

健康ヨーグルト購入意向に影響する要因分析

東海大学大学院 情報通信学研究科 山田紗弥

東海大学 情報通信学部 朝日弓未

1. はじめに

現在、日本では健康志向が高まっている中、近年「健康ヨーグルト」と呼ばれる機能性ヨーグルトが注目を集めている。先行研究では、明治プロビオヨーグルト R-1 の購買実態と購買意向に対してアンケート回答の傾向比較を行い、次に購入意向に重きを置いて、集団間で認知度と品質についてそれぞれ同じモデル構造を仮定し、購入者像を明らかにした。本研究は性別で分析を行い、先行研究との比較を行った。

2. 使用データ

商品の購買状況と消費生活、症状のアンケートデータを使用した。購買者は月に 1 回以上購買の経験がある人の事を指し、非購買者は認知しているが購買した事のない人を指す。

3. 先行研究

明治プロビオヨーグルト R-1 の購買の実態と意向に対してアンケート回答の傾向比較を購買者のみと購買者と認知者を含めて分析を行った研究では、集団間で同じモデル構造を仮定した 2 つのモデルに等値制約を設け 3 パターンで分析を行い、結果を得ることができた。モデルからは明治プロビオヨーグルト R-1 の購買者は健康を保つために購買していると考えられる。

4. 分析結果

認知度のモデルでは、CFI 値は 0.983, RMSEA 値は 0.023 であり、品質のモデルでは、CFI 値は 0.918, RMSEA 値は 0.043 となった。どちらも相対的にモデルの適合度がいいと解釈することができる。男女間で購買意向に差はほとんどない結果となった。

5. まとめと考察

本研究では先行研究の等値制約を設け 3 パターンで分析を行った時と同条件下で、分析の切り口を性別で行い、一部結果が得られた。購買意向において、性別は大きな差がないことがわかった。今後は年代や収入、家族構成などの面からも分析する必要があると考える。

参考文献

岩田健；市販ヨーグルト購入の際の商品選択理由に関する調査研究，鎌倉女子大学紀要，第 24 巻，1-10 項，2017 年 3 月