

消費者は経済的後退期に知的になる¹⁾

—— 年齢グループごとの相関分析からの発見物 ——

弘 津 真 澄

目 次

はじめに

1. 支持する仮説
2. アンケート調査の横顔
3. 分析の過程と結果
4. 新たな発見物と若干の考察

おわりに

は じ め に

既存研究の中で、消費者の知識に関する調査は見られるが、知識とデータを分離して考察し [知識+データ] あるいは [データ] のみを購入している可能性に言及したものは、筆者の知る限りない。弘津真澄 (2007) で、弘津真澄 (2002) での発見物である「知識は経済力と代替できる ([知識+データ] ではなく [データ] のみを購入している知的消費者がいる)」は、ピンボケではあるが、このような知的消費者がいる証拠を提示した。本論文の目的は、2004年に行われたアンケート調査 [早川雅明, 橋喬子, 弘津真澄, 林仁美, 豊田哲夫, 針木文 (2004)] から、2002年の論文で記した「仮説2 :

1) 本論文は、以下の発表に加筆修正したものである。

弘津真澄「消費者は経済的後退期に知的になる —— ファッションに関するアンケート調査にもとづく年齢グループごとの分析からの発見物 ——」ファッションビジネス学会 2007年全国大会, 2007年12月8日 (文化女子大学 C051教室)。

消費者は経済的後退期に知的になる」を支持する発見物を、提示するところにある。

そのために、第1に、支持する仮説である「知的消費者への移行過程」の説明を行う。第2に、アンケート調査の概要を紹介し、年齢グループの分類方法とそのサンプルの分布、そして前提となる自由裁量金額の変化を示す。第3に、分析の過程と結果を提示す。そして、今回の結果の現実への適用も記した。最後に、この分析の中で見つけた新たな発見物を1つと、検証中に考察した2つのことについて追記した。

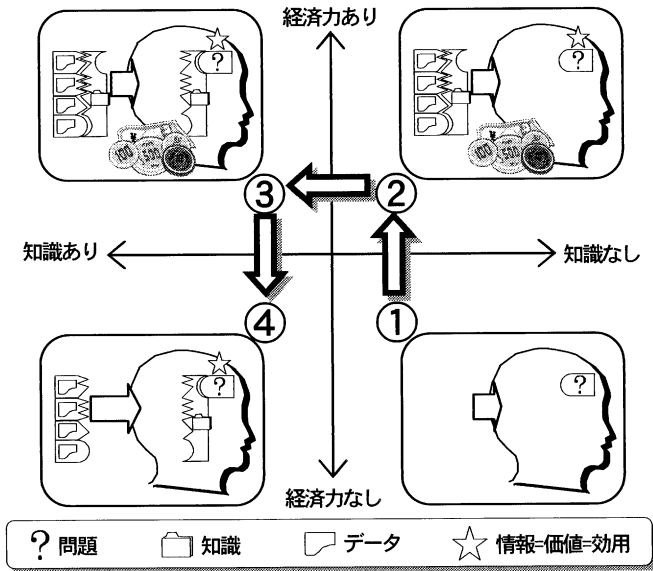
1. 支持する仮説

本論文の前提となっている消費者の情報生成を、問題・知識・データの組み合わせによって表現しているものは、マクドノウの定義の延長線上に位置し、知識の位置を問題とデータの間に明確に位置づけているという意味で筆者独自のものである（[野口悠紀男（1974）14～30頁]，[田崎茂（2000）1～13頁]，これらの語句の詳細については [菅原正博，吉田裕之，弘津真澄（2001）268～282頁] を参照）。

ここで支持しようとしている仮説「消費者は経済的後退期に知的になる」についてである。正確に表現すると、図表1-1の③から④に示されるように、消費者は経済的後退期に経済力で問題を解決せずに自分の知識で解決するようになり、知的な消費者が顕在化する、というものである。図表1-1の①から④に示される知的消費者への移行過程を、詳細に説明しよう。

まずは、図表1-1の概要である。図表1-1の右の①と②では消費者の頭の中には知識がない。反対に、左の③と④では消費者の頭の中には知識がある。すなわち、左右は消費者が知的か否かということを示している。そして、図表1-1の上の②と③では消費者に経済力がある。反対に、下の①と④では消費者に経済力がない。すなわち、上下は消費者に経済力があるか否

図表 1-1 知的消費者への移行過程



かということを示している。

この仮説では、知的消費者への移行過程は、図表1-1中の数字①→②→③→④の順に移行すると考えている。この順に説明していこう。

図表1-1の①についてである。問題は抱えているが、解決するための知識もなく、経済力もない。経済力はないものの、④と同様にデータがあれば外部から調達するだけの経済力はある。しかし、知識が欠如しているため情報を形成せず、問題解決に至らない。そのため①の場合、データがあっても意味を成さないため、図表1-1ではデータも記述していない。

次に、図表1-1の②についてである。ここでは、知識のない消費者が経済力を持つことになる。この改善された経済力をもって、抱えていた問題に対応する知識とデータをセットで、外部から調達することが可能となる。問

