

f 慶應義塾大学経済学部

大垣昌夫研究会 2019 年度研究グループ論文

無常観と共同体主義が旅先でのお土産の購買行動に与える影響

山寺いずみ^a 飯塚望^b 島本修吾^c

要約

本研究では旅先におけるお土産の購買行動に着目し、無常観と共同体主義の世界観が強い人ほど、旅先でお土産を購買する傾向にあると考えた。そこで「無常観が強い人ほど、旅先でお土産を購買する WTP (Willingness to Pay, 支払意思額) が上がり、また共同体主義が強い人ほど、職場やアルバイト先に向けてお土産を購買する WTP が上がる」という研究仮説を立てた。お土産の文化の相違を考慮するため、アンケート調査の対象を日本人とアメリカ人とし、日本人 88 人、アメリカ人 52 人の計 140 人から有効な回答を得て回帰分析を行った。その結果、日本人は研究仮説に整合的で有意な結果を得ることができたが、アメリカ人は仮説と一部異なる結果が見られた。本結果の分析から、日本の観光土産市場、とりわけインバウンドのマーケットにおいて企業活動の有用な施策に貢献することができると考える。

JFL 分類番号 : D9

キーワード : 無常観, 共同体主義, お土産, 世界観

^a 慶應義塾大学 izumiyamadera@keio.jp

^b 慶應義塾大学 nontan7795@keio.jp

^c 慶應義塾大学 shushima15@keio.jp

目次

1. イントロダクション
 - 1.1 序文
 - 1.2 研究仮説
 2. 先行研究
 - 2.1 無常観
 - 2.2 共同体主義
 3. 研究方法
 4. 研究結果
 5. 考察
 - 5.1 単回帰分析
 - 5.2 重回帰分析
 6. 販売施策
 7. おわりに
- 付録
- 引用文献

1. イントロダクション

1.1. 序文

旅行に行った際、旅行とそれに伴うお土産の購入は、筆者である私たち大学生にとって身近な話題である。お土産の購入は多くの人の旅行における醍醐味の一つとして挙げられるが、その行動は人によって大きく異なる。お土産を購入しない人、自分や親しい人のみに購入する人、職場やアルバイト先のためにばら撒き用として購入する人など様々である。お土産に使う金額も人によって大きく異なる。私たちはこのような経済行動の違いに着目し、世界観を用いて説明することを目標とした。世界観について「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、現実の性質に関する認識、感情、判断に関する基礎的な過程と枠組み」と定義する（大垣・田中，2018）。

本研究の目的は、各個人のお土産の購入に関わる世界観を明らかにすることで、日本の観光土産市場、とりわけインバウンドのマーケットにおける施策に貢献することである。一般的に、日本と違い外国人は自分や親しい人の為のみにお土産を購入するため、職場やアルバイト先にお土産を買って帰る習慣はない。しかし、本論執筆後に来たる東京オリンピック・パラリンピックに向け、観光土産市場がますます拡大することが予想されると、彼らに対してどのようなアプローチでお土産を販売すべきか、また、そもそ

も日本人独特のお土産文化を知ることは必須といえる。

お土産の購買行動に影響を与える世界観に、以下の二つを挙げた。一つ目は、この世のものはすべて変化し消滅していくものであるとする「無常観」である。無常観が強い人ほど一瞬一瞬を大切にするため、旅先の思い出としてお土産を購入する傾向にあると考えた。二つ目は、コミュニティの価値を重んじる「共同体主義」である。家族間や友人間での贈与交換についてはこれまで多くの研究がされてきているが、特に職場やアルバイト先にばら撒き用としてお土産を購入する行為には、共同体主義の世界観が関わっていると考えた。

1.2 研究仮説

各個人がお土産を購入する値として WTP (Willingness to Pay, 支払意思額) を用いた。自分や親しい人への購入は無常観が対応し、職場やアルバイト先への購入は共同体主義が対応しているとした。

本研究では「無常観が強い人ほど、旅先でお土産を購入する支払意思額 (Willingness to Pay: WTP) が上がり、また共同体主義が強い人ほど、職場やアルバイト先に向けてお土産を購入する WTP が上がる」という研究仮説を立てた。お土産文化の相違を考慮するため、調査対象を日本人とアメリカ人とし、比較分析を行った。

