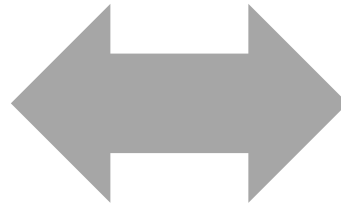


レトロ製品における 『不便価値』の検討

古谷 奈菜 (株)小田急エージェンシー データアナリスト)
田村 高志 (株)小田急エージェンシー プランニング部長)
増田 光一郎 (株)小田急エージェンシー プランナー)
田中 咲 (株)小田急エージェンシー プランナー)
水師 裕 (株)クロス・マーケティング / 筑波大学大学院)

■「不便価値」とは

近年、製品に求められること…
デジタル化・
効率性



敢えて機能が劣り、
不便な製品が
人気になることも

“不便だからこそ”魅力を感じる製品がある！
＝「不便価値」の存在を仮定。

システム工学の分野では、「不便益」として製品に不便さをどう取り込むのかについての研究がなされており、製品設計・デザインへの活用が検討されている。



「不便」に対する消費者意識を紐解くことで、
マーケティングにも活かさないでしょうか？



＜フィルムカメラ＞

写真を撮るには、手軽さならスマートフォン、画質や設定などの機能面なら一眼レフ、デジタルカメラがあるにも関わらず、フィルムカメラが選好される場合がある。



＜アナログレコード＞

音楽を手軽に聞くには、音楽プレーヤーやスマートフォンがあるが、敢えて不便なアナログレコードが選好される場合がある。

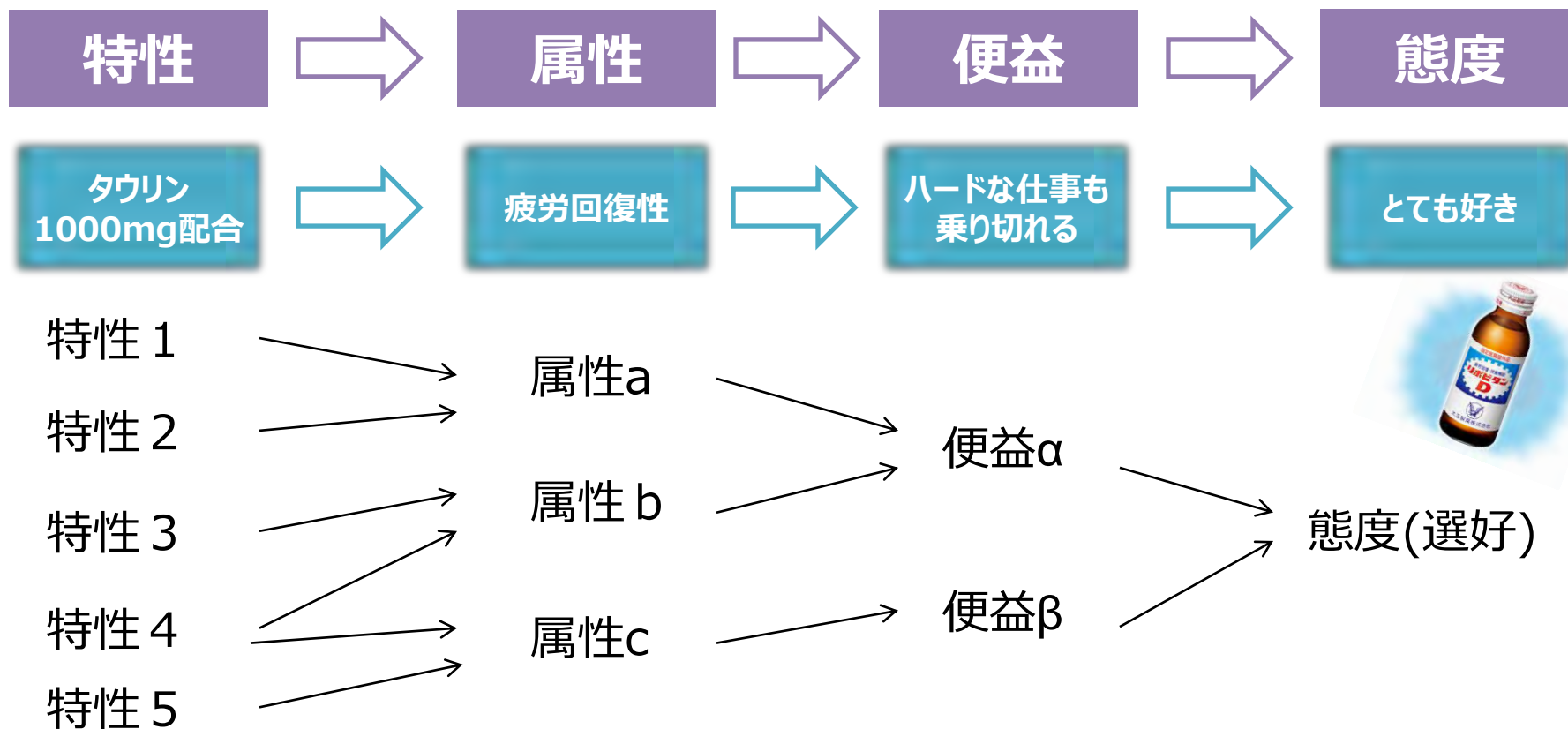
消費者行動研究では、ノスタルジアが指摘されるが、本研究では、「不便であること」に焦点を当て、その価値構造を明らかにし、レトロ製品の消費者行動に関する新たな理解とマーケティング施策への示唆を提供したい。

