

修士論文

指導教授：竹内 淑恵 教授

論文題名：WEB サイトのイメージ形成に掲載製品が与える影響

経営学研究科  
経営学専攻 修士課程  
マーケティングコース  
明石 友宏



## 論文要旨

議題：WEB サイトのイメージ形成に掲載製品が与える影響

修士号請求論文

指導教授：竹内淑恵教授

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

明石 友宏(12Q5452)

インターネットの普及により、WEB サイトを通じて製品を購入することが一般的になり、企業にとって重要な販売チャネルとなっている。製品の購入だけでなく、宿泊やレストランの予約もWEB サイトで行うことも一般化され、WEB サイトは重要な販売チャネルといえる。WEB サイトは情報量の多さが魅力であったが、特定の顧客層をターゲットにするサイトが増加していく傾向がみられ、WEB サイトのブランド・イメージの形成と管理の重要性は高まっていくと考える。

本研究では、宿泊サイトと掲載製品(宿泊施設)の関係に注目して、架空の施設群と宿泊サイトを設定して、掲載パターンごとのイメージと受容価格の変化についてインターネット調査を実施した。

研究から得られた知見は以下の通りである。

- ① 製品がWEB サイトに掲載されると、WEB サイトのイメージが変化する。製品が掲載されることで、製品のイメージが移転して、WEB サイトのイメージも変化する。
- ② サブ・ブランドに親ブランドと異なる製品を厳選して掲載することで、親ブランドと異なるイメージが形成される。
- ③ WEB サイトにイメージが形成されると、掲載される製品に対して、フィードバック効果が働き受容価格に影響を与える。
- ④ 下位ブランドの上方拡張はイメージ・受容価格ともにポジティブな影響を与える。上位ブランドの下方拡張においては、イメージは低下したが、受容価格は上昇した。これは本研究で得られた重要な知見である。比較対象が増えることで、既存製品の価値が高まるローカル・コントラストの影響を受けている可能性を示唆している。

本研究の理論的貢献は、ブランド論におけるブランド拡張の枠組みを基に WEB サイトのイメージ形成に、掲載製品が与える影響を定量的に検証したことであり、実務的貢献は、掲載製品と WEB サイトのイメージを適合させることでイメージの形成と管理が可能であることを明らかにした点で、大きな意義があると考えられる。