

ストレス解消ビジネスの可能性

2016年4月

下山大雅

濱岡豊研究会 14期生

慶應義塾大学商学部

<要約>

本研究は、消費者のストレスに注目し、消費者がそれにどう対応できるのか、また企業がどのようにマーケティング的な対応すればよいのかを明らかにすることを目的とする。ストレスのタイプについては「対人葛藤ストレス」「対人劣等ストレス」「対人希薄ストレス」に大別し、これを規定する消費者特性として、「情動性」「攻撃性」「自己自信性」「コミュニケーション不足」を挙げ、仮説を設定した。共分散構造分析を行った結果、「情動性」と「対人葛藤ストレス」「対人劣等ストレス」に正の相関があり、「自己自信性」と「対人葛藤ストレス」、他者との「コミュニケーション不足」と「対人希薄ストレス」に正の相関があることが分かった。さらに、ストレスのタイプとストレス発散についても仮説を設定し、コンジョイント分析によって検証した。その結果、「対人葛藤ストレス」と「金銭消費系発散」・「食的発散」、「対人希薄ストレス」と「休養系発散」に正の相関がみられた。具体的なストレス解消方法に関しては、「運動」、「睡眠」、「リラクゼーション」、「食事」が「ストレス解消意向」に対して有意となった。

<キーワード>

消費者特性, ストレス, ストレス解消

A Study on Potential of “Stress Reduction” Business

February 2016

Taiga Shimoyama

Hamaoka Yutaka Seminar 14th class

Faculty of Business and Commerce, Keio University

【Abstract】

In this study, I focused on “consumers’ stress”, and an objective is to reveal how consumers cope with stress and how companies apply to marketing. I set hypotheses based on types of stress including “stress from personal relationship”, “stress from feeling inferiority”, and “stress of thin” and consumers’ characteristics including “emotionality”, “attack”, “self confidence”, and “lack of communication”. As a result of analysis, I found out that consumers’ “emotionality” has positive and significant influence on “stress from personal relationship” and “stress from feeling inferiority”. “Self confidence” has positive and significant influence on “stress from personal relationship”, and “lack of communication” has it on “stress of thin”. In addition, “stress of confliction had it on “coping on with money” and “coping with eating”, and “stress of thin” had it on “coping with relax”. Among stress management method, “exercise”, “sleeping”, “relaxation”, “eating” have positive and significant influence on “intention to coping stress”.

【Keywords】

Consumer characteristics, stress, coping on stress

◆目次

1. はじめに
2. 事例研究
 - 2.1 八つ当たりどころ
 - 2.2 おふろ café utatane
 - 2.3 GABA
 - 2.4 叫びの壺
 - 2.5 ヒアリング・インタビュー結果
 - 2.6 ヒアリング・インタビュー結果まとめ
3. 先行研究
 - 3.1 先行研究
 - 3.2 先行研究からの知見と課題
4. 2次データ分析
5. 仮説設定
 - 5.1 分析の理論的枠組み
 - 5.2 本研究における仮説設定
6. データ分析
 - 6.1 分析の枠組み
 - 6.2 プリテスト
 - 6.3 調査概要
 - 6.4 単純集計
7. 分析結果
 - 7.1 共分散構造分析
 - 7.2 コンジョイント分析
8. 考察・まとめ
 - 8.1 考察
 - 8.2 まとめと実務へのインプリケーション
 - 8.3 本研究の限界

謝辞

参考資料

付属資料

1. はじめに

本章では、問題意識、研究の背景と目的、本研究の意義について記述し、本論文の構成についても記述する。

1.1 問題意識

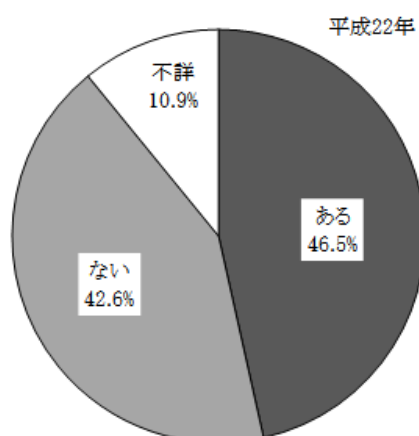
現在、企業は消費者のニーズを調査して商品開発やサービスの提供をしている。しかし誰もが抱えているであろうストレスに注目したマーケティングは存在しているのか、そしてそれは有益であるのだろうかと考えた。また、多くの先行研究では、個人の性格とストレスの種類の関係や、あるストレス解消方法のメリット・デメリットを提示したものが多く、ストレスの種類に対する解消方法やマーケティングと関連したものは見受けられない。このことから著者は、ストレス解消手段とマーケティングとの関連について研究しようと考えた。

1.2 研究の目的

平成 22 年に厚生労働省が実施した国民生活基礎調査（図表 1）によると、12 歳以上の男女で悩みやストレスを抱えている人の割合は 46.5%と示されており、およそ 2 人に 1 人がストレスを抱えているという調査結果が提示されている。

本研究では、そのようなストレス社会の現代において、消費者が自ら抱えるストレスを適切に解消したり、企業がそれにどのようにマーケティング対応すべきかを明らかにすることを目的とする。

図表 1 平成 22 年 国民生活基礎調査



注：入院者は含まない。

出所) 平成 22 年国民生活基礎調査の概況 | 厚生労働省

<http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-tyosa/k-tyosa10/3-3.html> (2015 年 12/2 アクセス)

1.3 研究の意義

問題意識の章でも述べた通り、ストレスに関する研究については医学的なものが多くマーケティングとの関連についての研究は見受けられない。本研究において消費者のストレス、ストレス解消手段とマーケティングについての関連を研究する事は、マーケティングの領域において新たな視点で着目する契機になるのではないかと考えられる。

1.4 本論文の構成

本論文は、第 2 章で研究の参考になる事例を 4 つ取り上げ、具体的に事例研究をしていく。そして事例研究において取り上げた事例先に対して実施したヒアリングや、利用者へのインタビュー結果を記述する。第 3 章では関連する先行研究を 14 つ挙げ、先行研究からの知見を整理する。また、第 4 章では本研究と関連する 2 次データの分析も行っている。第 5 章からが実際の本研究における分析となっている。まず 5 章では関連する先行研究を根拠にした仮説を設定している。第 6 章では実際の分析方法や分析内容を記述し、第 7 章において分析結果を提示している。そして最後に第 8 章では本研究における仮説検定の結果を考察し、まとめとして本研究の限界と実務へのインプリケーションを述べている。

2. 事例研究

本研究における事例研究として、①八つ当たりどころ②おふろ café utatane③GABA④叫びの壺の4つを取り上げる。

2.1 八つ当たりどころ¹

2.1.1 八つ当たりどころの概要

八つ当たりどころは、カイエンタイグローバルサービス株式会社による移動車での皿割りサービスを提供している。基本的な利用方法は、的に向かって皿を投げて割るというものである。屋内、屋外のどちらでも設置が可能であり、全国どこでも出張しているため誰でも利用できる仕組みになっている。実際の八つ当たりどころの様子を図表2と3に示す。

図表2 屋外設置の様子



¹ この事例は「八つ当たりどころ」 <http://yatsuataridokoro.com/> (2015年12/26アクセス)を参照して記述した。

図表3 屋内設置の様子



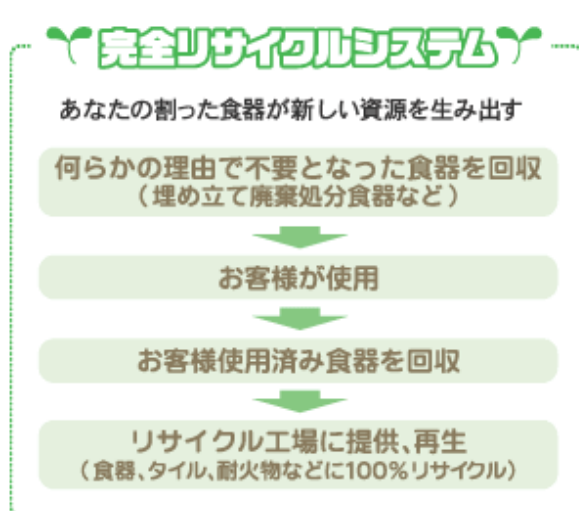
出所) 図2,3ともに

出店について 八つ当たりどころ <http://yatsuataridokoro.com/syutten> (2015年12/26アクセス)

2.1.2 ストレス解消への取り組み

八つ当たりどころで主に使用する皿は、製造過程で欠陥品となり売り物にならなかったものを利用している。それらの皿を安価で譲り受けることによって双方にとってメリットがある仕組みになっている。また、八つ当たりどころでは完全リサイクルシステムを採用しており、内閣府にも認められている。リサイクルシステムについて図表4に詳しい流れを示す。

図表4 リサイクルシステムの流れ



出所) 八つ当たりどころ <http://yatsuataridokoro.com/> (2015年12/26アクセス)

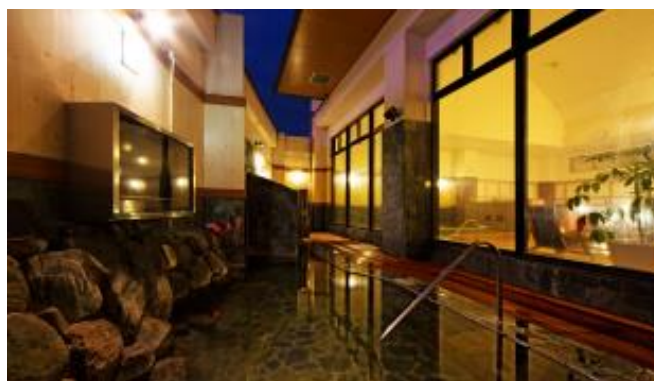
2.2 おふろ café utatane²

2.2.1 おふろ café utatane の概要

おふろ café utatane は2011年3月9日に設立された株式会社温泉道場が経営するストレス解消施設である。埼玉県の鉄道博物館駅付近にあり、連日多くの客でにぎわっている。おふろ café という名前からもわかる通り、温泉に入ることができる施設である。温泉は白寿の湯というところから運んできており、埼玉県にいながら温泉に入ることができるという魅力がある。

また、施設内にはハンモックやソファ、イスやベッドなどが完備されており、入館料の1260円を支払えば1日中ゆっくりと過ごすことができる。この施設で利用できるサービスとしては、漫画や小説が読み放題である事、パソコンが完備されている事、睡眠やあ宿泊ができる事、コーヒーが飲み放題である事、カフェで食事ができる事、温泉に入れる事などが挙げられる。低価格で様々なサービスを受けられることもあり、平日、休日ともに多くの利用客がいる。図表5にサービスの一例を示す。

図表5 サービスの一例（温泉）



出所) おふろ cafe utatane <http://ofurocafe-utatane.com/cafe/index.html>
(2015年11/16アクセス)

2.3 GABA³

3つ目に江崎グリコの商品であるチョコレート菓子「GABA」について取り上げる。実際の商品を図表6に示す。この商品は、「ストレス社会で闘うあなたに。」というキャッチコピーがついており、実際に社会人を対象に販売している。しかし、筆者も購買経験がある

² この事例は「おふろ cafe utatane」<http://ofurocafeutatane.com/cafe/index.html> (2015年11/16アクセス)を参照して記述した。

³ この事例は「ストレス社会で闘うあなたに。GABA [ギャバ]」<http://cp.glico.jp/gaba/index.html> (2015年10/26アクセス)を参照して記述した。

ように、必ずしも社会人だけが購買するわけではなく、様々な世代に広く認知されている。

図表 6 GABA



出所) ストレス社会で闘うあなたに。GABA [ギャバ] <http://cp.glico.jp/gaba/index.html> (2015年10/26アクセス)

GABA とはチョコレートやココアの原料カカオに含まれている成分で、正式名称をγ (ガンマ) アミノ酪酸という。発芽玄米にも多く含まれ、健康に役立つ成分として知られている。

この商品においては、チョコレート 100g あたりアミノ酸 GABA を 280g 配合している。主にストレス社会で働く社会人に向けてつくられた商品であり、2005 年の発売から 2015 年現在に至るまで絶えず発売され続けている。

2.4 叫びの壺⁴

4つ目に挙げる「叫びの壺」は、株式会社ドリームが生産しているストレス解消に効果的な商品である。全国の東急ハンズで販売されており、幅広い層に購買されている。実際の商品を図表7に示す。普段人目を気にせず大きな声を出してストレス解消をするには、カラオケに行くことが効果的だが、この商品を使えば、自分の部屋にいても大声でストレス解消することができる。ただし、ストレス解消目的以外にも、忘年会の時期に注文が増えることから、バラエティグッズとして友人達と利用したりする人も多い。詳しくはヒアリングの章にて後述する。

4 この事例は) 叫びの壺 株式会社ドリーム 美容、健康、アイデア雑貨の企画、開発運営会社 <http://mydream.co.jp/commodity/126> を参照してまとめた。

図表7 叫びの壺



出所) 叫びの壺 株式会社ドリーム 美容、健康、アイデア雑貨の企画、開発運営会社

<http://mydream.co.jp/commodity/126> (2015年12/10アクセス)

図表8 事例研究まとめ

	八つ当たりどころ	おふろ café utatane	GABA	叫びの壺
概要	移動車で移動しており、皿を割ることでストレス解消ができる。	1つの施設内で様々なサービスを受けることができる。	ストレス解消に効果的とされる成分である GABA を含有したチョコレート菓子。	大声を出してストレス解消できる。
対象者	全ての世代	全ての世代(大学生や若者中心)	ストレス社会で働く社会人中心	全ての世代
ストレス解消の形態	サービス	サービス	商品	商品
ヒアリング関連	ヒアリングを実施	利用者へのインタビューを実施	ヒアリングを実施	ヒアリングを実施

2.5 ヒアリング・インタビュー結果

ストレス解消ビジネスが有益であるのかを考えるにあたって、実際のストレス解消施設と考えられる施設4つに対してヒアリングを実施した。また、実際にそのような施設を利

用している 21 歳女性 1 名にインタビューを実施した。それぞれのヒアリング先への質問項目はワーディング以外共通であるため、以下に質問項目を示し、回答を記述する。

2.5.1 八つ当たりどころ

先に記述した「八つ当たりどころ」に対してヒアリングを実施した。回答は以下の通りである。こちらは非常に詳しく回答していただいた。ストレス解消に加えて環境問題にも取り組んでいるとのことだったが、企業名からわかる通り、ストレス解消が主な目的であると考えられる。利用客層は 20 から 40 代が多いという事で、これは社会人がストレスを強く感じている傾向の現れではないだろうか。特に回答にもあったように、人間関係でのストレスが強く関係していると考えられる。

	質問内容	回答
Q1	貴社はストレス解消のみを目的としていますか。	事業テーマが「エコ&セラピー」であり、環境問題にも取り組んでいる。
Q2	貴社が行われている事は実際にストレス解消に効果的だと思いますか。	海外の臨床実験や大学での簡易検査で検証済み。
Q3	2 について具体的に理由を教えてください。	スペインでは医師と心理学者によって「破壊セラピー」が、国内では唾液検査によって証明されているから。
Q4	貴社を利用されている方々の年齢層はどのようなになっていますか。	小学生から 80 代まで様々だが、主としては 20 代から 40 代。
Q5	貴社を利用されている方々は、どのような目的の方が多いですか。	人間関係の不満によるストレス解消が多い。
Q6	今後どのような人たちにさらに利用してもらいたいですか。	10 代の特に受験生に利用してほしい。
Q7	消費者のストレスに注目したビジネスに関してどう思いますか。	世知辛い昨今、少しでも喜んでもらえるなら、発展してほしい。

2.5.2 都内スポーツジム

都内のとあるスポーツジムに対してヒアリングを実施した。その結果を以下に示す。スポーツジムは、八つ当たりどころと比べてストレス解消以外にも目的は多岐にわたる印象を受けた。ヒアリング対象としてスポーツジムを選んだ理由は、著者自らがストレスを感じたときは体を動かすことが好きなため、同じように考える人が多く存在するのではないかと考えたからである。しかし、実際は健康のためにジムに通う人やヨガのために通う人など、利用目的は様々であったため、詳しく回答できない部分が多くなってしまったのだと考えられる。

	質問内容	回答
Q1	貴社はストレス解消のみを目的としていますか。	目的とはお客様の中にあることですので、答えられない。
Q2	貴社が行われている事は実際にストレス解消に効果的だと思いますか。	個人差があるのでクラブとしては答えられない。
Q3	2について具体的に理由を教えてください。	2と同じ。
Q4	貴社を利用されている方々の年齢層はどのようになっていますか。	答えることができない。
Q5	貴社を利用されている方々は、どのような目的の方が多いですか。	広い意味で健康になりたいと思っている人達が多い。
Q6	今後どのような人たちにさらに利用してもらいたいですか。	すべての人に使ってもらいたい。
Q7	消費者のストレスに注目したビジネスに関してどう思いますか。	熟知していないため、答えられない。

2.5.3 GABA

ストレス解消に効果があると思われるチョコレート菓子の「GABA」に関して、江崎グリコに対してヒアリングを実施した。回答を以下に示す。こちらは企業のマーケティング戦略にも関わることが多いため、回答できない質問も多くあった。ヒアリング実施前は、様々なストレスを対象としていると考えていたが、実際は事務的な作業による一時的・心理的ストレスを対象にしているとの回答が得られたので、ターゲットを事務作業などに取り組みサラリーマンやOLを対象にしているのではないかと感じた。

	質問内容	回答
Q1	貴社の商品である「GABA」はストレス解消のみを目的としていますか。	ストレス社会で闘う方々を応援する目的で作られた。ここでいうストレスとは「事務的な作業による一時的・心理的ストレス」のことを指す。
Q2	「GABA」は実際にストレス解消に効果的だと思いますか。	3に挙げる効果が得られる。
Q3	2について具体的に理由を教えてください。	GABAを含むチョコレートを摂取した後に計算作業を行い、ストレスマーカーを測定した結果があり、証明されている。
Q4	「GABA」を購買されている方々の年齢層はどのようになっていますか。	ストレス社会で闘っている方々に購買されている
Q5	「GABA」を購買されている方々は、どのような目的の方が多いですか。	マーケティング戦略に関わるため回答できない。
Q6	今後どのような人たちにさらに購買してもらいたいですか。	5に同じ
Q7	消費者のストレスに注目したビジネスに関してどう思いますか。	5に同じ

2.5.4 叫びの壺

事例研究で挙げた、東急ハンズなどで販売されている商品である叫びの壺に関して、製造元である、株式会社ドリームに対してヒアリングを実施した。回答を以下に示す。叫びの壺という商品は声が響かない壺の中に向かって大声を出すことでストレス解消を図る商品であるが、声を出すという行為がストレス解消につながると考えた上で開発された商品であることがわかった。現在は 30 から 40 代の人を中心に購買しているようだが、今後はさらに多くの年齢層の人に購買、利用してほしいとの回答が得られた。

	質問内容	回答
Q1	貴社の商品である「叫びの壺」はストレス解消のみを目的としていますか。	ストレス解消のためでもあり、バラエティ商品として、(面白さも含め)世の中を明るくしていくことを目的に作られた商品である。
Q2	「叫びの壺」は実際にストレス解消に効果的だと思いますか。	思う。
Q3	2について具体的に理由を教えてください。	声を出すことは、ストレス発散に効果がある。また、人に聞いてもらえないこと、言えないことなど様々な言葉を思いっきり気のすむまで叫べば、叫んだ後はどこかスッキリした気分を得ることができる。
Q4	「叫びの壺」を購買されている方々の年齢層はどのようになっていますか。	30代~40代
Q5	「叫びの壺」を購買されている方々は、どのような目的の方が多いですか。	個人の考え次第であるため、わからない。
Q6	今後どのような人たちにさらに購買してもらいたいですか。	多くの年齢層、目的に合った方々に購入してほしい。
Q7	消費者のストレスに注目したビジネスに関してどう思いますか。	ストレスは誰しものが抱えているため、煮詰まりすぎないようにコントロールできる商品を作ることは有益だと考える。

2.5.5 インタビュー

事例研究でも取り上げた「おふろ café utatane」を利用している著者の知人である21歳女性に対して、インタビューを実施した。質問項目と回答を以下に示す。インタビュー結果によると、おふろ caféは無条件でストレス解消に効果的であるというわけではなく、空いて人が少ないときや、漫画が置いてあるからこそストレス解消に効果的であるという回答が得られた。実際に著者もこの施設を利用したことがあるが、この女性が感じている事を同様に感じている。人気施設であるがゆえに人が多すぎると、かえって気が休まらない場になりかねないのが現状である。ただ、この女性が回答しているように、自宅から近く、ただ時間をつぶしたいときや漫画を読みたい時には非常にストレス解消に効果的であると考えられる。

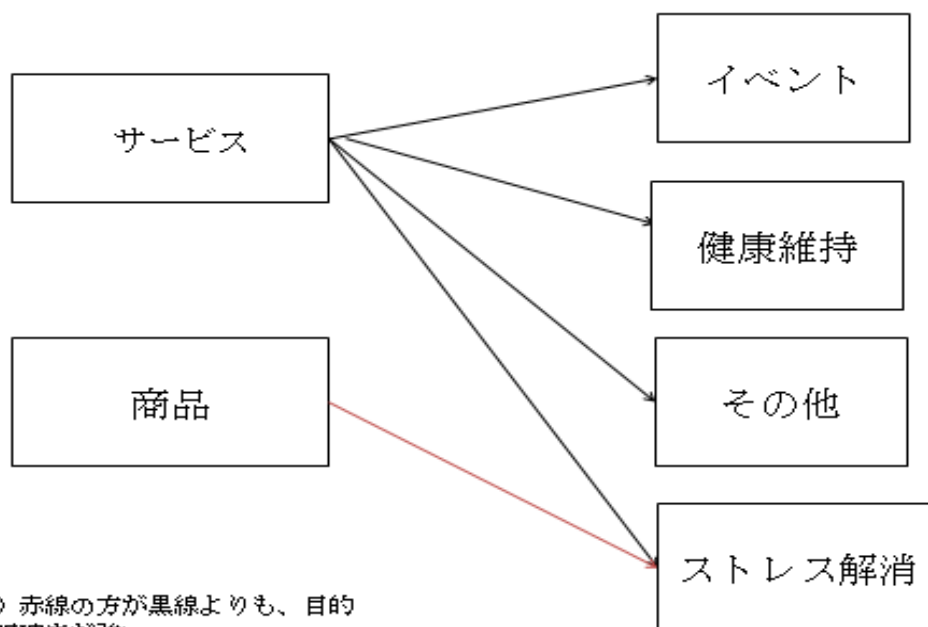
	質問内容	回答
Q1	なぜ「おふろ café」を利用しているのですか。	自宅から近く、時間をつぶしたい時や漫画を読みたい時に最適な場所だから。
Q2	ストレス解消に効果的だと思いますか。	人が少なく、空いているときであれば効果的だと思う。
Q3	実際に利用していてストレス解消に効果はありましたか。	効果はあったと思う。
Q4	このサービスがなかったら利用しないというサービスはありますか。	マンガを読むことができなかつたら行かない。
Q5	友人に「おふろ cafe」に行っている人はいますか。	いる。特に埼玉市民に多い。
Q6	普段ストレスを感じていますか。	友達関係やバイトなどによる身体的、精神的ストレスがある。

2.6 ヒアリング・インタビュー結果まとめ

ヒアリングの対象とした4つの企業のうち、「八つ当たりどころ」と「都内スポーツジム」に関してはアクティブ系で体を動かす事が実際にストレス解消に効果的であるか、そもそもストレス解消を目的としているのかという事を中心にヒアリングを実施し、「GABA」と「叫びの壺」に関しては、上記の2つのようなサービスではなく、有形財としての商品について同様の質問を中心に実施した。なお、インタビュー対象となった「おふろ café utatane」はサービスに分類される。その結果、サービスよりも商品の方がストレス解消に強く焦点を当てて作られているのではないかと感じた。これについては、商品はサービス以上にターゲットングが重要であり、目的も限定する必要性があるからだと考える。一方サービスについてもターゲットングや目的を限定する必要はあるかもしれないが、ストレス解消以外を目的としている人でも利用できることの方が全体の収益としては上がるのではないだろうか。

これらの結果をふまえると、本研究の最終提言である「ストレス解消ビジネスの可能性」に関して断言することが難しい。実際に2次データ分析や本研究の分析を通して最終提言を行っていきたい。以上の内容を図表8で簡単に示している。

図表8 ヒアリング・インタビュー結果まとめ



3. 先行研究

本章では研究に際して参考とする先行研究を挙げる。

3.1 先行研究

先行研究を消費者特性要因、ストレス要因、ストレス解消方法要因にわけて紹介する。

3.1.1 消費者特性要因

1) Malik(2014)

消費者特性からみる購買スタイルに関する研究であり、購買の衝動性との関連を示している。性格の開放性と購買の衝動性には正の相関があり、感じの良さと購買の衝動性は負の相関があるという結果が示された。ストレスを抱えている消費者が感じの良さや悪さと関係があるかについての調査はなかった。

2) Youn(2000)

消費者特性と衝動買いに関する研究であり、衝動買いには①自己のコントロール不足②ストレス③没頭の 3 つの消費者特性が関係しているという結果が得られた。ストレスは内的感情に対しての引き金となるということも示されている。

3.1.2 ストレス要因

3) Austin et.al(2005)

高校教師の抱えるストレスとストレス解消方法に関する研究である。高いストレスを抱えている先生は、逃避行動などの消極的なストレス解消をする傾向があるという結果や、仕事のストレスのタイプとストレス解消手段には相関がないという結果が得られた。しかし、この研究は教師職の人だけに限定されたものであるため、一般的にあてはまるかは不確かである。

4) Kim(2014)

ネガティブな環境下で、消費者の不満足が形成される過程を内部的・外部的要因から調べた研究であり、怒りと後悔は消費者の不平に正の影響があることが示された。また、外部的要因は怒りと後悔に正の影響があることも示されており、ストレスとの関連も強いと分かる。