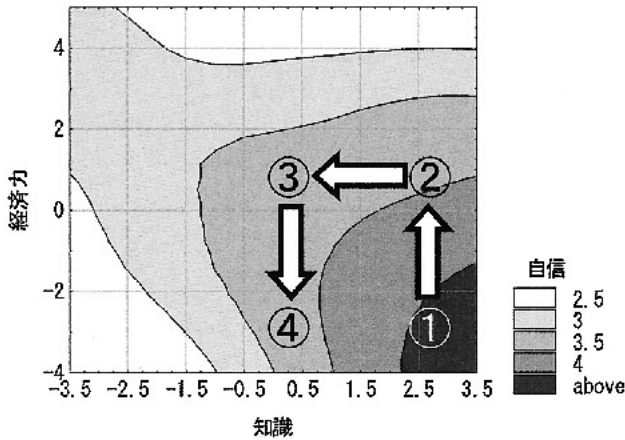
題と知識とデータがそろうため、情報が形成され問題解決に至る。ファッションであればその自信などにつながる。

そして、図表1-1の③についてである。ここでは、知識とデータをセットで外部調達していた消費者が、データの組み合わせ方法としての知識を、自らの頭の中にも持つ状態に変化する。ただし、②のときと同様に、知識とデータをセットで外部調達している。この場合、知識が二重になり無駄は出るものの、問題と知識とデータがそろうため、情報が形成され問題解決に至る。当然これも自信などに反映されることになる。この段階の消費者は、知的ではあるが知識とデータのセットに対してお金を支払っているため、潜在的な知的消費者といえる。

最後に、図表1-1の④についてである。ここでは、消費者がこれまで持っていた経済力を失うことになる。このことによって、知識とデータをセットで外部調達することができなくなる。このとき、問題解決をすべてあきらめ①へ移行することも考えられる。しかし、今の経済力でデータを購入できるのであれば、一度得た自信を失わない工夫として、データのみを外部調達するという選択肢もある。これによって問題と知識とデータがそろうため、情報が形成され問題解決に至ることができる。このことによって自信を、後退した経済力であっても、維持することが可能になる。このような方法で維持している状態が④（顕在的な知的消費者）である。

図表1-2は、2000年に行われたアンケート調査のデータをもとに、「ファッションへの関心（知識）」「経済力」「自信」という3つの主成分を軸とした等高線のグラフである。この図表1-2中の①から④が、図表1-1の①から④に対応している。図表1-2中では等高線と等高線の間をグレーの階調で色分けしているが、②から④は同じ色、すなわち同じ自信である。①と②③④の間で自信に差があり、②③④あるいは②④のあいだでは自身に差がないという検証や、①を中心とし等高線が偶然できた縞模様ではないと

図表 1-2 2000年-3つの主成分を軸とした等高線



(出所) 弘津真澄 (2007), 588頁 (一部加筆修正)。

いう検証は、2回のアンケート調査をもとに先の論文で、既に済んでいる。そこで、ここでの検証は、図表1-1に示される①→②→③→④の移行過程の仮説が、支持できるかということに焦点が当てられている。

2. アンケート調査の横顔

このアンケートの調査は、関西を中心とした地域の女性に対して行ったものである。詳細は、[早川雅明, 橋喬子, 弘津真澄, 林仁美, 豊田哲夫, 針木文 (2004) 38頁]を参照してほしい。以下、本論文に特化したもののみ記述する。

ここで使用するアンケート調査の質問項目は、図表2-1に示されるとおりである。実際に行われたアンケート調査の質問項目は、84項目であった。しかし、本論文で使用している質問は10項目のみである。この10項目のみを図表2-1に記述している。質問についての選択肢は、まるで囲まれた数字

図表 2-1 分析に使用した質問項目

| 番号 | 質問 |
|-----|--|
| q5 | 1ヶ月に自由に使うことの出来る(生活費を除く)お金は平均どれくらいですか。 ①5千円未満 ②5千～1万円未満 ③1万～2万円未満 ④2万～3万円未満 ⑤3万～4万円未満 ⑥4万～5万円未満 ⑦5万～10万円未満 ⑧10万～20万円未満 ⑨20万円以上 |
| q15 | ファッション商品の買い物に出かける前に、情報収集をしますか。 ①常にする ②するほう ③あまりしない ④まったくしない |
| q16 | ファッションの情報源としてファッション雑誌や女性誌を読みますか。 ①よく読む ②読むほう ③あまり読まない ④まったく読まない |
| q17 | 自分のファッションに自信がありますか。 ①大いにある ②あるほう ③あまりない ④まったくない |
| q18 | 自分のファッションは個性的だと思いますか。 ①強く思う ②思う ③あまり思わない ④まったく思わない |
| q21 | 流行のファッションを取り入れますか。 ①すぐに取り入れる ②少しはやると取り入れる ③ある程度はやると取り入れる ④取り入れない |
| q29 | ブランドにこだわりますか。 ①大いにこだわる ②こだわるほう ③あまりこだわらない ④まったくこだわらない |
| q3 | 年齢は何歳ですか。 年齢 |
| q6 | 現在、こどもの教育費がかかっていますか。 ①かかっている ②かかっていない |
| q8 | 現在、何らかのローン(住宅・車・教育等)を組んでいますか。 ①組んでいる ②組んでいない |

である。年齢だけは、その値そのものを回答してもらっている。

採取されたサンプル数は702サンプルであった。しかし、今回の分析では、記入漏れなどで34サンプルを無効とし、668サンプルのみを分析対象とした。このサンプルを本論文では共通に、図表 2-2 に示されるように6つの年齢グループに分けて分析を行った。年齢グループごとのサンプル数や、各年齢グループに何歳のサンプルがいくつ含まれているかは、図表 2-2 に示され

