

## なぜ消費者は紙媒体で漫画を所有するのか

1250485 中谷謙介

指導教員 朝岡孝平

### 研究背景

電子媒体で漫画を読むことができる現代、消費者は紙媒体では得られなかった様々な利便性を享受できるようになった。漫画を情報財として捉えるのであれば、紙媒体よりも電子媒体の方が持ち運びしやすく、所有するためのスペースを減らすことができるなど多くの点で優位性があるだろう。しかし、紙媒体で漫画を所有している消費者は存在している。

### 研究目的

本研究は、なぜ一部の消費者は紙媒体で漫画を所有するのかの理由を明らかにすることを目的としている。先行研究では、紙媒体の書籍には「愛着」が重要であることが示された。本研究ではその「愛着」の概念に加えて、「心理的所有感」「記憶」という概念を用いて分析調査を行うことで、消費者が紙媒体の漫画という物質的なモノに見出している価値を明らかにしていく。

### 研究方法

実際に紙媒体で漫画を所有している人に対して半構造化インタビュー調査を行い、所有する意味について尋ねた。この調査データについて上記の概念に基づいてコーディング、分析を行うことで、電子媒体での漫画では得られない価値が何なのかについて検討する。

### 分析結果

紙媒体で漫画を所有している人は大きく分けて「漫画一般が好きな消費者」「作品が好きな消費者」の2つに分類することができ、それぞれで紙媒体の漫画を所有する理由が異なることが分かった。作品が好きな消費者はその作品に対して心理的所有感が高く、作品への愛着を高めるために紙媒体での漫画を所有していることが分かった。漫画一般が好きな消費者は漫画一般に対しての愛着が高く、過去に漫画を紙媒体で所有していた記憶によって紙媒体で漫画を所有していることが分かった。

### 考察・結論

消費者は紙媒体で漫画を所有することによって物に対して「愛着」を強めていることが分かった。消費者は心理的所有感によって自分自身を表現するため紙媒体で漫画を所有しており、所有することによって漫画に対しての想起が起きやすく、より「愛着」が強まっている可能性がある。今回の調査では漫画を対象に行ったが、他の物質的財においても今回の調査結果は応用できると考えられる。