

研究計画書

<b>ゼミ名</b>	筒井ゼミ II	<b>チーム名</b>	DIO
<b>タイトル</b>	ブランド品には本当に価値があるのか?		
<b>テーマ群</b>	g) その他		
<b>メンバー</b>			
<b>研究計画内容</b>	<p>研究動機： 同じものが、1つは 100 円で、もう 1つは 200 円で売っていたとしよう。誰もが 200 円の物は買わないはずだ。しかし、ブランド品の場合、このような単純な話で説明がつくものなのだろうか？ブランド品は良い物のように見えるけれどあまりに高すぎるのではないかという感じがする。また、高いにも関わらず「何故多くの人々がブランド品を手にするのか？」そこには品質以外にも名前や名声に価値があるのではないだろうか？その名前に価値を持たせるにはどうしたらいいのだろうか？そこで私たちはそれらについて研究しようと思う。</p> <p>研究内容: まずアンケートを用いて簡単なテストをしたいと思う。アンケートの内容は同じカテゴリーの写真を二つ用意する。片方に比較的知られており、ある程度値の張るブランド品の写真を用いる。もう片方には前者の物より比較的安価なブランド物の写真を用いる。質問内容はその二つのブランド品を知っているどうか質問する。そして「はい」と答えた人と「いいえ」と答えた人を分け、次の質問に移る。次に、二つのブランドの写真の商品説明を読んでもらったうえで価格をつけてもらう。「はい」と答えた人のつけた二つの価格の差額を出し、さらに「いいえ」と答えた人のつけた二つの価格の差額を出す。最後に、「はい」と答えた人のつけた差額と「いいえ」と答えた人のつけた差額からそれらの差額を出す。またブランドとしてその名前に価値を持たせる方法を探るのに、実際にブランドとして成立した企業の成功例や過程や歴史を書いてある記事を調べる。そして、それらの共通点や傾向を調べる。</p> <p>到達目標： ブランド品には品質以外にも名前の価値が含まれているのではないのか。だから私たちはそれについて理解する。</p>		