図表 2-2 年齢グループとサンプル数

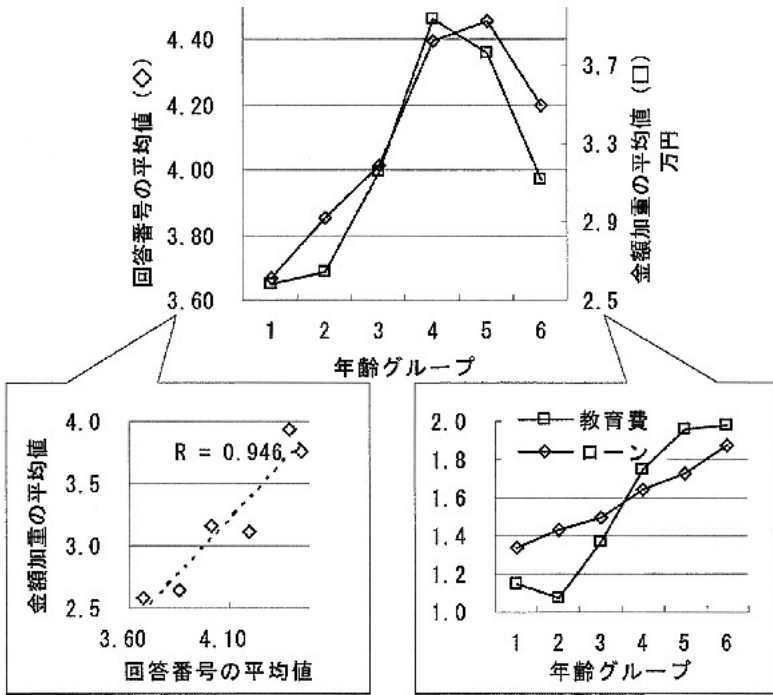
| | 年齢 | サンプル数 | | 年齢 | サンプル数 | |
|--------|----|-------|---|--------|-------|-----|
| グループ 1 | 40 | 38 | ⇒ | グループ 2 | 45 | 39 |
| | 41 | 21 | | | 46 | 34 |
| | 42 | 22 | | | 47 | 34 |
| | 43 | 22 | | | 48 | 34 |
| | 44 | 23 | | | 49 | 34 |
| 小計 | | 126 | | 小計 | | 175 |
| グループ 3 | 50 | 45 | ⇒ | グループ 4 | 55 | 27 |
| | 51 | 28 | | | 56 | 11 |
| | 52 | 33 | | | 57 | 14 |
| | 53 | 44 | | | 58 | 21 |
| | 54 | 22 | | | 59 | 10 |
| 小計 | | 172 | | 小計 | | 83 |
| グループ 5 | 60 | 20 | ⇒ | グループ 6 | 65 | 8 |
| | 61 | 12 | | | 66 | 6 |
| | 62 | 25 | | | 67 | 10 |
| | 63 | 7 | | | 68 | 4 |
| | 64 | 8 | | | 69 | 12 |
| 小計 | | 72 | | 小計 | | 40 |
| | | | | 合計 | | 668 |

るとおりである。

各年齢グループは、次のような特徴を持っている。

図表 2-3 上のグラフは、次の 2 つをプロットしている。1 つは、図表 2-1 中の q5 の自由裁量金額についての選択肢の番号を年齢グループごとに集計した平均値である。もう 1 つは、選択肢の金額の中央値（⑤は 20 万円とした）を加重して算出した平均値である。どちらもほぼ同じ傾向を示している。図表 2-3 左下のグラフは、これら 2 つの平均値を XY グラフにプロットしたものであり、これらの相関は 0.946 である。加重のような加工を

図表 2-3 自由裁量金額



した数値ではなく、アンケート調査の結果として得られた選択肢の数値をそのまま使用することにした。

図表 2-3 上のグラフにおいて自由裁量金額は、年齢グループ 1 から 4 までは増え続け、5 から 6 にかけて減っている。この増加の主な要因は、図表 2-3 右下に示されるように、教育費とローンの返済がなくなっていくことだといってよいだろう。そして年齢グループ 6 で減っている理由は、定年によって年金生活への移行が主因と考えられる。

このアンケート調査は、ある一時点で行われたものなので、年齢と世代の違いを区別できていない。このことに対する正確さを追求するには、同じサ

ンプルの人に対して継続的に追跡調査を行わなければならない。しかし、教育費・ローン・定年といったものは、どの世代にもほぼ共通して存在している。そのため少なくとも、この自由裁量金額の増減は、世代によるものではなく年齢によるものといっていよう。

本論文では、年齢グループに沿って変化する自由裁量金額を中心に分析を進めていく。

3. 分析の過程と結果

ここで使用したアンケート調査は、ここで支持する仮説を立証するために設計されたものではない。また、ここで記述する分析過程の前半部分も、ここで支持する仮説を立証するために行われた作業ではなかった。言い換えると「犬も歩けば棒に当たる」と表現したほうがよいと思われる、偶然の発見物である。後半は、この発見物がどの程度信じられるのかという検証を行った（カテゴリカルデータへの相関係数の適用に関しては[太郎丸博(2005) 49～63頁]を参照）。

