〕　計4件（うち査読付論文　2件／うち国際共著　0件／うちオープンアクセス　3件）

１．著者名 吉井健	４．巻 30
２．論文標題 アパレル商品を購買するマルチチャネルショッパーのリアル店舗内行動の考察 －リアル店舗内での情報への満足感と知覚リスク低減効果への満足感との相関性に関する実証研究－	５．発行年 2020年
３．雑誌名 人間生活文化研究	６．最初と最後の頁 202-232
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 －

１．著者名 吉井健	４．巻 9
２．論文標題 オムニチャネル環境における、アパレル商品を対象とした消費者のライフスタイル志向購買とマーケティング施策の研究	５．発行年 2020年
３．雑誌名 市場創造研究	６．最初と最後の頁 5-22
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 －

日本学術振興会に紙媒体で提出する必要はありません。

2版

1．著者名 吉井健	4．巻 56
2．論文標題 アパレル商品購買に向けた情報探索とネット店舗での購買満足の研究 ―家電商品の購買行動との比較考察―	5．発行年 2020年
3．雑誌名 大妻女子大学家政系研究紀要	6．最初と最後の頁 43－52
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 －

1．著者名 吉井健	4．巻 56
2．論文標題 デジタル環境におけるファッションマーケティングとカスタマイゼーション	5．発行年 2020年
3．雑誌名 大妻女子大学家政系研究紀要	6．最初と最後の頁 53－61
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 －

〔学会発表〕　計3件（うち招待講演　0件／うち国際学会　0件）

1．発表者名 吉井健
2．発表標題 アパレル商品を購買するウェブルーマーの購買性向の研究
3．学会等名 日本衣服学会　第71回（令和元年度）年次大会
4．発表年 2019年

1．発表者名 吉井健
2．発表標題 ビジュアル・マーチャンダイジングへの満足感と効果に関する男女間の差異性の考察－アパレル商品をネット店舗で購買する消費者の行動研究－
3．学会等名 日本家政学会　第72回大会
4．発表年 2020年

１．発表者名 吉井健
２．発表標題 SNSの活用によるアパレル商品の販売促進効果の考察―リアル店舗での購買者を対象とした実証研究―
３．学会等名 日本繊維製品消費科学会 2020年　年次大会
４．発表年 2020年

〔図書〕　計0件

１１．研究成果による産業財産権の出願・取得状況

計0件（うち出願0件／うち取得0件）

１２．科研費を使用して開催した国際研究集会

計0件

１３．本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

－

１４．備考

－