

# 消費者の購買行動過程の分析を目的とした 仮想アンケート型モデル検証方式の提案

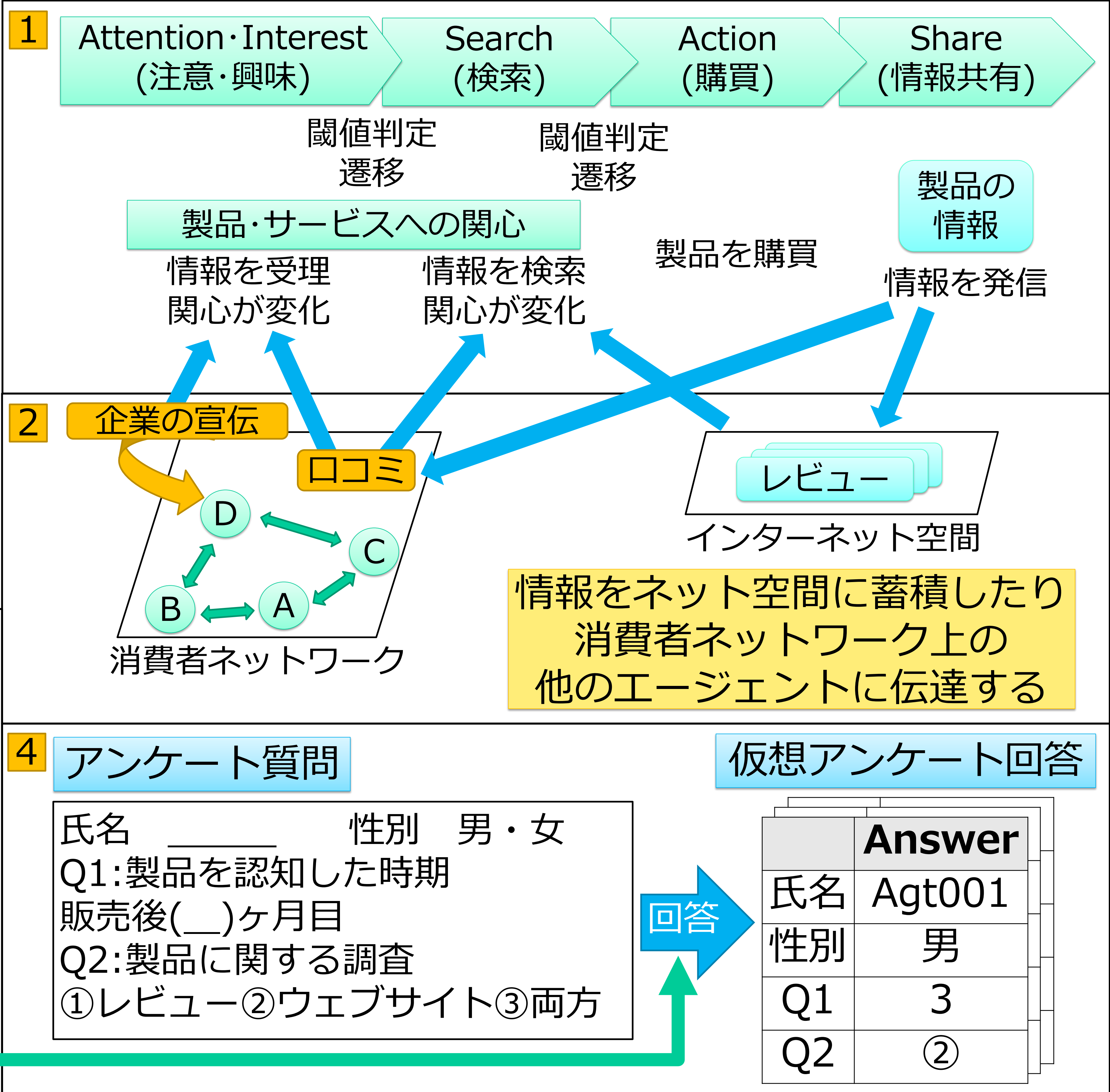
