

買い物における 後悔について

経済学部 3回生 市野ゼミ

11731295	藤原	涼
11731006	足立	圭崇
11731158	芝田	健人
11731315	松本	直基

目次

- I. 要旨
- II. はじめに
- III. 先行研究及び本稿の位置づけ
- IV. 研究方法・研究目的
- V. アンケート内容
- VI. 我々の立てた予想
- VII. アンケート結果について
- VIII. データ分析
- IX. 分析結果
- X. 終わりに

I. 要旨

我々の普段の生活において、一般的に買い物と呼ばれる消費行動は常に存在しており、またその結果に満足したり、不満を感じたりする。この不満というのが後悔であると私は考えた。しかし、経済学的な観点からすれば消費者は自らの効用を最大化することを目的に選好、消費を行うとされている。つまり、消費者が不満を感じるということはその消費者自身の効用を最大化できていないのではないだろうかとも考えた。

そこで、私たちは以下のリサーチクエスチョンを立てた。それは「人々はどうのどのようなものを、どのような状況で、どのような方法で購入した後、後悔をするのか」である。また、それを明らかにするとともに人々の買い物における後悔を減らしたいと考え、そのためにどのような要因が人々に後悔をもたらしているのかを知るために兵庫県在住の、18歳から70歳までの400人を対象にアンケート調査を実施した。このアンケートにおいて、後悔のイメージを統一するために後悔を「一度購入し消費した財を、再度同じ価格で購入するか問われた際に購入しない場合のこと」と定義した。また、アンケートでは回答者の性別や年齢、世帯構成、年取などの「属性」や優柔不断さや引きずりやすさ、堅実性などの「性格」、またリスク選好や時間割引率といった「行動特性」、そして後悔した買い物の品目や支払い方法などの「買い物の状況」などの要素を収集した。

アンケート結果から、回答者の約半数が買い物における後悔をしていたことから、やはり、買い物における後悔は一般的なものであり、誰もが後悔する可能性があることがわかった。

また、そのアンケート結果をもとに行った分析では、後悔の有無、その度合いの大きさと関連する要素は見られなかった。つまり、分析結果からみても後悔が普遍的なものであり、誰もが後悔しようということが言えた。

II. はじめに

私たちが日々の生活をしていく上で買い物という行動は必要不可欠なものである。買い物をしている中で後悔というのは誰もが経験したことがあるのではないだろうか。何故この商品を買ってしまったのか、本当に必要なものだったのかというように考えたことが1度はあると思う。そのような経験をしているのにも関わらず、私たちは繰り返し、買い物で後悔をしてしまう。どうしてこのようなことが起こるのかということに疑問を持ちこの研究を始めた。

研究を始めるにあたって後悔というものは人によって考え方が違うため、定義付けをした。私たちは後悔を「一度購入し消費した財を、購入前に戻り再度購入するか問われた際に購入しない」と定義付けをした。

Ⅲ．先行研究及び本稿の位置づけ

本研究を行うにあたって、後悔に関するいくつかの先行研究を参考にした。

中でも、意思決定に関するものは中西・井川・志和（2015）では、意思決定に関する自信がある時は後悔が小さくなることが述べられており、また、田中・鎌田・秋山（2012）では中高年層と若年層に分け、中高年層の優柔不断さが買い物の満足度に負の影響を与えることなどが述べられていた。

ここで我々は、買い物における単純な意思決定だけでなく、同時に行われる商品の選好や、先行研究で示されている性格以外の性格、そして性別や職業などがどのように後悔に影響を与えるのかを本研究において示したい。

Ⅳ．研究方法・研究目的

研究に必要なデータを取るために、独自に買い物における後悔について尋ねるアンケートを作成し配布した。その結果を集計し、分析を行いどのような要因が後悔に影響を与えているのかを研究する。

本研究の目的は「人々の生活から後悔を減らしたい」である。

Ⅴ．アンケート内容

本研究を進めるうえで、実際の買い物における後悔を収集するためにアンケート調査を行った。

アンケートの対象は、兵庫県在住の18・70歳の男女400人で、アンケートでは、後悔した人の有無とその状況、対象者の属性・性格・行動特性について質問した。後悔した買い物についてその状況を詳しくため知るために、その品目・金額・程度・状況・購入場所・支払方法について質問した。

