

マーケティング研究という名の免罪符

商学部 教授 清水聰

私の研究領域はマーケティング、その中でも消費者の買い物や消費行動を研究する「消費者行動論」を専門としています。マーケティングに興味を持つたきつかけの一つに、湘南で食べたハンバーグ定食が、普段日吉裏（ひょうら・日吉駅の慶應とは反対側のことを指す慶應用語）で食べるそれよりもおいしいのはなぜか、を考えたことが挙げられます。学生時代に日吉で運悪く（？）土曜日2限に必修科目があつた私は、友人と「午後は湘南！」をモチベーションに、何とか授業に出席していました。授業の後、その友人の車内でザザンや大瀧詠一を聴きながら湘南のファミレスに赴き、海を観ながら食べたハンバーグ定食がすこぶるおいしかったのを覚えています。週末に、友人とお気に入りの音楽を聴きながらドライブし、眺めのいい場所で食事をすれば、普段の食事もおいしく感じる。マーケティングの要素がいっぱい詰まつたこの経験が、今日の自分の基礎になるとは、その時は夢にも思いませんでした。

そんなきっかけでこの世界に足を踏み入れた私が、数あるマーケティング研究の中で「消費者行動論」を専攻したのは、ある意味必然だったのかもしれません。消費者の買い物や消費行動は、その人の経済的要因や価値観だけではなく、買い物する際の雰囲気、SNSの情報などの要因に左右されます。研究のゴールは、消費者の行動を正確に予測し企業のマーケティング活動に生かすことです。そのため、普段は机に向かって消費者に関する各種データや文献と格闘している私ですが、研究に詰まつたときは、ふらつと近隣の繁華街やアウトレットモールに車を走らせ、自ら消費者の立場を実践しています。他人から見れば「レジャーワーク」ですが、私にとってはれっきとした「研究活動」。「マーケティング研究」という名の免罪符のお陰で、気持ちよく買い物をしています。ちなみに日吉の当該科目は、ハンバーグ定食のお陰もあり、無事、単位取得ができました。当時は土曜日の必修科目を恨みましたが、今となつてはいい思い出です。



今でも時々食べたりなります



買い物もしていますが研究成果も出しています

談話室

教員によるエッセイコーナー