

# 無常観と共同体主義が旅先でのお土産の購買行動に与える影響

山寺いずみ<sup>a</sup> 飯塚望<sup>b</sup> 島本修吾<sup>c</sup>

## 要約

本研究では、旅先におけるお土産の購買行動に着目し、無常観と共同体主義の世界観が強い人ほど、旅先でお土産を購買する傾向にあると考えた。そこで「無常観が強い人ほど、旅先でお土産を購買する WTP (Willingness to Pay, 支払意思額) が上がり、また共同体主義が強い人ほど、職場やアルバイト先に向けてお土産を購買する WTP が上がる」という研究仮説を立てた。お土産の文化の相違を考慮するため、アンケート調査の対象を日本人とアメリカ人とし、日本人 88 人、アメリカ人 37 人の計 125 人から有効な回答を得て回帰分析を行った。その結果、日本人は研究仮説に整合的で有意な結果を得ることができたが、アメリカ人は仮説と一部異なる結果が見られた。本結果の分析を進めることで、日本の観光土産市場、とりわけインバウンドのマーケットにおいて企業活動の有用な施策に貢献することができると思われる。

JFL 分類番号 : D9

キーワード : 無常観, 共同体主義, お土産, 世界観

---

<sup>a</sup> 慶應義塾大学 izumiyamadera@keio.jp

<sup>b</sup> 慶應義塾大学 nontan7795@keio.jp

<sup>c</sup> 慶應義塾大学 shushima15@keio.jp

## 1. イントロダクション

旅行に行った際、旅行とそれに伴うお土産の購入は、筆者である私たち大学生にとって身近な話題である。お土産の購入は多くの人の旅行における醍醐味の一つとして挙げられるが、その行動の様子は人によって大きく異なる。お土産を全く購入しない人、自分や親しい人のみに購入する人、職場やアルバイト先のためにばら撒き用として購入する人など様々である。お土産に使う金額も人によって大きく異なる。私たちはこのような経済行動の違いに着目し、世界観を用いて説明することを目標とした。世界観について、「ひとつの人々の集団が生活を秩序づけるために用いている、現実の性質についての認識、感情、判断に関する基礎的な過程と枠組み」と定義する（大垣・田中，2018）。

私たちはお土産の購買行動に影響を与える世界観として以下の二つを挙げた。一つ目は、この世のものはすべて変化し消滅していくものであるとする「無常観」である。無常観が強い人ほど一瞬一瞬を大切にするため、旅先の思い出としてお土産を購入する傾向にあると考えた。二つ目は、コミュニティの価値を重んじる「共同体主義」である。家族間や友人間での贈与交換については伝統的経済学においてもこれまで多くの研究がされてきたが、職場やアルバイト先にばら撒き用としてお土産を購入する行為には、共同体主義の世界観が関わっているのではないかと考えた。

以上の二つの世界観を用いて、「無常観が強い人ほど、旅先でお土産を購入する WTP（Willingness to Pay, 支払意思額）が上がり、また共同体主義が強い人ほど、職場やアルバイト先に向けてお土産を購入する WTP が上がる」という仮説を立てた。また、本研究ではお土産文化の相違を考慮するため、調査対象を日本人とアメリカ人とした。

## 2. 研究方法

Google Form を利用してアンケートを作成し、LINE, Messenger, Facebook などの SNS 上で拡散し回答を集めた。集計期間は 2019 年 8 月 10 日から同年 8 月 13 日の 4 日間であり、125 件の有効回答を得た。125 件のうち 88 件が日本人による回答で、37 件がアメリカ人による回答である。実際のアンケート内容に関しては日本語、英語それぞれを付録に添付している。質問 1~4 は無常観を測る質問であり、浦田（2009）を参考に 1「全く考えない」~6「いつも考える」の 6 段階で回答を作成した。6 に近い値ほど無常観の世界観が強い。また質問 5~8 は共同体主義を測る質問であり、心理学者 Adler の共同体感覚をもとに 1「全くあてはまらない」~6「とてもあてはまる」の 6 段階で回答を作成した。6 に近い値ほど職場・アルバイト先への共同体感覚の世界観が強い。なお、質問 3 は質問を逆転項目として設定したため 1 に近い値ほど無常観の世界観が強い。

質問 9 はお土産の文化・規範を問う質問で、質問 10~14 は T シャツ、お菓子などお土産の WTP を選択式で問う質問である。集計の際は「購入しない」は 0 円/0 ドル、「~円/

