

オールセッション — 要約

マーケット・シェイピング活動と 市場エコシステム

— クウェートにおける日本ポップカルチャー市場の事例 —

神戸大学大学院 博士後期課程

Hesham Najem

神戸大学大学院 経営学研究科

吉田 満梨

キーワード

マーケット・シェイピング, 可塑性, 日本料理市場, 日本ポップカルチャー市場, アニメ

本研究では、市場の可塑性（plasticity）を前提に、市場アクターの相互作用から市場が形成されるプロセスを、マーケット・シェイピング（market-shaping）の先行研究に依拠して議論する。パイロット的な事例研究として、クウェートにおける日本ポップカルチャー市場ならびに、その下位市場としての日本料理市場の分析を行った。はじめにクウェートにおけるそれぞれの市場の歴史的経緯と特徴とを概観した上で、企業と消費者の双方に対するインタビュー調査、ならびに消費者に対する質問票調査を実施した。データ分析の結果から、アニメが日本のポップカルチャー全体、ならびに日本料理の市場のいずれに対しても触媒（market catalyst）の役割を果たしていることが明らかになった。さらに特定の下位市場のマーケット・シェイピングに対して、別の下位市場が触媒として重要な影響を及ぼしている関係、さらには、市場ビジョンに関しては競合するような下位市場の形成が全体市場を繁栄させている関係が示唆された。