



Title	消費者行動研究と方法
Author(s)	阿部, 周造
Citation	
Issue Date	2013-11-13
Type	Thesis or Dissertation
Text Version	ETD
URL	http://doi.org/10.15057/26087
Right	

消費者行動研究と方法

(要 旨)

阿部 周造

今日、消費者行動研究の展開には目覚ましいものがある。海外では *Journal of Consumer Research*、国内では『消費者行動研究』をはじめとする学術雑誌に掲載される論文数は膨大なものとなってきている。こうした研究の展開はもちろん大いに望ましいことであるが、そこには研究の細分化と拡散化という状況が顕著となっている側面もあり、手放しで肯定できる状況ではない。追加される新しい研究成果を既存の成果と整序付け、知識の体系化を行うという作業の必要性はこれまでになく高くなっていると思われる。そうした問題意識から、本論文は今後の消費者行動研究をより実り多いものとするための基礎として方法論的考察を行うものである。

消費者行動研究の方法論的問題を取り上げるにあたって、本論文は次のような特徴を持っている。第一の特徴は、本論文はあくまで関心対象領域である消費者行動研究の現状を踏まえての方法論的考察を行うという点である。その現状を踏まえる上で二つの点が重要である。一つは研究目的の問題である。今日の消費者行動論はほぼ独立した学科としての体裁を整えてきているが、それでもマーケティング論の各論としての性質を強く有している。本論文はその考えに立ち、今日の消費者行動研究の目的をマーケティング意思決定に役立つ形での消費者行動の説明と予測を中心とするものと捉える。もう一つは今日の消費者行動研究のパラダイムを消費者情報処理理論としつつも、多様な研究の存在を是として、消費者行動の説明と予測という研究目的に向けて、いかにしてより理論的水準の高い知識体系を構築していくことができるかという視点を採用していることである。

本論文の第二の特徴は、方法論的問題を、堀越（『マーケティング・メタリサーチ』、千倉書房、2005年）と同じく、科学哲学レベル、消費者行動論における理論構築とテストのレベル、そして分析技法のレベルという三つのレベルで捉えるものであるが、三つのレベルの相互関係を上位の方法論が下位の方法論を規定するという捉え方ではなく、どこまでも消費者行動論の理論構築とテストのレベルを中心視座としていることである。それによって、研究課題と関連の薄い哲学概念に拘った思弁的議論を避けるとともに、「初めに分析技法ありき」的考え方の陥りやすい錯誤を避けた、消費者行動研究のあるべき姿を示すことができると思われるからである。

最後に、本論文ではできるかぎりわが国での消費者行動研究、そして方法論に関する研究を事例対象として取り上げながら考察を進めている。消費者行

動の研究は言うまでもなく米国を中心として、先端的な研究が進められている。また、方法論に関する研究も米国が最も層が厚い。その意味で、米国での研究及びその成果を踏まえた形で消費者行動論とその方法論的問題を論じていくことは避けようがない。しかし、本論文が日本語で書かれ、日本での研究者を対象に問題の整理と、問いかけをするものである以上、米国の研究成果に大きく依拠しつつも、本論文の内容をできるだけ、わが国の研究の流れと、その成果に結び付けた形にすることは自然なことであると思われる。わが国では研究発表が単行本の形をとるものが多いため、全体像を示し易いという利点もある。また、わが国の優れた研究に触れずに、米国の研究のみを丹念に紹介するやり方は 60 年代の『輸入・翻訳マーケティング時代』の精神構造を引きずったものとのそしりを免れないからである。

以上のような視点から本論文は 8 章から構成される。

- 第 1 章 消費者行動研究の基本的性質
- 第 2 章 消費者行動研究と科学哲学方法論
- 第 3 章 消費者行動研究と科学的实在論
- 第 4 章 消費者行動の理論構築と経験的テスト (その 1)
- 第 5 章 消費者行動の理論構築と経験的テスト (その 2)
- 第 6 章 消費者行動研究と統計的分析技法
- 第 7 章 消費者行動の測定と分析技法
- 第 8 章 プロトコル分析

