

## 図表索引

図表 1-1	偽物製品購買経験者正規製品購買意図モデル	10
図表 1-2	モデル適合度	12
図表 1-3	係数推定値と t 値	12
図表 2-1	オタクの定義	31
図表 2-2	合理的行為理論	34
図表 2-3	本論で想定する採用者カテゴリーの定義	36
図表 2-4	ホビー製品購買意図決定モデル	37
図表 2-5	各採用者カテゴリーのモデルにおける仮説の符号	42
図表 2-6	モデルの全体的評価 (1) : 「オタク」	44
図表 2-7	モデルの回帰係数推定値と部分的評価 (1) : 「オタク」	45
図表 2-8	モデルの全体的評価 (2) : 「マニア」	45
図表 2-9	モデルの回帰係数推定値と部分的評価 (2) : 「マニア」	46
図表 2-10	モデルの全体的評価 (3) : 「ファン」	46
図表 2-11	モデルの回帰係数推定値と部分的評価 (3) : 「ファン」	47
図表 2-12	モデルの全体的評価 (4) : 「ちょいオタ」	47
図表 2-13	モデルの回帰係数推定値と部分的評価 (4) : 「ちょいオタ」	48
図表 2-14	モデルの回帰係数推定値まとめ	48
図表 2-15	採用者カテゴリー間に観察される社会的相互作用	50
図表 3-1	Liberman and Trope (1998) による高次解釈および低次解釈の例	74
図表 3-2	手段-目的連鎖モデル	76
図表 3-3	技術受容モデル	80
図表 3-4	合理的行為モデル	81
図表 3-5	解釈レベル理論研究の2通りの解釈	83
図表 3-6	従属変数と測定尺度	91
図表 3-7	分散分析の結果 (1) : 「便益-属性型」解釈	92
図表 3-8	広告態度・製品態度・購買意図の平均値 (1) : 「便益-属性型」解釈	93
図表 3-9	広告態度 (1) : 「便益-属性型」解釈	93
図表 3-10	製品態度 (1) : 「便益-属性型」解釈	93
図表 3-11	購買意図 (1) : 「便益-属性型」解釈	93
図表 3-12	分散分析の結果 (2) : 「基本属性-補完属性型」解釈	94
図表 3-13	広告態度・製品態度・購買意図の平均値 (2) : 「基本属性-補完属性型」解釈	95
図表 3-14	広告態度 (2) : 「基本属性-補完属性型」解釈	95
図表 3-15	製品態度 (2) : 「基本属性-補完属性型」解釈	95
図表 3-16	購買意図 (2) : 「基本属性-補完属性型」解釈	96

図表 3-17	分散分析の結果 (3) : 「独立属性-独立属性型」 解釈	97
図表 3-18	広告態度・製品態度・購買意図の平均値 (3) : 「独立属性-独立属性型」 解釈	98
図表 3-19	広告態度 (3) : 「独立属性-独立属性型」 解釈	98
図表 3-20	製品態度 (3) : 「独立属性-独立属性型」 解釈	98
図表 3-21	購買意図 (3) : 「独立属性-独立属性型」 解釈	99
Figure 4-a	Self-gifting Intention Model in Case of Success	132
Figure 4-b	Self-gifting Intention Model in Case of Failure	133
Table 4-a	Estimation Results in Case of Success	134
Table 4-b	Estimation Results in Case of Failure	135

## 執筆者一覧

### 「模倣品購買経験者の正規品購買行動」

芻本 慎弥      高木 玲子  
渡邊 光平

### 「ホビー製品購買を巡る社会的相互作用」

竹内 亮介      秋山 賢輔  
小松 千賀      毎川 絢子  
戸羽 智美

### 「解釈レベル理論に対する2通りの解釈 —便益-属性型解釈と属性-属性型解釈—」

菅原 隆史      島崎 啓介  
川崎 実希子      水田 弥英  
菅原 暉

### “Impacts of Efforts and Outcomes on Self-gifting Behavior”

前田 良平      朴 甫涇  
猿渡 裕也      山口 健人  
清水 鈴

---

『マーケティングの新潮流 2011』

*New Frontiers of Marketing Research and Practice 2011*

---

2011年11月20日 発行  
2013年3月1日 改訂

監修者 小野 晃典

編集者 小野晃典研究会第9期生一同（編集責任者：島崎 啓介）

発行所 〒108-8345 東京都港区三田 2-15-45

慶應義塾大学商学部小野晃典研究会  
URL <http://news.fbc.keio.ac.jp/~onosemi/>



Keio University

慶應義塾大学商学部

# 小野晃典研究会

Prof. Akinori Ono's Seminar of Marketing  
celebrating 10th anniversary