

慶應義塾大学経済学部

大垣昌夫研究会 2023年度研究グループ論文

他者評価を重視する世界観が服飾店での衝動購買に与える影響

饗庭雅大^a 中野ちなつ^b 長谷川大輝^c

2023年9月22日

要約

本研究では服飾店での衝動購買に着目し、「他者評価を重視するほど、服飾店で衝動購買をする」という研究仮説を立てた。Google Form で主に大学生を対象に行ったアンケート調査で得られた63件の有効解答について単回帰分析を行った結果、有意水準10%以下で、仮説に整合的かつ有意な結果が24本中8本得られた。

JEL分類番号： D9

キーワード： 世界観，他者評価，自己評価，衝動購買，八方美人主義

^a 饗庭雅大 慶應義塾大学経済学部 学部生 115001-aiba11623@keio.jp

^b 中野ちなつ 慶應義塾大学経済学部 学部生 nknent1513@keio.jp

^c 長谷川大輝 慶應義塾大学経済学部 学部生 daikif2001@keio.jp

1. イントロダクション

1.1. 序文

近年のファストファッションの流行に伴い、低価格と迅速な商品サイクルが実現している。しかし、その生産・流通過程には環境への負荷や労働条件の悪化などの問題が存在している。環境への配慮や社会的な価値観に基づいた持続可能な消費が求められる現代社会において衝動購買についての研究は重要である。

そこで本研究では、消費者の購入動機や行動パターンを分析し、持続可能な消費やエシカルファッションの促進、資源利用の効率化など社会的な課題への貢献が期待できる。ここで世界観とは、「ひとつの人々の集団が世界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」(Hiebert, 2008 の邦訳, 大垣・田中, 2018, p. 210)と定義する。

1.2. 研究仮説

本研究では「他者評価を重視するほど、服飾店で衝動購買をする」という研究仮説を立てた。まず、衝動購買について定義する。Stern(1962)によると、衝動購買は純粹衝動購買・想起衝動購買・提案受容型衝動購買・計画的衝動購買の4つのタイプに分けられる。本研究では、提案受容型衝動購買について考え、さらに服飾店での衝動購買に限定した。提案受容型衝動購買とは製品に対する事前の知識はなく、店舗内における刺激による購買行動である。

2. 研究方法

Google Form を利用してアンケートを作成し、他者評価を重視する度合いの質問を6問、経済行動に関する質問を計4問設け、LINEやInstagram等のSNSを用いて拡散し大学生を中心に63件の有効回答を得た。アンケート内容について、世界観に関する質問は計6問の他者評価を重視する度合いを測る質問であり、「全くそう思わない」を1、「非常にそう思う」を6とし6段階の解答を作成した。数値が大きいほど他者評価を重視する度合いが強いと言える。

経済行動に関する質問は、経験質問で訊ねた。服飾店で店員・恋人・家族・友人のそれぞれから似合うといわれた時にその服を買ったことがあるかを聞く質問をした。

3. 研究結果

アンケートの回答に関する記述統計量を記載する。数値は小数第五位を四捨五入した。

表 1 記述統計量

	最大値	最小値	平均値	標準偏差
Q1 (世界観)	6	1	3.5000	1.6632
Q2 (世界観)	6	1	2.5323	1.5104
Q3 (世界観)	6	4	5.3710	0.6776
Q4 (世界観)	6	1	3.7258	1.5675
Q5 (世界観)	6	1	2.6129	1.5172
Q6 (世界観)	6	1	4.6129	1.3602
Q1 (経済行動)	5	1	3.2097	1.4496
Q2 (経済行動)	6	1	4.1774	1.3017
Q3 (経済行動)	6	1	4.2903	1.3367
Q4 (経済行動)	6	1	3.6452	1.6174

