

衣服購買行動に関する 因果モデル構成 (1)

浅川 雅美

1. 緒言

購買行動については、マーケティングの分野において様々なモデルが作成されている。現在の消費者行動研究の軸は、消費者情報処理の理論であるが、この理論構成に対して批判もある。代表的な批判として消費者情報処理理論における購買行動の捉え方が合理的過ぎる点が挙げられる。確かに、購入対象となる製品に対する関与が十分に高い場合には、消費者は自ら能動的に行動し、意思決定にあたって進んで情報を収集し処理しようとするが、購入対象に対する関与が低い場合は、消費者が行う情報処理は限定されていること

が考えられる。そこで本研究では財の種類別に消費者行動モデルを作成した方が説得力があると考え、購入する商品を衣服に限定し、衣服の購買行動に関する仮説モデルを設定しその妥当性を検討することを目的とした。尚、本研究では衣服の購買行動の中の「衣服に関する情報を受けたことによって生じる購買意欲および購買行動」について検討した。

2. 仮説モデル

現代のような消費社会では消費者の衣服選択は実用性より外観が重視されていることが指摘されている(神山 1985)。つまり衣服の購買意欲・行動には、「衣服を購入する時、

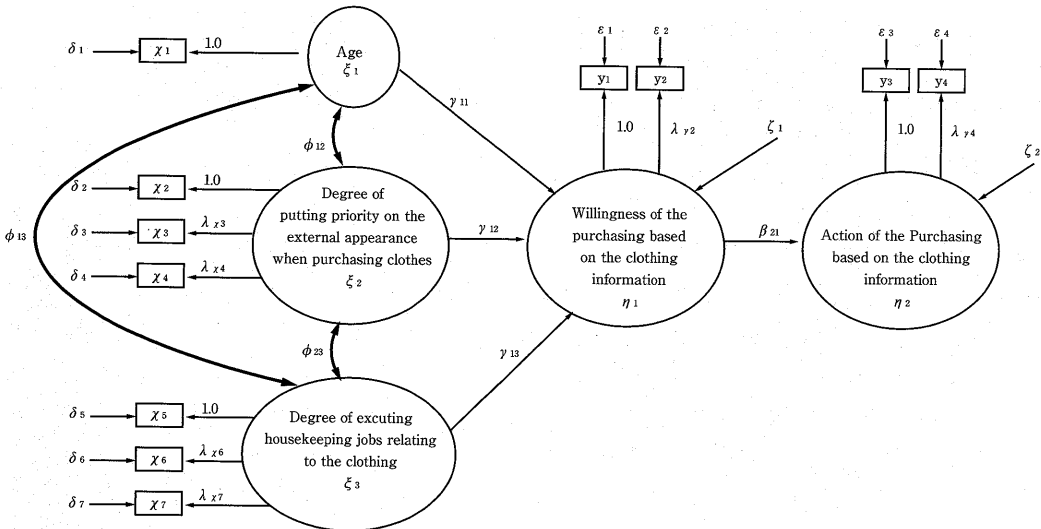


Figure1
Chaining of causality of the model about purchasing behavior of clothing
(Model-1)

