

## 通知文書による虚偽説得に及ぼす事前警告の効果

深田博己・樋口匡貴・深田成子

Effects of forewarnings on deceptive persuasion using by letters

Hiromi Fukada, Masataka Higuchi, and Seiko Fukada

手紙を用いた架空請求詐欺（虚偽説得）に及ぼす事前警告の効果を実験的に検討することを目的とした。実験参加者は212名の男女大学生であり、独立変数は4水準の事前警告要因（説得メッセージの話題と立場：TP、説得者の説得意図：PI、説得者の虚偽意図：DI、無事前警告：NFW）と2水準の参加者の性要因（男性、女性）であった。参加者は、事前警告の操作を受けた後、虚偽説得メッセージを提示され、続いて質問紙に回答した。従属変数に対する事前警告要因の効果はみられなかった。事前警告条件別に、認知反応、感情反応、参加者の性を説明変数（6種類）とし、関心度と3種類の行動意思を目的変数とする重回帰分析を行った。その結果、振込行動意思が説得効果の指標として最も適切であること、TP条件では否定的思考の増加が振込行動意思を抑制し、PI条件では送り手評価の低下が振込行動意思を抑制し、DI条件とNFW条件では肯定的思考の減少が振込行動意思を抑制することが判明した。

キーワード：虚偽説得、事前警告、架空請求詐欺、行動意思

### 問 題

現代社会に蔓延する悪質商法と詐欺に関する大学生の遭遇経験と被害経験を調査した深田・石井・児玉・樋口（2008）は、19種類の悪質商法に対する遭遇経験率が24.1%に、9種類の詐欺に対する遭遇経験率が37.1%に達すること、また、被害経験率がそれぞれ1.6%と3.2%に達することを明らかにした。この研究から遭遇経験率が高いと指摘されたキャッチセールス商法（悪質商法）と架空請求詐欺（詐欺）に焦点化し、大学生の警告接触経験を調査した深田・石井（2009）は、キャッチセールス商法遭遇経験者の38.9%が、架空請求詐欺遭遇経験者の41.1%が何らかの警告に接触した経験を持つことを解明した。そして、他者からの警告は考慮され（キャッチセールス商法： $M=3.57$ 、架空請求詐欺： $M=3.50$ 、得点範囲は1～4点）、被害防止に有効であった（キャッチセールス商法： $M=3.07$ 、架空請求詐欺： $M=3.57$ 、得点範囲は1～4点）と認知されていることが判明した。

ところで、社会的影響コミュニケーションの研究に対して説得研究の枠組みを援用することを提案した深田・児玉・樋口・蔵永・辻口（2009）は、説得的コミュニケーションに準じる教育コミュニケーション、説教・説諭コミュニケーション、広報コミュニケーション、虚偽・欺瞞コミュニケ

ーションなどを疑似説得 (pseudo-persuasion) と位置づけた。そして、悪質商法、詐欺、カルトの勧誘などの虚偽・欺瞞コミュニケーションを、疑似説得の一形態として捉え、虚偽説得 (deceptive persuasion) の概念を付与した。社会的に望ましくない虚偽説得から受け手を防御する手法として警告 (warning) 技法が有力であると論じた深田他 (2009) は、説得研究分野で実施されてきた警告研究の枠組みを利用し、虚偽説得に対する防御技法・抵抗技法の開発を試みた。

深田他 (2009) は、悪質商法の一つであるチラシ広告による虚偽説得を取り上げ、事前警告 (forewarning) が虚偽説得に対する抑制効果を持つかどうかを検討した。ここでは、虚偽説得メッセージの話題と立場 (topic and position: TP) に関する事前警告条件、虚偽説得者の説得意図 (persuasive intent: PI) に関する事前警告条件、虚偽説得者の虚偽意図 (deceptive intent: DI) に関する事前警告条件、無事前警告条件、事前警告も虚偽説得メッセージもない統制条件の5条件を設けた。しかし、得られた結果は予想に反しており、TP タイプの事前警告は虚偽説得促進効果を示し、わずかにDIタイプの事前警告条件のほうがTPタイプの事前警告条件よりも有意に説得効果が小さいという意味において、DIタイプの事前警告条件が相対的な虚偽説得抑制効果を示すにとどまった。

悪質商法の一つであるチラシ広告による虚偽説得を取り上げた深田他 (2009) に対して、本研究は詐欺の一つである手紙による架空請求詐欺を取り上げ、虚偽説得に対して果たす事前警告の役割を再検討することを目的とする。

