

虚偽説得に及ぼす虚偽説得者の意図に関する事前警告の効果

深田博己・石井里絵・塚脇涼太

Effects of the forewarnings regarding persuader's intent on deceptive persuasion

Hiromi Fukada, Rie Ishii, and Ryota Tsukawaki

虚偽説得者の意図に関する事前警告が虚偽説得に及ぼす抑制効果を検討した。事前警告情報として説得者の説得意図 (PI)、虚偽意図 (DI)、情緒喚起意図 (EI) を単一であるいは結合して使用した。独立変数は、事前警告 (PI 単一タイプ、DI 単一タイプ、EI 単一タイプ、PI・DI 結合タイプ、PI・EI 結合タイプ、DI・EI 結合タイプ、PI・DI・EI 結合タイプ、無事前警告) と実験参加者の性 (男性、女性) の 8×2 の実験参加者間計画であった。事前警告操作の後、ハガキによる架空請求 (虚偽説得メッセージ) を読ませ、従属変数を測定した。その結果、DI 単一タイプと PI・DI 結合タイプの事前警告が振込行動意思を抑制する効果をもつこと、すなわち、DI 単一タイプと PI・DI 結合タイプの事前警告が虚偽説得に対する抑制効果をもつことが実証された。そして、その効果の生起過程の検討から、DI 単一タイプと PI・DI 結合タイプの事前警告は、不安・動揺とメッセージ評価を低減することによって、振込行動意思を抑制することが解明された。

キーワード：虚偽説得、架空請求、事前警告、虚偽意図

問 題

様々な社会的影響コミュニケーションを疑似説得 (pseudo-persuasion) とみなすことによって、これまでに蓄積されてきた膨大な説得研究の知見と研究の枠組みが、そのほかのコミュニケーション研究に応用できると、深田・児玉・樋口・蔵永・辻口 (2009b) は提案した。疑似説得の一つに悪質商法、詐欺、カルトの勧誘などの虚偽・欺瞞のコミュニケーションがある。深田他 (2009b) は、それらの虚偽・欺瞞のコミュニケーションを虚偽説得 (deceptive persuasion) と捉えれば、社会的に望ましくない虚偽説得に対する抵抗技法・防御技法として、説得に対する警告 (warning) 技法を応用することができる考えた。

そして、深田他 (2009b) は、悪質商法的一种であるチラシ広告を取り上げ、チラシ広告を用いた虚偽説得に対する事前警告の効果を実験的に検討した。そこでは、事前警告として、説得メッセージの話題と立場 (topic and position: TP) と説得者の説得意図 (persuasive intent: PI) に、新たに説得者の虚偽意図 (deceptive intent: DI) を加え、3 タイプの事前警告の効果と無事前警告条件の説得効

果が比較検討された。結果は予想に反して、TP タイプの事前警告が説得促進効果を持つことが示された。DI タイプの事前警告は、TP タイプの事前警告に比べて説得効果が小さいという意味で、相対的な説得抑制効果を示すにとどまった。事前警告の説得抑制効果が得られなかった理由の一つが、説得メッセージの説得力が有意に達しなかったことにあるのではないかと解釈された。なお、TP タイプの事前警告は説得中の肯定的感情を、PI タイプの事前警告は送り手評価を、DI タイプの事前警告はメッセージ評価をそれぞれ媒介して説得効果を規定することが判明した。

次に、深田・樋口・深田（2009a）は、詐欺の一種である架空請求を取り上げ、手紙による通知文書を用いた虚偽説得に対する事前警告の効果を実験的に検討した。ここでも、TP タイプ、PI タイプ、DI タイプの3タイプの事前警告の効果と無事前警告条件の説得効果が比較検討された。これら3つのタイプの事前警告が説得に及ぼす効果は見出せなかったが、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 タイプの事前警告は否定的思考の増加を、PI タイプの事前警告は送り手評価の低下を、DI タイプの事前警告は肯定的思考の減少を媒介して、それぞれ説得効果を抑制することが判明した。

深田（2006）によると、TP 単一タイプの事前警告の効果を検討した6研究8実験が説得抑制効果を、2研究2実験が促進効果と抑制効果あるいは無効果との混在効果を、3研究3実験が無効果を示し、PI 単一タイプの事前警告の効果を検討した5研究6実験が一貫して説得抑制効果を示している。このほかに、事前警告のタイプとして説得者の情緒喚起意図（emotion-arousing intent: EI）を提案した深田（1983）は、恐怖アピール説得において説得者の恐怖喚起意図（fear-arousing intent: FI）タイプの事前警告を、TP タイプおよびPI タイプの事前警告とともに操作したが、3種類の単一タイプの事前警告はいずれも有意な説得抑制効果を示さなかった。EI タイプの事前警告としてはFI タイプの事前警告しか検討されていない。また、DI 単一タイプの事前警告の効果は、先に述べたように、深田他（2009b, 2009a）で検討されたが、有意な効果が得られなかった。

ところで、深田（2006）によると、事前警告には、単一タイプだけでなく単一タイプを組み合わせた結合タイプがあるが、単一タイプと結合タイプの事前警告の効果を比較検討した研究は3例に過ぎず、単一タイプの事前警告に比べて、結合タイプの事前警告が説得抑制効果を加算的に生じさせるという強力な証拠は得られていない。しかし、深田（1983）では、PI・FI 結合タイプおよびTP・PI・FI 結合タイプの事前警告が強恐怖アピールに対する説得抑制効果を持つことが報告されている。

虚偽説得である悪質商法や詐欺の中には、受け手に不安など特定の強い情緒を喚起する手法を用いることがある。このような場合、事前警告のタイプとして、EI タイプの事前警告を使用することができる。また、現実場面で、悪質商法や詐欺の被害を防止する目的で警告が使用される場合には、単一タイプの事前警告だけでなく、単一タイプの事前警告を組み合わせた結合タイプの事前警告が使用されると考えるほうが自然である。しかし、このようなEI タイプの事前警告や結合タイプの事前警告が虚偽説得に及ぼす効果は全く検討されていない。

先行研究においてEI タイプの事前警告や結合タイプの事前警告は、説得抑制効果が確認されていることから、虚偽説得に及ぼす説得抑制効果が期待される。そのため、虚偽説得に及ぼすEI タイプの事前警告やそれらの結合タイプの事前警告の効果を検討する必要がある。

本研究は、虚偽説得に対する PI、DI、EI の 3 種類の事前警告の単一タイプと結合タイプの効果とその心理過程を検討する。併せて、先行研究で性別による交互作用を報告している研究もあることから (e.g., Hollander, 1974)、性別による説得に及ぼす事前警告の効果についても検討する。

なお、本研究では、説得抑制効果が生じるためには事前警告後一説得前の位相において時間的遅延を必要とする TP タイプの事前警告は扱わず (Hass & Grady, 1975; 上野, 1981)、説得者の意図に関する事前警告である PI、DI、EI の 3 タイプの事前警告を扱う。

深田他 (2009b) で使用した説得メッセージは説得力が十分でなかったし、深田他 (2009a) で使用した説得メッセージも弱い説得力しかなかった可能性が高い。そこで、より説得力のある虚偽説得メッセージを事前警告タイプの効果検討の実験材料として使用する必要があるため、予備実験を行い、より説得力の強い説得メッセージを選択する。

予備実験

目的

事前警告タイプの効果の検討には、実際に遭遇し被害に遭う可能性の高い虚偽説得メッセージにおける事前警告の効果の検討が求められる。そのため、より説得力ある虚偽説得メッセージを実験材料として使用する必要がある。

そこで、本実験で使用する実験材料を決定するために、深田・石井・児玉・樋口 (2008) と深田・石井 (2009) で遭遇経験等が総じて多く、大学生にとって身近であることが示された架空請求について、国民生活相談センターや広島市消費生活センターで注意が喚起され問題視されている 2 つの種類の架空請求の説得力を比較する。