5) 木島 (2008)

ストレスコーピング尺度を作成するための研究であり、性格をはかるために因子分析をした結果、14 つの因子が提示された。なお、ストレスコーピングとは、ストレス解消方法と同義である。つまり、ストレスコーピングは自らのストレスに対処する方法である。本

研究ではその中で、「情動的ストレス耐性」、「攻撃性の抑制」、「自己主張」、「対人コミュニケーションにおける適切な対応」を参考にすることとしている。

6) 橋本 (1997)

大学生の対人ストレスイベントの種類を探索的に検討し、それらに関する変数を用いて分析した研究であり、対人ストレスを①対人摩擦ストレス因子②対人劣等ストレス因子③対人摩擦ストレスの3つに分類されるという結果が示されている。本研究では、ストレスの種類に対人摩擦ストレスを「対人葛藤ストレス」とし、その他に「対人劣等ストレス」を参考とした。

3.1.3 ストレス解消方法要因

7) Evans et.al(2011)

32～74歳の人たちを対象にした、マインドフルネスストレス逓減法の有用性に関する研究であり、8週間のMBSR（マインドフルネスストレス逓減）プログラムを毎2時間ごとに行った結果、ほとんどの負の感情が低減したことが示された。なお、マインドフルネスストレス逓減法とは、ヨガや全のような瞑想を通じてストレス軽減を図る手法である。実際に病院で実用化されている手法であり、一般的にも有益であると考えられる。

8) Ferrer et.al(2014)

音楽療法はストレスの軽減に効果的である可能性があるとして、カリフォルニア大学・ロサンゼルス大学の学生を対象にした研究であり、音楽を最低1日に10分聞くことはリラクゼーション効果に正の影響があるという結果が示された。

9) Labbe et.al(2007)

音楽の種類によってストレス解消効果にどのような違いがあるのかについての研究である。クラシック音楽や、自分で選んだ曲を聞いた人は、ただ座っているだけの人やヘビーメタルを聞いた人よりも、不安が減りリラックス感情が増えたという事が示された。その中でも、自分で選んだ曲を聞いた人が最終的な怒りの数値が最も低いという結果になった。

10) Mathur et.al(2006)

ストレス原因を理解し、消費者行動としての結果について解釈した研究であり、ある期間に経験した出来事の数が多ければ多いほど、ストレス解消に取り組む性格の度合いが強いという事が示された。また、慢性的ストレスの存在は、ストレス解消に取り組む性格の度合いと正の相関があるという結果が得られた。

11) Ong et.al(2013)

マレーシアの50歳以上の男女を対象にし、日々の出来事などに対するストレスへの男女差に関する研究であり、女性の方が男性より慢性的なストレスを感じている事が示された。また、女性の方が男性より健康に問題があり、健康度・幸福度が低いという結果も得られた。

12) Varvogli(2011)

医療の現場でも導入されている、認知、行動、心理的ストレスの解消手について提示した研究である。バイオフィードバックやリラククス方法などが提示されているが、本研究ではすべてをまとめたものとして「休養的発散」に含むことにしている。

13) 鈴木ら (2014)

ストレスタイプ別のメンタルヘルスの特徴についての研究である。鈴木らによると、**Negative** 対処（逃避行動など）優位な学生は、**Positive** 対処（ストレスに向き合うなど）優位な学生に比べて、積極的なストレス解消行動を行う傾向があるという結果が示された。また、**Negative** 対処優位な学生の学生生活のメンタル不良度も高い傾向があるという事も示されている

14) 橋爪ら (2014)

食べる事に関してストレス解消に効果があることがわかっているが、糖分すべてにストレス解消効果があるのかを実証した研究である。その結果、砂糖は強いストレス改善効果をもたらすが、エリスリトール、サッカリンはストレス改善効果が得られないという結果4が得られた。

3.2 先行研究からの知見と課題

以上に示した先行研究より、消費者のストレスを解消する手段に関しては、消費者特性が影響を与えているのではないかと考えられる。また、橋本（1997）が示しているように、対人ストレスの種類に関しても、性格によって異なることから、消費者特性はストレスの種類に対しても影響があると考えられる。

課題としては、ストレスとマーケティングに関する研究を先行研究として採用できなかったことが挙げられる。そのため、本研究での提言が先行研究に基づいたものではなくなってしまう可能性がある。しかし、本研究では、ストレスとマーケティングの関係性についての先駆的な研究になる可能性があるという観点から研究を進めていく。

図表 9 先行研究まとめ

著者名	概要	本研究で利用する考え	企業のマーケティング	研究の限界
Austin et.al(2005)	高校教師のストレスとストレス解消方法に関する研究	高いストレスを抱えている先生は、消極的なストレス解消（逃避など）をする傾向がある ・仕事のストレスのタイプとストレス解消には相関はない	考慮せず	・個人が特定されてしまう恐れがあるため、記録を取っていない ・教師職以外の人は研究に含まれていない
Evans et.al(2011)	32-74 歳の人たちを対象にしたマインドフルネスストレス逓減法の有用性に関する研究	8週間の MBSR プログラムを毎 2 時間ごとに行った結果、ほとんどの感情が低減した	考慮せず	・小さく、ランダムに選んだ集団ではない ・高い教育水準の人、別のサンプルでは当てはまらないかもしれない
Ferrer et.al(2014)	音楽療法はストレスの軽減に効果的かを調べる研究	音楽を最低 10 分聞くことはリラックス効果に影響がある	考慮せず	・実験期間が短い ・ミュージックジャンルは、大きな影響力がない

Kim(2014)	ネガティブな環境下で、消費者の不満足が形成される過程を内部的・外部的要因から調べた研究	<ul style="list-style-type: none"> ・外的要因は怒りと後悔に正の影響がある ・怒りは消費者の不平に正の影響がある 	考慮せず	<ul style="list-style-type: none"> ・大学生からデータを集めているので、一般の消費者にあてはめるのが難しい ・怒りと不満足を別々に計測している
Labbe et.al(2007)	音楽の種類によってストレス解消効果にどのような違いがあるのかについての研究	<ul style="list-style-type: none"> ・クラシックや自分で選んだ曲を聴いた人は、ただ座っている人やヘビーメタルを聞いた人よりも、不安が減りリラックス感情が増えた ・全ての参加者が怒りの数値が下がった 	考慮せず	<ul style="list-style-type: none"> ・大学生からデータを集めているため、他の集団に当てはまるかまで考慮していない
Malik(2014)	消費者特性からみる購買スタイルに関する研究	<ul style="list-style-type: none"> ・開放性と、(購買の)衝動性は正の相関がある ・感じの良さと (購買の)衝動性は負の相関がある 	考慮せず	<ul style="list-style-type: none"> ・研究で用いた感情を考慮に入れていない ・サンプルサイズが小さい
Mathur et.al(2006)	ストレス原因を理解し、消費者行動としての結果などについて解釈した研究	慢性的ストレスの存在は、ストレス解消に取り組む性格の度合いと正の相関がある	考慮せず	<ul style="list-style-type: none"> ・特別な出来事と特別なストレス解消行動との関係を調べていない

Ong et.al(2013)	日々の出来事などに対するストレスへの男女差に関する研究	<ul style="list-style-type: none"> ・女性の方が男性より慢性的なストレスを感じている ・女性の方が男性より健康に問題があり、健康度・幸福度が低い 	考慮せず	<ul style="list-style-type: none"> ・サンプルが自分たちの選んだ集団である ・若い集団は感情をコントロールしやすいため、考慮していない
Varvogli(2011)	認知、行動、心理的ストレスの解消手段について提示した研究	ストレス解消手段がアクティブなものだけでないという事実	医療現場でのさらなる導入を目指す	<ul style="list-style-type: none"> ・より医学的な病気に対しても有効であることを示していない ・生物学的な指標が不足
Youn(2000)	消費者特性と衝動買いに関する研究	衝動買いの感情を引き起こすものの中にはストレスも存在している	考慮せず	使用した学生サンプルが明らかに限定的である
木島 (2008)	ストレスコーピング尺度を作成するための研究	因子分析の結果から必要と思われる概念(因子)を参考にした	臨床場面や、大学新入生の精神健康チェックなどへの応用可能性を検討	明示されていない

鈴木ら (2014)	ストレスタイプ別のメンタルヘルスの特徴についての研究	Negative 対処優位な学生は、Positive 対処優位なものに比べて、気分転換にインターネットやゲームなどを行う傾向がある	大学のサポート施設への補助	Negative 対処優位性と、疲労度などの因果関係を検討していない
橋爪ら (2014)	糖分すべてにストレス解消効果があるのかを研究	砂糖は強いストレス改善効果をもたらすが、エリスリトール、サッカリンはストレス改善効果が得られない	考慮せず	明示されていない
橋本 (1997)	大学生の対人ストレスイベントの種類を探索的に検討、それらに関する変数を用いて分析した研究	<ul style="list-style-type: none"> ・①対人摩擦ストレス因子 ②対人劣等ストレス因子③対人摩耗ストレス因子 の3つに分類される ・シャイネスと対人劣等ストレスには正の相関がある ・短気と対人摩擦ストレスには正の相関がある 	考慮せず	対人ストレスイベントとその関連変数との因果関係が明らかにされていない

4. 2次データ分析

本研究の仮説を設定するにあたり、「公益財団法人 吉田秀雄記念事業財団 財団データベース オムニバス調査 オープンデータベース」におけるデータをもとに2次データ分析を行った。このデータは、過去の助成研究で行われた調査の個票データを公開している。それらの中から、本研究との関連があるデータであり、分析をする上で十分なサンプル数であったため、このデータを選んだ。調査年は2006年であり、調査地域は首都圏30km圏、調査対象は満15歳から65歳の一般男女720名である⁵。抽出方法としては、事前に調査のお願い状を配布し、実施期間中に該当年齢者を説得し、了解を得て調査票を留め置いて回収する方法をとっている。分析方法は共分散構造分析を用いた。

4.1 調査項目

2次データ分析に用いる調査項目を以下に示す。日常生活に関する調査項目から、本研究に関連があると考えられる10項目を抽出した。

図表 10 調査項目 (2次データ)

質問番号	内容
Q1	充実した毎日を送っている。
Q2	社会の変化に関心がある。
Q3	自分の健康状態に不安を感じる。
Q4	他の人のために役に立っていると感じる。
Q5	毎日の生活に喜びを感じる。
Q6	自分の経済状態に不安を感じる。
Q7	趣味を楽しんでいる。
Q8	気持ちにゆとりがある。
Q9	人生に目標を持っている。
Q10	悩みを相談できる友達がいる。

4.2 探索的因子分析

分析を開始する前に、探索的因子分析を行った。その結果、うまくまとまらなかったため、Q3とQ4を削除し、再度探索的因子分析を行った。その結果、「F1:ストレスフリーな生活因子」、「F2:人生への心理的余裕因子」、「F3:自己・社会への関心因子」の3因子が妥当であるという結論が得られたため、この中で0.40(図表の黄色い部分)以上のものを各概

⁵ 出所) 公益財団法人 吉田秀雄記念事業財団 財団データベース オムニバス調査 オープンデータベース
http://www.yhmf.jp/data/omnibus_18.html (2015年11/11アクセス) 3.日常生活について から質問項目を抽出した。

念の観測変数として確認的因子分析を実行する。なお、探索的因子分析の結果を図表 11 に示す。

図表 11 探索的因子分析結果 (2 次データ)

変数	内容	F1:ストレスフリーな生活因子	F2:人生への心理的余裕因子	F3:自己・社会への関心因子
X1	充実した毎日を送っている。	1.09		
X2	社会の変化に関心がある。			0.43
X5	毎日の生活に喜びを感じる。	0.51		0.23
X6	自分の経済状態に不安を感じる。	-0.11	-0.34	0.11
X7	趣味を楽しんでいる。		0.42	0.23
X8	気持ちにゆとりがある。		1.08	
X9	人生に目標を持っている。	-0.12		0.93
X10	悩みを相談できる友達がいる。			0.39
固有値		1.49	1.47	1.33
寄与率		0.19	0.18	0.17
累積因子寄与率		0.19	0.37	0.54

4.3 確認的因子分析

先ほど定義した 3 因子とそれぞれに対応する質問項目が想定通りのまとまりを示すかを確かめるために確認的因子分析を実行した。方法として、R 言語 lavaan の測定方程式を利用した。その結果を図表 12 に示す。

結果として、想定通りのまとまりであり、指標を示す CFI, RMSEA, SRMR の値も良好であったため (CFI=0.995, RMSEA=0.038, SRMR=0.017)、この結果を共分散構造分析に利用する。

図表 12 確認的因子分析結果 (2 次データ)

	Estimate	Std.err	Z-value	P(> z)	Std.lv	Std.all
Latent variables:						
ストレスフリーな生活=						
充実した毎日を送っている	1.00				0.65	0.81
毎日の生活に喜びを感じる	1.06	0.06	18.78	0.00	0.69	0.85
人生への心理的余裕 =						
趣味を楽しんでいる	1.00				0.64	0.62
気持ちにゆとりがある	1.15	0.10	11.93	0.00	0.74	0.82
自己・社会への関心 =						
社会の変化に関心がある	1.00				0.44	0.55
人生に目標を持っている	1.60	0.16	9.91	0.00	0.70	0.71

CFI=0.995, RMSEA=0.038, SRMR=0.017

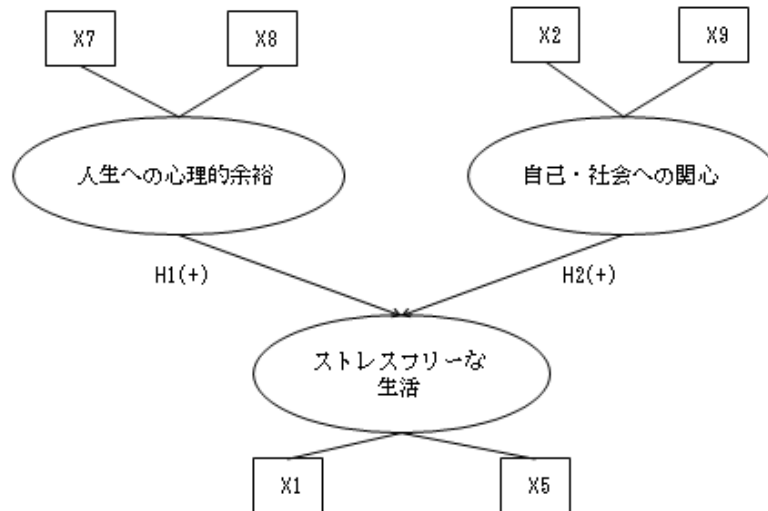
4.4 共分散構造分析

確認的因子分析で用いた R 言語 lavaan の測定方程式に構造方程式を追加し、共分散構造分析を実施した。確認的因子分析の結果から設定した以下の 2 つの仮説検定を行う。仮説を図表 13 に、パス図を図表 14 に示す。なお、ここでの H1、H2 に関して、本研究における仮説の番号とは関係がないものとする。

図表 13 仮説一覧 (2 次データ分析)

仮説	
H1	人生への心理的余裕はストレスフリーな生活に正の影響を与える
H2	自己・社会への関心はストレスフリーな生活に正の影響を与える

図表 14 パス図



共分散構造分析の結果を以下の図表に示す。CFI=0.995, RMSEA=0.038, SRMR=0.017 と良好な当てはまりであった。人生の心理的余裕と自己・社会への関心はともに 0.1%水準でストレスフリーな生活と正の相関を得られた。よって下記の仮説は支持された。また、図表 17 では、採択された仮説は黄色で示している。

- H1 人生への心理的余裕はストレスフリーな生活に正の影響を与える
(Estimate=0.40, z=5.78, P(>|z|)=0.00)
- H2 自己・社会への関心はストレスフリーな生活に正の影響を与える
(Estimate=0.70, z=5.96, P(>|z|)=0.00)

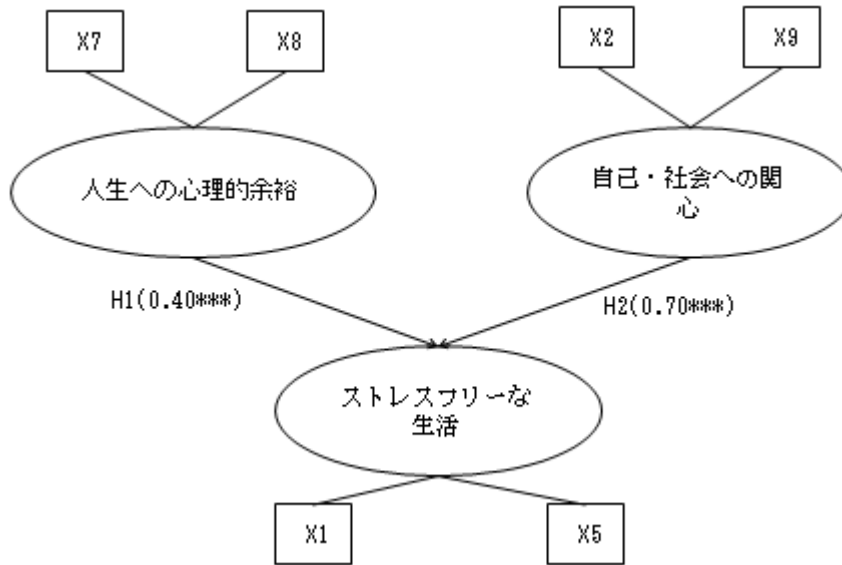
図表 15 共分散構造分析結果 (2次データ)

被説明変数	説明変数	Estimate	Std.err	Z-value	P(> z)	Std.lv	Std.all
ストレスフリーな生活	人生への心理的余裕	0.40	0.07	5.78	0.00***	0.40	0.40
ストレスフリーな生活	自己・社会への関心	0.70	0.12	5.96	0.00***	0.47	0.47

CFI=0.995, RMSEA=0.038, SRMR=0.017

注) 有意水準 ***:0.1%, **:1%, *:5%, .:10%

図表 16 結果パス図



注) 有意水準 ***:0.1%, **:1%, *:5%, :10%
 実線は採択、破線は棄却を示している

図表 17 仮説検定結果 (2次データ)

仮説		検定結果
H1	人生への心理的余裕はストレスフリーな生活に正の影響を与える	採択
H2	自己・社会への関心はストレスフリーな生活に正の影響を与える	採択

4.5 本研究との関わり

以上の検定結果より、H1では、人生への心理的余裕がストレスフリーな生活に正の影響があるという事がわかった。つまり、心理的余裕がないことがストレスの認知につながるのではないかと考え、心理的余裕のなさを「情動性」、「攻撃性」とし、それぞれがストレスに正の影響を与えるとして仮説に組み込む。「情動性」、「攻撃性」については後ほど仮説設定の章で詳しく記述する。

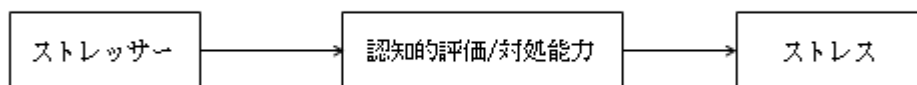
5. 仮説設定

5.1 分析の理論的枠組み

ここでは、先行研究や関連する2次データをもとにした仮説、著者が独自に考えた仮説を設定し、実際に分析を行っていく上で重要となる理論的枠組みについて記述する。

先行研究からの知見で述べた通り、消費者特性とストレスの種類、ストレス解消方法は相互に関係しているのではないかと考えた。そこで参考にしたのは、Lazarus and Folkmanによって提示された「Daily Hassles 理論」である。この理論によると、心理的ストレスの過程が、①外界の刺激であるストレッサーに対して、それを驚異的であると認知的に評価する事②ストレッサーに対処する事③その過程の中で生じるストレス反応という3つの成分から構成されているとしている。そこで本研究では、ストレッサーを消費者特性と関連付け、ストレスに対するコーピングをこの理論に組み込むことによって分析の理論的枠組みを設定した。「Daily Hassles 理論」の枠組みを図表 18 に、また、この理論を参考にし、著者が作成した本研究のブロック図を図表 19 に示す。

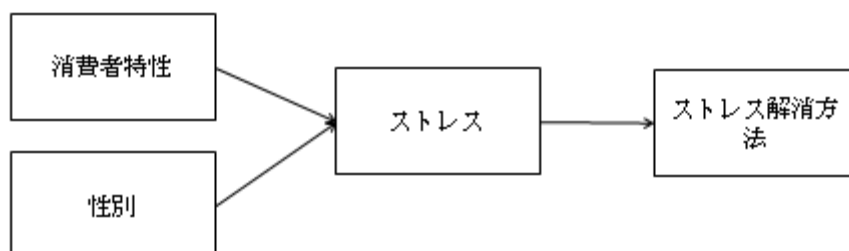
図表 18 「Daily Hassles 理論」のブロック図



出所) 第2章 心のケア 各論: 文部科学省

http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/clarinet/002/003/010/004.htm (2015年11/2アクセス)

図表 19 本研究におけるブロック図



5.2 本研究における仮説設定

ここでは、本研究で分析する仮説を設定し、また、その概念や根拠についても具体的に述べていく。

5.2.1 仮説に用いる概念とその定義

実際に仮説を設定する上で使用した概念について、その定義を記述する。

①情動性

何か出来事が起きた際に、感情の起伏が激しい性格。木島（2008）と2次データ分析結果を参考に設定した。

②攻撃性

他者に対して攻撃的な性格。木島（2008）と2次データ分析結果を参考に設定した。

③自己自信性

自らの意見を主張でき、自分に対して自信を持っている性格。木島（2008）を参考に設定した。

④コミュニケーション不足

対人コミュニケーションを苦手とする性格。

⑤性別

男女の性別。男性を1、女性を0とダミー変数化した。Ong et.al(2013)を参考に設定した。

⑥対人葛藤ストレス

他者とのすれ違いによって生じるストレス。橋本（1997）を参考に設定した。

⑦対人劣等ストレス

他者との比較により、自らの劣等感を感じるストレス。橋本（1997）を参考に設定した。

⑧対人希薄ストレス

他者とのかかわりやつながりが薄いことに起因するストレス。

⑨アクティブ系発散

体を動かしたり、主に外に出てストレス発散する方法。

⑩休養系発散

体は動かさず、のんびりしてストレス発散する方法。

⑪食的発散

食事（糖分摂取も含む）をしてストレス発散する方法。橋爪ら（2014）を参考に設定した。

⑫破壊行動

ものを破壊する事。

⑬購買行動

買い物をする事。

⑭運動

スポーツジムを利用したり、外で運動したりする事。

⑮読書

室内で本を読む事。漫画を読むことも含む。

⑯睡眠

睡眠をとる事。ベッドで寝る事を想定している。

⑰食事

カフェやレストラン、居酒屋などで食事をとる事。飲酒も含む。

5.2.2 仮説と仮説設定の根拠

1) 消費者特性に関する要因

木島（2008）では、ストレスコーピング尺度を作成するために因子分析をした結果、14つの因子が検出された。そのうち、「情動性ストレス耐性」を「情動性」、「攻撃性の抑制」を「攻撃性」、「自己主張」を「自己自信性」として本研究の仮説として設定した。

また、「情動性」、「攻撃性」に関しては先に記述した2次データ分析の仮説検定結果も根拠になっている。

H1 情動性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える

H2 情動性は対人劣等ストレスに正の影響を与える

H3 攻撃性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える

H4 自己自信性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える

H5 自己自信性は対人劣等ストレスに正の影響を与える

他者との関わりが薄い人は、そのこと自体にストレスを感じているのではないかと考え、独自に設定した。

H6 コミュニケーション不足は対人希薄ストレスに正の影響を与える

2) ストレス解消方法に関する要因

他者の行動に起因すると考えられる対人葛藤ストレスを抱えている人は、自意識が強く、ストレスの解消にアクティブさを求めるのではないかと考え、独自に設定した。

H7 対人葛藤ストレスはアクティブ系発散に正の影響を与える

橋爪ら（2014）によると、糖分（砂糖）にはストレス解消効果があるという結果が示されている。糖分だけを摂取する事は考えにくいいため、食料摂取全体を考える。さらに、ストレスの種類に関わらず、糖分摂取はストレス解消につながるのではないかと考え、設定した。

H8 対人葛藤ストレスは食的発散に正の影響を与える

H10 対人劣等ストレスは食的発散に正の影響を与える

H12 対人希薄ストレスは食的発散に正の影響を与える

鈴木ら (2014) によると、Negative 対処 (逃避行動など) 優先の学生は、ネットなどに依存する傾向が強いという結果が示されている。また、Ferrer et.al(2014)や Labbe et.al(2007)では、ストレスに対して音楽療法が有用であるという結果が示されている。さらに Evans et.al(2011)は「マインドフルネスストレス逓減法」の有用性について記述している。これらの事から、体を動かさずにストレス解消することは実際に有効な手段であると考え、設定した。

H9 対人劣等ストレスは休養系発散に正の影響を与える

H11 対人希薄ストレスは休養系発散に正の影響を与える

3) 性別に関する要因

Ong et.al(2013)によると、女性の方が男性よりも慢性的なストレスを感じているという結果が示されている。そのため、男女で特に異なりそうな「対人葛藤ストレス」について設定した。

H13 性別によって対人葛藤ストレスの度合いは異なる

4) ストレス解消意向に関する要因

本研究の事例研究における「八つ当たりどころ」の事例から、破壊するという行為がビジネスとして存在している以上、ストレス解消に効果的なのではないかと考え設定した。

H14 破壊行動はストレス解消意向に正の影響を与える

Youn(2000)によると、衝動買いを引き起こす要因の1つにストレスがあると示されているため、衝動買いに限らず、購買をすることがストレスの軽減にもつながるのではないかと考え設定した。

H15 購買行動はストレス解消意向に正の影響を与える

運動をすることでストレス解消している人は多くいるのではないかと考え、独自に設定した。

H16 運動はストレス解消意向に正の影響を与える

Ferrer et.al(2014)や Labbe et.al(2007)は音楽がストレス解消に効果的である事を示している。そのため、似たような休養はストレス解消に効果的なのではないかと考え設定した。

