

機関番号：32689

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2009～2010

課題番号：21730346

研究課題名(和文) 合理的・非合理的購買情報処理過程の相互効果

研究課題名(英文) The Interaction of Rational and Irrational Buying-Information processes

研究代表者

関 庚ヒョン (MIN KYUNGHYUN)

早稲田大学・商学大学院・助手

研究者番号：40508206

研究成果の概要(和文)：

本研究では、購買行動が諸環境における様々な要素に影響され、時には非合理的な形態として現れる可能性についての論議と共に、購買情報処理過程における合理性に基づいた属性評価と環境的要因の同時的影響について動的分析による検証が行われた。特に、経済合理性に基づいた選択行動に関する伝統的観点から脱却し、購買行動の非合理的な側面に関してより明確な根拠を加えるべく、本研究では購買行動における合理的・非合理的情報処理過程に関するより包括的なモデルが提示された。

研究成果の概要(英文)：This research proposed that consumer behaviors are often made irrationally and are affected by the environmental cues. And it provided a dynamic analysis of the simultaneous influence of rational evolution for a product and the environmental cues in the information processes. It is fruitful to move away from the traditional perspective on consumer choice based on purely economic rationality. It is expected that future research will put greater emphasis on the interaction between rational and irrational buying information processes.

交付決定額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2009年度	500,000	150,000	650,000
2010年度	1,800,000	540,000	2,340,000
年度			
年度			
年度			
総計	2,300,000	690,000	2,990,000

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：経営学・商学

キーワード：非合理的購買、環境的要因

1. 研究開始当初の背景

先行研究では、消費者が購買行動を行う際、意識的情報処理過程に基づいて購買判断を行うという伝統的認識に対し、購買行動の一部は無意識のうちに行われ、環境的要因に影響されるという理論を提案しているものの、無意識的行動発現過程について、インプットとアウトプット、与えられた要因とその結果のみを短絡的に提示しただけにとどまり、消費者の最終的な行動がいかんして形成されたかという過程上の因果関係を十分に描写することはできなかった。それに、消費者の購買行動に影響を与える購買誘因に関する先行研究は、購買判断における情報処理過程を、経済合理性に基づいたものと非合理性によるものの二つの局面から把握し行われているが、これらの過程はそれぞれ独立した次元から把握されており、両過程間の相関関係や、さらには両局面における各誘因の相互効果（同時的効果）に関する研究は未だ十分なされていない現状にある。そこで「消費者はいかんして情報処理を行うか」に関する考察を行う一方、非合理的購買行動を既存の合理的情報処理過程と共に体系化することで、今まで未知の領域とされていた非合理的購買行動の発現過程を理解するための理論的根拠を提示するべく、本研究に至ったのである。

2. 研究の目的

本研究の目的は、消費者が購買行動の前後段階において経験するであろう環境的要因の誘因効果を、それぞれの段階において行われる情報処理過程の下で明らかにし、消費者の認知的評価に影響を与える非合理的な情報処理の経路に関する考察を行うことで、購買選択の際、消費者は「何」を、そして「いかんして」行うかの問題について、既存の合理的購買情報処理モデルにおける選択手続きに焦点を当てつつ、その対照的モデルであると認識されている非合理的購買情報処理過程をより明確に規定するための方法論的観点を共に明らかにすることにある。その具体的検証項目は以下のとおりとなる。

(1) 非合理的購買情報処理経路の究明

- ① 経済合理性（金銭的価値）による購買行動
- ② 環境的要因が購買行動に与える影響
- ③ 形態別購買態度

(2) 合理的・非合理的購買情報処理過程の相互効果

- ① 誘因別の購買態度形成過程
- ② 各経路間補完・代替関係
- ③ 各経路間相関関係

3. 研究の方法

(1) 非合理的購買情報処理過程の究明

無作為に抽出されたサンプルを対象に行われた本調査では、非合理的行動誘因の影響をより明確に見出すために、購買情報処理を行う際、属性評価の成果と環境的要因から影響されやすい商品であるか、回答から各選択手続きの相違が容易に見出せるか、属性評価の全体的水準の維持が可能であるか、などといった諸条件を考慮した上で、調査対象商品を選定した。商品に対する態度、金銭的費用、特定の成果行動がもたらす結果に対する信念、その結果に対する評価、成果行動に対する態度、購買意図の測定が本調査における主たる検証項目となる。