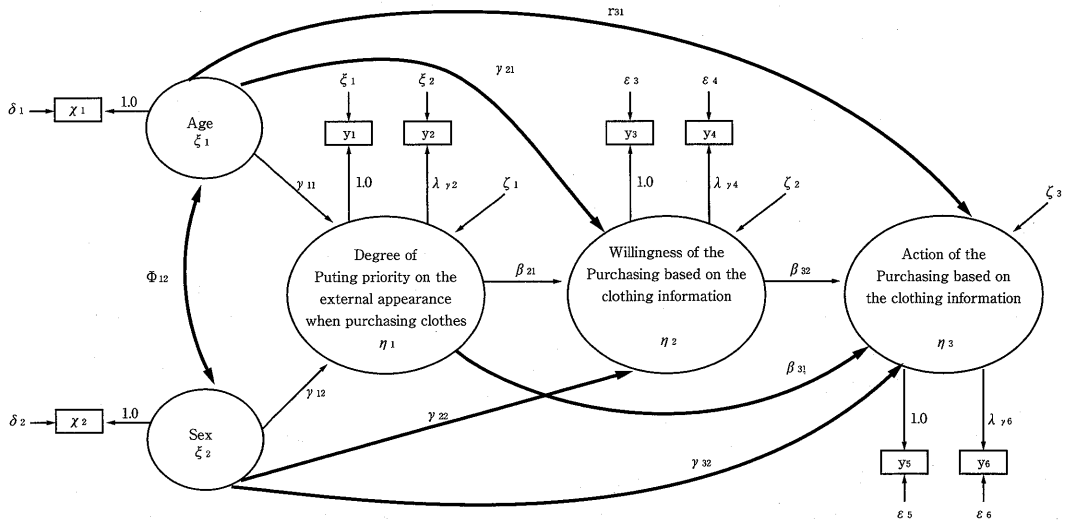


Figure2
Chaining of causality of the model about purchasing behavior of clothing
(Model-2)

外観を重視するか否か」ということが重要なファクターとなる。また衣服に関する家事労働（洗濯、アイロンがけなど）を自ら行っている者は、行っていない者と比べて、衣服を購入する時、外観の他に縫製や手入れのし易さのようないわゆる実用性も重視することが推察される。その他年齢や性別のような消費者の属性も衣服の購買意欲・行動に影響を及ぼすことが考えられる。しかし衣服に関する家事労働担当者は女性のことが多いため、本研究では、構成概念に「性別」を入れるものと「衣服に関する家事労働実践度」を入れるものの2つのモデルを設定した。

すなわち、「年齢」「外観重視度」、「衣服に関する家事労働実践度」「衣服に関する情報を受けたことによって生じる購買意欲」、および「衣服に関する情報を受けたことによって生じる購買行動」の間の因果モデル1 (Fig.1) と「年齢」、「性別」、「外観重視度」、「衣服に関する情報を受けたことによって生

じる購買意欲」、および「衣服に関する情報を受けたことによって生じる購買行動」の間の因果モデル2 (Fig.2) の2つの仮説モデルを設定した。なお、構成概念を測定する際に用いた項目はモデル1はTable1, モデル2はTable2に示した通りである。

Fig.1, 2において、 η は、内生変数（モデルの中で少なくとも一度は他の変数の結果になる変数）側の潜在変数であり、 ξ は外生変数（モデルの中で一度も他の変数の結果とならない変数）側の潜在変数である。そして、 β は内生変数間の結び付きの強さを示すパス係数、 γ は外生変数と内生変数間の結び付きの強さを示すパス係数、 ζ は構造方程式の誤差項である。他方、測定モデルについては y は潜在変数としての内生変数 η を測定するための指標であり、 λy は指標 y の潜在変数 η に対する因子負荷量に相当し、 ϵ は内生変数側の測定誤差である。同様に x 、 λx 、 δ は各々外生変数側の指標、因子負荷量、測定誤

Table 1
Items used when measuring the conceptual components
(Model-1)

Age (ξ_1)
X₁: Age

Degree of putting priority on the external appearance when purchasing clothes (ξ_2)
X₂: Whether or not one give much weight to that "it becomes you"
X₃: Whether or not one give much weight to the pattern and color
X₄: Whether or not one give much weight to the design

Degree of executing housekeeping jobs relating to the clothing (ξ_3)
X₅: Whether or not one does the laundry by oneself
X₆: Whether or not one irons the clothes by oneself
X₇: Whether or not one sews on buttons that come off by oneself

Willingness of the purchasing based on the clothing information (η_1).
Y₁: Willingness of purchasing clothes according to the information from magazines
Y₂: Willingness of purchasing clothes according to the information from TV

