

論文要旨

カプセルトイ購買における感情体験のプロセスが 行動分岐に与える影響

武蔵大学 経営学科 4年

大平ゼミナール 富張そら

近年、カプセルトイ市場は急速に拡大しているが、この成長の背景にはカプセルトイ特有の感情体験や「何が出るかわからない」という不確実性が深く関与していると考えられる。しかし、先行研究では商業施設や店舗空間、ギャンブルといった行動を対象とした感情体験の研究が中心であり、カプセルトイのように購買行為そのものが感情体験となる商品を対象とした実証研究は十分に行われていない。

そこで本研究では、定量分析と定性分析を組み合わせた混合研究法を用いて、カプセルトイ購買における感情体験と購買行動の関係を多角的に検討した。

第一章では、研究の問題意識および研究目的を明確にし、第二章ではカプセルトイの概要と歴史について整理した。第三章では、先行研究の検討を行い、本研究の分析枠組みと仮説を提示した。第四章では、Google formを用いたアンケート調査による定量分析を行い、感情体験、認知的イメージ、関与、買物動機が購買物想起および再購買行動に与える影響を、構造方程式モデリングによって分析した。その結果、ワクワク感や満足感といったプラスの感情体験に加え、悔しさなどのマイナスの感情体験も購買物想起や再購買行動といった購買意思決定に有意な影響を与えることが明らかになった。

第五章ではインタビュー調査による定性分析を行い、購買過程における感情の変化や、感情に基づく行動分岐のプロセスを明らかにした。その結果、望まない結果が出た場合であっても、悔しさが再挑戦や代替的な購買行動を誘発すること、さらに「必ず何かが手に入る」というカプセルトイ特有の低リスク性が感情体験を支える重要な要因であることが示唆された。

第六章では本研究の結果を総括し、本研究の貢献および今後の課題について述べた。以上より、本研究は、カプセルトイ購買において感情体験が再購買行動を中心とした消費者行動を強い影響を与えていることを明らかにするとともに、感情体験型商品の消費行動研究に新たな知見を提供するものである。また、本研究は、購買過程に生じる感情の連続的な変化に着目し、感情体験が行動分岐へと至るプロセスを明らかにした点に特徴がある。