

# 人に好かれることを重視する世界観が購買行動/消費行動に与える影響

五十嵐咲良<sup>1</sup>, 板倉孝樹<sup>2</sup>, 山口夏未<sup>3</sup>

2021年10月14日

## 要約

本研究では服や化粧品といった外見を整える商材の購買行動、及びお土産やプレゼントといった人への贈り物の購買行動に注目し、「人に好かれることを重視するほど」、「A:外見を整えるための商品にかける金額が高い」「B:被服の購買において人からの影響を受けやすい」「C:親交の薄い友人への贈り物の支払意思額が高い」という3つの研究仮説を立てた。Google フォームによるアンケートを用いて調査を行い回帰分析した結果、研究仮説 A は 36 件中 4 件、研究仮説 B は 6 件中 1 件の有意な結果が得られ、これらの研究仮説と非整合かつ有意な結果は得られなかった。本結果の分析を進めることは、様々な現場での販売戦略を練る上で有効であると考えられる。

JEL 分類番号 : D9

キーワード : 世界観, 身内びいき, 人に好かれることを重視する

---

<sup>1</sup> 五十嵐咲良 慶應義塾大学 経済学部 igarashisakura@keio.jp

<sup>2</sup> 板倉孝樹 慶應義塾大学 経済学部 itakura2000@keio.jp

<sup>3</sup> 山口夏未 慶應義塾大学 経済学部 n-yamaguchi0709@keio.jp

## 1. 序文

対人関係を築くうえで、「人にどう思われるか」は重要な因子である。人間は社会的存在であり、他者との良好な関係を維持するために自分の印象を気にするのは当然だろう。

社会心理学では「内集団ひいき(身内びいき, ingroup favoritism)」という概念が長く研究されてきた。これは、人が「自分の所属する集団(内集団)に対して、自分が所属しない集団(外集団)よりも好意的・協力的に行動する」傾向を持っていることを指す言葉である(三船・山岸, 2015)。身内びいきの原因としてはいくつかの説明原理が提唱されてきたが、三船らは身内びいきの原因を「自らの良い評判を維持しようとする」ためだと考えた(評判維持仮説)。自らの悪い評判が集団内に出回ることによって自分が仲間はずれにされないようにするために、人は自らの悪い評判を回避すべく身内を最優先するという説である。

そこで我々は、自分の評判や他者との関係を重視する世界観と日常的な経済行動に何らかの関係があると考え、アンケート調査を行った。ここで世界観とは、「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」(Hiebert, 2008 の邦訳, 大垣・田中, 2018, p. 210)と定義する。

## 2. 研究仮説

本研究では以下の3つの研究仮説を立て、研究を行った。なお、これらの研究仮説は実際にアンケート調査を行う前に立てたものである。

研究仮説 A: 人に好かれることを重視するほど外見を整えるための商品にける金額が高い

研究仮説 B: 人に好かれることを重視するほど被服の購買において人からの影響を受けやすい

研究仮説 C: 人に好かれることを重視するほど親交の薄い友人への贈り物の支払意思額が高い

A: 『人は見た目が9割』(竹内, 2005)といった本が出版されていることから分かる通り、

人の印象には見た目が大きく関与している。従って、人に好かれることを重視する人ほど、外見を整えることを重視し、関連する商品への支払い額が高くなると考えた。

B: 評判維持仮説に関する三船・山岸(2015)の先行研究を受け、人に好かれることを重視する人ほど他人の顔色を伺いやすく、購買行動が人に影響を受けやすいと考えた。

C: 研究仮説 B と同様に、評判維持仮説に関する三船・山岸(2015)の先行研究を受け、人に好かれることを重視するほど最優先する身内の対象範囲も拡大すると予想した。そのためお土産やプレゼントを購入する際、親友のみならず親交の薄い友人やクラスメイトへの贈り物の購買意欲が高まると考えた。

## 3. 研究方法

Google フォームを利用してアンケートを作成し、LINE や Twitter などの SNS を利用して拡散し回答を集めたところ、2021 年 7 月 12 日から 2021 年 8 月 5 日の間の集計期間で合計 81 件の有効回答を得た。具体的な質問内容については付録に記載する。

アンケート内容について、質問は全 18 問である。冒頭で性別を尋ね、前半の 7 問は世界観の強度を測る質問、後半の 10 問は経済行動に関する質問を作成した。

質問①から質問⑦までは世界観の強度を測る質問であり、「全くそう思わない」から「非常にそう思う」までの 6 段階の質問を用意した。質問①から質問⑥は「人に好かれることを重視する」世界観について、質問⑦は物質主義に関する質問である。質問⑦を設けた意図は、人に贈り物を渡すという行動に、「人に好かれることを重視する」世界観だけでなく、物の価値に関連する物質主義的な概念も深く関係していると考えたためである。

