

NO.5

## Consumer Behavior and Happiness

In modern society, many people connect happiness with consumption. Buying new products often brings excitement and satisfaction, especially in the short term. This is one reason why shopping is seen as a way to improve people's feelings. Some people even shop when they feel stressed or tired because it gives them a quick sense of relief. **(Q1)**, others say that buying something new makes their daily life feel more enjoyable for a moment. However, research suggests that the happiness gained from purchasing items is often temporary.

One explanation for this is a psychological process in which people quickly become used to new items. What once seemed exciting soon becomes part of everyday life. Moreover, advertising and social media constantly introduce new products, encouraging people to keep buying. Thus, some individuals rely on shopping as a way to maintain their happiness. They may feel the need to buy something again whenever their excitement disappears. This habit can become difficult to control and may affect their overall well-being. Consequently, this pattern of behavior can **(Q2)**.

On the other hand, studies have shown that spending money on experiences, such as travel or social activities, may provide longer-lasting satisfaction. Experiences often create memories and strengthen relationships, which contribute to a deeper sense of happiness. People often remember these moments for many years, even after the event has ended. In conclusion, the excitement from buying objects usually disappears much more quickly, and **(Q3)**. By understanding these differences, people can make better decisions about how they use their money.

(Q1)

- 1 In addition
- 2 In spite of this
- 3 In particular
- 4 In general

(Q2)

- 1 help people develop healthier consumption activity
- 2 make people less interested in buying new products over time
- 3 lead to repeated consumption without lasting satisfaction
- 4 reduce the influence of advertising on people's choices

(Q3)

- 1 experiences rarely influence people's happiness in meaningful ways
- 2 people should avoid spending money on unnecessary experiences
- 3 buying material goods usually brings stronger and longer happiness
- 4 choosing meaningful experiences can lead to deeper, lasting happiness

解答

(Q1) 1                      (Q2) 3                      (Q3) 4

和訳

### 消費者行動と幸福

現代社会では、多くの人が幸福感を消費と結びつけています。新しい商品を購入すると特に短期的には興奮と満足感を得られます。これが、買い物が人々の気分を高める手段とみなされる理由の一つです。ストレスや疲労を感じている時に買い物をする人もいます。買い物は一時的な安堵感を与えてくれるからです。(Q1)加えて、新しいものを買うことで日常生活が一時的に楽しくなると感じる人もいます。しかし、研究によると物を買うことで得られる幸福感はしばしば一時的なものです。

その理由の一つとして、人々が新しいものにすぐに慣れてしまうという心理的なプロセスが挙げられます。かつては刺激的だったものが、すぐに日常生活の一部になってしまうのです。さらに、広告やソーシャルメディアは常に新しい商品を紹介し人々に購買意欲を掻き立てます。そのため、幸福感を維持する手段として買い物に頼る人もいます。興奮が薄れると、また何かを買いたくなる衝動に駆られるのです。この習慣は制御が難しくなり、全体的な幸福感に悪影響を及ぼす可能性があります。結果として、このような行動パターンは、(Q2)持続的な満足感を伴わない繰り返しの消費につながる可能性があります。

一方、旅行や社交活動といった体験にお金を使うことは、より長く続く満足感をもたらすことが研究で示されています。体験はしばしば思い出を作り、人間関係を強化し、より深い幸福感につながります。人々はイベントが終わった後もこうした瞬間を何年も覚えていることがよくあります。結論として、モノを買うことによる興奮は通常はるかに早く消え去り、(Q3)意義のある体験を選ぶことでより深く長く続く幸福感を得ることができます。こうした違いを理解することで、人々はお金の使い方についてより良い判断を下せるようになります。

選択肢和訳

(Q1)

- 1 さらに
- 2 それにもかかわらず
- 3 特に
- 4 一般的に

(Q2)

- 1 人々がより健全な消費行動をとるようになる
- 2 人々が新しい製品を購入することへの関心を徐々に失う
- 3 持続的な満足感を伴わない繰り返し消費につながる
- 4 広告が人々の選択に与える影響を軽減する

(Q3)

- 1 経験は、人々の幸福に有意義な影響を与えることはほとんどない
- 2 人々は不必要な経験にお金を使うことを避けるべきである
- 3 物質的な商品を購入することは、通常、より強く、より長く続く幸福をもたらす
- 4 有意義な経験を選ぶことは、より深く、より長く続く幸福につながる