

卒論発表（2021年12月24日）

CWYP方式における基準価格の設定が 製品の知覚品質と消費者の購買意図に及ぼす影響

小野晃典研究会
第18期 井上岳哉

1. はじめに
2. 先行研究レビュー
3. 仮説提唱
4. 実験
5. 考察
6. おわりに

1. はじめに

1-1. 研究背景

1-2. 研究目的

近年、従来の単一価格方式やPWYP方式に加えて、新たにCWYP方式と呼ばれる価格設定戦略が採用されるようになった。

従来

単一価格方式

単一価格方式とは、
売手が製品の購買価格を1つ
に定める価格設定戦略。

(Kim, Natter, and Spann, 2009)

例えば…

5000円で
このトレーナー売るよ！

PWYP方式

PWYP方式とは、
消費者に製品の購買価格を自由
に設定してもらう価格設定戦略。

(Kim, *et al.*, 2009)

例えば…

あなたの好きな価格で
このトレーナー売るよ！

New !

CWYP方式

CWYP方式とは、
売手が提示する複数の価格の中から、
消費者が製品の購買価格を選択する
価格設定戦略。

(Wang, Beck, and Yuan, 2021)

例えば…

4500円・5000円・5500円
の中から好きな価格を選んで！
その価格でこのトレーナー売るよ！

The Sweater Long-Sleeve

~~\$75~~

WHY CHOOSE YOUR PRICE?

Sometimes we love a design so much that we overproduce it. We're getting better at predicting demand, but to move overstock, this week we're letting you choose your price. Enjoy.

\$32

\$39

\$68

SELECT SIZE (WHAT SIZE AM I?)

XS

S

M

L

ADD TO BAG

You have free shipping



問題意識

CWYP方式は、新しい価格設定戦略であり、まだまだ研究の余地ある。

唯一CWYP方式に関して研究したWang, *et al.* (2021)は、CWYP方式と他の価格設定戦略（単一価格方式およびPWYP方式）との比較に注視しており、CWYPにおいて基準価格を設定したらどうなるか、といった価格のフレーミング効果を考慮していないという問題がある。



本論は、こうした価格のフレーミング効果に着目し、CWYP方式に関する研究の発展を試みる。

2. 既存研究レビュー

- 2-1. 3種類の価格設定戦略
- 2-2. 価格のフレーミング
- 2-3. 製品の購買価格と知覚品質の関係
- 2-4. 意思決定の判断基準となる価格

2-1. 3種類の価格設定戦略

Wang, *et al.* (2021)は、価格制御感と価格設定労力に着目し、3種類の価格設定戦略（単一価格方式・PWYP方式・CWYP方式）それぞれを採用する場合における消費者の購買意図を比較し、CWYP方式の有効性を見出した。

主張内容

	単一価格方式	PWYP方式	CWYP方式
価格制御感 (消費者の購買意図に対して ポジティブ な効果)	—	○	○
価格設定労力 (消費者の購買意図に対して ネガティブ な効果)	—	○	—