(2) 両課程の相互効果

① 事前調査

購買情報処理過程に影響を与える先行変数の誘因効果を検証するべく、無作為に抽出されたサンプルを対象に、評価難易度の相違により発現される購買態度形成の類型的特徴を確認するための測定項目別事前調査を行った。本調査では、まず選択対象となる商品に、それぞれ異なった選択オプションを加え、その後発現される選択手続きの相違を観察した。その結果、購買情報処理過程が、合理的・非合理的購買情報処理の二つの形態に分類されることが確認された。なお、属性情報の評価に基づいた情報処理過程において、選択に伴う効用値の最適化作業における属性間の優劣関係が、選択的注意により歪曲されることを防ぐために、調査の際、選択肢となる各商品に関連する諸条件を十分注意して読むことを求めた。それと同時に、各選択肢に追加するオプションを、評価難易度の高いものと、比較的平易なものにそれぞれ設定し、実験群にのみ環境的要因や通念の操作を行ったものを提示した。

② 本実験

事前調査に引続き、評価難易度と選択オプションの相違により発現される選択行動の類型的特徴と環境的要因の誘因効果を解明すべく、2グループに割付けられた被験者を対象に、模擬店舗におけるシナリオ実験による検証を行った。本実験では、まず対象商品に、難易度の異なる選択オプションを追加し、その後発現される選択行動の相違を観察すると共に、属性情報の評価作業に影響を与えると想定される環境的要因や通念の操作による選択行動の変化過程と属性間の優劣関係に関する検証を行った。実験群には、環境

的要因によるプライミング効果を確認するために、「視覚情報」「嗅覚情報」「言語情報」の3つの操作を、被験者には伝えずに行った。その後さらに自由回想方式の設問項目を通じて誘因認知の有無を確認した。

4. 研究成果

(1) 購買情報処理過程の二元性と各経路の主たる誘因効果の検証

本研究では、行動主体が行動関連態度へ向かう経路に与える影響要因を、行動に対する信念と属性評価による成果よりは、商品に対する態度とそれに随伴される費用で把握した。このような仮説を検証するために、行動関連態度の先行変数として属性評価の成果が提示される既存の合理的情報処理モデルと、先行変数として商品関連態度と金銭的費用そして環境的要因による感情状態が提示される代替的信息処理モデルを想定し、両者の適合度に関する比較作業を行った。両モデルの比較において、仮に両者の構成変数が同一で、経路構成のみが異なる場合であれば、互いに構造的関連性を有するため（すなわち、一方のモデルが他方に帰属される）、 χ^2 分析を実施することで、両モデルの優劣関係が比較的容易に見出される。しかし、仮説から提示された代案モデルは構成変数が既存モデルと異なっており、 χ^2 分析を行うことができないため、一般的に提示される構造モデルにおける適合度の判定値を比較することで、両者の優劣関係に関する検証を行った。その結果、既存に提示された合理的情報処理モデルでは、一般的な適合度の判定基準を大きく下回ったのに対し、代替的信息処理モデルでは、RMSRは基準値を下回っているものの、それ以外は全て判定基準値を満たしている上に、先行変数として提示された商品関連態度と金銭的費用の経路係数も統計的に有意であった。なお、属性評価と商品関連態度、そして金銭的費用から行動関連態度へ直接移行する経路を設定したものをモデルAとした後、行動関連態度の先行変数として属性評価のみが考慮されたモデルBと、行動関連態度と環境的要因が考慮されたモデルCを間接的に比較する χ^2 分析を行った結果、モデル間に有意な差は確認されなかった。しかし、モデルAにおいて設定した経路の中で、商品関連態度→行動関連態度（-.204, $t=-2.049$ ）の経路は有意であり、属性評価→行動関連態度の経路は有意ではなかった（.80, $t=.864$ ）。それにより、行動関連態度の先行変数としては属性評価ではなく、商品関連態度と金銭的費用であるとみなした方が妥当であると考えられる。このような結果から合理的購買情報処理過程において操作要因としての制約条件

