

楽観主義が非日常の状況における 消費活動に与える影響について

慶應義塾大学 経済学部 大垣昌夫研究会 3年

安藤健介 藤堂真夕姫 中山恵太

要約

予稿では大学生を対象としたアンケート調査を通じて、楽観主義という観点から、非日常の状況における消費活動に与える影響について分析した。楽観主義者は明るい未来を期待し、いかなる行動によってもたらされる結果も良い結果だと考え、さらにあらゆる状況をポジティブに捉える性質があるため、悲観主義者に比べ非日常時の気持ちがより高揚し、WTP (Willingness to Pay 【支払い意欲】) が上昇するという仮説を立て、回帰分析を行った。すると、非日常感覚(特定の状況に対してどの程度非日常だと感じるかを測る尺度)が大きいほど非日常時のWTPが上昇するという有意な結果と、楽観主義であるほどWTP上昇率が大きいという有意な結果を特定の状況と財において得ることが出来た。

JEL 分類番号:

キーワード: 楽観主義, WTP, 楽観性, ポジティブ志向, 非日常感覚

1 安藤健介, 慶應義塾大学

2 中山恵太, 慶應義塾大学

3 藤堂真夕姫, 慶應義塾大学

1. イントロダクション

1.1 序文

お祭りや旅行など日常とはかけ離れた状況で、気持ちが高揚しついつい財布の紐が緩んでしまった経験はないだろうか。供給者はそういった消費者の性格を理解しているため、例えば映画館やお洒落なレストランではジュースでさえ非常に高い価格で提供される。もしも人間が完全に合理的であるならば、同じ財に対してより多くのお金を払うという行動を説明することは難しい。また、中にはどのような状況であれ同じ財なのであれば同程度の金額しか払わないという人も存在するだろう。では、非日常状況下で消費行動が人によって異なるのは何故か、そこには人それぞれの持つ世界観が影響していると考えられる。世界観とは、「ひとつの人々の集団が生活を秩序付けるために用いている、現実の性質に関しての、認識、感情、判断に関する、基礎的な仮定と枠組み」(大垣昌夫・田中沙織「行動経済学」 p194)だと定義する。

1.2 関連文献

「楽観性とポジティブ志向および主観的幸福感の 関連について」(出典：橋本ら 2011)によると、楽観主義は「楽観性」と「ポジティブ志向」という二つの側面から成っているとされる。楽観性は「物事がうまく進み、悪いことよりも良いことが生じるだろう」(戸ヶ崎・坂野, 1993)という信念を表し、ポジティブ志向は「現実のポジティブな面を強調する」(Brown, 1993)という性質を表す。つまり楽観主義者は、明るい未来を期待し、あらゆる行動によってもたらされる結果は良い結果だと考える楽観性と、あらゆる状況をポジティブに捉えるポジティブ志向を持ち合わせていると考えられる。

本研究では、楽観主義という世界観を測るための尺度として、Scheier et al. (1994) が作成した改訂版楽観性尺度 (the revised Life Orientation Test: LOT-R) と、ポジティブ志向尺度 (橋本 2002, 2010) の二つを用いた。

2. 研究仮説

序文の冒頭で述べたように、非日常の状況において消費行動が特徴を見せる最大の原因は気持ちの高揚だと考えられる。そこで我々は、人によって気持ちの高揚に差異が出るのは、楽観主義の世界観の強弱が各人で違うためだと考えた。そして本研究では、楽観主義を物事や事態の成り行きを全ていい方向に考える世界観と定義し、「楽観主義である人ほど、非日常の状況において、ある財に対し日常で支払う金額よりも多くの金額を支払う意欲 (以後 WTP) がある」という仮説を立てた。なぜなら楽観主義者は明るい未来を期待し、あらゆる行動によってもたらされる結果は良い結果だと考えるため、日常とかけ離れた状況下における消費活動も活発化するだろうと考えたためである。また、楽観主義者はあらゆる状況をポジティブに捉える性質があることから、非日常的な状況下で気持ちが高揚し、WTP の上

昇につながることも考えられる。

3. 研究方法

研究仮説に基づき、楽観主義の強弱を問う質問と、日常から非日常に状況が変化した時に WTP がどれだけ変化するかを問う質問からなるアンケート調査を行った。

アンケートは Google フォームで作成し、その URL を LINE で知人に送り、アンケートの回答と拡散を依頼した。集計期間は 2017 年 8 月 26 日～27 日であり、100 件の有効回答を得た。