消費者の購買意図 単一価格方式 ≒ PWYP方式 < CWYP方式

2-1. 3種類の価格設定戦略

p. 9

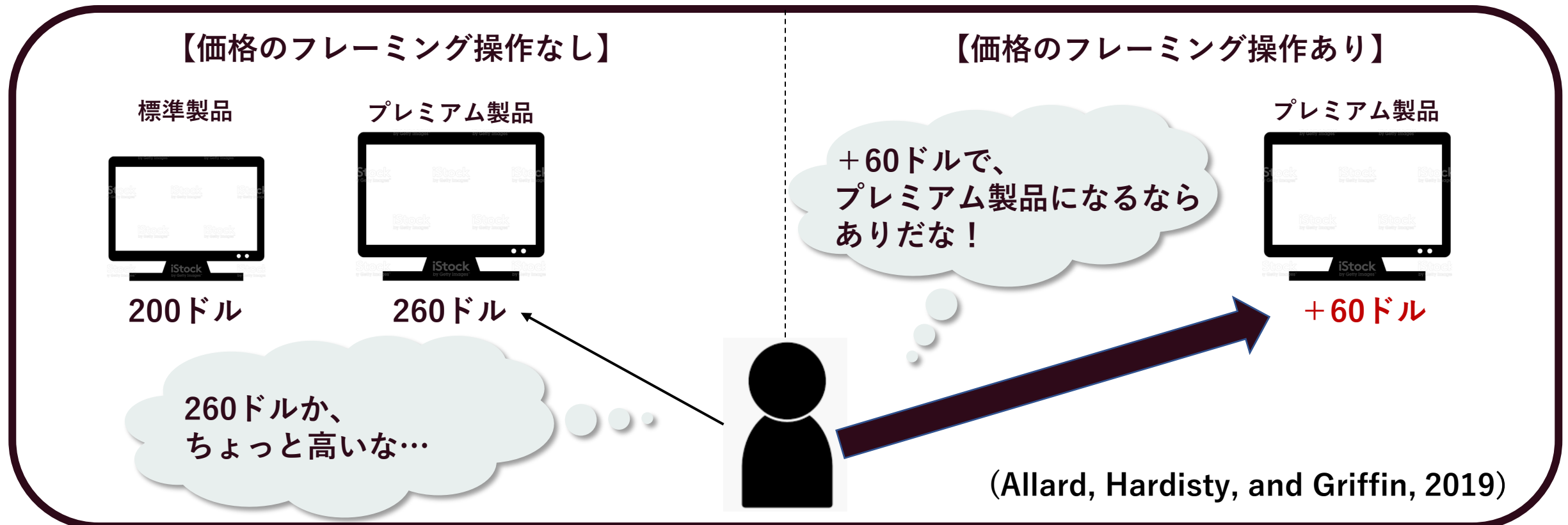
しかし…

1-2. (p6)で概観したとおり、Wang, *et al.* (2021)は、CWYP方式において基準価格を設定したらどうなるか、といった**価格のフレーミング効果**を考慮していないという問題を抱えている。

2-2. 価格のフレーミング

価格のフレーミングは、価格と製品に対する消費者の評価に影響を及ぼす。
(Tversky and Kahneman, 1989)

例



2-3. 製品価格と知覚品質の関係

p. 11

製品価格について議論する上で着目すべき理論の1つとして、
価格のシグナリング効果が挙げられる。

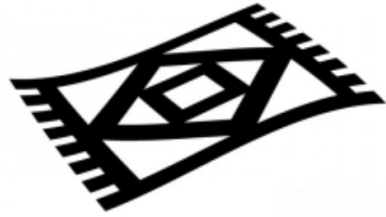
価格のシグナリング効果とは、製品価格が製品品質を連想させる現象であり、
消費者に**製品価格が高いと判断されるほど、製品の知覚品質は高い。**

(Erickson and Johansson, 1985)

例



18ドル



12ドル



18ドルのカーペットの方が
品質が高いと思う。

(Wheatley and Chiu, 1977)

2-4. 複数の情報が提示される際に消費者が参考にする情報

p. 12

意思決定者は、意思決定の判断材料が複数ある場合、提示された情報の中で最も明確に提示された情報を参考にして意思決定をする傾向にある。

(Hutchinson and Alba, 1991)

例



10ドル (+税0.8ドル)

ここから読み取れる情報

- ①10ドル
- ② (税0.8ドル)
- ③10.8ドル (合計額)



価格の水準を知覚する際に
消費者が参考にする価格

- ①10ドル

(Morwitz, Greenleaf, and Johnson, 1998)

3. 仮説提唱

- 3-1. 3種類のCWYP方式
- 3-2. 3種類のCWYP方式において製品価格の高低の判断の際に消費者が参考にする価格
- 3-3. 仮説提唱

3-1. 3種類のCWYP方式

本論は、
2-2. (p10) において例に挙げたような価格のフレーミングをCWYP方式に用いて
CWYP方式を低基準価格型・中基準価格型・高基準価格型の3つに大別する。

例

CWYP方式を採用して、ある製品に対して、
19ドル・49ドル・79ドルという3つの価格を提示する場合

	低基準価格型 CWYP方式	中基準価格型 CWYP方式	高基準価格型 CWYP方式
提示する価格	<ul style="list-style-type: none">• 19ドル• +30ドル (49ドル)• +60ドル (79ドル)	<ul style="list-style-type: none">• -30ドル (19ドル)• 49ドル• +30ドル (79ドル)	<ul style="list-style-type: none">• -60ドル (19ドル)• -30ドル (49ドル)• 79ドル

3-2. 3種類のCWYP方式において

価格の水準を知覚する際に消費者が参考にする価格

p. 15

2-4. (p12) において概観したとおり、
複数の情報が提示される際に消費者は最も明確な情報を参考にする。

3種類のCWYP方式においては、
基準価格が最も明確な情報だと考えられるため、
消費者は、**基準価格を参考に価格の水準を知覚する**であろう。

例

	低基準価格型 CWYP方式	中基準価格型 CWYP方式	高基準価格型 CWYP方式
提示する価格	<ul style="list-style-type: none">• 19ドル• +30ドル (49ドル)• +60ドル (79ドル)	<ul style="list-style-type: none">• -30ドル (19ドル)• 49ドル• +30ドル (79ドル)	<ul style="list-style-type: none">• -60ドル (19ドル)• -30ドル (49ドル)• 79ドル
価格の水準を知覚する際 に参考になる価格	19ドル	49ドル	79ドル

