

参照価格と心理予算が購買意思決定に与える影響

大阪公立大学経営学研究科 李 子銘

1.はじめに

研究課題（RQ）

価格利得の効果は、心理予算残高によって変わるのか

先行研究の整理

参照価格研究

- 販売価格を参照価格と比較
- 参照価格を下回ると価格利得
- 価格利得は購買を促進

心理予算研究

- カテゴリごとに支出枠を設定
- 購入後残高をもとに支出を調整
- 残高の逼迫は支出抵抗を高める

価格評価の基準

支出可否の基準

研究課題

価格が有利でも、購入後の予算が乏しいとき、その利得はどの程度購買意図に反映されるのか。

2. 統合モデルの仕組み

価格利得と購入後残高を、同一の購買効用で捉える。

統合モデル

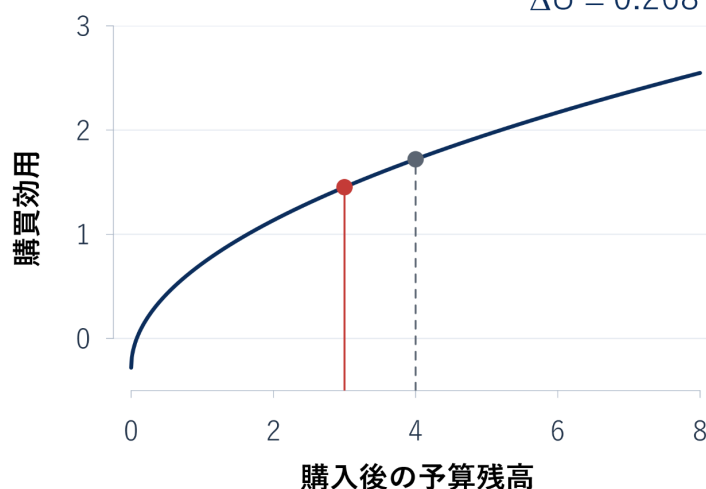
$$U(p,E)=\left[v+(E-p)^g\right]-\alpha E^g-(1-\alpha)\left[v+(E-rp)^g\right]$$

α : 二つの比較基準の相対的な重み

g : 残高効用の曲率 ($0 < g < 1$)

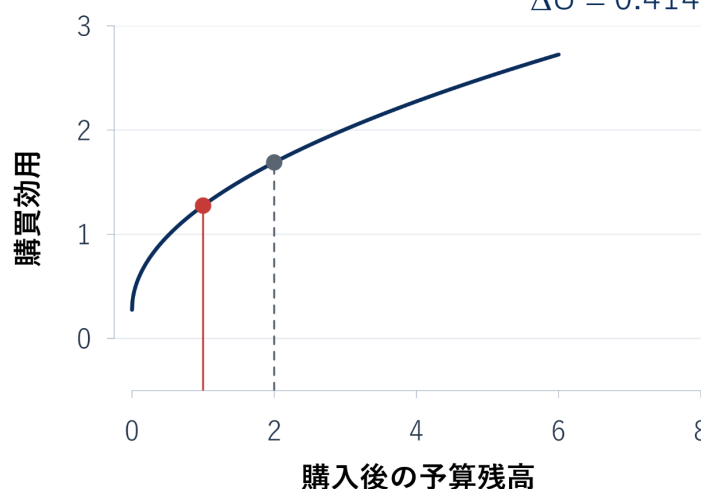
残高が多い場合 ($E = 8$)

$\Delta U = 0.268$



残高が少ない場合 ($E = 6$)