アンケートでは、楽観主義という世界観を数値化し分析するための尺度として、楽観性を測定する LOT-R、ポジティブ志向を測定するポジティブ志向尺度、設問の状況をどの程度非日常だと感じるのかを 0~5 の 6 段階の評価で答えてもらう質問を用いた。そして LOT-R での回答の合計値を説明変数 X1、ポジティブ志向尺度での回答の合計値を説明変数 X2、設問の状況を非日常と感じるかを問う「非日常感覚」を説明変数 X3 とした。

経済行動に関する質問は、ある特定の財に対して、日常時にならいくら支払えるか、非日常時にならいくら支払えるかを聞いた。つまり同一の財に対する WTP を日常時と非日常時でそれぞれ回答してもらい、非日常時の WTP を日常時の WTP で割った数値によって、非日常時における WTP の上昇率を出し、これを被説明変数とした。非日常の状況設定をハワイのお土産とし石鹸への WTP の上昇率を Y1、お祭りの屋台におけるジュースへの WTP の上昇率を Y2、パリにおける T シャツへの WTP の上昇率を Y3、受験期におけるお守りへの WTP の上昇率を Y4 とした。そしてこれらのデータから単回帰分析と重回帰分析を行った。

4. 結果

回帰分析を行ったところ、ハワイで石鹸を買うケースと、パリで T シャツを買うケースで有意な結果が得られたので、その二つのケースの回帰分析結果を記す。

4.1 単回帰分析結果

被説明変数 Y1：石鹸の WTP 上昇率

説明変数	係数	P 値
LOT-R	0.012612	0.305411
ポジティブ志向	0.034286	0.012037**
非日常感覚	0.10739	0.024702**

被説明変数 Y3：T シャツの WTP 上昇率

説明変数	係数	P 値
LOT-R	0.030515	0.057341*
ポジティブ志向	0.01749	0.336085

非日常感覚	0.20717	0.013673**
-------	---------	------------

4.2 重回帰分析結果

被説明変数 Y1：石鹸の WTP 上昇率

説明変数	係数	P 値
LOT-R	-0.00994	0.518791
ポジティブ志向	0.041638	0.017615**
非日常感覚	0.105936	0.023269**

被説明変数 Y3：T シャツの WTP 上昇率

説明変数	係数	P 値
LOT-R	0.036777	0.072668*
ポジティブ志向	-0.00544	0.811961
非日常感覚	0.219638	0.008432***

5. 考察

まず全ての非日常的状況において、非日常感覚と WTP 上昇率に正の相関があるという有意な結果が得られた。つまりその人がより非日常だと感じるほど、その人の WTP が上昇するという我々の仮説と一致する結果となった。

また、ポジティブ志向と「石鹸に対する WTP 上昇率」、楽観性と「T シャツに対する WTP 上昇率」の間にそれぞれ正の相関があるという有意な結果が得られた。つまり、楽観主義者であるほど、非日常時の WTP 上昇率が高いということが言える。

では何故、石鹸の WTP はポジティブ思考と、T シャツの WTP は楽観性と正の相関が見られたのだろうか。ハワイとパリという旅先の違いはありながらも、同じ海外旅行というシチュエーションである以上、日本の大学生が感じる非日常の度合いに大きな差は生じにくいと考えられる。したがって、今回は財の違いによって、結果に違いが生まれたのだと考えられる。

石鹸と T シャツの本質的な違いとして、消耗品か否かという点が挙げられる。楽観性が強い楽観主義者は、明るい未来を期待し、あらゆる行動によってもたらされる結果は良い結果であると考えられる傾向がある。そのため、長く着用し続けるであろう T シャツに関しては、未来に重きを置く楽観性の強い楽観主義者の方が、今後も着用できるという長期的な利点を期待することにより WTP が上がりやすいと考えられる。一方、石鹸は消耗品であるため、短期的な利点を期待する楽観主義者の方が、WTP が上がりやすいと考えられる。ポジティブ志向が強い楽観主義者は、現在の状況をポジティブに捉える傾向があるため、財を購入する際には長期的なメリットよりも短期的なメリットを重視すると考えられ

る。そのため、石鹸のケースに関してはポジティブ志向と WTP 上昇率の間に有意な正の相関が出たのだと考えられる。

また、誰のために財を購入したのかという点においても、石鹸と T シャツの間に違いがある可能性が高い。アンケートで経済行動について質問した際、誰のために購入したのかは明確に指定していないものの、比較的高価な T シャツを他人のお土産のために購入する可能性は低いため、T シャツは自分のために購入する体で回答を頂いていると考えられる。そのため、あくまで自分自身の未来に明るい期待を抱く傾向のある楽観性の強い楽観主義者の方が、T シャツの WTP が上昇するという結果になったとも考えられる。一方、石鹸はお土産屋さんで購入している仮定のため、自分のために買った可能性もあれば知人のために買った可能性もある。ポジティブ志向の強い楽観主義者は、あらゆる事態のあらゆる良い面を強調する性質があるため、お土産屋さんに立ち寄って石鹸を見つけた際に、自分だけでなく家族や友人も喜ばせられるといった複数のメリットを期待して、WTP が上昇するという結果になったとも考えられる。