H17 読書はストレス解消意向に正の影響を与える。

H18 睡眠はストレス解消意向に正の影響を与える

橋爪ら（2014）によると、糖分にはストレス解消効果があるという事が示されている。食事には何かしら砂糖が入っている場合が多く、また甘いものを食べる事でもストレス解消に効果的なのではないかと考え設定した。

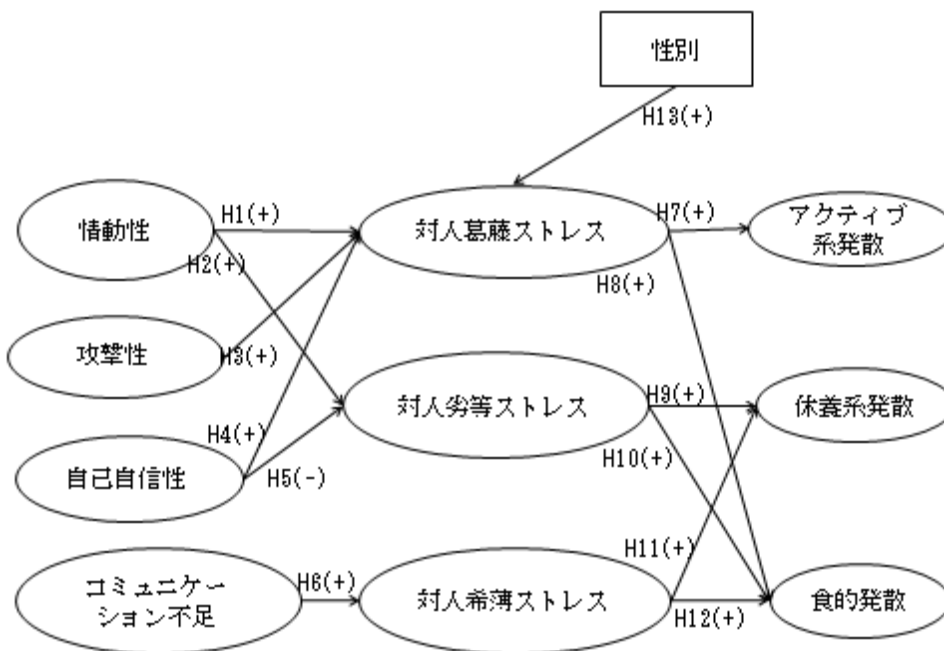
H19 食事はストレス解消意向に正の影響を与える

以下に仮説一覧と、仮説に関するパス図を示す。

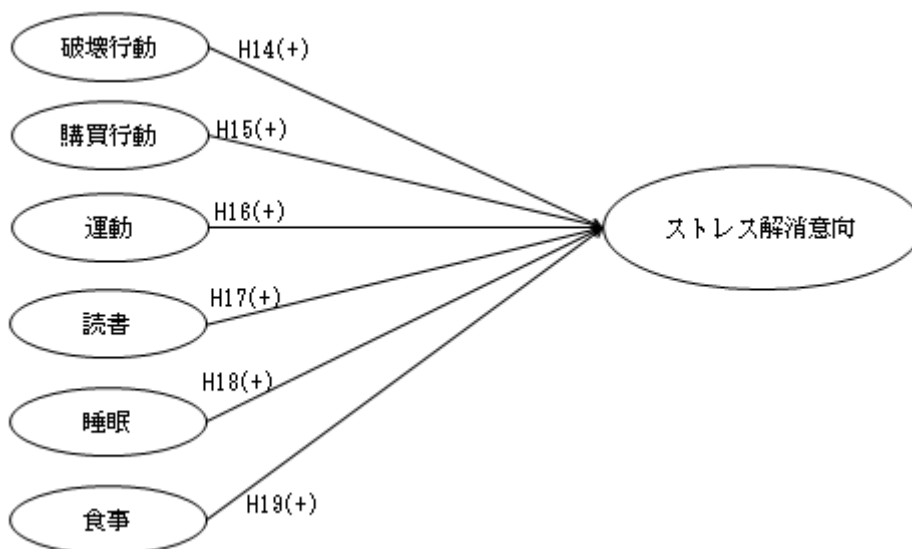
図表 20 仮説一覧

	仮説
H1	情動性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える
H2	情動性は対人劣等ストレスに正の影響を与える
H3	攻撃性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える
H4	自己自信性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える
H5	自己自信性は対人劣等ストレスに負の影響を与える
H6	コミュニケーション不足は対人希薄ストレスに正の影響を与える
H7	対人葛藤ストレスはアクティブ系発散に正の影響を与える
H8	対人葛藤ストレスは食的発散に正の影響を与える
H9	対人劣等ストレスは休養系発散に正の影響を与える
H10	対人劣等ストレスは食的発散に正の影響を与える
H11	対人希薄ストレスは休養系発散に正の影響を与える
H12	対人希薄ストレスは食的発散に正の影響を与える
H13	性別によって対人葛藤ストレスの度合いは異なる
H14	破壊行動はストレス解消意向に正の影響を与える
H15	購買行動はストレス解消意向に正の影響を与える
H16	運動はストレス解消意向に正の影響を与える
H17	読書はストレス解消意向に正の影響を与える
H18	睡眠はストレス解消意向に正の影響を与える
H19	食事はストレス解消意向に正の影響を与える

図表 21 パス図① (消費者特性とストレスの種類、ストレス解消方法に関する仮説)



図表 22 パス図② (ストレス解消意向に関する仮説)



6. データ分析

6.1 本章の枠組み

本章では、仮説検定をするための調査方法、調査対象、単純集計結果を示す。また、アンケートを実施する前にプリテストを実施したため、その概要についても記述する。

6.2 プリテスト

プリテストに関しては、著者の知人 23 名（男性 16 名、女性 7 名、慶應義塾大学及び他大学の大学生）を対象に、分析に用いるコンジョイント部分の属性について、「重視した度合い」と「定義のわかりやすさ」について回答してもらった。

プリテストで検定した属性は、仮説に含まれている「破壊行動」、「購買行動」、「運動」、「読書」、「睡眠」、「食事」の 6 つである。それぞれの平均と分散の結果を図表 23 に示す。

図表 23、24 の結果から、「破壊行動」を重視した人が少なく、また定義もわかりにくい人が多かったため、アンケートから除外することとした。また、「購買行動」に関しても重視した人が少なかったが、プリテストにおいては女性が 7 名のみだったことから、実際のアンケートで女性の数が増えると重視する人の割合が増えるのではないかと考え、アンケートに残すこととした。

図表 23 重視した度合い（平均と分散）

	破壊	購買	運動	読書	睡眠	食事
平均	2.32	2.86	3.95	3.18	4.36	4.14
分散	1.75	1.36	1.28	1.77	0.90	0.89

図表 24 定義のわかりやすさ（平均と分散）

	破壊	購買	運動	読書	睡眠	食事
平均	3.18	4.18	4.32	4.23	4.14	4.27
分散	1.49	0.54	0.61	0.56	0.79	0.59

6.3 調査概要

本研究では、著者の知人、知人の知人に対してアンケートを実施した。主な調査対象者は慶應義塾大学と他大学の 1 年生から 4 年生までであり、サンプル数は 224 名（男性 126 名、女性 98 名）である。また、回収率は 100%、有効回答数は 224 であった。

分析方法として、H1 から H13 までを共分散構造分析、H14 から H19 についてコンジョイント分析を適用した。なお、分析は統計ソフト R を使って行い、有意水準は 10%としている。

アンケートでは、日常のストレスなどについての質問項目を記載した実態調査も実施した。詳しい質問項目やフォーマットに関しては本論文の文末ページに記載する。

6.4 単純集計

以下にアンケートの各項目における単純集計を示す。

性別は男性が 56.3%、女性が 43.8%であることから、男性や女性だけに偏った分析結果になる可能性は少ないと考える。年齢に関してはほぼ全ての人が大学生であり、その他で社会人を選択した人も短期大学から社会人になった人であるため、実際には大学3年生と同じ年齢である。(図表 25(a))

また、図表 25(b)に示したように、日頃ストレスを感じている人が大半なのではないかと考えていたが、予想よりもストレスを感じていない人も多かった。ストレスを感じている人、感じていない人に関しては様々な要因があることもわかったが、ストレスを感じていない人は友人との関係が良好である人が多く、ストレスを感じている人は学業面に関してのストレスが多かった。

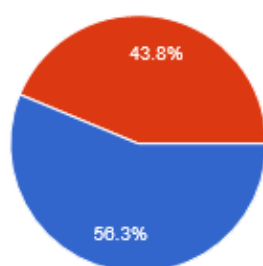
また、図表 25(c)からもわかる通り、ストレス解消方法に関してはこちらが提示した選択肢を幅広く回答していただけたため、個人の趣味や性格に起因するものである事は間違いないだろう。しかし、物を壊したり誰かに八つ当たりするという選択肢を回答した人は非常に少なかったことから、他人に迷惑をかけるストレス解消方法は好まれないということがわかった。

ストレス解消方法は多様であったが、ストレス解消施設に関してはカラオケに行く人が多かった。これは実際にストレス解消できる施設としてはカラオケが最も大学生にとって身近であり気軽に行けることに起因すると考えられる。

図表 25 単純集計結果

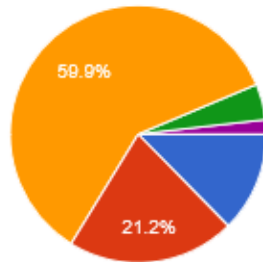
(a)性別・年齢

性別



男性	126	56.3%
女性	98	43.8%

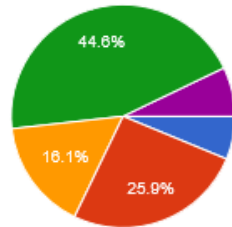
年齢



大学1年生	28	12.6%
大学2年生	47	21.2%
大学3年生	133	59.9%
大学4年生	10	4.5%
その他	4	1.8%

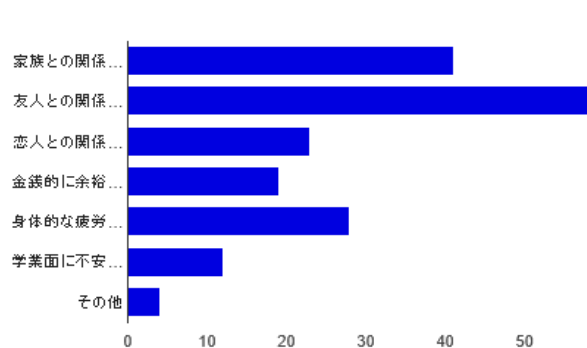
(b) ストレスの有無・理由

1. 現在の生活にストレスを感じていますか。



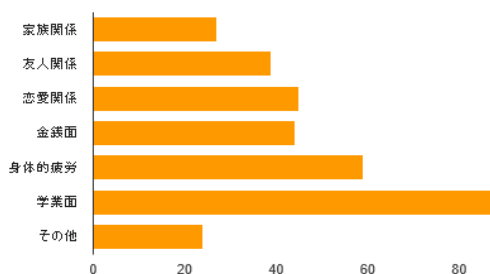
全く感じていない	14	6.3%
感じていない	58	25.9%
どちらでもない	36	16.1%
感じている	100	44.6%
非常に感じている	16	7.1%

2. なぜストレスを感じていないのですか。



家族との関係が良好だから	41	56.9%
友人との関係が良好だから	59	81.9%
恋人との関係が良好だから	23	31.9%
金銭的に余裕があるから	19	26.4%
身体的な疲労があまりないから	28	38.9%
学業面に不安がないから	12	16.7%
その他	4	5.6%

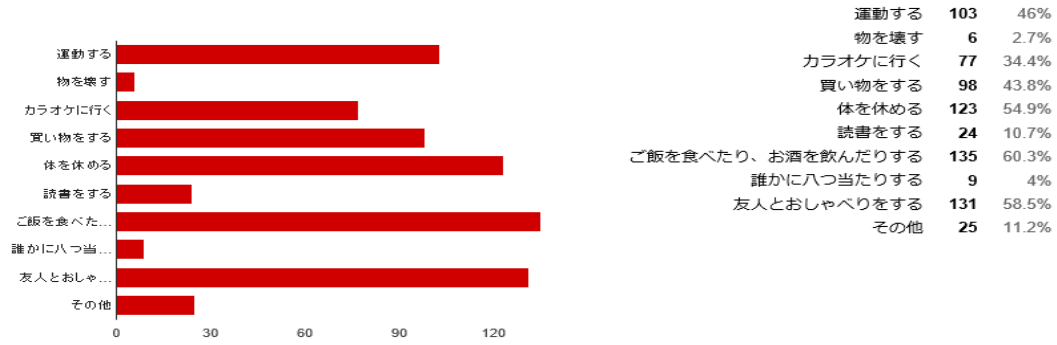
3. 何に対してストレスを感じていますか。



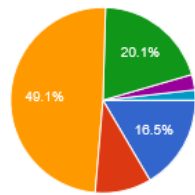
家族関係	27	19.6%
友人関係	39	28.3%
恋愛関係	45	32.6%
金銭面	44	31.9%
身体的疲労	59	42.8%
学業面	88	63.8%
その他	24	17.4%

(c) ストレス解消方法・施設

4. あなたのストレス解消方法はなんですか。

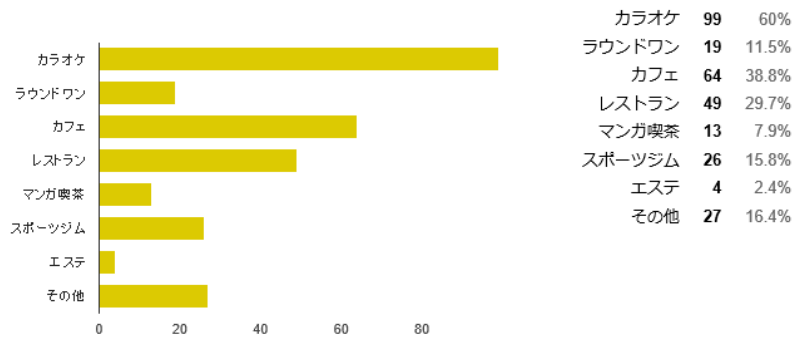


5. ストレス解消施設を利用する頻度はどのくらいですか。



全く行かない	37	16.5%
年に1~2回程度行く	22	9.8%
月に1~2回程度行く	110	49.1%
週に1~2回程度行く	45	20.1%
ほぼ毎日行く	6	2.7%
その他	4	1.8%

6. 具体的にどんな所ですか。



図表 26 は、共分散構造分析をするための質問項目とそれぞれの平均値、分散値を示している。なお本アンケートでは、1 から 5 の 5 段階で回答してもらった。1 が「全く当てはまらない」、2 が「当てはまらない」、3 が「どちらでもない」、4 が「当てはまる」、5 が「非常に当てはまる」である。

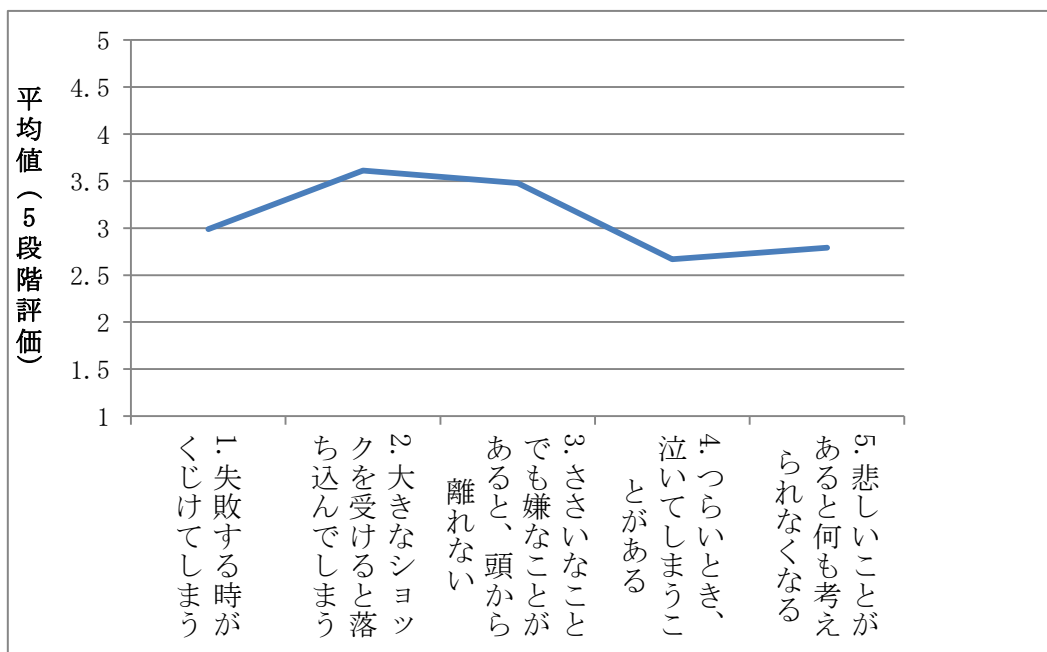
図表 26 アンケート質問項目（共分散構造分析部分）

仮説との対応概念		質問項目	平均	分散
情動性	Q1	失敗すると、気がくじけてしまう。	2.99	1.42
	Q2	大きなショックを受けると落ち込んでしまう。	3.61	1.15
	Q3	ささいな事でも嫌なことがあると、頭から離れない。	3.48	1.44
	Q4	つらいとき、泣いてしまうことがある。	2.67	1.85
	Q5	悲しいことがあると何も考えられなくなる。	2.79	1.49
攻撃性	Q6	イライラすると顔に出してしまう方だ。	3.31	1.26
	Q7	他人に対してイライラすることがある。	3.72	0.99
	Q8	怒りで我を忘れそうになったことがある。	2.18	1.33
	Q9	イライラするような状況には我慢できない。	2.67	1.25
自己自信性	Q10	自分は他人に対して、少し攻撃的な物言いをするとところがあると思う。	2.92	1.45
	Q11	自分は他人より優れた点があると思う。	3.33	1.08
	Q12	様々な物事に対してうまく対応できる自信がある。	3.08	1.07
	Q13	嫌なことに対して自分の主張をすることができる。	3.28	1.18
	Q14	自分に自信を持っている。	2.88	1.32
コミュニケーション不足	Q15	自己主張が強い方だ。	2.98	1.26
	Q16	人見知りな方だ。	3.04	1.66
	Q17	友人はあまり多くないと思う。	2.96	1.49
	Q18	他人と話すのが苦手だ。	2.47	1.25
	Q19	直接話すよりも、メールやLINEなどの方が気楽だ。	2.58	1.37
対人葛藤ストレス	Q20	1日のうち、誰かと話す時間はあまりない。	2.08	1.11
	Q21	知人と喧嘩した。	3.65	0.99
	Q22	知人が無責任な行動をした。	3.81	0.77
	Q23	知人に軽蔑された。	3.78	0.92
	Q24	知人に嫌な思いをさせた。	3.87	0.7
対人劣等ストレス	Q25	知人に無理な要求をされた。	3.45	1.07
	Q26	知人が自分の事をどう思っているのか気になった。	3.26	1.24
	Q27	知人とどのように付き合っているのかわからない。	2.93	1.23
	Q28	自分の言いたいことが相手に伝わらなかった。	3.2	1.12
	Q29	無理に相手に合わせた会話をした。	3.03	1.26
対人希薄ストレス	Q30	知人と比べて劣等感を感じた。	3.26	1.28
	Q31	友人の数が少ない。	2.31	1.21
	Q32	他人とあまり会話することができない。	2.8	1.23
	Q33	話したくないときに話さなければならない。	3.28	1.44
	Q34	おしゃべりしたい時に会話する相手がいない。	2.81	1.29
アクティブ系発散	Q35	集団に溶け込めない。	3.18	1.43
	Q36	運動をしてストレス解消することがある。	3.55	1.49
	Q37	物を壊してストレス解消することがある。	1.84	1.13
	Q38	カラオケをしてストレス解消することがある。	3.25	1.99
	Q39	買い物をしてストレス解消することがある。	3.43	1.74
休養系発散	Q40	旅行に行ってストレス解消することがある。	3.04	1.91
	Q41	読書をしてストレス解消することがある。	2.26	1.53
	Q42	睡眠をとってストレス解消することがある。	4.17	0.89
	Q43	お風呂に入ってストレス解消することがある。	3.45	1.59
	Q44	映画を見てストレス解消することがある。	3.13	1.79
食的発散	Q45	音楽を聞いてストレス解消することがある。	3.98	1.06
	Q46	甘いものを食べてストレス解消することがある。	3.44	1.93
	Q47	いつもよりたくさん食べてストレス解消することがある。	3.55	1.61
	Q48	お酒を飲んでストレス解消することがある。	3.23	1.9
	Q49	いつもより高級な食べ物を食べてストレス解消することがある。	2.79	1.73
	Q50	カフェで食事をとったり飲み物を飲んだりしてストレス解消することがある。	2.95	1.88

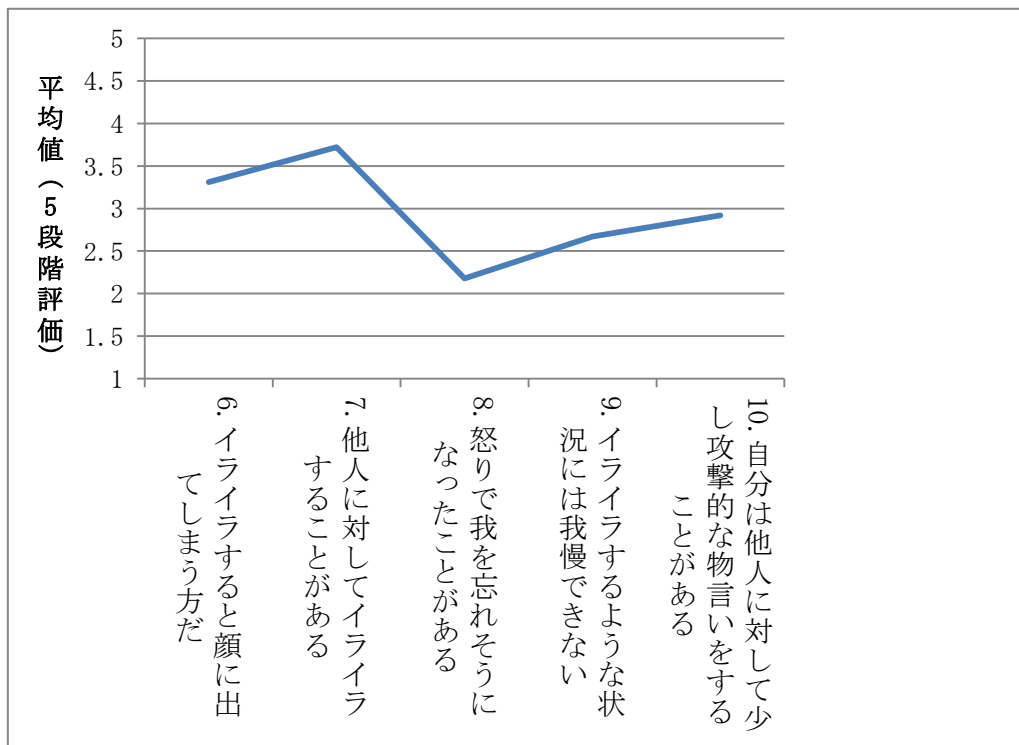
図表 27,28,29 にそれぞれの項目の平均値の折れ線グラフを示す。平均値が安定している項目は探索的因子分析で想定通りのまとまりを示したが、平均値が安定していない項目は想定外のまとまりを示す結果となった。

情動性は、ほとんど想定通りのまとまりを示した。質問項目 4 (つらいとき泣いてしまうことがある) や 5 (悲しいことがあると何も考えられなくなる) に関しては、少し過剰な情動性項目になってしまったことが要因で他の平均値よりも低い結果となった。