品目の項目では1万円以下の品物と限定して調査した。これは車や家屋といった高額で購入前に入念に情報収集を行い、後悔が起りにくいであろうものを初めから除外し、日常生活で後悔が起りやすいであろう金額を設定したためである。そして1万円以下と限定した品物を飲食料品・衣類・化粧品・雑貨・日用消耗品・サービスと6つに分類した。これは、のちに分類別に分析を行う過程で、1万円以下の品物のほとんどがこの6つのいずれかに該当するのではないかと考えたためである。

状況の項目では広告・店員に勧められた・お店の雰囲気・周りが買っていた・衝動買い・セール品・欲しかったから、購入場所の項目では実店舗・ネット通販・テレビ通販・カタログ通販、支払方法の項目では現金・電子マネー・ポイント・クーポン・金券等・クレジットカードにそれぞれ分類している。これらは、後述する我々が予想する後悔と関係のありそうなものを抽出したのち、考えられる限りの状況や支払い方

法を提示したものである。

また、本アンケートでは後悔の度合いを次の二つで測った。一つは回答者が感じた後悔の程度である。後悔の程度を聞く項目では1を少し、5をととも、として5段階評価で調査した。

もう一つは、アンケートで後悔したと答えた人が、その商品・サービスをもう一度購入する際に、元の価格の何割でなら購入するのかという割引額、すなわち金額で測る後悔の程度である。金額で測る後悔は一割刻みの10段階評価で調査した。

属性を聞く項目では、その人の属性が後悔に関係するのかを調査するために、性別・年齢・職業・世帯収入額・支出額について、そしてその人の性格を知るために、優柔不断さ・引きずりやすさ・堅実さ・情緒安定性・進取性があるかを知ることができる質問をした。こちらも、我々の予想した後悔に関係しそうな性格をピックアップしたものである。また行動経済学に基づき、その人の特性に後悔しやすい傾向があるかを調べるために、リスク回避度と時間割引率の行動特性について質問した。

リスク回避度では、50%で0円、50%で2,000円もらえる期待値1,000円のくじをいくらで買うかという質問をした。この質問で、購入額を期待値の1,000円で買うと答えた人はリスク中立的であり、期待値1,000円よりも高く買うと答えた人はリスク愛好的で、大胆な人だということが分かる。対して、期待値1,000円よりも安く買うと答えた人はリスク回避的で慎重な人だということが分かる。よって、ここでより小さい額を答えた人ほどよりリスク回避度が高くなる。つまり、この質問で小さい額を答えた人は、買い物でもリスク回避的で慎重に行動するため、買い物における後悔をしにくいと考えた。

時間割引率の質問では、アンケートの対象者が指数割引か双曲割引かどうかを知ることができる。行動経済学では、指数割引は時間の経過による価値の変化が小さいため、過去に自分がした選択について今もその選択をしたことを後悔しないため、指数割引の人は後悔しにくいとされている。対して、双曲割引の人は時間の経過による価値の変化が大きいため過去に自分がした選択についてなぜそのような選択をしたのか後悔をするため、後悔しやすいとされている。これらは後述する予想において行動経済学的な観点も関係があるのではないかと考え、質問した。

VI. 我々の立てた予想

前述のアンケートの項目から、どの要素が後悔に関連するであろうかという予想をたてた。まず、属性では女性が後悔しやすいと予想した。これは、買い物をする頻度が男性より女性のほうが多いのではないかという単純な予想からである。

買い物の状況では、値引きされた商品、広告に乗せられた商品、店の雰囲気、店員

に勧められたから、という4つの項目である。

値引きされた商品は同じ商品でも値段が安くなっているため、普段よりも購入に踏み切りやすくなる、また今まで買わなかったがお得に感じて買ってみようと考えて購入した結果、後悔することに繋がるとした。

広告に載せられる商品は大きく取り上げられているため目につきやすい。それにより気になって試してみようと思購入して後悔してしまうという予想である。

店の雰囲気、店員に勧められるというのは店員の挨拶、笑顔、質問した際の対応などが素晴らしく、そういった人たちに勧められると、それほど必要ではないが買ってもしいいかなという気持ちになり購入し、結局後悔してしまうと予想した。