ドル以上」は～円/ドルの数値を被説明変数の値として用い、質問 14 は職場・アルバイト向けのお土産の WTP の数値を被説明変数の値とした。得られたデータから、質問 1～8 を説明変数、それぞれに対応する質問 10～14 を被説明変数として単回帰分析を行った。

### 3. 研究結果

得られた日本人、アメリカ人のデータから単回帰分析を行い、有意水準 10%以下で有意が得られた組み合わせを以下の表 1 に示す。

表 1 回帰分析結果（有意が出たもの）

		説明変数	被説明変数	係数	P-値
日本人	無常観	①	T シャツ (⑩)	139.6966**	0.011234
		②	T シャツ (⑩)	96.21771**	0.042291
		④	T シャツ (⑩)	129.7231**	0.016785
		①	お菓子 (⑫)	71.39697***	0.007826
		②	お菓子 (⑫)	96.21771**	0.042291
		③	お菓子 (⑫)	-42.5274*	0.088537
	共同体主義	④	お菓子 (⑫)	129.7231**	0.016785
		⑥	T シャツ (⑪)	82.8856*	0.06679
		⑥	お菓子 (⑬)	50.5775*	0.05357
アメリカ人	共同体主義	⑥	お土産 (⑭)	184.4286**	0.04262
		⑥	お菓子 (⑬)	0.886986**	0.04910
		⑧	お菓子 (⑬)	0.65404*	0.09355
		⑧	お土産 (⑭)	-3.92992**	0.040482

注) \*\*\*有意水準 1%, \*\*有意水準 5%, \*有意水準 10%で有意であることを表す

### 4. 考察

日本人について無常観と共同体主義の両方で WTP が高い有意な結果が出たことから、「無常観が強い人ほど、旅先でお土産を購入する WTP が上がり、また共同体主義が強い人ほど、職場やアルバイト先に向けてお土産を購入する WTP が上がる」という研究仮説に整合的な結果を得た。無常観が強い人は一瞬一瞬を大切にするため、旅先の思い出としてお土産を購入し、共同体感覚が強い人はコミュニティの価値を重んじるため、職場・アルバイト先にもお土産を購入するものと思われる。

一方表を比較すると、日本人は無常観に関する質問で多くの有意な結果を得られたのと

は対照的に、アメリカ人は無常観の質問に関して有意な結果を得られず、無常観とお土産の WTP との相関は見られなかった。要因として、宗教上の違いからアメリカ人の無常観に対する認識が希薄であり、お土産の購買行動には他の世界観がより強く影響すると考えられる。米国ではキリスト教徒が多数を占めており、聖書では「永遠の命」が語られるのに対し、日本人の約半分が属しているとされる仏教の教えは無常観が根底となっている。また、日本には四季があることで桜や紅葉といった季節の移り変わりを感じることでできる環境にあるのに対し、米国は気候から季節の移り変わりの儂さなどを濃く感じる場面が少ないことも、無常観に対する認識と旅行の関係が希薄となった要因であると考えた。

また共同体主義においては、アメリカ人について一つの組み合わせで係数が負の値となったことから、仮説に相反する結果が一部見られた。これに関しては質問 9 のお土産文化の規範を問う質問と合わせて重回帰分析することで、本結果と共同体感覚の関係性を分析することが必要だろう。一般的にアメリカのお土産文化は自分や親しい人の為のみにお土産を購入するため、職場やアルバイト先にはお土産を買って帰る習慣がないと言える。これを踏まえて分析を進めることで、アメリカ人のばら撒き用お土産の購買の背後にある世界観を探ることができると思う。

## 5. おわりに

無常観と共同体感覚の世界観からお土産の購買行動を分析した結果、日本人については研究仮説に整合的で有意な結果を得ることができたが、アメリカ人は仮説と異なる結果を得た。今後本結果をさらに分析していくことで、職場に持って帰ることができるばら撒き用のお土産を外国人に積極的に売り出す販売戦略や、外国でもばら撒き用のお土産を購入して帰る文化の浸透を目的とする企業のブランディング戦略に活き、日本のお土産市場に更なる活性化をもたらすことが期待できる。

## 付録 アンケート質問票

Q.1-4 あなたは、どれくらいの頻度で以下の設問について考えますか？

- ① この自分もいつかは年老いていく。
- ② 目に見えるものは必ず滅びてしまうと思う。
- ③ 永遠に変わらないものがあると思う。
- ④ 人生ははかないからこそ、ひと時ひと時を大切にしなければならないと思う。