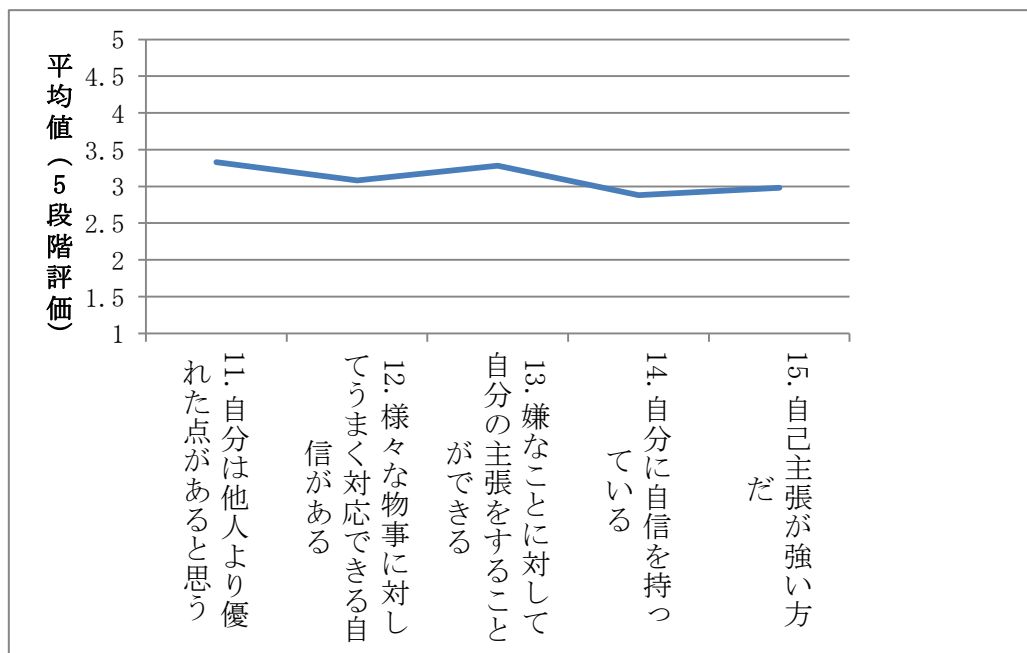
図表 27 消費者特性項目 平均値



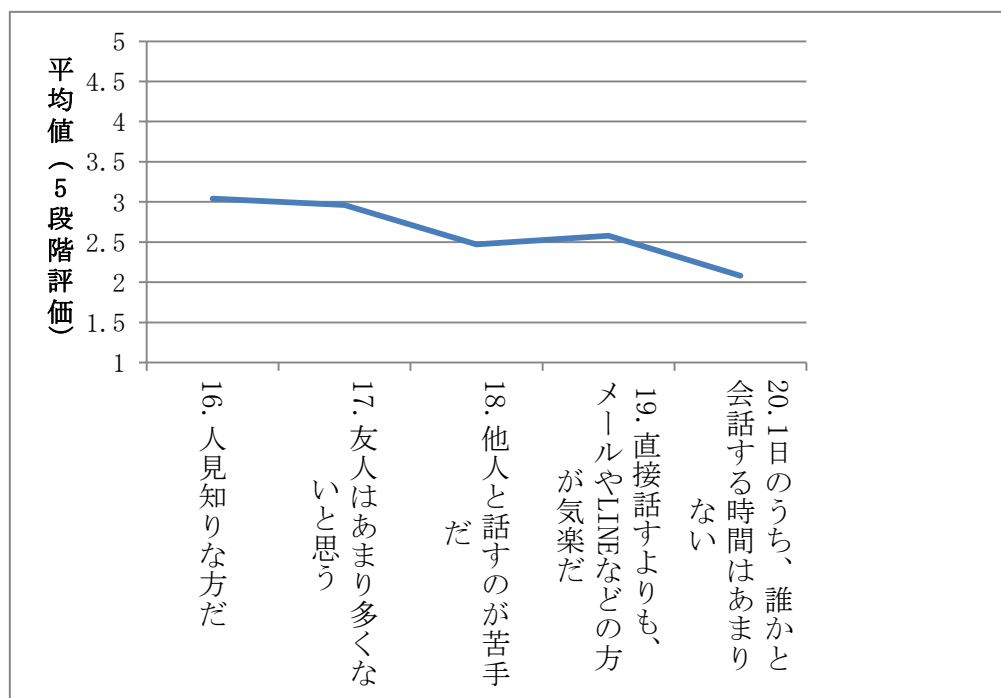
攻撃性に関しては、イライラする度合いによって平均値が大きく変わってしまった。他人に対してイライラする程度ならほとんどの人が感じているが、怒りで我を忘れそうになった程度になると、平均値は下がる傾向となった。



自己自信性に関しては、かなり良いまとまりを示した。しかし、多くの人が3（どちらでもない）を回答しているため、質問項目としてはより精度を上げる必要があった。

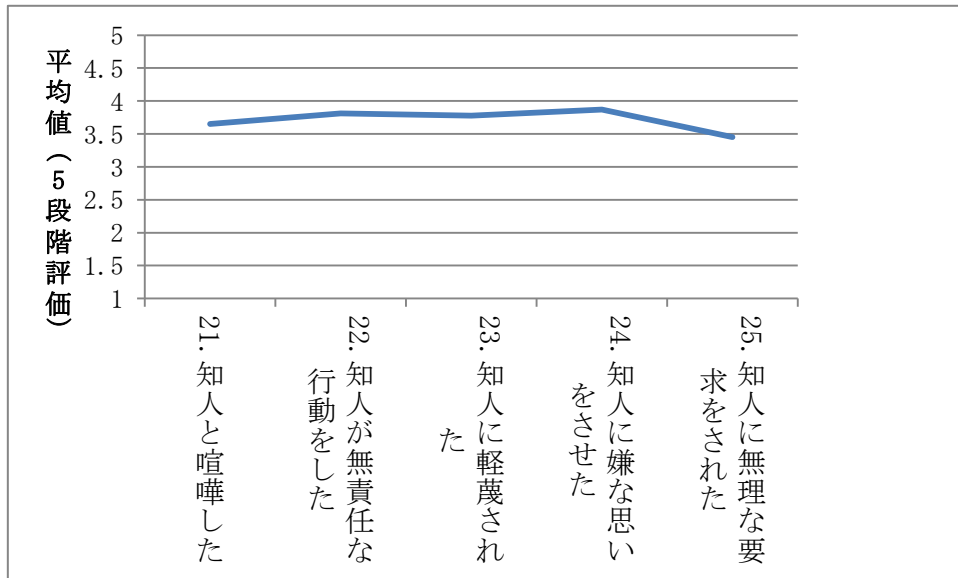


コミュニケーション不足に関しては、当初の想定通り、平均値は低くなった。大学生を中心に調査をしているので、友達が少ない人は少ない傾向があるが、中にはこれらの項目で高い値をとる回答者もいる事から、分析では有意な結果が出る可能性がある。

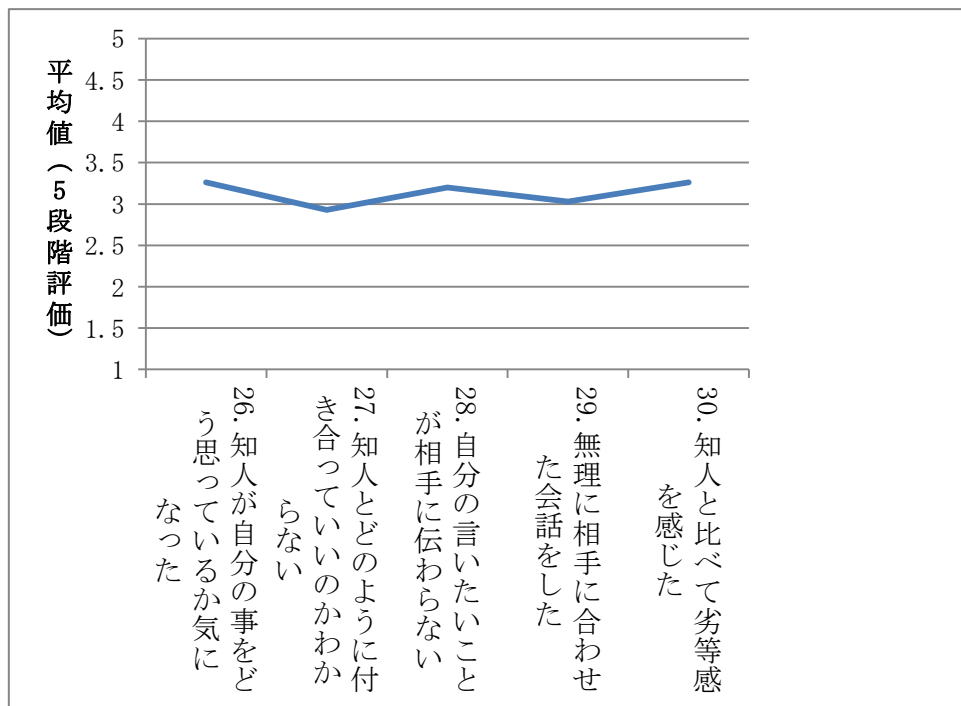


対人葛藤ストレスに関しては、良いまとまりを示した。それに加えて高い平均値をとっているため、質問項目としては適切であったと考える。

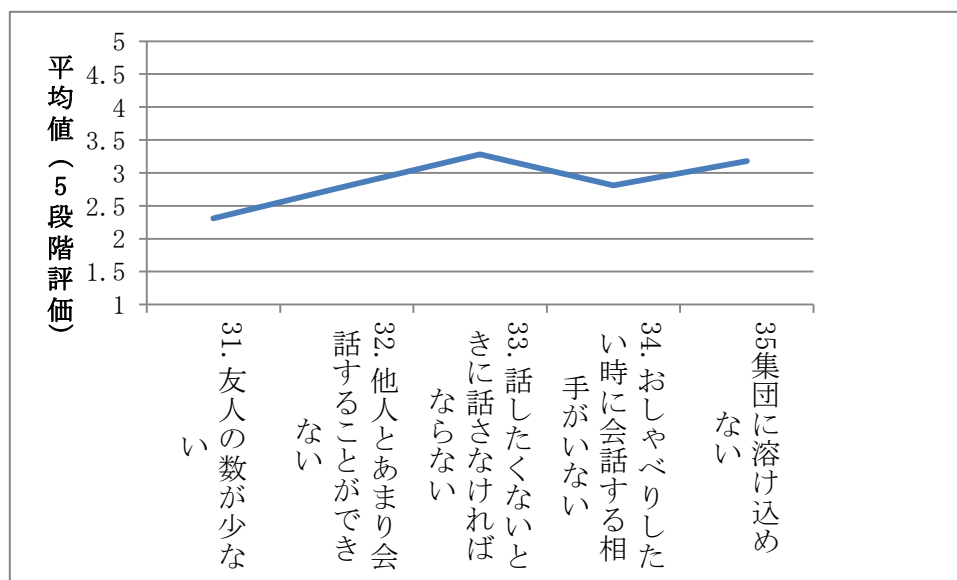
図表 28 ストレスの種類項目 平均値



対人劣等ストレスに関しては、3（どちらでもない）を回答した人が多いことから、自己自信性項目と同じような傾向となっている。対人葛藤ストレス項目よりは平均値が下がっている。

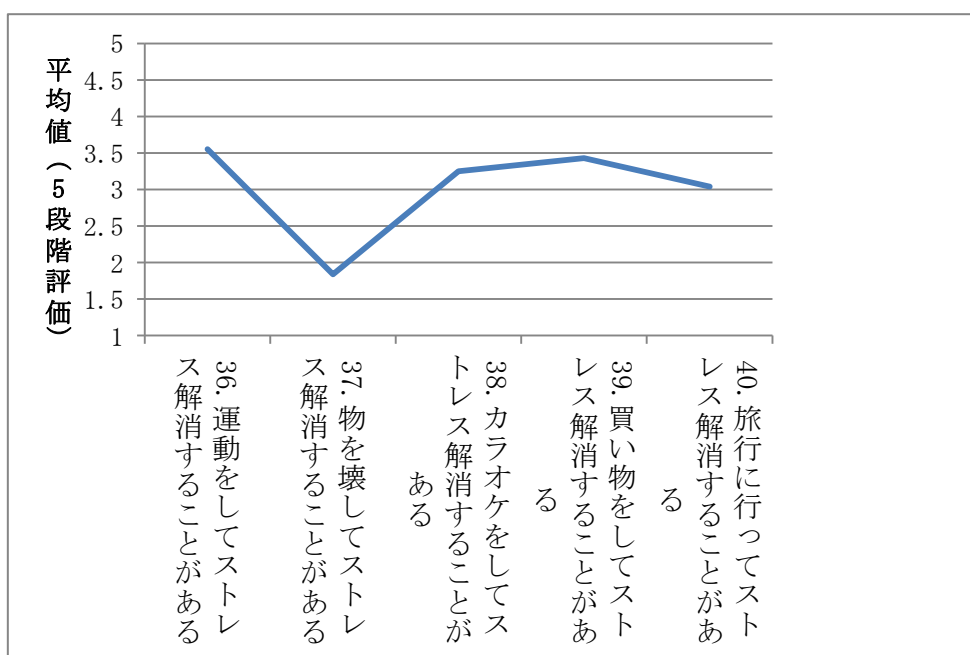


対人希薄ストレスに関しては、コミュニケーション不足項目と同じように平均値は低くなったが、質問項目 35（集団に溶け込めない）に関してはやや平均値が高くなった。

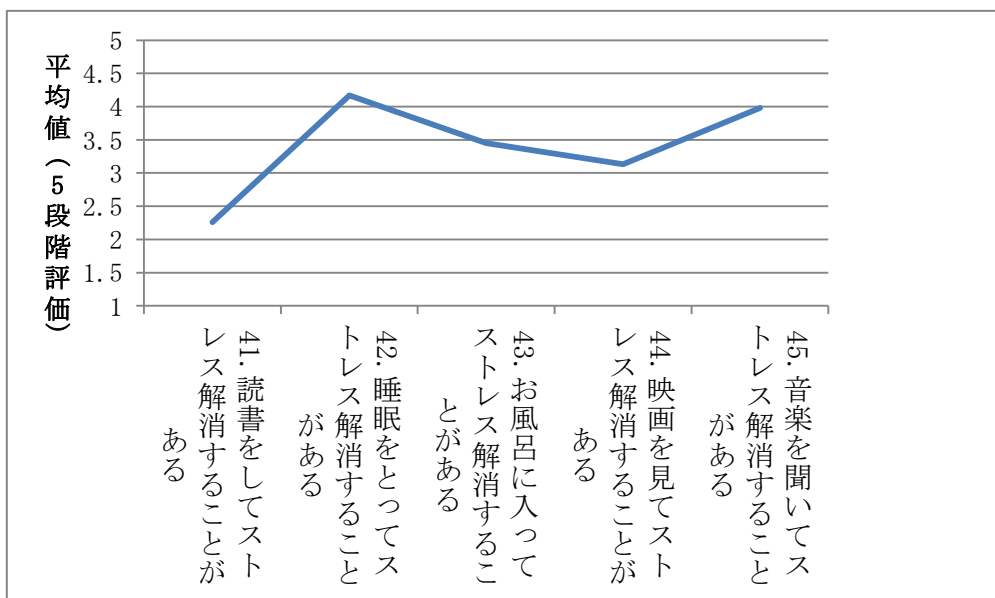


アクティブ系発散に関しては、非常にまとまりが悪くなってしまった。その原因の一つとしては、図表からもわかる通り、質問項目 37（物を壊してストレス解消することがある）の平均値が非常に低くなってしまったことが挙げられる。

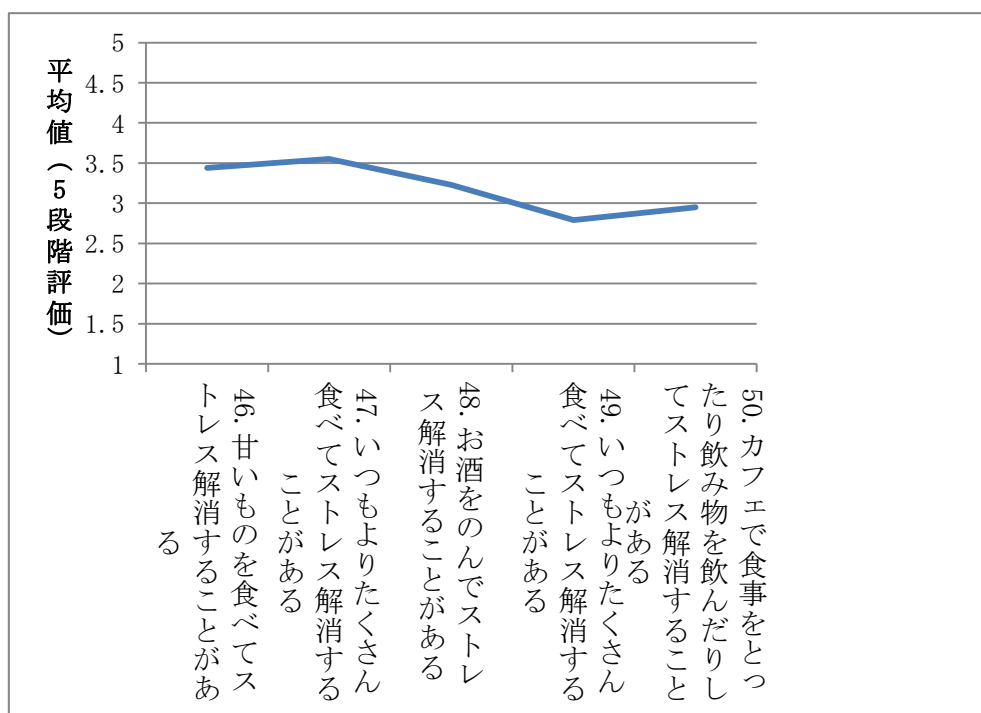
図表 29 ストレス発散項目 平均値



休養系発散に関しても、アクティブ系発散と同様、あまりまとまりは良くなかった。それぞれの質問項目のストレス解消手段のジャンルが「休養系」と一まとめにするのが難しかったのだろうか。



食的発散に関しては、すべての質問項目が飲食に関係する内容であったためにやや高めの平均値にまとまった。

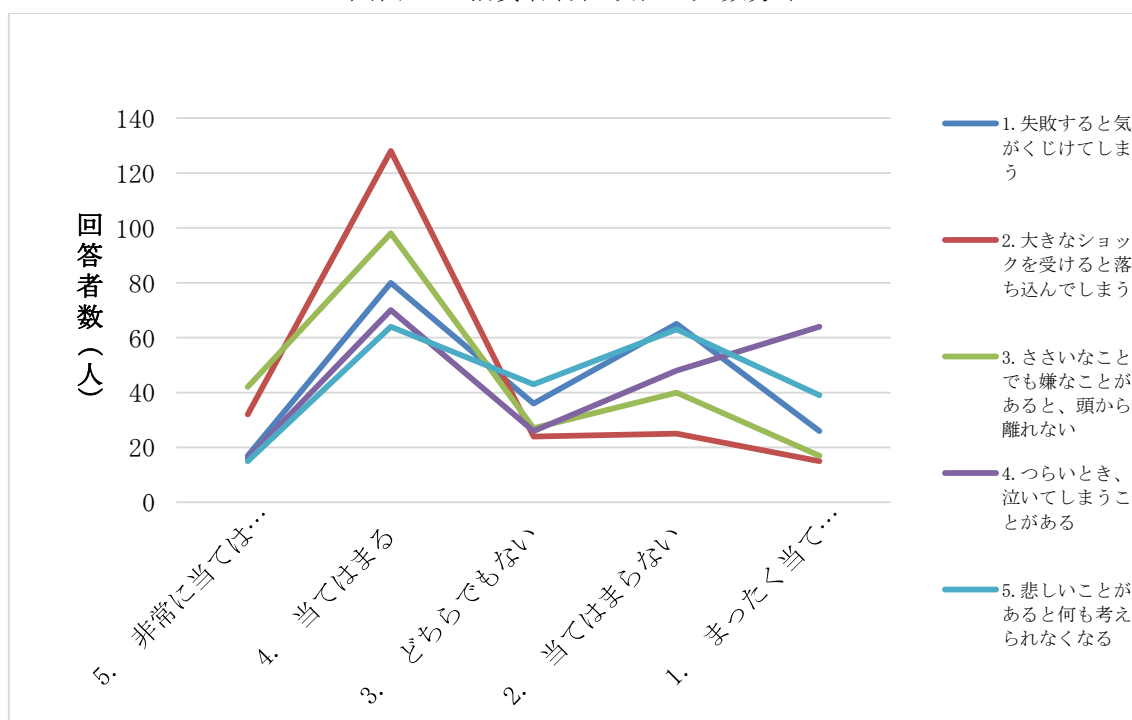


また、図表 26 で示した質問項目に関して、それぞれの人数分布を折れ線グラフで表したものが図表 30,31,32 である。図表 30 では、消費者特性の項目、図表 31 ではストレスの種類項目、図表 32 ではストレス解消方法の項目を示している。

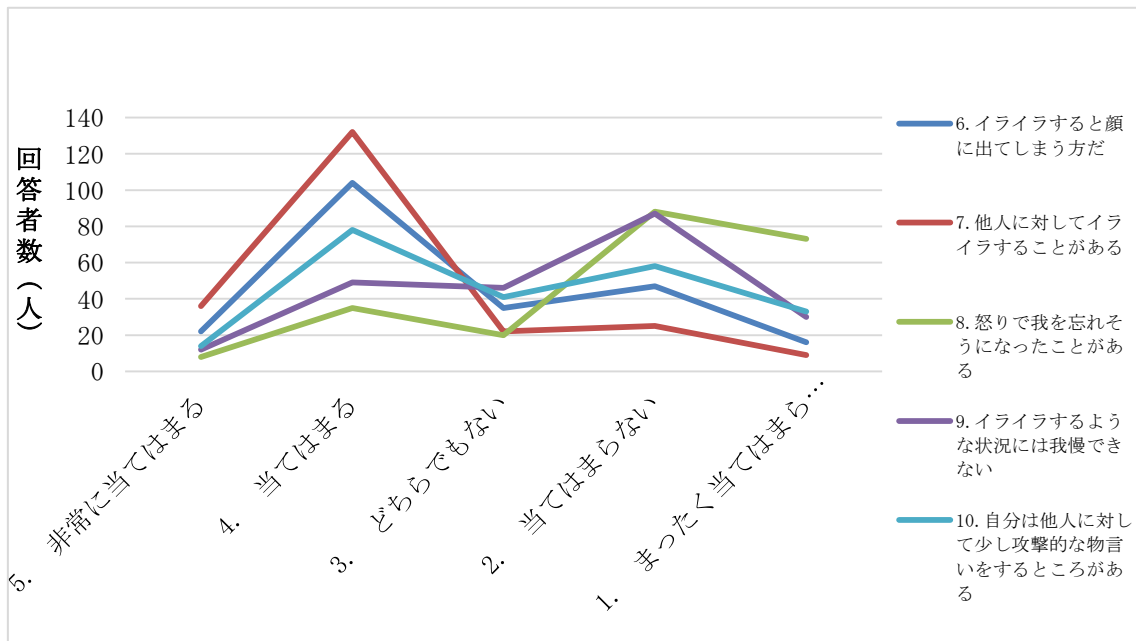
消費者特性に関しては、コミュニケーション不足項目以外は人数分布が似ていることがわかる。コミュニケーション不足に関しては二極化したように思われる。先に記述したように、調査対象が大学生なので基本的には友達が少ない人の数は少なかったが、一人もいないわけではないため、その結果、コミュニケーション不足傾向の人たちと、そうではない人たちで二極化していると考えられる。

情動性項目に関しては、4（当てはまる）、5（非常に当てはまる）と回答した人が多かった。特に、ショックを受けると落ち込んでしまうという質問項目に対しては当てはまらないと回答した人は非常に少なかった。程度の差はあるにしても、基本的には皆情動性を持っているのだと考える。

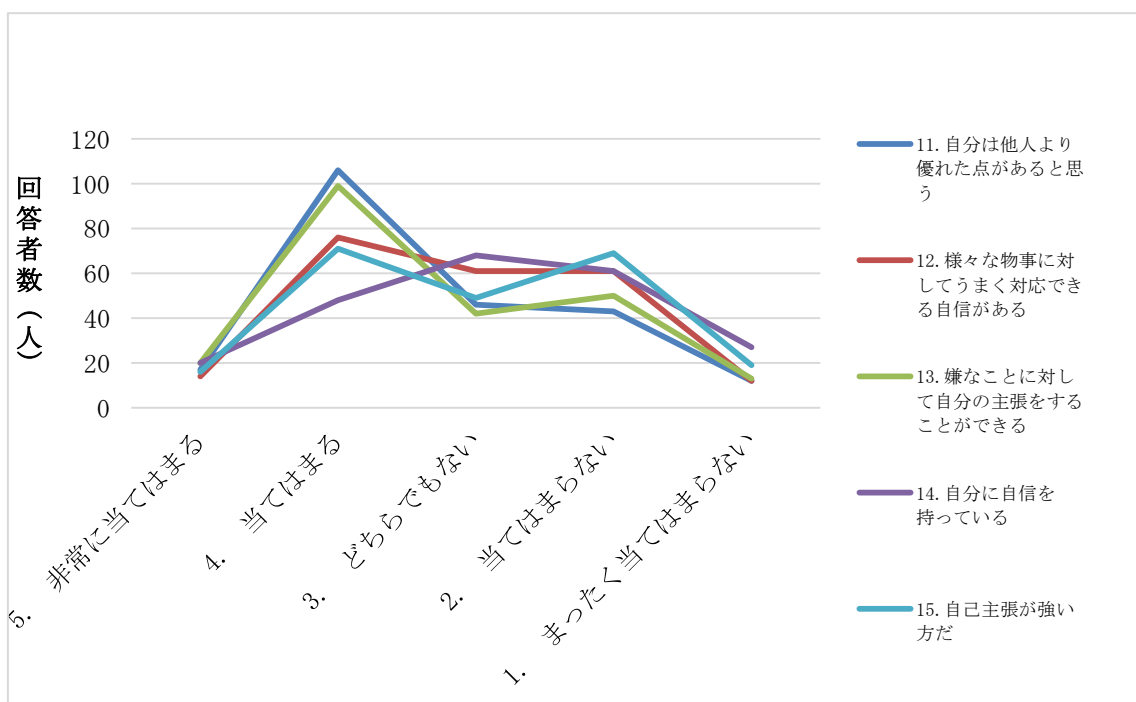
図表 30 消費者特性項目 人数分布



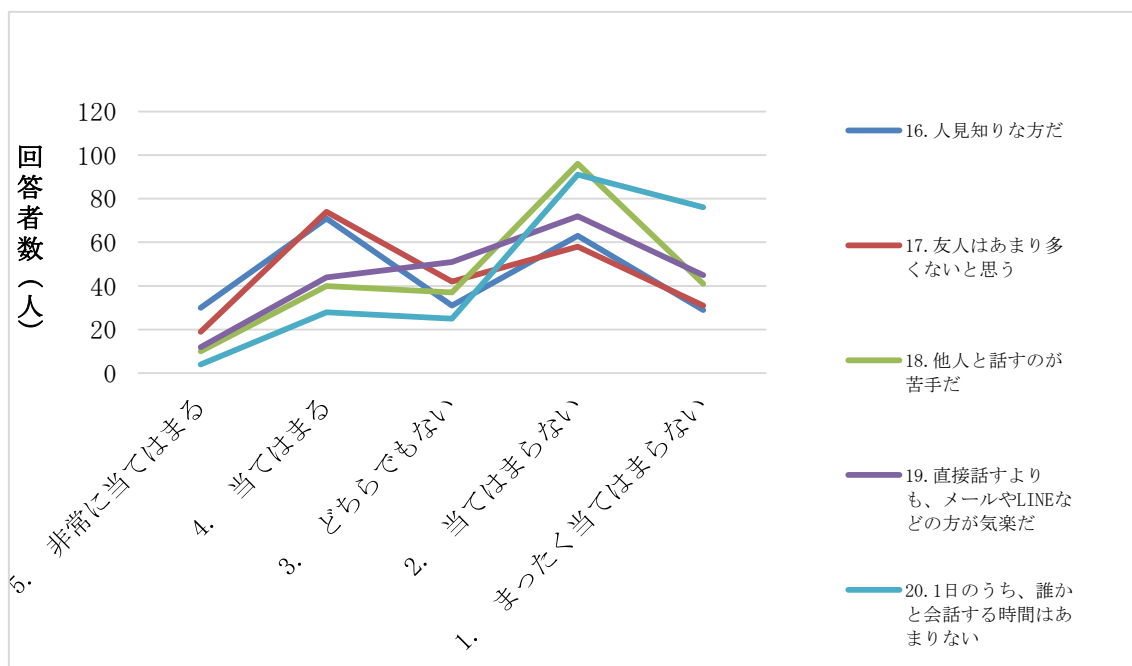
攻撃性項目に関しては、「怒りで我を忘れそうになったことがある」という質問項目には、当てはまらないと回答した人が多かった。こちらも情動性項目と同じように、程度の差はあるにしても、皆攻撃性を持っている事が考えられる。