なぜ、不便なはずのレトロ製品が選好されることがあるのか？



本研究では、製品に対する情報処理プロセスである
「知覚符号化理論」を起点に、
「不便価値」の価値構造を明らかにしたい。

➤ 消費者は、製品の特性や属性レベルでの知覚符号化を経て、対象製品への選好を形成する。



※特性：製品の組成・構造・機能に関して客観的に測定可能な特性に関する情報。

属性：当該製品が消費者のニーズを充足できるか否かについての主観的な判断(あるいは信念)のこと。

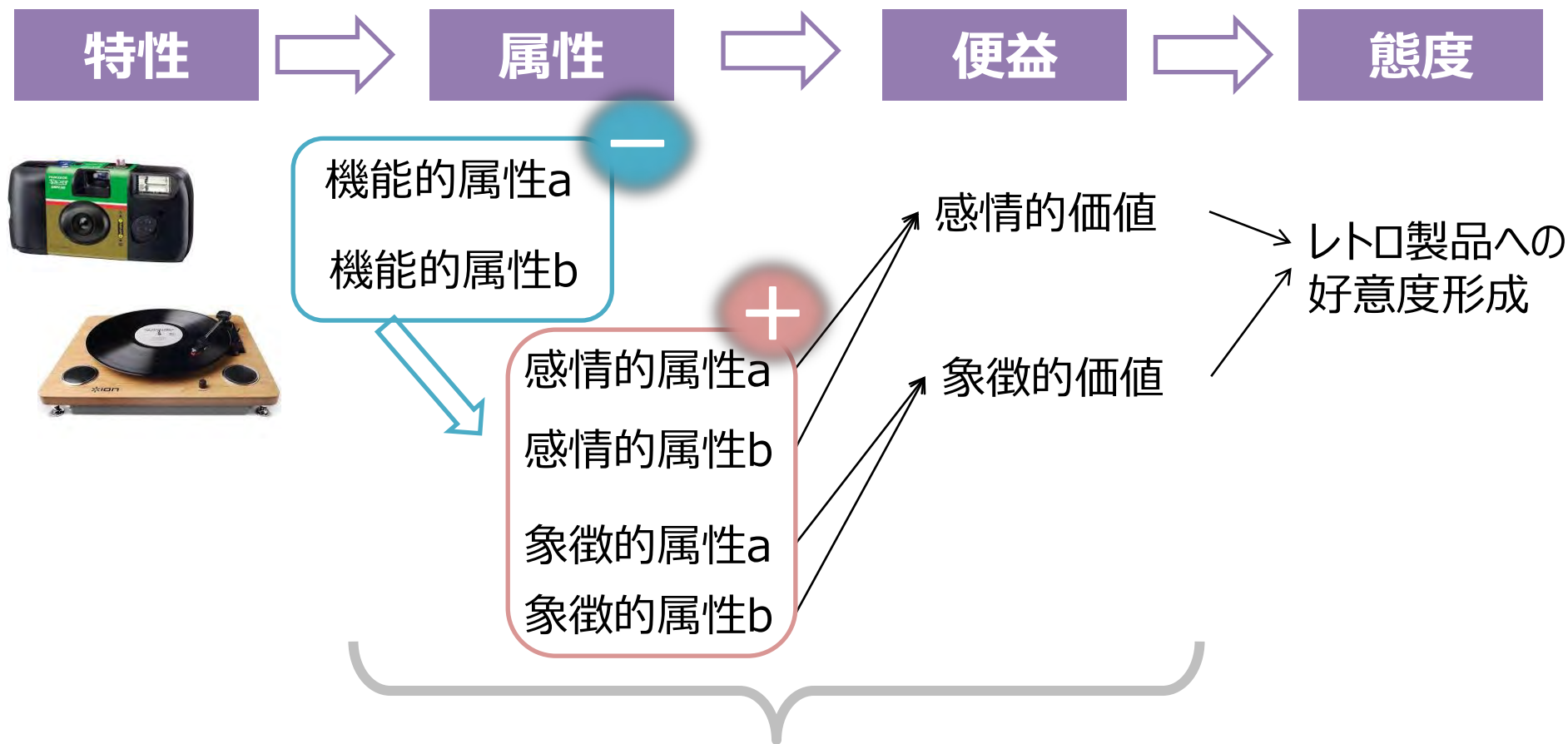
