

消費者の購買行動と 心理的／社会的メカニズム

Consumer decision making process



佐々木 壮太郎 SASAKI Sotaro

教授
Professor

専門領域 Areas of expertise

- 消費者行動
Consumer behavior
- マーケティング
Marketing
- 市場の進化／変化
Evolution/change of market

主な担当科目 Subjects

- 観光と心
- 観光とブランド
- 観光マーケティング論

研究活動 Research

わたしたち消費者は、日々たくさんの商品を購入し、消費しています。それらの商品を選んだ理由はいったい何なのか、またその選択の理由はどのように変化していくのか。経営学／商学／心理学の観点から解明に取り組んでいます。

□変化する市場

消費者が商品を選ぶ理由は時代とともに変化します。わかりやすいのは技術的進歩とともにあらわれる変化でしょう。たとえば、携帯電話と SNS を用いて身近な出来事をシェアしていくという文化は、つい最近になって登場しました。しかしこれは電話機やネットワークサービスだけにとどまらず、生活の多くの側面に対して大きな変化をもたらしつつあります。

□消費者と企業の相互作用

スマートフォン、エコカー、旅行のネット予約、などなど。新しく登場してきた商品は、企側業からの提案だけでなく、それを受容する市場側・消費者側が存在して初めて成立します。消費者と企業の相互作用から生まれてきた新しい市場群を詳しく調査し、背景にある心理的／社会的メカニズムについて研究しています。

ゼミ活動 Education

人間の行動に着目し、その購買行動／消費行動／社会行動について、学生間の議論を重視しながら多角的に学んでいきます。

ゼミ活動の前半では、人間の心理や行動、企業のマーケティング行動などについて文献を講読し、基礎となるセンスを身につけます

ゼミ活動の後半は卒業研究へのチャレンジです。卒業研究のテーマは人間の消費生活・社会生活に関わるものから自由に設定し、ゼミでの議論をとおして深く掘り下げていくことを目標とします。

卒業論文／修士論文テーマ Thesis

- 自分を変える「感動」体験：自伝的記憶となる感動体験は自己形成につながるのか
- スポーツから観光行動へ：スポーツファンがもたらすもの
- 観光客によるイノベーション：宇治市を訪れる中国人アニメ聖地巡礼者を事例に
- シェアリングエコノミーに対する消費者の知覚リスクに関する研究