2. 先行研究

先述した無常観と共同体主義について、先行研究を述べる。

2.1 無常観

「この世の中の一切のものは常に生滅流転して、永遠不変のものはない」(大辞泉) という無常観は、仏教伝来以来の日本における思想形成に深く関わってきた。無常観は、これまで日本文学研究の領域を中心に諸説が提唱されているが、古典だけでなく、現代においても認められる価値観や感情である(浦田, 2009)。東日本大震災など社会の劇的な変動やめまぐるしい情報により、世の中や人生にむなしさやはかなさが意識されることも多い。浦田は、このような無常観を心理学的にとらえるための検討として、無常観の諸相を測定する心理的尺度を作成した。結果、「生と死」「詠嘆的無常観」「自覚的無常観」の3因子が抽出され、これらはおおむね無常の意味内容を網羅したものであるといえる。

伝統的経済学では時間選好のように、定量的な意味での時間概念のみを扱っている。しかし実際の人間は主観的な時間を生きており、無常観も時間に対する捉え方の一つである。

2.2. 共同体主義

本論の執筆を踏まえ、企業共同体を考察する。日本では高度経済成長期から 1980 年代にかけて、和や協調性を重んじ、メンバーと企業をある種の共同体と見なす経営スタイルが主流であった（大塚，2017）。この経営スタイルは集団主義的な側面を含むことである。一方 1990 年代に入り、アリストテレスの徳倫理学者（あるいは Sandel など共同体主義者）により、特にアメリカで企業を共同体として位置付けようとする動きも盛んになった。本研究における共同体主義は、集団主義的な側面を除くため、後者をもとに心理学者 Adler の用語である共同体感覚を用いた。高沢（2011）は、共同体感覚を共同体への「自己受容」、「貢献感」、「信頼感」、「所属感」の 4 側面で構成されているとしている。本研究では、これらを各主体のコミュニティ（職場・アルバイト先）の価値を重んじる尺度とした。

3. 研究方法

Google Form を利用してアンケートを作成し、LINE、Messenger、Facebook などの SNS 上で拡散し回答を集めた。集計期間は 2019 年 8 月 10 日から同年 8 月 13 日の 4 日間で、140 件の有効回答を得た。140 件のうち 88 件が日本人による回答で、52 件がアメリカ人による回答である。実際のアンケート内容に関しては日本語、英語それぞれを付録に添付している。

アンケート内容について、質問 1～4 は無常観を測る質問である。浦田（2009）を参考に、1「全く考えない」～6「いつも考える」の 6 段階で回答を作成した。6 に近い値ほど無常観の世界観が強い。質問 5～8 は共同体主義を測る質問であり、1「全くあてはまらない」～6「とてもあてはまる」の 6 段階で回答を作成した。6 に近い値ほど職場・アルバイト先への共同体感覚の世界観が強い。なお、質問 3 は質問を逆転項目として設定したため 1 に近い値ほど無常観の世界観が強い。

質問 9-1、9-2 にお土産の文化・規範を問う質問を加えた。質問 10～14 は経済行動に関する質問であり、旅先でのお土産の WTP を選択式で問う質問である。商材として T シャツ、お菓子を挙げた。集計の際は「購入しない」は 0 円/0 ドル、「～円/ドル以上」は～円/ドルの数値を被説明変数の値として用いた。

得られたデータから、質問 1～8 を説明変数、対応する質問 10～14 を被説明変数として単回帰分析を行った。なお、質問 14 は職場・アルバイト向けのお土産の WTP の数値を被説明変数の値としている。

4. 研究結果

表 1 記述統計量

日本人一

	最小値	最大値	平均値	標準偏差
無常観①	1	6	4	1.247219129
無常観②	1	6	3.344444	1.47694212
無常観③	1	6	3.233333	1.39084307
無常観④	1	6	4.266666	1.280624847
共同体主義⑤	1	6	3.738636	1.4885496
共同体主義⑥	1	6	3.238636	1.445953
共同体主義⑦	1	6	4.125	1.5360257
共同体主義⑧	1	6	3.545455	1.3726972
文化規範⑨-1	0	90	31	0.2302279
文化規範⑨-2	0	4	2.102273	1.3317775
経済行動⑩	0	2000	1272.727	663.6208
経済行動⑪	0	2000	1050	610.51394
経済行動⑫	0	1500	742.0455	323.93939
経済行動⑬	0	1500	780.6818	354.15006
経済行動⑭-1	0	5000	2932.584	1245.6464
経済行動⑭-2	0	5000	2067.416	1245.6464