まず第 1 章「消費者行動研究の基本的性質」では消費者行動の知識体系としての今日の消費者行動論の全体像を明らかにする。本論文で取り上げる消費者行動論はマーケティング論の各論としての位置づけを持つものであり、そこでの研究目的が大きくは消費者行動の説明と予測であることが明らかにされる。この二つの研究目的は消費者行動論の現状を踏まえたものであるが、後に取り上げる科学哲学の流れの中で本論文の依拠する立場を大きく規定することになる。第 1 章では説明と予測との非対称的關係についての考察に基づいて、消費者行動論として、優れた説明に基づいた予測を行う知識体系の構築が目指されるべきことを明らかにする。またそうした目的に照らして現在の消費者行動論に限られた貢献をするものでしかないことを認識したうえで、現状での貢献点についての肯定的な考察を行う。第 2 節では、どのような研究が消費者行動論の内容となっているのかという点について、米国及びわが国での標準的な消費者行動論のテキストのレビューから、現在の消費者行動論の内容が理論的な体系というよりは関連した知識の寄せ集め的なものであることを明らかにする。

第 3 節では幾つかの研究の流れが取り上げられる。それらは、動機調査、消費者行動の包括的モデル、消費者類型化の研究、計量モデル、態度モデル、消費者情報処理モデル、行動意思決定論、買い物行動の研究、マーケティング活動と消費者の反応・消費者満足の研究、消費者行動の解釈的研究等である。それらの中で今日、主流となるのは消費者情報処理モデルである。

第 2 章「消費者行動研究と科学哲学方法論」の第 1 節では三つのレベルの方法論のうちなぜ第二レベルの消費者行動論における理論構築とそのテストが出发点となるべきかを論じると共に、学界という広いレベルでの方法論的立場は異なる立場の存在を許容しつつも、相互に批判的關係を保つ批判的多元主義が採られるべきとする。続いて本論文が依拠すべき科学哲学の立場は科学的実在論であることを明らかにする。本論文が伝統的な方法論の流れである論理経験(実証)主義を採らないのはそれが消費者の認知過程あるいは情報処理の研究という直接観察できない現象の研究にそぐわないためである。道具主義は予測目的には適していても基本的には説明を放棄した立場であるため採択できないこと、解釈的アプローチは客観性の低さというその抱える基本的問題性ゆえに採用できないものであることを明らかにする。

第 2 節では現在の消費者行動論の中心的パラダイムである情報処理モデルが登場する前の旧パラダイムの背景にある論理経験主義的考え方を明らかにした後、論理経験主義に向けた反証主義からの批判点を明らかにする。

第 3 節では伝統的流れの中での反証主義に焦点を合わせる形で、相対主義的科学観から伝統的な立場に向けられた論争点の三つ、観察の理論負荷性、決定不全性、通訳不可能性の問題についての考察を行う。観察の理論負荷性は理論とデータとの突きあわせにおけるデータの独立性を疑問視するものであるが、消費者行動論では測定の妥当性の検討における構成概念妥当性の考え方、調査・実験における要求効果等に関連した問題として捉えられる。本論文では観察の理論負荷性は注意すべき問題ではあるが、克服可能な問題であることを論じる。決定不全性は経験的テストにおいて基本仮説、補助仮説、諸条件がセットとしてテストされる場所に注目して、理論の核となる基本仮説の反証が難しいことを論じたものである。この問題に関連付ける形で、反証主義の中における、ドグマ的反証主義、素朴な反証主義、洗練された反証主義の考え方を紹介し、本論文では決定不全性を困難な問題として認識しつつも、もつれた糸をほぐす形での漸次的アプローチによって決定不全性を克服すべきであるとする。そこでの基本的な立場は素朴な反証主義的考え方に立ちつつも、理論間の比較という洗練された反証主義の考えを肯定的に取り入れることを考えるものである。