方法

実験計画と実験参加者 独立変数は架空請求の種類 (ハガキによる架空請求とメールによる架空請求) であった。なお、一般的に説得メッセージの説得力を検討する場合、説得メッセージの説得効果を判定するベースラインを得るために説得メッセージを呈示しない統制条件を設定する。しかし、説得メッセージは架空請求であるため、初期態度が存在しないため、統制条件は設定しなかった。

実験参加者は大阪府内の大学生 64 名であり、実験参加者に対して 2 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 60 名 (男性 53 名、女性 7 名、平均年齢 19.1 歳) であった。ハガキによる架空請求条件に 31 人、メールによる架空請求条件に 29 人を無作為に配置した。

実験手続き 実験は、「大学生の生活調査」という設定のもとに、授業時間中に集団実施した。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 (A4 判、両面印刷、左綴じ) の構成は、①全体の教示 (表紙)、②説得メッセージ呈示直前の教示 (第 1 ページ)、③説得メッセージの呈示 (第 2 ページ)、④従属変数と人口統計学的変数の測定 (第 3~6 ページ) の順だった。

1) 全体の教示: 表紙の全体の教示では、「この質問紙は、大学生活の中で、大学生の皆さんに文書が届けられた際に、その文書に対してどのような印象を持つのか、を調査するものです。」という

教示文に引き続き、回答は無記名であること、調査は任意なので、回答を拒否できることなどを明示した。また、調査の実施主体として、大学院生の所属、氏名、連絡先、および指導教員の氏名を明示した。

2) 説得メッセージ呈示直前の教示：説得メッセージを読む前の具体的教示では、「あなた自身が次のような場面におかれたと想像して、次のページの文章を速読で1回だけ読んでください。」と指示した。

架空請求の内容 国民生活相談センターで注意が喚起され、問題視されている2つの種類の架空請求（ハガキとメール）を使用した。

1) ハガキによる架空請求：「あなたが普段買い物をするときに、通販やネットオークション、クレジットカードを利用しています。今月は、請求書がたまり明日まとめて支払いに行こうと思っていました。すると、次の日、下記の文書があなたのもとに届きました。」という教示を与えた。ハガキによる架空請求は、「消費料確認通知書」と題して、契約会社が料金の未払いもしくは契約不履行について裁判所に訴訟申請したことを全国消費生活相談センターが通知するもので、全国消費生活相談センターに連絡を求める内容だった。

2) メールによる架空請求：「あなたは、毎日パソコンや携帯電話で、インターネットを使用し、ネットサーフィンを楽しんでいます。懸賞サイト、着メロサイトなど様々なサイトを利用する中で、ときには有料サイトを利用することもあります。ある日、下記のメールがあなたのもとに届きました。」という教示を与えた。メールによる架空請求は、「料金徴収通知」と題して、インターネットコンテンツ利用料金の徴収をインターネット会社が通知するもので、インターネットコンテンツ利用料金の振り込みを求める内容だった。

従属変数 「読んでいただいた“消費料確認通知書”（あるいは“料金徴収通知”）に対するあなたの印象や感想をお聞きます。以下の質問について、それぞれ答えてください。」という教示を設け、従属変数を測定した。

1) 思考：虚偽説得メッセージである架空請求を読んでいるときに、肯定的思考（たくさん浮かんだ7点～全く浮かばなかった1点）と否定的思考（たくさん浮かんだ7点～全く浮かばなかった1点）がどの程度頭に浮かんだかについて、7段階で評定を求めた。

2) 感情：多面的感情状態尺度（寺崎・岸本・古賀、1992）を参考に、虚偽説得メッセージである架空請求を見る際に生起する感情として妥当だと思われる項目を抽出した。抑鬱・不安因子から「不安な」、敵意因子から「むっとした」、倦怠因子から「ばからしい」、驚愕因子から「動揺した」の各1項目、計4項目を抽出した。これらの項目に関して、「非常に感じた7点～全く感じなかった1点」の7段階で評定を求めた。

3) 心理的リアクタンス：虚偽説得メッセージである架空請求を読んでいるときにどのような気持ちになったかを、「他人の意見を押し付けられているようで反発を感じたか」、「自分の意見や態度を支配されてい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～全く感じなかった1点」の7段階で評定を求めた。

4) 送り手評価：虚偽説得メッセージである架空請求の送り手に対する評価を、「専門性（非常に

専門的である7点～全く専門的でない1点)」、「信頼性(非常に信頼できる7点～全く信頼できない1点)」、「好感(非常に好感のもてる7点～全く好感のもてない1点)」、「親しみ(非常に親しみを感じる7点～全く親しみを感じない1点)」の4項目について7段階で評定を求めた。

5) メッセージ評価：虚偽説得メッセージの内容に対する評価を、「納得性(非常に納得できる7点～全く納得できない1点)」、「分かりやすさ(非常に分かりやすい7点～全く分かりにくい1点)」、「親切さ(非常に親切である7点～全く親切でない1点)」の3項目について7段階で評定を求めた。

6) 関心度：虚偽説得メッセージを読んだことで、ハガキによる架空請求の場合は、「消費料確認通知書」、「利用料金の未払いもしくは契約不履行」、「全国消費生活相談センター」、「全国消費生活相談センターに連絡すること」の4項目、メールによる架空請求の場合は、「料金徴収通知メール」、「インターネットコンテンツ利用」、「株式会社ネットリサーチ」、「利用料金の振り込み」の4項目について「非常に関心を持った7点～全く関心を持たなかった1点」の7段階で評定を求めた。

7) 行動意思：虚偽説得メッセージである架空請求の影響を検討するための行動意思については、虚偽説得メッセージの狙う行動である直接的行動意思に相当する連絡行動意思と振込行動意思の2種類と、直接的行動意思に繋がる前段階の間接的行動意思1種類を測定した。

連絡行動意思は、虚偽説得メッセージである架空請求の送り手である「全国消費生活相談センター(あるいは株式会社ネットリサーチ)に電話をして詳しい説明を受けたい」の1項目であった。振込行動意思は、請求されている「利用料金の振り込みをしたい」の1項目であった。間接的行動意思は「先ほどの通知書(あるいはメール)を丁寧に読みたい」、「料金の未払いなどについて詳しい情報を入手したい」、「通知書(あるいはメール)が送られてきたことを家族や友人に相談をしたい」、「全国消費生活相談センター(あるいは株式会社ネットリサーチ)に電話するかどうか家族や友人に相談をしたい」、「料金を振り込むかどうか家族や友人に相談をしたい」の5項目であった。それぞれの気持ちにどの程度なるかについて、「非常になる7点～全くならない1点」の7段階で評定を求めた。

8) 友人の行動意思：実験参加者自身ではなく実験参加者と同世代の友人に、虚偽説得メッセージである架空請求が届いた場合、友人はどのように考えるかの推測を、7)の行動意思と同様の項目について、「非常になる7点～全くならない1点」の7段階で評定を求めた。

結果と考察

各条件で測定した従属変数の α 係数、平均値、標準偏差を算出した(表1)。なお、感情の「不安な」と「動揺した」の項目は.70の有意な高い相関を示したため1つの変数(不安・動揺)として扱うこととした。

虚偽説得メッセージの説得力 実験で使用した説得メッセージの説得力を検討するために、1種類の関心度得点と3種類の行動意思得点について、ハガキによる架空請求条件とメールによる架空請求条件の間の得点比較を t 検定によって行った。その結果、説得効果を測定する1種類の関心度と3種類の行動意思の全てにおいて、ハガキによる架空請求の方がメールによる架空請求よりも有意に得点が高かった。これは、実験参加者の関心や行動意思を高める上で、メールによる架空請求よりもハガキによる架空請求の方が優れていること、すなわち説得力が大きいことを示す。したが