ただし、悪質商法であるチラシ広告の場合は、広告する商品やサービスの存在を客観的に提示することが不自然ではないので、事前警告も虚偽説得メッセージも提示しないで、従属変数の測定のみを行う統制条件、いわゆるメッセージ無し統制条件を設定することができる。しかし、架空請求詐欺の場合には、事前に架空請求事項の存在を提示すること自体が極めて不自然な状況となるため、メッセージ無し統制条件は設定できない。したがって、本研究では、メッセージ無し統制条件は設けない。

## 方 法

### 実験計画と実験参加者

4水準の事前警告要因 (TP タイプ事前警告条件、PI タイプ事前警告条件、DI タイプ事前警告条件、無事前警告条件) と実験参加者の性 (男性、女性) を独立変数とした。独立変数は実験参加者間変数であり、事後測定計画に基づいて実験を実施した。厳密に言えば、無事前警告条件 (no forewarning: NFW) は、事前警告を提示せずに説得メッセージを提示するタイプのメッセージ有り統制条件に相当する。

実験参加者は大学生 221 名であり、実験参加者に対して、説得メッセージと質問紙をセットにした4種類の小冊子が無作為に配布した。無記入回答を含まない有効回答者は 212 名 (男性 101 名、女性 111 名) であり、平均年齢は 19.38 歳 ( $SD=0.95$ 、年齢不明 2 名) であった。TP タイプ条件に 56 人 (男性 26 人、女性 30 人)、PI タイプ条件に 52 人 (男性 26 人、女性 26 人)、DI タイプ条件に 52 人 (男性 24 人、女性 28 人)、NFW 条件に 52 人 (男性 25 人、女性 27 人) を無作為に配置した。無作為配置の手続きは小冊子 (4 種類) の無作為配付によって行った。

## 実験手続き

**実験手続きの概要** 実験は、「未知の第三者機関からの文書に対する印象調査」という設定のもとに、授業時間中に集団的に実施した。教示を一部口頭で行った以外は、実験操作と従属変数の測定は全て小冊子で行った。

**小冊子の構成** 実験群の事前警告有りの3条件：小冊子（A4判、両面印刷、左綴じ）の構成は、①実験全体の教示（表紙、裏面は白紙）、②事前警告情報の提示（第1ページ）、③説得メッセージの提示（第2～3ページ）、④従属変数の測定（第4～9ページ）の順であった。所要時間は、約10分間（延長可）であった。NFW条件：小冊子の構成は、実験群の小冊子の②から事前警告情報を削除した点を除けば、他の実験群の小冊子の構成と同じであった。

## 疑似説得の通知文書

**状況設定** 「あなたは、ある日ネットサーフィンをしていたところ、うっかり裏DVDインターネット販売サイトにアクセスしてしまいました。その数週間後、下記の文書があなたの元に届きました。」という状況設定を行い、実験参加者に通知文書を速読で1回だけ読ませた。

**説得話題、説得メッセージ、および送り手** 本実験で使用した説得話題は「刑事処分申立て通知わいせつ物所持・ポルノ禁止法違反」であった。

説得メッセージは、約1,500字の印刷された手紙文書（左右見開きでA4の2ページ大）であった。説得メッセージは、受け手が「児童買春・児童ポルノ禁止法違反」及び「刑法第175条（わいせつ物所持・頒布等）違反」を犯したことを告げ、送り手の連絡先に問い合わせをするように勧め、裁判費用等を指定する口座に一括振込みをすれば、裁判手続き等を一切代行すると勧める内容のものであった。

送り手は、「野の花会（特定非営利法人 女性・児童犯罪被害者支援センター）」であり、代表者氏名、2名の弁護士氏名、住所、銀行口座、電話番号と受付時間等が示された。

**事前警告操作** 「下の文章はこれから読んでいただく未知の第三者機関からの文書についてのコメントです。あなた個人宛に文書が届いたものとして目を通してください。」という教示に続いて、3種類の事前警告情報のうちの1種類を提示した。

TPタイプ：TPタイプの事前警告は、「これから読んでいただく文書は、“わいせつ物所持・ポルノ禁止法違反”に関する内容のもので、あなたが電話相談を利用すること、事件処理の代行費用を振り込むことを勧めています。すなわち、あなたがその第三者機関から支援を受けるように勧めています。」であった。