便益：消費者が製品やブランドに付与する個人的な意味や価値についての情報。

態度：ブランドに対する全体的な評価。

参照元：青木(2010)『消費者行動の知識』, 日本経済新聞出版社, p169-170

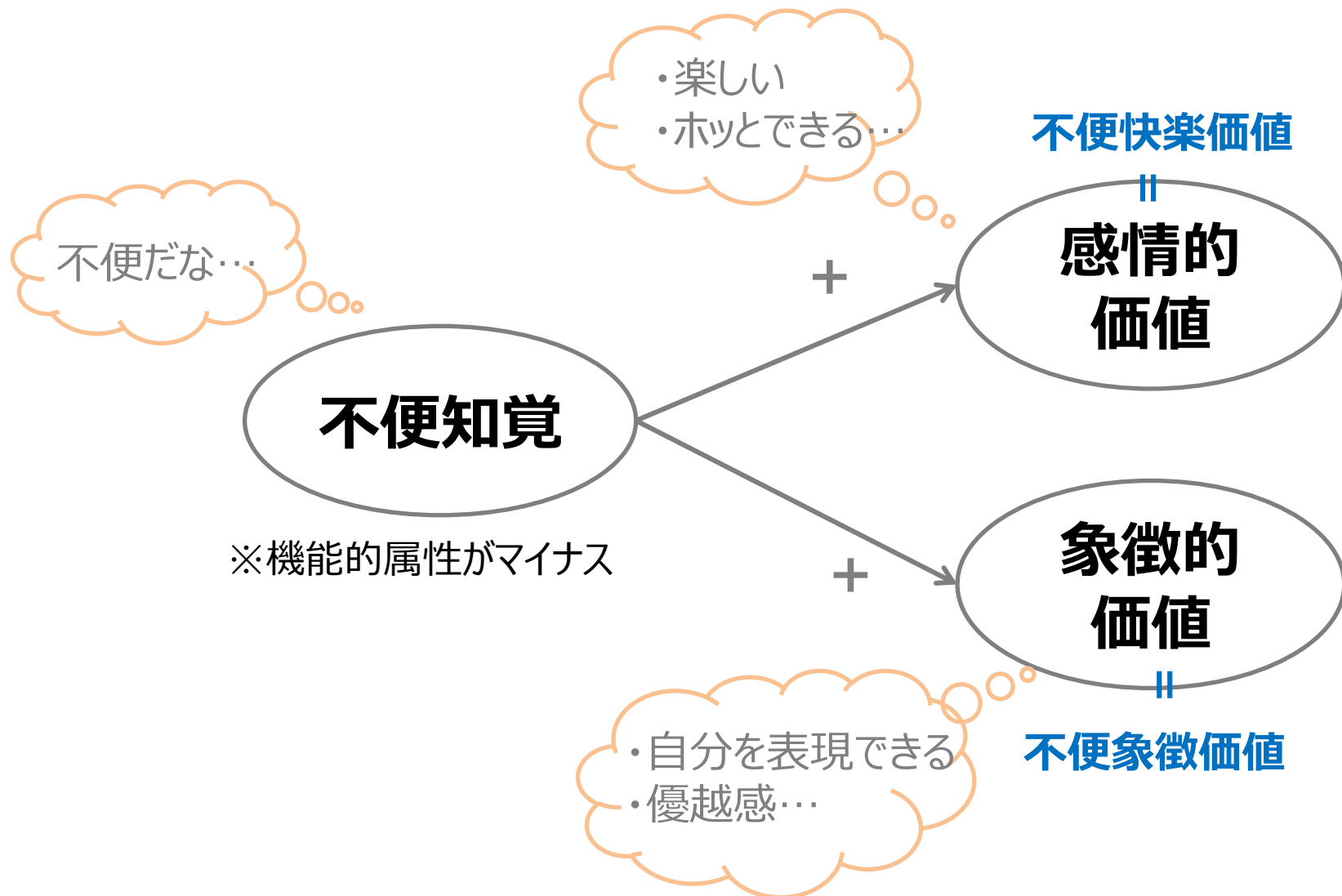
■ 知覚符号化理論

- レトロ製品を知覚符号化理論に当てはめると…
- 機能的属性の評価がネガティブだからこそ、感情的もしくは象徴的属性の評価がポジティブに価値形成された結果として、レトロ製品へのポジティブな選好が形成されると仮定。