って、本実験ではハガキによる架空請求を実験材料として使用する。

表1 各従属変数の α 係数と平均値(標準偏差)および t 検定の結果

	α 係数	ハガキ(N=31)		メール(N=29)		t 値	df
		M	SD	M	SD		
肯定的思考		2.45	(1.46)	2.17	(1.34)	0.77 <i>ns</i>	58.0
否定的思考		4.68	(1.54)	5.66	(1.76)	-2.30 *	58.0
不安・動揺	.82	4.03	(1.78)	2.74	(1.24)	3.27 **	53.7
むっとした		3.87	(1.84)	4.38	(2.19)	-0.97 <i>ns</i>	58.0
馬鹿らしい		4.26	(1.90)	5.31	(1.71)	-2.25 *	58.0
心理的リアクタンス	.84	3.31	(1.36)	3.45	(2.16)	-0.30 <i>ns</i>	46.7
送り手評価	.81	2.91	(1.13)	1.97	(0.86)	3.62 ***	58.0
メッセージ評価	.65	2.65	(1.24)	2.77	(1.38)	-0.37 <i>ns</i>	58.0
関心度	.78	3.62	(1.24)	2.54	(1.35)	3.22 **	58.0
間接的行動意思	.88	4.54	(1.51)	2.76	(1.48)	4.59 ***	58.0
連絡行動意思		4.48	(2.26)	2.31	(1.95)	3.97 ***	58.0
振込行動意思		2.90	(1.83)	1.52	(1.30)	3.40 **	54.1
友人の間接的行動意思	.88	4.43	(1.42)	3.08	(1.70)	3.35 **	58.0
友人の連絡行動意思		4.10	(1.99)	2.34	(1.78)	3.59 **	58.0
友人の振込行動意思		2.87	(1.69)	1.66	(0.97)	3.44 **	48.6

注1) *** $p < .001$ ** $p < .01$ * $p < .05$

注2) α 係数は全該当条件のデータを基に算出した

目 的

予備実験で説得力が確認されたハガキによる架空請求を用いて、虚偽説得に対するPI、DI、EIの3種類の事前警告の単一タイプと結合タイプの効果とその生起過程を検討する。併せて、説得に及ぼす事前警告の効果に関する性別による違いも探索的に検討する。

方 法

実験計画と実験参加者

独立変数は事前警告タイプ(PIタイプ、DIタイプ、EIタイプ、PI・DI結合タイプ、PI・EI結合タイプ、DI・EI結合タイプ、PI・DI・EI結合タイプ、無事前警告)と実験参加者の性(男性、女性)の 8×2 の2要因実験参加者間計画であった。実質的な要因計画は、事前警告PIタイプ(有り、無し)、事前警告DIタイプ(有り、無し)、事前警告EIタイプ(有り、無し)、実験参加者の性(男性、女性)の $2 \times 2 \times 2 \times 2$ の4要因実験参加者計画であったが、3種類の単一タイプ事前警告と4種類の結合タイプ事前警告の計7種類の事前警告の効果を比較検討することが目的であったため、3タイプの事前警告を要因扱いせず、無事前警告を含む8種類の事前警告条件を1要因8水準の事前警告要因として扱った。

従属変数は、事後測定法に基づいて測定した。無事前警告条件は、事前警告を呈示せずに説得メッセージを呈示する条件であり、事前警告効果のベースラインを得るために設定した。なお、この

ほかに警告研究では、実験で使用する説得メッセージの説得効果の判定のベースラインを得るために事前警告も説得メッセージも呈示しない統制条件が必要である。しかし、本実験で使用する説得メッセージは架空請求であるため、測定すべき初期態度が存在しない。そのため、事前警告も説得メッセージも呈示しない統制条件は設定不可能であるため、設定していない。

実験参加者は広島県内と大阪府内の大学生350名であり、無記入回答を含まない有効回答者は337名（男性145名、女性192名、平均年齢19.76歳）であった。各条件の実験参加者数は表2に示す。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8種類の小冊子が無作為に配付した。すなわち、各実験条件に対する実験参加者の無作為配置は、小冊子の無作為配付によって行った。

表2 各条件の実験参加者数

	男	女	計
PI	21	21	42
DI	21	21	42
EI	19	23	42
PI・DI	15	28	43
PI・EI	19	23	42
DI・EI	16	26	42
PI・DI・EI	16	25	41
NFW	18	25	43
計	145	192	337

実験手続き

実験手続きの概要 実験は、「大学生の生活調査」という設定のもとに、授業時間中に集団実施した。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 1) 事前警告有り7条件：小冊子（A4判、両面印刷、左綴じ）の構成は、①全体の教示（表紙）、②事前警告の呈示（第1ページ）、③説得メッセージ呈示直前の教示（第2ページ）③説得メッセージの呈示（第3ページ）、④従属変数の測定（第5～6ページ）、⑤人口統計学的変数（第7ページ）の順だった。予備実験のハガキによる架空請求条件の場合とほぼ同様の内容であった。

2) 無事前警告（NFW）条件：小冊子の構成は、事前警告有り条件の小冊子から②事前警告を削除し、代わりに進行指示の文を挿入した以外は、他の小冊子の構成と同じであった。

実験材料

虚偽説得話題 予備実験において説得力が確認されたハガキによる架空請求を虚偽説得メッセージとして使用した。その話題は、消費税確認通知書と題して、契約会社が料金の未払いもしくは契約不履行について裁判所に訴訟申請したことを全国消費生活相談センターが通知するもので、全国消費生活相談センターに連絡を求める内容だった（論文末尾の補助資料参照）。

事前警告操作 無事前警告条件以外の各事前警告条件について、以下の7種類の事前警告情報のうち1種類を呈示した。

PI タイプ：「これから読んでいただく文書は、あなたに影響を与えることで、あなたの持っている考えやあなたのとる行動を変えようとしています。つまり、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。」

DI タイプ：「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。つまり、嘘の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。」

EI タイプ：「これから読んでいただく文書は、あなたを動揺させて、あなたの不安感を高めようとしています。つまり、あなたを脅して、あなたを不安な気持ちにさせようといねらっています。」

PI・DI 結合タイプ、PI・EI 結合タイプ、DI・EI 結合タイプ、PI・DI・EI 結合タイプは、それぞれ上記の単一タイプの警告を組み合わせて作成した。

従属変数

予備実験と同様の、①思考（肯定的思考、否定的思考）、②感情（不安な、むっとした、馬鹿らしい、動揺した）、③心理的リアクタンス、④送り手評価、⑤メッセージ評価、⑥関心度、⑦行動意思（間接的行動意思、連絡行動意思、振込行動意思）を測定した。

結 果

各条件で測定した従属変数の α 係数と平均値と標準偏差を算出した（表3）。男性の場合と女性の場合の α 係数と平均値と標準偏差は表4と表5に示した。なお、「不安・動揺」は「不安な」と「動揺した」の項目間で.73と高い相関があったため1つの変数（不安・動揺）とした。

事前警告と参加者の性の効果：分散分析の結果

虚偽説得に及ぼす警告の効果に関する、各事前警告タイプや参加者の性による違いを検討するために、各従属変数に関する事前警告タイプの要因と参加者の性要因の 8×2 の2要因分散分析の結果と多重比較（Bonferroni法、有意水準5%）の結果を表6に示した。

全ての従属変数に関して、事前警告要因と参加者の性要因の交互作用効果は認められなかった。また、肯定的思考、否定的思考、送り手評価、関心度、連絡行動意思の5つの従属変数に関しては、事前警告要因の主効果、参加者の性要因の主効果、両要因の交互作用効果のいずれも認められなかった。

感情への効果 1) 不安・動揺感情：不安・動揺感情に対して参加者の性要因の主効果が有意であり、女性の方が男性よりも不安・動揺が大きかった。架空請求は女性をより不安・動揺状態に導きやすい。

2) むっとした感情：むっとした感情に対して事前警告要因の主効果が有意であり、PI・EI 結合タイプやPI・DI・EI 結合タイプの方がPI 単一タイプやDI・EI 結合タイプよりもむっとした感情が大きかった。

3) 馬鹿らしい感情：馬鹿らしい感情に対して事前警告要因の主効果が有意であったが、事前警告条件間の差は認められなかった。また、参加者の性要因の主効果が有意であり、男性のほうが女性よりも馬鹿らしいと感じていた。

表3 各従属変数の α 係数と平均値(標準偏差)

