

環境対応商品の市場性に関する研究

蔡 璧如

本論文は2つの大きな目的がある。第1に、環境意識が消費者の購買行動に及ぼす影響を明らかにすること。第2に、「商品企画七つ道具」を用いる環境対応商品開発の有効性を検証するとともに、環境対応商品の市場性を予測すること。

まず、消費者の態度をAHPで測り、具体的な商品選択行動をコンジョイント分析で把握する。そして、両分析手法の解析結果に基づいて、消費者の総論的な考え方と実際の商品選択行動の相違を比較することによって、環境意識の影響力を測ると同時に、論理的な考え方と具体的な商品選択行動との間にギャップがあるかどうかということも一緒に検証した。さらに、シミュレーションの実施によって有望な環境対応商品コンセプトを探し出し、そのコンセプトの市場潜在力を予測した。

次に、「商品企画七つ道具」の各手法を用い、環境対応型商品の開発すべき方向を明らかにし、消費者に受け入れやすい商品コンセプトを導き出した。またコンジョイント分析の価格変換のシミュレーションを実施することにより、消費者が「環境にやさしい」ために、支払える代価を算出した。