

大学生における衝動買いの規定要因の検討

松尾浩一郎¹・福田 彪² #

(¹ 福山市立大学教育学部・² 美馬市立木屋平小学校)

問題と目的

衝動買いは、通常、非計画購入の一つとして定義されている (Kollat & Willett, 1967)。大久保・下田・鷹阪・山田 (2018) は、買い物それ自体を目的と捉えた際に顕現化する快樂次元と買い物を手段と捉える際に顕現化する効用次元の2次元を仮定し、衝動買いとの関連を検討した。その結果、快樂次元と衝動買い傾向との間に正の相関が認められている。買い物意識の快樂次元以外にも、衝動買いに影響する要因としては、衝動性 (青木・山口・菅, 2009) が検討されているが、他にも物質主義 (Kasse, 2004)、強欲傾向 (Krekels & Pandelaere, 2015)、消費によるアイデンティティ形成 (Levy, 1959) が影響するのではないかと考えられる。本研究では、これらの要因が衝動買い傾向をどのように規定するのか検討する。また、本研究では、衝動買い傾向に加えて、自律的消費による儉約志向、貯蓄のための消費抑制による儉約志向、特売志向を規定する要因についても併せて検討する。

方法

調査協力者 大学生 216 名 (男性 67 名, 女性 145 名, その他 4 名) から回答を得た。平均年齢は 19.79 歳 ($SD=1.15$) であった。

手続き 2020 年 11 月に Google フォームを用いてアンケートを実施した。授業時間の一部や授業時間外においてアンケートへの回答を求めた。

調査内容 アンケートは、フェイスシート、買物意識尺度 (大久保他, 2018)、物質主義尺度 (呉・寺島, 2016)、日本語版強欲傾向尺度 (増井・下司・澤田・小塩, 2017)、改訂日本語版 BIS-11 短縮版 (小橋・井田, 2013)、消費によるアイデンティティの形成意識尺度 (玉置, 2014)、衝動的購買行動尺度 (原田・吉澤・吉田, 2010)、儉約志向尺度 (玉置, 2014)、特売志向尺度 (玉置, 2014) から構成されていた。

結果と考察

衝動買い、特売志向、自律的消費による儉約志向、貯蓄のための消費抑制による儉約志向の規定要因を検討するために、共分散構造分析による多変量回帰分析を行った。適合度は $\chi^2(15) = 84.195$, $GFI=.953$, $AGFI=.909$, $CFI=.974$, $RMSEA=.041$ であり、データとの適合が示された。

以下、本稿では衝動買いの規定要因の検討結果についてのみ述べる。“衝動的購買行動” に対しては“快樂次元”、“強欲傾向”、“衝動的行動”、“自己制御の欠如”、“自己イメージと所有物の一貫性”、“ブランド価値によるアイデンティティ” から正の影響が示された。本研究の結果、衝動買いの規定要因について明らかすることができた。

付記

本研究は、令和 2 年度に福山市立大学教育学部へ提出された福田 彪の卒業論文 (指導教員: 松尾浩一郎) の内容を再構成したものである。