情報収集の有無についてはしている人よりもしていない人のほうが商品に対する情報量が格段に少なく行き当たりばったりの買い物をしてしまうという予想を立てた。

行動特性の予想はリスク愛好的である人、双曲割引の傾向がある人が後悔しやすいという予想を立てた。これはリスク愛好的である人はリスク回避的な人と比べて後先考えず行動しがちである。つまり、買い物においても商品についてよく吟味せず購入し後悔するケースが多くなると予想した。双曲割引の傾向がある人というのは、行動経済学でも後悔しやすいとされている。そのことから買い物でも後悔しやすいとした。

性格の項目では優柔不断な人、引きずりやすい人、進取性がある人が後悔しやすいとした。優柔不断な人は先行研究で示されているものに加え、あれこれ悩んで自信のある決定ができず、本当にこれでよかったのかという後悔が生まれると考えた。引きずりやすい人は過去にした後悔を割り切ることができず、同じ場面になったときまた悩んで同じ後悔をしてしまう、進取性がある人は新しい物事を積極的に取り入れていく、新しいものを多く取り入れるということは買い物も多くなり後悔も多くなるとした。

支払方法に関する項目はクレジットカード、電子マネーで払った人が後悔しやすいと予想した。これは自分の手元から直接現金を出さずに支払うことから、お金が減るといった感覚が小さいため後悔も大きくなると考えたからである。

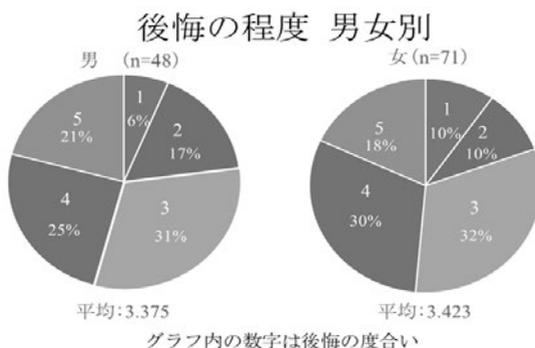
Ⅶ. アンケート結果について

アンケートの配布数と回収数であるが、配布数は400枚、そのうちで回収できたのは男性88人、女性131人の219人であった。アンケートに協力して頂いた人の219人のうち買い物で後悔したと回答した人は、男性48人、女性71人の119人という結果であった。また、アンケートは我々の可能な限りで手渡しで配布した。

ここからは私たちの予想とアンケート調査で得られた結果を見ていく。初めに、属性であるが、私たちは男性よりも女性のほうが後悔しやすいと予想をした。アンケー

トから得られた結果では男性であっても女性であっても後悔の程度が変わらないという結果であった。

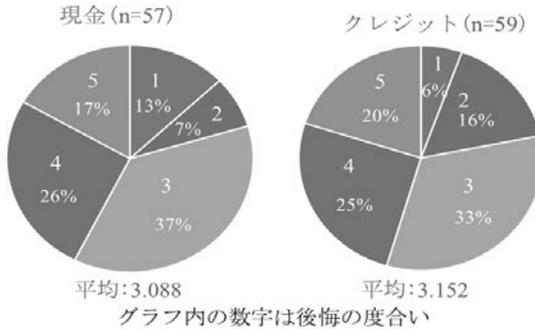
次の図が男女別の後悔の度合いの割合を表したグラフである。(図1) 後悔の度合いが大きい5、4の割合を見てみると男性の合計は46%、女性は48%であった。このことから男性、女性の間で後悔の度合いに大きな差は見られないことがわかる。また後悔の度合いの平均値を見ても、男性は3.37、女性は3.42とこれに関しても差はほとんどない。つまりグラフの結果からは男女の違いで後悔の度合い、後悔のしやすさは変わらないと言える。



(図1)

また支払方法別で後悔の程度に差が生まれるのかについて見ていく。私たちは現金で支払うよりもクレジットカードや電子マネーで支払うほうが後悔しやすいという予想をした。次のグラフが支払方法別の後悔の度合いを表したグラフである。(図2) なお電子マネーで支払ったと答えた人は数がごく少数であったためこのグラフには載せていない。

支払方法別 後悔の程度

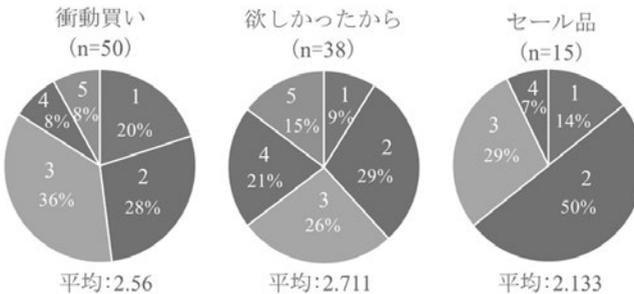


(図2)