自己自信性項目に関しては、想定していたよりも当てはまると回答した人は少なかった。「自分は他人より優れた点があると思う」に対しては当てはまると回答した人が多かったにもかかわらず、「自分に自信を持っている」に対してはどちらでもないと回答した人が比較的多いことから、何かしらの優れた点があるとは思いますが、すべての面において自分に自信がある人は少ないことがわかった。



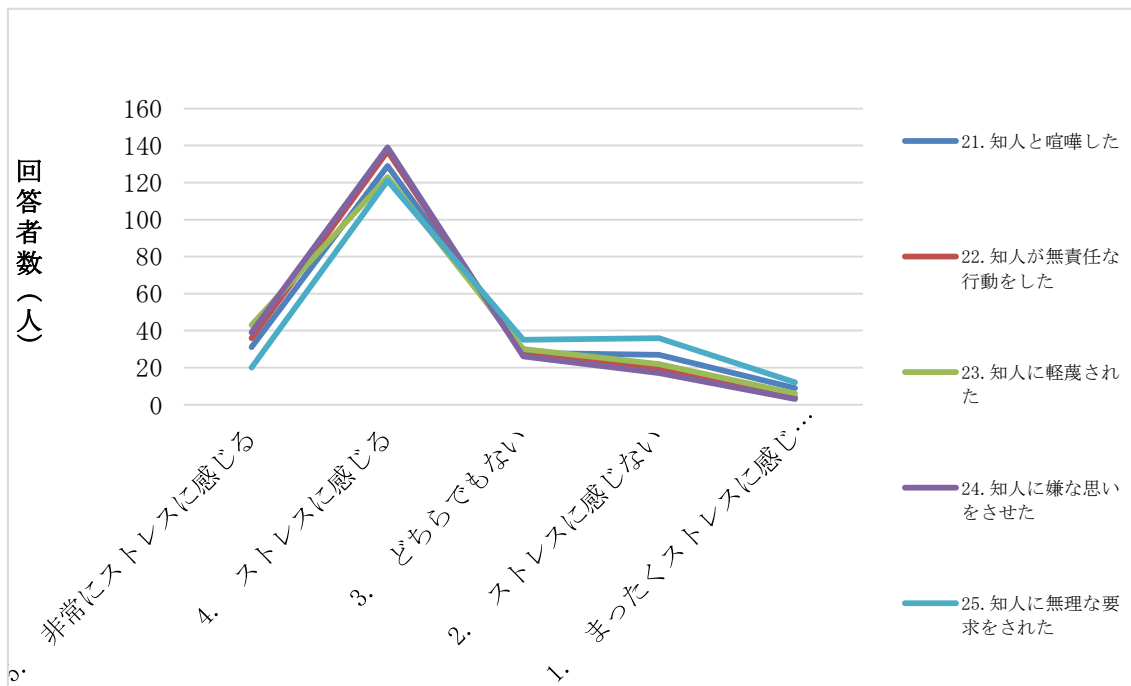
コミュニケーション不足項目に関しては、想定していたよりも当てはまらないと回答した人が多かった。自分が人見知りだと思っている人は多いにもかかわらず、1日のうち誰かと話す時間はあまりない人は非常に少なかった。当初これらの質問は似た傾向を示すのではないかと考えていたが、初対面の人に対してひとみしりであったとしても、仲の良い友人がいれば、友人が少ないとは感じにくいのではないかと考えた。



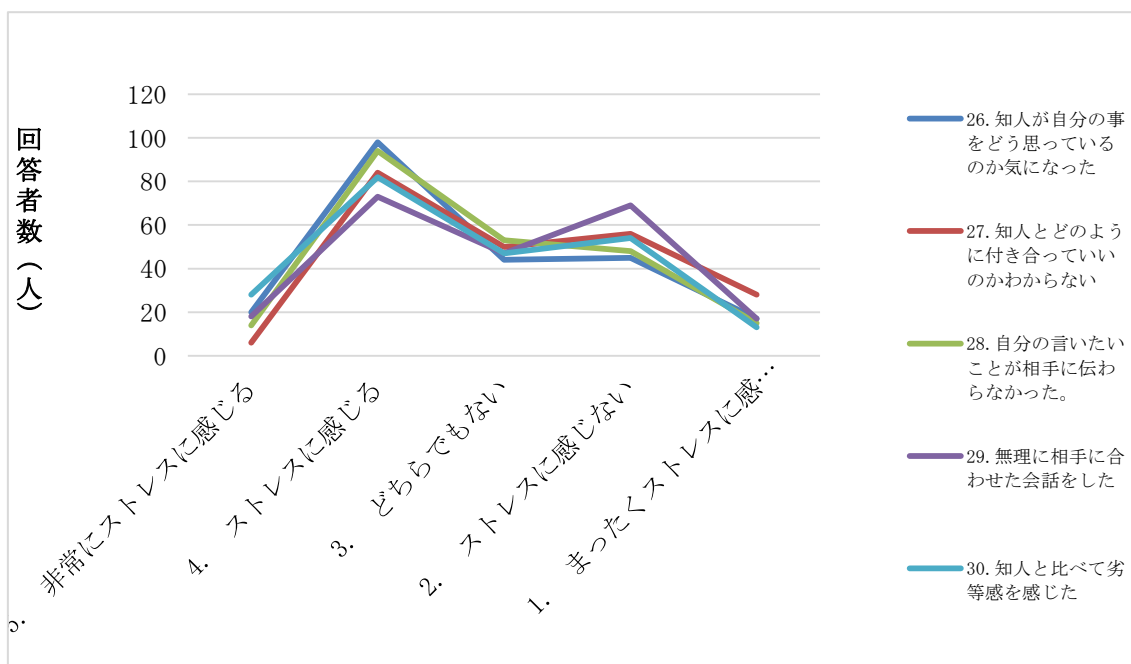
ストレスの種類に関しては、対人葛藤ストレス項目においてきれいな形になったことから、質問項目の設定は妥当であったのではないかと考えた。

対人葛藤ストレスに関しては、非常に想定通りの結果を示した。すべての質問項目でストレスに感じると回答した人が多いという結果となった。

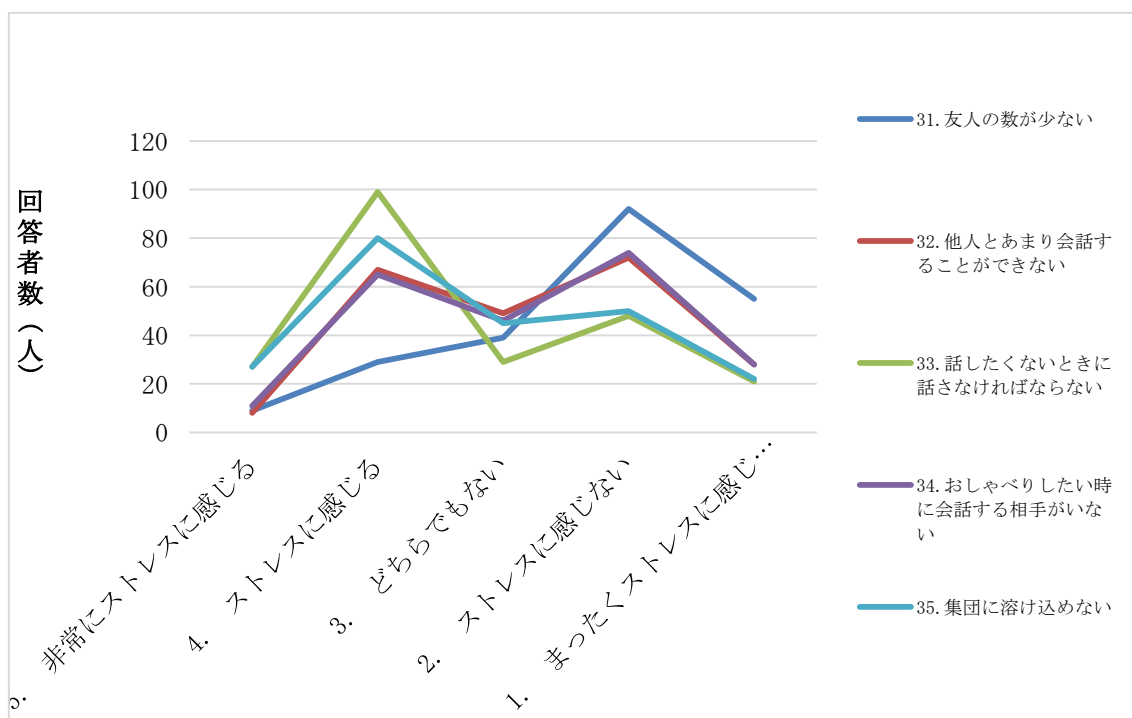
図表 31 ストレスの種類項目 人数分布



対人劣等ストレスに関しては、二極化したように思われる。対人葛藤ストレスとは異なり、こちらの対人劣等ストレスは、ストレスに感じない人とストレスを感じる人がいるからだと考えられる。この傾向が消費者特性に関わっているのかどうかについて、後述の分析によって明らかにしていく。



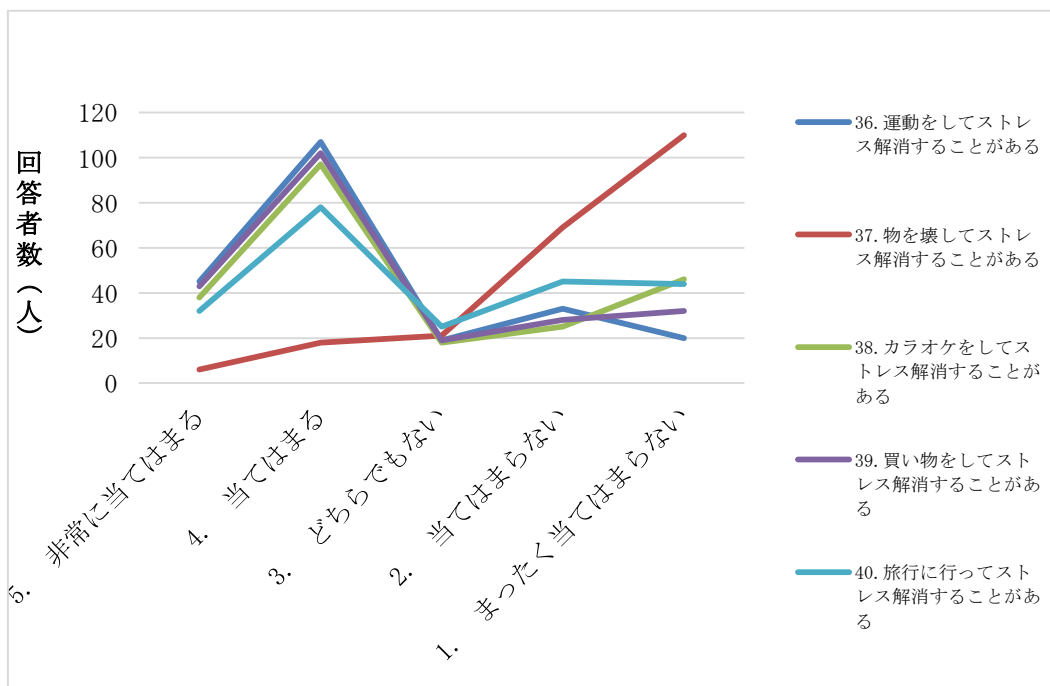
対人希薄ストレスに関しては、非常にまとまりのない結果となった。特に、友人の数が少ないことに対しては、先述したコミュニケーション不足項目と同様に、仲のいい友人がいる事で、数の少なさによるストレスはあまり感じていないのではないだろうか。



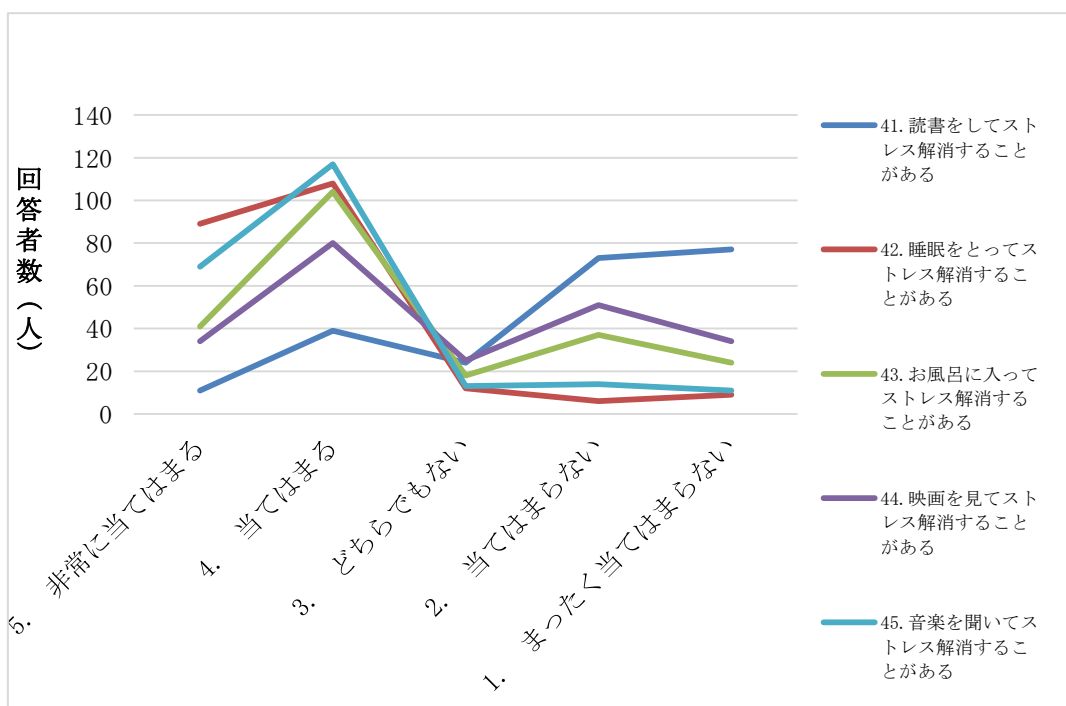
ストレス解消方法に関しては、食的発散以外がうまくまとまらず、質問項目の妥当性に少し問題があった可能性がある。

アクティブ系発散項目に関しては、物を壊してストレス解消することがある人が非常に少なく、この質問項目を変更していれば、想定通りのまとまりを示した可能性がある。

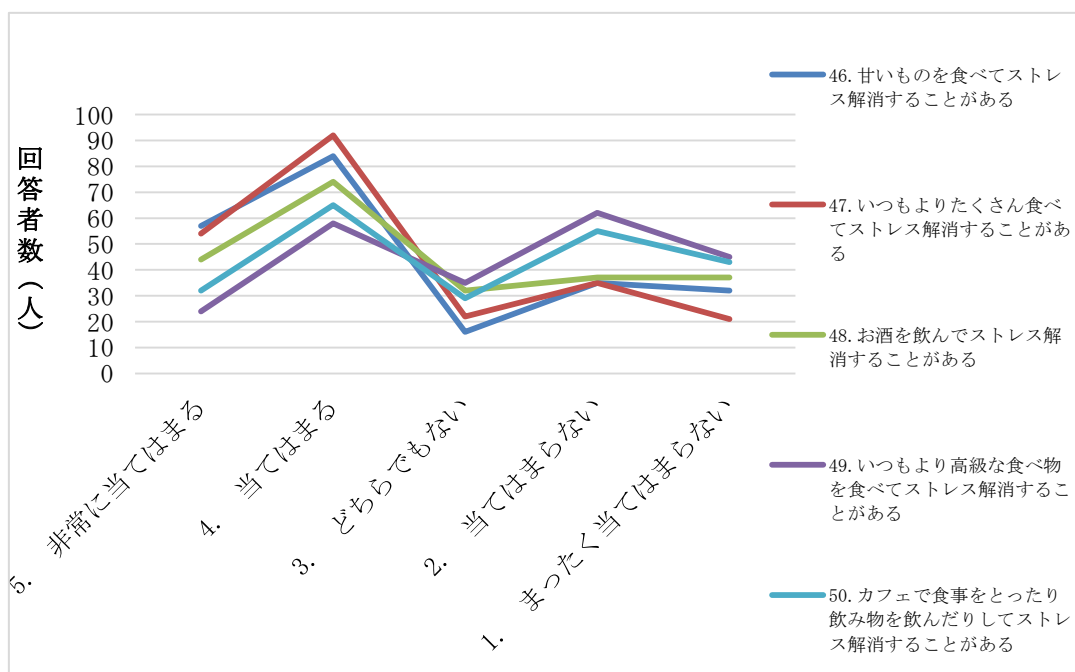
図表 32 ストレス解消方法項目 人数分布



休養系発散項目に関しては、休養のジャンルが異なっていたことから、想定通りのまともを示さなかった。特に読書に関しては特にストレス解消と関係がなく、特徴も見られないため、後述の分析にて明らかにしていく。



食的発散項目に関しては、想定通りのまとまりを示した。高級な食べ物については、食べるという行為よりも、金銭を消費する行為に焦点を当てているため、他の質問項目よりも当てはまらないと回答した人は多かった。



7. 分析結果

この章では、実際に分析した結果を記述する。

7.1 共分散構造分析

先に示したパス図からもわかる通り、本研究においては①消費者特性とストレスの種類
②ストレスの種類とストレス解消方法の2つに分けて共分散構造分析を実施した。

7.1.1 探索的因子分析

消費者特性に関しては、「情動性」、「攻撃性」、「自己自信性」、「コミュニケーション不足」の4つに、ストレスの種類に関しては「対人葛藤ストレス」、「対人劣等ストレス」、「対人希薄ストレス」の3つに、そしてストレス解消方法に関しては「アクティブ系発散」、「休養系発散」、「食的発散」の3つにそれぞれまとまるのではないかと想定して探索的因子分析を実施した。回転はプロマックス回転とした。

結果として、消費者特性は想定通り4因子にまとまり（図表33）、ストレスの種類に関しては一部想定外の結果となったが、概念の定義を考えたところ、問題ないと判断し想定通りの3因子とした（図表34）。ストレス解消方法に関しては想定外の結果となったため、「アクティブ系発散」としていたものを「金銭消費系発散」とすることで3因子にまとまった（図表35）。以下にそれぞれの探索的因子分析結果を示す。これにより、仮説7（対人葛藤ストレスはアクティブ系発散に正の影響を与える）を仮説7'（対人葛藤ストレスは金銭消費系発散に正の影響を与える）へと変更した。詳しい図表については後述する。

これらの中で0.40（図表の黄色部分）以上のものを各概念の観測変数として確認的因子分析を実行する。

図表 33 探索的因子分析 (消費者特性)

	質問項目	F1	F2	F3	F4
		情動性因子	コミュニケーション不足因子	攻撃性因子	自己自信性因子
x 1	失敗すると、気がくじけてしまう。	0.78			
x 2	大きなショックを受けると落ち込んでしまう。	0.88	-0.12		
x 3	ささいな事でも嫌なことがあると、頭から離れない。	0.63	0.12	0.13	
x 4	つらいとき、泣いてしまうことがある。	0.48	-0.17		
x 5	悲しいことがあると何も考えられなくなる。	0.66			
x 6	イライラすると顔に出てしまう方だ。	0.1		0.58	-0.18
x 7	他人に対してイライラすることがある。	0.13	0.16	0.56	
x 8	怒りで我を忘れそうになったことがある。			0.45	-0.14
x 9	イライラするような状況には我慢できない。	0.31		0.52	
x 10	自分は他人に対して、少し攻撃的な物言いをするところがあると思う。	-0.22	0.12	0.8	
x 11	自分は他人より優れた点があると思う。	0.14			0.86
x 12	様々な物事に対してうまく対応できる自信がある。		-0.13		0.6
x 13	嫌なことに対して自分の主張をすることができる。	-0.16		0.33	0.35
x 14	自分に自信を持っている。			-0.11	0.81
x 15	自己主張が強い方だ。	-0.19	-0.2	0.52	0.2
x 16	人見知りな方だ。		0.61		
x 17	友人はあまり多くないと思う。		0.67		
x 18	他人と話すのが苦手だ。		0.8		
x 19	直接話すよりも、メールやLINEなどの方が気楽だ。		0.56	0.14	0.14
x 20	1日のうち、誰かと話す時間はあまりない。	0.13	0.57		0.14
固有値		2.74	2.29	2.19	2.03
寄与率		0.14	0.11	0.11	0.1
累積因子寄与率		0.14	0.25	0.36	0.46

図表 34 探索的因子分析（ストレスの種類）

	質問項目	F1:	F2:	F3:
		対人希薄 ストレス 因子	対人劣等 ストレス 因子	対人葛藤 ストレス 因子
x 21	知人と喧嘩した。			0.40
x 22	知人が無責任な行動をした。	-0.21	0.23	0.27
x 23	知人が軽蔑された。	0.21		0.48
x 24	知人に嫌な思いをさせた。			0.50
x 25	知人に無理な要求をされた。		0.46	
x 26	知人が自分の事をどう思っているのか気になった。		-0.10	0.87
x 27	知人とどのように付き合っているのかわからない。	-0.12	0.24	0.55
x 28	自分の言いたいことが相手に伝わらなかった。	0.15	0.49	
x 29	無理に相手に合わせた会話をした。	-0.13	0.84	
x 30	知人と比べて劣等感を感じた。	0.11	0.44	0.16
x 31	友人の数が少ない。	0.48		0.14
x 32	他人とあまり会話をする事ができない。	0.92		
x 33	話したくないときに話さなければならない。	0.11	0.63	-0.22
x 34	おしゃべりしたい時に会話する相手がいない。	0.68		
x 35	集団に溶け込めない。	0.65		
固有値		2.14	1.90	1.88
寄与率		0.14	0.13	0.13
累積因子寄与率		0.14	0.27	0.40

図表 35 探索的因子分析（ストレス解消方法）

	質問項目	F1:	F2:	F3:
		金銭消費 系発散 因子	休養系発 散因子	食的発散 因子
x 36	運動をしてストレス解消をすることがある。		0.25	-0.15
x 37	物を壊してストレス解消をすることがある。			0.11
x 38	カラオケをしてストレス解消することがある。	0.25		
x 39	買い物をしてストレス解消をすることがある。	0.6		0.12
x 40	旅行に行ってストレス解消をすることがある。	0.56	0.15	
x 41	読書をしてストレス解消をすることがある。	0.19	0.33	-0.16
x 42	睡眠をとってストレス解消をすることがある。	-0.25	0.4	0.33
x 43	お風呂に入ってストレス解消をすることがある。	-0.12	0.6	0.14
x 44	映画を見てストレス解消をすることがある。	0.24	0.57	-0.14
x 45	音楽を聞いてストレス解消をすることがある。		0.42	
x 46	甘いものを食べてストレス解消をすることがある。	0.26		0.56
x 47	いつもよりたくさん食べてストレス解消をすることがある。	0.29	-0.17	0.7
x 48	お酒を飲んでストレス解消することがある。	0.38		0.13
x 49	いつもより高級な食べ物を食べてストレス解消することがある。	0.75		0.11
x 50	カフェでストレス解消することがある。	0.58	0.27	
固有値		2.11	1.31	1.16
寄与率		0.14	0.09	0.08
累積因子寄与率		0.14	0.23	0.31

7.1.2 確認的因子分析

先ほど定義した因子とそれぞれに対応する質問項目が想定通りのまとまりを示すかを確認するために確認的因子分析を実行した。R 言語 lavaan の測定方程式を利用した。本研究では①消費者特性とストレスの種類②ストレスの種類とストレス解消方法の2つにわけて確認的因子分析を実行しているため、それぞれの結果を図表 36、38 に示す。①消費者特性とストレスの種類に関しては、指標の値をより向上させるために修正を加えた。修正後の確認的因子分析の結果を図表 37 に示す。具体的には x14 と x33、x23 と x27、x29 と x27、x11 と x14、x7 と x11 の誤差間に相関を入れた。そのため、これに伴う仮説の修正はない。

結果的に想定していたまとまりを確認できた。CFI, RMSEA, SRMR の値も良好であったため(①CFI=0.925, RMSEA=0.043, SRMR=0.063 ②CFI=0.925, RMSEA=0.043, SRMR=0.063)、この結果を共分散構造分析に利用することとする。