6. 結論

以上により、「楽観主義者及び非日常感覚の大きい人ほど、非日常時に WTP が上昇する。」という結論に至った。

付録 質問票

改訂版楽観性尺度 (the revised Life Orientation Test: LOT-R)

各項目について、「全然あてはまらない (1 点)」から「非常にあてはまる (5 点)」の 5 段階で回答してください。

1. 私には常に良いことが起こると考えて、日々過ごしている。
2. 物事はたいてい自分の思い通りにいくと思っている。
3. 概して、悪いことよりも良いことの方が自分の身に起こると思う。
4. 悪いことはそうそう起こらないと思う。
5. 先行きが分からない時でも、きっと良くなるだろうと考える。
6. 私は自分の将来についてどんな時も楽観的である。

ポジティブ志向尺度

何か困難な出来事が起こったとき、あなたはこの出来事や自分自身について次のようなことをどのくらい考えますか？

各項目について、「全くあてはまらない (1 点)」から「非常にあてはまる (5 点)」の 5 段階で回答してください。

1. 私には、この出来事に対処することを可能にするために絶対に力を貸してくれる人が

いると思う

2. この出来事には、悪い面ばかりでなく良い面も必ずあると思う。
3. この出来事を、自分の努力次第で何とかすることができると思う。
4. この出来事には必ずや対処することができると思う。
5. この出来事にあったからといって、私は自分自身のことを否定的には考えない。
6. 私は、この出来事と同じような出来事が今後二度と起こらないようにできると思う。
7. もっと悪い状態になっていたかもしれないので、それと比較すると今の自分の状態はましであると思う。

経済行動に関する質問

以下の質問では、日常的な状況と非日常的な状況、そしてその状況下で販売されている財が提示されます。

それぞれの状況に対して、どれほど非日常的に感じるか回答してください。(0 から 5 までの 6 段階評価で回答を頂いた)

目安として、0 は月に数度その行いをする、5 は年に一度その行為をするかしないか、という感じです。

また、それぞれの状況下で、それぞれの財にいくら支払うかご回答ください。

ただし、どの状況下においても、財布の中には 1 万円しか入っていないものとします。

回答は数字のみでお願いいたします(1 万円→10000, 2 千円→2000)

また、それぞれの状況下における人数は統一している想定でご回答ください。(例: あなたの知っている店で、4 人でショッピング→ハワイにも 4 人で向かっている)

1. 石鹸

(ア) あなたの知っているおしゃれな雑貨店に立ち寄ると、香りの良い石鹸が売っていました。あなたはこの石鹸にいくら払えますか?

(イ) あなたは夏休みにハワイへ旅行に来ていて、ワイキキのお土産屋さんに立ち寄りました。あなたはこの状況をどのくらい非日常的だと感じますか?

(ウ) 香りの良い石鹸が売っていました。あなたはこの石鹸にいくら払えますか?

2. ジュース

(ア) あなたは喉が渇き、自動販売機に立ち寄ると、あなたがよく飲むジュースが売っていました。あなたはこのジュースにいくら払えますか?

(イ) あなたは夏祭りに遊びに来ていて、喉が渇いたため屋台に寄ることにしました。あなたはこの状況をどのくらい非日常的だと感じますか?

(ウ) あなたがよく飲むジュースが売っていました。あなたはこのジュースにいくら払えますか?

3. T シャツ

(ア) あなたがよく訪れるアパレルショップに来ると、おしゃれな T シャツが売ってい

ました。あなたはこのTシャツにいくら払えますか？

(イ) あなたはパリを旅行していて、シャンゼリゼ通り(東京でいう表参道)に来ています。あなたはこの状況をどのくらい非日常的だと感じますか？

(ウ) おしゃれなTシャツが売っていました。あなたはこのTシャツにいくら払えますか？

4. 御守り

(ア) 家の近くの神社に来ると、お守りが売っていました。あなたはこのお守りにいくら払えますか？

(イ) 明日は大学受験の当日です。家の近くの神社に来ています。あなたはこの状況をどのくらい非日常的だと感じますか？

(ウ) お守りが売っていました。あなたはこのお守りにいくら払えますか？

引用文献

橋本京子, & 子安増生. 2011. 楽観性とポジティブ志向および主観的幸福感の関連について. パーソナリティ研究, 19(3), 233-244.

大垣昌夫・田中沙織, 2014. 行動経済学 p194