3-3. 仮説提唱

	低基準価格型 CWYP方式	中基準価格型 CWYP方式	高基準価格型 CWYP方式
提示する価格	<ul style="list-style-type: none"> 19ドル +30ドル (49ドル) +60ドル (79ドル) 	<ul style="list-style-type: none"> -30ドル (19ドル) 49ドル +30ドル (79ドル) 	<ul style="list-style-type: none"> -60ドル (19ドル) -30ドル (49ドル) 79ドル
価格の水準を知覚する際に 消費者が参考にする価格	19ドル	49ドル	79ドル

製品価格が高いと判断されるほど、製品の知覚品質は高いから (2-3, p11参照) …

製品の知覚品質	低基準価格型 CWYP方式	<	中基準価格型 CWYP方式	<	高基準価格型 CWYP方式
---------	------------------	---	------------------	---	------------------

同じ価格で購入できるなら、より品質の高い製品が選好されるから (自明) …

消費者の購買意図	低基準価格型 CWYP方式	<	中基準価格型 CWYP方式	<	高基準価格型 CWYP方式
----------	------------------	---	------------------	---	------------------

以上より…

仮説 1：製品の知覚品質は、
高基準価格型CWYP方式、中基準価格型CWYP方式、低基準価格型CWYP方式
の順に高い。

仮説 2：消費者の購買意図は、
高基準価格型CWYP方式、中基準価格型CWYP方式、低基準価格型CWYP方式
の順に高い。

を提唱する。

4. 実験

- 4-1. 実験方法
- 4-2. 知覚品質に関する分析結果
- 4-3. 購買意図に関する分析結果

- ① 被験者（大学生164名）を
「単一価格方式グループ」
「低基準価格型CWYP方式グループ」
「中基準価格型CWYP方式グループ」
「高基準価格型CWYP方式グループ」
「基準価格無しCWYP方式グループ」
の5つのグループに無作為に分類する。
- ② 各グループの被験者にシナリオを提示する。
- ③ 各グループの被験者に以下の2つの質問項目に回答してもらった。
製品の知覚品質：7点SD尺度「1：非常に低品質」～「7：非常に高品質」。 (Wheatley and Chiu, 1977)
消費者の購買意図：7点SD尺度「1：非常に低い」～「7：非常に高い」。 (Wang, *et al.*, 2021)