通訳不可能性の問題は①パラダイム間の意味のバラツキ、②パラダイム間の通訳の不成立、③パラダイム間の比較不可能性といった形で混乱を含みながら論じられている状況を明らかにしたうえで、消費者行動論においてはせいぜい①のレベルの問題でしかないことを行動修正パラダイムから情報処理パラダイムへの転換という経緯も踏まえつつ明らかにする。

第3章 「消費者行動研究と科学的实在論」の第1節では消費者行動研究の目的の一つを消費者行動の予測とすると、予測が本来有している帰納的性格から、反証主義の立場を採択することができないことが明らかにされる。反証主義はこれまでに於ける多数回の観察から得た「カラスは黒い」という言明もたった1羽の黒くないカラスの発見によって妥当性が崩れるという帰納の問題を避ける形での知識形成を考えている。それに対して消費者行動論における予測は、内的妥当性と外的妥当性を高めるべく工夫されたものであっても、観察から得た法則的關係を想定される状況に当てはめるという帰納であるからである。また、予測は想定される多くの条件についてのシミュレーションという形でなされ、結果の突き合せは想定条件の中のせいぜい一つでしかなく、反証主義で考えられる仮説・演繹法とは大きく性格を異にしていることが明らかにされる。そして、帰納的確率を考えるベイズ流のアプローチを取り上げ、それが伝統的科学哲学で論じられる仮説間の背反的關係だけでなく併存的關係においても有用であることを示す。

第2節では現代の科学哲学における中心的論争とされる实在論と反实在論との間の論争を紹介する形で両者の違いが科学とは直接観察可能でない現象についての概念間の法則的關係の实在に近似を試みているものとするか、現象の十全な説明ができることでよしとするのかの違いであることを明らかにする。観察可能性の捉え方、及びどこまでの实在を認めるのかという点で両者は非常に接近したものとも言えるが、本論文では反实在論（構成的経験主義）に潜む直接観察できない事柄への懐疑主義的態度が消費者の内的な情報処理の解明を中心課題とする消費者行動論になじまない点で科学的实在論に依拠すべきことを論じる。

第4章 「消費者行動の理論構築と経験的テスト（その1）」では、消費者行動研究に含まれる三つのタイプの研究：基礎研究・固有の理論研究・効果適用研究のそれぞれの特徴とそれらの間の関係を明らかにする。三つのタイプの研究において中核となるのは、固有の理論研究であるが、場合によっては基礎研究を含む形の研究が必要であること、研究目的のうちの予測はほぼ効果適用研究に該当することが明らかにされる。反証主義的科学観に立てば効果適用研究

は科学的探究の領域というよりも、むしろ技術的応用の問題という位置付けになるが、予測を研究目的の一つとする消費者行動論では理論の経験的テストという意味付けが可能であり、その手順についての考察を行う。固有の理論研究における基本的問題の一つは研究における内的妥当性と外的妥当性との関係に関わる問題である。二つの妥当性の区別は一般に考えられているほど単純明快なものではなく、関連する論争を取り上げて考察を行う。

第2節では内的妥当性と外的妥当性の問題に絡めて理論のテストに学生サンプルを用いることの可否についての論争を取り上げる。

第5章 「消費者行動の理論構築と経験的テスト（その2）」では理論構築とそのテストの進め方として複数の理論を同時にテストし、関連付けを図る比較研究の方法を論じる。多くの科学哲学書に見られるように、複数の理論は常に競合的關係にあつて、比較研究によってどちらかが反証されると前提することはできない。いずれも支持的結果(ただし効果量：effect size の大きさは異なる)となる併存的・補完的な関係を考えることが消費者行動論においては必要である。そして、そうした一事例として、支払意向価格、解釈レベル、比較の方向性の三つの効果を比較する研究事例をとりあげる。研究事例はこうした比較研究が直ちに研究の方向性を示すといった成功事例ではなく、多くの比較研究に見られるような曖昧さを残したものでしかないが、それでも解釈レベルの効果だけを単独で取り上げる経験的研究よりは多くの示唆を含むものであることを明らかにする。