図表 36 確認的因子分析①消費者特性とストレスの種類（修正前）

変数	質問項目	Estimate	Std.err	Z-value	P(> z)	Std.lv	Std.all
情動性 [~]							
x1	失敗すると、気がくじけてしまう。	1.00				0.91	0.76
x2	大きなショックを受けると落ち込んでしまう。	0.89	0.08	10.96	0.00	0.81	0.76
x3	ささいな事でも嫌なことがあると、頭から離れない。	0.99	0.09	10.84	0.00	0.90	0.75
x4	つらいとき、泣いてしまうことがある。	0.67	0.11	6.33	0.00	0.61	0.45
x5	悲しいことがあると何も考えられなくなる。	0.86	0.09	9.19	0.00	0.78	0.64
コミュニケーション不足 [~]							
x16	人見知りな方だ。	1.00				0.79	0.61
x17	友人はあまり多くないと思う。	1.02	0.13	7.62	0.00	0.80	0.66
x18	他人と話すのが苦手だ。	1.16	0.14	8.48	0.00	0.91	0.82
x19	直接話すよりも、メールやLINEの方が気楽だ。	0.77	0.12	6.35	0.00	0.61	0.52
x20	1日のうち、誰かと話す時間はあまりない。	0.74	0.11	6.70	0.00	0.59	0.56
攻撃性 [~]							
x6	イライラすると顔に出してしまう方だ。	1.00				0.69	0.61
x7	他人に対してイライラすることがある。	0.93	0.13	7.20	0.00	0.64	0.65
x8	怒りで我を忘れそうになったことがある。	0.83	0.14	5.91	0.00	0.57	0.50
x9	イライラするような状況には我慢できない。	1.19	0.15	7.71	0.00	0.82	0.73
x10	自分は他人に対して、少し攻撃的な物言いをするところがあると思う。	0.95	0.15	6.36	0.00	0.65	0.54
自己自信性 [~]							
x11	自分は他人より優れた点があると思う。	1.00				0.74	0.71
x12	様々な物事に対してうまく対応できる自信がある。	0.99	0.11	8.77	0.00	0.73	0.71
x14	自分に自信を持っている。	1.27	0.14	9.10	0.00	0.93	0.82
対人希薄ストレス [~]							
x31	友人の数が少ない。	1.00				0.60	0.55
x32	他人とあまり会話をする事ができない。	1.46	0.19	7.54	0.00	0.87	0.79
x34	おしゃべりしたい時に会話する相手がいない。	1.31	0.18	7.10	0.00	0.78	0.69
x35	集団に溶け込めない。	1.46	0.20	7.32	0.00	0.87	0.73
対人劣等ストレス [~]							
x25	知人に無理な要求をされた。	1.00				0.52	0.50
x28	自分の言いたいことが相手に伝わらなかった。	1.26	0.21	6.13	0.00	0.65	0.62
x29	無理に相手に合わせた会話をした。	1.43	0.23	6.35	0.00	0.74	0.66
x30	知人と比べて劣等感を感じた。	1.49	0.23	6.45	0.00	0.77	0.68
x33	話したくないときに話さなければならない。	1.18	0.22	5.50	0.00	0.61	0.51
対人葛藤ストレス [~]							
x23	知人が軽蔑された。	1.00				0.57	0.59
x24	知人に嫌な思いをさせた。	0.62	0.12	5.27	0.00	0.35	0.42
x26	知人が自分の事をどう思っているのか気になった。	1.48	0.18	8.09	0.00	0.84	0.76
x27	知人とどのように付き合っているかわからない。	1.20	0.17	7.10	0.00	0.68	0.61

CFI=0.838, RMSEA=0.062, SRMR=0.105

図表 37 確認的因子分析①消費者特性とストレスの種類（修正後）

変数	質問項目	Estimate	Std.err	Z-value	P(> z)	Std.lv	Std.all
情動性=							
x1	失敗すると、気がくじけてしまう。	1.00				0.93	0.77
x2	大きなショックを受けると落ち込んでしまう。	0.88	0.08	11.33	0.00	0.82	0.76
x3	ささいな事でも嫌なことがあると、頭から離れない。	0.97	0.09	11.07	0.00	0.90	0.75
x4	つらいとき、泣いてしまうことがある。	0.62	0.10	5.98	0.00	0.58	0.42
x5	悲しいことがあると何も考えられなくなる。	0.83	0.09	9.14	0.00	0.77	0.63
コミュニケーション不足=							
x16	人見知りな方だ。	1.00				0.75	0.59
x17	友人はあまり多くないと思う。	1.05	0.14	7.42	0.00	0.79	0.65
x18	他人と話すのが苦手だ。	1.24	0.15	8.41	0.00	0.93	0.84
x19	直接話すよりも、メールやLINEの方が気楽だ。	0.88	0.13	6.74	0.00	0.66	0.56
x20	1日のうち、誰かと話す時間はあまりない。	0.77	0.12	6.60	0.00	0.58	0.55
攻撃性=							
x6	イライラすると顔に出してしまう方だ。	1.00				0.69	0.62
x7	他人に対してイライラすることがある。	0.88	0.12	7.16	0.00	0.61	0.62
x8	怒りで我を忘れそうになったことがある。	0.84	0.14	6.01	0.00	0.58	0.50
x9	イライラするような状況には我慢できない。	1.18	0.15	7.75	0.00	0.82	0.73
x10	自分は他人に対して、少し攻撃的な物言いをするとところがあると思う。	0.94	0.15	6.36	0.00	0.65	0.54
自己自信性=							
x11	自分は他人より優れた点があると思う。	1.00				0.26	0.25
x12	様々な物事に対してうまく対応できる自信がある。	1.49	1.31	2.66	0.01	0.92	0.89
x14	自分に自信を持っている。	1.35	0.84	3.16	0.00	0.70	0.62
対人希薄ストレス=							
x31	友人の数が少ない。	1.00				0.60	0.55
x32	他人とあまり会話をすることができない。	1.48	0.19	7.70	0.00	0.89	0.80
x34	おしゃべりしたい時に会話する相手がいない。	1.30	0.18	7.17	0.00	0.78	0.69
x35	集団に溶け込めない。	1.45	0.20	7.36	0.00	0.87	0.73
対人劣等ストレス=							
x25	知人に無理な要求をされた。	1.00				0.52	0.50
x28	自分の言いたいことが相手に伝わらなかった。	1.25	0.20	6.14	0.00	0.65	0.62
x29	無理に相手に合わせた会話をした。	1.39	0.22	6.30	0.00	0.72	0.65
x30	知人と比べて劣等感を感じた。	1.50	0.23	6.49	0.00	0.78	0.69
x33	話したくないときに話さなければならない。	1.17	0.21	5.56	0.00	0.61	0.51
対人葛藤ストレス=							
x23	知人が軽蔑された。	1.00				0.62	0.65
x24	知人に嫌な思いをさせた。	0.58	0.11	5.54	0.00	0.36	0.43
x26	知人が自分の事をどう思っているのか気になった。	1.35	0.16	8.48	0.00	0.83	0.75
x27	知人とどのように付き合っているのかわからない。	1.18	0.17	6.92	0.00	0.73	0.65

CFI=0.925, RMSEA=0.043, SRMR=0.063

図表 38 確認的因子分析②ストレスの種類とストレス解消方法

変数	質問項目	Estimate	Std.err	Z-value	P(> z)	Std.lv	Std.all
対人希薄ストレス [~]							
x1	失敗すると、気がくじけてしまう。	1.00				0.93	0.77
x2	大きなショックを受けると落ち込んでしまう。	0.88	0.08	11.33	0.00	0.82	0.76
x3	ささいな事でも嫌なことがあると、頭から離れない。	0.97	0.09	11.07	0.00	0.90	0.75
x4	つらいとき、泣いてしまうことがある。	0.62	0.10	5.98	0.00	0.58	0.42
x5	悲しいことがあると何も考えられなくなる。	0.83	0.09	9.14	0.00	0.77	0.63
対人劣等ストレス [~]							
x16	人見知りな方だ。	1.00				0.75	0.59
x17	友人はあまり多くないと思う。	1.05	0.14	7.42	0.00	0.79	0.65
x18	他人と話すのが苦手だ。	1.24	0.15	8.41	0.00	0.93	0.84
x19	直接話すよりも、メールやLINEの方が気楽だ。	0.88	0.13	6.74	0.00	0.66	0.56
x20	1日のうち、誰かと話す時間はあまりない。	0.77	0.12	6.60	0.00	0.58	0.55
対人葛藤ストレス [~]							
x6	イライラすると顔に出てしまう方だ。	1.00				0.69	0.62
x7	他人に対してイライラすることがある。	0.88	0.12	7.16	0.00	0.61	0.62
x8	怒りで我を忘れそうになったことがある。	0.84	0.14	6.01	0.00	0.58	0.50
x9	イライラするような状況には我慢できない。	1.18	0.15	7.75	0.00	0.82	0.73
x10	自分は他人に対して、少し攻撃的な物言いをするところがあると思う。	0.94	0.15	6.36	0.00	0.65	0.54
金銭消費系発散 [~]							
x11	自分は他人より優れた点があると思う。	1.00				0.26	0.25
x12	様々な物事に対してうまく対応できる自信がある。	1.49	1.31	2.66	0.01	0.92	0.89
x14	自分に自信を持っている。	1.35	0.84	3.16	0.00	0.70	0.62
休養系発散 [~]							
x31	友人の数が少ない。	1.00				0.60	0.55
x32	他人とあまり会話をすることができない。	1.48	0.19	7.70	0.00	0.89	0.80
x34	おしゃべりしたい時に会話する相手がいない。	1.30	0.18	7.17	0.00	0.78	0.69
x35	集団に溶け込めない。	1.45	0.20	7.36	0.00	0.87	0.73
食的発散 [~]							
x25	知人に無理な要求をされた。	1.00				0.52	0.50
x28	自分の言いたいことが相手に伝わらなかった。	1.25	0.20	6.14	0.00	0.65	0.62
x29	無理に相手に合わせた会話をした。	1.39	0.22	6.30	0.00	0.72	0.65
x30	知人と比べて劣等感を感じた。	1.50	0.23	6.49	0.00	0.78	0.69
x33	話したくないときに話さなければならない。	1.17	0.21	5.56	0.00	0.61	0.51

CFI=0.921, RMSEA=0.053, SRMR=0.054

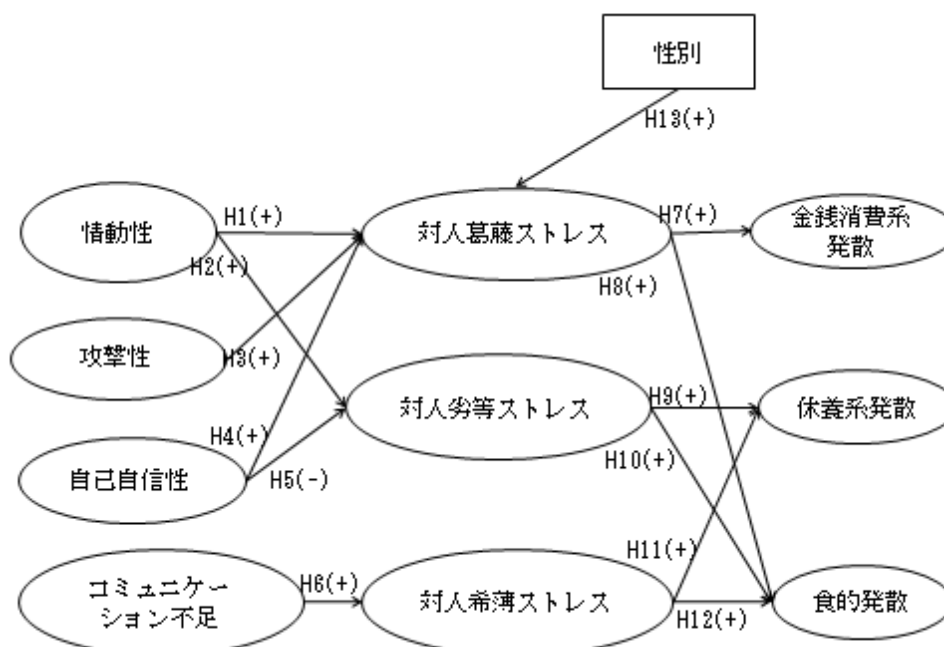
7.1.3 共分散構造分析

確認的因子分析で用いた測定方程式に構造方程式を組み込み、共分散構造分析を実行した。また、探索的因子分析、確認的因子分析の結果から、「アクティブ系発散」を「金銭消費系発散」として新たに仮説を設定したため、新しい仮説とパス図を以下に示す。なお、新しい仮説に関しては先に記述した通り、**H7'**（下線）で表している。

図表 39 仮説一覧 (修正後)

仮説	
H1	情動性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える
H2	情動性は対人劣等ストレスに正の影響を与える
H3	攻撃性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える
H4	自己自信性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える
H5	自己自信性は対人劣等ストレスに負の影響を与える
H6	コミュニケーション不足は対人希薄ストレスに正の影響を与える
H7'	対人葛藤ストレスは金銭消費系発散に正の影響を与える
H8	対人葛藤ストレスは食的発散に正の影響を与える
H9	対人劣等ストレスは休養系発散に正の影響を与える
H10	対人劣等ストレスは食的発散に正の影響を与える
H11	対人希薄ストレスは休養系発散に正の影響を与える
H12	対人希薄ストレスは食的発散に正の影響を与える
H13	性別によって対人葛藤ストレスの度合いは異なる

図表 40 パス図① (修正後)



共分散構造分析の結果を以下の図表 41、42 に示す。CFI=0.838, RMSEA=0.062, SRMR=0.105 と良好な当てはまりであった。

情動性と自己自信性は 0.1%水準で対人葛藤ストレスと正の相関が得られた。また、攻撃性は対人葛藤ストレスと相関が得られなかった (Estimate=-0.09, $z=-1.16$, $P(>|z|)=0.25$)。性別は 0.1%水準で対人葛藤ストレスと負の相関が得られた (Estimate=-0.17, $z=-2.49$, $P(>|z|)=0.01$)。性別に関しては、男性を 1、女性を 0 とダミー変数化しているため、女性の方が対人葛藤ストレスを感じるという結果となった。

そして、情動性と自己自信性はともに 0.1%水準で対人劣等ストレスと正の相関が得られた。また、コミュニケーション不足は 0.1%水準で対人希薄ストレスと正の相関が得られた。(Estimate=-0.21, $z=2.93$, $P(>|z|)=0.00$)

よって以下の仮説は支持され、

- H1 情動性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える
- H2 情動性は対人劣等ストレスに正の影響を与える
- H4 自己自信性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える
- H6 コミュニケーション不足は対人希薄ストレスに正の影響を与える
- H13 性別によって対人葛藤ストレスの度合いは異なる

以下の仮説は棄却された。

- H3 攻撃性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える
- H5 自己自信性は対人劣等ストレスに負の影響を与える

図表 41 共分散構造分析(消費者特性とストレスの種類)

被説明変数	説明変数	Estimate	Std.err	Z-value	P(> z)	Std.lv	Std.all
対人葛藤ストレス	情動性	0.60	0.09	6.46	0.00***	0.94	0.94
対人劣等ストレス	情動性	0.44	0.08	5.81	0.00***	0.75	0.75
対人葛藤ストレス	攻撃性	-0.09	0.08	-1.16	0.25	-0.11	-0.11
対人葛藤ストレス	自己自信性	0.23	0.09	2.64	0.01***	0.24	0.24
対人劣等ストレス	自己自信性	0.20	0.08	2.45	0.01***	0.23	0.23
対人希薄ストレス	コミュニケーション不足	0.21	0.07	2.93	0.00***	0.26	0.26
対人葛藤ストレス	性別	-0.17	0.07	-2.49	0.01***	-0.29	-0.15

CFI=0.838, RMSEA=0.062, SRMR=0.105

注) 有意水準 ***:0.1%, **:1%, *:5%, .:10%

ストレスの種類とストレス解消方法の関係についての共分散構造分析結果を図表 4 2 に示す。CFI=0.833, RSMEA=0.075, SRMR=0.095 と良好な当てはまりであった。

対人葛藤ストレスは 0.1%水準で金銭消費系発散と正の相関が得られた (Estimate=0.48, P(>|z|)=0.00)。また、対人葛藤ストレスは 1%水準で食的発散とも正の相関が得られた (Estimate=0.95, P(>|z|)=0.02)。

そして対人劣等ストレスは休養系発散と相関は得られず (Estimate=-0.23, z=-1.05, P(>|z|)=0.30)、食的発散との相関も得られなかった (Estimate=-0.19, z=-0.47, P(>|z|)=0.64)。

対人希薄ストレスは 10%水準で休養系発散と正の相関が得られた (Estimate=0.43, z=1.78, P(>|z|)=0.08)。しかし、対人希薄ストレスと食的発散は相関が得られなかった (Estimate=0.22, z=0.90, P(>|z|)=0.12)。

よって以下の仮説は支持され、

- H7 対人葛藤ストレスは金銭消費系発散に正の影響を与える
- H8 対人葛藤ストレスは賞的発散に正の影響を与える
- H11 対人希薄ストレスは食的発散に正の影響を与える

以下の仮説は棄却された。

H9 対人劣等ストレスは休養系発散に正の影響を与える

H10 対人劣等ストレスは食的発散に正の影響を与える

H12 対人希薄ストレスは食的発散に正の影響を与える

図表 42 共分散構造分析(ストレスの種類とストレス解消方法)

被説明変数	説明変数	Estimate	Std.err	Z-value	P(> z)	Std.lv	Std.all
金銭消費系 発散	対人葛藤ストレス	0.48	0.14	3.36	0.00***	0.31	0.31
食的発散	対人葛藤ストレス	0.95	0.41	2.33	0.02*	0.47	0.47
休養系発散	対人劣等ストレス	-0.23	0.22	-1.05	0.30	-0.17	-0.17
食的発散	対人劣等ストレス	-0.19	0.39	-0.47	0.64	-0.09	-0.09
休養系発散	対人希薄ストレス	0.43	0.24	1.78	0.08.	0.36	0.36
食的発散	対人希薄ストレス	0.22	0.25	0.90	0.37	0.12	0.12

CFI=0.833, RMSEA=0.075, SRMR=0.095

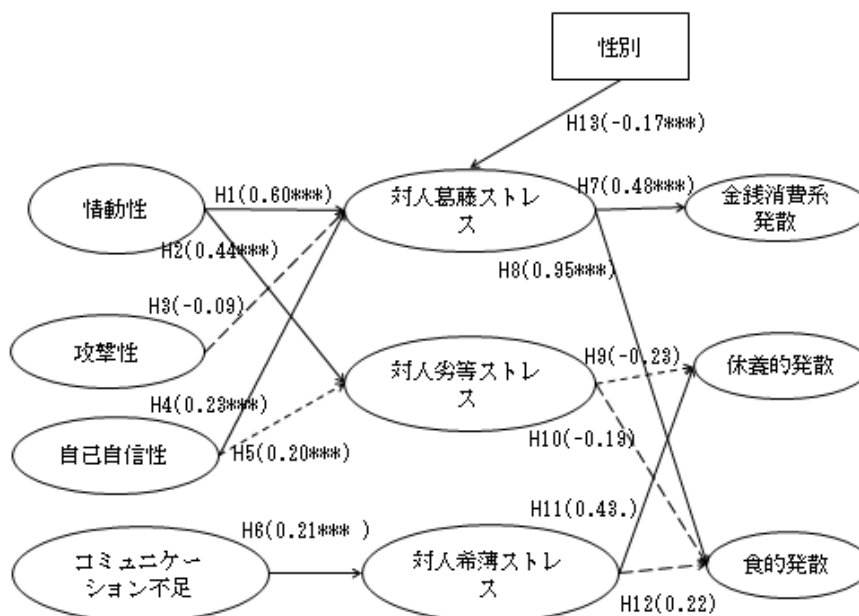
注) 有意水準 ***:0.1%, **:1%, *:5%, :10%

なお、仮説検定結果、結果パス図は以下の通りである。採択のものに関しては黄色で印をつけている。

図表 43 仮説検定結果

	仮説	検定結果
H1	情動性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える	採択
H2	情動性は対人劣等ストレスに正の影響を与える	採択
H3	攻撃性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える	棄却
H4	自己自信性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える	採択
H5	自己自信性は対人劣等ストレスに負の影響を与える	棄却 (正で有意)
H6	コミュニケーション不足は対人希薄ストレスに正の影響を与える	採択
H7'	対人葛藤ストレスは金銭消費系発散に正の影響を与える	採択
H8	対人葛藤ストレスは食的発散に正の影響を与える	採択
H9	対人劣等ストレスは休養系発散に正の影響を与える	棄却
H10	対人劣等ストレスは食的発散に正の影響を与える	棄却
H11	対人希薄ストレスは休養系発散に正の影響を与える	採択
H12	対人希薄ストレスは食的発散に正の影響を与える	棄却
H13	性別によって対人葛藤ストレスの度合いは異なる (女性の方が対人葛藤ストレスの度合いが高い)	採択

図表 44 結果パス図 (共分散構造分析)



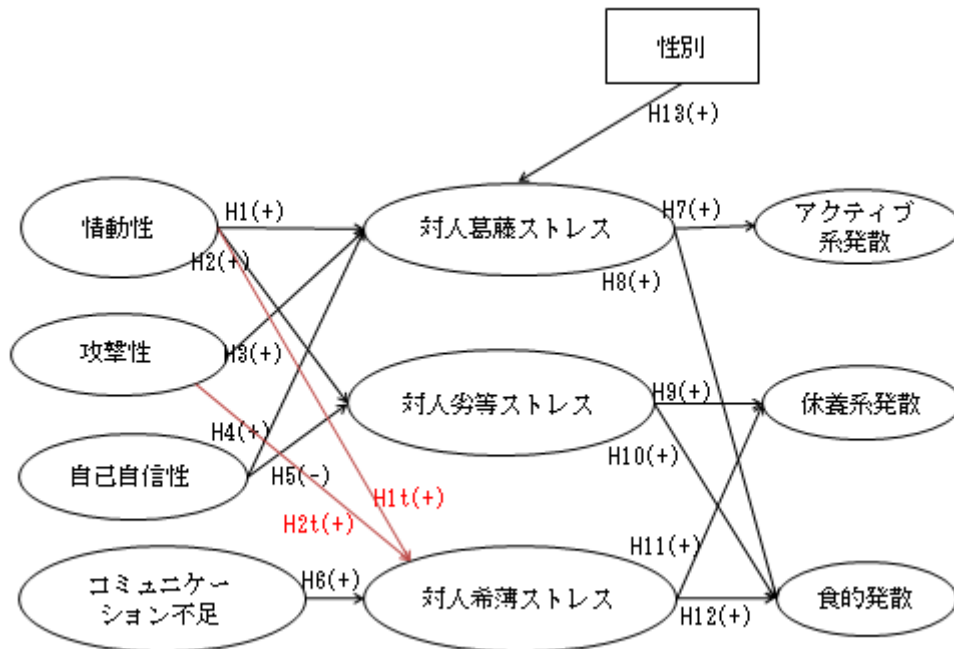
注) 有意水準 ***:0.1%, **:1%, *:5%, .:10%
実線は採択、破線は棄却を示している

7.1.4 追加分析

R 言語 lavaan での分析結果のうち、修正指数の大きかったものを追加して分析した。(修正指数：情動性→対人希薄ストレスについては 17.3、攻撃性→対人希薄ストレスについては 24.5) なお、追加分析は、消費者特性とストレスの種類のアナリを対象とした。新たな仮説 2 つとパス図を以下に示す。なお、追加分析において追加したパスは赤色で示している。

	仮説
H1t	情動性は対人希薄ストレスに正の影響を与える
H2t	攻撃性は対人希薄ストレスに正の影響を与える

図表 45 パス図 (追加分析)



分析結果と仮説検定結果、結果パス図を以下に示す。なお、追加分析部分は下線で示した部分である。仮説検定結果の黄色で示したものが採択された仮説である。CFI=0.865, RMSEA=0.057, SRMR=0.075 と良好な当てはまりであった。

攻撃性は 10%水準で対人希薄ストレスと正の相関が得られたが (Estimate=0.25, $z = 1.75$, $P(>|z|)=0.08$)、情動性と対人希薄ストレスの間に相関は得られなかった (Estimate=-0.01, $z=-0.06$, $P(>|z|)=0.95$)。

よって以下の仮説は支持され、

H2t 攻撃性は対人希薄ストレスに正の影響を与える

以下の仮説は棄却された。

H1t 情動性は対人希薄ストレスに正の影響を与える

図表 46 追加分析結果

被説明変数	説明変数	Estimate	Std.err	Z-value	P(> z)	Std.lv	Std.all
対人葛藤ストレス	情動性	0.64	0.10	6.56	0.00***	0.98	0.98
対人劣等ストレス	情動性	0.44	0.08	5.81	0.00***	0.77	0.77
対人葛藤ストレス	攻撃性	-0.12	0.08	-1.41	0.16	-0.14	-0.14
対人葛藤ストレス	自己自信性	0.27	0.09	2.90	0.00***	0.27	0.27
対人劣等ストレス	自己自信性	0.21	0.08	2.62	0.01**	0.25	0.25
対人希薄ストレス	コミュニケーション不足	0.13	0.10	1.27	0.10.	0.16	0.16
対人葛藤ストレス	性別	-0.17	0.07	-2.44	0.02*	-0.28	-0.14
<u>対人希薄ストレス</u>	<u>情動性</u>	<u>-0.01</u>	<u>0.20</u>	<u>-0.06</u>	<u>0.95</u>	<u>-0.02</u>	<u>-0.02</u>
<u>対人希薄ストレス</u>	<u>攻撃性</u>	<u>0.25</u>	<u>0.14</u>	<u>1.75</u>	<u>0.08.</u>	<u>0.30</u>	<u>0.30</u>