※詳しいシナリオと質問の内容は、補録を参照。

4-2. 知覚品質に関する分析結果

◆ Shapiro-Wilk検定による正規性のチェック

正規性検定統計量：W

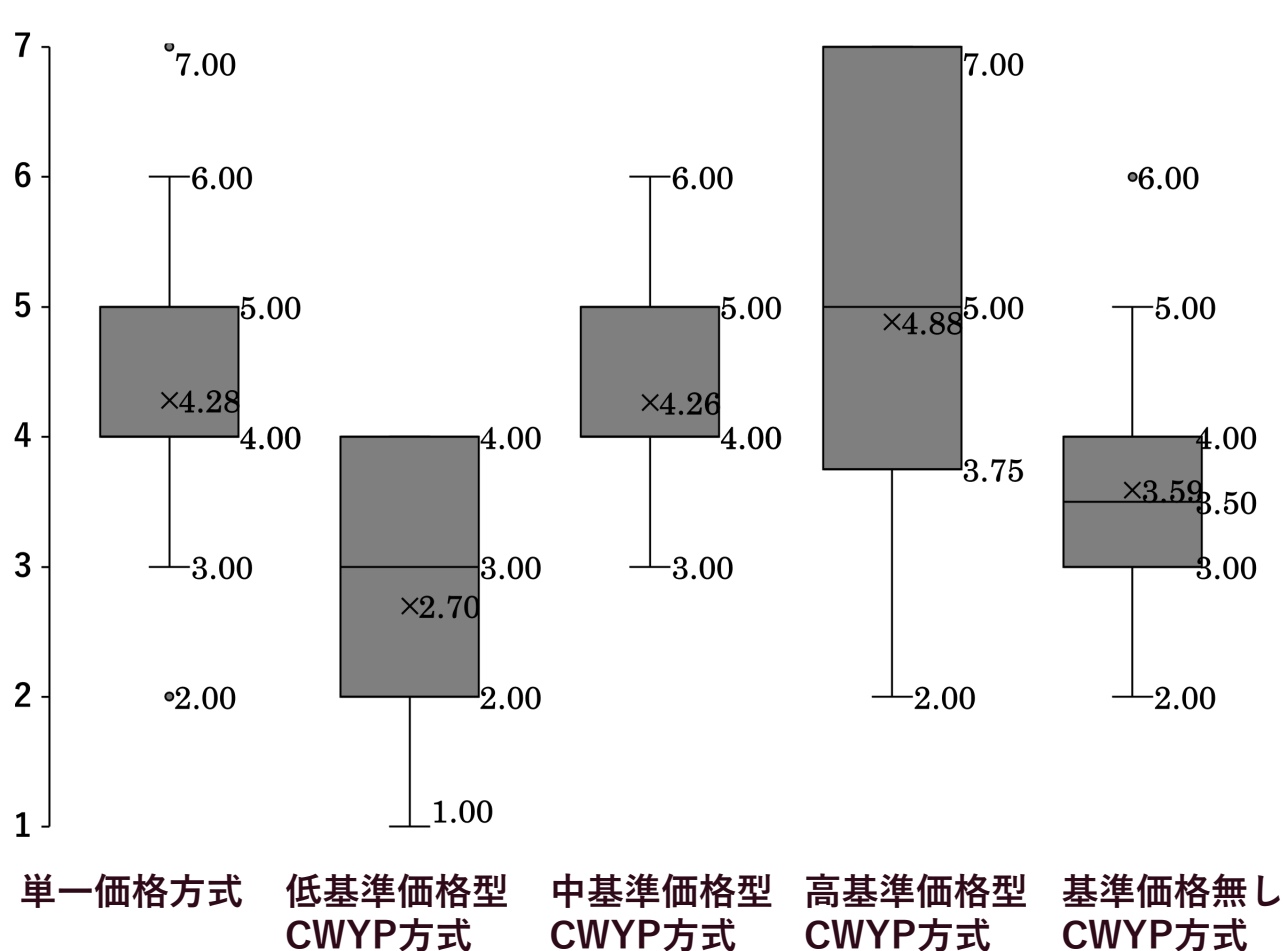
単一価格方式グループ	0.92**
低基準価格型CWYP方式	0.85***
中基準価格型CWYP方式グループ	0.79***
高基準価格型CWYP方式グループ	0.88***
基準価格無しCWYP方式グループ	0.90***

ただし、***は1%水準で有意。**は5%水準で有意。

検定の結果、標本の正規性が満たされていないことを疑うべき証拠が得られた。
したがって、Steel-Dwass法によるノンパラメトリックな多重比較分析を行った。

4-2. 知覚品質に関する分析結果

◆ Steel-Dwass法によるノンパラメトリックな多重比較分析



DSCF値		
単一価格方式と低CWYP方式の間	6.73***	単一とCWYPとの比較
単一価格方式と中CWYP方式の間	0.16n.s	
単一価格方式と高CWYP方式の間	2.09n.s	
単一価格方式と基準無しCWYP方式の間	3.64*	
低CWYP方式と中CWYP方式の間	7.76***	新CWYP間の比較 (仮説1該当箇所)
低CWYP方式と高CWYP方式の間	6.55***	
中CWYP方式と高CWYP方式の間	2.25n.s	
低CWYP方式と基準無しCWYP方式の間	3.86**	新CWYPと既存CWYPとの比較
中CWYP方式と基準無しCWYP方式の間	4.32**	
高CWYP方式と基準無しCWYP方式の間	4.43**	