PIタイプ：PIタイプの事前警告は、「これから読んでいただく文書は、あなたの持っている考えや意見・態度を変えようとねらっています。そうすることで、あなたに影響を与えて、あなたの考えや行動を誘導しようとしています。すなわち、その第三者機関は、あなたに特定の行動をとらせることを最終的にねらっています。」であった。

DIタイプ：DIタイプの事前警告は、「これから読んでいただく文書は、捏造された間違った情報をあなたに与えることによって、巧妙にあなたを騙そうとしています。すなわち、その第三者機関は、事実と異なる情報をあなたに与えることで、あなたに嘘を信じ込ませようとしています。」であ

った。

なお、NFW 条件では、上記のいずれの事前警告情報も提示しなかった。

### 従属変数

複数項目から構成される全ての尺度に関して 4 条件で  $\alpha$  係数を算出した (表 1 参照)。

**思考と感情反応** (1) 思考反応 肯定的思考と否定的思考を 1 項目ずつの質問によって測定した。肯定的思考は、通知文書とその内容を肯定する考えや、通知文書とその内容に賛成する考えがどのくらい頭に浮かんだかを、「たくさん浮かんだ」(7 点)～「全く浮かばなかった」(1 点)の 7 段階で評定させた。また、否定的思考は、通知文書とその内容を否定する考えや、通知文書とその内容に反対する考えがどのくらい頭に浮かんだかを、「たくさん浮かんだ」(7 点)～「全く浮かばなかった」(1 点)の 7 段階で評定させた。

(2) 心理的リアクタンス 通知文書を読んでいるときどのような感情になったかを、①他人の意見を押し付けられるようで反発を感じたか、②自分の意見や態度を支配されるようで反発を感じたか、の 2 項目について、「非常に感じた (7 点)」～「まったく感じなかった (1 点)」の 7 段階で評定させ、心理的リアクタンス得点とした。

**送り手およびメッセージに対する評価** (1) 送り手評価 通知文書の送り手 (野の花会) に対する評価を、①専門性 (非常に専門的である 7 点～まったく専門的でない 1 点)、②信頼性 (非常に信頼できる 7 点～まったく信頼できない 1 点)、③好感 (非常に好感のもてる 7 点～まったく好感のもてない 1 点)、④親しみ (非常に親しみを感じる 7 点～まったく親しみを感じない 1 点) の 4 項目について 7 段階で評定させ、送り手評価得点とした。

(2) メッセージ評価 通知文書の内容に対する評価を、①納得性 (非常に納得できる 7 点～まったく納得できない 1 点)、②分かりやすさ (非常に分かりやすい 7 点～まったく分かりにくい 1 点)、③親切さ (非常に親切な 7 点～まったく親切でない 1 点) の 3 項目について 7 段階で評定させ、メッセージ評価得点とした。

**説得効果** (1) 関心度 ①わいせつ物・ポルノ所持、②刑事事件申立て通知文書、③野の花会、④裁判手続きの代行の 3 項目に関して、通知文書を読んで「非常に関心を持った (7 点)」～「まったく関心を持たなかった (1 点)」の 7 段階で評定させ、関心度得点とした。

(2) 情報収集行動意思 情報収集行動意思は、①先ほどの通知文書をもう少し丁寧にどのくらい読みたいか、②この違反事件についてもっと詳しい情報をどのくらい入手したいか、③野の花会に電話して詳しい説明をどのくらい受けたいか、の 3 項目に関して、非常にしたい (7 点)～「まったくしたくない (1 点)」の 7 段階で評定させた。(3) と (4) も同様の 7 段階評定であった。

(3) 相談行動意思 相談行動意思は、①野の花会に電話することを家族や友人にどのくらい相談したいか、②裁判手続きの代行費用を振り込むことを家族や友人にどのくらい相談したいか、の 2 項目で測定した。