次に、質問⑧から質問⑰までは経済行動について質問した。まず、各回答者の可処分所得による影響を排除するため質問⑧で回答者が 1 ヶ月に自由に使える金額を質問し、質問⑨以降の回答を分析する際に参考にした。なお、様々な対象への贈り物に対する支払額として、本研究では WTP (Willingness to Pay, 支払意思額) を用いた。

質問⑨から⑰は研究仮説 A に対応しており、人に好かれることを重視する世界観が外見を整える品目の購買行動に与える影響について 18 件の単回帰分析を、さらに性別をダミー変数化して 18 件の重回帰分析を行った。質問⑬⑭は研究仮説 B に対応しており、誰に T シャツの購入を勧められるかが支払意思額に与える影響について計 6 件の単回帰分析を行った。そして、質問⑮から質問⑰は研究仮説 C に関連しており、贈り物を渡す相手との親密度が経済行動を変化させるかどうかを計 18 件の回帰分析を通して検証した。なお追加分析として、全ての単回帰分析に用いた組み合わせに関して世界観の質問⑦を用いて重回帰分析も行った。

#### 4. 研究結果

得られたデータから回帰分析を行い、有意水準 10% 以下で有意な結果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(有意な結果が得られたもの)

経済行動の質問	世界観の質問	係数	P 値
⑨	①	0.043362**	0.039857
⑩	①	0.051158*	0.072316
⑨	①-女性	0.04515**	0.028493
⑩	①-女性	0.04619*	0.096958
T シャツ(親友と友達との比較, ⑬⑭)	③	0.070548*	0.09646
お土産(親友とただのクラスメイトとの比較, ⑮)	②	8.417346**	0.048474
お土産(親友と友達との比較, ⑮)	①	-1.00508***	0.006313
お土産(親友と友達との比較, ⑮)	⑥	-0.64441*	0.069465
誕生日プレゼント(親友と親友ほど仲が良くない友)	①	-1.86754*	0.065528

達との比較, ⑩⑪)			
誕生日プレゼント(親友と親友ほど仲が良くない友達との比較, ⑩⑪)	②	-1.39843*	0.099171
誕生日プレゼント(親友と親友ほど仲が良くない友達との比較, ⑩⑪)	⑤	-2.43914**	0.010178
誕生日プレゼント(親友と親友ほど仲が良くない友達との比較, ⑩⑪)	⑥	-2.25932**	0.015754
親友への誕生日プレゼント(⑩)	①	0.046812**	0.017509
親友への誕生日プレゼント(⑩)	③	0.038278**	0.034488

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

## 5. 考察

アンケートを集計し回帰分析を行った結果、多数の質問項目において一部研究仮説と整合的で有意な結果が得られた。

まず、研究仮説 A について述べる。世界観の質問①を説明変数、被服代と美容院での支出をそれぞれ被説明変数とした際に正の有意な結果が得られ、研究仮説 A と相反する有意な結果は得られなかった。見た目が印象を左右するという共通認識が主な要因と考えられる。また、男性を 0、女性を 1 と変換するダミー変数を用いて追加分析したものの、メイク用品に関しては有意な結果が得られなかった。回答者が大学生中心であり、メイクよりも服装や頭髮にお金を使う女性が多かったことや、サンプル数の少なさなどが原因だと考えられる。

次に、研究仮説 B について述べる。世界観の質問③を説明変数、質問⑬の数値を質問⑭の数値で割ったものを被説明変数とおいた際に正の有意な結果が得られ、また研究仮説 B と相反する負の有意な結果は得られなかった。この要因としては、人に好かれることを重視するほど他人が好む服を着ようとすることや、褒められた服を買うことで相手の機嫌をとろうとすることなどが考えられる。

研究仮説 C について述べる。まずお土産の購買行動についてだが、(a)親友 1 人に使う金額をただのクラスメイト 1 人に使う金額で割った数値を被説明変数とおいた場合は世界観②において正の有意な結果が、(b)親友 1 人に使う金額を友達 1 人に使う金額で割った数値を被説明変数とおいた場合は世界観①、⑥の 2 つにおいて負の有意な結果が得られた。

(a)の結果は一見研究仮説 C と相反するものである。この原因としては、質問⑮が親友 1 人/友達 4 人/ただのクラスメイト 35 人の合計 40 人にお土産を渡すことを前提としており、世界観に関わらずクラスメイト 1 人あたりに使うお金が圧倒的に少なくなる事が挙げられる。しかし、(b)の結果は研究仮説 C と整合的であり、「人に好かれることを重視する、あるいは人の目を気にすることが多い人ほど、親友だけでなく友達へのお土産にもある程度お金を使う」と解釈することができる。(a)と(b)の結果から、お土産を友達に渡す場合とクラス

メイトに渡す場合とで人々が明確に異なる行動をとることが分かる。このことを身内びいきの概念から分析すると、人に好かれることを重視する人々にとって、鼻負する身内の対象範囲は、人によって判断基準は異なるものの、ただのクラスメイトや知り合い程度の人たちを除いた友達や仲間などある程度親交がある相手であり、それらの人たちへの贈り物の支払意思額が比較的高いと言える。