ただし、***は1%水準で有意。**は5%水準で有意。
*は10%水準で有意.n.sは非有意。

4-3. 購買意図に関する分析結果

◆ Shapiro-Wilk検定による正規性のチェック

正規性検定統計量：W

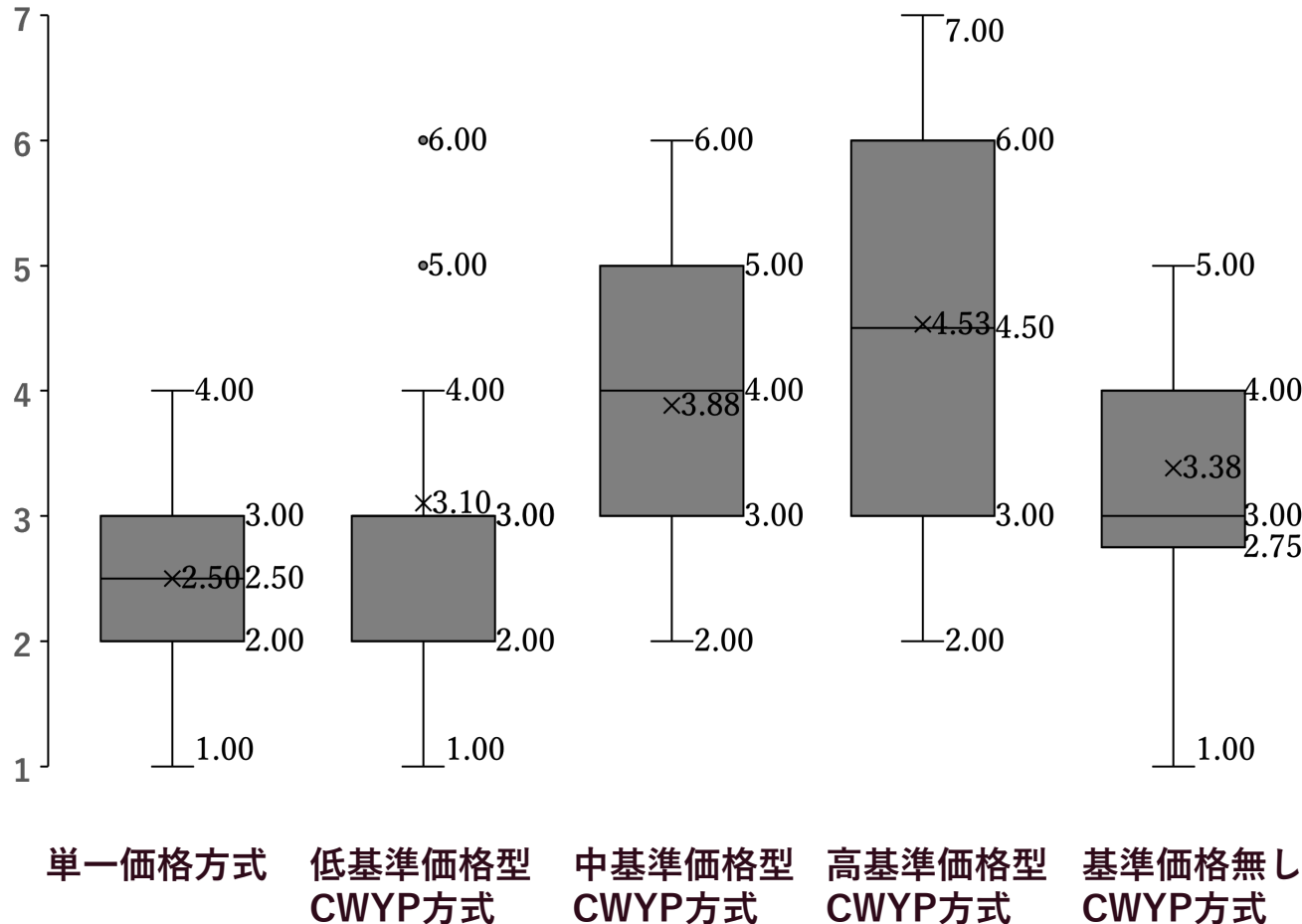
単一価格方式グループ	0.88***
低基準価格型CWYP方式	0.81***
中基準価格型CWYP方式グループ	0.88***
高基準価格型CWYP方式グループ	0.89***
基準価格無しCWYP方式グループ	0.94*

ただし、***は1%水準で有意。*は10%水準で有意。

検定の結果、標本の正規性が満たされていないことを疑うべき証拠が得られた。したがって、Steel-Dwass法によるノンパラメトリックな多重比較分析を行った。

4-3. 購買意図に関する分析結果

◆ Steel-Dwass法によるノンパラメトリックな多重比較分析



DSCF値		
単一価格方式と低CWYP方式の間	2.19n.s	単一とCWYPとの比較
単一価格方式と中CWYP方式の間	5.95***	
単一価格方式と高CWYP方式の間	6.46***	
単一価格方式と基準無しCWYP方式の間	3.97**	
低CWYP方式と中CWYP方式の間	3.57*	新CWYP間の比較 (仮説2該当箇所)
低CWYP方式と高CWYP方式の間	4.79***	
中CWYP方式と高CWYP方式の間	2.12n.s	
低CWYP方式と基準無しCWYP方式の間	1.83n.s	新CWYPと既存CWYPとの比較
中CWYP方式と基準無しCWYP方式の間	2.41n.s	
高CWYP方式と基準無しCWYP方式の間	3.71*	