アメリカ人一

	最小値	最大値	平均値	標準偏差
無常観①	2	6	3.94595	1.25086
無常観②	1	6	3.2973	1.50432
無常観③	1	6	3.37838	1.42091
無常観④	2	6	4.94595	1.08916
共同体主義⑤	1	6	4.86486	1.04396
共同体主義⑥	2	6	4.89189	0.92368
共同体主義⑦	2	6	5.21622	0.9045
共同体主義⑧	2	6	4.75676	1.07566
文化規範⑨-1	0	90	17.5676	19.7833

文化規範⑨-2	0	4	1.93023	1.45307
経済行動⑩	0	20	14.1622	4.47524
経済行動⑪	0	20	13.9459	4.77576
経済行動⑫	0	15	7.2973	2.98523
経済行動⑬	3	15	8	2.51482
経済行動⑭-1	5	50	32.2973	12.6595
経済行動⑭-2	0	50	17.973	12.491

得られた日本人，アメリカ人のデータから単回帰分析を行い，有意水準 10%以下で有意な結果が出た組み合わせを以下の表 2 に示す。

表 2 単回帰分析結果（有意な結果のみ）

日本人－無常観

被説明変数	説明変数	係数	P-値
⑩ あなたはこの T シャツを最大いくらまでなら購入しますか？	① この自分もいつかは年老いていく。	139.6966**	0.011234
	② 目に見えるものは必ず減びてしまうと思う。	96.21771**	0.042291
	④ 人生ははかないからこそ，ひと時ひと時を大切にしなければならぬと思う。	129.7231**	0.016785
⑫ あなたはこのお菓子を最大いくらまでなら購入しますか？	① この自分もいつかは年老いていく。	71.39697***	0.007826
	② 目に見えるものは必ず減びてしまうと思う。	96.21771**	0.042291
	③ 永遠に変わらないものがあると。〈逆転項目〉	-42.5274*	0.088537
	④ 人生ははかないからこそ，ひと時ひと時を大切にしなければならぬと思う。	129.7231**	0.016785

日本人－共同体主義

被説明変数	説明変数	係数	P-値
⑪ あなたはこのTシャツを最大いくらまでなら購入しますか？	⑥ お金や労力を使ってでも、職場・バイト先の役に立ちたいと思う。	82.8856*	0.06679
⑬ あなたはこのお菓子を最大いくらまでなら購入しますか？	⑥ お金や労力を使ってでも、職場・バイト先の役に立ちたいと思う。	50.5775*	0.05357
⑭ あなたは職場・バイト先などにいくら代金を使いますか？	⑥ お金や労力を使ってでも、職場・バイト先の役に立ちたいと思う。	184.4286**	0.04262

アメリカ人－共同体主義

被説明変数	説明変数	係数	P-値
⑬ Up to how much would you spend on the sweets?	⑥ You want to be a useful asset to your company, regardless of the money or the efforts it may cost.	0.886986**	0.04910
	⑧ You consider yourself necessary for your workplace.	0.65404*	0.09355
⑭ How much would you like to pay for your workplace?	⑧ You consider yourself necessary for your workplace.	-3.92992**	0.040482

注) ***有意水準 1%, **有意水準 5%, *有意水準 10%で有意であることを表す

次に、共同体主義の質問 5～8 の有意な結果が出た組み合わせに、質問 9-1, 9-2 をそれぞれ説明変数に加え、重回帰分析を行った結果を以下の表 3 に示す。(質問 9-2 の回答は 0～5 を被説明変数の値として用いている)。

表 3 重回帰分析結果 (有意な結果のみ)