Q.5-8 あなたは以下の設問にどれくらい当てはまりますか？

- ⑤ 欠点や短所を含め自分自身が好きである。
- ⑥ お金や労力を使ってでも、職場・バイト先の役に立ちたいと思う。
- ⑦ 自分には職場・バイト先に信頼できる人がいる。

⑧ 自分は職場・バイト先に必要な存在であると思う。

**Q.9**

⑨-1 あなたは旅行する時、職場・バイト先の約何%くらいの人たちからお土産の期待を感じますか？最も近いものを選んでください。（0%，10%，20%……100%で選択）

⑨-2 最も強い期待を感じる人からの期待はどれくらいのものでしょうか？（とても強い，強い，弱い，とても弱い，期待を感じないで選択）

**Q.10-13**

旅の終わりに、自分用にお土産を買うことを想定してお答えください。

⑩ 1枚あたり1,000円のTシャツがあります。旅先で、全く同じ素材ですが、ご当地のイラストや文字が書かれたTシャツが売られていました。あなたはこのTシャツを最大いくらまでなら購入しますか？最も近いものを選んでください。

⑪ 質問10と同じ状況で、自分のためではなく職場・バイト先に買うお土産としてなら、最大いくらまでなら購入しますか？最も近いものを選んでください。

（購入しない，0円，100円，200円……1,900円，2,000円以上で選択）

⑫ 1箱あたり500円のお菓子があります。旅先で、全く同じ味ですが、ご当地の特産品にまつわるとされるお菓子が売られていました。あなたはこのお菓子を最大いくらまでなら購入しますか？最も近いものを選んでください。

⑬ 質問12と同じ状況で、自分のためではなく職場・バイト先に買うお土産としてなら、最大いくらまでなら購入しますか？最も近いものを選んでください。

（購入しない，0円，100円，200円……1,400円，1,500円以上で選択）

**Q.14**

あなたは家族や仲の良い友人全員と旅行に行く計画を立てていましたが、友人1人が来られなくなってしまいました。誰かへのお土産に使える代金が5,000円あり、すべて使い切るとした場合に、A. 来られなかった友人と B. それ以外の人たち（職場・バイト先など）にいくらずつ代金を使いますか？最も近いものを選んでください。

（5,000円・0円，4,500円・500円……500円・4,500円，0円・5,000円で選択）

**Q.1-4 How often do you think about the followings?**

- ① Someday you will get old and die.
- ② Anything visible will perish.
- ③ Everlasting things exist.
- ④ It is important to consider every moment important, because your life is transient.

**Q.5-8 How likely do these statements apply to you?**

- ⑤ You accept yourself, including your flaws.

⑥ You want to be a useful asset to your company, regardless of the money or the efforts it may cost.

⑦ You have someone whom you can fully trust in your workplace.

⑧ You consider yourself necessary for your workplace.

#### Q.9

⑨-1 When going on a trip, about what percentage of the people at your workplace do you feel Like they expect you souvenirs? (0%, 10%, 20%……100%で選択)

⑨-2 How much expectation do you feel from the person with the strongest expectation? (Very strong, Strong, Weak, Very weak, No expectation で選択)

#### Q.10-13

Please assume that you buy souvenirs for yourself at the end of your trip.

⑩ There is a T-shirt that costs \$10. While on the trip, the T-shirt made from exactly the same material is sold, but has illustrations or characters from the area. Up to how much would you spend on the T-shirt?

⑪ In the same situation as Q10, if you buy it not for yourself but as a gift or souvenir for your workplace, up to how much would you spend on it?

(Will not buy, \$0, \$1, \$2……\$19, Over \$20 で選択)

⑫ There are sweets of \$5 per one box. While on the trip, the sweets that taste exactly the same are sold, but are said to be related to the local specialties of the area. Up to how much would you spend on the sweets?

⑬ In the same situation as Q12, if you buy it not for yourself but as a gift or souvenir for your workplace, up to how much would you spend on them?

(Will not buy, \$0, \$1, \$2……Over \$15 で選択)

#### Q.14

You were planning to go on a trip with your family and all your good friends, but one of your friends ended up not being able to come. If you have \$50 that can be used as gifts or souvenirs and you must spend all of that money, how much would you like to pay each: A. For a friend who couldn't come, B. For others (ex. Your workplace)?

(\$50・\$0, \$45・\$5……\$5・\$45, \$0・\$50 で選択)

#### 引用文献

大垣昌夫・田中沙織, 2018. 行動経済学. 有斐閣, 東京.

浦田悠, 2009. 無常観尺度作成の試み. 日本健康心理学会大会発表論文集, 東京.