

## 論文要旨

---

消費の積極化要因の解明  
ーペット消費を事例としてー

修士号請求論文

指導教員：新倉 貴士教授

法政大学大学院 経営学研究科 経営学専攻

マーケティングコース

永江 麻希子(11Q5461)

消費全体が低迷する今日でも、趣味やこだわりのある分野には積極的な消費を行い、時間配分や所得配分を優先的に行う消費者行動が顕在している。本研究では、趣味やこだわりのある分野の代表として、近年著しい成長を続けているペット関連市場に注目した。

ペットは欧米を中心に「伴侶動物」と呼ばれており、ペットオーナーのライフスタイルにさまざまな影響を与えている。ペットとの共存は、人生を充実させるという価値観が定着しており、消費面にも大きく反映している。ペットオーナーを対象とした調査では、自分の出費を抑えてもペットへの出費を優先する意識が顕著化しており、不景気といわれて久しい現在でもペット消費が積極的に行われていることを示唆している。

しかしながら、日本における消費者行動の研究領域で、ペットとペットオーナーの関係性に深く言及したものが管見によれば見当たらない。

そこで本研究では、ペット消費を事例に取り上げ、消費の積極化要因を解明することを目的とした。

本研究で得られた知見は以下の2点に集約された。

第一に、ペット消費に積極的なペットオーナーは、利己的な価値、すなわち自己高揚を実現するためにペット消費を行っている。言い換えれば、ペット消費の積極化要因はペットオーナーの自己高揚の実現である。しかしながら、その手段である達成欲求の充足はペットとの共存生活を尊重した利他的行動によるものである。

第二に、価値の実現、欲求の充足への重要性が高いほど、ペットオーナーの持つ諸資源は優先的に配分され、ペット消費は積極化する。

ペット関連市場の成長を支えるペットオーナーの消費者行動に注目したこの研究は、ペットの「家族化」や「擬人化」という意識の高まりだけでは説明ができない領域で、ペット消費の積極化要因を解明した。本研究の成果は、学術的な意義だけでなく、実務に対しても有益な結果を含んでいると考えられる。