

模倣品購買経験者の正規品購買行動

慶應義塾大学商学部小野晃典研究会第9期
 勿本慎弥 高木玲子 渡邊光平

12月10日(土)@学習院大学
 関東十ゼミ討論会にて口頭発表予定



1. 問題意識

偽物製品を再購買



偽物製品を購入して使用した後、偽物製品を再購買する消費者もいれば、正規製品へスイッチする消費者もいる。このような消費者の購買行動の違いはなぜ生じるのだろうか？

正規製品へスイッチ



偽物製品購買経験者

? 偽物製品とは？

正規製品に外見的特徴を似せようと試みた製品であり価格、品質ともに正規製品を下回るものを指す。

Ex)

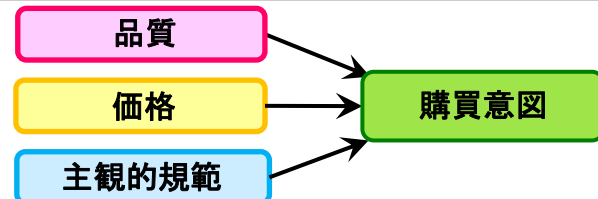


2. 既存研究レビュー

■ 消費者の購買意図規定要因に関する研究

品質・価格・主観的規範が購買意図に影響を及ぼす。

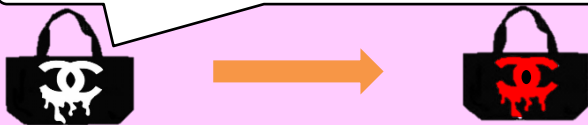
Bagazzi (1982)



【偽物製品研究における購買意図規定要因】

品質

偽物でこれだけ品質が高いなら、次も偽物を買おう！



偽物製品の品質が高ければ偽物製品を再度購買する。
Zaichkowsky & Simpson (1996)

偽物でこれだけ品質が高いなら、本物の品質も高いだろう。だから次は本物を買おう！



偽物製品で品質を確かめてから正規製品を購買する。
Yoo & Lee (2009)

どちらも消費者は偽物製品の品質を高いと評価しているのに、その後の購買行動が異なる!!

価格



偽物製品の購買において主要な評価基準は価格である。

Phau & Prendergast (1998)

主観的規範

購買に際して、周囲の人々の目を気にすること。

cf. Ajzen & Fishbein (1980)

