

選択肢の数が消費者行動に与える影響*

書店での実験データを用いたベイズ統計分析

1250486 中野佳介

指導教員 矢内勇生

研究背景

近年、日本における書店の閉業率の高さが指摘されている。かつて約 20,000 店あった書店は、20 年間でおよそ半減しており、街に書店が 1 店舗もない「無書店自治体」の数は、全体の約 4 分の 1 にも上るという。この現状に対し、経済産業省は書店の重要性を強調し、対策を講じなければ国力にも影響を与えうると警鐘を鳴らしている。2024 年 3 月、同省は、書店ひいては出版業界の新興を目指して「書店新興プロジェクトチーム」を立ち上げる動きを見せている。

研究目的

本稿は、書店の売上を上昇させる経営戦略を見出し、書店及び出版業界の振興に寄与することを目的とする。その達成のために、多すぎる選択肢が売上を減少させるとする「選択過剰仮説 (choice overload hypothesis)」を、実書店での実験により検証する。

研究方法

実書店において、2023 年 11 月から約 1 年間に渡って棚に並べる書籍の種類数を操作し、売上冊数を比較するフィールド実験を行った。その後、実験で得られたデータに対してポアソン回帰モデルを用いたベイズ推定を行い、選択肢の数が売上冊数に与える影響を推定した。

分析結果

選択肢の数を増やすと 99% の確率で売上が減少することがわかった。平均すると、並べる書籍をおよそ 33 種類増やすごとに、売上冊数が 1 冊減る。書店において、33 冊という書籍数は短期間で変動する上、粗利率から評価しても売上冊数が 1 冊減ることは大きな損失であり、無視できない結果である。

結論

書店においても選択過剰仮説が正しいことが観察された。棚に並べる書籍の数を増やすと、売上は 99% の確率で減少する。

* 本稿の執筆にあたり、多くの方々から多大なるご支援とご協力を賜りました。まず、指導教員である矢内勇生先生に心より感謝申し上げます。また実験の実施にあたり、快くご協力いただいた未来屋書店高知店の山下俊司店長ならびに従業員の皆様に、厚く御礼申し上げます。そして、研究活動を共に支え合った同研究室の友人たちにも深く感謝いたします。