

西日本インカレ（合同研究会）2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報に記載しないでください。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ）カンセイガクインダイガク	フリガナ）ショウガクブ	フリガナ）スナガ ヲトム ゼミ
関西学院大学	商学部	須永 努 ゼミ

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）ツトムキョウジュノヨコノデシ	フリガナ）ラムスデン チャーリー	4	無
ツトム教授の4人の弟子	ラムスデン チャーリー		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール（具体的に使用するツールを明記してください）

研究テーマ（発表タイトル）

父子関係が消費に及ぼす影響

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

我々は消費行動における同伴者の影響を最初のテーマに掲げていたところ、家族との消費行動が一番の満足度を与えると分かった。しかしその中で母子間の消費行動が多かったことに対し、父親が家族との間に溝があることも分かった。家族の仲のよさが消費行動に影響を与えることから、本研究では社会的に加え、マーケティングの観点から、家族仲を良好にすることによる社会的・経済的活性化を目的とする。特に先行研究が少なく、改善の余地のある父子関係に注力して研究を行った。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

近年「ままも族」など、娘と母親で消費を共有する“母娘消費”が増加している。また息子と母親も同様に、互いの文化を学びあいながら消費を行うなど、境界が以前よりも薄れてきていると言われている。このように現代の若者は母親と買い物に行くことに抵抗がなくなっている。しかし、父親と子供の消費についてはまだまだ研究がされていない。特に、私たちの世代とその父親をつなぐ消費は少なく、そこにマーケットの余地があると考えられる。

3. 研究テーマの課題

父子関係は、母子関係に比べて関係性が希薄だと言われている。その影響もあり母子消費が活発化されている一方で、父子消費は活発化されているとは言えない。よって父子関係の改善により父子消費を増加させることを本研究テーマの課題とする。先行研究から娘は父親を母の目を通して評価する、すなわち父に対する母の評価と似た評価をされるとされており、それが息子にも当てはまるのか、それを駆使して父子関係の改善が見込めるのかを研究を通して見ていく。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

我々は研究結果から、父子関係を良好にする策として「父に対する母の評価をあげる消費行動」→「夫婦関係の良化」→「父子関係の良化」→そしてさらなる消費行動というサイクルを生み出すことにより父子関係及び家族関係の良化、消費行動の促進につながると考えた。

そしてそのサイクルを生み出すためのビジネスプランとしてまずはターゲット、タイミングのはっきりしている「母の日のプレゼント市場」に提案できるものを思案した。内容としては“お父さんと子供でお母さんに感謝を伝えよう”というキャンペーン名目で「母の日のプレゼント市場」に妻にプレゼントする夫としての父親を巻き込む。そのプランにサイクルを当てはめることでテーマ課題の解決が期待できる。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

調査期間 2017年10月13日～10月27日

調査対象 大学生の子供とその父親 103組（娘 54名、息子 49名）

調査方法 インターネット調査

標本抽出法 便宜サンプリング

調査内容 父子関係について

<質問内容>

* 父親へ

- ・お子様との関係に満足していますか
- ・もっとお子様と仲良くなりたいですか、など

* 子供へ

- ・父親に対する母親の評価は高いと思いますか
- ・父親と仲がいいですか
- ・父親と二人で出かけることはありますか、など

6. 結果や今後の取り組み

アンケート調査の結果、娘だけではなく息子も「父親に対する母親の評価の高さ」と「父親と子供の仲の良さ」に相関関係が見られた。つまり娘だけではなく息子も、父親との関係は、夫婦関係に左右される傾向があることが分かった。

また、「父親に対する母親の評価の高さ」と「父親との外出度の高さ」にも娘と息子共に相関があることが分かった。このことから、父親に対する母親の評価が高いほど、子供は父親と共に外出する傾向があることが分かった。

以上のアンケート結果より、まず父に対する母の評価をあげる消費行動を行い、夫婦関係の良化を図る。そして、夫婦関係の良化に伴い父子関係が良化し、さらなる消費行動を促すというサイクルを生み出すことができると考えた。このサイクルを生み出す具体的な取り組みとして、我々は「母の日のプレゼント」を提案する。妻にプレゼントをする夫として父親が子どもと一緒に母の日にプレゼントを送ることによって、夫婦関係と父子関係の良化、さらに父子消費の促進が期待できる。この「母の日のプレゼント」を父子消費の第一歩とし、その後食事や娯楽の父子消費も促すことが出来るのではないだろうか。

7. 参考文献

- ・石井秀夫『家族と子育て社会学』千代田出版、2008年
- ・「父親の子育てによる父子関係への影響」（永井暁子,2004,季刊家計経済研究,2004）

- 信田さよ子『一卵性母娘(おやこ)な関係』主婦の友社、1997年
- 増田智恵 浅井彩加 「母と娘の家族関係から見るファッション観の形成分類」
- 山岡拓『父子消費』日本経済新聞出版社、2007年
- 日経消費インサイト「学びあい」で盛り上がる母息子消費—一緒に外出で盛り上がり、モノもコトも「共有」—
- マイナビウーマン(2013.7.16)<https://woman.mynavi.jp/article/130716-042/> (2017.6.5)
- 「娘の父親に対する評価に関する研究」(下茂郁佳・桂田恵美子,2015,関西学院大学心理科学研究,2015)
- 「妻 59.5%が夫から母の日ギフトを「もらいたい」-欲しいのは花ではなく……?」
<http://news.mynavi.jp/news/2013/04/14/002/> (2017. 11.9)
- 「父は母よりも影が薄いのか。みんな「父親」の事どう思ってる？」
<http://www.macromill.com/honote/20160517/report.html> (2017.10.26)

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、翌年3月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の(過去に他誌・HPなどに発表されていない)ものに限り、ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経BP社・日経BPマーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先(使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など)を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※プレゼンツールを使用する場合は、必ず使用するツール名をご記入ください。企画シートにご記入が無い場合は、発表当日の使用はできません。あらかじめご了承ください。

↑ここまでを4ページ以内に収めて、提出してください↑