CFI=0.865, RMSEA=0.057, SRMR=0.075

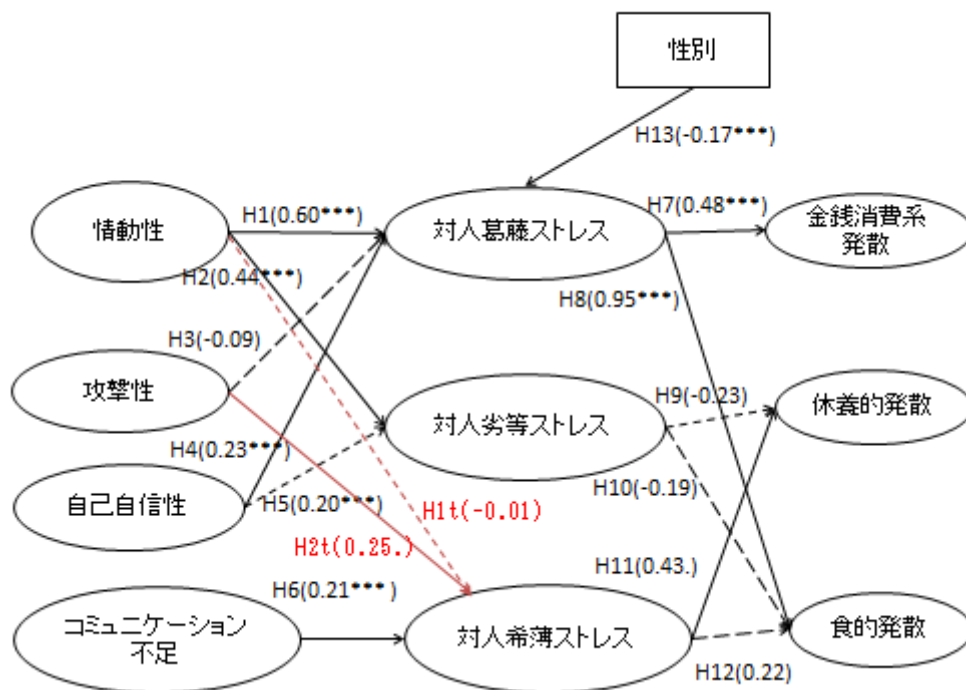
注) 有意水準 ***:0.1%, **:1%, *:5%, :10%

下線は追加したパス

図表 47 仮説検定結果 (追加分析)

	仮説	検定結果
H1t	情動性は対人希薄ストレスに正の影響を与える	棄却
H2t	攻撃性は対人希薄ストレスに正の影響を与える	採択

図表 48 結果パス図 (追加分析)



注) 有意水準 ***:0.1%, **:1%, *:5%, .:10%
 実線は採択、破線は棄却を示している

以下では各仮説の検定結果を示す。なお、詳細な考察については後述する。

採択された仮説

H1:情動性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える

→有意水準 0.1%で採択 (Estimate=0.60, $z=6.46$, $P(>|z|)=0.00$)

H2:情動性は対人劣等ストレスに正の影響を与える

→有意水準 0.1%で採択 (Estimate=0.44, $z=5.81$, $P(>|z|)=0.00$)

H4:自己自信性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える

→有意水準 0.1%で採択 (Estimate=0.23, $z=2.64$, $P(>|z|)=0.00$)

H6:コミュニケーション不足は対人希薄ストレスに正の影響を与える

→有意水準 0.1%で採択 (Estimate=0.21, $z=2.93$, $P(>|z|)=0.00$)

H7:対人葛藤ストレスは金銭消費系発散に正の影響を与える

→有意水準 0.1%で採択 (Estimate=0.48, $z=3.36$, $P(>|z|)=0.00$)

H8:対人葛藤ストレスは食的発散に正の影響を与える

→有意水準 1%で採択 (Estimate=0.95, $z=2.33$, $P(>|z|)=0.00$)

H11:対人希薄ストレスは休養系発散に正の影響を与える

→有意水準 10%で採択 (Estimate=0.43, $z=1.78$, $P(>|z|)=0.08$)

H13:性別によって対人葛藤ストレスの度合いは異なる

→有意水準 0.1%で採択 (Estimate=-0.17, $z=-2.49$, $P(>|z|)=0.00$)

H2t:攻撃性は対人希薄ストレスに正の影響を与える

→有意水準 10%で採択 (Estimate=0.25, $z=1.75$, $P(>|z|)=0.08$)

棄却された仮説

H3:攻撃性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える

→棄却 (Estimate=-0.09, $z=-1.16$, $P(>|z|)=0.25$)

H5:自己自信性は対人劣等ストレスに負の影響を与える

→棄却 (正で有意) (Estimate=0.20, $z=2.45$, $P(>|z|)=0.01$)

H9:対人劣等ストレスは休養系発散に正の影響を与える

→棄却 (Estimate=-0.23, z=-1.05, P(>|z|)=0.30)

H10:対人劣等ストレスは食的発散に正の影響を与える

→棄却 (Estimate=-0.19, z=-0.47, P(>|z|)=0.64)

H12:対人希薄ストレスは食的発散に正の影響を与える

→棄却 (Estimate=0.22, z=0.90, P(>|z|)=0.37)

H2t:対人希薄ストレスは食的発散に正の影響を与える

→棄却 (Estimate=-0.01, z=-0.06, P(>|z|)=0.95)

7.2.1 コンジョイント分析

ストレス解消に効果的な方法を明らかにするために、コンジョイント分析を実行した。使用する属性は、プリテストの結果から「破壊行動」を削除し、あらたに「マッサージ」と「カラオケ」を追加した7属性である。

アンケートは、ストレス解消のための施設を想定し、「カラオケ」、「読書」、「運動」、「マッサージ」、「買い物」、「睡眠」、「食事」の有無を組み合わせたプロファイルを提示した。その施設に行った際にストレス解消できそうな度合いを回答してもらった。1から5の5段階で回答してもらい、1が「全くストレス解消できなそう」、2が「ストレス解消できなそう」、3が「どちらでもない」、4が「ストレス解消できそう」、5が「非常にストレス解消できそう」である。使用したのはR言語の `conjoint` パッケージである。以下に7つの要素を直交配置した結果である直交表（図表 49）とアンケート結果の平均と分散（図表 50）、アンケート結果の平均値の折れ線グラフ（図表 51）、そしてアンケート回答者の人数分布（図表 51）を示す。

図表 49 直交表

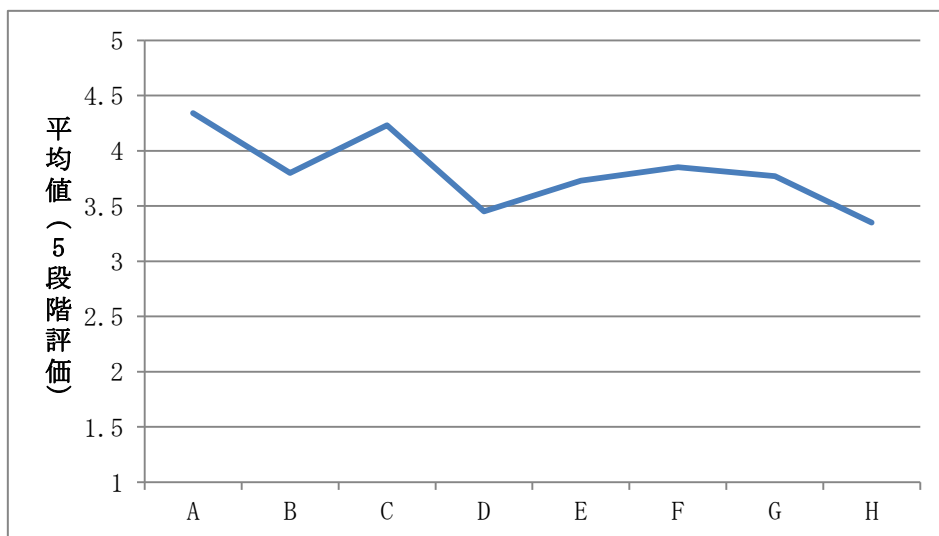
	カラオケ	買い物	運動	マッサージ	読書	睡眠	食事
A	有	有	有	有	有	有	有
B	無	有	無	有	無	無	有
C	無	無	有	無	無	有	有
D	有	無	無	無	有	無	有
E	無	無	無	有	有	有	無
F	有	無	有	有	無	無	無
G	有	有	無	無	無	有	無
H	無	有	有	無	有	無	無

図表 50 アンケート結果 平均と分散

	平均	分散
A	4.34	0.91
B	3.80	1.28
C	4.23	0.83
D	3.45	1.12
E	3.73	1.24
F	3.85	1.22
G	3.77	1.19
H	3.35	1.00

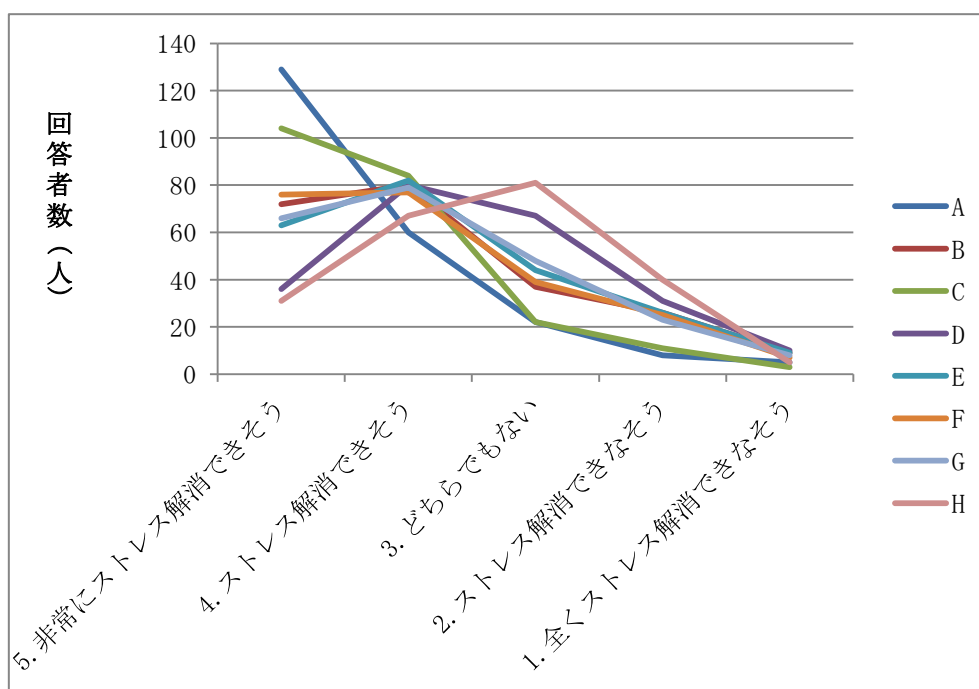
ほとんどの項目で高い平均値を得ることができたが、DとHにおいては他と比べて低い数値となった。これは「読書」が入っていたことに起因すると考えられる。詳しい分析については後述する。

図表 51 アンケート結果 平均値



DとHに関しては、人数分布の折れ線グラフでも平均値と同じ傾向を読み取ることができる。5（非常にストレス解消できそう）を回答した人の人数がこの2つは明らかに少なくなっていることがわかる。

図表 52 アンケート結果 人数分布



図表 53 にコンジョイント分析結果を示す。運動 (Estimate=0.13, t=5.12, P(>|t|)=3.46e-07)、睡眠 (Estimate=0.20, t=8.14, P(>|t|)=7.61e-16)、マッサージ (Estimate=0.12, t=4.67, P(>|t|)=3.32e-06)、食事 (Estimate=0.14, t=5.66, P(>|t|)=1.80e-08) はすべて 0.1%水準でストレス解消意向と正の相関が得られ、読書は 0.1%水準でストレス解消意向と負の相関が得られる (Estimate=-0.10, t=-3.90, P(>|z|)=0.00) という結果が得られた。カラオケと買い物に関してはストレス解消意向と相関は得られなかった。なお、仮説検定においては、マッサージを「リラクゼーション」、買い物を「購買行動」というワーディングに変更している。

よって以下の仮説は支持され、

- H16 運動はストレス解消意向に正の影響を与える
- H18 睡眠はストレス解消意向に正の影響を与える
- H19 リラクゼーションはストレス解消意向に正の影響を与える
- H20 食事はストレス解消意向に正の影響を与える

以下の仮説は棄却された。

- H14 カラオケはストレス解消意向に正の影響を与える
- H15 購買行動はストレス解消意向に正の影響を与える
- H17 読書はストレス解消意向に正の影響を与える

図表 54 に仮説検定結果、図表 55 に結果パス図を示す。

図表 53 コンジョイント分析結果

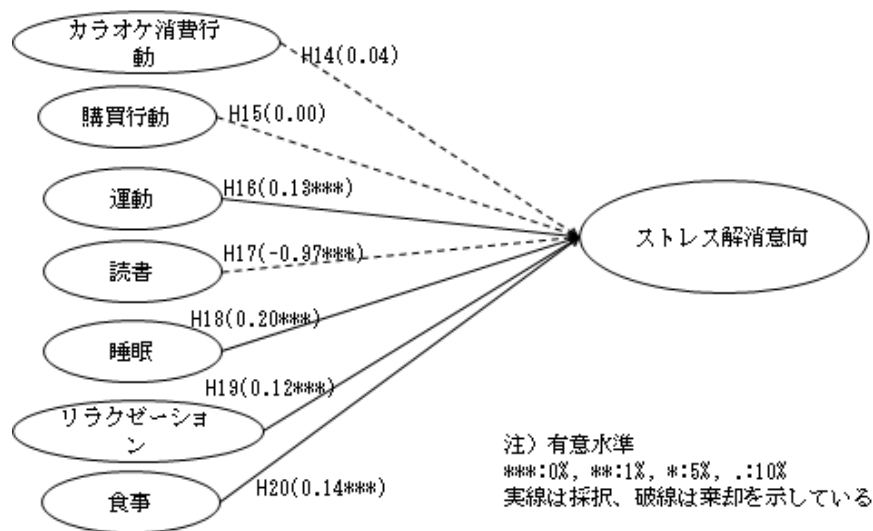
説明変数	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)	
(Intercept)	3.82	0.02	154.07	< 2e-16	***
カラオケ	0.04	0.02	1.47	0.14	
運動	0.13	0.02	5.12	3.46E-07	***
買い物	0.00	0.02	0.02	0.98	
読書	-0.10	0.02	-3.90	0.00	***
睡眠	0.20	0.02	8.14	7.61E-16	***
マッサージ	0.12	0.02	4.67	3.32E-06	***
食事	0.14	0.02	5.66	1.80E-08	***

$R^2=0.08$, 修正 $R^2=0.08$

図表 54 仮説検定結果

仮説		検定結果
H14	カラオケ消費行動はストレス解消意向に正の影響を与える	棄却
H15	購買行動はストレス解消意向に正の影響を与える	棄却
H16	運動はストレス解消意向に正の影響を与える	採択
H17	読書はストレス解消意向に正の影響を与える	棄却 (負で有意)
H18	睡眠はストレス解消意向に正の影響を与える	採択
H19	リラクゼーションはストレス解消意向に正の影響を与える	採択
H20	食事はストレス解消意向に正の影響を与える	採択

図表 55 結果パス図 (コンジョイント分析)



7.2.2 追加分析

先に示した分析結果をふまえ、回答者の属性がコンジョイント分析にどのような影響を与えるのか、属性によって得られる結果が異なるのかを実証するために、重回帰分析を行った。またこの追加分析では、先のコンジョイント分析において有意にならなかった属性である「カラオケ」「購買行動」についても注目し、再度 H14 と H15 の仮説検定を行った。加えた属性は「ストレスの有無」と「性別」であり、「ストレスの有無」に関しては「全く感じていない」、「感じていない」、「どちらでもない」と回答した人を 0、「感じている」、「非常に感じている」と回答した人を 1 とダミー変数化した。「性別」に関しては共分散構造分析と同じように男性を 1、女性を 0 とし、分析を行った。

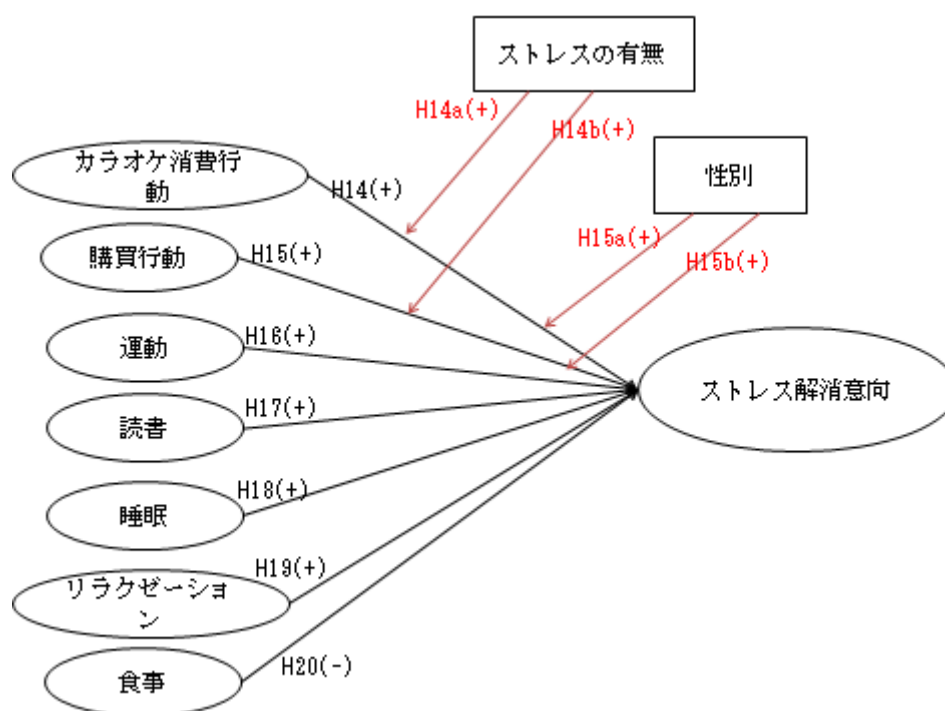
追加分析の仮説を図表 56 に、追加の仮説をいれたパス図を図表 57 に示す。なお、追加したパスは赤字で示している。また、パス図ではプラスの記号を用いているが、これに関しては、ストレス解消意向が異なるということを示しており、分析結果が正であっても負

であっても有意な結果が得られたら、採択と判断している。

図表 56 仮説（追加分析）

仮説	
H14	カラオケ消費行動はストレス解消意向に正の影響を与える
H14a	この影響(H14)は、ストレスの有無によって異なる
H14b	この影響(H14)は、性別によって異なる
H15	購買行動はストレス解消意向に正の影響を与える
H15a	この影響(H15)は、ストレスの有無によって異なる
H15b	この影響(H15)は、性別によって異なる

図表 57 パス図（追加分析）



分析結果を図表 58 に、結果パス図を図表 59、仮説検定結果を図表 60 に示す。R²は 0.11、修正 R²は 0.10 であった。追加分析の対象となった仮説は下線で示している。当初はストレスの存在自体も説明変数に加えていたが、ストレス：カラオケとの相関が高かったため、分析には使用しなかった。

結果としては、カラオケ消費行動はストレス解消意向に正の影響を与える (Estimate=0.19, t=2.42, P(>|t|)=0.02) という、当初のコンジョイント分析とは異なる結果が得られた。そして、この影響は 5%水準でストレスの有無によって異なることがわかった (Estimate=-0.19, t=-2.42, P(>|t|)=0.02)。つまり、ストレスを感じていない人の方がよりカラオケによってストレス解消する意向がある。しかしこの影響は性別によって異なるという結果は得られなかった

(Estimate=-0.03, t=-0.40, P(>|t|)=0.69)。

また、購買行動はストレス解消意向に正の影響を与える (Estimate=0.30, t=3.76, P(>|t|)=0.00) という結果が得られた。そしてこの影響は 10%水準でストレスの有無によって異なることが分かった (Estimate=-0.14, t=-1.79, P(>|t|)=0.07)。同様に、この影響は 0.1%水準で性別によって異なるという結果も得られた (Estimate=-0.39, t=-4.89, P(>|t|)=0.00)。つまり、女性の方が購買行動によってストレス解消していることが分かる。

よって以下の仮説は支持され、

- H14 カラオケ消費行動はストレス解消意向に正の影響を与える
- H14a この影響(H14)はストレスの有無によって異なる
- H15 購買行動はストレス解消意向に正の影響を与える
- H15a この影響(H15)はストレスの有無によって異なる
- H15b この影響(H15)は性別によって異なる

以下の仮説は棄却された。

- H4b この影響(H14)は性別によって異なる

図表 58 分析結果 (追加分析)

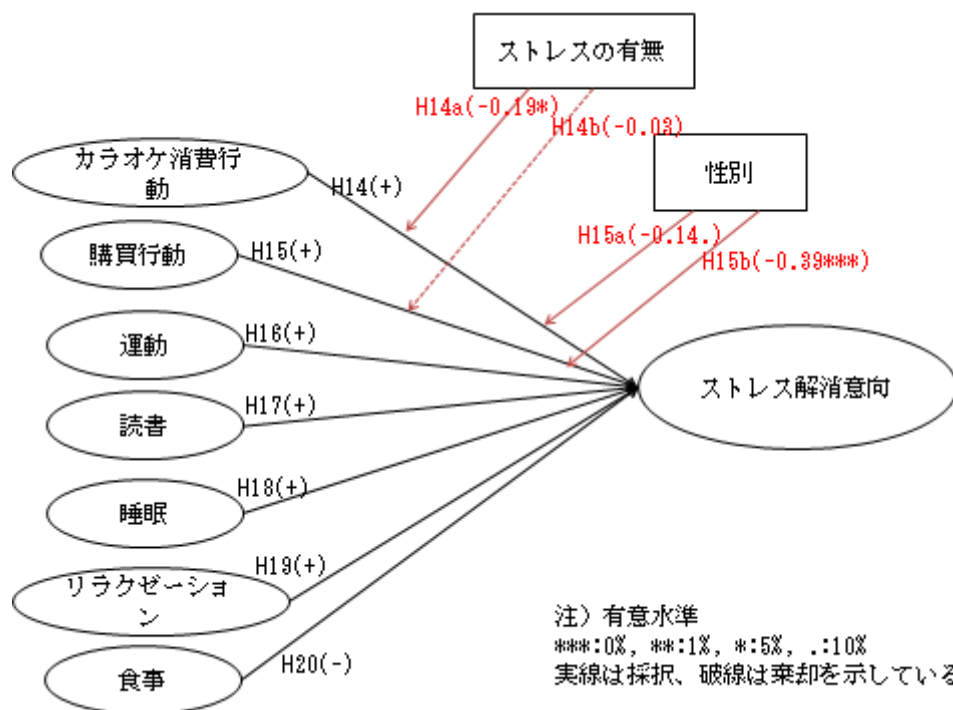
	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)	
(Intercept)	3.29	0.07	47.62	< 2e-16	***
カラオケ	0.19	0.08	2.42	0.02	*
運動	0.25	0.05	5.18	0.00	***
買い物	0.30	0.08	3.76	0.00	***
読書	-0.19	0.05	-3.95	0.00	***
睡眠	0.40	0.05	8.24	0.00	***
マッサージ	0.23	0.05	4.73	0.00	***
食事	0.28	0.05	5.73	0.00	***
<u>カラオケ：ストレスの有無</u>	<u>-0.19</u>	<u>0.08</u>	<u>-2.42</u>	<u>0.02</u>	<u>*</u>
<u>カラオケ：性別</u>	<u>-0.03</u>	<u>0.08</u>	<u>-0.40</u>	<u>0.69</u>	
<u>買い物：ストレスの有無</u>	<u>-0.14</u>	<u>0.08</u>	<u>-1.79</u>	<u>0.07</u>	<u>.</u>
<u>買い物：性別</u>	<u>-0.39</u>	<u>0.08</u>	<u>-4.89</u>	<u>0.00</u>	<u>***</u>

注) 有意水準 ***:0.1%, **:1%, *:5%, .:10%

R²=0.11,修正 R²=0.10

下線は追加したパス

図表 59 結果パス図 (追加分析)



図表 60 仮説検定結果

仮説		検定結果
H14	カラオケ消費行動はストレス解消意向に正の影響を与える	採択
H14a	この影響(H14)は、ストレスの有無によって異なる	採択
H14b	この影響(H14)は、性別によって異なる	棄却
H15	購買行動はストレス解消意向に正の影響を与える	採択
H15a	この影響(H15)は、ストレスの有無によって異なる	採択
H15b	この影響(H15)は、性別によって異なる	採択

以下では各仮説の検定結果を示す。なお、詳細な考察については後述する。

採択された仮説

H14:カラオケ消費行動はストレス解消意向に正の影響を与える

→有意水準5%で採択 (Estimate=0.19, t=2.42, P(>|t|)=0.02)

H15:購買行動はストレス解消意向に正の影響を与える

→有意水準0.1%で採択 (Estimate=0.30, t=3.76, P(>|t|)=0.00)

H16:運動はストレス解消意向に正の影響を与える

→有意水準0.1%で採択 (Estimate=0.13, t=5.12, P(>|t|)=3.46e-07)

H18:睡眠はストレス解消意向に正の影響を与える

→有意水準0.1%で採択 (Estimate=0.20, t=8.14, P(>|t|)=7.61e-16)

H19:リラクゼーションはストレス解消意向に正の影響を与える

→有意水準0.1%で採択 (Estimate=0.12, t=4.67, P(>|t|)=3.32e-06)

H20:食事はストレス解消意向に正の影響を与える

→有意水準0.1%で採択 (Estimate=0.14, t=5.66, P(>|t|)=1.80e-08)

H14a:ストレスの有無によってカラオケ消費行動を伴うストレス解消意向は異なる

→有意水準5%で採択 (Estimate=-0.19, t=-2.42, P(>|t|)=0.02)

H15a:ストレスの有無によって購買行動を伴うストレス解消意向は異なる

→有意水準10%で採択 (Estimate=-0.14, t=-1.79, P(>|t|)=0.07)

H15b:性別によって購買行動を伴うストレス解消意向は異なる

→有意水準0.1%で採択 (Estimate=-0.39, t=-4.89, P(>|t|)=0.00)

棄却された仮説

H17:読書はストレス解消意向に正の影響を与える

→棄却 (負で有意) (Estimate=-0.10, t=-3.90, P(>|t|)=0.00)

H14b:性別によってカラオケ消費行動を伴うストレス解消意向は異なる

→棄却 (Estimate=-0.03, t=-0.40, P(>|t|)=0.69)

