

消費者心理から見る中古品の有効性 ～製品間差異に着目して～

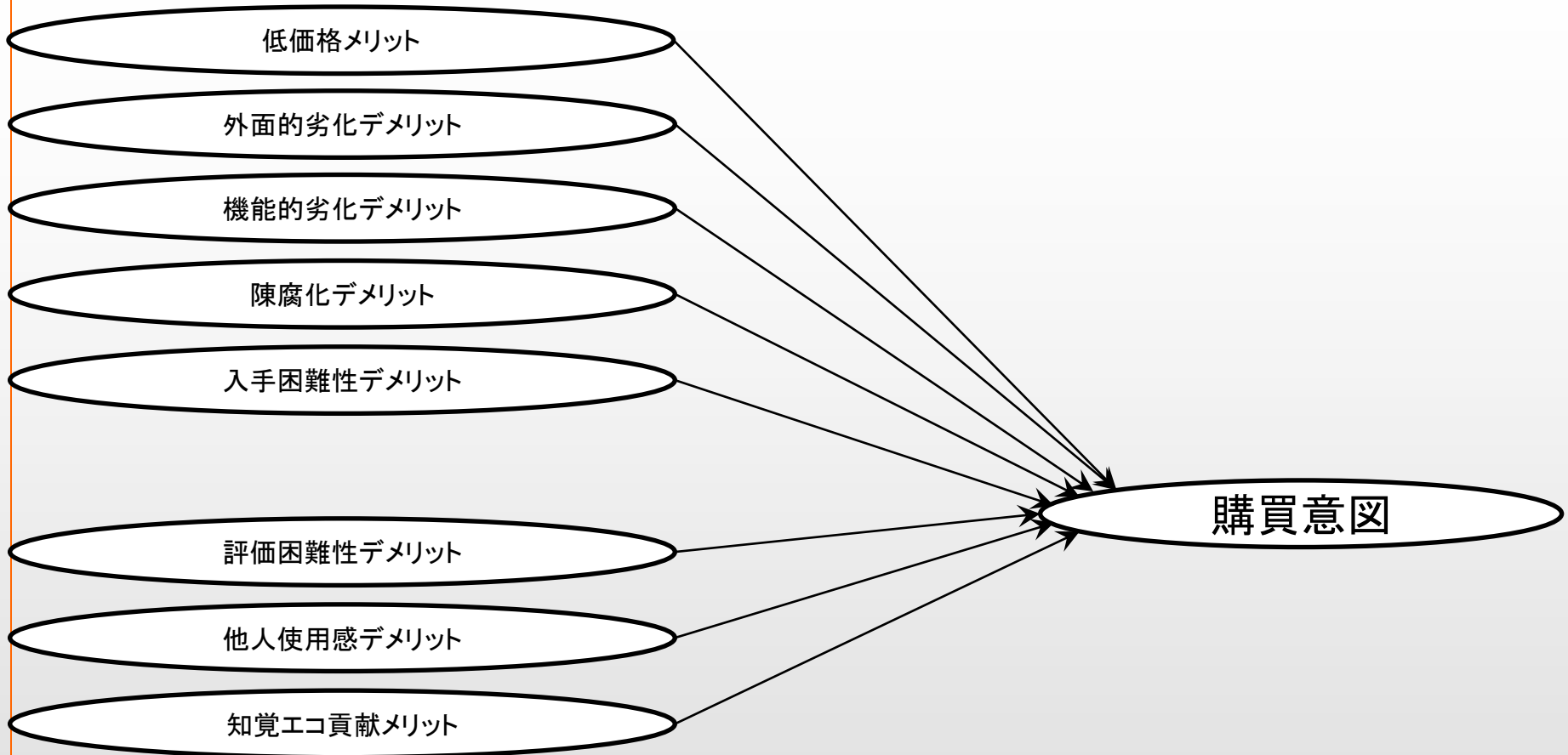
慶應義塾大学商学部小野晃典ゼミナール
橋本賢治 千葉将太 市村哲 小野杏奈

発表の流れ

1. 仮説(パス図)の変更点
2. 分析方法の吟味
3. 質問紙調査の実施

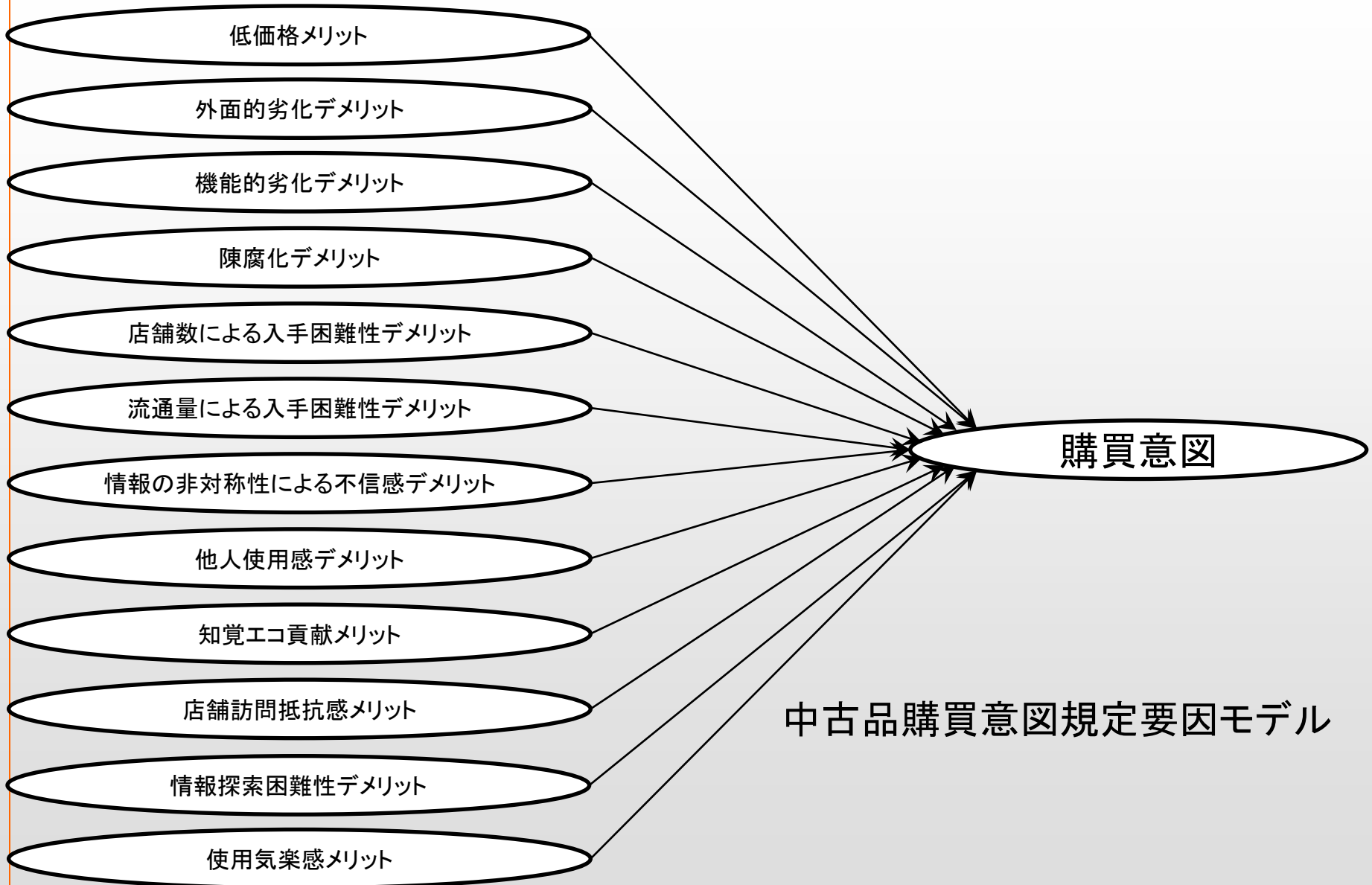
1. 仮説(パス図)の変更点

1.仮説(パス図)の変更点



中古品購買意図規定要因モデル

1. 仮説(パス図)の変更点



中古品購買意図規定要因モデル

2. 分析方法の吟味

2.分析方法の吟味

選好回帰分析を採択！

選好回帰分析とは...

消費者の属性重視度を推定する目的で行う回帰分析

回帰分析とは...

独立変数 X (原因)と従属変数 Y (結果)の関係を示す回帰モデルを算出し、その回帰係数を求めることで、変数間の因果的関係を分析する手法

2.分析方法の吟味

- ・製品の属性水準⇒独立変数 X
- ・消費者の購買意図⇒従属変数 Y

とすると、モデルの回帰係数として、その消費者が製品を購入する際の属性重視度が推定される。

選好回帰モデル

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

ただし、 X_i = 製品が持つ製品属性 i の水準
 β_i = 消費者が持つ製品属性 i の重視度
 Y = 購買意図

よって、今回の研究には最適だと考えられる！！

3. 質問紙調査の実施

3.質問紙調査の実施

調査票への解答にご協力お願いいたします。

！！注意！！

13. 購買意図 ^①		
13-1. 新品と比較して、その中古品を購買したい。 ^②	1 2 3 4 5 6 7 ^③	1 2 3 4 5 6 7 ^④
13-2. 新品と比較して、その中古品を購買すると満足できそうだと感じる。 ^②	1 2 3 4 5 6 7 ^③	1 2 3 4 5 6 7 ^④
13-3. 新品と比較して、その中古品を購買する可能性が高い。 ^②	1 2 3 4 5 6 7 ^③	1 2 3 4 5 6 7 ^④

1に近いほど新品を、7に近いほど中古品を
 購買したいという意味でお答え下さい。