が金銭的費用（価格オプション）であることがと推論された。

なお、構造分析の結果、代替的信息処理モデルの適合度は基準値を概ね満たしていることが確認された。したがって、本研究で設定した購買情報処理過程の二元性はモデル内経路係数と統計的に有意であると判明された。すなわち、環境的要因に対する反応が肯定的であるほど行動関連態度が肯定的になり、属性情報に対する評価も高まるという仮説と、費用に対する知覚度が大きいほど行動関連態度が否定的になり、属性情報に対する評価も低下するという仮説は、いずれも認められた。このような結果は新たに提示された代替的信息処理モデルにおいて、商品関連態度と金銭的費用が行動関連態度と購買意図に対して高い説明力を持つことを意味しており、それに加え、商品関連態度と金銭的費用要因そして環境的要因により形成される指向性を持たない感情状態が行動関連態度を通らずに購買意図へ直接影響を与える場合もあることを示している。

(2) 両課程の推移と相互効果

本研究では、合理的・非合理的購買情報処理過程を説明する既存モデルをより精巧に規定するべく、主に購買態度から購買意図に至るまでの過程に焦点を絞り、既存モデルに修正を加えた代替モデルが購買情報処理過程を把握するにおいて妥当か否かに関する検証を行った。仮説検証のため行われた実験から得られたデータを基に、実験群と統制群の被験者の選択行動を誘因操作の有無で比較を行った結果、環境的要因の誘因効果が認められた。

誘因操作の行った実験群では、商品関連の嗅覚($t=14.380, p<0.05; t=12.960, p<0.05$)・視覚情報($t=8.490, p<0.05; t=12.684, p<0.05$)の追加により態度と購買意図が共に高まり、否定的言語情報が追加された場合は態度と意図が共に低下することが確認された($t=-1.791, p<0.05; t=-1.24, p<0.01$)。評価難易度の相違に対し、各操作オプションが情報処理過程にどのように影響するかについても負の相関関係が認められた($t=-2.300, p<0.05; t=-3.44, p<0.05$)。

さらに、考察対象を実験群のみに絞り、評価難易度の高い価格オプションが与えられた購買選択における情報処理の変化過程を観察した結果、次のような結論が導出された。

- ① 評価難易度の高い属性関連オプションをさらに追加した場合、属性情報間の優劣関係が容易に見出せず、非合理的な選択行動へ帰属されるような情報処理が行われた。
- ② 評価難易度の低い属性関連オプションをさらに追加し、環境的要因を提示した場合、

提示前の成果不一致が棄却され、非合理的な選択行動に帰属された。

なお、同条件の下で、誘因操作に対して各オプションが情報処理過程にどのように影響するかについて、次のような結論が導出された。

①被験者の認知欲求と認知成熟度の相違が購買傾向と連動し、それぞれ合理的・非合理的購買情報処理の二つの形態に分類されることが確認された。

②評価難易度の異なった属性関連オプションを追加した場合、それぞれ具体化・抽象化経路から選択行動へ帰属されるような情報処理が行われた。

③それぞれの選択オプションに、環境的要因を追加した場合、既存の成果不一致が棄却され、非合理的な選択行動に帰属される傾向が確認された。

このような結果は、環境的要因が行動関連態度の媒介的役割による経路をたどっていくだけではなく、購買意図へ直行する経路も存在していることを意味するものである。すなわち、実際の購買状況において行動主体（消費者）は、合理的属性評価の成果と共に環境的要因にも主たる影響を受けることが解明されたのである。特に、環境的要因が購買意図に直接影響を与えることから考えると、行動主体が特定の商品に対して合理的な属性評価値と高い選好度を持っている場合でも、他の選択肢と肯定的に関連する環境的要因を知覚した場合は既存商品の購入を棄却する可能性があることが確認された。それにより、行動操作を行う際に属性情報の操作に加え、それと同時に環境的要因の操作を行ったほうが成果行動の相違を見出すのにより有効な方法であることが明らかとなった。