日本人－

被説明変数	説明変数 1	係数	説明変数 2
-------	--------	----	--------

⑪あなたはこのTシャツを最大いくらまでなら購入しますか？	⑥お金や労力を使っても、職場・バイト先の役に立ちたいと思う	0.1984*	⑨-2 最も強い期待を感じる人からの期待はどれくらいのものでしょうか？
⑫あなたはこれのお菓子を最大いくらまでなら購入しますか？	⑥お金や労力を使っても、職場・バイト先の役に立ちたいと思う	0.1737**	⑨-2 最も強い期待を感じる人からの期待はどれくらいのものでしょうか？
⑭あなたは友人と職場・バイト先などにくらずつ代金を使いますか？	⑥お金や労力を使っても、職場・バイト先の役に立ちたいと思う	0.1977***	⑨-1 あなたは旅行する時、約何%くらいの人たちからお土産の期待を感じますか？

アメリカ人ー

被説明変数	説明変数 1	係数	説明変数 2
⑬ Up to how much would you spend on the sweets?	⑥ You want to be a useful asset to your company, regardless of the money or the efforts it may cost.	0.9536*	⑨-1 What percentage of the people at your workplace do you feel Like they expect you souvenirs?
		0.9642*	⑨-2 How much expectation do you feel from the person with the strongest expectation?
	⑧ You consider yourself necessary for your workplace.	0.9084**	⑨-1 What percentage of the people at your workplace do you feel Like they expect you souvenirs?
		0.9664**	⑨-2 How much expectation do you feel from the person with the strongest expectation?

⑭ How much would you like to pay for your workplace?	⑧ You consider yourself necessary for your workplace.	-4.1686**	⑨-1 What percentage of the people at your workplace do you feel Like they expect you souvenirs?
		-4.0877**	⑨-2 How much expectation do you feel from the person with the strongest expectation?

注) ***有意水準 1%, **有意水準 5%, *有意水準 10%で有意であることを表す

5. 考察

5.1. 単回帰分析結果

日本人について、T シャツ、お土産など無常観と共同体主義の両方で WTP が高い有意な結果を得た。これにより、「無常観が強い人ほど、旅先でお土産を購入する WTP が上がり、また共同体主義が強い人ほど、職場やアルバイト先に向けてお土産を購入する WTP が上がる」という研究仮説に整合的な結果を得た。

無常観は「生と死」「詠嘆的無常観」「自覚的無常観」のすべての側面から有意な結果を得た。無常観が強い人は一瞬一瞬を大切にするため、旅先の思い出としてお土産を購入する予想通りの結果となった。また、共同体感覚は「貢献感」強い人はコミュニティの価値を重んじるため、職場・アルバイト先にもお土産を購入

表を比較すると、日本人は無常観に関する質問で多くの有意な結果を得られたのと対照的に、アメリカ人は無常観の質問に関して有意な結果を得られず、無常観とお土産の WTP との相関は見られなかった。要因として、アメリカ人の無常観に対する認識が希薄であり、お土産の購買行動には他の世界観がより強く影響すると考えられる。米国ではキリスト教徒が多数を占めており、聖書では「永遠の命」が語られるのに対し、日本人の約半分が属しているとされる仏教の教えは無常観が根底となっている。また、日本には四季があることで桜や紅葉といった季節の移り変わりを感じることでできる環境にあるのに対し、米国は気候から季節の移り変わりの儂さなどを濃く感じる場面が少ないことも、無常観に対する認識と旅行の関係が希薄となった要因であると考えた。

また共同体主義においては、アメリカ人について一つの組み合わせで係数が負の値となったことから、仮説に相反する結果が一部見られた。これに関しては質問 9 のお土産文化の規範を問う質問と合わせて重回帰分析することで、本結果と共同体感覚の関係性を分析することが必要だろう。一般的にアメリカのお土産文化は自分や親しい人の為のみにお土産を購入するため、職場やアルバイト先にはお土産を買って帰る習慣がないと

