

第 47 回インナーゼミナール大会

研究計画書

ゼミ名	筒井ゼミⅡ	チーム名	チームまきはら!!
タイトル	天然水と水道水の差		
テーマ群	g)その他		
メンバー			
研究計画内容	<p>私たち筒井ゼミでは、授業の中で、行動経済学について研究している。その中で、なぜ人は水を買うのかという点に注目して、研究することにした。</p> <p>その研究を進めるために、実験とアンケートを行った。</p> <p>その内容は、水道水とミネラルウォーター3種類、計4種類を二時間以上冷蔵庫に入れた「冷水」と二時間以上室温に晒した「常温水」として、協力者に飲んでもらい水道水を当ててもらおう。水道水がミネラルウォーターと風味や味が違うのなら、結果は以下の2つに分けられる。</p> <p>(1) 水道水がおおむね当てられた場合 消費者がミネラルウォーターを買う理由は水道水が美味しくないからである。</p> <p>(2) 水道水がわからなかった場合 消費者がミネラルウォーターに高いお金を払うのは非合理的な行動である。</p> <p>と結論付けることができる。</p> <p>(1) の場合、消費者は水道水とミネラルウォーターを利き分けられるので、一番売上の大きいミネラルウォーターが一番おいしいのではないかという仮説を立ててみる。</p> <p>(2) の場合、消費者は水道水とミネラルウォーターを利き分けられないので、ミネラルウォーターを買う理由は値段以外にも存在すると考えられる。(持ち運ぶ手間や、冷えたものを好む など。)</p> <p>10/18 のゼミⅠ(対象者 18 名+教員 1 名)と、ゼミⅡ(対象者 12 名)にて、ミネラルウォーターと水道水を利き分けてもらう実験を行い、結果を収集したのち、(1)と(2)どちらかの研究を進めていく。</p> <p>(1) に進んだ場合はマーケティング関連の仮説を立て、実証していく予定である。</p> <p>に進んだ場合は実験の際のアンケート結果に基づき、引き続き実証を行う。</p>		