(3)本研究の意義

本研究では、これまで購買情報処理過程における態度と成果行動との関係を把握するにおいて広く支持されてきた既存の合理的購買情報処理モデルを、いくつかの変数間相関関係に焦点を絞り再構成することで、当該分野における今後の分析手法に貢献する理論的根拠の抽出を試みた。その成果が示す実質的意義としては、まず、行動関連購買態度の先行変数として合理性に基づいた属性評価の成果だけではなく商品関連態度と金銭的費用そして環境的要因により形成される非指向性感情状態を提示し、属性評価が独立変数ではなく調整変数であることを、統計的検証を通じて究明したことで、合理的な情報処理過程における環境的要因の誘因効果の所在と環境的要因による行動操作の有効性が実証されたことがあげられる。

また、既存の関連研究では環境的要因から購買態度までの直結経路が、主に消費者の認

知欲求の水準や普段の購買傾向が非合理的購買傾向にある、あるいは可処分所得が顕著に高い場合や低価格の商品カテゴリーの場合に作動するとされていたが、本研究の実験からは行動志向が強い消費者は気に入った商品を、合理的評価作業を行わず購入する傾向が確認された。その意味で本研究は、既存研究に対して補完的役割を果たすものとなっているため、今後の類似研究の方向性にも有効な学問的提案を行うことができると考えられる。

(4)今後の課題と展望

本研究の成果をふまえると、今後非合理的購買情報処理と諸過程における環境的要因の誘因効果に関するより複雑なモデルへの拡張が期待される。特に、本研究で検証された購買情報処理モデルは既存モデルに対する拡張・修正モデルであり、今後新たな変数を追加することでモデルのさらなる拡張が可能になると予想される。

なお、本研究の成果を、今後の研究においてより包括的なモデルの提案へ発展させるために、以下に示す幾つかの改善すべき課題について取り組んでいく必要があると考えられる。

①態度と成果行動を測定する際、設問調査の持つ様々な制約条件により、成果行動そのものを測定するのではなく購買意図を測定することでその後の行動傾向を予測するという既存モデル限界を共有している。今後は、調査対象者の購買行動を実際の店頭にて測定する別途の実験を追加することで、購買意図から予想される行動傾向が実際の購買行動にどの程度反映されるかに関する検証を行う必要があると考えられる。

②既存モデルと本論文で提示した新たなモデルを比較するにおいて、二つのモデルを直接比べられる方法がなかったため、客観的な判別値を適用し、さらに別途のモデルを便宜的に設定し間接的な比較を行うことで、本研究で提示したモデルの優位性を検証した。しかし、このような迂回的比較方法による有意性の検証は、統計的観点からすると認め難い側面があると指摘されがちなものである。換言すると、両モデルの比較作業に統合モデルという媒介的装置を設定することは、厳密には両モデルの説明力の相違を統計的に検証する際の阻害要因になる可能性が十分に存在するということである。ただし、現時点においては、構成変数が互いに異なっている複数のモデルを直接比較することは不可能であるがゆえに、本研究で用いられた手法による検証結果を幾分認める必要があると考えられる。

③各操作誘因に対する認知度を測定したと

ころ、大多数の被験者がいずれの誘因操作にも気づいており、当初予定していた意識構造との関係については検証することができなかった。このような結果は実験操作に関する考慮が十分なされていなかったことを示唆しており、今後類似研究を行う際、改善が求められる項目である。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計1件)

関庚炫、永井猛、選択行動における潜在的購買情報処理過程の発現メカニズム—属性情報と環境的要因の誘因効果を中心に—、早稲田国際経営研究、第43号、2012、135-150。

〔学会発表〕(計1件)

関庚炫、「消費者の合理的購買情報処理モデルの諸過程」、『日本インストアマーケティング学会第3回全国大会』、2010年9月23日、日本インストアマーケティング学会、早稲田大学。

〔図書〕(計1件)

関庚炫、ブイツーソリューション、購買合理性の罠—意識から遮蔽され不定に変化する非合理的購買行動に関する演繹的考察—、2013、189。

6. 研究組織

(1) 研究代表者

関 庚炫 (MIN KYUNGHYUN)

早稲田大学・商学大学院・助手

研究者番号：40508206