$\Delta U = 0.414$

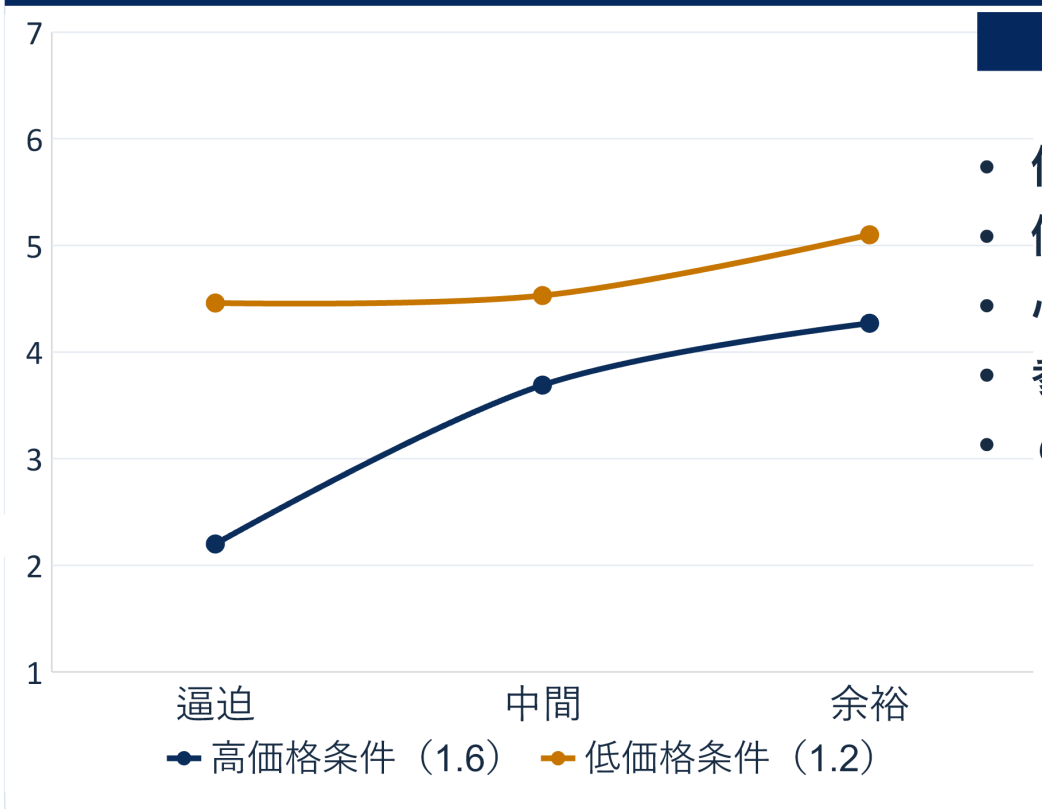


共通設定: $v = 4, \alpha = g = 0.5, r_p = 5$ 、通常価格 5 → 値引き価格 4
この設定では、残高が少ないほど同じ値引きによる効用増分が大きい。

3. 人工データによる事前確認

提案モデルが想定する条件別パターンを、人工データで確認する。

心理予算残高条件別の平均購買意図予測値



- 仮想被験者 N = 300
- 価格 1.6 / 1.2
- 心理予算残高 1.8 / 3.5 / 8
- 参照価格 $r_p = 1.6$
- $\alpha = g = 0.5$

価格条件差

逼迫	+2.26
中間	+0.84
余裕	+0.83

基準設定では、H1・H2・H3 に対応するパターンが生成された。

4. 実験1：映画前売券

価格（利得／中立）× 残高（逼迫／中間／余裕）の被験者間計画

購買意図の平均値（7件法）



実験設計

N = 300
価格：1,600 / 1,200円
残高：1,800 / 3,500 / 8,000円
購買意図：7件法

分散分析の結果

価格条件	$p = .034$
残高条件	$p = .422$
交互作用	$p = .074$

交互作用は有意傾向。関連経験を有する回答者では、H3に近いパターンがより明確だった。

5. 実験2：テーマパーク夏季限定パスポート

対象者との関連性を確保し、価格と残高の効果を再検証する。

購買意図の平均値（7件法）



実験設計

事前調査4,000名
→ 該当1,089名／本調査900名
価格：14,500 / 7,500円
残高：16,000 / 30,000 / 50,000円
購買意図：7件法