最小値が一つを除いて全て1，最大値が5または6，標準偏差が 0.6776～1.6776 の範囲内であることから，全ての変数で偏りのないデータと言える。

アンケート結果をもとに回帰分析を行い，有意水準 10%以下で有意な結果が出た組み合わせを示す。

表 2 回帰分析結果

被説明変数 (経済行動)	説明変数 (世界観)	係数	P値
あなたは、初めて会った服飾店の店員から似合うと言われて、その服を購入したことはありますか。	あなたは、街ですれ違う人など「二度と会わないと思われる人」からの評価は重要だと思いますか。	0.3258***	0.0069
あなたは、初めて会った服飾店の店員から似合うと言われて、その服を購入したことはありますか。	周りと比較して、街ですれ違う人など「二度と会わないと思われる人」からの評価を重視する方だ。	0.2945**	0.0148

あなたは、友達に似合うと言われて、その服を購入したことはありますか。	あなたは、他者評価よりも自己評価の方が重要だと思いますか。	-0.2361**	0.0172
あなたは、友達に似合うと言われて、その服を購入したことはありますか。	あなたは、身近な人の評価を重要だと思いますか。	0.6297***	0.0093
あなたは、友達に似合うと言われて、その服を購入したことはありますか。	周りと比較して、身近な人の評価を重視する方だ。	0.4381***	0.0009
あなたは、家族に似合うと言われて、その服を購入したことはありますか。	あなたは、他者評価よりも自己評価の方が重要だと思いますか。	-0.2624***	0.0096
あなたは、家族に似合うと言われて、その服を購入したことはありますか。	周りと比較して、他者評価を自己評価よりも重視する方だ。	-0.2039*	0.0612
あなたは、恋人に似合うと言われて、その服を購入したことはありますか。	周りと比較して、街ですれ違う人など「二度と会わないと思われる人」からの評価を重視する方だ。	-0.2909**	0.0319

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

4. 考察

単回帰分析の結果、「他者評価を重視する世界観を持つ人ほど服飾店での衝動購買をする傾向にある」という研究仮説について、研究仮説に整合的で有意である結果が得られた。有意な結果が得られた世界観と経済行動の組み合わせをする。経済行動5と経済行動6の質問については、2つ以上の世界観の質問に対して有意な結果を得られた。経済行動8の質問については1つも有意な結果を得られなかった。この結果より、他者評価を重視する世界観を持つ人ほど服飾店の店員・友達・家族からのアドバイスを参考にして購買活動を行うということが考えられる。経済行動8（恋人）について有意な結果を得ることができなかったのは、服飾店での購買活動において消費者は同性からの意見を参考にする傾向があるということが考えられる。経済行動5（初めて会った服飾店の店員）に関しては、「二度と会わない人からの評価を気にする世界観」が影響していた。

5. おわりに

今回の研究では、有意な結果が24本中8本得られたことから、仮説を支持する結果が得られたといえる。今後、日本以外の衝動購買の傾向を研究することや、服飾店以外の購買行動を調べることで、近年常に国際議題となっている「労働不足問題」について新たな視点から課題解決を実行できると考えられる。

6. 質問表

世界観の質問

1. あなたは、他者評価よりも自己評価の方が重要だと思いますか。
2. あなたは、街ですれ違う人など「二度と会わないと思われる人」からの評価は重要だと思いますか。
3. あなたは、身近な人の評価を重要だと思いますか。
4. 周りと比較して、他者評価を自己評価よりも重視する方だ。
5. 周りと比較して、街ですれ違う人など「二度と会わないと思われる人」からの評価を重視する方だ。
6. 周りと比較して、身近な人の評価を重視する方だ。

経済行動の質問

1. あなたは、初めて会った服飾店の店員から似合うと言われて、その服を購入したことはありますか。
2. あなたは、友達に似合うと言われて、その服を購入したことはありますか。
3. あなたは、家族に似合うと言われて、その服を購入したことはありますか。
4. あなたは、恋人に似合うと言われて、その服を購入したことはありますか。

7. 引用文献

大垣昌夫・田中沙織, (2018) 『行動経済学新版』, 有斐閣.

Stern, Hawkins (1962), "The Significance of Impulse Buying Today," *Journal of Marketing*, 26 (2), 59-60