

# 購入時になにを重視しますか ～調査手法間の比較～

小野 滋  
シノベイト株式会社

- この研究は

## 購入時重視点の聴取方法を比較した研究です

- 目次

1. 背景と問題
2. 目的と方法
3. 結果と考察

「なぜそんなことを調べたのか？」

「どんな聴取方法について、なにを調べたのか？」

「どんなことがわかったのか？」

The background is a solid teal color. On the left side, there are several abstract, overlapping shapes in a lighter shade of teal. These shapes include a large, curved, hook-like form at the top, a vertical bar extending downwards from its base, and a circular shape at the bottom left.

# 1. 背景と問題

## 「属性の重要性」の重要性

- 製品・サービスの購入時に、消費者はどんな属性を重視しているか？
- 消費者の選好・選択について考える際の重要な視点
- 消費者理解・マーケティング戦略立案に大きな示唆をもたらす

例1) 製品カテゴリにおける重要属性の特性

→ 消費者の選好の理解 → 製品開発・改善の指針

例2) ベネフィット・セグメンテーション

→ 消費者の異質性の理解 → ターゲットの特定

## 属性の重要性をどのようにして調べるか

- 統計的重要性
  - 対象に対する評価と、その対象の属性との関係を調べ、重要性を導く
  - 例) コンジョイント実験
- 主観的重要性
  - 消費者に直接尋ねる
  - 例) 購入時重視点の聴取

## 主観的重要性：限界と有用性

- 限界

- 人は自分が何を重視しているかを正しく知っているとは限らない
- 主観的評価のバイアス (例, 社会的望ましさの影響)
  - 「ええ, 地球にやさしい製品を買うようにいつも心がけていますよ」→本当か？

- 有用性

- 統計的重要性を導出するよりも, はるかに容易
- 行動をうまく予測できる場合も多い (Griffin&Hauser, 1993)

→ 簡易な手法として, 実務的な有用性が高い  
市場調査における“定番的”調査項目

## 主観的重要性:どのように聴取するか

- 多様な聴取方法が用いられている
  - リッカート尺度での直接評定
  - 順位付け
  - 自由記述
  - ...
- 手法によって結果が異なる！
  - Jaccard(1986)
    - 2つの購買課題を提示し, 購入時重視点を聴取
    - 5つの手法+コンジョイント実験を被験者内計画で比較
    - → 得られた属性の重要性は手法によって異なっていた
- では, どの手法を用いればよいのか？

## 2. 目的と方法

- 詳細は報告要旨をご参照ください

## 目的

- 購入時重視点の3つの聴取方法を比較し、特性をあきらかにする
  - 直接評定
    - 各属性について、リッカート尺度上で重要性を評定
  - 順位づけ
    - 各属性を重要な順に順位付ける
  - 狩野法 (狩野ほか, 1984)
    - ある属性が良い場合について想像し、製品を評価する
    - ある属性が悪い場合について想像し、製品を評価する
    - 選択肢:「とても気に入る」「気に入るが、それが当然だと思う」「特になにも感じない」「気に入らないが、仕方がないと思う」「全く気に入らない」

## 課題

- 「あなたの携帯電話を買い換える時を想像してください」

- 主な調査項目

- A.直接評定
- B.順位付け
- C.狩野法

順序はカウンター・バランス

- D.部分プロフィール・コンジョイント選択課題

← 20属性

- デモグラフィック特性, 携帯電話に対する関心の強さ(関与)

## A. 直接評定

(あてはまる箇所に印をつける)

	まったく 重要でない	あまり 重要でない	どちらとも いえない	少し 重要だ	とても 重要だ
電波受信時の感度					
デザイン					
肌触り					
発売された時期					
手にとったときの持ちやすさ					
こわれにくそうか					
音質					
ボタンの押しやすさ					
価格					
形状(スライド/折りたたみ/スティック)					
画面の大きさ					
同じ機種を友人が持っているか					
防水機能					
カメラの有無・画素数					
データの保存容量					

## B. 順位付け

	回答欄
肌触り	
価格	
データの保存容量	
画面の大きさ	
防水機能	
音質	
電波受信時の感度	
こわれにくそうか	
ボタンの押しやすさ	
デザイン	
同じ機種を友人が持っているか	
発売された時期	
カメラの有無・画素数	
形状(スライド/折りたたみ/スティック)	
手にとったときの持ちやすさ	