まず、アンケート調査のサンプルを年齢グループごとに分類し、この年齢グループごとに相関行列を作成した。質問は84項目あったので、84×84の相関係数の表が、年齢グループの数である6枚できた。この相関係数の表を比較することから始めた。何かが見つかるだろうという期待はしていたが、年齢グループごとに思った以上に相関係数の差があることに気がついた。

この差が目立つ相関係数を示している質問項目同士を、図表3-1に示されるように、図にしてみた。図表3-1では、結論にかかわる項目だけを記述し、かつ、結論を志向して近い関係にある項目を近くに配置している。ただし初期の図には、その他の項目も多く含まれ、配置もばらばらであった。

この配置を、相関係数の高いものを近くに配置するという整理をしているうちに、比較的ファッションに関する部分の差異が目立ち、関係も多そうだ

ということに気がついた。そこで、ファッションとは縁のない項目をはずし、相関係数の高いものを近くに配置するという作業を続け、その結果できたものが図表3-1である。

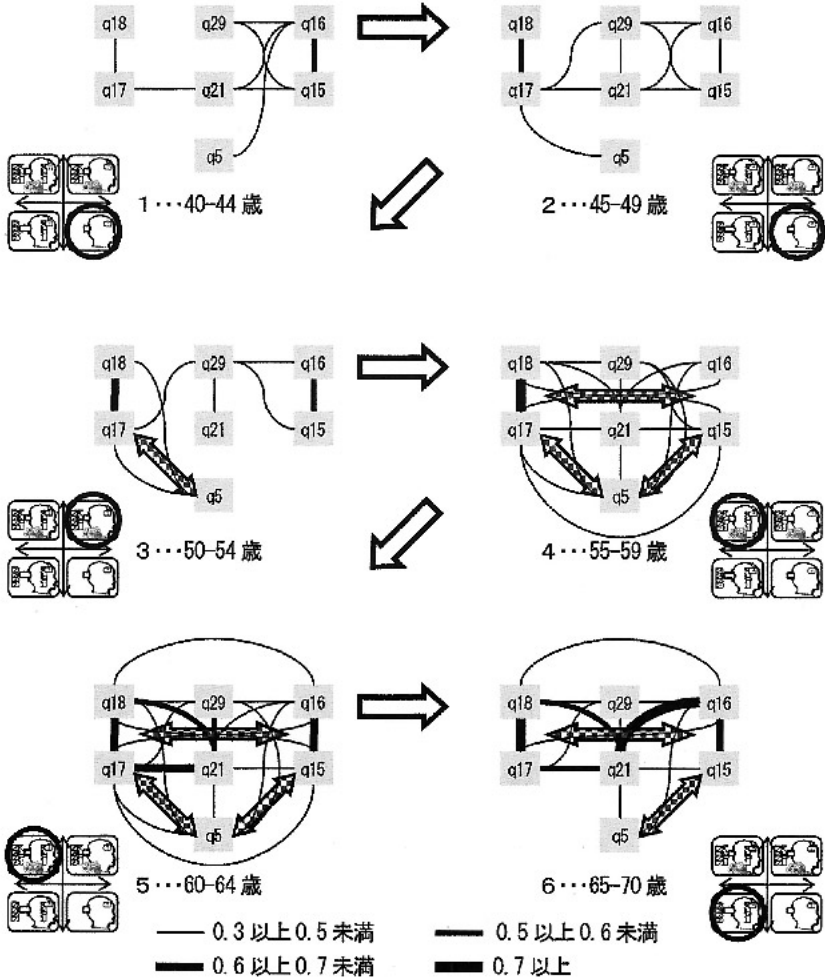
図表3-1を考察する中で気がついたことが、図表3-1に示される白黒の市松模様で塗りつぶされた矢印の関係である。この関係には、大きく次の2つがある。ひとつは、q5を中心に右上に傾く矢印と左上に傾く矢印である。もうひとつは、左右の両端に矢の付いた横向きの矢印である。前者は経済力(q5)と知識(q15, q16)・評価(q17, q18)との関係を示し、後者は知識(q15, q16)と評価(q17, q18)の関係を示している。

図表3-1を中心に、年齢グループ順に市松模様の矢印の示すことを説明する。

年齢グループ1では、経済力の指標として使用しているq5は、知識の指標として使用しているq16と関係があることがわかる。これが年齢グループ3になると、評価の指標であるq17やq18との関係が強くなる。図表1-1や図表1-2でいうところの①から②への変化に相当する。ただし、ここでの発見物は相関係数であるので、年齢グループ3の人々全員が経済力の改善によって評価を向上させたことを意味しているのではない。年齢グループ3の人々の経済力の改善方向のデータの散らばりと、評価の向上方向のデータの散らばりに、似た傾向があったということである。

