

2つの制御適合が対象の価値に及ぼす影響の検討

—情報提示条件に着目して—

長峯聖人¹ 外山美樹² 湯 立³ 三和秀平⁴ 相川充⁵

^{1,2,3,4,5} 教育テスト研究センター ^{2,5} 筑波大学人間系

^{1,3,4} 筑波大学大学院人間総合科学研究科

本研究では、制御適合が対象の価値に及ぼす影響について、制御適合のタイプ（促進焦点の制御適合、防止焦点の制御適合）と情報提示条件（一面的情報提示、二面的情報提示）を考慮した検討を行った。分析対象者は大学生 82 名であった。本研究の結果より、促進焦点の制御適合が生じた場合は、一面的情報提示条件よりも二面的情報提示条件において対象の金銭的価値を高く見積もることが示された。防止焦点の制御適合においても同様の結果が得られた。これらの結果より、制御適合のタイプは対象への評価に影響しないという可能性が示された。

キーワード：制御適合，制御焦点，価値，情報提示

1. 問題と目的

制御焦点理論（Higgins, 1997）は、個人の目標志向性を促進焦点と防止焦点の 2 つから捉えた理論である。促進焦点とは獲得に焦点が向けられた志向性であり、防止焦点は損失に焦点が向けられた志向性である。さらに制御焦点理論の発展形である制御適合理論（Higgins, 2000）では、促進焦点、防止焦点にはそれぞれ適した方略（熱望方略、警戒方略）があり、目標志向性と方略が合致した個人は制御適合を経験すると説明されている。制御適合が経験されると、現在従事している活動に対する“正しさの感覚（feeling right）”が生じ、結果として価値（value）が創造されることが明らかになっている（Higgins, Idson, Freitas, Spiegel, & Molden, 2003）。

また、制御適合とは別に、それぞれの制御焦点で対象への価値が高まりやすい情報提示条件があることが示されている（Florack, Ineichen, & Bieri, 2009）。促進焦点は、評価対象の長所と短所の両方が提示された場合（二面的情報提示条件）に、防止焦点は評価対象の長所のみ提示された場合（一面的情報提示条件）に対象の価値を高く見積もることが明らかになっている。しかし、制御適合が対象への価値に及ぼす影響において、情報提示条件が調整変数となるかを検討した研究はこれまでに存在しない。そのため本研究では、制御適合を 2 つのタイプ（促進焦点の制御適合、防止焦点の制御適合）に分け、各制御適合が金銭的価値に及ぼす影響を情報提示条件が調整するかどうかを探索的に検討することを目的とする。

2. 方法

2.1 実験参加者

大学生 82 名（男性 33 名，女性 49 名，平均年齢 = 19.17 歳，SD = 1.40）。

2.2 実験計画

本実験は、制御焦点（促進焦点、防止焦点）、課題方略（熱望方略、警戒方略）、情報提

示条件（一面的情報提示，二面的情報提示）の3要因を独立変数とする実験参加者間計画であった。

2.3 制御焦点の操作

制御焦点の操作はプライミングによって行った。参加者を促進焦点条件 ($n=44$) か防止焦点条件 ($n=38$) ヘランダムに割り当て、促進焦点条件では自身の理想について、防止焦点条件では自身の義務について、“中学・高校のころ”，“現在”，“大学卒業後”の3つの時期に分けて自由記述を求めた。記述の時間は6分間であった。

2.4 課題方略の操作

Förster, Higgins, & Bianco (2003) に基づき、点つなぎ課題（数字の順に点をつないで絵を完成させる）を4題行った。制限時間は予備実験を基に、すべての点をつなぐのが不可能な時間（30秒）を設定した。この時参加者に、課題には速さと正確さの両方が必要であることを説明した上で、熱望方略条件 ($n=41$) か警戒方略条件 ($n=41$) ヘランダムに割り当てた。熱望方略条件では、“できるだけ速く”，警戒方略条件では“できるだけ正確に”課題を行うように教示した。

2.5 価値の測定

Higgins et al. (2003) を基に、実験への謝礼として参加者に2つの品物を提示しどちらかを選ぶように求めた。一方は望ましい品物（本研究では USB），一方は望ましくない品物（本研究では消しゴム）であった。品物の選定は予備調査に基づいて行い、ほとんどの参加者が USB を選ぶと想定した。品物の提示後、品物について簡単な説明を行った。この時、参加者をランダムに一面的情報提示条件 ($n=40$) か二面的情報提示条件 ($n=42$) に割り当てた。一面的情報提示条件では各品物の長所にのみ言及し、二面的情報提示条件では各品物の長所と短所に言及した。その後、選んだ品物（USB）の値段（金銭的価値）がどの程度だと思ふかについて尋ねた。消しゴムを選んだ参加者 ($n=3$) は分析から除外した。

2.6 実験手続き

実験は1人ずつ実験室で行った。まず制御焦点を操作した後、続いて課題方略を操作し、その後課題の遂行を求めた。その後、情報提示条件を操作した上で謝礼を選択させ、選んだ品物がどの程度の値段だと思ふかについて尋ねた。実験終了後、参加者に実験の真の目的を伝え（デブリーフィング）、同意書を記入してもらい、すべての実験を終了した。なお、本研究は筆者らが所属する大学の研究倫理委員会の承認を得て行われた。

3. 結果

制御焦点（促進焦点，防止焦点），課題方略（熱望方略，警戒方略），情報提示条件（一面的情報提示，二面的情報提示）を独立変数，USB の金銭的価値を従属変数とする3要因分散分析を行った。