ただし、***は1%水準で有意。**は5%水準で有意。

*は10%水準で有意。 n.s は非有意。

5. 考察

- 5-1. 単一価格方式グループと
他4つのCWYP方式グループとの比較に関する考察
- 5-2. 3種類のCWYP方式グループ間の比較に関する考察
- 5-3. 3種類のCWYP方式グループと
基準価格無しCWYP方式グループとの比較に関する考察

5-1. 単一価格方式グループと他4つのCWYP方式グループとの比較に関する考察

p. 25

◆ 購買意図

単一価格方式 < 中、高基準価格型CWYP方式、および基準価格無しCWYP方式

ただし・・・

単一価格方式と低基準価格型CWYP方式の関係に有意差は得られなかった。



Wang, *et al.* (2021) の主張「消費者の購買意図：CWYP方式 > 単一価格方式」が、必ずしもそうなるわけじゃないことが示唆された。

◆ 知覚品質

高価格基準型CWYP方式 ≒ 中基準価格型CWYP方式 > 低基準価格型CWYP方式

◆ 購買意図

高価格基準型CWYP方式 ≒ 中基準価格型CWYP方式 > 低基準価格型CWYP方式

ただ・・・

数値的には、知覚品質も購買意図も、仮説の通り

高価格基準型CWYP方式 > 中基準価格型CWYP方式 > 低基準価格型CWYP方式
であった。



ほぼ仮説1と仮説2は、支持された。

5-3. 3種類のCWYP方式グループと 基準価格無しCWYP方式グループとの比較に関する考察

p. 27

◆ 購買意図

高基準価格型CWYP方式 > 基準価格無しCWYP方式



本論が新しく考案した高基準価格型CWYP方式を採用する方が、既存研究が想定していたような基準価格無しCWYP方式を採用するより、消費者の購買意図は高いということが示唆された。

6. おわりに

- 6-1. 学術的含意
- 6-2. 実務的含意
- 6-3. 今後の課題

◆ 既存研究では考慮されていなかった点について探究した。

具体的には、
CWYP方式における基準価格の設定が製品の知覚品質と消費者の購買意図に及ぼす影響を
考慮し、以下の2点を見出した。

- ①製品の知覚品質は、
高基準価格型CWYP方式および中基準価格型CWYP方式の方が、低基準型CWYP方式に比して、
高いということ。
- ②消費者の購買意図は、
高基準価格型CWYP方式および中基準価格型CWYP方式の方が、低基準型CWYP方式に比して、
高いということ。

◆ 基準価格無しCWYP方式しか念頭に置いていなかった既存研究の知見によれば、企業は、単一価格方式ではなく、CWYP方式を採用すべきであるが・・・

本論の知見によれば、

① 企業は、必ずしもCWYP方式を採用すべきではない

(例. 低基準価格型CWYP方式)

② 企業は、既存研究が想定していた基準価格無しCWYP方式ではなく、高基準価格型CWYP方式を採用すべきである

◆ 本論は、CWYP方式において提示する価格の額について考慮していない。

例えば、斎藤（1997）によれば、消費者の外的参照価格として機能するメーカー希望小売価格や通常価格が、実売価格に対してあまりに高価格に設定されている場合、外的参照価格が知覚品質に対して及ぼす影響は小さいという。

そのため、高基準価格型CWYP方式において提示する価格の額をあまりに高価格に設定してしまうと、本論の知見とは異なる結果が得られる可能性がある。

-
- Allard, Thomas, David J. Hardisty, and Dale Griffin (2019), “When ‘More’ Seems Like Less: Differential Price Framing Increases the Choice Share of Higher-Priced Options,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 56, No. 5, pp. 826–841.
- Erickson, Gary M. and Johny K. Johansson (1985), “The Role of Price in Multi-attribute Product Evaluations,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 12, No. 2, pp. 195–199.
- Hutchinson, Wesley J. and Joseph W. Alba (1991), “Ignoring Irrelevant Information: Situational Determinants of Consumer Learning,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 18, No. 3, pp. 325–345.
- Kim, Ju-Young, Martin Natter, and Martin Spann (2009), “Pay What You Want: A New Participative Pricing Mechanism,” *Journal of Marketing*, Vol. 73, No. 1, pp. 44–58.
- Morwitz, Vicki G., Eric A. Greenleaf, and Eric J. Johnson (1998), “Divide and Prosper: Consumers’ Reactions to Partitioned Prices,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 35, No. 4, pp. 453–463.
- 斎藤嘉一（1997），「内的参照価格の更新に関する研究の現状と課題」，『学習院大学大学院 経済学研究科・経営学研究科 研究論集』，第7巻，増刊号，pp. 67–84.
- Tversky, Amos and Daniel Kahneman(1989), “Rational Choice and the Framing of Decisions,” *Multiple Criteria Decision Making and Risk Analysis using Microcomputers*, Berlin, DE: Springer, pp. 81–126.
- Wang, Cindy Xin, Joshua T. Beck, and Hong Yuan (2021), “The Control-Effort Trade-Off in Participative Pricing: How Easing Pricing Decisions Enhances Purchase Outcomes,” *Journal of Marketing*, Vol. 85, No. 5, pp. 145–160.
- Wheatley, John J. and John S . Y. Chiu (1977), “The Effects of Price, Store Image, and Product and Respondent Characteristics on Perceptions of Quality,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 14, No. 2, pp. 181–186.