後悔の度合いが大きい5、4の割合の合計は男性が43%、女性の合計は45%であった。このことから現金、クレジットカードによる支払方法の違いでも後悔の度合いに差は見られないということになる。度合いの平均値を見ても現金は3.08、クレジットカードは3.15とこれも大きな差が見られなかったため支払方法の違いも後悔の大きさに影響を与えないということがわかる。

続いて買い物の状況の結果を見ていく。私たちは値引きされた商品（セール品）、広告に載せられた商品、お店の雰囲気、店員に勧められたことの4つが後悔の度合いを大きくすると予想した。この質問は複数回答可となっている。それに対するグラフの結果は次のようになった。(図3)

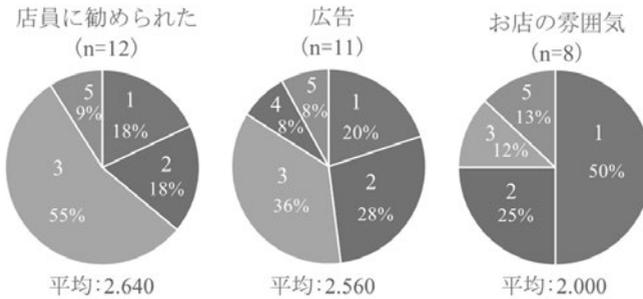
買い物の状況



グラフ内の数字は後悔の度合い

(図3 状況毎の後悔の度合いとその比率)

買い物の状況

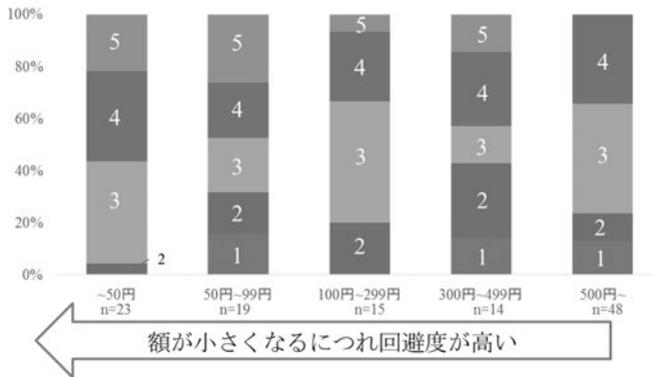


グラフ内の数字は後悔の度合い

衝動買いをしたと答えた人が圧倒的に多かった。また私たちの予想した値引きされた商品（セール品）、広告、店の雰囲気、店員に勧められたからという4つの項目は後悔の度合いに差は見られない。むしろ後悔の度合いが大きいと答えた人がほとんど確認できない。欲しかったからという項目は後悔の度合いが他の項目より大きかったが平均値を見てみると2~2.7の間で推移しているため断言できるほど強い根拠にはならないと考えた。

最後に行動特性についての結果を見ていく。(図4) 私たちはリスク回避的な人に比べてリスク愛好的なの方が後悔しやすいと予想を立てた。結果は次のようになった。

リスク回避度と後悔の度合い



(図4)

額が小さくなるにつれて回避度が高くなる、つまり額が小さい人ほどリスク回避的な人ということになる。このグラフでくじの評価額が小さくなるほど後悔の度合いは小さくなるというのが私たちの予想であった。しかしこのグラフを見ると額が小さい、リスク回避的であるほど後悔の度合いが小さいということではなく、むしろ回避的であるほど後悔が大きいようにも見える。このことからリスク回避的であれば後悔の度合いは低くなるという私たちの予想は誤っていると考えた。

Ⅷ. データ分析

我々は分析を行うにあたって、後悔と何か、という1対1ではなく、全体として、どの項目が後悔に影響を及ぼしているのかを知るために回帰分析を用いた。そして、アンケートで得られたデータをもとに回帰分析を行い、被説明変数を後悔の度合い、説明変数を属性・後悔した買い物の状況・性格・行動特性とし、後悔の度合いの大きさと属性や行動特性などの各要素との関係を見る。以下は今回の分析に用いる要素の解説である。

