

非計画購買行動について

1. 現状

中間発表に向け、様々な文献から各々が興味のある分野を挙げ、現在「非計画購買」について研究をしたいと考えている。今後既存文献にあたり理解を深めていく中で具体的なテーマを固めていきたい。

2. テーマ案

集団性から導かれる非計画購買行動

友人達と行動を共にしている際に、本来自分が意図しなかった商品を購入した経験はないだろうか。例えば生協にお昼の買出しに行った際に、友達が飲み物を買うと、自分もつられて買いたくなるという経験。こうした購買行動は、「誰かと一緒」という条件なしには決して起こらなかったはずである。そこで私たちは、消費者の集団性から導かれる非計画購買行動について検証したい。

レジ付近の商品の非計画購買行動

各小売店にてしばしばみられる販売手法に、レジ付近の商品陳列の工夫がある。安価な菓子や乾電池、たばこなど、様々なものが陳列されている。我々はこれらの商品への明確な購買意図を持って各小売店に来店することは少ない。ではなぜ、レジ付近にて突如として非計画購買が喚起されてしまうのだろうか。我々は購買直前の心理状況やレジ前というポジション、商品カテゴリーや価格という要素が関わりあって非計画購買行動を喚起しているのだと考えている。そこで我々は、レジ付近の商品に対する非計画購買行動の原因として考えられる要素やその相関関係を解明したいと思う。

店内 POP の効果

店内に足を踏み入れて目にした POP に影響されて、計画していた購買を変更してしまった経験はないだろうか。例えば本であったり、飲食物であったり、雑貨であったり。POP はどれだけ消費者の行動を左右する影響力を持っているのか、探していきたい。

3. 今後の展開

テーマを決める際の基準として、

その経験が自分にあり、面白いと思えるか

なぜ?という疑問を掘り下げていくことができるか

の2点を挙げて、日々アンテナを張るという体制はできているため、今後も同様の方針で案の検討を進めていきたいと思う。さらに、この2点に合うものが見つかった際には3人で話し合い、皆の興味に合致するには既存文献を読み、問題意識を深めていけるかどうかさらに検討したい。