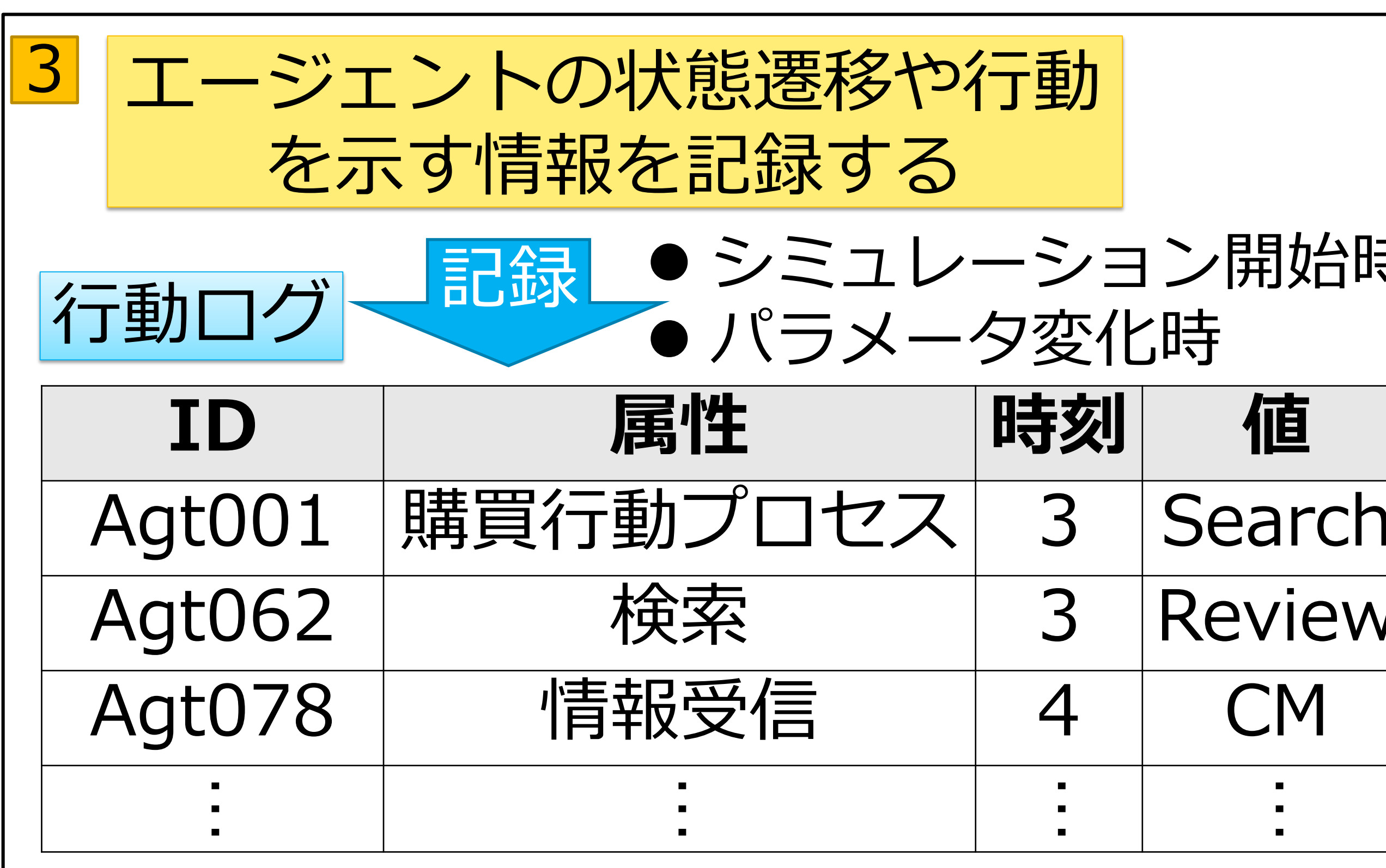
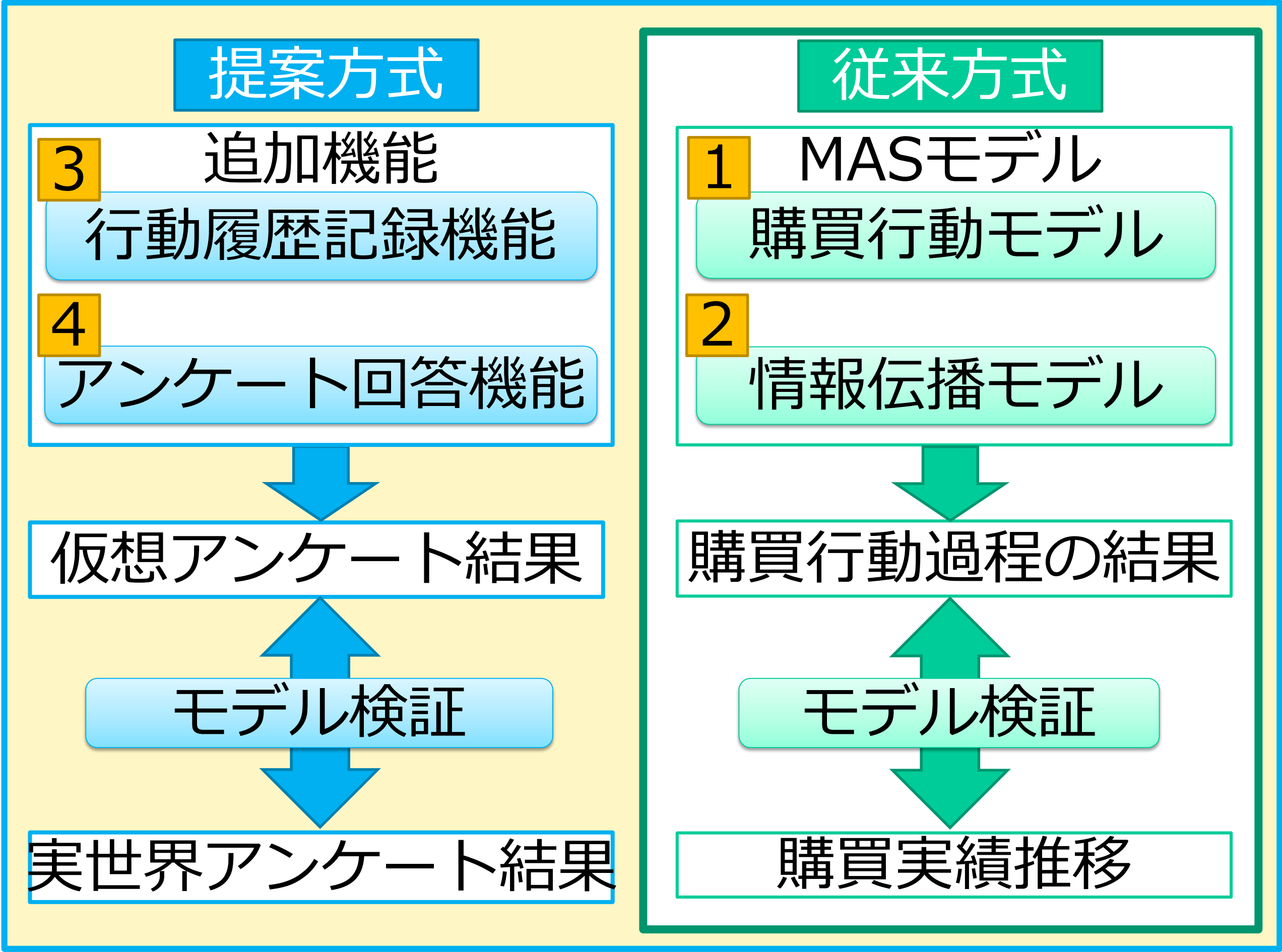
Proposal of a Model Verification Method by Virtual Questionnaire Survey to Understand Consumer's Purchasing Decision Process