分散分析の結果

価格条件	$p < .001$
残高条件	$p = .234$
交互作用	$p = .642$

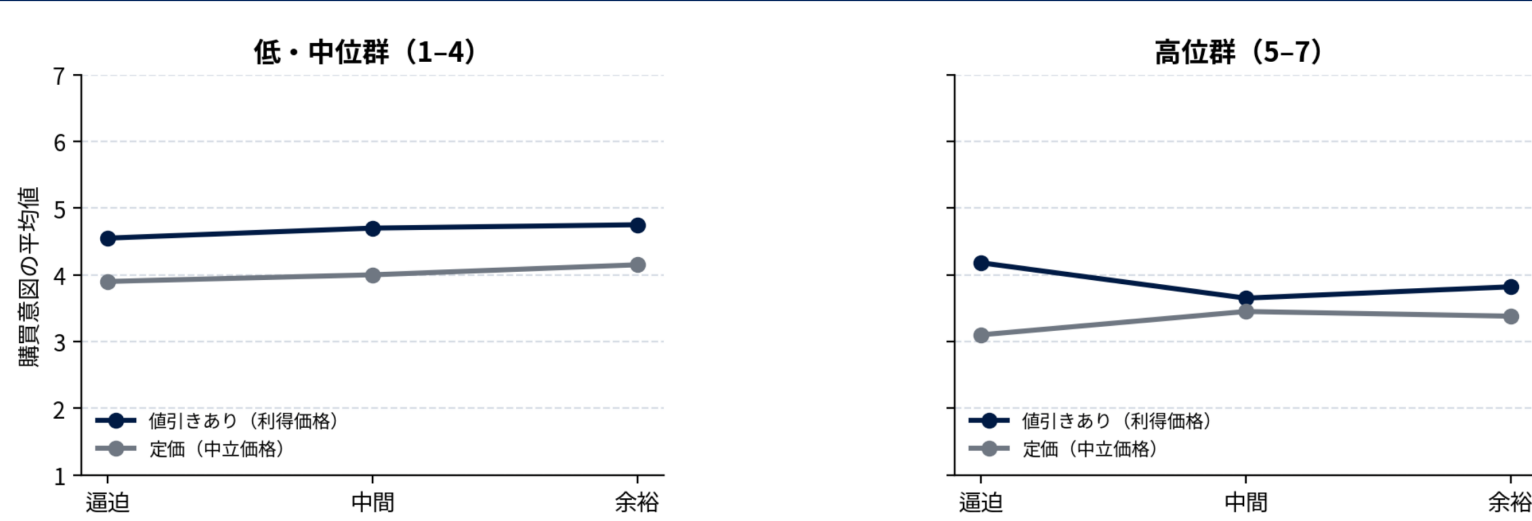
H2：支持／H1・H3：支持されず

価格利得の主効果は安定して確認されたが、心理予算残高による単純な調整効果は再現されなかった。

6. 補足分析：支払苦痛による異質性

全体の交互作用が明確でないため、支出に対する主観的負担に着目。

支払苦痛水準別の条件パターン



三要因項
 $p < .001$

低・中位群：価格主効果 $p < .001$
高位群：価格主効果 $p = .001$

高位群では逼迫条件の価格差が相対的に大きい

支払苦痛が高い場合、値引きは価格上の利得に加え、心理予算の減少を抑える価値として作用しうる。

7. 仮説の検証結果・総合考察

仮説	実験1	実験2	総合判断
H1 心理予算残高が高いほど購買意欲は高まる。	支持されず	支持されず	支持されず
H2 利得価格では中立価格に比べ購買意欲は高まる。	支持	支持	一貫して支持
H3 心理予算残高が低いほど価格利得の影響は大きい。	有意傾向	支持されず	条件付きに示唆