1位を任意個選択



2位を任意個選択



すべて選ばれるまで繰り返す

## C. 狩野法

- 下記2群をそれぞれ聴取 (群の順序はカウンターバランス)
- Positive 設問群 (一部)

			とても 気に入る	気に入る が、それが 当然だと思 う	特に なにも 感じない	気に入らな いが、仕方 がないと思 う	全く気に入 らない
もし	形状(スライド/折りたたみ/スティック)	があなたの希望どおりだったら					
もし	同じ機種を友人が持っているか	があなたの希望どおりだったら					
もし	肌触り	があなたの希望どおりだったら					

- Negative 設問群 (一部)

			とても 気に入る	気に入る が、それが 当然だと思 う	特に なにも 感じない	気に入らな いが、仕方 がないと思 う	全く気に入 らない
もし	手にとったときの持ちやすさ	があなたの希望どおりでなかったら					
もし	カメラの有無・画素数	があなたの希望どおりでなかったら					
もし	形状(スライド/折りたたみ/スティック)	があなたの希望どおりでなかったら					

## D. 部分プロフィール・コンジョイント選択課題

携帯電話についての調査

あと20問

あなたの携帯電話を買い換えるときを想像してください。

キャリア(docomo, au, softbankなど)はそのまま、端末のみを機種変更する場合についてお考えください。

下の3つの機種を比較して、一番買いたいものをひとつ選んでください。

回答は、これまでの回答と矛盾していてもまったくかまいません。感じたとおりにお答えください。

かわいいデザイン	平凡なデザイン	シンプルなデザイン
こわれにくそう	頑丈さは ふつう	少し こわれやすそう
手に取ったとき 少し持ちにくい	手に取ったとき 持ちやすい	持ちやすさは ふつう
データの保存容量が 大きい	データの保存容量は ふつう	データの保存容量が 少し小さい
同じ機種を持っている 友人はいない	友人が同じ機種を 持っている	同じ機種を持っている 友人はいない
この機種を選ぶ	この機種を選ぶ	この機種を選ぶ

## 注目する特性

- 一般に、測定手法の良し悪しには信頼性と妥当性の側面がある
- 信頼性
  - 仮に同一条件で複数回の測定が行われたら、結果は安定しているか
  - 本研究では:再検査信頼性に注目する
    - 調査回答の1週間後に、全く同一の調査項目に再び回答するよう求めた
- 妥当性
  - 「測定したい対象を、実際に測定している程度」
  - 本研究では:基準関連妥当性に注目する
    - 実際の選択行動により近いと思われるコンジョイント選択課題の結果を外的基準と見なし、購入時重視点の聴取結果との関連性を調べる

A large, stylized number '3' is rendered in a lighter shade of blue against the dark blue background. It is positioned on the left side of the slide, with its top curve extending towards the top left and its bottom curve extending towards the bottom left. The number is composed of two main parts: a top curve and a bottom curve, both with rounded ends.