室佑樹(東京都市大学大学院) 岡田公治(東京都市大学) 兼子毅(東京都市大学)

## 1.背景および目的

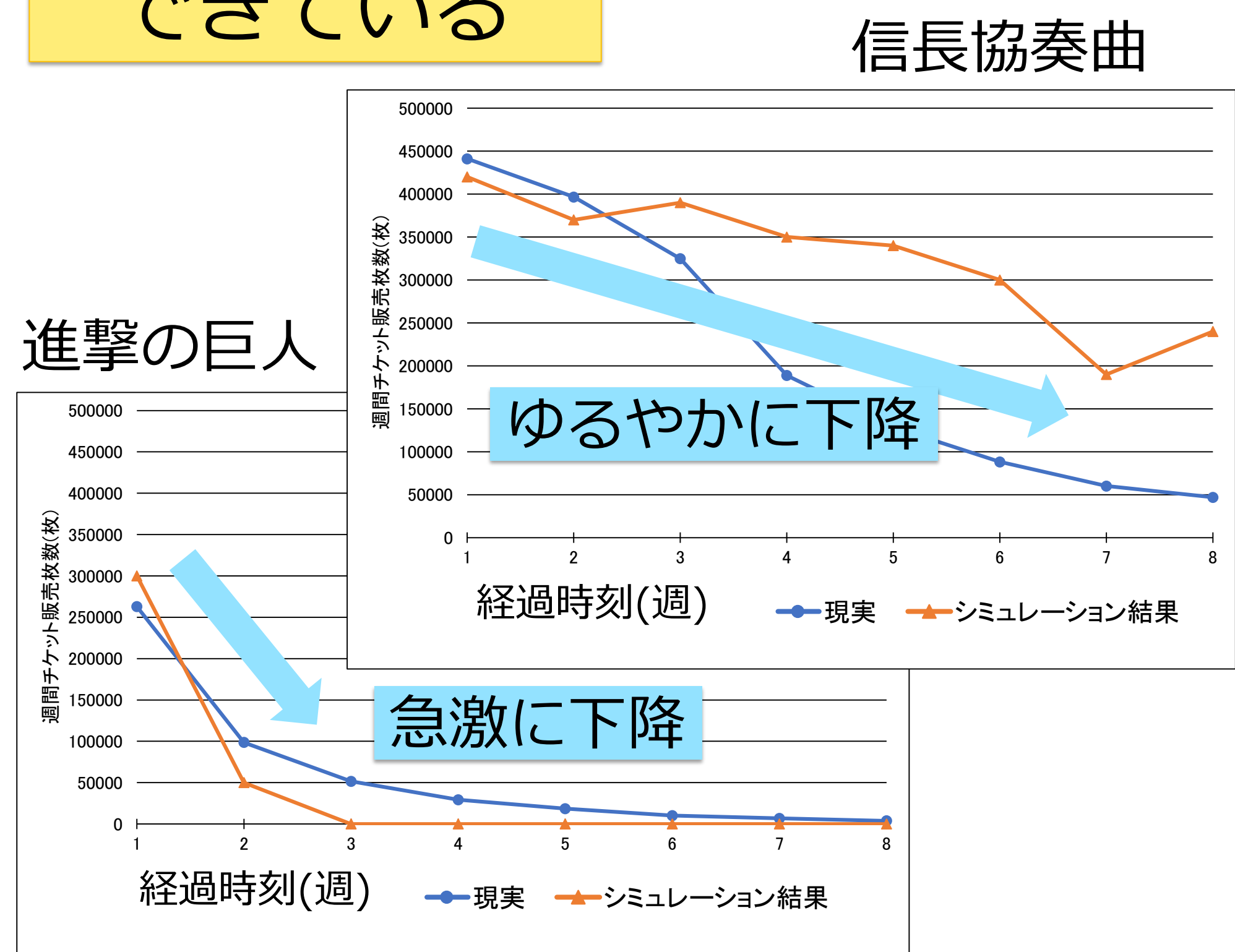
消費者の購買行動過程を分析するために分析的研究と構成的研究が行われている。しかし、従来の構成的研究では、購買行動過程の結果である購買数推移等を現実と比較するようなモデル検証に留まっている。本稿ではアンケートを用いなければ観測できない消費者の購買行動過程も用いたモデル検証方式を提案する。

## 2.提案手法



## 3.適用事例

観客動員数推移の傾向をある程度表現できている



MASモデルの構築

映画作品に2つのパラメータを持たせた

- 1 上映前認知度：初週観客動員数を増減させる
- 2 作品の評価：口コミ発生率を変動させる

アンケートの実施

認知度や評価の異なる4作品を対象として大学生21名にアンケート調査を実施

| 作品       | 作品の評価 | 上映前認知度 | 認知まで(%) |      | 調査まで(%) |      | 視聴まで(%) |      |
|----------|-------|--------|---------|------|---------|------|---------|------|
|          |       |        | 現実      | MAS  | 現実      | MAS  | 現実      | MAS  |
| 信長協奏曲    | 高い    | 高い     | 76.2    | 60.7 | 23.8    | 27.9 | 23.8    | 18.1 |
| 進撃の巨人    | 低い    | 高い     | 95.2    | 61.1 | 33.3    | 24.2 | 4.8     | 3.5  |
| 海賊と呼ばれた男 | 高い    | 低い     | 42.9    | 53.1 | 4.8     | 19.3 | 0.0     | 7.6  |
| 四月は君の嘘   | 低い    | 低い     | 61.9    | 50.8 | 19.0    | 15.1 | 0.0     | 1.4  |

上映前認知度は同水準間でも差があり高い・低い2水準では不十分

作品の評価が高い場合には認知から調査にまで至る割合がシミュレーションでは高過ぎる

シミュレーション結果と現実で、購買行動過程まで比較分析することで従来のモデル検証では発見できないモデルの改善点が明らかとなった

## 4.結論

行動ログ機能とアンケート回答機能を汎用的なMASツールに追加することで、消費者の購買行動過程を現実と比較可能なモデル検証方式を提案した。映画市場を対象にMASモデルを構築し、仮想的なアンケート結果を現実のアンケート結果と比較する事で、より詳細なモデル検証が可能であることを示した。今後、映画市場以外の他分野にも提案方式を適用し、応用可能性を検証していく。