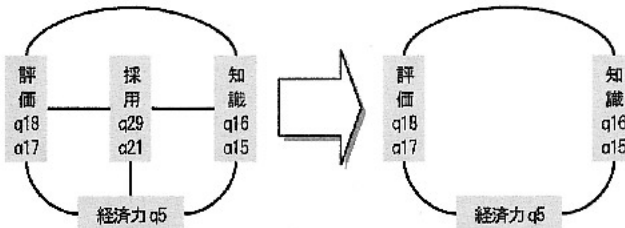
図表3-1において、年齢グループ4では、経済力の指標として使用しているq5が、知識の指標と評価の指標の双方と関係を強くする。年齢グループ5では年齢グループ4で強かった関係に加えて、採用の指標であるq21やq29を通して、知識の指標と評価の指標の双方と関係を強くする。図表1-1でいうところの②から③への変化に相当する。年齢グループ6では、それまであった経済力の指標であるq5と評価の指標であるq17やq18との間の関係が弱まる。図表3-1で、この間関係を示す線が消えている。

図表 3-1 最初の発見物とその考察



図表3-1では、複雑に線が入り組んでいるので、図表3-2の左に示されるように3組の質問項目、知識（q15, q16）、評価（q17, q18）そして採用（q21, q29）について、それぞれ主成分分析を行い、それぞれ3つの第1主成分として統合した。それでも図表3-2の左では6つの関係を示さなければならないため、図表3-2の右のように採用の指標を省略し、知識・評価・経済力という3つの指標間の相関係数が年齢グループ1～6の間でどのように変化するかというグラフを作成した。これが図表3-3である。

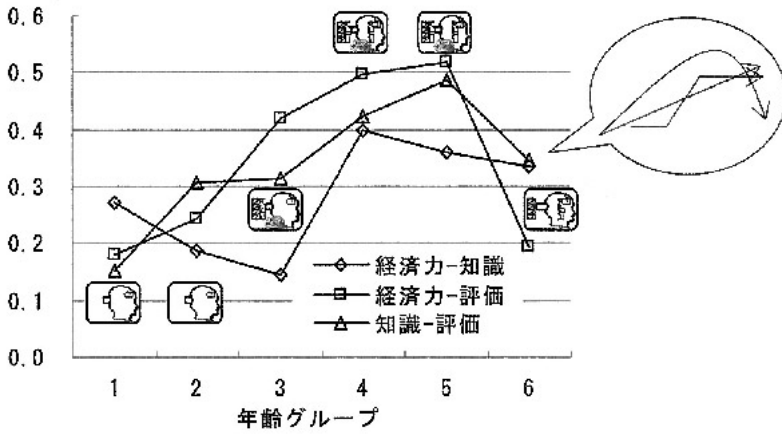
図表3-2 年齢グループごとの相関（主成分分析後）



図表3-3では、相関係数の絶対値を採用した。というのも、ここでは項目間の関係の強さだけを考察するためである。経済力と評価の関係は、年齢グループ1から5まで強くなり、年齢グループ6で急激に落ちている。知識と評価の関係は、年齢グループ6で若干落ちてはいるものの、年齢グループ1から6まではほぼ一貫して関係は強くなり続けている。経済力と知識の相関係数の絶対値は、年齢グループ3から4にかけて大きく上昇する。そして年齢グループ6では、経済力と評価の関係は、知識と評価や経済力と知識との関係よりも弱くなる。

図表3-3に示した各折れ線内の相関係数の差の検定を示したものが、図表3-4である。0.1で有意な差が認められたものは「*」で、0.05で有意な差が認められたものは「**」で示している。ここまでの説明に対しては、

図表 3-3 年齢による相関係数の変化 (主成分分析後)



図表 3-4 年齢による相関係数の差の検定

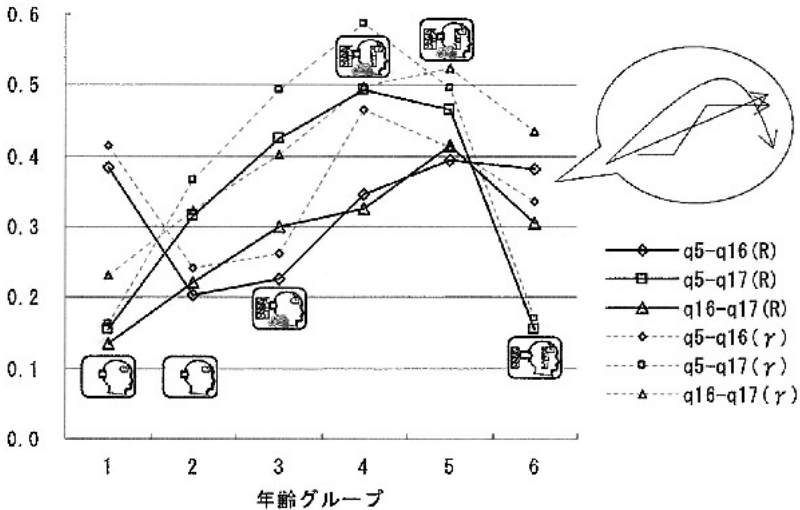
| 経済力-知識 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|--------|---|---|----|----|---|---|
| 1 | | | | | | |
| 2 | | | | * | | |
| 3 | | | | ** | | |
| 4 | | * | ** | | | |
| 5 | | | | | | |
| 6 | | | | | | |

| 経済力-評価 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|--------|---|----|----|----|----|---|
| 1 | | | | | | |
| 2 | | | ** | ** | ** | |
| 3 | | ** | * | ** | ** | |
| 4 | | ** | ** | | | * |
| 5 | | ** | ** | | | * |
| 6 | | | | * | * | |

| 知識-評価 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|-------|----|---|---|----|----|---|
| 1 | | | | ** | ** | |
| 2 | | | | | | |
| 3 | | | | | | |
| 4 | ** | | | | | |
| 5 | ** | | | | | |
| 6 | | | | | | |