	α 係数	PI		DI		EI		PI \cdot DI		PI \cdot EI		DI \cdot EI		PI \cdot DI \cdot EI		NFW	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
肯定的思考		3.21	(1.20)	2.64	(1.25)	3.00	(1.47)	2.93	(1.47)	2.76	(1.30)	3.10	(1.30)	3.27	(1.61)	3.12	(1.22)
否定的思考		3.69	(1.66)	4.52	(1.81)	3.90	(1.74)	4.21	(1.55)	4.19	(1.69)	4.26	(1.33)	4.39	(1.79)	4.35	(1.81)
不安・動揺	.84	4.43	(1.44)	4.06	(1.54)	4.29	(1.77)	4.44	(1.79)	4.43	(1.65)	4.50	(1.54)	4.87	(1.69)	4.99	(1.65)
むっとした		2.71	(1.55)	3.36	(1.39)	3.83	(1.78)	3.37	(1.72)	4.38	(1.65)	2.81	(1.37)	4.02	(1.70)	3.49	(1.94)
馬鹿らしい		2.60	(1.52)	3.60	(1.81)	3.43	(1.81)	3.26	(1.59)	3.43	(1.95)	2.86	(1.57)	3.54	(1.89)	2.53	(1.50)
心理的リアクタンス	.89	2.54	(1.52)	3.27	(1.70)	3.50	(1.77)	3.00	(1.70)	4.02	(1.65)	2.83	(1.42)	3.55	(1.80)	3.20	(1.87)
送り手評価	.77	3.32	(0.99)	2.96	(1.06)	3.20	(0.89)	3.22	(0.99)	3.39	(1.24)	3.36	(0.99)	3.23	(1.20)	3.22	(1.19)
メッセージ評価	.74	3.70	(1.29)	2.70	(0.98)	3.09	(1.15)	2.63	(1.07)	3.04	(1.33)	3.18	(1.06)	2.85	(1.02)	3.26	(1.26)
関心度	.77	3.74	(1.21)	3.48	(1.13)	3.92	(1.32)	3.33	(1.36)	3.95	(1.61)	3.77	(1.38)	3.71	(1.39)	3.92	(1.39)
間接的行動意思	.82	4.75	(1.27)	4.75	(1.46)	5.05	(1.60)	4.89	(1.63)	4.87	(1.49)	4.89	(1.39)	4.87	(1.53)	4.83	(1.49)
連絡行動意思		4.40	(2.02)	4.14	(2.02)	4.88	(2.03)	4.44	(2.00)	4.62	(2.16)	4.67	(2.04)	4.49	(2.20)	4.42	(2.28)
振込行動意思		3.52	(1.94)	2.71	(1.86)	3.05	(1.83)	2.42	(1.71)	3.24	(1.86)	3.36	(1.99)	3.15	(1.75)	4.19	(2.18)

注) α 係数は全該当条件のデータを基に算出した

表4 男性における各従属変数の α 係数と平均値(標準偏差)

男性	α 係数	PI		DI		EI		PI \cdot DI		PI \cdot EI		DI \cdot EI		PI \cdot DI \cdot EI		NFW	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
肯定的思考		3.43	(1.33)	2.90	(1.18)	3.00	(1.56)	2.73	(1.28)	2.74	(1.45)	3.38	(1.02)	3.50	(1.79)	3.44	(1.29)
否定的思考		3.52	(1.81)	5.05	(1.66)	3.89	(1.79)	4.60	(1.64)	4.00	(1.70)	4.31	(1.35)	4.38	(1.54)	4.17	(1.50)
不安・動揺	.84	4.50	(1.61)	3.98	(1.54)	3.61	(1.70)	3.50	(1.27)	4.16	(1.91)	4.13	(1.40)	4.50	(1.71)	4.50	(1.77)
むっとした		2.76	(1.61)	3.43	(1.36)	3.89	(1.70)	3.27	(1.75)	4.11	(1.70)	3.06	(1.61)	4.06	(1.44)	3.28	(2.08)
馬鹿らしい		2.52	(1.36)	4.33	(2.03)	3.79	(1.90)	3.33	(1.72)	4.11	(2.11)	3.25	(1.65)	4.06	(1.95)	2.78	(1.80)
心理的リアクタンス	.93	2.76	(1.81)	3.64	(1.87)	3.61	(1.76)	3.10	(1.64)	4.03	(1.84)	3.00	(1.57)	4.09	(1.71)	3.36	(1.97)
送り手評価	.74	3.36	(0.90)	2.99	(1.17)	2.96	(0.84)	3.35	(1.13)	3.38	(1.31)	3.63	(1.00)	3.53	(1.38)	3.18	(1.22)
メッセージ評価	.72	3.70	(1.35)	2.81	(1.07)	2.95	(1.25)	2.93	(1.18)	3.18	(1.32)	3.79	(0.80)	3.02	(0.87)	3.39	(1.21)
関心度	.80	3.95	(1.31)	3.55	(1.13)	3.67	(1.37)	3.48	(1.58)	4.09	(1.77)	4.13	(1.23)	3.83	(1.56)	3.88	(1.41)
間接的行動意思	.81	4.44	(1.35)	4.66	(1.53)	4.63	(1.77)	4.69	(1.58)	4.85	(1.41)	4.58	(1.08)	4.55	(1.54)	4.72	(1.64)
連絡行動意思		4.67	(2.13)	4.33	(2.22)	4.26	(1.97)	4.27	(1.87)	4.89	(2.21)	4.50	(1.71)	4.81	(2.07)	5.00	(2.00)
振込行動意思		3.19	(1.97)	2.52	(1.69)	2.84	(1.71)	2.20	(1.42)	3.58	(1.87)	3.69	(1.85)	3.25	(1.53)	3.94	(2.10)

注) α 係数は全該当条件のデータを基に算出した

表5 女性における各従属変数の α 係数と平均値(標準偏差)

女性	α 係数	PI		DI		EI		PI \cdot DI		PI \cdot EI		DI \cdot EI		PI \cdot DI \cdot EI		NFW	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
肯定的思考		3.00	(1.05)	2.38	(1.28)	3.00	(1.41)	3.04	(1.57)	2.78	(1.20)	2.92	(1.44)	3.12	(1.51)	2.88	(1.13)
否定的思考		3.86	(1.53)	4.00	(1.84)	3.91	(1.73)	4.00	(1.49)	4.35	(1.70)	4.23	(1.34)	4.40	(1.96)	4.48	(2.02)
不安・動揺	.84	4.36	(1.28)	4.14	(1.57)	4.85	(1.65)	4.95	(1.85)	4.65	(1.42)	4.73	(1.60)	5.10	(1.66)	5.34	(1.50)
むっとした		2.67	(1.53)	3.29	(1.45)	3.78	(1.88)	3.43	(1.73)	4.61	(1.62)	2.65	(1.20)	4.00	(1.87)	3.64	(1.87)
馬鹿らしい		2.67	(1.68)	2.86	(1.20)	3.13	(1.71)	3.21	(1.55)	2.87	(1.66)	2.62	(1.50)	3.20	(1.80)	2.36	(1.25)
心理的リアクタンス	.84	2.31	(1.16)	2.90	(1.47)	3.41	(1.82)	2.95	(1.77)	4.02	(1.50)	2.73	(1.34)	3.20	(1.80)	3.08	(1.83)
送り手評価	.76	3.27	(1.08)	2.93	(0.97)	3.39	(0.90)	3.14	(0.92)	3.40	(1.21)	3.19	(0.97)	3.04	(1.05)	3.24	(1.20)
メッセージ評価	.75	3.70	(1.27)	2.59	(0.89)	3.20	(1.08)	2.46	(0.99)	2.93	(1.35)	2.81	(1.04)	2.75	(1.11)	3.16	(1.32)
関心度	.74	3.52	(1.09)	3.42	(1.15)	4.13	(1.27)	3.25	(1.25)	3.84	(1.51)	3.55	(1.44)	3.63	(1.31)	3.96	(1.41)
間接的行動意思	.82	5.07	(1.14)	4.85	(1.43)	5.40	(1.39)	5.00	(1.67)	4.88	(1.59)	5.08	(1.54)	5.07	(1.51)	4.91	(1.40)
連絡行動意思		4.14	(1.93)	3.95	(1.83)	5.39	(1.97)	4.54	(2.10)	4.39	(2.15)	4.77	(2.25)	4.28	(2.30)	4.00	(2.42)
振込行動意思		3.86	(1.90)	2.90	(2.05)	3.22	(1.95)	2.54	(1.86)	2.96	(1.85)	3.15	(2.07)	3.08	(1.91)	4.36	(2.27)

