

青山学院大学 B 班「期間限定商品の購買行動に与える要因の検討」付属資料

(仮説 1・仮説 3: 調査票 A と調査票 B を使用) (仮説 2: 調査票 C を使用)

● 記述統計

サンプル・サイズ

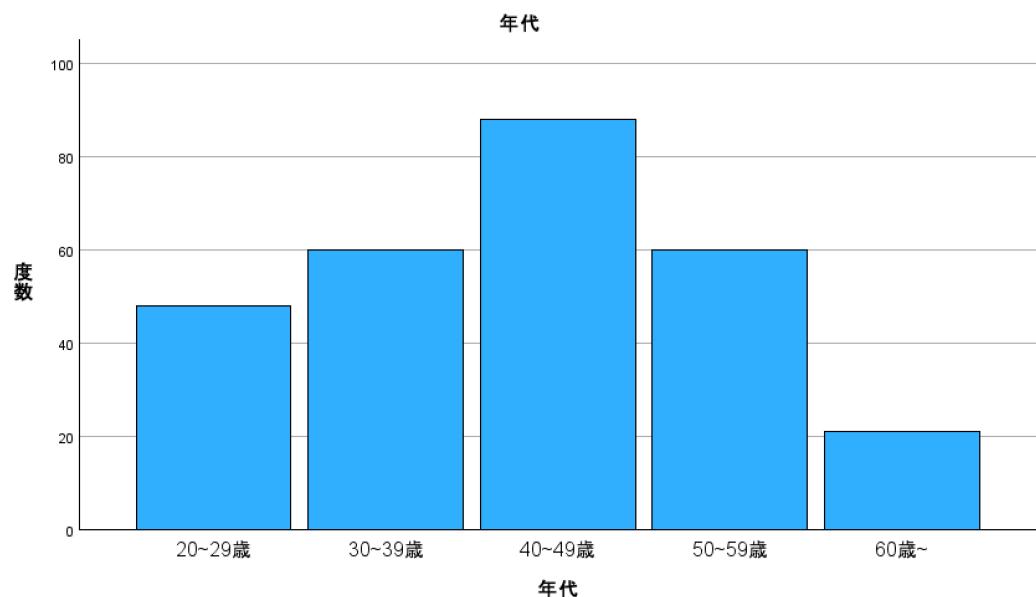
調査票 A ($n = 130$)、調査票 B ($n = 147$)

性別

有効	度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
男性	136	49.1	49.1	49.1
女性	141	50.9	50.9	100.0
合計	277	100.0	100.0	

年代

有効	度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
20~29歳	48	17.3	17.3	17.3
30~39歳	60	21.7	21.7	39.0
40~49歳	88	31.8	31.8	70.8
50~59歳	60	21.7	21.7	92.4
60歳~	21	7.6	7.6	100.0
合計	277	100.0	100.0	



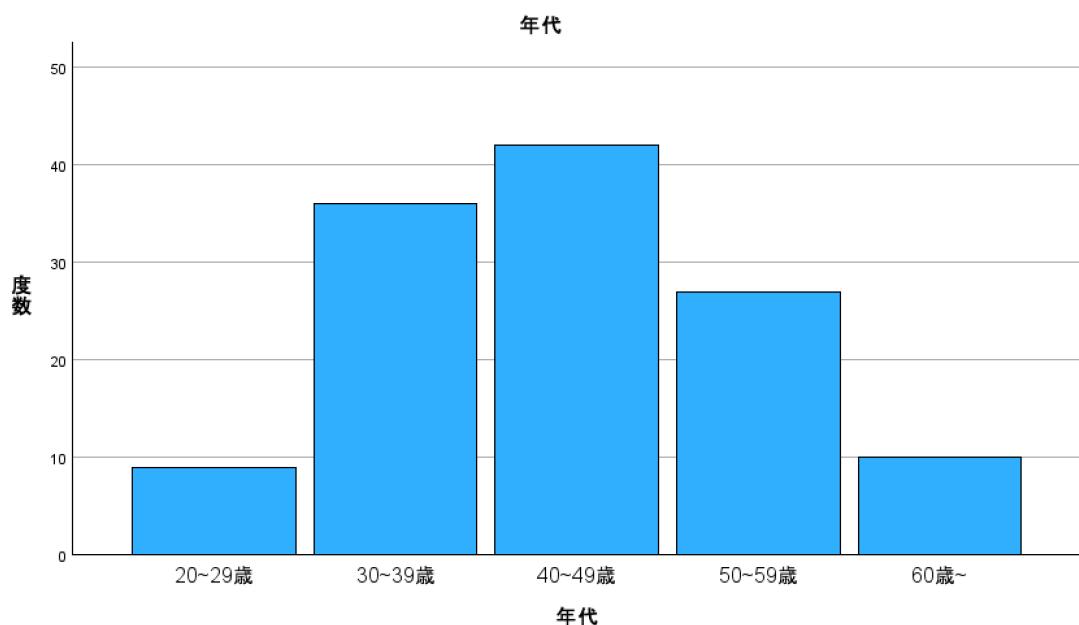
調査票 C ($n = 124$)