- (1) 属性
 - (a) 性別：男を0、女を1としたダミー変数を用いた。
 - (b) 世帯年収や一月あたりの支出：万円を除いて数値だけで用いた。
- (2) 買い物の状況
 - (a) 後悔の度合い：後悔の度合いが低い順に1～5の5段階で回答してもらったものを使用。
 - (b) 置かれていた状況：複数回答可であったがそのまま使用した。また、こちらもその状況に当てはまれば1、そうでなければ0のダミー変数を作成した。
- (3) 性格

またアンケートで性格に関する質問はQ9の間1～25の全25問あり、各問題で1～5の5段階で主観的に評価してもらった。また、問9,10,18は逆転項目となっているため、1～5を5～1に変換した。

問1～5では優柔不断さを、問6～10では引きずりやすさを、問11～15では堅実さを、問16～20では情緒安定性を、問21～25では進取性を尋ねており、性格ごとに評価値を合計し数値化したのちに分析に用いた。
- (4) 行動特性

リスク回避度および時間割引率といった行動経済学の観点からアンケートでは、Q8「期待値1,000円のくじを購入するか、また、いくらまで高くなっても買うか（いくらまで安くなれば買うか）」という質問でリスク回避度を、そして

Q10「今日と7日後、90日後と97日後の異なる2時点間においてある金額がもらえる時、今日と7日後、90日後と97日後で選択が変わるのか」という質問で時間割引率を尋ね、リスク回避度はくじの購入金額を評価額とし、時間割引率は2時点間で回答者が選択した割引率が同じであれば指数割引的な消費者、90日後と97日後で選択した割引率が今と7日後よりも低い人を双曲割引的な消費者として扱う。また、どちらにも当てはまらない人はデータから取り除いた。

IX分析結果

後悔した人の後悔の度合いの大きさを被説明変数、回答者の属性・性格・行動特性・買い物の状況や支払い方法などを説明変数として回帰分析を行った結果が以下(表1)のものである。

これより、正社員や主婦といった属性に正の有意性が見られたが、しかしP-value (F) の値が0.05より大きく、分析自体の有意性が見られなかったため、これらの有意性はないものとした。

つまり、この分析結果から、後悔の度合いの大きさにはどの要素も影響を及ぼさないという事が分かった。また、被説明変数を金額で測る後悔にして同様の分析を行っても、どの項目も後悔の度合いに影響しないという結果が得られた。

後悔した人のみで分析をすると、後悔の度合いに影響を及ぼす要因はない。つまり、後悔とは、誰にでも、どんな状況でも、起こりうるランダムな現象だということができる。

アンケートにおいて、後悔していない人も半分程度いた。そこで、後悔していない人も含めれば後悔の度合いに影響を与える要因が見られるかもしれないと考え、後悔していない人のデータも加えた回帰分析を行った。

しかし、後悔していない人は後悔していないので、買い物の状況や支払い方法のデータはない。したがって、後悔していない人も含めた分析では、後悔の度合いに影響を与える要因として分析可能なものは、属性と、性格と、行動特性となる。

ここで、後悔していない人も含めもう一度分析し、後悔した人と後悔していない人の共通項である属性・性格・行動特性が後悔に影響するのかどうかを調べた。その際に、後悔していない人の後悔の度合いの大きさを0とし、分析に組み込んだ。その結果が以下(表2)のものである。

こちらは、どの要素についても有意性が見られず先の分析と同様にP-value (F) の値が0.98とこちらも0.05より大きいので同様に分析自体の有意性は見られなかった。この分析を行う際に後悔していない人の後悔の程度を0と設定して回帰分析を行ったが、厳密にはトービット分析を行う必要があったのでトービット分析も行った。しか

し、OLS 分析と同様に結果は出なかった。

(表1 後悔した人だけの分析)

モデル 1: 最小二乗法 (OLS), 観測: 1-219 (n = 117)

