

研究区分	教員特別研究推進 教育推進
------	---------------

研究テーマ	カルバック・ライブラー・ダイバージェンスモデルによる消費者の選好解析				
研究組織	代 表 者	所属・職名	経営情報学部・准教授	氏名	玉利 祐樹
	研究分担者	所属・職名		氏名	
		所属・職名		氏名	
		所属・職名		氏名	
	発 表 者	所属・職名	経営情報学部・准教授	氏名	玉利 祐樹

講演題目
コントラストモデルによる選好逆転の検討

研究の目的、成果及び今後の展望

目的 動画のサブスクリプションサービスのような選択場面では、ある選択肢に含まれている属性が、他の選択肢では呈示されていないことがある。そのような場合、どの選択肢を基準として比較するかによって、選択肢の評価や最終的な選択が変化する可能性があることが指摘されている。石部他（2022）は、Tversky（1977）のコントラストモデルに基づいた意思決定モデルを提案し、基準となる選択肢の違いが選好判断に与える影響を検討した。彼らの研究では、基準の違いによって選好判断が変化する可能性が示唆されたが、用いられた発話課題では、基準選択肢が明確に指定されておらず、参加者の判断基準が不明瞭であった。本研究では、情報モニタリング法を用いて、基準選択肢を明示した選択課題を設計し、石部他（2022）の提案モデルの妥当性を検証することを目的とした。

方法 成人男女 80 名（女性 48 名、平均年齢 23.95 歳、SD = 8.11）を対象に実験を実施した。課題はツアーパックの選択場面を想定し、2 つの選択肢（T1、T2）に対して 9 つの属性を設定した。各属性は表形式で呈示され、すべてのセルは伏せられており、参加者がタッチしたセルのみが開示される仕組みとした。選択肢間で共通して含まれる属性を「共通属性」、いずれか一方の選択肢にのみ含まれる属性を「独自属性」と定義した。共通属性の数に応じて、C4（共通属性 4）、C6（6 属性）、C9（9 属性）の 3 条件を設け、基準とする選択肢を赤枠で明示して選択課題を実施した。課題後には、各属性の重要度について、5 件法リッカート尺度で回答を求めた。

結果と考察 参加者内での選好逆転率は約 20%であったため、参加者間における選択傾向に焦点を当てて分析を行った。前半試行のデータを用い、選択結果を目的変数とし、各選択肢の属性（共通・独自）の探索回数を説明変数とした線形判別分析を実施した。その結果、C4 および C6 の条件において、T1 の独自属性の重要度が T2 の独自属性よりも高く評価されていた。さらに、判別係数の変動から、基準選択肢の変更が選好判断に影響を与えていることが示唆された。共通属性が多い条件ほど選択の一致率は低く、共通属性が少ない条件では、基準選択肢の影響がより大きくなる可能性がある。重要度に偏りが見られたことから、今後は重要度分散を考慮した分析や課題設計が求められる。