Buzzfeed News HP, “Why Everlane is Running a ‘Choose Your Price’ Sale,”
<https://www.buzzfeednews.com/article/sapna/everlane-ceo-explains-why-its-letting-shoppers-pick-their-pr>
(最終アクセス2021年12月17日)。

Everlane HP, <https://www.everlane.com/choose-what-you-pay> (最終アクセス2021年12月17日)。

補録

補録1～5
支払意思額に関する調査結果

調査票 A

新たな価格設定戦略に関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。ご回答頂いた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解頂きまして、本調査へのご協力の程、宜しくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第 18 期 井上 岳哉

【0】 あなたの年齢と性別を教えてください。

歳	男 ・ 女
---	-------

【1】 以下の場面設定をよく読んだ上で、質問にお答えください。

あなたは、健康のために遺伝子検査に関心を抱いています。

あなたは、遺伝子検査キットについて調べているときに、あるアメリカのサイトで、遺伝子検査キットが販売されているのを見つけました。

その遺伝子検査キットは、49 ドルで販売されていました。

【問 1】

上記の場面を踏まえて、以下の項目に対して、「1:非常に低品質」～「7:非常に高品質」のうち、最も当てはまる 1 つの番号を選択して、○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
:非常に低品質 :低品質 :やや低品質 :どちらでもなく :やや高品質 :高品質 :非常に高品質

1	あなたは、この遺伝子検査キットの品質についてどう思いますか？	<u>1</u> 2 3 4 5 6 7
---	--------------------------------	----------------------

【問 2】

上記の場面を踏まえて、以下の項目に対して、「1:非常に低い」～「7:非常に高い」のうち、最も当てはまる 1 つの番号を選択して、○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
:非常に低い :低い :やや低い :どちらでもなく :やや高い :高い :非常に高い

1	あなたがこの遺伝子検査キットを購入する可能性は、どのくらいありますか？	<u>1</u> 2 3 4 5 6 7
---	-------------------------------------	----------------------

ご協力ありがとうございました。

調査票 B

新たな価格設定戦略に関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。ご回答頂いた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏えいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解頂きまして、本調査へのご協力の程、宜しくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第18期 井上 岳哉

【0】 あなたの年齢と性別を教えてください。

歳	男 ・ 女
---	-------

【1】 以下の場面設定をよく読んだ上で、質問にお答えください。

あなたは、健康のために遺伝子検査に関心を抱いています。

あなたは、遺伝子検査キットについて調べているときに、あるアメリカのサイトで、遺伝子検査キットが販売されているのを見つけました。

このサイトでは、ユニークな価格設定をしており、あなたは、提示された以下の3つの価格の中から支払う額を選択することができます。

「19ドル」・「+30ドル (49ドル)」・「+60ドル (79ドル)」

【問1】

上記の場면을踏まえて、以下の項目に対して、「1:非常に低品質」～「7:非常に高品質」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して、○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
: 非常に低品質 : 低品質 : やや低品質 : どちらでもない : やや高品質 : 高品質 : 非常に高品質

1	あなたは、この遺伝子検査キットの品質についてどう思いますか？	1 2 3 4 5 6 7
---	--------------------------------	---------------

【問2】

上記の場면을踏まえて、以下の項目に対して、「1:非常に低い」～「7:非常に高い」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して、○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
: 非常に低い : 低い : やや低い : どちらでもない : やや高い : 高い : 非常に高い

1	あなたがこの遺伝子検査キットを購入する可能性は、どのくらいありますか？	1 2 3 4 5 6 7
---	-------------------------------------	---------------

ご協力ありがとうございました。

調査票 C

新たな価格設定戦略に関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。ご回答頂いた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏えいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解頂きまして、本調査へのご協力の程、宜しくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第18期 井上 岳哉

