

慶應義塾大学経済学部

大垣昌夫研究会 2018 年度研究グループ論文

## 減点主義とレビュー参照後の購買行動の関係性についての分析

丘林 潤<sup>a</sup>, 倉 美里<sup>b</sup>, 山浦 康毅<sup>c</sup>

2019 年 2 月 3 日

### 要約

本稿では「自ら満点の基準を定め、評価対象に各主体にとってマイナスな情報があった場合、自ら定めた満点から点を差し引いていく減点主義」がどのようにレビューを参照した後の購買行動に影響するかについて研究した。減点主義の傾向が強い主体ほど、商品のレビューを参照した際に評価は厳しくなり、参照後の購買行動には繋がりにくいものと考えて、「減点主義の程度の強い人ほど、参照にするレビュー数（施設数）は減少する傾向がある」という研究仮説を立てた。Google フォームで減点主義の程度とレビュー参照後の経済行動を測るアンケートを作成して SNS で拡散したところ、77 件の有効な回答を得た。そこから減点主義の計測方法に基づいて回答を計算し結果を回帰分析したところ、ホテルやレストランについてレビューを参照する施設数について、研究仮説と相反する有意な結果を得た。この結果は大抵のレビューサイトではレビュー文を表示するよりも先に評価の一覧が表示されることに関係していると思われる。この際に施設名の下部には星評価が表示され、評価が高い施設から順に画面に並ぶ。この時点で、強い減点主義を持つ主体にとっては、「画面の下部に表示される時点で減点対象」になると考えた。よって加点主義を持つ主体と比べ参照する施設数が少なくなる傾向が生まれるのだと考察した。

キーワード：世界観, 減点主義, 加点主義, レビュー

---

<sup>a</sup> 慶應義塾大学経済学部 erindam@keio.jp

<sup>b</sup> 慶應義塾大学経済学部 esuta01@gmail.com

<sup>c</sup> 慶應義塾大学経済学部 kokidbas99@gmail.com

## 1. はじめに

今日、我々はネット上でのレストランやホテルの予約、商品の購入時にレビューを活用する。例えば「食べログ」や「じゃらん」といったレビューサイトは多くの人々が利用したことがあるだろう。しかし、各主体のレビュー参照後の購買行動には差異があるのではないかと疑問を持ったため、我々インターネットでのレビューによる購買行動とそれに関わる世界観について研究した。なお、本研究は「世界観と経済行動との関係」に視点をおいて行われたものである。また、ここにおける「世界観」とは、「ひとつの人々の集団が生活を秩序づけるために用いている、現実の性質についての認識、感情、判断に関する、基礎的な家庭と枠組み」(大垣, 2014, p.194)である。この定義に基づき、本論文では「減点主義」の世界観を研究対象とする。

「減点主義」とは、各主体が物事を評価する際の主義であり、本研究ではその定義を「自ら満点の基準を定め、評価対象に各主体にとってマイナスな情報があった場合、自ら定めた満点から点を差し引いていく」ものとする。相対する「世界観」としては「加点主義」を設定し、こちらの定義は「自ら満点の基準を定めず、評価対象に各主体にとってプラスな情報があった場合、加点していく」ものとした。

また、上述の世界観と関係する経済行動として、「レビュー参照後の購買行動」を設定した。

本稿での減点主義の定義に従えば、減点主義の傾向が強い主体ほど、商品のレビューを参照した際に評価は厳しくなり、参照後の購買行動には繋がりにくいものと考えられる。また、購買する必要性の高い商品、すなわちホテルの予約やレストランの予約においては、参照するレビュー数が増加する傾向にあるのではないかと考えた。

そこで、「減点主義の傾向が強い主体ほど、商品のレビューを参照した際に評価は厳しくなり、参照後の購買行動には繋がりにくいものと考えられる。また、購買する必要性の高い商品、すなわちホテルの予約やレストランの予約においては、参照するレビュー数が増加する傾向にある」という研究仮説を設定した。

本稿における構成は、次のようなものである。第2節では分析方法について論じ、第3節において分析結果を提示し、第4節でその結果に対する考察を述べる。最後に、第5節にて結論を述べる。

## 2. 研究方法とデータ

まずは世界観と経済行動に関する質問をそれぞれ設定し、付録のように質問票を作成した。Google フォームで減点主義の程度とレビュー参照後の経済行動を測るアンケートを作成して SNS で拡散したところ、77 件の有効な回答を得た。そこから下記の方法で減点主義の

計測方法に基づいて回答を計算し、回答を数値化した。世界観に関する数値を説明変数、経済行動に関する数値を被説明変数とし、重回帰分析を行った。

## 2.1. 減点主義の計測方法<sup>1</sup>

減点主義の測り方については以下の通りである。

まず、例として「以下のような特徴を持った人間がいます。基準点を 100 点とし、0～200 点の間でそれぞれ人間性を評価してください。その際、解答はなるべく主観的にお願いします」という質問を設定し、「めったに怒らない、利他的」「めったに怒らない、利己的」「短気、利他的」「短気、利己的」という 4 つの項目に点数をつけてもらう。

