

# 現代消費への省察

～ラグジュアリー・所有・インターネット～

## Insights into Modern Consumption: Luxury, Property and the Internet

今日の企業経営にとって、最終購買者である消費者と強力な関係を構築することが重要であることは、いまさら言うまでもありません。しかし、一方でインターネットなどの情報技術の発達や流通・商品の革新により、消費者行動を理解することは以前にも増して困難になってきています。

今回のシンポジウムは、カナダのヨーク大学ビジネススクール、ラッセル・W・ベルク教授が、法政大学経営学部スタッフとの共同研究の一環として来日されるのを機に企画されました。ベルク教授は、北米における消費者行動研究のトップリーダーの一人です。1989年から1991年には、消費者行動研究での第一級ジャーナルである *Journal of Consumer Research* からベスト・アティクル(最優秀論文賞)を受賞し、1993年以降は何度もベスト・レビュー賞を受賞しています。1994年から現在に至るまで、消費者研究学会(ACR)フェロー(名誉会員)、2004年にはアメリカマーケティング学会(AMA)のポール・コンバース賞、2005年には *Journal of Consumer Research* から、ベルク教授の長期的な貢献に対してシエス財団賞が贈られています。ベルク教授の多岐に渡る研究業績の中でも、所有・贈答(ギフト)・収集(コレクション)・物質主義(マテリアリズム)に関する研究はことに重要なものです。方法論についても、ビデオグラフィーという手法によって、消費者行動研究の新たな可能性を飛躍的に高めています。

セカンドライフをはじめとするインターネット公共空間に、リアルマーケティング企業が続々進出しています。また、多くの消費者がこのような空間において新しい消費行動を開始しています。このような動きはマーケティングにどのような影響を与えるのでしょうか? 今回のシンポジウムでは、高度化社会における現代的消費者行動に焦点をあわせ、いくつかの具体的な消費現象を取り上げ、アカデミックと実務、それぞれの側面から追求します。

### プログラム

■14:00～15:00 【報告1】 **ラグジュアリー消費とは何か? ～ニューヨーク、フィレンツェ、および東京の消費者調査から～**  
**Luxury Dimensions: How US, Italy and Japanese Consumers Perceive Luxury?**

きむらじゆんこ

木村純子(法政大学経営学部准教授)

〈Junko Kimura, Associate Professor, Faculty of Business Administration, Hosei University〉

たなか ひろし

田中 洋(法政大学経営学部教授)

〈Hiroshi Tanaka, Professor, Faculty of Business Administration, Hosei University〉

■15:00～16:00 【報告2】 **ラグジュアリーブランドのマーケティング**  
**Marketing Luxury Brands**

たかはしかつり

高橋克典氏(株式会社カッシーナ・イクスシー代表取締役社長)

〈Katsunori Takahashi, CEO, CASSINA IXC. Ltd.〉

■16:00～16:15 《休憩》

■16:15～18:00 【報告3】 **インターネット公共空間におけるブランドと所有**  
**Brands, Property, and the Internet: Fencing and Farming the Internet Commons**

日本語同時通訳あり

ラッセル・W・ベルク氏(ヨーク大学ビジネススクール教授)

〈Russell W. Belk, Kraft Foods Canada Chair of Marketing at the Schulich School of Business at York University〉

●日時 2007年 **8月31日**(金) **14:00～18:00**

●会場 **法政大学市ヶ谷キャンパス(富士見校舎) ボアソナード・タワー26階 スカイホール**

■主催: 法政大学経営学会  
 法政大学イノベーション・マネジメント研究センター  
 ■協賛: 株式会社 サイマル・インターナショナル