Action of the purchasing based on the clothing information (η_2)
Y₃: Action of purchasing clothes according to the information from magazines
Y₄: Action of purchasing clothes according to the information from TV

Table 2
Items used when measuring the conceptual components
(Model-2)

Age (ξ_1)
X₁: Age

Sex (ξ_2)
X₂: Sex

Degree of putting priority on the external appearance when purchasing clothes (η_1)
Y₁: Whether or not one give much weight to the design
Y₂: Whether or not one give much weight to the pattern and color

Willingness of the purchasing based on the clothing information (η_2)
Y₃: Willingness of purchasing clothes according to the information from magazines
Y₄: Willingness of purchasing clothes according to the information from TV

Action of the purchasing based on the clothing information (η_3)
Y₅: Action of purchasing clothes according to the information from magazines
Y₆: Action of purchasing clothes according to the information from TV

差である。なお分析にあたっては各潜在変数とその指標の単位を同一にするため、モデル1においては $\lambda_{\chi 1}$, $\lambda_{\chi 2}$, $\lambda_{\chi 5}$, $\lambda_{y 1}$, $\lambda_{y 3}$, モデル2においては, $\lambda_{\chi 1}$, $\lambda_{\chi 2}$, $\lambda_{y 1}$, $\lambda_{y 3}$, $\lambda_{y 5}$ はいずれも1.0に固定した。

3.方法

(1)調査方法

東京都およびその近郊に居住している11歳以上82歳未満の男女2,723名を対象に (Table3), 平成6年2月~5月に配票留置法による質問紙調査を実施した。調査項目はTable1 (モデル1:11項目), Table2 (モデル2:8項目)の通りである。Table1, 2の回答カテゴリーは, 年齢と性別以外の項目に関しては5段階とした。

Table 3
Outline of the Subjects

	Sex			Age							Total
	Male	Female	No Response	10~19	20~29	30~39	40~49	50~59	60 Years old or more	No Response	
Number of people	1249	1462	12	1450	349	179	360	259	95	31	2,723
Distribution ratio (%)	45.9	53.7	0.4	53.4	12.9	6.7	13.3	9.5	3.4	1.1	100

(2)分析方法

仮説モデルの妥当性を共分散構造分析により検討した。共分散構造分析においてモデルの妥当性を検討する際、標本数Nが数百程度ならカイ2乗検定を行うが、1000以上なら「GFI(Goodness of Fit Index), 適合度指標」を指標とするのが妥当である。GFIは通常は0から1までの値をとり0.9以上であれば説明力の高いモデルと判断される (前田 1995)。しかし、統計モデルは、母数の数を増やして複雑なモデルを構成すると、モデルの見かけ上の説明力が上昇するという一般的な傾向があるため、GFIの値が単に高いだけでは、良いモデルとは判断できない。そこで、単純なモデルと比較して母数の推定値の安定性が悪い複雑なモデルにおいて、その妥当性を検討するための指標として「AGFI(Adjusted Goodness of Fit Index), 修正済み適合度指

標」がある。これは、GFIの説明力から不安定度を引いたもので、AGFIも、値が1に近いほど、データへの当てはまりが良いモデルと判断される。また、GFIとAGFIの間には $GFI \geq AGFI$ という関係があり、双方の差が著しく大きい場合は好ましいモデルではないとされている (豊田ら 1993) (狩野 1996)。本研究では標本数が2,723名であるから、GFI, AGFIをもとにモデルの適合度を検討した。

4.結果

(1)モデル1について

SPSS^X LISRELによりFig.1のモデルの各パラメータを最尤法による推定を行った結果をTable4に示す。測定モデルの係数について、1.0に固定した値を除いて検討してみると、最低でも0.798の値を示していることから、潜在変数と観測変数との間の関係は適切

Table 4
Measurement results of the parameters
(Model-1)