注) α 係数は全該当条件のデータを基に算出した

4) 心理的リアクタンス：心理的リアクタンスに対して事前警告要因の主効果が有意であり、PI・EI 結合タイプの方がPI 単一タイプとDI・EI 結合タイプよりも心理的リアクタンスは大きかった。また、参加者の性要因の主効果も有意であり、男性のほうが女性よりも心理的リアクタンスは大きかった。

評価への効果 1) メッセージ評価 メッセージ評価に対して事前警告要因の主効果が有意であり、PI 単一タイプの方がDI 単一タイプ、PI・DI 結合タイプ、PI・DI・EI 結合タイプよりもメッセージ評価は高かった。また、参加者の性要因の主効果も有意であり、男性のほうが女性よりもメッセージ評価は高かった。

行動意思 1) 間接的行動意思：間接的行動意思に対して参加者の性要因の主効果が有意であり、女性のほうが男性よりも間接的行動意思が強かった。

2) 振込行動意思：振込行動意思に対して事前警告要因の主効果が有意であり、NFW 条件の方がDI 単一タイプとPI・DI 結合タイプよりも振込行動意思が強かった。

表6 各従属変数に関する2 要因分散分析と多重比較の結果

	警告タイプ ^(a)								性別 ^(b)		F 値・多重比較		
	PI	DI	EI	PI・DI	PI・EI	DI・EI	PI・DI・EI	NFW	男性	女性	(a)	(b)	(a)×(b)
肯定的思考	3.21 (1.20)	2.64 (1.25)	3.00 (1.47)	2.93 (1.47)	2.76 (1.30)	3.10 (1.30)	3.27 (1.61)	3.12 (1.22)	3.14 (1.38)	2.90 (1.34)	1.23 <i>ns</i>	2.76 <i>ns</i>	0.56 <i>ns</i>
否定的思考	3.69 (1.66)	4.52 (1.81)	3.90 (1.74)	4.21 (1.55)	4.19 (1.69)	4.26 (1.33)	4.39 (1.79)	4.35 (1.81)	4.23 (1.67)	4.16 (1.69)	1.09 <i>ns</i>	0.22 <i>ns</i>	0.91 <i>ns</i>
不安・動揺	4.43 (1.44)	4.06 (1.54)	4.29 (1.77)	4.44 (1.79)	4.43 (1.65)	4.50 (1.54)	4.87 (1.69)	4.99 (1.65)	4.12 (1.64)	4.79 (1.60)	1.36 <i>ns</i>	13.63 *** 女>男	1.08 <i>ns</i>
むっとした	2.71 (1.55)	3.36 (1.39)	3.83 (1.78)	3.37 (1.72)	4.38 (1.65)	2.81 (1.37)	4.02 (1.70)	3.49 (1.94)	3.48 (1.69)	3.51 (1.74)	4.67 *** PE, PDE>P, DE	0.02 <i>ns</i>	0.33 <i>ns</i>
馬鹿らしい	2.60 (1.52)	3.60 (1.81)	3.43 (1.81)	3.26 (1.59)	3.43 (1.95)	2.86 (1.57)	3.54 (1.89)	2.53 (1.50)	3.52 (1.90)	2.87 (1.56)	2.79 **	12.51 *** 男>女	1.07 <i>ns</i>
心理的リアクタンス	2.54 (1.52)	3.27 (1.70)	3.50 (1.77)	3.00 (1.70)	4.02 (1.65)	2.83 (1.42)	3.54 (1.89)	3.20 (1.87)	3.45 (1.80)	3.08 (1.65)	3.16 ** PE>P, DE	3.98 * 男>女	0.33 <i>ns</i>
送り手評価	3.32 (0.99)	2.96 (1.06)	3.20 (0.89)	3.22 (0.99)	3.39 (1.24)	3.36 (0.99)	3.23 (1.20)	3.22 (1.19)	3.28 (1.12)	3.20 (1.03)	0.73 <i>ns</i>	0.64 <i>ns</i>	0.75 <i>ns</i>
メッセージ評価	3.70 (1.29)	2.70 (0.98)	3.09 (1.15)	2.63 (1.07)	3.04 (1.33)	3.18 (1.06)	2.85 (1.02)	3.26 (1.26)	3.22 (1.18)	2.93 (1.18)	3.57 ** P>D, PD, PDE	4.57 * 男>女	0.99 <i>ns</i>
関心度	3.74 (1.21)	3.48 (1.13)	3.92 (1.32)	3.33 (1.36)	3.95 (1.61)	3.77 (1.38)	3.71 (1.39)	3.92 (1.39)	3.82 (1.41)	3.66 (1.32)	1.01 <i>ns</i>	1.12 <i>ns</i>	0.56 <i>ns</i>
間接的行動意思	4.75 (1.27)	4.75 (1.46)	5.05 (1.60)	4.89 (1.63)	4.87 (1.49)	4.89 (1.39)	4.87 (1.53)	4.83 (1.49)	4.64 (1.47)	5.03 (1.46)	0.13 <i>ns</i>	5.69 * 女>男	0.3 <i>ns</i>
連絡行動意思	4.40 (2.02)	4.14 (2.02)	4.88 (2.03)	4.44 (2.00)	4.62 (2.16)	4.67 (2.04)	4.49 (2.20)	4.42 (2.28)	4.59 (2.01)	4.44 (2.14)	0.4 <i>ns</i>	0.47 <i>ns</i>	1.06 <i>ns</i>
振込行動意思	3.52 (1.94)	2.71 (1.86)	3.05 (1.83)	2.42 (1.71)	3.24 (1.86)	3.36 (1.99)	3.15 (1.75)	4.19 (2.18)	3.15 (1.83)	3.24 (2.03)	3.25 ** N>D, PD	0.25 <i>ns</i>	0.66 <i>ns</i>

注1) 警告タイプの主効果のdf=7/321, 性別の主効果のdf=1/321, 警告タイプと性別の交互作用のdf=7/321

注2) ***p<.001, **p<.01, *p<.05

注3) 多重比較の結果についてPI=P, DI=D, EI=E, PI・DI=PD, PI・EI=PE, DI・EI=DE, PI・DI・EI=PDE, NFW=N と示す

単一タイプと結合タイプの事前警告の効果の生起過程：共分散構造分析の結果 (1)

モデルの構成 虚偽説得に及ぼす各事前警告タイプの効果の生起過程を検討するために、各事前警告タイプであるPI タイプ事前警告条件 (当該タイプの事前警告条件を1、無事前警告条件を0と

するダミー変数、以下同様)、DI タイプ事前警告条件、EI タイプ事前警告条件、PI・DI 結合タイプ事前警告条件、PI・EI 結合タイプ事前警告条件、DI・EI 結合タイプ事前警告条件、PI・DI・EI 結合タイプ事前警告条件、と参加者の性（女性を1、男性を0とするダミー変数）の8変数を第1ステップに置き、肯定的思考、否定的思考、不安・動揺、心理的リアクタンス、送り手評価、メッセージ評価の6変数を第2ステップに置き、間接的行動意思、連絡行動意思、振込行動意思第3ステップに置くモデルを構成した。すなわち、7つの事前警告タイプと参加者の性が6種類の感情・認知・評価変数を媒介して、3種類の行動意思へ影響するモデルを検討した。

3種類の行動意思変数間には、間接的行動意思が直接的行動意思（連絡行動意思と振込行動意思）に影響し、直接的行動意思の中でも連絡行動意思が振込行動意思に影響すると考えられる。そのため、3種類の行動意思の変数の誤差間に相関を仮定してモデルを作成した。その際、本研究で使用した虚偽説得メッセージである架空請求が喚起することを主に狙った感情ではない「むっとした」、「馬鹿らしい」といった感情の変数はモデルから除外した。また、「間接的行動意思」と.55の有意な高い相関がみられた「関心度」もモデルから除外した。