例としてある主体が、【めったに怒らない・利他的】に 101 点、【めったに怒らない・利己的】に 90 点、【短気・利他的】に 70 点、【短気・利己的】に 10 点、と回答したとする。点数付けに誤差もあるとして、誤差項  $e_i$  を加え、

$$Y_i = aD_1 + bD_2 - caD_3 - cbD_4 + e_i, (1)$$

というモデルを考える。ここで、

D1 は利他的なら 1, その他は 0 の値をとるダミー変数

D2 はめったに怒らないなら 1, その他は 0 の値をとるダミー変数

D3 は利己的なら 1, その他は 0 の値をとるダミー変数

D4 は短気なら 1, その他は 0 の値をとるダミー変数

である。

またこの主体は、 $c$  という一定の倍率でネガティブな側面をポジティブな側面よりも重視 ( $c > 1$  の場合)、または軽視 ( $c < 1$ ) すると仮定している。

ここで、

$$D_3 = 1 - D_1, (2)$$

$$D_4 = 1 - D_2, (3) \quad \text{を代入して、}$$

$$Y_i = -c(a+b) + a(1+c)D_1 + b(1+c)D_2 + e_i, (4)$$

これを 2 つの説明変数として重回帰すると、以下のような方程式を得る。

$$-c(a+b) = -77.75, (5)$$

$$a(1+c) = 55.5, (6)$$

$$b(1+c) = 35.5, (7)$$

この 3 つの方程式から  $c$  の値を解く。 $c > 1$  なら減点主義、 $c < 1$  なら加点主義と判定できる。また同時に  $c$  の値が大きいほど減点主義の程度が大きいと考えられる。

上述の分析方法で、4 つの質問を用いるのは各主体の選好の影響を弱めるためである。

---

<sup>1</sup> 減点主義の計測方法については大垣昌夫先生より大きな協力を得た。ここに深い感謝の意を表明したい。

また、実際の質問票では、上述のような4問セットの質問を3セット作成した。

## 2.2 記述統計量

記述統計は以下の表のようになった。数値は小数点第四位を四捨五入した。

表 1 記述統計

	平均	標準偏差	最小値	最大値
②ホテル（人数）	8.175	8.186	0	30
③レストラン（人数）	6.475	6.139	0	30
④ホテル（施設数）	9.05	7.374	0	30
⑤レストラン（施設数）	8.95	8.807	0	30
⑥仮想レビュー1	0.425	0.497	0	1
⑦仮想レビュー2	0.413	0.495	0	1
⑧仮想レビュー3	0.325	0.471	0	1
⑨仮想レビュー4	0.175	0.382	0	1

## 3. 分析結果

付録において提示した質問票と前節の分析方法により、以下のような分析結果が得られた。

表 2 減点主義の程度と経済行動に関する値の分析結果

	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
回帰係数	-0.106	-0.049	-0.418	-1.155	-0.013	-0.006	0.016	0.024
P-値	0.684	0.806	0.074	1.39E-5	0.301	0.683	0.318	0.127

質問⑥～⑨については質問内容も記載する。残りの質問については付録を参照していただきたい。また、数値は小数第四位を四捨五入した。

表 3 質問④と⑤における分析結果

質問内容	回帰係数	P-値
④ ホテルのレビューを参考にする場合、何件の施設のレビューを参照しますか？	-0.418	0.074
⑤ レストランのレビューを参考にする場合、何件の施設のレビューを参照しますか？	-1.155	0.0000139

## 5. 考察

前節の分析結果より,有意な結果が出たものを表 2 に抽出した.この結果は,「減点主義の程度の強い人間ほど,ホテルやレストランのレビューを参照する施設数が少ない」ことを意味する.これは設定している研究仮説とは逆説的である.

この分析結果について以下のように考察した.

まず,当研究においては質問票にて(付録参照),「ホテルやレストランを予約する必要がある」と状況を限定している.これにより「予約をしない」という選択肢は失われており,「レビューを参照すればするほど予約をしにくくなる」性質をもつ減点主義の傾向が強い場合,「一層のことレビューを見ない」という心理が働くのだと推測した.

また,有意な結果が出たのは施設数のレビューについての質問であり,人数のレビューについての質問ではない.このことから以下のような推察を得た.

