

私が書いた本

～今回は経営学部の辻幸恵助教授の本を紹介～

テーマは

男子大学生とファッション



『流行とブランド』 白桃書房
辻幸恵・田中健一【著】
請求記号：675/TSU

【著者紹介】

辻 幸恵 (つじ ゆきえ)
現 在 追手門学院大学経営学部助教授

田中 健一 (たなか けんいち)
2003年 追手門学院大学経営学部非常勤講師
現 在 リサイクル文化社・大阪本社勤務

本書は前半と後半からなる。前半は辻が担当しており、男子大学生が流行に対して、どんな期待をしているのか、誰にすすめられたら買ってしまうのかということ調査結果からまとめている。後半は田中が顧客満足やブランドについてまとめている。

前半について言えば、たとえば、流行に関心のある男子大学生は、流行に関心のない男子大学生よりも、こづかいが豊富であるとか、インターネットなど情報に対しても敏感であるということがわかった。また、ブランドのことも結構よく知っていることや、友人や店員より、恋人に衣服などをすすめられたら、買ってしまうこともわかった。

流行とひとくちに言っても、パソコン、DVD、アイポッド、デジカメをはじめとする機材系、ファッションを代表とする衣服、鞆など、それから日常的に必要な食料や飲料というふうに、分類によって流行の仕方も異なるし、それらを受け入れる方の気持ちも異なる。つまり、衣服の流行と食の流行に対する気持ちが同じであることはありえない。そして気持ちだけではなく選ぶときの基準も異なっている。同様に新製品に対するアプローチも異なるはずであ

る。たとえば、飲み物が新発売されていたとしたら、「へえーこんなものもあるんだ。飲んでみようかな」という軽い気持ちで150円くらいならチャレンジできる。しかし、これが衣服だとそうも簡単にはいかない。Tシャツくらいならば、値段も安くてすむかもしれないが、スーツやズボンになるとそこそこの値段になってくる。店員にすすめられて買ってはみたが、周囲から似合わないよ、なんて言われるとひどく不快になるかもしれない。流行に関しても新製品に関してもそこに生じる受け入れ態勢は異なる。これを購入心理という。

さて、後半は経営学部ならよく聞く顧客満足(6章)やブランド(7章)の話が中心である。人・物・金といった経営の3原則から、そこに入ってもおかしくないほど、重要なブランドについて、カネボウなどよくきく企業を例示してまとめている。おもしろいのはブランドの組み合わせとブランド階層の構造である。これは企業ブランドと個別ブランドを組み合わせ、いかに消費者に商品をアピールするかという話である。例としてポカリスエットやアクエリアスが挙げられている。最後にはブランド評価ということが書かれてある。現状はどうなのか、今後、ブランドはどのくらいの価値があるのかという話である。ブランドは他社の商品と自社との「違い」のため、「区別する」ために構築されるものである。ブランドという4文字の中には、強烈に自己主張がつまってるから、そんな目でこの本の後半は読めば、新しい発見になるはずである。

(経営学部助教授 辻幸恵)

～その他の辻助教授の著作～

流行と日本人



(675.2/TSU)

ブランドと日本人



(589/IDE)

* 紹介した本は展示コーナーにあります