モデルの適合度 修正指標を参考に説得効果を媒介する変数の誤差間に共分散を許容した結果、GFI=.952、AGFI=.813、RMSEA=.143の適合度を示した（図1）。これは、RMSEAが高いためあまり適合度がよくないが、単一タイプと結合タイプ事前警告のそれぞれが虚偽説得に及ぼす効果の生起過程の特徴をみるために、このモデルの結果を採用した。

第1ステップから第2ステップへの影響 図1から、モデルの第1ステップから第2ステップへの影響に関して、以下のことが判明した。PI単一タイプの事前警告は、否定的思考と心理的リアクタンスを減少し、メッセージ評価を高める。DI単一タイプの事前警告は、肯定的思考とメッセージ評価を低下させ、不安・動揺を減少する。EI単一タイプの事前警告は、不安・動揺を減少する。

PI・DI結合タイプの事前警告は、不安・動揺とメッセージ評価を減少する。PI・EI結合タイプの事前警告は、不安・動揺を低めるが、心理的リアクタンスを増加する。PI・DI・EI結合タイプの事前警告は、メッセージ評価を低める。しかし、DI・EI結合タイプの影響は見られない。

なお、男性に比べて、女性は不安・動揺が大きい、心理的リアクタンスが小さく、メッセージ評価が低い。

第2ステップから第3ステップへの影響 図1から、モデルの第2ステップから第3ステップへの影響に関して、以下のことが判明した。肯定的思考は行動意思に対して何も影響しないが、否定的思考は間接的行動意思を促進する。心理的リアクタンスは行動意思に対して何も影響しないが、不安・動揺は、間接的行動意思、連絡行動意思、振込行動意思の全てを促進する。送り手評価は、間接的行動意思と連絡行動意思を促進し、メッセージ評価は、間接的行動意思を抑制し、振込行動意思を促進する。

振込行動意思の抑制過程 深田他（2009a）によって虚偽説得効果の指標として振込行動意思が最も適切であることが指摘された。そこで、振込行動意思に注目して、その生起過程を分析する。振込行動意思に対して有意な直接効果を示す変数は不安・動揺とメッセージ評価の2変数である。不安・動揺とメッセージ評価から振込行動意思へは正の影響が確認されており、不安・動揺が大きい

ほど、また、メッセージ評価が高いほど、振込行動意思は強くなる。

不安・動揺に有意な影響を与える事前警告タイプは、DI 単一タイプ、EI 単一タイプ、PI・DI 結合タイプ、PI・EI 結合タイプの4変数である。これら4種類の事前警告は、いずれも不安・動揺に対して負の影響を示しており、これらの事前警告は不安・動揺を低減する。DI 単一タイプ、EI 単一タイプ、PI・DI 結合タイプ、PI・EI 結合タイプの事前警告は、いずれも不安・動揺を低減することによって、振込行動意思を抑制する力を持つことが証明された。

メッセージ評価に有意な影響を与える事前警告タイプは、PI 単一タイプ、DI 単一タイプ、PI・DI 結合タイプ、PI・DI・EI 結合タイプの4変数である。メッセージ評価に対して、PI 単一タイプは正の影響を示しているが、そのほかの3つのタイプはいずれも負の影響を示している。すなわち、DI 単一タイプ、PI・DI 結合タイプ、PI・DI・EI 結合タイプの事前警告は、メッセージ評価を低めることによって、振込行動意思を抑制する力を持つことが証明された。しかし、PI 単一タイプは、逆にメッセージ評価を高めることによって、振込行動意思を促進する可能性が判明した。

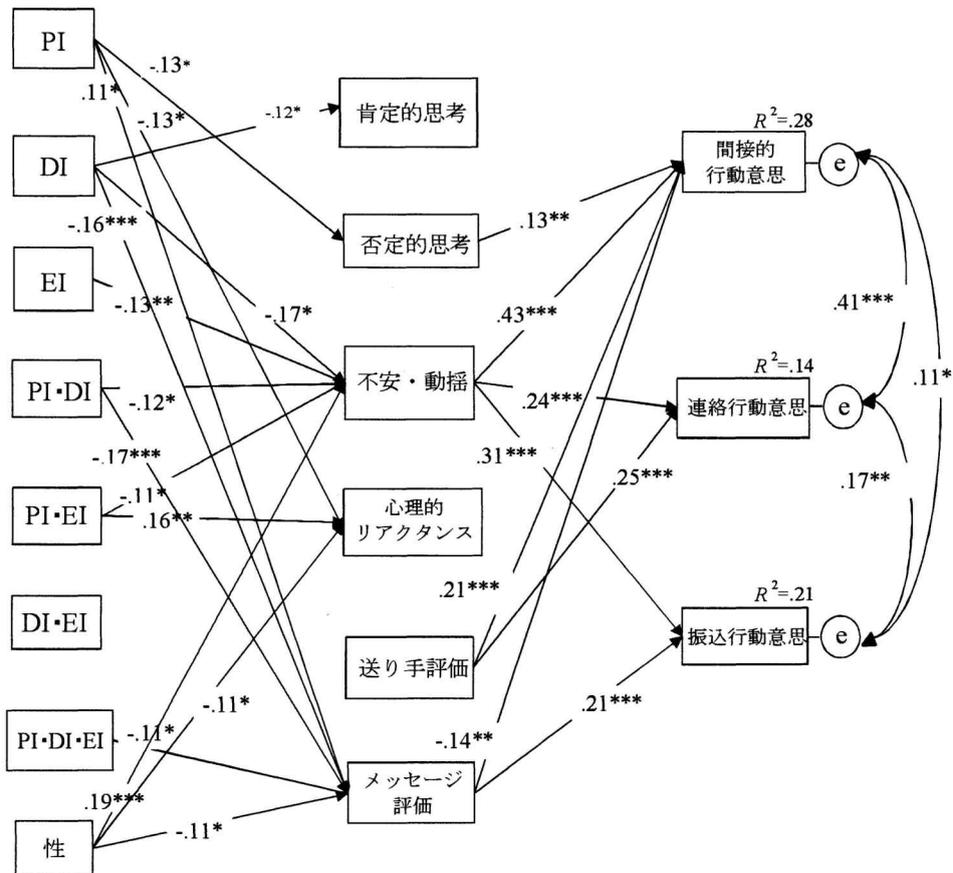


図1 虚偽説得に及ぼす事前警告タイプの生起過程 (標準化係数)

注1) *** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

注2) 有意なパスのみを記載

注3) 説得効果を媒介する変数の誤差間にも有意な相関がみられたが記載していない

各事前警告タイプ要素の効果の生起過程：共分散構造分析の結果（2）

修正モデルの構成 上記のように、7種類の単一タイプと各結合タイプの事前警告のそれぞれが引き起こす虚偽説得効果の生起過程を仮定するモデルの適合度はよくなかった。そこで、各事前警告タイプを構成するPI、DI、EIの事前警告タイプ要素（PIタイプ要因、DIタイプ要因、EIタイプ要因）が虚偽説得に及ぼす効果の生起過程を検討する。すなわち、実質的操作に対応するPIタイプ事前警告要素（有りを1、無しを0とするダミー変数、以下同様）、DIタイプ事前警告要素、EIタイプ事前警告要素、参加者の性の4変数を第1ステップに置き、感情・認知・評価の6変数を第2ステップに置き、3種類の行動意思を第3ステップに置く修正モデルを構成した。

その際、先のモデルと同様に、「むっとした」、「馬鹿らしい」、「関心度」の3変数をモデルから除外し、3種類の行動意思変数の誤差間に相関を仮定してモデルを作成した。

修正モデルの適合度 修正指標を参考に説得効果を媒介する変数の誤差間に共分散を仮定した結果、GFI=.962、AGFI=.877、RMSEA=.082と許容できる適合度を示した。結果を図2に示す。

