



# 【30】 Shrinkflation を対象とした消費者行動分析

慶應義塾大学 経済学研究科 博士課程 1年

本多 将大 masahirohonda@keio.jp

私は主に消費者の行動を研究し、これまで限定的な理解であった複雑な消費行動メカニズムを心理と行動の両面から分析することを試みています。ビッグデータによる実証研究やその統計的手法の研究を行っており、特に寄付行動や購買行動のメカニズムの解明を目指しています。

## 研究テーマ：消費者行動の実証分析とその方法論

### 1. 「製品サイズは購買選択にどのように影響するのか？」 (Honda, 2025)

-価格を据え置きパッケージの容量を変更する戦略「Shrinkflation」は消費者の限定合理性のもとで企業の合理的意思決定となる

**社会へのインパクト** パッケージサイズの表示規制はすべきか？

### 2. 「クラウドファンディング型ふるさと納税を利用するモチベーションとは？」 (本多・星野, 2024)

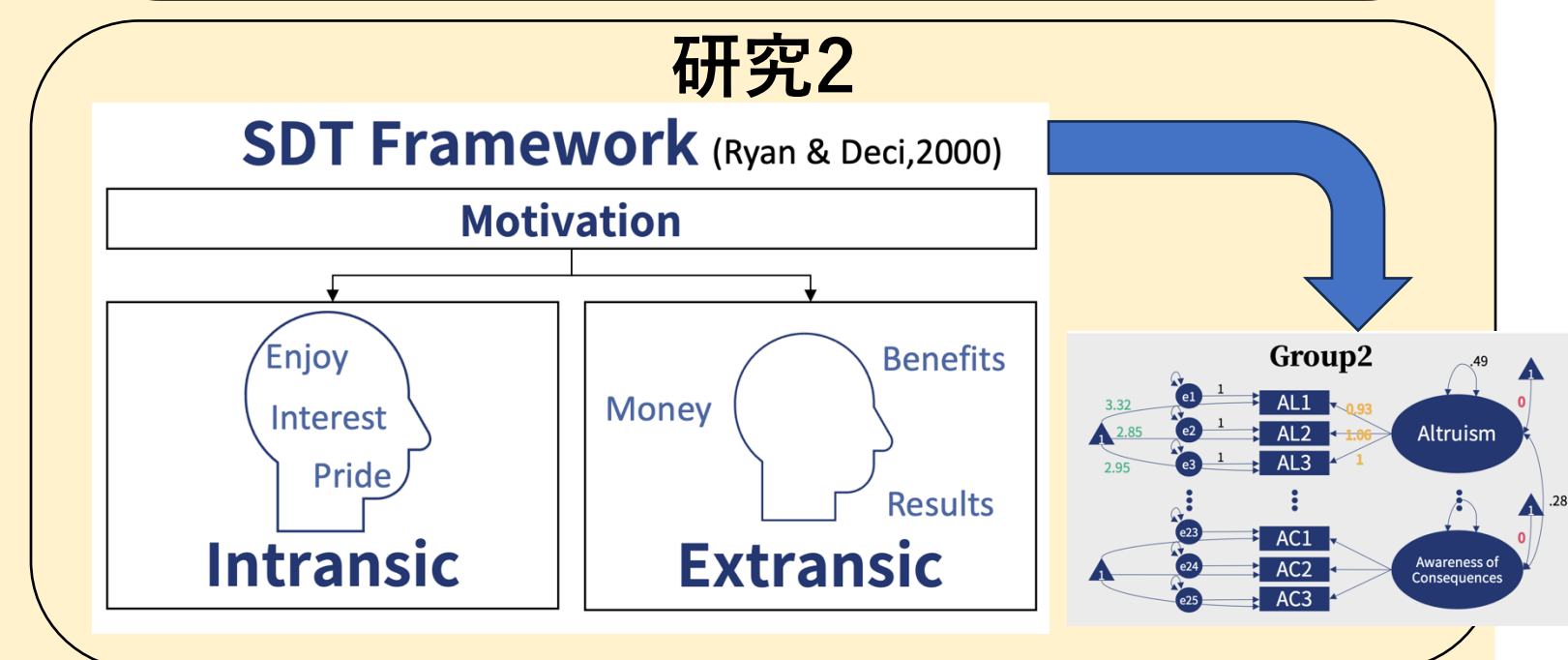
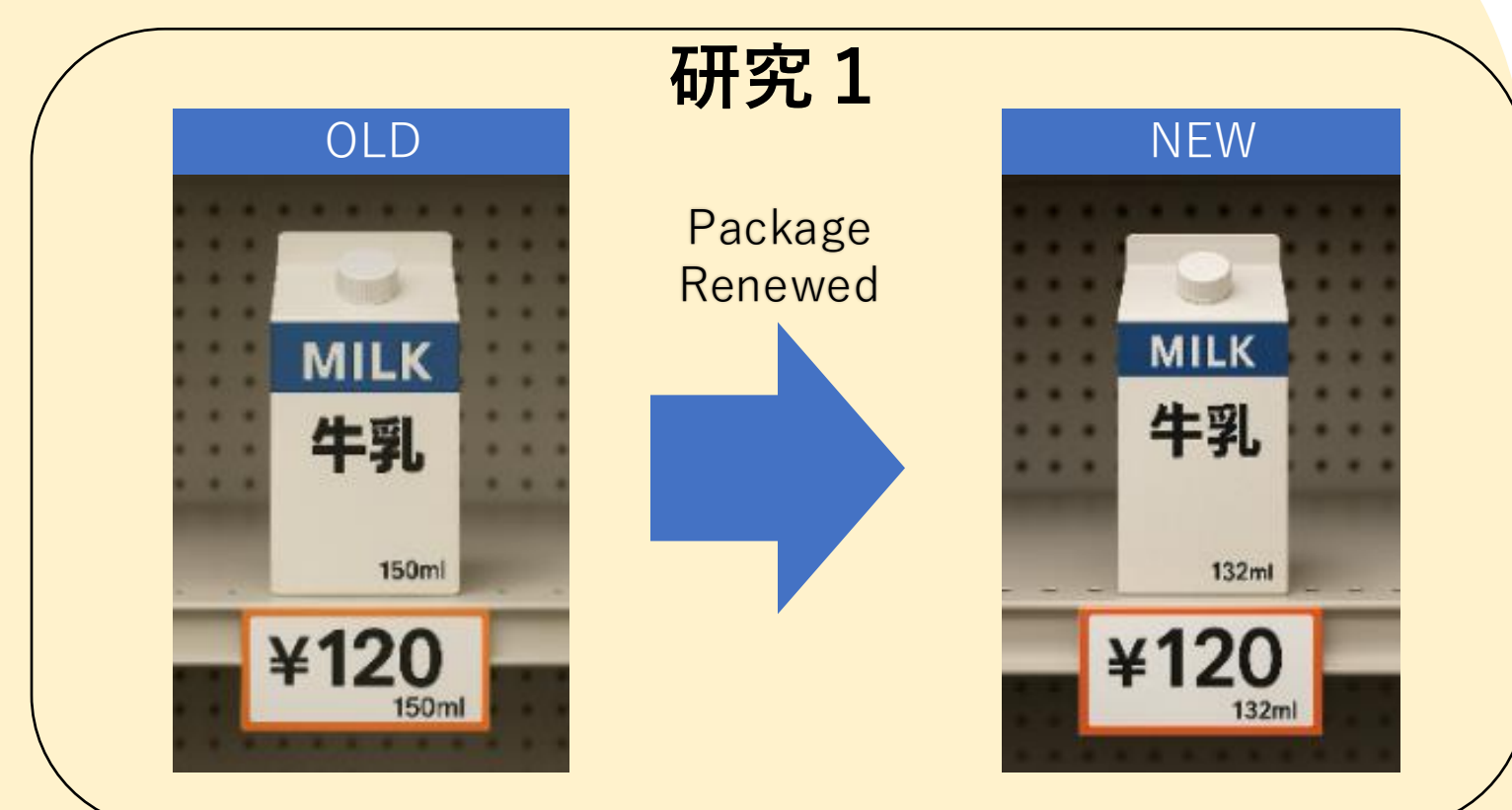
-自己決定理論(SDT)に基づく、価値・興味的一致や信頼の高さが寄付につながる