除去した観測数 (欠損値や不完備な観測): 102

従属変数: 後悔の程度

	係数	標準誤差	
定数項	2.77936**	1.07119	
性別	0.280028	0.292499	
年齢	0.202799**	0.0935468	
正社員	0.971786**	0.378096	
派遣社員	0.120104	0.584203	
会社役員	-0.186216	0.911131	
正規公務員	0.445347	0.513115	
非正規公務員	-1.83839*	0.951623	
正規団体職員	-0.362975	0.484120	
非正規団体職員	-0.420631	0.497841	
主婦	0.878901***	0.325695	
広告	-0.269111	0.439956	
店員に勧められて	-0.129799	0.420233	
店の雰囲気	0.652296	0.463299	
周りが買っていたから	1.00409	1.33654	
衝動買い	-0.361053	0.300777	
セールなど値引き	-0.176528	0.367729	
欲しかったから	-0.754662**	0.311332	
ネットショッピング	-0.175874	0.320188	
テレビ通販	-1.58305	1.00839	
カタログ通販	-0.736471	0.729777	
電子マネー	0.0557391	0.515306	
ポイント	1.60393*	0.958345	
クレジット	0.466565	0.297928	
評価額	0.00022084	0.000244078	
優柔不断さ	0.0159589	0.0323313	
引きずりやすさ	-0.0173660	0.0548964	
堅実さ	-0.0272330	0.0315665	
情緒安定性	-0.00372209	0.0337240	
進取性	0.00151077	0.0260575	
R-squared	0.319981	AdjustedR-squared	0.093307
F(29,87)	1.411639	P-value(F)	0.112553

(表2 後悔していない人も含めた分析)

モデル 1: 最小二乗法 (OLS), 観測: 1-219
従属変数: 後悔していない人も含めた後悔の程度

	係数	標準誤差
定数項	0.532753	1.10690
性別	0.0716722	0.322558
年齢	0.0711546	0.104363
正社員	0.0736930	0.438211
派遣社員	-0.334216	0.648879
会社役員	0.520643	1.15809
正規公務員	0.154153	0.553368
非正規公務員	-1.24349*	0.709298
正規団体職員	0.110472	0.576469
非正規団体職員	0.271512	0.607696
主婦	0.188182	0.382875
評価額	2.49358e-05	0.000252913
優柔不断さ	0.00388978	0.0374167
引きずりやすさ	0.0403638	0.0568901
堅実さ	-0.0187744	0.0346154
情緒安定性	0.0109028	0.0396288
進心性	0.02581170.0285355	0.367729
R-squared	0.040671	AdjustedR-squared -0.035315
F(16,202)	0.535246	P-value(F) 0.926195

X. 終わりに

我々の本研究の目的は、「買い物における後悔を減らしたい」であり、そのためにアンケートやデータ分析等を用いたが分析結果の項で述べた通り、分析において後悔の度合いの大きさと各要素の間に相関などは見られなかった。

また、先のグラフで示したとおり、今回のサンプルでは性別や年齢などの属性や買い物の状況および行動特性などに明確な差や相関が見られなかった。

つまり言い換えれば、「あらゆる人が、どのような状況であったとしても買い物における後悔は生まれる可能性がある。」というのが本稿の結論である。

参考文献

- ・中西・井川・志和 (2015) 『自信があれば後悔しない - 意思決定への自信が後悔に与える影響 -』
- ・田中・鎌田・秋山 (2012) 『中高年者の意思決定スタイルが購買行動に与える影響』

に関する検討』

- ・大阪大学（2018）『くらしの好みと満足度についてのアンケート』
- ・柳井・柏木・国生（1987）『新性格検査』
- ・和田（1996）『big five 尺度』
- ・筒井・佐々木・山根・グレッグ（2017）『行動経済学入門』

Q7-6. その買い物をした時のあなたの置かれていた状況を教えてください（複数回答可）

- ① 広告にのせられて
- ② 店員に勧められた
- ③ 店の雰囲気に飲まれた
- ④ 周りが買っていた
- ⑤ 衝動買い
- ⑥ セールなどで値引きされていたから
- ⑦ 欲しかったから
- ⑧ その他

Q7-7. その買い物をした方法を教えてください

- ① 実店舗で直接
- ② ネットショッピング
- ③ テレビ通販
- ④ カタログ通販
- ⑤ その他

Q7-8. その買い物の支払い方法を教えてください

- ① 現金
- ② 電子マネー（paypay 等含む）
- ③ ポイント
- ④ クーポン
- ⑤ 金券・商品券
- ⑥ クレジットカード

Q7-9. その商品について情報収集はしましたか？

- ① はい
- ② いいえ

Q7-9-1. はいと答えた方はどのような方法で情報収集をしましたか？（複数回答可）

- ① 口コミ
- ② ネット等自分で調べた
- ③ 知り合いの評価
- ④ 本や雑誌・SNS
- ⑤ 広告
- ⑥ その他

Q8. 50%の確率で当たりか外れになり、当たった場合には2,000円もらえますが、外れた場合には何ももらえない宝くじがあります。あなたはこのくじが200円で売ってれば買いますか？

