



# 消費者行動のマクロ的構造基底

山下, 貴子

---

(Degree)

博士 (商学)

(Date of Degree)

1998-03-31

(Date of Publication)

2014-02-12

(Resource Type)

doctoral thesis

(Report Number)

甲1793

(JaLCD0I)

<https://doi.org/10.11501/3141136>

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/D1001793>

※ 当コンテンツは神戸大学の学術成果です。無断複製・不正使用等を禁じます。著作権法で認められている範囲内で、適切にご利用ください。



氏名・(本籍)	やま した たか こ 山下貴子	(大阪府)
博士の専攻分野の名称	博士(商学)	
学位記番号	博い第12号	
学位授与の要件	学位規則第4条第1項該当	
学位授与の日付	平成10年3月31日	
学位論文題目	消費者行動のマクロ的構造基底	

審査委員 主査 教授 田村正紀  
教授 吉田順一 教授 得津一郎

### 論文内容の要旨

わが国の人口構成・世代構成は近年、大きく変化してきている。一方で、産業界においては「高齢化・少子化社会」の進行と、それに伴う消費構造の変容は重大な関心事であるにもかかわらず、マクロでみた市場の高齢化や世代の交代がもたらす消費への影響について、その体系的理論枠組みは未だ提示されるに至っていない。

本論文は、時系列上で家計消費行動に変化をあたえる時代要因、世代主の年齢・世代要因を統計的手法で分離し、さらにそれらを消費の背景となる社会的・文化的文脈の中で解釈し、これらの結果を踏まえて少子高齢化社会が進行する中でのマクロレベルの消費者行動の変容を説明するドライバー(推進要因)を解明しようとしている。

近代化が進行してゆく中で、今日の消費社会が高齢化社会と直結してきたとすれば、消費者の年齢、世代性、行動の形態、彼らの生きる背景となる諸制度、経済的・社会的過程、規範体系、技術などの要素を、その要素を部分として含む差異の体系として取り出し、有機的に統合する枠組みを整備し、再構成した上で、少子高齢化社会における消費構造の変化を解明してゆくことには大きい意義がある。

本論文は大きく三章で構成されている。

第一章では、既存の消費者行動研究のうち、時代、世代、年齢に依拠した研究をレビューし、全体論的、通時的な消費者行動研究がきわめて少ないことを指摘している。著者によれば、少子・高齢化社会は、年齢構成のみならず世代構成の偏りの顕在化であると捉えると、インプットされる情報の意味の読みとりがその人のストックされた知識や経験、消費者の目的に依存している。消費行動が生育の場である様々な歴史的、文化的な実践の中で形勢されるとすれば、より全体論的、通時的な消費者行動分析を行うことが、もっとも重要な課題である。

第二章では、ベイズ型コウホート分析法の有効性を確認した後、我が国における世帯主年齢階級別家計消費支出項目(中分類)の、数年時にわたる家計調査年報データを用いて、消費支出を年齢・時代・世代要因による影響に分離し、提示している。『家計調査年報』の消費支出(中分類)金額を用いた実証の結果、一人あたり消費支出を増大させる「世帯人員数の減少」、「有業世帯人員数の増加」

について、世代効果及び年齢効果が大きく影響し、各消費支出項目についても、世帯の高齢化、少子化、世帯主の世代がそれぞれの支出を拡大・縮小させるような影響を与えていることが確認されている。

第三章では、年齢・時代・世代効果によってもたらされた、消費支出の変化のドライバーとは何なのかという問題について、第二章で得られた実章分析結果と定性的方法の相互補完的接近を行っている。二次データやその時代の消費者によって語られたコンテキストより知見を得て、背景となる経済的要因や生活環境要因を、消費者の年齢や世代、時代の区切りごとに共時的な消費体験として抽出し、三効果を顕在化させるドライバーを明らかにしている。

終章で、本論の要約と、今後の研究の課題が示されている。著者によれば、消費行動は体系的選択の蓄積であり、マクロ的な消費者行動の構造基底は、時代効果、年齢効果、世代効果のウエイト変化の集計である。時代的な影響のみならず、少子高齢化に伴う年齢構成、世代構成の変化が消費者の行動の大きなうねりを作り出していることが実証されている。

特に、世代効果について、しかるべき時代に新しい世代層が消費者として加わることが、マクロ的な消費の活力になることを指摘している。すなわち、先行世代を追って上方移動するのではなく、むしろ先行世代の消費の価値観からの離脱、現状への不満解消の回路が新たに構築されることによって、新たな消費の価値観が生まれ、マクロ的な消費構造全体に大きなエネルギーを与える。一方で、既存世代の価値観を持つ人々にも、時代効果及び各々の年齢効果が作用して、消費者行動に大きな可塑性があることが示されている。

## 論文審査の結果の要旨

本論文は、マーケティングの研究領域における、伝統的な消費者行動論や、消費者行動に関する経済理論が、その分析枠組みの制約から十分に検討してこなかった、年齢、世代、時代間を移転する消費者行動の変容についての実証研究である。コーホート分析によって、現実世界の生活体系の中での消費者行動の変化要因を年齢、時代、世代構成の影響と捉えなおし、消費者行動の変化の推進要因を実証的に示している。

この研究によって、少子・高齢化が進行する中で、マクロ的消費者行動の推進要因となる要因を抽出し、三効果の因果的連鎖について、定性的な見通しを建てることに成功している。この点で、既存の消費者行動論を捨象することなく相互に位置づけながら再解釈し、消費者行動の統合理論形成に貢献できる第一歩を記したものと評価できる。

しかし、本論文にも問題がないわけではない。たとえば、理論的サーベイにおいて、コーホート分析による消費者行動研究が従来の消費者行動研究と理論的にどのように関連づけられるかについて、明快な結論が得られているとは言い難い面もある。また、実証的側面から言えば、ベイズ型コーホート分析による推定結果の有効性に関してより一層の洞察が必要であると思われる。しかしながら、これらはあくまで望蜀の感であって、博士論文としての本論文の価値をいささかも傷つけるものではない。

以上の理由から、審査委員は本論文の著者が博士（商学）の学位授与されるに十分な資質を持つものと判断する。