8. 考察・まとめ

8.1 考察

第1章ではストレス社会の実態について述べ、第2章では実際のストレス解消施設やストレス解消を目的とした商品について取り上げた。第3章では本研究に参考となる先行研究を提示し、第4章では2次データについての分析結果を示した。第5章から第7章にかけて実際に本研究の分析のための仮説設定、分析を行った。そして本章では、以上の仮説検定結果について詳細に考察していく。

1) 消費者特性に関する要因

H1 情動性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える→採択

何か物事が起きた時に激しく反応してしまう人は、対人関係間においても、他者とのすれ違いによってもよりストレスを感じるのではないかと考える。これは木島（2008）のストレスコーピング尺度作成の際の因子分析の結果とも一致する。

H2 情動性は対人劣等ストレスに正の影響を与える→採択

H1と同じように、情動的な人は他者との関係性の中で、自らの劣等感からストレスを感じやすいのではないかと考える。これは木島（2008）のストレスコーピング尺度作成の際の因子分析の結果とも一致する。

H3 攻撃性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える→棄却

これは木島（2008）のストレスコーピング尺度作成の際の因子分析の結果とは一致しない。この結果に対しては、他者に対して攻撃的な人は、すれ違いに対してはストレスを感じるというよりも、攻撃的な行動や言動にうつすことによって解決してしまうことが多いのではないだろうか考える。

H4 自己自信性は対人葛藤ストレスに正の影響を与える→採択

自分に自信がある人は、その自信ゆえに他者とのすれ違いにストレスを感じやすいのではないだろうか。また、自己主張ができる人は、他者との意見の衝突が増えることによって、ストレスにつながっていくと考える。これは木島（2008）のストレスコーピング尺度作成の際の因子分析の結果とも一致する。

H5 自己自信性は対人劣等ストレスに負の影響を与える→棄却

自分に自信がある人は自信を持っている分、劣等感を感じる事は少なく、負の相関があるのではないかと考えたが、正で有意という結果が得られた。これは、自信がある分、劣等

感を感じた時に強くストレスに感じてしまうからではないかと考える。

H6 コミュニケーション不足は対人希薄ストレスに正の影響を与える→採択

これは最も想定通りの結果が得られた。他者とのコミュニケーションが苦手な人は、好んでコミュニケーションをしないわけではなく、コミュニケーションできない事に対してストレスを感じていることがわかった。

2) ストレス解消方法に関する要因

H7' 対人葛藤ストレスは金銭消費系発散に正の影響を与える→採択

対人葛藤ストレスを感じやすい人は、情動性や自己自信性の強い人であり、休養をとるよりも金銭を消費する事によるストレス解消の方が効果的なのではないかと考える。

H8 対人葛藤ストレスは食的発散に正の影響を与える→採択

対人葛藤ストレスを感じている人が金銭消費系の発散をすることにより、食事をする上でも普段より高級な食事をする傾向があるためではないかと考える。普段と同じ食べ物や飲み物を多く消費するという傾向もあるのではないだろうか。

H9 対人劣等ストレスは休養系発散に正の影響を与える→棄却

劣等感を感じやすい人は、金銭を消費したりしてストレス解消するよりも室内などで落ち着いてゆっくりと過ごすことが多いのではないかと考えたが、棄却された。これは、対人劣等ストレスというものが劣等感の感じやすさを測ったものではないという事に起因すると考えられる。その結果、室内でゆっくり過ごしたいという人以外も含まれてしまい、棄却されたのではないかと考える。

H10 対人劣等ストレスは食的発散に正の影響を与える→棄却

橋爪ら（2014）の研究結果から、ストレスの種類に関わらず、食事をする事によるストレス解消は効果があるのではないかと考えていたが、棄却という結果が得られた。これは、対人劣等ストレスの定義という H9 と同じ要因によるものであると考えられる。対人劣等ストレスを感じている人の中には、食的発散をする傾向がある人もいれば、しない傾向がある人も多く存在し、その結果棄却されたのではないかと考える。

H11 対人希薄ストレスは休養系発散に正の影響を与える→採択

対人関係の希薄さによるストレスであるため、そもそも友達が少ないことが挙げられる。そのため、友達と金銭消費をしたりするよりは、1人でゆっくり過ごしたり休んだりすることによってストレス解消をする傾向があるのではないかと考える。

H12 対人希薄ストレスは食的発散に正の影響を与える→棄却

H10と同じように、ストレスの種類に関わらず相関が得られると考えていたが、棄却された。しかしこちらの仮説は対人希薄ストレスであるため、H11と同じように、友達が少ないことに起因すると考えられる。食事やお酒を飲んでストレス解消する行為は友人とすることが多く、1人ですることが少ないものであるため、このような結果が得られたのではないかと考える。

次の二つは、修正係数に基づいて追加した仮説である。

H1t 情動性は対人希薄ストレスに正の影響を与える→棄却

情動性が強い人は、対人間の関係において他者と衝突したりする事によってストレスを感じることが多いため、関係が希薄である事に関してはあまりストレスを感じないのではないかと考えた。

H2t 攻撃性は対人希薄ストレスに正の影響を与える→採択

他者に攻撃的な態度を取ってしまう人は、その事によって友人との関係が悪くなり、希薄ストレスを感じる傾向があるのではないかと考えた。コミュニケーションが苦手な人だけでなく、このように自分から友人に対して攻撃的に接している人も同じようにストレスを感じているのではないだろうか。

3) 性別に関する要因

H13 性別によって対人葛藤ストレスが異なる→採択

男性を1、女性を0とダミー変数化して分析をした結果、負の相関が得られた。つまり、女性の方が対人葛藤ストレスを感じやすいということであり、Ong et.al(2013)の結果とも一致した。これは、女性の方が男性に比べて集団やグループを好む傾向があり、その中での気の遣い方によるストレスが大きな要因ではないかと考える。

4) ストレス解消意向に関する要因

H14 カラオケ消費行動はストレス解消意向に正の影響を与える→採択

実態調査の結果から、カラオケはストレス解消に効果的であると考えていたが、当初のコンジョイント分析では棄却された。しかし、p値が0.14であることから、サンプル数が224名という人数であることが要因であると考えられる。サンプル数が増えれば有意水準を得られたのではないだろうか。実態調査の単純集計結果から、ストレス解消施設でカラオケを利用する人が多かったが、これは先にも述べた通り、大学生にとって最も身近であるとい

う理由があると考えられる。そのため、実際にストレス解消手段について細かく調べていくと、他のストレス解消方法を重視する傾向が表れてしまった可能性もある。なお、追加分析の重回帰分析では有意な結果が得られた。これは交互作用を考慮することによって主分析も影響を受け、結果的に有意になったためではないかと考える。

H14a この影響(H14)はストレスの有無によって異なる→採択

実態調査において、ストレス解消施設としてカラオケに行くという回答した人が多かったが、負で有意という結果が得られた。これは調査票の質問項目に問題があったのではないかと考える。ストレス解消施設の項目は回答必須項目であり、例としてカラオケを挙げたため、自然とカラオケを選択する人が増えてしまったのではないだろうか。

H14b この影響(H14)は性別によって異なる→棄却

女性の方が対人葛藤ストレスを感じるという仮説検定結果を得られたため、このような仮説を設定したが、実際には有意な結果は得られなかった。これはカラオケの中でも「1人カラオケ」などに限定していなかったことが要因ではないかと考えられる。友人とのカラオケも含んでいるため、男女差が明確に表れなかったのではないかと考える。

H15 購買行動はストレス解消意向に正の影響を与える→採択

プリテストにおいて重視した度合いが低かったため、アンケート項目からの削除を考えたが、女性の数が増えれば採択されるのではないかとこのことから削除せずアンケート項目に残したが、結果的に当初のコンジョイント分析では棄却された。これはプリテストの結果が、男女の数の差によるものではないことを示している。購買行動は金銭消費によってすっきりするというよりは、罪悪感が強くなってしまいうためストレス解消意向との相関が得られないのではないだろうか。なお、追加分析の重回帰分析では有意な結果が得られた。これも H14 と同様に、交互作用の影響を受けたためであると考えられる。また、コンジョイント分析ではなく、重回帰分析で分析したことも有意になった要因ではないだろうか。

H15a この影響(H15)はストレスの有無によって異なる→採択

H14a と同じように、負で有意という結果が得られた。ストレスを感じているから購買するというよりは、ストレスフリーな時に気分転換や楽しみとして買い物をする傾向があるのではないかと考える。

H15b この影響(H15)は性別によって異なる→採択

男性よりも女性の方が購買を好み、実際に行動に移しているのではないかと考えたが、想定通り有意な結果が得られた。コンジョイント分析結果では購買行動はストレス解消意向と相関はないという結果が得られたが、男女差の観点から考えるとやはり女性の方が好

むという結果であり、想定通りであった。

H16 運動はストレス解消意向に正の影響を与える→採択

運動することは、男女問わずストレス解消につながり、効果的であるとわかった。実際に中学や高校の時の体育や部活をした経験がある人が多く、運動の楽しさを知っている人が多かった事が要因ではないかと考える。

H17 読書はストレス解消意向に正の影響を与える→棄却

漫画喫茶が存在していることから、読書はストレス解消意向と相関があると考えたが、棄却され、負で有意という結果が得られた。これは本を読むという行為によってストレス解消できる人とできない人が多く混同していることによるものではないかと考えた。ただ、読書も購買行動と同じく、プリテストの結果からみても棄却という結果は想定範囲内という感じである。

H18 睡眠はストレス解消意向に正の影響を与える→採択

身体的ストレス、精神的ストレスともに睡眠を十分にとることで、ストレス解消された経験のある人が多かったのではないかと考える。実際、特に身体的ストレスを抱えている人は睡眠が効果的であるだろう。

H19 リラクゼーションはストレス解消意向に正の影響を与える→採択

事例研究でも取り上げた「おふろ café utatane」ではマッサージのサービスが存在していた。また、マッサージは身体的ストレスに特に効果があることから、このような結果が得られたのではないかと考える。

H20 食事はストレス解消意向に正の影響を与える→採択

Ong et.al(2013)の結果より、糖分(砂糖)がストレス解消に効果的であるという結果が得られているため、本研究においても似たような結果が得られた。糖分だけではなく、飲酒も含んでいるため、食べる事やお酒を飲むことは全てストレス解消に効果的であることがわかる。

8.2 まとめと実務へのインプリケーション

はじめに述べた通り、本研究は最終的にストレス解消ビジネスの有用性について提言する事を目的としている。共分散構造分析結果から、消費者特性によってストレスの種類、またストレス解消手段が異なることがわかり、コンジョイント分析結果から、「運動」、「リラクゼーション」、「睡眠」、「食事」がストレス解消意向と正の相関があることがわかった。この事から、これらの中で運動以外の全てを提供している「おふろ café utatane」はさまざまな人にとって非常に有益な施設であり、ビジネスとして成功しているのではないかと考える。また、運動の面而言えば、「八つ当たりどころ」はまさにストレス解消に効果的であると考えられる。食事の面に関しては、食事だけに注目したストレス解消ビジネスが存在していないため、新たに居酒屋などではない「食べ放題飲み放題」のためだけの施設や、ホテルなどではない、食べたあとすぐに眠る事ができる施設を提供するビジネスが今後有益になる可能性もあるのではないだろうか。また、21歳女性へのインタビューからもわかる通り、自宅から近いという理由から利用する人もいるため、「八つ当たりどころ」のような移動車によるサービス提供も非常に有益なのではないだろうか。このように、ストレス社会に対応するためには、「GABA」や「叫びの壺」などの商品だけでなく、サービスを提供する事が、よりさまざまな人に対して有益であると考えられる。

8.3 本研究の限界

本研究における限界として、サンプルが挙げられる。著者の知人や知人を介しての知人に向けてアンケートを実施したため、大学生が中心となってしまった。学生の対人関係におけるストレスに関してはデータが取れたが、社会人や高校生などのデータは取れなかった。全世代のデータを入手できたら、より正確な分析ができたのではないかと考える。また、仮説の概念と定義に関して、「対人劣等ストレス」が挙げられる。「対人劣等ストレス」の定義が曖昧であったため、共分散構造分析において「対人劣等ストレス」との相関を調べたものの有意な結果を得ることができなかった。また、消費者特性も全てを考慮できているわけではないため、本研究における分析結果は全ての人に当てはまるものではない。

今後は、仮説の概念の定義づけをより正確に、そして様々な世代に対してアンケートを実施していきたい。そしてより多くの人のストレスを緩和することのできるビジネスモデルの提案をしていきたい。

謝辞

本研究においてご協力いただきました、慶應義塾大学の学生並びに他大学の学生、そしてヒアリングに回答していただきました「江崎グリコ」様、「八つ当たりどころ」様、「株式会社ドリーム」様、そして都内スポーツクラブ様に対して、この場を以て感謝の意を述べさせていただきます。本当にありがとうございます。

参考文献

- Austin V, Shah S, and Muncher S (2005), "Teacher stress and coping strategies used to reduce stress", *Occupational Therapy International (OCCUP THER INT)*,; 12(2): 63-80. (18p).
- Evans, Susan, Ferrando, Stephen, and Carr, Corey (2011), "Mindfulness-based stress reduction (MBSR) and distress in a community-based sample", *Clinical Psychology & Psychotherapy*, Vol. 18 Issue 6, p553-558. 6p. 2 Charts.
- Ferrer, Eileen, Lew Polong, and Jung Sarah (2014), "PLAYING MUSIC TO RELIEVE STRESS IN A COLLEGE CLASSROOM ENVIRONMENT", *College Student Journal* Fall2014, Vol. 48 Issue 3, p481 14p
- Kim, S. H. (2014), "Consumers' attributions and emotional responses to negative expectancy disconfirmation: Anger and regret", *South African Journal of Business Management*. June2014, Vol. 45 Issue 2, p15-24. 10p. 2 Diagrams, 3 Charts
- Labbe, Elise, Schmidt, Nicholas, and Babin, Jonathan (2007), "Coping with Stress: The Effectiveness of Different Types of Music", *Applied Psychophysiology & Biofeedback* Dec2007, Vol. 32 Issue 3/4, p163 6p
- Raja, Jaweria Imtiaz and Malik, Jamil A (2014), "Personality Dimensions and Decision Making: Exploring Consumers' Shopping Styles", *Journal of Behavioural Sciences*. 2014, Vol. 24 Issue 2, p18-33. 16p
- Mathur, Anil, Moschis, George P, and Lee, Euehun (2006), "Consumer stress-handling strategies: Theory and research findings", *Journal of Consumer Behaviour*, Vol 5(3), May-Jun, 2006. pp. 193-203
- Ong, Fon Sim, Phillips, David R, Chai, and Sen Tyng (2013), "Journal of Consumer Behaviour, Vol 5(3), May-Jun, 2006. pp. 193-203"
- Varvogli, Liza and Darviri, Christina (2011), "Stress Management Techniques: evidence-based procedures that reduce stress and promote health", *Health Science Journal (HEALTH SCI J)*, 2011; 5(2):74-89. (16p)
- Youn(2000), "Impulse Buying: Its Relation to Personality Traits and Cues", *Advances in Consumer Research*. 2000, Vol. 27 Issue 1, p179-185. 7p. 3 Charts
- 木島恒一 (2008) , 「ストレス・コーピング・スキル尺度の作成 : その信頼性・妥当性の検討」, 『心身医学』 48(8), 731-740
- 鈴木貴士, 山口真史, 川田敬一, 佐藤進, 吉道悦子, 松本圭, 川尻達也, and 村田俊也 (2014) , 「ストレス対処タイプ別のメンタルヘルスの特徴について」, 『工学教育研究』 21, 167-176
- 橋本剛 (1997) , 「大学生における対人ストレスイベント分類の試み」, 『社会心理学研究』 13(1), 64-75

橋爪秀一, 山本幹男, 渡辺恒夫, 河野貴美子, 桂川秀嗣, 小久保秀之, and 鎌田明彦 (2014), 「甘味料によるストレス改善効果(研究発表)」, *Journal of International Society of Life Information Science* 32(1), 73-77

おふろ cafe utatane <http://ofurocafeutatane.com/cafe/index.html> (2015年11/16アクセス)

公益財団法人 吉田秀雄記念事業財団 財団データベース オムニバス調査 オープンデータベース http://www.yhmf.jp/data/omnibus_18.html (2015年11/11アクセス)

叫びの壺 株式会社ドリーム 美容、健康、アイデア雑貨の企画、開発運営会社 <http://mydream.co.jp/commodity/126> (2015年12/15アクセス)

出店について 八つ当たりどころ <http://yatsuataridokoro.com/syutten> (2015年12/26アクセス)

ストレス社会で闘うあなたに。GABA [ギャバ] <http://cp.glico.jp/gaba/index.html> (2015年10/26アクセス)

第2章 心のケア各論：文部科学省 http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/clarinet/002/003/010/004.htm (2015年11/2アクセス)

付属資料

調査票

濱岡豊研究会 14 期 卒論アンケート(下山大雅)

こんにちは。私は現在卒業論文のためのアンケートを実施しております。アンケート内容は本研究内でのみ使用させていただきます。日頃のストレスなどについて気軽に回答してみてください。このアンケートの回答で個人が特定される事はありません。ご協力お願いします。

1. 性別

男性

女性

2. 年齢

大学1年生

大学2年生

大学3年生

大学4年生

その他

初めに現在の生活に関する実態を調査します。個人が特定される事はないので、ありのままに回答をお願いいたします。

1. 現在の生活にストレスを感じていますか。

全く感じていない

感じていない

どちらでもない

感じている

非常に感じている

1で「全く感じていない」、「感じていない」と回答した人は2に進んでください。

1で「感じている」、「非常に感じている」と回答した人は3に進んでください

2. なぜストレスを感じていないのですか。(複数回答可)

- 家族との関係が良好だから
- 友人との関係が良好だから
- 恋人との関係が良好だから
- 金銭的に余裕があるから
- 身体的な疲労があまりないから
- 学業面に不安がないから
- その他

3. 何に対してストレスを感じていますか。

- 家族関係
- 友人関係
- 恋愛関係
- 金銭面
- 学業面
- その他

次にストレス解消についての実態を調査します。

4. あなたのストレス解消方法は何ですか。

- 運動する
- 物を壊す
- 買い物をする
- 体を休める
- 読書をする
- ご飯を食べたり、お酒を飲んだりする
- 誰かに八つ当たりする
- 友達とおしゃべりする
- その他

5. ストレス解消施設を利用する頻度はどのくらいですか。

ストレス解消施設: ストレス解消を目的として行った施設(例:カラオケ)

- 全く行かない
- 年に1~2回程度
- 月に1~2回程度
- 週に1~2回程度
- ほぼ毎日

○その他

5で「全く行かない」と回答した人は次の章に進んでください。

それ以外の方は6に進んでください。

6. 具体的にどんな所ですか。(複数回答可)

カラオケ

ラウンドワン

カフェ

レストラン

漫画喫茶

スポーツジム

エステ

その他

実態調査は以上になります。ありがとうございました。アンケートはまだ続きます。

この章では自分の性格について回答していただきます。1行につき1つだけ回答してください。こちらも個人が特定されることはないのです、ありのままに回答をお願いします。

9. 下記のそれぞれの質問に対して、あなたに最も当てはまるものを選んで下さい。

	1.全く当てはまらない	2.当てはまらない	3.どちらでもない	4.当てはまる	5.非常に当てはまる
1. 失敗すると気がくじけてしまう					
2. 大きなショックを受けると落ち込んでしまう					
3. ささいなことでも嫌なことがあると頭から離れない					
4. つらい時泣いてしまうことがある					
5. 悲しいことがあると何も考えられなくなる					

10. 下記のそれぞれの質問に対して、あなたに最も当てはまるものを選んで下さい。

	1.全く当てはまらない	2.当てはまらない	3.どちらでもない	4.当てはまる	5.非常に当てはまる
6. いらいらすると顔に出てしまう方だ					
7. 他人に対してイライラすることがある					
8. 怒りで我を忘れそうになったことがある					
9. イライラするような状況には我慢できない					
10. 自分は他人に対して、少し攻撃的な物言いをすると思う					

11. 下記のそれぞれの質問に対して、あなたに最も当てはまるものを選んで下さい。

	1.全く当てはまらない	2.当てはまらない	3.どちらでもない	4.当てはまる	5.非常に当てはまる
11.自分は他人より優れた点があると思う					
12.様々な物事に対してうまく対応できる自信がある					
13.嫌なことに対して自分の意見を主張することができる					
14.自分に自信を持っている					
15.自己主張が強い方だ					

12. 下記のそれぞれの質問に対して、あなたに最も当てはまるものを選んで下さい。

	1.全く当てはまらない	2.当てはまらない	3.どちらでもない	4.当てはまる	5.非常に当てはまる
16.人見知りな方だ					
17.友人はあまり多くないと思う					
18.他人と話すのが苦手だ					
19.直接話すよりも、メールやLINE などの方が気楽だ					
20. 1日のうち、誰かと会話する時間はあまりない					

次に、あなたがストレスに感じる出来事について回答していただきます。1行につき1つだけ回答してください。

13. 下記のそれぞれの質問に対して、あなたに最も当てはまるものを選んで下さい。

	1.全く当てはまらない	2.当てはまらない	3.どちらでもない	4.当てはまる	5.非常に当てはまる
21.知人と喧嘩した					
22.知人が無責任な行動をした					
23.知人に軽蔑された					

24.知人に嫌な思いをさせた					
25.知人に無理な要求をされた					

14. 下記のそれぞれの質問に対して、あなたに最も当てはまるものを選んで下さい。

	1.全く当てはまらない	2.当てはまらない	3.どちらでもない	4.当てはまる	5.非常に当てはまる
26.知人が自分のことをどう思っているのか気になった					
27.知人とどのように付き合っているのかわからない					
28.自分の言いたいことが相手にうまく伝わらなかった					
29.無理に相手に合わせた会話をした					
30.知人と比べて劣等感を感じた					

15. 下記のそれぞれの質問に対して、あなたに最も当てはまるものを選んで下さい。

	1.全く当てはまらない	2.当てはまらない	3.どちらでもない	4.当てはまる	5.非常に当てはまる
31.友人の数が少ない					
32.他人とあまり会話することができない					
33.話したくない時に話さなければならない					
34.おしゃべりしたい時に会話する相手がいない					
35.集団に溶けこめない					

次に、ストレス解消方法について回答していただきます。1行につき1つだけ回答してください。

16. 下記のそれぞれの質問に対して、あなたに最も当てはまるものを選んで下さい。

	1.全く当てはまらない	2.当てはまらない	3.どちらでもない	4.当てはまる	5.非常に当てはまる
36.運動をしてストレス解消する事がある					
37.ものを壊してストレス解消する事がある					
38.カラオケをしてストレス解消する事がある					
39.買い物をしてストレス解消する事がある					
40.旅行に行つてストレス解消する事がある					

17. 下記のそれぞれの質問に対して、あなたに最も当てはまるものを選んで下さい。

	1.全く当てはまらない	2.当てはまらない	3.どちらでもない	4.当てはまる	5.非常に当てはまる
41.読書をしてストレス解消する事がある					
42.睡眠をとつてストレス解消する事がある					
43.お風呂に入つてストレス解消する事がある					
44.映画を見てストレス解消する事がある					
45.音楽を聴いてストレス解消する事がある					

18. 下記のそれぞれの質問に対して、あなたに最も当てはまるものを選んで下さい。

	1.全く当てはまらない	2.当てはまらない	3.どちらでもない	4.当てはまる	5.非常に当てはまる
46.甘いものを食べてストレス解消する事がある					
47.いつもよりたくさん食べてストレス解消する事がある					
48.お酒を飲んでストレス解消する事がある					
49.いつもより高級な食べ物を食べてストレス解消する事がある					
50.カフェで食事をとったり飲み物を飲んだりしてストレス解消する事がある					

次に、以下に示すのは架空のストレス解消施設です。A から H の質問は施設内にそれぞれ以下に示した 7 つの要素が入っているかいないかを示したものになっています。それぞれの施設について、自分が行ったと仮定した時にストレス解消できそうな度合いを回答してください。

行きたい度合いではなく、行ったと仮定した時のストレス解消できそうな度合いについて回答をお願いします。

<それぞれの要素の説明>

カラオケ:カラオケをする事ができる

買い物:買い物をする事ができる

運動:スポーツや体を動かす事ができる

読書:マンガや小説など、本を読む事ができる

睡眠:睡眠をとる事ができる

マッサージ:マッサージをして体の疲れを取る事ができる

食事:カフェが設置されている

それぞれの要素を以下の 7 つの画像で表しています。

①カラオケ



②買い物



③運動



④マッサージ



⑤睡眠



⑥読書



⑦食事



A から H にそれぞれ書かれている要素は、施設内にそれらが入っている事を示しています。画像と対応しているので、ぜひ参考にして下さい。

(例)カラオケ 睡眠:施設内にカラオケのできる所と睡眠を取れる所がある

19. A

カラオケ 買い物 運動 マッサージ 睡眠 食事 読書



全くできなそう○○○○○非常にできそう

20. B

マッサージ 買い物 食事



全くできなそう○○○○○非常にできそう

21. C

睡眠 運動 食事



全くできなそう○○○○○非常にできそう

22. D

読書 カラオケ 食事



全くできなそう○○○○○非常にできそう

23. E

マッサージ 睡眠 読書



全くできなそう○○○○○非常にできそう

24. F

マッサージ カラオケ 運動



全くできなそう○○○○○非常にできそう

25. G

睡眠 買い物 カラオケ



全くできなそう○○○○○非常にできそう

26. H

読書 運動 買い物



全くできなそう○○○○○非常にできそう

27.上記の A から H を回答した時に、重視した要素は何ですか。

	1.全く重視 しなかった	2.重視しな かった	3.どちらで もない	4.重視した	5.非常に重 視した
カラオケ					
買い物					
読書					
睡眠					
マッサージ					
食事					

アンケートは以上になります。ご協力ありがとうございました。