** ... 0.05で有意 ** ... 0.1で有意

図表 3-5 年齢による相関係数の変化 (q5-q16-q17)



ほぼ満足な検定結果得られたと思われる。

念のために、主成分分析のように複雑な処理をせず単純に、アンケート調査の生のデータの相関係数の絶対値で同様の結果を得ることができるか、ということも行ってみた。というのも、データの加工をするほど、そこに分析者の恣意性が含まれる可能性があるからである。また、単純にすることによって順位相関も計算可能になった。

q5 (経済力の指標) と q16 (知識の指標) と q17 (評価の指標) の質問項目を使用することで、図表 3-5 に示されるように、図表 3-3 と比較すると振幅が若干小さいものの、ほぼ同様の結果を得ることができた。また、順位相関係数の一種といわれる γ (ガンマ) を計算し、図表 3-5 中に点線で記した。一般的な相関係数よりも、振幅が大きくほぼ図表 3-3 と同じ結果になっていることがわかる。

以上のことから、世代と年齢との区別は明確にできないが、各年齢の自由

裁量金額の変化が世代によるものではなく年齢によるものであるという前提に立ち、知的消費者への移行順序を支持できたと考える。ここでの前提に立ち戻り検証するには、以下の2つが考えられる。1つは先にも記したが、同じサンプルの人に対して継続的に追跡調査を行うことである。もう1つは25-30歳を中心としたサンプルを収集し、今回と同じ結果が得られるかを検証することである。というのもこの年齢を中心として自由裁量金額の増減が、今回と同様の動きになると予想されるからである。

進んで今回の結果を現実に適用すると次のようになるだろう。図表1-1の①から②へ移行する段階で、自社に有利な知識を消費者に持ってもらう努力をすることである。すると③から④に移行するまで上得意でいてもらえる確率が高くなるからある。ということは、今回の年齢グループ3（50-54歳）の攻略いかんによって、年齢グループ4～5（55-65歳）での結果に大きく影響を及ぼす可能性があるということである。

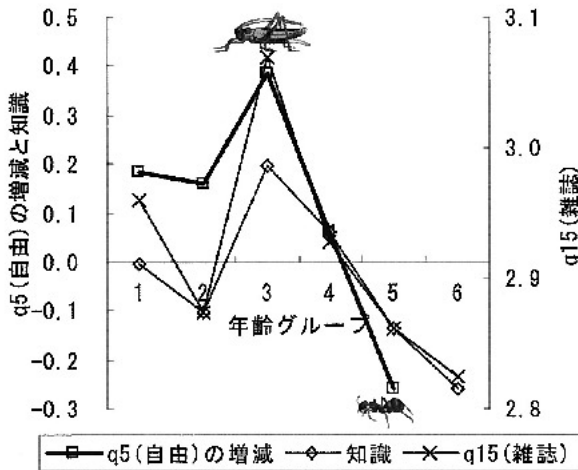
4. 新たな発見物と若干の考察

以下、まだあいまいさは残るものの新たな発見物と、検証中に考察したことを記しておくことにする。

まず新たな発見物として、図表3-6に示されるような関係が見つかった。これは、自由裁量金額の増加量が大きいときには、知識や情報収集をしないという傾向である。もう少し直接的な表現をすると、自由裁量金額の増加量が大きいときには、雑誌を読まないという傾向である。

ただし、図表3-6の作図は次のような条件で行った。自由裁量金額の増減量は2つの年齢グループの差として求められる。そのため、得られた値を年齢グループのどこに配置するかが問題となる。例えば、年齢グループ1と2の差であれば、年齢グループ1あるいは2あるいは1と2の間という3つの場所が考えられる。ここでは、最もフィットするように年齢グループ1と

図表 3-6 自由裁量金額の増減量と、「知識」・「雑誌」



2の差であれば、年齢グループ1の場所にプロットした。ここに恣意性が含まれる。そのためこの結果の扱いについては注意が必要である。ただし、自由裁量金額の増減が現実にかかる少し前に、知識や情報収集に変化をおよぼしている、という可能性も考えられる。

このフィットの度合いの確認のために、経済力の指標として使用してきたq5の増減量と、知識の指標として使用してきたq15とq16を主成分分析で合成した主成分得点、それとq15のみとの相関をとった。2組の5つの点の相関である。まず、q5の増減量と、q15とq16を主成分分析で合成した主成分得点との相関係数は0.76であった。このときのP値は0.135であった。次に、q5の増減量と、q15との相関係数は0.80であった。このときのP値は0.098であった。

マクルーア氏は「ニューロマーケティング」あるいは「ニューロエコノミクス」と称しているもので次のようなことを提唱している。

人の脳の中に、イソップ物語のアリのように後からの報酬に対して理性的な選択を行う部分と、キリギリスのように目の前の報酬に対して衝動的な選択を行う部分が、同居し競合・関与していることを示したものである [Samuel M McClure, David I Laibson, George Loewenstein, and Jonathan D Cohen (2004)]。これは行動経済学の異時点間選択の延長線上に位置するもので、fMRI を活用することで見つけられたものである。また、これら2つの競合関係を内側前頭葉のある部分が調節し、どちらが支配的になるかを決定していると考えられ、別の実験でこれを支持する結果を得ている²⁾ということである。