あの子、偽物持ってる！

偽物を持つのはやめよう。

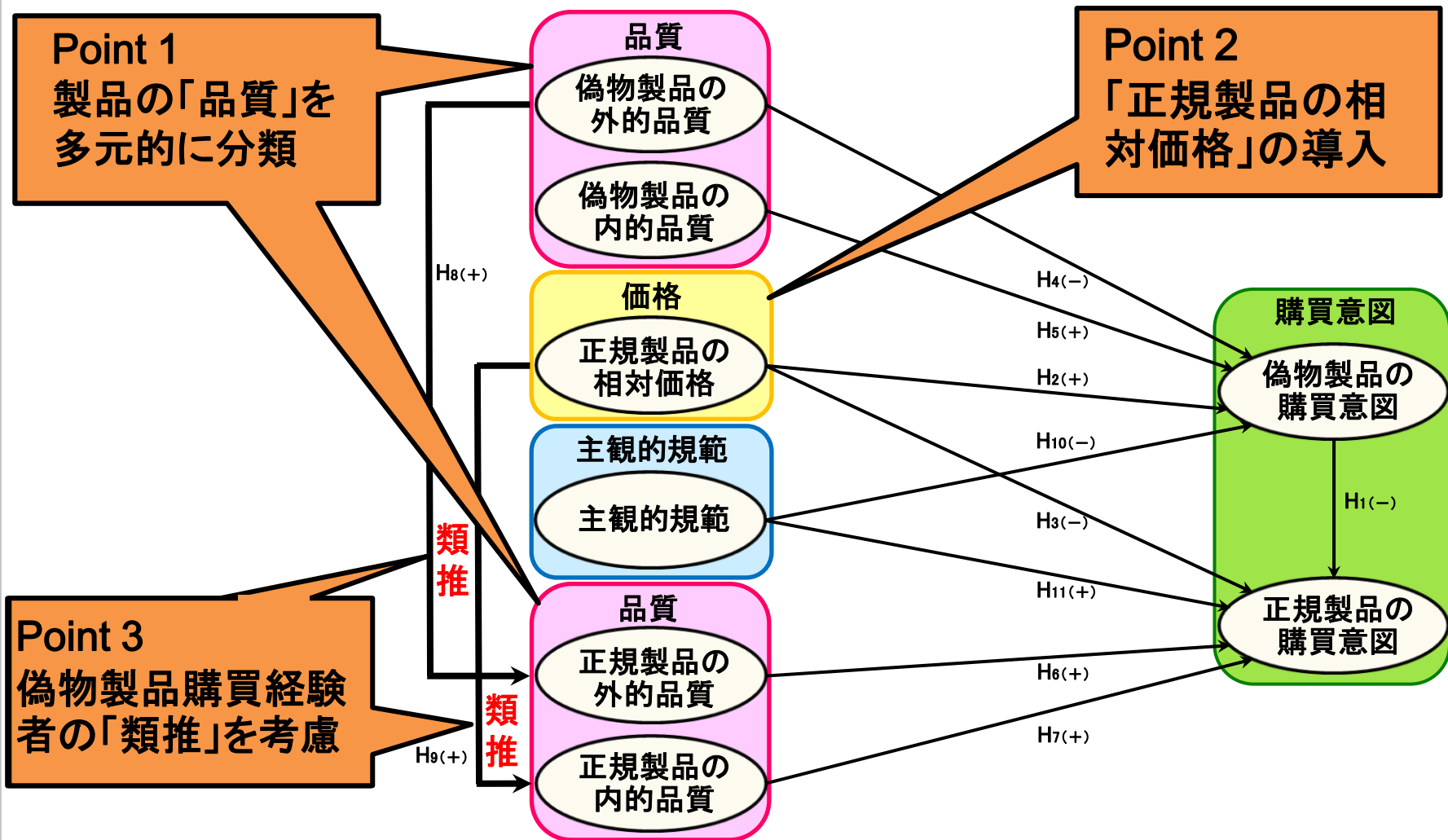
主観的規範は正規製品と偽物製品の購買意図に影響を及ぼす。

Penz & Stöttinger (2005)

偽物製品と正規製品の「品質」を一元的に捉えていることが、品質に関する既存研究間に矛盾を生じさせているのではないか。

3. 仮説の提唱(1)

【偽物製品購買経験者正規製品購買意図モデル】



3. 仮説の提唱(2)