その結果、主効果および1次の交互作用はいずれも有意ではなかったが、2次の交互作用のみ有意傾向が見られた ($F(1, 74)=3.05$, $p=.09$, $\eta_p^2=.04$) ため、下位検定を行った。

まず、制御焦点×情報提示の単純交互作用は、熱望方略においてのみ有意だった ($F(1, 74)=4.14$, $p=.045$, $\eta_p^2=.05$)。そこで単純・単純主効果検定を行ったところ、いずれの条件も有意ではなかったが、中程度の効果量が見られた ($d=0.54\sim 0.77$)。まず、促進焦点条件では一面的情報提示条件の値 ($M=850.00$, $SD=560.26$) よりも二面的情報提示条件の値 ($M=1190.91$, $SD=522.41$) が高く ($d=0.63$)、防止焦点条件では二面的情報提示条件の値 ($*M^*=827.80$, $*SD^*=404.95$) よりも一面的情報提示条件の値 ($*M^*=1290.00$, $*SD^*=979.172$) が高かった ($*d^*=0.61$)。また、一面的情報提示条件では促進焦点条件の値 ($M=850.00$, $SD=560.26$) よりも防止焦点条件の値 ($M=1290.00$, $SD=979.172$) が高く ($d=0.54$)、二

面的情報提示条件では防止焦点条件の値 ($M=827.80$, $SD=404.95$) よりも促進焦点条件の値 ($M=1190.91$, $SD=522.41$) が高かった ($d=0.77$)。結果を Figure 1 に示す。

また、方略×情報提示の単純交互作用は、防止焦点条件においてのみ有意だった ($F(1, 74) = 4.07$, $p = .047$, $\eta_p^2 = .05$)。そこで単純・単純主効果検定を行ったところ、二面的情報提示条件においてのみ方略の単純・単純主効果が有意傾向であり ($F(1, 74) = 3.10$, $p = .08$, $d = 0.68$)、警戒方略条件の値 ($M=1319.80$, $SD=1017.58$) が熱望方略の値 ($M=827.80$, $SD=404.95$) よりも高かった ($d=0.68$)。結果を Figure 2 に示す。その他の単純・単純主効果は有意ではなく、効果量も小さかった。

制御焦点×方略の単純交互作用はいずれも有意ではなかった。

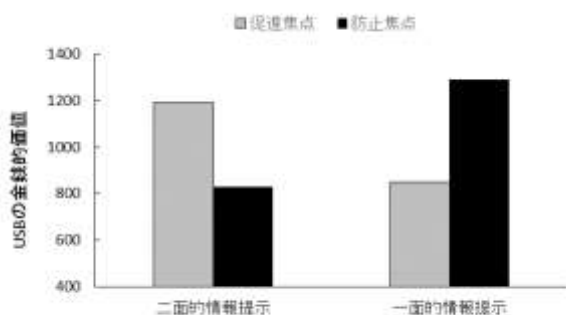


Figure 1. 熱望方略におけるUSBの金銭的価値

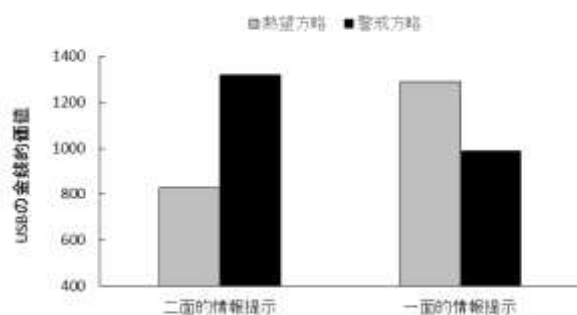


Figure 2. 防止焦点におけるUSBの金銭的価値

4. 考察

促進焦点の制御適合では、一面的情報提示条件よりも二面的情報提示条件において USB の金銭的価値を高く見積もるという結果が示された。一方で防止焦点では、制御適合が生じた際に二面的情報提示条件よりも一面的情報提示条件において USB の金銭的価値を高く見積もるという結果は得られなかった。しかし、防止焦点の制御適合が生じ二面的な情報提示をされた場合、特に USB の金銭的価値を高く見積もるという結果が示された。この結果を踏まえると、制御適合により USB の金銭的価値が高く推定されるが、二面的な情報提示をされた場合には制御適合のタイプにかかわらずその程度が強くなるのかもしれない。防止焦点についてはこの結果が先行研究 (Florack et al., 2009) と一致しないように思えるが、制御適合が生じた場合には本来の制御焦点に基づく嗜好性 (ここでは情報提示) の影響が減少し、単純な情報量による影響の方が強くなるという可能性がある。今後は金銭以外の価値にも着目し、同様の結果が得られるか検討していく必要があるだろう。

参考文献

Florack, A., Ineichen, S., & Bieri, R. (2009) The impact of regulatory focus on the effects of two-sided advertising. *Social Cognition*, 27, 37-56.

Förster, J., Higgins, E.T., & Bianco, A.T. (2003) Speed/accuracy decisions in task performance: Built-in trade-off or separate strategic concerns? *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 90, 148-164.

Higgins, E.T. (1997) Beyond pleasure and pain. *American Psychologist*, 52, 1280-1300.

Higgins, E.T. (2000) Making a good decision: Value from fit. *American Psychologist*, 55, 1217-1230.

Higgins, E. T., Idson, L. C., Freitas, A. L., Spiegel, S., & Molden, D. C. (2003) Transfer of value from fit. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 1140-1153.