■「不便価値」の価値構造

➤ 不便価値には、「不便**快樂**価値」と「不便**象徴**価値」があるのではないかと



STEP1 : “レトロ製品”を対象とした『不便価値』の存在立証、
価値構造を明らかにする

⇒レトロ製品の消費者行動に関する新たな理解と
マーケティング施策への示唆

本研究



STEP2 : レトロ製品に限定しない対象における『不便価値』での適用検証

▼例えばこんなことも不便価値ではないか…？

- ・バス旅(電車・新幹線を使って効率的に巡ることができるのに…)
- ・土鍋でご飯を炊く(炊飯器で速く美味しく炊くことができるのに…)
- ・古民家体験(キレイで便利な場所が他にあるのに…)

⇒これらのように“レトロ”や“製品”以外の対象において不便価値の
構造を明らかとし、消費者行動の新たな理解とマーケティング施策
への示唆に繋げていきたい。



■ 本研究を進めることで…

STEP2について例えば…

「観光マーケティング」にも不便価値を活用できるのではないか。

最近よく見られる観光体験…【 特定スポット検索型 】【 合理・効率的 】

SNS等による情報検索・拡散が進むことに伴い、「事前検索→検索されたスポットに行く」ということが多くなっており、**効率性・合理性に重きを置いた行動**がよく見られる。これは、その時々**は**楽しみ、感情の高ぶりが見られたとしても、特定スポットにおける**瞬間的な感情**であり、観光地としての愛着は生まれていないのではないか。



不便価値による体験によって、持続的な観光活性化ができるのではないか？

本来、観光の楽しみ方とは、想定外の発見・出会いといった**新奇性と偶発性**である。これは合理的ではなく、いわば不便かもしれないが、新奇性と偶発性こそがエピソードとなり、**その土地に対する愛着形成**に繋がり、**持続的な観光活性化**となるのではないか。

⇒仮説検証として、例えば上記の2パターンでのモニターツアーを検討。



不便価値

不便快楽価値

不便象徴価値

面倒価値

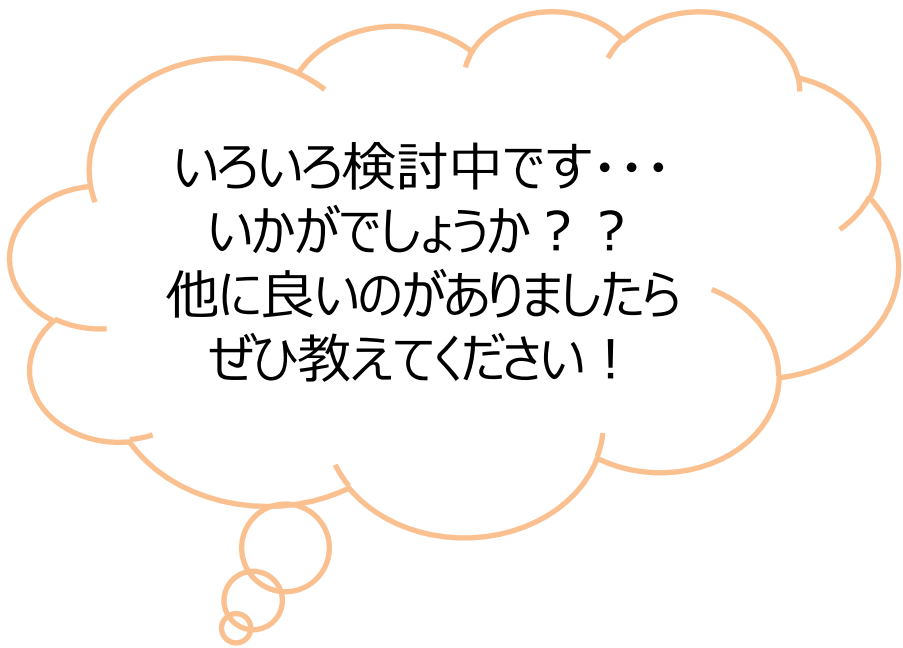
非効率価値

非合理価値

プロセス価値

ローテク価値

ブサカワ価値(機能がマイナスでも良い感情が生まれるという意味で…)



いろいろ検討中です…
いかがでしょうか？
他に良いのがありましたら
ぜひ教えてください！