言える。これを踏まえて分析を進めることで、アメリカ人のばら撒き用お土産の購買の背後にある世界観を探ることができると思う。

5.2. 重回帰分析結果

日本人とアメリカ人で大きく異なる結果が出た。日本人に関しては、共同体主義の有意の結果がなくなり、頑健性がないことが分かった。つまり、「共同体主義が強い人ほど、職場やアルバイト先に向けてお土産を購買する WTP が上がる」という研究仮説は必ずしも妥当ではないということである。このことから、日本人の職場・アルバイト先へのお土産購買には共同体主義も影響を与えるが、やはり日本独自といえるお土産文化や規範が大きく影響するということが考察できる。アメリカ人に関しては、有意な結果が出たことから頑健性が確かめられた。アメリカには明確なお土産文化がないため、お土産の購買行動には共同体主義が影響するということである。

また、単回帰分析においてアメリカ人の一つの組み合わせで係数が負の値となったことに関してだが、重回帰分析においても同じ結果が見られた。有意が出た他の結果と絡めると、「共同体主義の一側面である「所属感」が強い人ほど、職場へのお土産に対する WTP が上がる一方、友人と職場への割合を聞く質問においては職場より友人への WTP が高くなる。」とまとめられる。これに対し以下の考察を行った。前者に関しては、所属感が強い人ほど職場に多くコミットし、その分比較的高い給与を貰うと推測した。そしてその応報として職場にお土産を購入する気持ちが強くなり、結果として WTP が上がるのではないかと考えた。後者に関しては、Q14 でお土産の財を指定していなかったことが大きく影響していると考えた。通常お土産というとアメリカではマグカップ、T シャツ、キーホルダー等が挙げられる。回答者であるアメリカ人はこれらの財を想像しながらアンケートに回答したと考えられる。しかしマグカップやT シャツなどといった財は、個々人に渡すお土産としては適しているが、職場などの大きな共同体に配布するお土産としては適さない。このことから、財が指定されていない質問である Q14 では職場よりも友人へ購入する WTP が上がったのではないかと考えた。

6. 販売施策

日本人では無常観において有意が出たことから、無常観が旅先でのお土産の WTP に強く影響することがわかった。また、お土産文化の規範もばら撒き用菓子土産に影響を与えていることが確認された。

この結果から考えられる日本人向けの販売戦略としては、「旅の儂さを思い出にしていきませんか？」や「とっておきの思い出に、乾杯。」など、商品のキャッチコピーとして無常観にフォーカスしたものが、PR として有効であると考えられた。また、ばら撒き用のお土産についても、旅の思い出の共有という面を押し出すことで販売の促進に有効

であると考えられた。

一方で外国人においては、お土産文化の規範が影響しない中で、共同体主義における貢献感、所属感が強い人は、職場用にもお土産を購入するという結果を得ることができた。現在はお土産という文化がない為、ばら撒き用お菓子が外国人にあまり売れないとされているが、お土産文化自体を日本の伝統文化としてブランディングしていくことで、外国人に対してばら撒き用お菓子を販売促進できるのではないかと考えた。また、現状お土産屋さんにおいては英語の商品説明の少なさが目立つ為、お土産に興味を持つ外国人に分かりやすいようなポップを作ることも、販売促進に繋がるのではないかと考えられた。

7. おわりに

無常観と共同体主義の世界観からお土産の購買行動を分析した結果、日本人については研究仮説に整合的で有意な結果を得ることができたが、アメリカ人は仮説と異なる結果を得た。今後本結果をさらに分析していくことで、職場に持って帰ることができるばら撒き用のお土産を外国人に積極的に売り出す販売戦略や、外国でもばら撒き用のお土産を購入して帰る文化の浸透を目的とする企業のブランディング戦略に活き、日本のお土産市場に更なる活性化がもたらすことが期待できる。

付録 アンケート質問票

Q.1-4 あなたは、どれくらいの頻度で以下の設問について考えますか？

- ① この自分もいつかは年老いていく。
- ② 目に見えるものは必ず滅びてしまうと思う。
- ③ 永遠に変わらないものがあると思う。
- ④ 人生ははかないからこそ、ひと時ひと時を大切にしなければならないと思う。

Q.5-8 あなたは以下の設問にどれくらい当てはまりますか？

- ⑤ 欠点や短所を含め自分自身が好きである。
- ⑥ お金や労力を使ってでも、職場・バイト先の役に立ちたいと思う。
- ⑦ 自分には職場・バイト先に信頼できる人がいる。
- ⑧ 自分は職場・バイト先に必要な存在であると思う。