第2節では消費者行動研究における一つの類型化としてしばしば取り上げられる探索的研究・記述的研究・因果的研究について考察を行う。理論構築における問題をいわゆる「発見の文脈」と「正当化の文脈」に二分するとき記述的研究は二つの文脈にまたがる側面があり、若干の整理が必要である。予測目的に使われる記述的研究の考察をとおして、単なる規則性に基づいた予測と、説明に基づいた予測との関係の再整理がなされる。

第6章 「消費者行動研究と統計的分析技法」の第1節では理論構築とテストのレベルと分析技法レベルとの関係が最も端的に現れる問題として、研究仮説と統計的検定仮説との関係を取り上げる。両者の区別をおろそかにすること、あるいは分析技法である統計的検定を優先して考えることが予想外の問題を孕んでいることを明らかにする。それは、しばしば見かける『対立仮説が研究仮説である。』といった何の問題も無いと思われる表現に現れる考え方である。そこには、研究仮説の中には概念間の関係の存在を内容とする「有関連型研究仮説」と関連の存在しないことを内容とする「無関連型研究仮説」とが存在する

が、後者の存在とその性質に気付かずに後者についての統計的仮説検定をしてしまう誤りが含まれるからである。また一つの研究仮説のテストには複数の統計的検定方法の選択肢があることを見過ごす可能性もある。

第2節は同じ有意水準を用いるなら、両側検定のほうが片側検定よりもより保守的な検定結果になるということから、明確に方向性を持った研究仮説の場合でも両側検定がそのまま使われることの多い今日状況に含まれる問題点を明らかにする。本論文は緩い判定基準を使うことを提唱するものではなく、統計的検定方法が用いられるときの研究仮説の役割（仮説の方向性の意味）を踏まえることによって、テスト結果のより正確な理論へのフィードバック、ひいてはより客観的な知識の積み上げが期待できる事を主張する。

第7章 「消費者行動の測定と分析技法」の第1節では今日の消費者行動論が直接観察測定できない構成概念間の関係を解明することを主たる課題としている点を踏まえて、いかにして構成概念の妥当な測定を行うかという構成概念妥当性の問題について考察する。

第2節では構成概念妥当性の検討ということが科学哲学のレベルでは科学的实在論になじむものであり、分析技法としては観測変数に測定誤差が含まれることを扱い得る共分散構造分析あるいは因子分析が適していることを示す。それに対して、回帰分析そして主成分分析は測定誤差を明示的に含まないもので、直接観察可能な現象の分析に適している点で論理経験主義になじみやすいものである。

第3節では共分散構造分析に含まれる多母集団分析の技法が異なるデータ間、特に消費者行動の国際比較に有用性を有している点を、国際比較における比較可能性・相等性の概念の検討に関連付けて考察を行う。国際比較についての考察から明らかになることの一つは研究開始時点での知識をベースとすることでより確かな知識への接近が可能となることであり、それは科学的实在論の主張するところに実際の研究が合致している点である。さらに研究事例の紹介をとおして、多母集団分析が2国間での消費者行動が比較的似かよっている場合に、それがどの点で共通しており、どの点で差異を持つのかを分析可能なことを明らかにする。

第8章 「プロトコル分析」は今日の消費者行動研究の代表的パラダイムである消費者情報処理パラダイムに最も典型的なデータとしてプロセス跡付け法の一つであるプロトコル法を取り上げ、その妥当性を論じる。第1節は消費者が感じたり考えたりしていることの言語報告としてのプロトコルが消費者の情報処理過程の研究データとしてどこまで妥当性を持つかという問題を取り上げ

る。言語報告としての客観性が乏しいとされる内観法は細部の報告がどのように理論あるいはモデルに適合するのかが被験者に委ねられているのに対して、プロトコル法では被験者は細かなデータの提供だけを行い、理論への当てはめと分析は研究者の作業となる点が両者の大きな違いである。プロトコルはデータとしての完全性に関しては問題を含んでいるが、意思決定が幾分スローダウンしても、その報告が情報処理の仕方に関して差をもたらさないことがこれまでの経験的研究から得られていることを論じる。