性別

有効		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
	男性	68	54.8	54.8	54.8
女性		55	44.4	44.4	99.2
回答しない		1	.8	.8	100.0
合計		124	100.0	100.0	

年代

有効		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
	20~29歳	9	7.3	7.3	7.3
30~39歳		36	29.0	29.0	36.3
40~49歳		42	33.9	33.9	70.2
50~59歳		27	21.8	21.8	91.9
60歳~		10	8.1	8.1	100.0
合計		124	100.0	100.0	



● マニピュレーション・チェック

【質問】

(仮説 1)

入店したカフェで販売されていたケーキは、

(1.今回限りの期間限定商品 2.毎年この季節に販売される期間限定商品)

【ダミー変数化】

上記の質問に対し、

今回限りの期間限定商品→1、毎年この季節に販売される期間限定商品→0

としてダミー変数化し、調査票 A と調査票 B の間で、対応なしの t 検定を行い、

販売形態（今回限り・毎年販売）が操作化できているかを確認した。

その結果、シナリオは問題なく操作化されていた($t(273) = -33.732, p < .01, d = 0.221$)

(仮説 3)

バニラアイスと醤油の組み合わせは意外だと思った（調査票 A）

バニラアイスと塩の組み合わせは意外だと思った（調査票 B）

(1.はい 2.いいえ)

【ダミー変数化】

上記の質問に対し、はい→1、いいえ→0 としてダミー変数化し、調査票 A と調査票 B の間で、対応なしの t 検定を行い、定番商品との類似性（高・低）が操作化できているかを確認した。その結果、シナリオは問題なく操作化されていた。

($t(200.877) = 33.434, p < .01, d = 0.23070$)

● アテンション・チェック

【質問】

(仮説 1)

あなたはその商品を注文しようか迷っている（1.はい、2.いいえ）

回答を確認した結果、シナリオ全文を読んでいないと考えられた 2 名を分析から除外した。

(仮説 2)

① 友人は期間限定商品を試そうとしている（1.はい、2.いいえ）

② あなたはどの商品を購入するか迷っている（1.はい、2.いいえ）

回答を確認した結果、①、②からシナリオ全文を読んでいないと考えられた 20 名を分析から除外した。

(仮説 3)

あなたは今どのような気持ちですか（1.明るい気持ち 2.落ち込んだ気持ち）

回答を確認した結果、シナリオ全文を読んでいないと考えられた人はいなかったため、全サンプルで分析を行った。

● 信頼性分析

【従属変数】

購買意欲 (仮説 1: $\alpha = .949$ 仮説 2: $\alpha = .954$)

<質問項目>

1. 私はこの商品を買うつもりだ
2. この商品を試してみたい
3. この商品を買うことを検討するだろう
4. この商品の購入への関心が高い
5. この商品を他人にお勧めしたいと思う
6. 他の商品よりもこの商品を選ぶと思う
7. この商品が販売されていれば買うと思う
8. この商品を購入することに興味がある

Dodds, Monroe & Grewal (1991) を基に独自作成

リッカート式 5 点尺度 (「1.全く当てはまらない」 ~ 「5.非常に当てはまる」)

魅力度(仮説 3: $\alpha = .966$)

<質問項目>

1. この商品を好ましいと思う
2. この商品が好きだ
3. この商品に対していい印象を持つ
4. この商品は素晴らしい
5. この商品には価値があると思う
6. この商品に興味がある
7. この商品の評価は高い
8. この商品は良い選択だと思う

Brown & Stayman (1992) を基に独自作成

リッカート式 5 点尺度 (「1.全く当てはまらない」 ~ 「5.非常に当てはまる」)