(4) 振込行動意思 振込行動意思は、裁判手続きの代行費用をどのくらい振り込みたいか、の 1 項目で測定した。

**人口統計学的特性** 実験参加者の性別と年齢について尋ねた。

**その他** 以上のほかに、従属変数として、感情反応を 12 項目、通知文書自体に対する反応を 3 項目、操作チェック反応を 1 項目、通知文書にあったようなサイトにアクセスした経験を 1 項目、架空請求が届いた経験を 1 項目で測定したが、今回の分析では使用しないため、記述を省略する。なお、操作チェックに関しては、通知文書の前に、その文書についてのコメントがあったかどうかを尋ね、「あった、なかった、おぼえていない」の 3 選択肢で回答させ、コメントがあったと回答した者にのみ、コメントの内容を再認法で回答させる方法を試行してみた。その結果、おぼえていないという回答が多く見られ、操作チェックは成功しなかった。この理由として、操作チェック項目を質問紙の末尾に置いたため、事前警告情報の記憶保持が困難であったと考えられる。操作チェック項目を事前警告操作の直後に置くことは可能であるが、その場合、再生法は採用できても、本研究で用いた再認法は採用できない。なぜならば、再認法を採用すれば、操作した事前警告情報以外の事前警告情報に実験参加者が接触することになるからである。また、操作チェック項目を説得メッセージの直後に置くこと（質問紙の冒頭に置くこと）はできない。なぜならば、説得メッセージの直後に置かれた操作チェック項目は、再生法を採用した場合に事後警告の機能をもってしまうからである。再認法を採用した場合には、操作チェック項目が事後警告の機能をもつと同時に、操作していない事後警告情報を提示するという側面が生じる。こうした理由から、本研究では、試行的に挿入した操作チェック項目に関する結果を無視して、分析を進めることにした。

## 結 果

各条件で測定した従属変数の平均、標準偏差、 $\alpha$ 係数、参加者数を表 1 に示した。

表 1 従属変数の平均値と標準偏差、および $\alpha$ 係数

従属変数	$\alpha$ 係数	TP		PI		DI		NFW	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
思考（賛成論）		2.73 (1.56)	2.83 (1.42)	2.46 (1.33)	2.54 (1.14)	2.25 (1.26)	2.39 (1.13)	2.56 (1.78)	2.52 (1.22)
思考（反対論）		4.81 (1.65)	3.50 (1.50)	4.58 (1.84)	4.46 (1.65)	4.79 (1.82)	4.43 (1.71)	5.16 (1.68)	4.41 (1.60)
心理的リアクタンス	.89	3.81 (1.66)	3.27 (1.68)	3.69 (1.96)	3.44 (1.91)	3.35 (1.97)	3.44 (1.73)	4.18 (1.74)	3.83 (1.90)
送り手評価	.81	2.22 (1.19)	2.72 (0.94)	2.34 (0.89)	2.16 (0.94)	2.31 (1.26)	2.54 (1.13)	2.34 (1.34)	2.55 (1.35)
メッセージ評価	.72	2.67 (1.44)	3.17 (1.18)	2.44 (1.12)	2.41 (0.99)	2.76 (1.17)	3.00 (1.41)	2.72 (1.20)	2.58 (1.18)
関心度	.77	3.00 (1.42)	2.84 (0.87)	2.79 (1.20)	3.32 (1.35)	2.94 (1.48)	2.95 (1.47)	3.28 (1.71)	3.00 (1.31)
情報収集意図	.76	3.67 (1.46)	3.70 (1.46)	3.60 (1.80)	4.98 (1.60)	3.94 (1.68)	4.18 (1.65)	4.00 (1.90)	4.24 (1.62)
相談意図	.86	2.87 (1.75)	4.02 (2.41)	2.90 (1.89)	4.62 (2.43)	2.44 (1.60)	4.02 (2.04)	3.18 (2.02)	4.15 (2.10)
振込意図		1.50 (0.91)	1.50 (0.73)	1.19 (0.63)	1.58 (0.99)	1.25 (0.85)	1.43 (1.03)	1.64 (1.19)	1.59 (0.80)
<i>n</i>		26	30	26	26	24	28	25	27

### 各従属変数に関する操作条件間比較

表 1 に示した 9 種類の従属変数に関する事前警告要因 (TP タイプ事前警告条件、PI タイプ事前警告条件、DI タイプ事前警告条件、無警告条件) と実験参加者の性要因 (男性、女性) の  $4 \times 2$  の 2 要因分散分析を行った。しかし、事前警告要因の主効果も、事前警告要因と性要因の交互作用効果も全く得られなかった。

わずかに、3 種類の従属変数に関して、性要因の主効果が見られるにとどまった。否定的思考は、女性のほうが男性よりも少なく ( $F(1,204)=7.54, p<.01$ )、情報収集行動意思と相談行動意思は、女性の方が男性よりも強かった ( $F(1,204)=4.37, p<.05; F(1,204)=22.77, p<.001$ )。