図表3-6に示した本論文での発見物は、このアリとキリギリスのどちらが支配的になるかを決定している条件のひとつとして自由裁量金額の増減量も考えられる、ということを示すものである。そこで図表3-6には、自由裁量金額の増加量が大きく雑誌を読まず情報収集をしない部分にキリギリス、自由裁量金額が減少し雑誌を読み情報収集をしている部分にアリ、の絵を付けておいた。

次に検証中に考察した2つのことである。

1つ目は、次世代マーケティングで提唱された消費者の文化水準を示す「生活文化度」についての考察である。この「生活文化度」は、マズローの心理的欲求の5段階と1人あたりGDPとを組み合わせ、図表4-1のように説明される。この中の感性リッチ型生活文化度の説明に矛盾を感じる部分があった。しかし、ここでの結果を使用し、矛盾を感じた部分を無理なく説明できそうである。この矛盾とは次のことである。

2) <http://www.cns.atr.jp/nou-ikasu/transcript/200604/mcclure/index.html> (Samuel M. McClure, "Multiple Minds : Neuroscience of economic decisions")

図表 4-1 5段階の生活文化度

| 生活文化度 | マズローの欲求5段階 | 1人当たりGDP |
|-------------------------|------------|-----------------|
| 感性リッチ型生活文化度 (生活文化度1) | 自己実現欲求 | 15,000ドル以上 |
| ハイリッチ型生活文化度 (生活文化度1) | 自我発揮欲求 | 10,000~15,000ドル |
| エンジョイ型生活文化度 (生活文化度1) | 集団帰属欲求 | 5,000~10,000ドル |
| 安定型生活文化度 (生活文化度1) | 安全確保欲求 | 1,000~5,000ドル |
| 埋没型生活文化度 (生活文化度1) | 身体保全欲求 | 1,000ドル未満 |

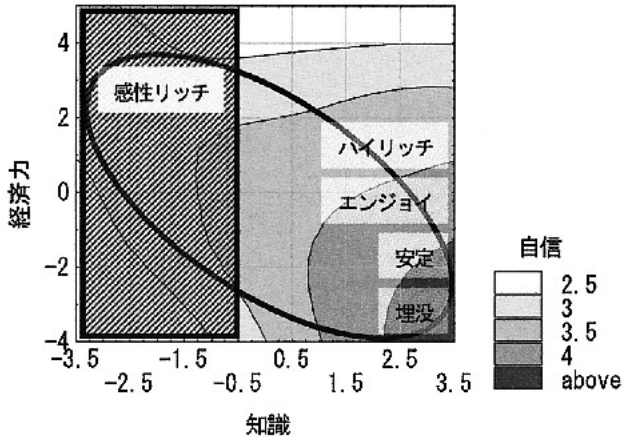
(出所) 菅原正博、市川貢(2000)、38頁

感性リッチ型生活文化度は、ハイリッチ型生活文化度とは別の形で、とくに世界の大都市を中心に経済的豊かさではなく、自己表現力が豊かである [菅原正博、市川貢(2000)、38~39頁] と説明される。しかし、経済発展水準では1人当たりGDPが15,000ドル以上とされ、ハイリッチ型生活文化度の上に位置する。「経済的豊かさではなく」とはいうものの「1人当たりGDPでは最上位」に位置しているのである。

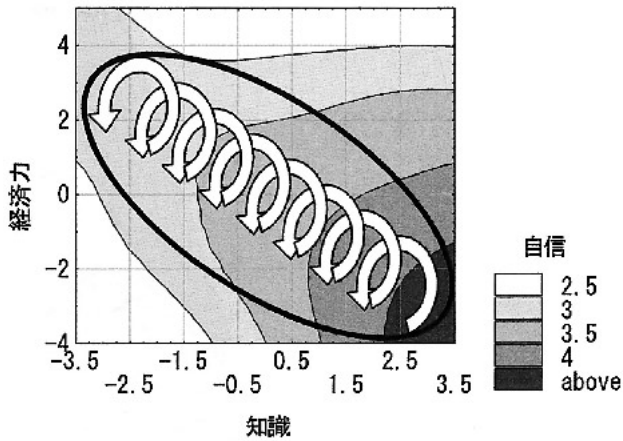
「経済的豊かさではなく」ということは、図表1-1中でいうと、③と④が感性リッチ型生活文化度となる。図表4-2中でいうと斜線の部分となる。図表4-2に斜めに傾いた楕円も書いてある。アンケート調査のサンプルは、この楕円の形に集中する。すると、感性リッチ型生活文化度とした図表4-1中の斜線の中でも、斜線と楕円が重なった部分にサンプルは集中する。図表1-1中の③と④でいうと、③の比率が多いことになる。そのため「経済的豊かさではなく」とはいうものの、結果として「1人当たりGDPの水準では最上位」に位置してしまうことも十分ありうるのである。