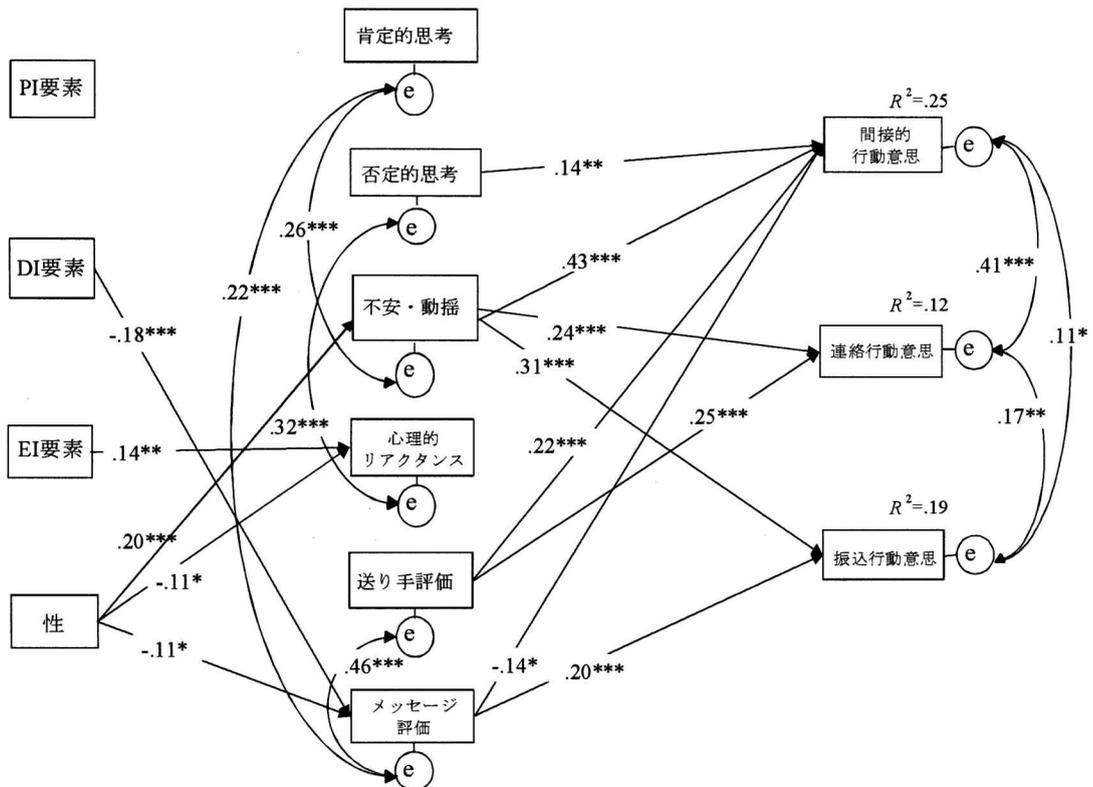


図2 虚偽説得に及ぼす事前警告タイプ要素の生起過程（標準化係数）

注1) *** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

注2) 有意なパスのみを記載

第1ステップから第2ステップへの影響 PIタイプの事前警告要素の影響は全く見られず、DIタイプの事前警告要素はメッセージ評価を低め、EIタイプの事前警告要素は心理的リアクタンスを高める。

なお、男性に比べて、女性は不安・動揺が大きく、心理的リアクタンスが小さく、メッセージ評価が低い。

第2ステップから第3ステップへの影響 肯定的思考は行動意思に対して全く影響をもたないが、否定的思考は間接的行動意思を促進する。心理的リアクタンスは行動意思に対して全く影響をもたないが、不安・動揺は間接的行動意思、連絡行動意思、振込行動意思の全てを促進する。送り手評価は、間接的行動意思と連絡行動意思を促進し、メッセージ評価は、間接的行動意思を抑制するが振込行動意思を促進する。

振込行動意思の抑制過程 深田他(2009a)の指摘を受けて、最終変数を振込行動意思に限定して、その生起過程を分析する。振込行動意思に対して有意な直接効果を示す変数は不安・動揺とメッセージ評価の2変数である。不安・動揺とメッセージ評価から振込行動意思へは正の影響があり、不安・動揺が大きいほど、また、メッセージ評価が高いほど、振込行動意思は強くなる。

不安・動揺に有意な影響を与える事前警告タイプ要素は見当たらない。メッセージ評価に有意な影響を与える事前警告タイプ要素は、DIタイプの事前警告要素のみである。メッセージ評価に対して、DIタイプの事前警告要素は負の影響を示している。すなわち、DIタイプの事前警告要素は、メッセージ評価を低めることによって、振込行動意思を抑制する力を持つことが証明された。しかし、PIタイプの事前警告要素も、EIタイプの事前警告要素も振込行動意思に対し影響しないことが分かった。

考 察

虚偽説得メッセージの説得力

本研究で使用した虚偽説得メッセージ(架空請求)の実験材料は、予備実験において説得力が確認されたものであった。この虚偽説得メッセージを使用した結果、説得メッセージを読んだことで関心度や行動意思を少しでも持ったと考えられる人数の比率から約8割の人が虚偽説得メッセージを読んだことで、関心度や行動意思を少しでも持っていた。また、無事前警告条件の各従属変数の平均値の結果もあわせて、本実験で使用した虚偽説得メッセージには説得力があったと考えられる。これは、本研究では、実際に被害に遭う可能性のある架空請求に対する事前警告タイプの効果が検討できたと考えられる。

事前警告タイプが虚偽説得に及ぼす効果およびその効果の生起過程

虚偽説得に及ぼす抑制効果 説得効果を測定する変数である関心度と3種類の行動意思について、事前警告タイプと参加者の性の2要因分散分析と多重比較を行った結果から、DI単一タイプ事前警告条件とPI・DI結合タイプ事前警告条件は、無事前警告条件と比較して、振込行動意思得点が有意に低いことが判明した。このことから、DI単一タイプの事前警告とPI・DI結合タイプの事前警告が振込行動意思を抑制することが実証された。振込行動意思が虚偽説得効果の最も適切な指標であ

ることから（深田他, 2009a）、DI 単一タイプの事前警告と PI・DI 結合タイプの事前警告は説得抑制効果をもつことが実証されたといえる。

DI 単一タイプの事前警告および DI タイプの事前警告要素の効果の生起過程 説得抑制効果のある DI 単一タイプ事前警告の効果の生起過程は、事前警告タイプによる共分散構造分析の結果から、「不安・動揺」と「メッセージ評価」を低減することで振込行動意思を抑制することが明らかとなった。ただし、このモデルは適合度があまりよくなかった点に注意する必要がある。

しかし、事前警告タイプ要素による共分散構造分析の結果からも、DI タイプの事前警告要素は「メッセージ評価」を下げることで振込行動意思を抑制することが明らかとなった。そして、DI タイプの事前警告要素がない場合は、「メッセージ評価」が高まり、「間接的行動意思」が低下する一方で、「振込行動意思」が高まる。つまり、情報収集や他者に相談をしようと思わずに、振り込みをしようという意思を持つ。しかし、DI タイプの事前警告要素があることで、「メッセージ評価」が低下し、「間接的行動意思」が高まる一方で、「振込行動意思」が低下する。また、「メッセージ評価」と「送り手評価」の誤差間に正の相関がみられることから、DI タイプの事前警告要素があることで、「送り手評価」も低下し、「間接的行動意思」と「連絡行動意思」が低下することが示唆された。

DI タイプ事前警告が特に「メッセージ評価」を媒介して説得抑制効果を示すという本研究の結果は、虚偽説得に及ぼす DI タイプ事前警告の効果の有力な媒介変数としてメッセージ評価があるという深田他（2009b）の結果と一致する。