### 各条件別の内的反応と説得効果との関係

思考、リアクタンス、評価といった受け手の認知反応および感情反応が、関心度、行動意思といった説得効果に対する影響過程を検討するための重回帰分析を実験条件ごとに行い、警告条件の違いによる説得過程の違いを検討した。説明変数は肯定的思考、否定的思考、心理的リアクタンス、送り手評価、メッセージ評価、および実験参加者の性 (男性 0、女性 1 とするダミー変数) の 6 変数とし、目的変数は説得効果に当たる関心度、情報収集行動意思、相談行動意思、振込行動意思の 4 変数とした。強制投入法による重回帰分析を行った結果を表 2~表 5 に示した。

**TP タイプ** 相談行動意思と振込行動意思に関する決定係数 ( $R^2$ ) が有意であった (表 2)。相談行動意思に対して、実験参加者の性の影響が有意であり、女性のほうが男性よりも相談行動意思が強かった。また、振込行動意思に対して、否定的思考の負の影響が有意であり、否定的思考が高まるほど振込行動意思が抑制されることが示された。

**PI タイプ** 関心度に関する決定係数のみが有意であった。関心度に対して、メッセージ評価の正の影響が有意であり、メッセージ評価が高いほど関心度が高くなっていた。決定係数は有意ではなかったが、振込行動意思に対して、送り手評価の正の影響が有意であり、送り手評価が高まるほど振込行動意思が促進されることが示された。なお、実験参加者が女性の場合の方が情報収集行動意思と相談行動意思が促進されることが分かった。

**DI タイプ** 関心度と情報収集行動意思と相談行動意思に関する決定係数が有意であった。関心度に対して、肯定的思考と否定的思考と送り手評価の正の影響が有意であり、肯定的思考と否定的思考の増加の両方が関心度を高め、送り手評価が高まるほど関心度が高まることが示された。また、情報収集行動意思に対して、肯定的思考と否定的思考の正の影響が有意であり、肯定的思考と否定的思考の増加の両方が情報収集行動意思を促進することが分かった。さらに、相談行動意思に対して、実験参加者の性の影響が有意であり、女性のほうが男性よりも相談行動意思が強いことが示された。なお、決定係数は有意でなかったものの、振込行動意思に対して、肯定的思考の正の影響が有意であり、肯定的思考が振込行動意思を促進することが判明した。

**NFW 条件** 関心度と振込行動意思の決定係数が有意であった。関心度に対して、心理的リアクタンスの正の影響が有意であり、心理的リアクタンスの増加が関心度を高めることが示された。また、振込行動意思に対して、肯定的思考の正の影響が有意であり、肯定的思考の増加が振込行動意思を促進することが分かった。

表2 TP条件における重回帰分析の結果

目的変数	説明変数						R <sup>2</sup>
	肯定的思考	否定的思考	リアクタンス	送り手評価	メッセージ評価	性別	
関心度	.04	.17	.11	.10	.19	-.05	.11
情報収集意志	.14	.22	.17	-.06	.07	.12	.12
相談意志	-.02	.17	.27	.12	.09	.33 *	.23 *
振込意志	.09	-.38 *	.25	.30 <sup>†</sup>	.05	-.19	.23 *

表3 PI条件における重回帰分析の結果

目的変数	説明変数						R <sup>2</sup>
	肯定的思考	否定的思考	リアクタンス	送り手評価	メッセージ評価	性別	
関心度	.07	.24 <sup>†</sup>	.26 <sup>†</sup>	.22	.36 *	.25 <sup>†</sup>	.28 *
情報収集意志	.19	-.03	.04	-.03	.11	.38 *	.19
相談意志	.00	-.06	-.02	.07	.11	.38 *	.17
振込意志	-.04	-.05	.06	.33 *	.03	.27 <sup>†</sup>	.17

表4 DI条件における重回帰分析の結果

目的変数	説明変数						R <sup>2</sup>
	肯定的思考	否定的思考	リアクタンス	送り手評価	メッセージ評価	性別	
関心度	.40 **	.45 **	-.09	.47 **	-.00	-.02	.42 ***
情報収集意志	.48 **	.38 **	-.05	.26 <sup>†</sup>	-.18	.08	.34 **
相談意志	.17	.08	-.23 <sup>†</sup>	.17	-.08	.39 **	.28 *
振込意志	.31 *	-.13	.03	-.13	.13	.06	.13