第2節はプロトコル・データの分析方法として、意思決定ネットの作成というアプローチから、細分化したデータの Kategorization という方法への転換の経緯を明らかにした後、論文執筆者が過去に手掛けた研究を事例として Kategorization にあたってどのようにして客観性を確保するかという方法を考察する。本論文はどちらかといえば法則定立的な定量的分析を想定するものであるが、情報処理研究に使われる質的データであるプロトコル法についてその妥当性の検討を行っておくことは解釈的研究との批判的関係を保ち続けるという本論文の主旨に照らしても意義は少なくないと思われる。

本論文はこれまで論文執筆者が関心領域としてきた消費者行動論における研究方法を整理する狙いを以ってまとめられたものである。本論文では方法論を三つのレベルで捉え、その考察を行ったが、中心視座を消費者行動の理論構築とそのテストというレベルとすることによって、これまでどちらかと言えば科学哲学のレベルを出発点として問題が論じられていたときには、大きな隔たりが感じられていた科学哲学と消費者行動論とを比較的密接に結び付いたものとして捉えることができたと思われる。今日の消費者行動論がマーケティング論の各論としての性格を強く有しており、その研究目的が消費者行動の説明と予測であること、そして今日の消費者行動研究が直接観察することのできない消費者の情報処理の解明を中心課題としていることを踏まえるとき、消費者行動論の依拠すべき科学哲学の流れは科学的实在論であることが明らかとなった。反証主義は消費者行動の予測という目的になじまないことから、道具主義は説明目的を果たせないという欠陥のため、論理経験主義と現代の反实在論としての構成的経験主義は今日の消費者行動論が直接観測できない消費者の情報処理の解明を課題とし、実践的な意思決定問題への対応を迫られる状況にそぐわないことから、そして解釈的研究は研究結果の妥当性の問題から、依拠すべき科学哲学の流れとならないことが明らかにされた。ただし、学界レベルにおいては異なる方法論的立場が存在することを許容する中に、相互に緊張的關係としての批判的多元主義が採られるべきであるとした。

消費者行動の理論構築とそのテストというレベルの方法論として本論文が打

ち出している方向は複数の理論・モデルの比較研究というものである。それは相対主義的科学観から伝統的科学観に向けての批判点の一つであった決定不全性の問題を正面から克服していく道であると思われるからである。決定不全性の問題は容易ならざる問題であっても、それによって理論の経験的テストが不可能であるとする事からは、科学的知識の前進は生まれないのである。比較研究は消費者行動論の問題点の一つである知識の体系化という点でも意義の大きいこと、そしてそれは単にどちらの理論仮説が生き残るのかということだけでなく、複数の理論仮説が併存的に働く状況を明らかにし、予測目的に照らしてどの効果が最も大きいのかという知見に繋がるものであることも明らかにできたと思われる。

第三の方法論レベルとしての分析技法については、分析技法が上位レベルの理論から導出される研究仮説との関係において、あくまで研究仮説に規定されるものであり、被規定関係を条件として用いられるべき事を明らかにすることに努めた。研究仮説と統計的検定との関係、そして統計的検定における研究仮説の方向性と片側検定の対応付けについて、本論文はテストされているのは研究仮説であり、研究仮説がテストを主導するという側面をもっと重視すべきであるとの基本的考え方を論じたものである。今日の消費者行動研究に多用される共分散構造分析と情報処理研究に特有のプロセス跡付け法であるプロトコル分析についての考察をとおして、分析技法が上位のレベルの理論のテスト、さらには科学哲学的視点とも結びつくものであることを示すことができたと思われる。

本論文は消費者行動研究の方法というテーマを全体として扱ったものであるため、個々の論点についての詳細な掘り下げは今後の課題として残されていると思われる。それでも、本論文が消費者行動研究の三つの方法論レベルをどのように結び付けて捉えればよいのかという全体像を描き、問題点を少しでも整理し、今後の研究の展開と体系化に向けての方向を考える上で、ささやかな貢献ができたならば幸いである。