Parameters	Results of the estimation	Parameters	Results of the estimation
λ_{y1}	1.0	ε_1	0.433
λ_{y2}	0.891	ε_2	0.550
λ_{y3}	1.0	ε_3	0.313
λ_{y4}	0.798	ε_4	0.563
λ_{x1}	1.0	δ_1	0
λ_{x2}	1.0	δ_2	0.521
λ_{x3}	1.121	δ_3	0.398
λ_{x4}	1.098	δ_4	0.423
λ_{x5}	1.0	δ_5	0.424
λ_{x6}	1.048	δ_6	0.368
λ_{x7}	1.018	δ_7	0.403
β_{21}	0.842	ϕ_{12}	0.063
γ_{11}	-0.223	ϕ_{23}	0.112
γ_{12}	0.578	ϕ_{13}	-0.272
γ_{13}	0.174		

に設定されていると言える。

このモデルにおいて「衣服に関する情報を受けたことによって生じる購買意欲」に対する独自の寄与が大きい構成概念は「衣服購買時の外観重視度」であるが、この結果から衣

服を購買する際に外観を重視する者ほど、衣服に関する情報を受容したとき購買意欲が湧き、実際に購買行動に結びつく傾向が推察された。その他「年齢」、「衣服に関する家事労働実践度」も「衣服に関する情報を受けたこ

Table 5
Measurement results of the parameters
(Model-2)

Parameters	Results of the estimation	Parameters	Results of the estimation
λ_{y1}	1.0	γ_{31}	-0.094
λ_{y2}	0.821	γ_{12}	-0.291
λ_{y3}	1.0	γ_{22}	-0.163
λ_{y4}	0.881	γ_{32}	0.081
λ_{y5}	1.0	ε_1	0.286
λ_{y6}	0.796	ε_2	0.514
λ_{x1}	1.0	ε_3	0.431
λ_{x2}	1.0	ε_4	0.553
β_{21}	0.398	ε_5	0.313
β_{31}	-0.207	ε_6	0.567
β_{32}	1.388	δ_1	0
γ_{11}	0.084	δ_2	0
γ_{21}	0.151	ϕ_{12}	-0.106

とによって生じる購買意欲」に対する独自の寄与が小さくない。「年齢」との間のパス係数は負であり、「衣服に関する家事労働実践度」との間のパス係数は正の値であることから、若年の者ほど、そして衣服に関する家事労働をしている者ほど、衣服に関する情報を受容したとき購買意欲が湧き、実際に購買行動に結びつく傾向が推察されたことになる。

なお、この分析におけるGFIの値は0.954、AGFIの値は0.917といずれも非常に高い値を示しており、説明力のあるモデルと判断された。

(2) モデル2について

Fig.2のモデルの各パラメータを最尤法による推定を行った結果をTable5に示す。GFI

の値は0.949, AGFIの値は0.798であり, このモデルは標本共分散行列を説明できないと判断された。

5. 結語

本研究で検討した2つの仮説モデルは, 衣服の購買行動に関する因果モデルに関する先行研究が存在しなかったため探索的に独自に作成したものであり, 構成概念の設定と尺度に問題が残ることは否めない。例えば「衣服に関する情報を受けたことによって生じる購買行動」に影響を及ぼす要因は, 検討した概念以外にもあるか否かということである。そして「衣服に関する情報を受けたことによって生じる購買行動」を測定する尺度は本研究で採用した項目で十分か否かといったことである。

以上のように本研究は, 多くの課題を抱えるものではあるが, 現段階ではFig.1に示したモデルが説明力のあるモデルと判断された。

<引用文献>

- (1) 狩野 裕 (1996) 統計的推測の方法(2), BASIC数学, 29(7) p.32~38
- (2) 神山 進 (1985) 衣服における心理・社会的快適性, 織消誌, 26, p.53~61
- (3) 豊田秀樹, 前田忠彦, 柳井晴夫 (1993) 原因をさぐる統計学, 講談社, 東京, p.134~184
- (4) 前田忠彦 (1995) 日本人の満足感の構造とその規定因に関する因果モデル, 統計数理, 43, P.141~160