**社会へのインパクト** 地方自治体での寄付増加施策として実用済

### 3. 「消費者の調査データと行動データはどのように統合して分析すれば良いか？」

-調査・行動データの統合には欠測・測定誤差によるバイアスを考慮したベイズ推定による統合手法を提案

**社会へのインパクト** 利用可能データ増加による新しいインサイト



研究3

|       | 回答者        | 非回答者    |
|-------|------------|---------|
| 調査データ | 観測 (測定誤差有) | 欠測(MAR) |
| 行動データ | 共通の観測変数    |         |

## 【研究の魅力】

ビッグデータの時代だからこそ、背後のデータ生成過程（行動メカニズム）とデータ収集過程のバイアスを理解することによって、より正確なデータ分析と意思決定ができるようになることが面白いと思います

## 【自己紹介】ドイツへ留学・民間企業から大学院へ再入学

来歴：慶應義塾 → RWTH(ドイツ) 経営大学院 → Indeed Japan → 同塾経済研究科(修士・博士)  
 専門領域：マーケティング・リサーチ, マーケティング・サイエンス  
 手法：ベイズ推定、構造方程式モデリング、因果推論、時系列解析、構造推定

## 主な研究実績

1. 本多将大, 星野崇宏. (2024). ふるさと納税およびクラウドファンディング型ふるさと納税の利用動機—クラウドファンディング研究の視点からの実寄付者データを用いた分析—. 行動計量学, 51(2), 137–150.
2. Masahiro Honda, 2025. "A Systematic Review of Shrinkflation in Retail Markets," Keio-IES Discussion Paper Series DP2025-007, Institute for Economics Studies, Keio University.
3. 2025年 日本マーケティング・サイエンス学会「研究奨励賞」 「シングルソースデータにおける調査・行動データの統合分析モデル」