### 3. 結果と考察

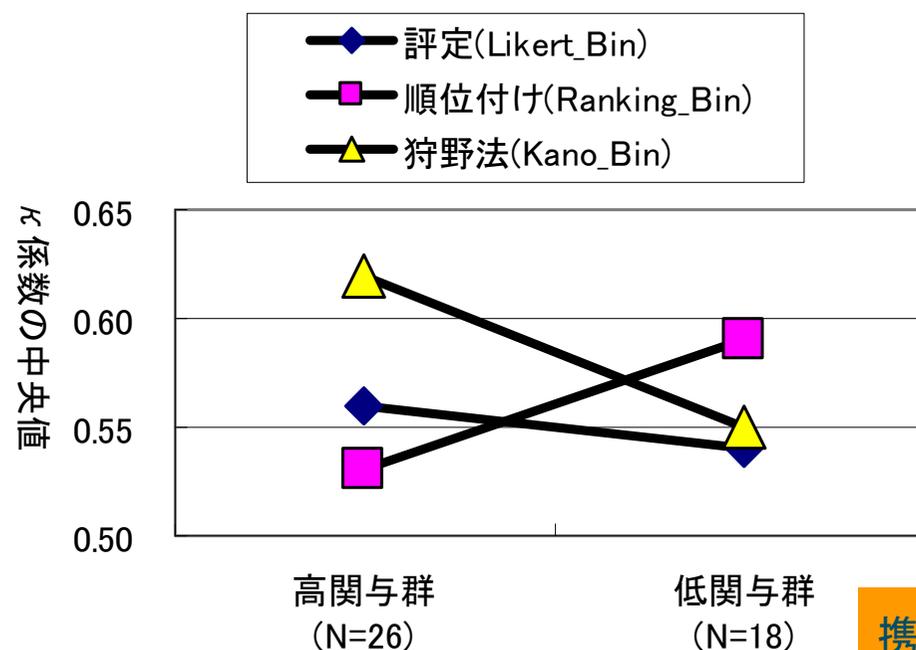
## 重要性指標の算出

聴取法		重要性指標			備考
		略記	尺度水準	指標化の方法	
直接評定	→	Likert_Bin	二値変数	回答{5,4}を1, ほかを0	割合:60%
	→	Likert_Cont	量的変数	5段階に1~5点を付与	平均3.55;SD1.77
順位づけ	→	Ranking_Bin	二値変数	{1位,2位}を1, ほかを0	割合:46%
	→	Ranking_Cont	量的変数	各対象者における合計を210点とし, 順位に比例させて属性に配分	
狩野法	→	Kano_Bin	二値変数	posiで「とても気に入る」ないしnegaで「全く気に入らない」を1,ほかを0	割合:53%
	→	Kano_Cat	カテゴリカル変数	posi, negaへの回答に基づき, {魅力, 一次元, 当たり前, 無関心}に分類(狩野らに準じる)	