■Point 1 製品の「品質」を多角的に分類

「外的品質」

偽物製品が正規製品を巧妙に模倣することに成功している製品部位の品質。

例: ロゴ



偽物製品

正規製品

「内的品質」

偽物製品が低価格性を実現する上で正規製品を模倣していない製品部位の品質。

例: 駆動方式



偽物製品

正規製品

&

■Point 2 「正規製品の相対価格」の導入

既存研究では、消費者は製品の価格を絶対値として捉えて購買するとしていた。しかし、偽物製品を購買する際、消費者は正規製品の価格と比較するだろう。



偽物製品

正規製品

■Point 3 偽物製品購買経験者の「類推」を考慮

消費者は偽物製品の購買経験から、正規製品の品質を類推するのではないか。

偽物製品の外的品質が高い場合、消費者は正規製品の外的品質も高いと類推する。



偽物製品

正規製品

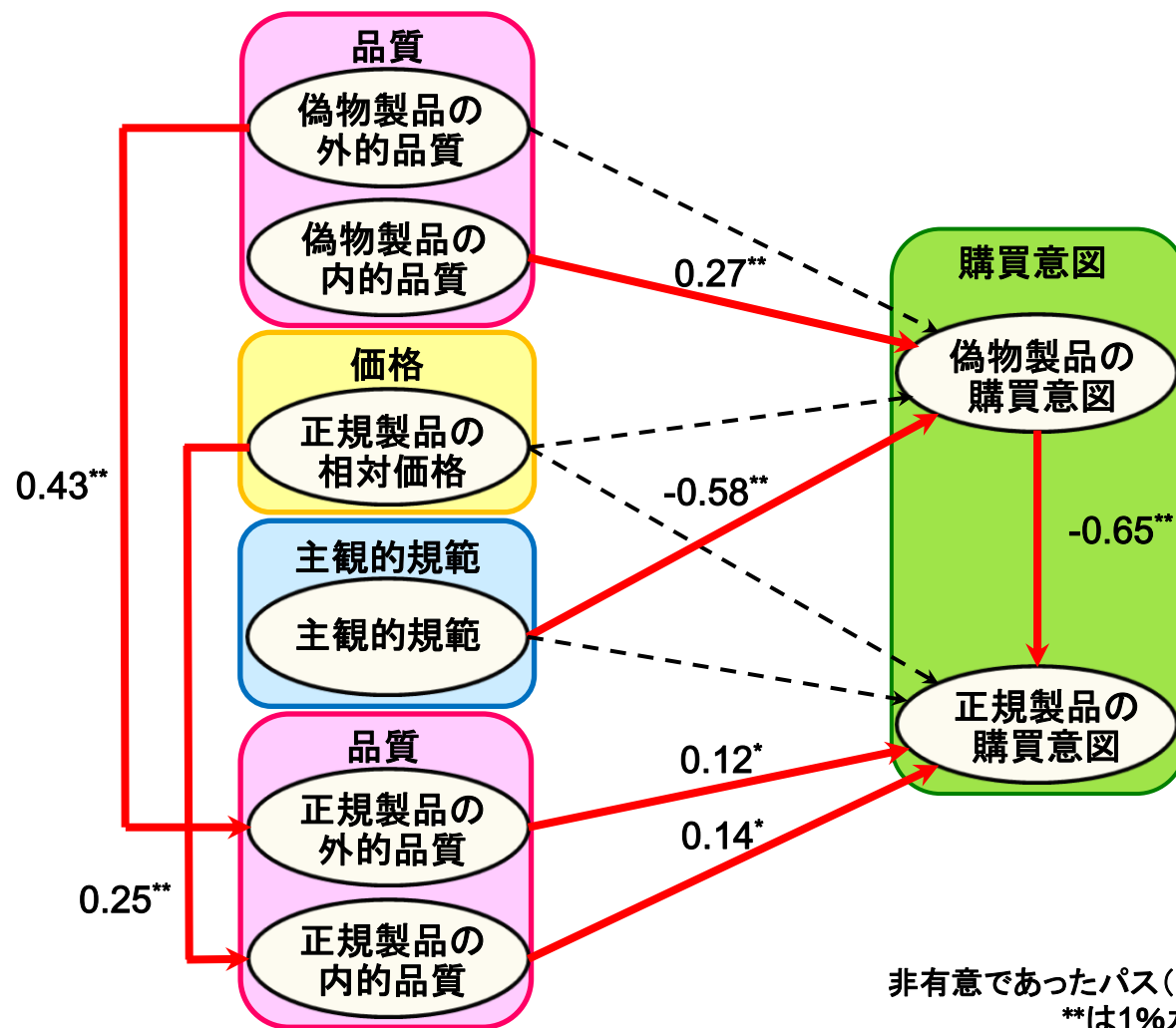
正規製品は偽物製品より高価格であるということから、消費者は正規製品の内的品質を高いと類推する。



偽物製品

正規製品

4. 分析結果(共分散構造分析)



χ^2 値	186.52
$\chi^2 / d.f.$	2.05
GFI	0.91
AGFI	0.86
RMSEA	0.07

非有意であったパス(破線)を除去したのちに、推定を行った。
 ** は1%水準で有意、 * は5%水準で有意。n=224

5. 考察

■ 考察

偽物製品の
内的品質 (+) → 偽物製品の
購買意図 (-) → 正規製品の
購買意図

偽物製品にしかない部分の品質が高い場合、消費者は偽物製品を購買しようとし、正規製品は購買しようとなし。



偽物製品の
外的品質 (+) → 正規製品の
外的品質 (+) → 正規製品の
購買意図

偽物製品の正規製品に似ている部分の品質が高い場合、消費者は正規製品の品質も高いと類推し、正規製品を購買しようとする。



正規製品の
相対価格 (+) → 正規製品の
内的品質 (+) → 正規製品の
購買意図

正規製品が偽物製品に比べて高価格である場合、消費者は正規製品にしかない部分の品質を高いと類推し、正規製品を購買しようとする。



主観的規範 (-) → 偽物製品の
購買意図 (-) → 正規製品の
購買意図

周囲の人々の目を気にする場合、消費者は偽物製品ではなく正規製品を購買しようとする。



6. 含意

■学術的含意

矛盾した
既存研究

偽物製品を購入／経験すると
正規製品を購入しない。

Zaichkowsky & Simpson(1996)

偽物製品を購入／経験することで
正規製品を購入する。

Yoo & Lee(2009)

本論

偽物製品の内的品質を高く評価した消費者は偽物製品を再購買し、偽物製品の外的品質を高く評価した消費者は正規製品へスイッチするということを論じることで、既存研究間に矛盾が生じる理由を解明した。

■実務的含意

劣悪な偽物は市場から
排除すべき！

自社製品の
評判を落とされて
たまるか！



劣悪な偽物



正規製品の企業

巧妙に模倣している偽
物は市場から排除す
べきではない！



偽物製品

正規製品

質の高い偽物なら
結果的に自社製品の
利益に繋がるからOK！



正規製品の企業

偽物に模倣されない
くらい品質の高い正規
製品をつくるべき！



正規製品



偽物業者

品質が高すぎて
模倣できない！

正規製品は価格に見合う
品質を内含していることを
消費者にアピールすべき！

正規製品
30万円



高価格な分、
高品質なんだぜ！



正規製品の企業