

<p>研究タイトル</p> <p>ビッグデータを用いた牛乳乳製品の購買行動に関する定量的研究—行動経済学からの接近—</p>
<p>研究者名（所属先）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・中嶋晋作（明治大学農学部）</li><li>・廣政幸生（明治大学農学部）</li></ul>
<p><b>【目的】</b></p> <p>1990年代の中頃以降、食料消費支出が減少傾向に転じ、今後も少子高齢化の影響で国内の食市場が縮小することが確実視されている。このような状況においても、いわゆる健康に良いといわれる食品（以下、健康食品）の需要の伸びが期待されている。本稿では健康食品の中でもヨーグルトに着目し、行動経済学の視点から、時間選好率および危険回避度がヨーグルトの購買行動に如何なる影響を及ぼしているのか定量的に明らかにすることを目的とする。</p> <p><b>【方法】</b></p> <p>本研究で利用するデータは、2019年2月に実施したWeb方式によるアンケート調査である。調査対象は、株式会社マクロミルが保有する消費者購買履歴データ「QPR<sup>TM</sup>」モニタから抽出した484名である。消費者購買履歴データ「QPR<sup>TM</sup>」モニタを対象とすることで、Webアンケート調査の結果と購買履歴データをリレートして分析することができる。</p> <p>まず、Ida and Goto (2009)の手法に従って、選択実験から時間選好率と危険回避度を推計する。次に、推計した時間選好率と危険回避度を用いて、ヨーグルトの購買行動の規定要因を検証する。</p> <p><b>【結果】</b></p> <p>選択実験の結果、時間選好率は4.8%、相対的危険回避度は75.4%であり、Ida and Goto (2009)と比較しても妥当な結果が得られた。ヨーグルトの購買行動の規定要因については、時間選好率は有意なマイナスであり、impatientな人ほどヨーグルトの消費を避ける傾向にあることが明らかとなった。ヨーグルトを消費することから得られる将来的なリターンが即座に生じるわけではないため、このような結果が現れたものと思われる。一方で、危険回避度は統計的に有意でなかった。</p> <p><b>【結論】</b></p> <p>本研究の分析の結果、ヨーグルトの購買行動の規定要因は、時間選好率、年齢、消費者の健康状態であった。特に、健康状態については、コレステロール値を意識した生活をしている消費者ほどヨーグルトを購入する傾向にあることから、一定の評価を得ている健康系の機能に訴求したヨーグルトをさらに認知させることで、消費者の需要を喚起できると考えられる。</p>