

## 2021 年度 個人研究実績・成果報告書

2022 年 4 月 24 日

所属	商経学部	職名	教授	氏名	森 久人
研究課題	流通業におけるエシカル商品の市場価値と役割				
研究キーワード	エシカル商品、流通業、ライフスタイル、年齢層	当年度計画に対する達成度	4.当初の計画どおり研究が進まなかった		
関連するSDGs項目	12. つくる責任 つかう責任	該当なし	該当なし	該当なし	
<p>1. 研究成果の概要</p> <p>本研究は、エシカル商品と消費者をつなぐ流通業の役割と姿勢について明らかにしようと試みたものである。これまでのエシカル消費研究の延長として、エシカル商品と消費に関する意識変化の文献レビューを継続して行った。企業のホームページ、報告書、資料を分析し、データ、事例等について整理を行いまとめている。当初予定していたインタビュー調査の実施については、コロナ感染が継続する中で思うように対応できず、十分な結果を残すことができなかった。</p> <p>企業訪問は、海外から日本に進出して成功している流通業を対象として開始した。たとえば、コストコホールセール、イケアなどで海外の商品を多く扱う中でエシカルな商品価値を持つものは何かを検討した。計画では大型流通業のみを対象としていたが、範囲を広げて流通業全般も対象とした。広範囲に流通業を探察するために市川、船橋、幕張地区の商業施設を訪問した。たとえば、ニッケコルトンプラザ、ららぽーと TOKYO-BAY、イオンモールなどの施設内での取組みである。イオンモール幕張新都心は、ショッピングモールの中では最大級で、エシカル商品、環境にやさしい施設としての倫理規範が知られている。大規模小売業および商業施設の訪問を繰り返しながら観察調査を積極的に行った。方法として限界があり確立しているとはいえない観察ではあるが、対象について感覚を研ぎ澄まし記録することで有効であると考えた。調査者が繰り返し参り加記録を収集しすることで、調査者自身の体験データを収集できた。</p> <p>社会貢献やエシカル消費に関心を持つ世代や消費者は着実に増加している。さらに消費者がどのような購買行動をとるかをセグメント別に明確にすることが重要である。1つの消費者の基準になるのが世代別の行動である。実店舗において消費者のエシカル商品に対する行動規範について分析し、世代別の違いを確認した。エシカル消費を受け入れることにより、新しいライフスタイルとして供給者と消費者の関係性が形成されている。商品を購入することで消費者ニーズを満たすことができれば、流通業における価値も変化してくる。流通業はこれまで受け身の立場でエシカル商品の開発や調達活動に関わってきたが、積極的取組む姿勢を示している。エシカル商品が流通プロセスにおいて消費者にポジティブに作用するようになった結果といえる。</p> <p>本研究は、学長プロジェクトに関連した一つの試みとして、エシカル教育と啓蒙を推進する研究と関連として位置づけられる。プロジェクトに関連する研究成果をまとめた書籍『SDGs と大学』にも若干の貢献をすることができた。その他の研究発表は現時点ではされていない。</p> <p>2. 著書・論文・学会発表等（査読の有無及び海外研究機関等の研究者との国際共著論文がある場合は必ず記載）</p> <p>【論文（査読あり）】</p> <p>【著書・論文（査読なし）】</p>					

【学会発表等】

3. 主な経費

マーケティングおよび関連領域の理論や研究手法に関する書籍及び雑誌を購入した。インタビュー調査に関しては近距離の訪問に限定されていたので、当初予定していた交通費等は請求していない。現地訪問における謝礼についても、特に大きな経費は伴っていない。パソコン周辺機器の若干の購入および質的データ分析ツールとして MAXQDA の1年間の利用契約を行った。

4. その他の特筆すべき事項（表彰、研究資金の受入状況等）