## 再検査信頼性

- 直接評定の信頼性は低い？
- 狩野法の信頼性は, 高関与群で高い
- 標本サイズが小さい...今後の課題

検査時と再検査時  
で, 重要性指標が  
どれだけ一致して  
いるか



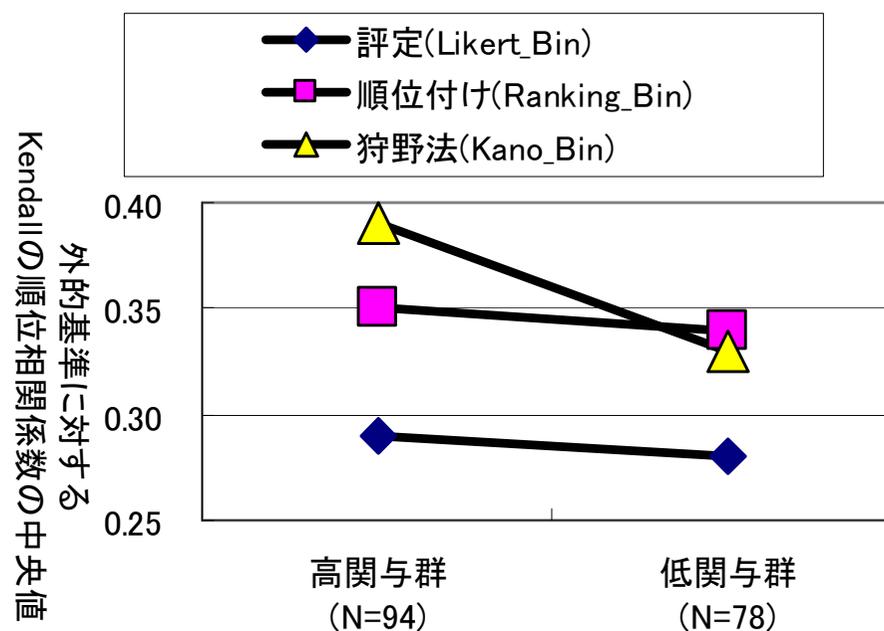
携帯電話への  
関心の強さ

# 基準関連妥当性 (1)

## コンジョイント課題による重要度との関連性

- 直接評定の妥当性は低い
- 狩野法の妥当性は, 高関与群で高い

コンジョイント課題から求めた重要度と, どれだけ一致しているか



※コンジョイント課題に基づき, 個人効用関数を階層ベイズ法によって推定。部分効用値のレンジをその属性の重要性とし, これを外的基準とみなした

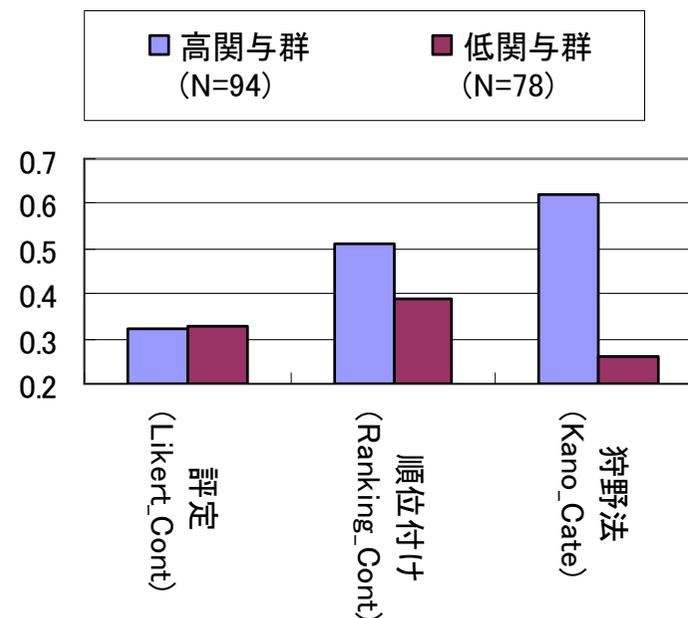
## 基準関連妥当性 (2)

### コンジョイント課題によるセグメントとの関連

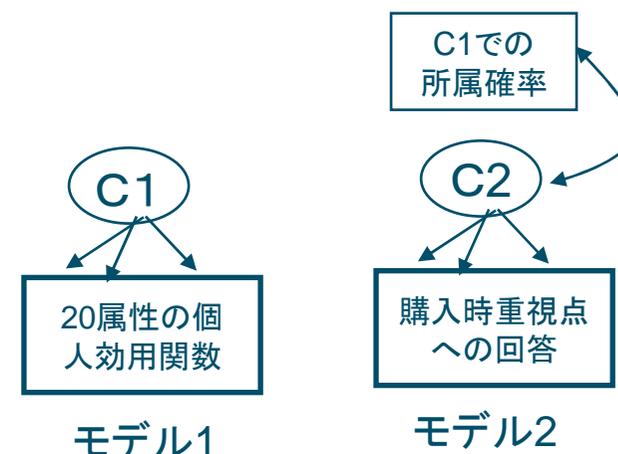
- 前頁の知見を再現

ベネフィット・セグメンテーションの結果は、コンジョイント課題の場合とどの程度一致しているか

コンジョイント課題における潜在クラス所属確率と購入時重視点における所属確率の相関



※コンジョイント課題から求めた個人効用関数について潜在クラス(C1)を仮定し(モデル1), 2つのクラスを得た(おおまかに, 機能重視者とデザイン重視者に対応)。そこで, 購入時重視点聴取データについて2クラスの潜在クラス(C2)を仮定し, C1の所属確率とのC2の所属確率の相関を仮定した(モデル2)。C1, C2の所属確率の推定された相関を示す



## 考察

- 直接評定の特性
  - もっとも頻繁に用いられる聴取法
  - しかし, 重要性指標の信頼性・妥当性は低いようだ
- 順位付けの特性
  - 直接評定よりも信頼性・妥当性が高いようだ
  - しかし, 全属性への順位付けは負荷が高すぎる
  - Short list聴取(重要な属性を複数個選択) の特性は? →今後の課題

- 狩野法の特徴

- 項目数は2倍。回答者への負荷は高い
  - その分、重要性指標の信頼性・妥当性が高いことが期待される
- にもかかわらず、なぜ低関与者では信頼性・妥当性が低いのか？
  - 可能性1. 狩野法項目に回答するためには、当該カテゴリについての知識が必要だから
  - 可能性2. 狩野法はあまりに面倒なので、関心のない主題については答える気が失せるから
  - → 今後の検討課題

## まとめ

- 購入時重視点の聴取方法の特性
  - 直接評価は順位づけに比べて妥当性が低い
  - 狩野法は、購入対象に高い関心を持つ人において有効
- 調査設計へのインプリケーション
  - 現状：調査手法の特性について、実証的証拠が少ない
    - 調査設計者の“名人芸”に頼っている
    - 知見の蓄積が必要
  - 本研究の示唆
    - 聴取手法の良し悪しは、主題と対象者によって変わる
      - 主題 × 対象者 × 聴取手法の交互作用
    - 検討すべき切り口のひとつは＜主題についての対象者の知識・関与＞

ご清聴ありがとうございました