Q.9

⑨-1 あなたは旅行する時、職場・バイト先の約何%くらいの人たちからお土産の期待を感じますか？最も近いものを選んでください。(0%, 10%, 20%……100%で選択)

⑨-2 最も強い期待を感じる人からの期待はどれくらいのものですか？

(とても強い、強い、弱い、とても弱い、期待を感じないで選択)

Q.10-13

旅の終わりに、自分用にお土産を買うことを想定してお答えください。

⑩ 1枚あたり1,000円のTシャツがあります。旅先で、全く同じ素材ですが、ご当地のイラストや文字が書かれたTシャツが売られていました。あなたはこのTシャツを最大いくらまでなら購入しますか？最も近いものを選んでください。

⑪ 質問10と同じ状況で、自分のためではなく職場・バイト先に買うお土産としてなら、最大でいくらまでなら購入しますか？最も近いものを選んでください。

(購入しない, 100円, 200円……1,900円, 2,000円以上で選択)

⑫ 1箱あたり500円のお菓子があります。旅先で、全く同じ味ですが、ご当地の特産品にまつわるとされるお菓子が売られていました。あなたはこのお菓子を最大いくらまでなら購入しますか？最も近いものを選んでください。

⑬ 質問12と同じ状況で、自分のためではなく職場・バイト先に買うお土産としてなら、最大いくらまでなら購入しますか？最も近いものを選んでください。

(購入しない, 100円, 200円……1,400円, 1,500円以上で選択)

Q.14

あなたは家族や仲の良い友人全員と旅行に行く計画を立てていましたが、友人1人が来られなくなってしまいました。誰かへのお土産に使える代金が5,000円あり、すべて使い切るとした場合に、A. 来られなかった友人と B. それ以外の人たち(職場・バイト先など)にいくらずつ代金を使いますか？最も近いものを選んでください。

(5,000円・0円, 4,500円・500円……500円・4,500円, 0円・5,000円で選択)

Q.1-4 How often do you think about the followings?

① Someday you will get old and die.

② Anything visible will perish.

③ Everlasting things exist.

④ It is important to consider every moment important, because your life is transient.

Q.5-8 How likely do these statements apply to you?

⑤ You accept yourself, including your flaws.

⑥ You want to be a useful asset to your company, regardless of the money or the efforts it may cost.

⑦ You have someone whom you can fully trust in your workplace.

⑧ You consider yourself necessary for your workplace.

Q.9

⑨-1 When going on a trip, about what percentage of the people at your workplace do you feel Like they expect you souvenirs? (0%, 10%, 20%……100%で選択)

⑨-2 How much expectation do you feel from the person with the strongest expectation? (Very strong, Strong, Weak, Very weak, No expectation で選択)

Q.10-13

Please assume that you buy souvenirs for yourself at the end of your trip.

⑩ There is a T-shirt that costs \$10. While on the trip, the T-shirt made from exactly the same material is sold, but has illustrations or characters from the area. Up to how much would you spend on the T-shirt?

⑪ In the same situation as Q10, if you buy it not for yourself but as a gift or souvenir for your workplace, up to how much would you spend on it?

(Will not buy, \$1, \$2……\$19, Over \$20 で選択)

⑫ There are sweets of \$5 per one box. While on the trip, the sweets that taste exactly the same are sold, but are said to be related to the local specialties of the area. Up to how much would you spend on the sweets?

⑬ In the same situation as Q12, if you buy it not for yourself but as a gift or souvenir for your workplace, up to how much would you spend on them?

(Will not buy, \$1, \$2……Over \$15 で選択)

Q.14

You were planning to go on a trip with your family and all your good friends, but one of your friends ended up not being able to come. If you have \$50 that can be used as gifts or souvenirs and you must spend all of that money, how much would you like to pay each: A. For a friend who couldn't come, B. For others (ex. Your workplace)?

(\$50・\$0, \$45・\$5……\$5・\$45, \$0・\$50 で選択)

引用文献

大垣昌夫・田中沙織, 2018. 行動経済学. 有斐閣, 東京.

浦田悠, 2009. 無常観尺度作成の試み. 日本健康心理学会大会発表論文集, 東京.