【0】 あなたの年齢と性別を教えてください。

歳	男 ・ 女
---	-------

【1】 以下の場面設定をよく読んだ上で、質問にお答えください。

あなたは、健康のために遺伝子検査に関心を抱いています。

あなたは、遺伝子検査キットについて調べているときに、あるアメリカのサイトで、遺伝子検査キットが販売されているのを見つけました。

このサイトでは、ユニークな価格設定をしており、あなたは、提示された以下の3つの価格の中から支払う額を選択することができます。

「-30ドル (19ドル)」・「49ドル」・「+30ドル (79ドル)」

【問1】

上記の場면을踏まえて、以下の項目に対して、「1:非常に低品質」～「7:非常に高品質」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して、○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
 ……非常に低品質 ……低品質 ……やや低品質 ……やや高品質 ……高品質 ……非常に高品質

1	あなたは、この遺伝子検査キットの品質についてどう思いますか？	1 2 3 4 5 6 7
---	--------------------------------	---------------

【問2】

上記の場면을踏まえて、以下の項目に対して、「1:非常に低い」～「7:非常に高い」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して、○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
 ……非常に低い ……低い ……やや低い ……やや高い ……高い ……非常に高い

1	あなたがこの遺伝子検査キットを購入する可能性は、どのくらいありますか？	1 2 3 4 5 6 7
---	-------------------------------------	---------------

ご協力ありがとうございました。

調査票 D

新たな価格設定戦略に関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。ご回答頂いた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏えいすることは絶対にございませぬ。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解頂きまして、本調査へのご協力の程、宜しくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第 18 期 井上 岳哉

【0】 あなたの年齢と性別を教えてください。

歳	男 ・ 女
---	-------

【1】 以下の場面設定をよく読んだ上で、質問にお答えください。

あなたは、健康のために遺伝子検査に関心を抱いています。

あなたは、遺伝子検査キットについて調べているときに、あるアメリカのサイトで、遺伝子検査キットが販売されているのを見つけました。

このサイトでは、ユニークな価格設定をしており、あなたは、提示された以下の 3 つの価格の中から支払う額を選択することができます。

「-60 ドル (19 ドル)」・「-30 ドル (49 ドル)」・「79 ドル」

【問 1】

上記の場面を踏まえて、以下の項目に対して、「1:非常に低品質」～「7:非常に高品質」のうち、最も当てはまる 1 つの番号を選択して、○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
 ……非常に低品質 ……低品質 ……やや低品質 ……どちらでもない ……やや高品質 ……高品質 ……非常に高品質

1	あなたは、この遺伝子検査キットの品質についてどう思いますか？	1 2 3 4 5 6 7
---	--------------------------------	---------------

【問 2】

上記の場面を踏まえて、以下の項目に対して、「1:非常に低い」～「7:非常に高い」のうち、最も当てはまる 1 つの番号を選択して、○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
 ……非常に低い ……低い ……やや低 ……どちらでもない ……やや高 ……高い ……非常に高い



1	あなたがこの遺伝子検査キットを購入する可能性は、どのくらいありますか？	1 2 3 4 5 6 7
---	-------------------------------------	---------------

ご協力ありがとうございました。

調査票 E

新たな価格設定戦略に関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。ご回答頂いた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れいすることは絶対にございませ

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解頂きまして、本調査へのご協力の程、宜しくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第18期 井上 岳哉

【0】 あなたの年齢と性別を教えてください。

歳	男 ・ 女
---	-------

【1】 以下の場面設定をよく読んだ上で、質問にお答えください。

あなたは、健康のために遺伝子検査に関心を抱いている。

あなたは、遺伝子検査キットについて調べているときに、あるアメリカのサイトで、遺伝子検査キットが販売されているのを見つけました。

このサイトでは、ユニークな価格設定をしており、あなたは、提示された以下の3つの価格の中から支払う額を選択することができます。

「19ドル」・「49ドル」・「79ドル」

【問1】

上記の場면을踏まえて、以下の項目に対して、「1:非常に低品質」～「7:非常に高品質」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して、○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
 ……非常に低品質 ……低品質 ……やや低品質 ……どっちでもよい ……やや高品質 ……高品質 ……非常に高品質

1	あなたは、この遺伝子検査キットの品質についてどう思いますか？	1 2 3 4 5 6 7
---	--------------------------------	---------------

【問2】

上記の場면을踏まえて、以下の項目に対して、「1:非常に低い」～「7:非常に高い」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して、○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
 ……非常に低い ……低い ……やや低い ……どっちでもよい ……やや高い ……高い ……非常に高い

1	あなたがこの遺伝子検査キットを購入する可能性は、どのくらいありますか？	1 2 3 4 5 6 7
---	-------------------------------------	---------------

ご協力ありがとうございました。

◆ 支払意思額の平均値

