

研究計画書

<b>ゼミ名</b>	市野ゼミ II	<b>チーム名</b>	ピグレット ≡ Regret
<b>タイトル</b>	後悔を減らすために		
<b>テーマ群</b>	g)その他		
<b>メンバー</b>			
<b>研究計画内容</b>	<p>人々の生活には買い物という行動が存在し、多数の財からある財を選んで購入する。そしてその買い物は「もうひとつの方にしてあげばよかった」「これは買うべきではなかった」などという後悔を伴う場合がある。インターネットを利用すれば、買い物中でも商品についての情報や買い物の仕方そのものなど、手軽に後悔を防ぐ方法を知ることが可能になったにもかかわらず、なお買い物において後悔をする人は多い。それどころかインターネット通販が普及し、衝動買いによる後悔をするという人が増えたようにさえ感じる。そこで本研究はどんな人がどんな状況でどんな買い物をする時に後悔しているのかをアンケート調査を行い、そのデータを分析することにより、消費者が後悔のない最適な買い物をできるような方法について考える。</p> <p>アンケートでは具体的に、後悔した時に買った品目や支払い方法、買った時に置かれていた状況を知るための質問と、消費者の性別、年齢、職業、世帯年収、世帯構成などの属性や消費者の潜在的な性格を知るために時間割引率やリスク回避度についての質問で調査を行う。</p> <p>またアンケートで質問を作成する際に後悔についての捉え方が回答者ごとに違う可能性があるため、その違いを解消しようと考えた。そのためここでは後悔を「一度購入し消費した財を再度購入するか問われた際に、購入しないと答える場合のこと」と定義し統一することにした。</p> <p>このアンケート結果を分析し、後悔とは、消費者個人の性格や属性によって引き起こされるものなのか、消費者個人以外の買い物をした時の状況によるものなのか、あるいはその両方なのかそのどちらでもないのかを明らかにする。</p>		