感性リッチ型生活文化度の下に位置するハイリッチ型生活文化度は、高度成長時代が長期にわたって持続すると、事業で成功した高所得者層が胎動し、

図表 4-2 感性リッチ型生活文化度（生活文化度 5）



図表 4-3 ①→②→③→④のサイクルが小さい場合



(出所) 弘津真澄 (2007), 588頁 (一部加筆修正)。

この文化度が登場する〔菅原正博，市川貢（2000），39頁〕と説明される。この説明からすると，図表1-1でいうと②に相当する。また，埋没型生活文化度（生活文化度1），安定型生活文化度（生活文化度2），エンジョイ型生活文化度（生活文化度3）は，図表1-1でいうと①から②までの過程に相当することになる。

2つ目は，第3の図表1-1に記した①→②→③→④のサイクルの大きさについての考察である。先の分析から，図表1-1に記した①→②→③→④という変化はある。しかし，実際のサンプルの分布は図表4-2の楕円に集中する。この矛盾をどのように解釈するかということである。

そこで考えられるのが，図表1-2のような大きさをした①→②→③→④のサイクルではなく，図表4-3の白矢印で示される小さなサイクルの総和として，この楕円の分布が構成されているのではないだろうか，ということである。このことについては，さらに詳細な分析をしないと，はっきりしたことはわからない。しかし，自由裁量金額の増加を予見させるものが財布の紐を緩めさせる現象は，教育費やローンからの開放だけに限ったことではない。給料日の前やボーナスの前には，多くの人が経験している現象だろう。これは先にあげたアリとキリギリスの件にも関連することである。

お わ り に

本論文の目的は，2004年に行われたアンケート調査から，2002年の論文で記した「仮説2：消費者は経済的後退期に知的になる」を支持する発見物を，提示するところにあった。

そのために，第1に，支持する仮説の説明を行った。ここでは知識のありなしと経済力ありなし，という2つの軸を使用し4つの消費者（①，②，③，④）を想定した。①は，知識はなく経済力もない。②は，知識はないが経済力はある。③は，知識もあり経済力もある。④は，知識あるが経済力はない。

ここでの仮設は知的消費者への移行過程として、①→②→③→④の順をたどるというものであった。

第2に、アンケート調査の概要を紹介し、年齢グループの分類方法とそのサンプルの分布を提示した。さらにこの中で、分析の主軸となる経済力の増減を示す指標としての自由裁量金額の推移と、その増減の主因と考えられる教育費とローンの集計結果も示した。

第3に、分析の過程と結果を提示した。ここでは、年齢グループごとの相関分析によって、①→②→③→④の順に移行することを支持する発見物を示した。また、若干の検証も行った。

本論文ではデータが限られているため、世代と年齢との区別は明確にできないが、各年齢の自由裁量金額の変化が世代によるものではなく年齢によるものであるという前提に立ち、知的消費者への移行順序を支持できたと考える。ここでの前提に立ち戻り検証する方法についても2つ記した。

最後に新たな発見物と、検証中に考察したことを記した。まずは、「ニューロエコノミクス」におけるアリとキリギリスに例えられる現象と関連性のある発見物である。次に、感性リッチ型生活文化度の説明にある矛盾点を、ここでの発見物で矛盾なく説明できることである。そして、グラフ上に分布するサンプルが楕円状になることから、①→②→③→④のサイクルは、小さなものの組み合わせの可能性があることを示した。

今後の課題は、ここでの前提に立ち戻り世代と年齢とを完全に分離し検証することである。これには、25-30歳を中心とした調査が最も近いと思われる。

(2007年12月17日提出)

参 考 文 献

- Samuel M McClure, David I Laibson, George Loewenstein, and Jonathan D Cohen (2004), Separate Neural Systems Value Immediate and Delayed Monetary Rewards, *Science* (Oct 15, 2004), Vol.306, Iss.5695, pp.503-507.
- 菅原正博, 市川貢編著『次世代マーケティング — エンジョイ型生活業態革命 — 第2版』中央経済社, 2000年6月15日。
- 菅原正博, 吉田裕之, 弘津真澄編著『次世代流通サプライチェーン — IT マーチャントライジング革命 —』中央経済社, 2001年11月15日。
- 田崎茂編『基礎情報学 — 情報化社会への道しるべ —』共立出版, 2000年4月25日。
- 多田洋介『行動経済学入門』日本経済新聞社, 2003年12月10日。
- 太郎丸博『人文・社会科学のためのカテゴリカル・データ解析入門』ナカニシヤ出版, 2005年7月20日。
- 友野典男『行動経済学 — 経済は「感情」で動いている —』光文社, 2006年5月20日。
- 野口悠紀雄『情報の経済理論』東洋経済新報社, 1974年7月25日。
- 早川雅明, 橘喬子, 弘津真澄, 林仁美, 豊田哲夫, 針木文「中・高年代女性のライフスタイルに関する一考察 — 衣・食・住・遊・健の視点から —」『ファッションビジネス学会誌』Vol.9, 2004年3月, 37~50頁。
- 弘津真澄「ファッションに関する消費者の意識と行動 — 既存データの再分析・知的消費者の仮説 —」『ファッションビジネス学会論文誌』Vol.7, 2002年3月, 63~70頁。
- 弘津真澄「知的消費者の証拠 — 2つのアンケート調査による検証 —」『福岡大学商学論叢』51巻4号, 2007年3月, 585-609頁。
- <http://www.cns.atr.jp/nou-ikasu/transcript/200604/mcclure/index.html> (Samuel M. McClure, “Multiple Minds : Neuroscience of economic decisions”)