- ① 買う
- ② 買わない

また、①買う と答えた方はくじがいくらまで高くなってもくじを買いますか？
 ぎりぎりの値段を書いてください

() 円

②買わない と答えた方はくじがいくらまで安くなればくじを買いますか？
 ぎりぎりの値段を書いてください

() 円

Q9. 各設問に対し、最も当てはまるものに○をつけてください。

問	質問内容	評価				
1	失敗するイメージを持つことが多い	1	2	3	4	5
2	決断を他人に任せることが多い	1	2	3	4	5
3	決断する時に他人の意見を聞きたい	1	2	3	4	5
4	「どっちでも」や「なんでも」をよく言う	1	2	3	4	5
5	外食で何を食へようか迷うことがある	1	2	3	4	5
6	何かにハマると熱中しやすい	1	2	3	4	5
7	自分に自信がない	1	2	3	4	5
8	目標は高く設定するタイプだ	1	2	3	4	5
9	気持ちの切り替えが上手なほうだ	1	2	3	4	5
10	失敗したことを受け止められる	1	2	3	4	5
11	キャンセルは嫌いだ	1	2	3	4	5
12	リスクよりも無難なほうをとる	1	2	3	4	5
13	規則正しい生活を送っている	1	2	3	4	5
14	物事に冷静に対処できる	1	2	3	4	5
15	人間関係に特別な注意を払っている	1	2	3	4	5
16	悩みがちである	1	2	3	4	5
17	動揺しやすい	1	2	3	4	5
18	くよくよしない	1	2	3	4	5
19	緊張しやすい	1	2	3	4	5
20	傷つきやすい	1	2	3	4	5
21	平凡より何か変わったことがしたい	1	2	3	4	5
22	どんなことでも試してみたい	1	2	3	4	5
23	新しいことにはすぐに飛びつく	1	2	3	4	5
24	何か刺激的なことを求める	1	2	3	4	5
25	新しいアイデアを考えるのが好きだ	1	2	3	4	5

1：そう思う 2：ややそう思う 3：どちらともいえない 4：ややそう思わない
 5：そう思わない

- Q10. あなたはある金額をもらえることになりました。今日か7日後にもらえますが、金額が異なります。もらえる日にちと金額について以下の選択肢以下の選択肢「A」または「B」のどちらを選びますか？次の1～9の全ての組み合わせについて「A」、「B」どちらか好きなほうを選んで○をつけてください。

1	A	今日	3,005円もらう	B	7日後	3,014円もらう
2	A	今日	3,003円もらう	B	7日後	3,297円もらう
3	A	今日	3,008円もらう	B	7日後	3,037円もらう
4	A	今日	3,000円もらう	B	7日後	3,000円もらう
5	A	今日	3,005円もらう	B	7日後	5,951円もらう
6	A	今日	3,009円もらう	B	7日後	3,068円もらう
7	A	今日	3,001円もらう	B	7日後	3,119円もらう
8	A	今日	3,002円もらう	B	7日後	2,996円もらう
9	A	今日	3,008円もらう	B	7日後	3,011円もらう

- Q11. あなたは、ある金額をもらえることになりました。90日後か97日後にもらえますが、金額が異なります。もらえる日にちと金額について以下の選択肢「A」または「B」があれば、どちらを選びますか。1～9の全ての組み合わせについて「A」、「B」どちらか好きな方を選んで○をつけてください。

1	A	90日後に	3,000円もらう	B	97日後に	3,118円もらう
2	A	90日後に	3,006円もらう	B	97日後に	3,000円もらう
3	A	90日後に	3,000円もらう	B	97日後に	3,009円もらう
4	A	90日後に	3,007円もらう	B	97日後に	3,301円もらう
5	A	90日後に	3,006円もらう	B	97日後に	3,035円もらう
6	A	90日後に	3,002円もらう	B	97日後に	3,005円もらう
7	A	90日後に	3,007円もらう	B	97日後に	5,955円もらう
8	A	90日後に	3,001円もらう	B	97日後に	3,001円もらう
9	A	90日後に	3,007円もらう	B	97日後に	3,066円もらう

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。