表5 NFW条件における重回帰分析の結果

目的変数	説明変数						R <sup>2</sup>
	肯定的思考	否定的思考	リアクタンス	送り手評価	メッセージ評価	性別	
関心度	.28 <sup>†</sup>	.04	.33 *	.27	.20	-.06	.28 *
情報収集意志	.27 <sup>†</sup>	-.03	.02	.06	.12	.07	.13
相談意志	.21	-.01	.04	-.18	.34 <sup>†</sup>	.27 <sup>†</sup>	.16
振込意志	.34 *	-.09	.10	.24	.23	-.04	.38 **

## 考 察

本研究では、深田他（2009）が実験材料として用いたチラシ広告による悪質商法を、手紙通知文書による架空請求詐欺に置き換えて、追試的研究を実施した。しかし、実験条件として設定した 4 種類の事前警告条件が虚偽説得に及ぼす効果（主効果及び交互作用効果）は全く見いだせなかった。そこで、実験条件ごとに、説得効果の生起過程を分析することによって、虚偽説得に及ぼす事前警告の効果を間接的に推論してみたい。

関心度は、メッセージ評価（PI 条件）、送り手評価（DI 条件）、肯定的思考（DI 条件）が増加するほど高まる一方で、否定的思考（DI 条件）や心理的リアクタンス（NFW 条件）が増加するほど高まることが分かった。このことは、本研究で使用した関心度という従属変数が説得効果の指標として多義的であることを示す。すなわち、評価や感情の方向性に関わらず、評価や感情の強度に対応して関心度が高まるということは、関心度には良い意味での関心と悪い意味での関心の両方が含まれていることが窺われる。すなわち、関心度が高まったことが、虚偽説得によって受け手が説得されたことによるのか（虚偽説得の効果）、逆に、虚偽説得に対する警戒心が受け手に生じたためであるのか（虚偽説得の逆効果）、判別不可能である。したがって、方向性の明確な説得効果の指標になりえないので、関心度を利用することは避けなければならない。

情報収集行動意思にも、関心度と同様な性格が見て取れる。情報収集行動意思は、肯定的思考（DI 条件）が増加するほど促進される一方で、否定的思考（DI 条件）が増加するほど促進されることが分かった。このことは、本研究で使用した情報収集行動意思という従属変数がやはり説得効果の指標として多義的であることを示す。すなわち、情報収集行動意思には、虚偽説得によって更なる情報収集をしようという説得された側面（虚偽説得の効果）と同時に、虚偽説得に対する警戒心から更なる情報収集を試みようとする側面（虚偽説得の逆効果）が混在している。したがって、この情報収集行動意思も説得効果の指標として不適切であるといえる。

唯一明確な説得効果の指標となりうるのが振込行動意思であった。振込行動意思は、肯定的思考（DI 条件、NFW 条件）が増加するほど促進され、否定的思考（TP 条件）が増加するほど抑制されることが判明した。このように、振込行動意思は、虚偽説得の効果を直接的に反映する指標であることが分かり、極めて重要な説得効果の指標であると断定できる。

事前警告条件間で比較してみると、TP 条件では否定的思考の増加が振込行動意思を抑制し、PI 条件では送り手評価の低下が振込行動意思を抑制し、DI 条件と NFW 条件では肯定的思考の減少が振込行動意思を抑制することが判明した。

以上のように、説得効果の生起過程は、振込行動意思が説得効果の指標として最も適切であること、事前警告条件によって異なることが、本研究の結果から示されたので、なぜ説得効果の生起過程が異なるのかについて、今後さらに詳細な検討を加えねばならない。

**（注）**本研究は、平成 21 年度科学研究費補助金（基盤研究（C）、課題番号：20530571、研究課題名：虚偽説得に対する防御技法としての警告技法の開発、研究代表者：深田博己）の助成を受けて実施した。



### 引用文献

- 深田博己・石井里絵 (2009). 悪質商法と詐欺に対する大学生の警告接触経験 広島大学心理学研究, 9, 印刷中.
- 深田博己・石井里絵・児玉真樹子・樋口匡貴 (2008). 悪質商法と詐欺に対する大学生の遭遇経験 広島大学心理学研究, 8, 197-208.
- 深田博己・児玉真樹子・樋口匡貴・蔵永 瞳・辻口朋美 (2009). チラシ広告による虚偽説得に及ぼす事前警告の効果 説得交渉学研究, 1, 19-32.