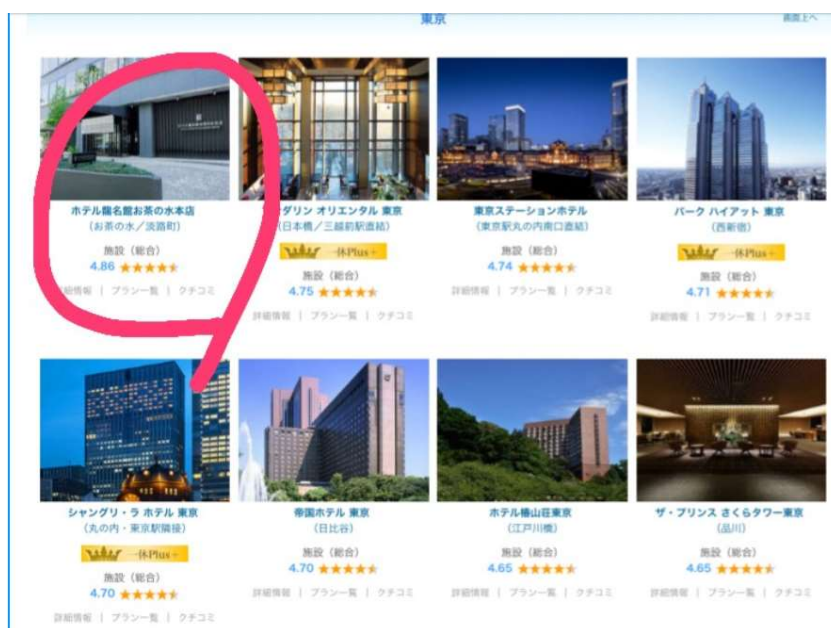


図 1 レビューサイトの施設表示の例

図 1 のように,大抵のレビューサイトではレビュー文を表示するよりも先に施設の一覧が表示される.この際に施設名の下部には星評価が表示され,評価が高い施設から順に画面に並ぶ.この時点で,強い減点主義を持つ主体にとっては,「画面の下部に表示される時点で減点対象」になると考えた.よって加点主義を持つ主体と比べ参照する施設数が少なくなる傾向が生まれるのだと考察した.

## 6. おわりに

減点主義の程度が強いほど、参照するホテルやレストランのレビューの数（施設数）は減少するという、仮説に相反する有意な結果を得た。また、その背景にはレビューサイトのレビュー表示形式や、「最終的には施設を予約しなくてはならない」という状況における各主体の心理が関係するという推察を得た。この研究結果は将来的に企業のレビューサイトを用いた戦略やプロモーションに役立てることができるものだと考える。

## 付録

用いた質問票は以下の通りである。

- ① 以下のような特徴を持った人間がいます。基準点を 10 点とし、0～20 点の間でそれぞれ人間性を評価してください。その際、解答はなるべく主観的にお願いします。  
【口が悪い・常識に欠ける、聞き上手・自己主張出来ない、勇敢・短気、人の話を聞かない・自己主張出来ない、臆病・おおらか、言葉遣いが丁寧・常識人、人の話を聞かない・自己主張できる、口が悪い・常識人、勇敢・おおらか、臆病・短気、聞き上手・自己主張できる、言葉遣いが丁寧・常識に欠ける】
- ② ホテルのレビューを参考にする場合、1 件の施設に対してどの程度の人数のレビューを参考しますか？
- ③ レストランのレビューを参考にする場合、1 件の施設に対してどの程度の人数のレビューを参考しますか？
- ④ ホテルのレビューを参考にする場合、何件の施設のレビューを参照しますか？
- ⑤ レストランのレビューを参考にする場合、何件の施設のレビューを参照しますか？
- ⑥ あなたは、旅行をすることになり、ホテルを予約する必要があります。そこで以下のようなホテルのレビューを見つけました。このレビューのみを参照した場合、このホテルを利用しますか？ 【先日、初めて利用させていただきました。アメニティがとても充実してて、ホテルの従業員の方のサービスも最高でした！ただ、料理があまりおいしくなく、ホテル自体の値段も少々高かったです……立地は駅とコンビニが近かったものの、風景はあまり良くなかったです……】 ※利用しないなら 0 するなら 1 を選択してください
- ⑦ あなたは、旅行をすることになり、ホテルを予約する必要があります。そこで以下のようなホテルのレビューを見つけました。このレビューのみを参照した場合、このホテルを利用しますか？ 【夏休みにこちらを利用しました。部屋は狭いですが、値段は相応に安かったです。海が近いこともあり、ついでに朝食はなかなかおいしかったです。ただ、従業員のサービスはひどいものでした。窓から海が見えたのはうれしかったです。】 ※利用しないなら 0 するなら 1 を選択してください

- ⑧ あなたはレストランを予約する必要があります。以下のようなレストランのレビューがありました。このレビューのみを参照した場合、このレストランを利用しますか？【音楽、雰囲気、味、最高！料理の見た目は正直あまりよくなかったけど、珍しい食材も多くて楽しかったです！値段は微妙な感じです！】 ※利用しないなら 0 するなら 1 を選択してください
- ⑨ あなたはレストランを予約する必要があります。以下のようなレストランのレビューがあります。このレビューのみを参照した場合、このレストランを利用しますか？【お店の雰囲気はよかったし珍しい食材多くておもしろかったけど、味独特すぎてちょっと好き嫌いわかれそう。値段は食材のことを考えたら妥当かなと思います】 ※利用しないなら 0 するなら 1 を選択してください

#### 引用文献

大垣昌夫・田中沙織(2014)『行動経済学——伝統的経済学との結合による新しい経済学を目指して』有斐閣