

消費者行動研究者が解説。 エシカル消費を促進するためのマーケティング

千葉商科大学ウェブメディア「MIRAI Times」で連載中!

千葉商科大学(学長:原科幸彦)は、「社会の未来を育てる」をコンセプトとしたウェブメディア「MIRAI Times」に、「時代を映す 新しい消費のカタチ～「ボランティア・シンプルシティ」と「エシカル消費」～」と題した連載記事の第4弾を公開しました。

世の中で大量消費が繰り返されるなか、断捨離やミニマリスト、エシカルライフといった言葉が身近になり、人々のモノに対する向き合い方に変化が起っています。消費者行動研究が専門の千葉商科大学大学院政策研究科の大平修司客員教授とともに、今注目を集める2つの新しい消費スタイルについて考察し、「消費」と「サステナビリティ」、そして「幸福感」を両立するためのヒントを探る本連載。第3弾は、ミニマリストとエシカル・コンシューマー、それぞれのスタイルを実践する人々の暮らしぶりを見つめ、消費者のリアルな姿について紹介しました。

【連載第4弾】企業を知る「エシカル消費を促進するためのマーケティング」

「消費」と「サステナビリティ」、そして「幸福感」を両立するヒントを探るため、大平教授と考察してきた2つの消費スタイル「ボランティア・シンプルシティ(＝ミニマリズム)」と「エシカル消費」。連載第4弾では、エシカル・プロダクトに対する消費者ニーズの高まりを受け、今後企業がエシカル市場に参画し、マーケットを活性化させていくためのポイントについて、事例を交えながら考察する。

※記事本文をぜひご覧ください。

https://www.cuc.ac.jp/om_miraitimes/special/u0h4tu0000003985.html



大平修司(おおひら・しゅうじ)

政策研究科客員教授。日本のボランティア・シンプルシティ研究の第一人者。専門はマーケティング、消費者行動論。著書に『消費者と社会的課題』(千倉書房)、『ソーシャル・イノベーションの創出と普及』(NTT 出版)など。普段から積極的に有機野菜や寄附つき商品、コートやジーンズは本当に気に入ったもの、長く使えるものを選ぶようにしている。

「MIRAI Times」では、SDGs 推進に力を入れる本学が、持続可能な社会の未来を育てるために、知りたいこと、知っておいた方がいいことを分かりやすく伝えていきます。

「MIRAI Times」 https://www.cuc.ac.jp/om_miraitimes/

千葉商科大学 MIRAI Times

検索

【報道関係者の皆様へ】

「MIRAI Times」の記事テーマに関する教員や学生へのご取材については
お気軽にお問い合わせください。

【本件に関するお問い合わせ先】 千葉商科大学 経営企画室 広報グループ
TEL: 047-373-9968 / E-mail: p-info@cuc.ac.jp