理論的含意

- 価格評価と支出可否を同一枠組みで扱う
- 価格利得は一貫して購買意図を高めた
- 残高の効果は平均的には明確でない

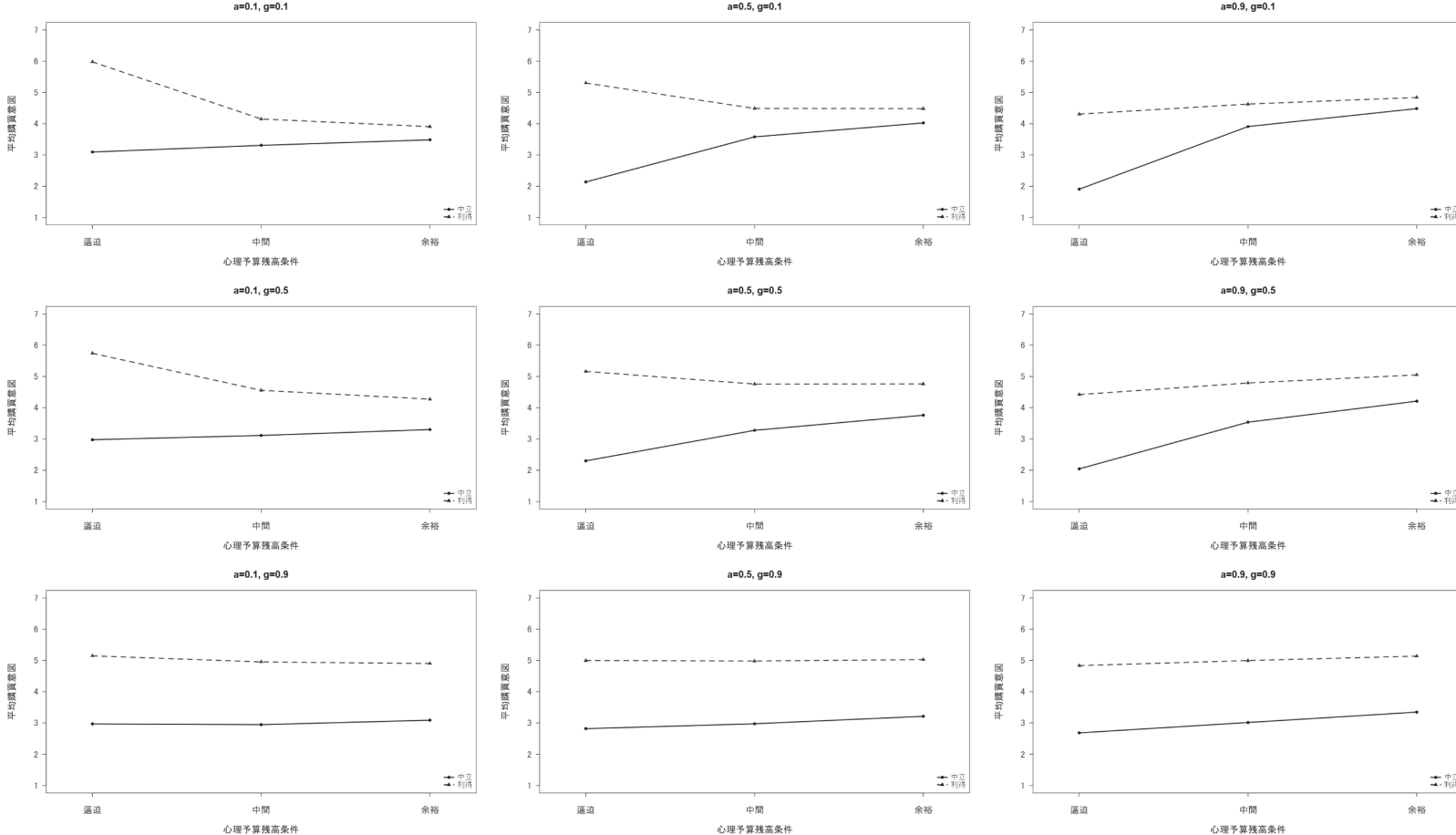
今後の検証

- 同一回答者への反復選択実験
- 個人別の比較基準重み α と曲率 g を推定
- 価格損失条件も含めて検討

次の焦点：どの消費者が、どの予算状態で、どの程度価格利得に強く反応するか。

8. 付録：パラメータ感度分析（9設定）

目的 実験2の価格・残高条件を固定し、 $\alpha \cdot g$ の9設定を比較する。（0.1 / 0.5 / 0.9）



実線＝中立価格、破線＝利得価格。 $\alpha \cdot g$ は各0.1 / 0.5 / 0.9。

9. 付録：9設定における分散分析結果

α	g	心理予算残高条件	価格条件	価格条件×心理予算残高条件
0.1	0.1	6.04 ($p = .002$) 偏 $\eta^2 = .013$	44.44 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .047$	10.52 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .023$
0.5	0.1	3.19 ($p = .042$) 偏 $\eta^2 = .007$	44.50 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .047$	10.56 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .023$
0.9	0.1	30.03 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .063$	44.50 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .047$	10.55 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .023$
0.1	0.5	36.84 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .076$	820.33 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .479$	79.27 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .151$
0.5	0.5	24.02 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .051$	813.85 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .477$	79.70 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .151$
0.9	0.5	239.29 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .349$	806.53 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .474$	74.60 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .143$
0.1	0.9	2.79 ($p = .062$) 偏 $\eta^2 = .006$	3101.35 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .776$	8.87 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .019$
0.5	0.9	8.40 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .018$	3104.27 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .776$	9.27 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .020$
0.9	0.9	50.64 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .102$	3118.61 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .777$	9.29 ($p < .001$) 偏 $\eta^2 = .020$

価格条件の主効果は全9設定で有意。
交互作用の偏 η^2 は .019～.151 と変化した。

交互作用は $\alpha \cdot g$ の組合せ、とくに残高効用の曲率に依存する条件付きの予測。