

セルフコントロール能力の把握が衝動購買に与える影響
—oTreeを用いた仮想ショッピング課題による検証—

高木一樹*

指導教員 安井佑太

研究背景

少子高齢化に伴い、年金制度に対する不安は高まっている。実際、高齢者世帯では公的年金・恩給を基に生活する割合が高く、今後は老後の生活を支える手段として私的年金、就労、貯蓄等が一層重要であるとされる。中でも貯蓄は日常的な支出行動を見直すことで比較的取り組みやすいと考えられる。しかし、スーパー等では衝動購買が発生しやすく、不要な支出を招くことが貯蓄を阻害する可能性がある。

研究目的

本研究は衝動購買を抑制する手段としてセルフコントロール能力に注目する。セルフコントロール能力の把握（自己認知）は誘惑への注意や衝動の抑制を促し、購買場面でも衝動的な購入を減らす可能性がある。そのため、消費者が自身のセルフコントロール能力を把握することで衝動購買を抑制できるかを明らかにする。

研究方法

高知工科大・高知県立大の学生 38 名を対象にランダム化比較試験を行なった。初めにセルフコントロール能力測定テスト (BSCS-J) を実施し、介入群にのみ結果と大学生の平均合計得点を提示して自身の能力を把握させた。続いて仮想ショッピング課題によって衝動購買の度合を計測し、最後に衝動購買が発生した者に購買意図を測るアンケートに回答してもらった。

分析結果

回帰分析の結果、介入効果は支払総額、衝動購買による総額・総数を被説明変数としても、介入が衝動購買を抑制する効果を示したが、統計的に有意ではなかった。これは交差項を含めたモデルにおいても同様の結果であった。一方、嗜好品等が陳列するコーナーの表示数は、1 増加すると同時に衝動購買の総数を 0.62 個増加するという傾向を示し、統計的に有意であった。

考察・結論

結果から、セルフコントロール能力の把握が衝動購買を抑制する効果は統計的に有意には支持されなかった。一方、嗜好品が陳列するコーナーの表示数と衝動購買は有意な正の相関を示し、当該コーナーの回避と事前計画に沿う購買が抑制に有効である可能性が示唆された。

* 本研究を進めるにあたり、ご指導頂いた安井先生に心より感謝申し上げます。また、実験を行うにあたって共に運営に取り組んだ同ゼミの淵崎さんと、協力して頂いた実験参加者の皆様に深く感謝いたします。