次に誕生日プレゼントについて述べる。世界観の質問①、②、⑤、⑥をそれぞれ説明変数とおき、経済行動の質問⑩、⑪を利用して親友に渡す誕生日プレゼントの金額を親友ほどは仲が良くない友達に渡す誕生日プレゼントの金額で割った数値を被説明変数とおいた際に、負の有意が得られた。これは研究仮説Cと整合的である。この結果を「人に好かれることを重視するほど誕生日プレゼントの金額に差をつけない傾向がある」と解釈すると、その原因はやはりひいきする身内の範囲が広いことが考えられる。また、他の可能性としては周囲の人からの評価をあげたいことや、見返りを求めていることなどが挙げられる。比較的気軽に渡せるお土産に対して、誕生日プレゼントは渡す相手についてじっくり考える必要があるため、このような渡す物の違いによって経済行動が左右される場合に関してはさらなる研究のテーマとなるであろう。

追加分析として親友に渡す誕生日プレゼントの金額を調査したところ、世界観の質問①、③を説明変数、親友にわたす誕生日プレゼントの金額を可処分所得を考慮し被説明変数とおいた際に正の有意が得られた。この結果を身内びいきの概念を踏まえて考察すると、人に好かれることを重視するほど身内に高いプレゼントを贈り、自らの評判を維持しようとしている可能性がある。しかし、物の価値を何で測るかという観点から付け足した世界観の質問⑦はいずれの重回帰分析においても有意な結果が得られなかった。従って、物質主義の観点は人に好かれることを重視する世界観とあまり相関関係がないと考えられる。要因は様々だが、贈り物の値段を気にするのは失礼だとする文化が大きく影響を与えていると考察した。

## 6. おわりに

「人に好かれることを重視する」世界観が外見を整える商材及び贈り物の購買行動に与える影響に関して研究仮説A, B, Cのもと調査を行ったところ、特に研究仮説A, Bについては研究仮説と相反する有意な結果はみられず、研究仮説と整合的かつ有意性の高い結果が得られた。これらの結果は様々な現場で販売戦略の発展に貢献すると期待される。

一方、メイク用品の購買行動に関しては有意な結果が得られなかったが、その原因としては調査のサンプル数の少なさや回答者の偏りが挙げられるため、より多くの人を対象に同様のアンケート調査を行うことが必要であると考えている。また、人に好かれることを重視する世界観では親密度が重要だが、今回のアンケート調査は親密度を説明変数におく質問が無かったため、人間関係が経済行動に与える影響についての分析は将来の研究課題である。

## 付録 アンケート質問票

このアンケートでは親友、友達、ただのクラスメイトの順に親密度が低くなると定義する。  
性別をお答えください（男性、女性、回答しない）

### ○世界観に関する質問

#### 選択肢

全くそう思わない—とてもそう思う(6段階)

①人に好かれることを重視する

②人の理想を追い求め、身の回りにいる人に良く思われることを重視する

③なるべくたくさんの人に良く思われることを重視する

④少数の友人を大切にする

⑤人からどう見えているか気になる

⑥人の顔色を気にすることが多い

⑦雑貨屋さんで買ったプレゼントよりも、デパートで買ったプレゼントのほうが価値があると思う

### ○経済行動に関する質問

⑧1ヶ月に、自由に使えるお金（家賃や水道光熱費など、生活に不可欠なお金は除く）はおよそいくらですか？

⑨あなたは月に、服や靴にいくら使いますか？

⑩あなたは月に、美容院や美容室にいくら使いますか？

⑪あなたは月に、メイク用品（スキンケア用品は除く/メイクブラシやスポンジも含む）にいくら使いますか？

⑫普段いくら程度のTシャツを購入しますか？

⑬あなたは服を買いに来ており、Tシャツを見つけ、親友に「似合うね!」と褒められました。何円まで支払えますか？

⑭先ほどの質問で、「似合うね!」と言われたのが親友ほど仲よしではない友達なら、何円まで払えますか？

⑮お土産の予算が1万円あるとすると、親友1人/友達4人/ただのクラスメイト35人に買うならどう分配しますか？（親友、友達、クラスメイトの順に金額をお書きください。例：5000, 3000, 2000）

⑯あなたは親友に誕生日プレゼントを渡そうと思っています。いくらくらいのものを買いますか？

⑰個人的に誕生日プレゼントをあげる時、親友の誕生日プレゼントにかけるお金を100%として、親友ほど仲が良くない友達のプレゼントには何%のお金をかけますか？

## 引用文献

三船恒裕・山岸俊男(2015), 内集団ひいきと評価不安傾向との関連: 評判維持仮説に基づく関連研究, 社会心理学研究, 31, 128~134.

大垣昌夫・田中沙織(2018), 『行動経済学 新版』, 有斐閣.

P.G.Hiebert, 2008, 『Transforming Worldviews: An Anthropological Understanding of How People Change』, Baker Academic.

竹内一郎(2005), 『人は見た目が9割』, 新潮新書.