PI・DI 結合タイプの事前警告の効果の生起過程 説得抑制効果のある PI・DI 結合タイプ事前警告は、事前警告タイプによる共分散構造分析の結果から、「不安・動揺」と「メッセージ評価」を下げることで振込行動意思を抑制していた。これは、PI タイプ事前警告の効果の生起過程が「否定的思考」と「心理的リアクタンス」を低減し、「メッセージ評価」を上昇させてしまうのに対し、PI タイプ事前警告と DI タイプ事前警告と結合することで、DI タイプ事前警告の効果の生起過程が強く反映された結果であると考えられる。つまり、PI タイプ事前警告と DI タイプ事前警告が結合しても、DI タイプ事前警告の特徴がより強く現れた結果となった。

以上のことから、虚偽説得の抑制には、特に DI タイプ事前警告が有効であると考えられる。

新たに検討した事前警告タイプの虚偽説得に及ぼす効果の生起過程

虚偽説得に及ぼす効果 本研究では、新たに EI タイプの事前警告と結合タイプ（PI・DI 結合タイプ、PI・EI 結合タイプ、DI・EI 結合タイプ、PI・DI・EI 結合タイプ）の事前警告が虚偽説得に及ぼす効果を検討した。しかしこれらの事前警告タイプは、PI・DI 結合タイプ事前警告以外には、説得抑制効果がみられなかった。

本研究では EI タイプ事前警告には虚偽説得に及ぼす説得抑制効果は認められず、結合タイプ事前警告で特に問題となる、各単一タイプの事前警告のもつ説得抑制効果が加算されるかについて、警告タイプを組み合わせることで警告タイプの効果が加算的に生じると明確に結論づける結果とはならなかった。

EI タイプ事前警告の効果の生起過程 説得抑制効果がみられなかった EI タイプ事前警告の効果の生起過程は、単一タイプと結合タイプによる共分散構造分析の結果から、「不安・動揺」を低下さ

せることが示された。しかし、この結果はモデルの適合度があまりよくなかったことに注意する必要がある、また、事前警告要素による共分散構造分析の結果からは、「心理的リアクタンス」を増加することが示された。EI タイプ事前警告要素が「心理的リアクタンス」を高めることは、深田 (1983) で、EI タイプの 1 つである FI タイプ事前警告の説得抑制効果を媒介する変数として心理的リアクタンスがあるとすると結果と類似するものとなった。本研究の結果では、EI タイプ事前警告は説得抑制効果が現れるには至らなかったが「心理的リアクタンス」を高めていたことから、EI タイプ事前警告が虚偽説得の抑制に有効ではないとするよりも、さらなる EI タイプ事前警告の検討が求められる。

結合タイプ事前警告の効果の生起過程 ①PI・DI 結合タイプ：先述したように、説得抑制効果を示した PI・DI 結合タイプ事前警告は、PI 単一タイプの事前警告と DI 単一タイプの事前警告が結合することで、特に DI 単一タイプ事前警告の効果の生起過程が強く現れた。②PI・EI 結合タイプ：説得抑制効果がみられなかったが、PI・EI 結合タイプ事前警告の効果の生起過程は、単一タイプと結合タイプによる共分散構造分析の結果から、「不安・動揺」を低下させ、「心理的リアクタンス」を増加させていた。これは、PI 単一タイプ事前警告が「否定的思考」と「心理的リアクタンス」を低下させ、「メッセージ評価」を上げ、EI 単一タイプ事前警告が「不安・動揺」を下げるという効果の生起過程であるにもかかわらず、PI 単一タイプ事前警告と EI 単一タイプ事前警告が結合することによって、PI 単一タイプ事前警告の効果の生起過程の一部が消失し、一部が加算される形で現れた効果の生起過程であると考えられる。③DI・EI 結合タイプ：説得抑制効果がみられなかった DI・EI 結合タイプ事前警告の効果の生起過程は、単一タイプと結合タイプの共分散構造分析の結果から、どの変数とも関わっていなかった。DI 単一タイプ事前警告や EI 単一タイプ事前警告は「肯定的思考」や「不安・動揺」、「メッセージ評価」に影響していたが、結合することでどの変数とも関わらないという減算効果を示した。④PI・DI・EI 結合タイプ：説得抑制効果がみられなかったが PI・DI・EI 結合タイプ事前警告の心理過程は「メッセージ評価」を下げていた。これも、PI・DI 結合タイプ事前警告と同様に、結合することで DI 単一タイプ事前警告効果の生起過程のみが現われ、他の単一タイプの事前警告の効果の生起過程が全て消失する形となったと考えられる。

これらのことから、結合タイプ事前警告の先行研究 (深田, 1983) の結果と同様に、結合タイプの事前警告が引き起こす効果の生起過程は、結合することで必ずしも加算効果が示されるわけではなく、全く効果が加算されない場合や、減算効果が示唆される場合があり、複雑なものとなっている。

説得に及ぼす事前警告効果に関する参加者の性による違い

事前警告タイプと併せて検討した参加者の性については、説得効果の測度である関心度と 3 種類の行動意思を従属変数とする、事前警告タイプと参加者の性の 2 要因分散分析の結果から、事前警告タイプと性の交互作用効果はみられなかった。このことから、性別によって説得に及ぼす事前警告の効果の差異はないことが示された。

しかし、女性は「不安・動揺」を感じやすく、「間接的行動意思」も男性と比較して高かった。また、共分散構造分析の結果から、女性は架空請求に遭遇した際、不安を感じたり動揺することで、より架空請求に関する情報を入手しようとしたり相談をしようとしたりすることが明らかになった。

これは、架空請求に遭遇しても、実際に、他者に相談することで被害を回避することもできるため、女性の方が被害に遭いやすいと断定することはできないが、「不安・動揺」は3種類の行動意思を高める働きがあることから、女性が不安を感じ、動揺しやすいことには、悪質商法や詐欺の被害防止する上で注意を払う必要があると考えられる。

結論

大学生にとって身近であることが明らかとなった架空請求に対する事前警告の抑制効果を検討した結果、3通りの分析結果から、DI単一タイプとPI・DI結合タイプの事前警告が振込行動意思を抑制する効果をもつこと、すなわち、DI単一タイプとPI・DI結合タイプの事前警告が虚偽説得に対する抑制効果をもつことが実証された。そして、その効果の生起過程の検討から、DI単一タイプとPI・DI結合タイプの事前警告は、不安・動揺とメッセージ評価を低減することによって、振込行動意思を抑制することが解明された。このことは、DIタイプの事前警告要素を含む事前警告が、メッセージ評価を低減させることによって、振込行動意思を抑制するという分析結果からも裏付けられた。

今後の課題

本研究では、事前警告の操作が適切に行うことができたかどうかの確認はしていない。事前警告タイプの効果の差異を明らかにする場合には事前警告操作の成否を確認する必要があるので、今後、事前警告の操作の適切性を検討する工夫が求められる。

説得の先行研究(深田, 2002)において、源泉の専門性や信頼性といった源泉の信憑性が説得力に影響することが示されている。このことから、警告者によってなされる警告も、警告者(源泉)の信憑性を高めることで、警告の効果を高めることができると考えられる。悪質商法や詐欺の被害防止に向けて、警告の源泉の効果に関する検討が必要となる。

また、本研究では事前警告を扱ったが、事後警告も事前警告と同様に説得抑制効果を生じさせる可能性が示唆されている(深田, 1999)。深田・石井(2009)の警告接触経験に関する調査結果から、現実場面では、悪質商法や詐欺の遭遇前に事前警告を受けるだけでなく、遭遇後に事後警告を受けることがあること、特に架空請求の場合は、事前警告よりも(28.3%)よりも接触中の警告・事後警告(71.7%)の方が有意に多いこと、また、警告の効果度と考慮度は、事前警告の場合も事後警告の場合も同程度であることが分かっている。したがって、今後、虚偽説得に対する事後警告の効果を検討しなければならない。

(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(1983). 恐怖喚起コミュニケーションにおける予告の効果 心理学研究, 54, 286-292.
深田博己(1999). 説得に及ぼすと事後警告の効果とその生起機制 広島大学教育学部紀要 第一部

(心理学), **48**, 79-88.

- 深田博己 (2002). 説得研究の基礎知識 深田博己 (編著) 説得心理学ハンドブックー説得コミュニケーション研究の最前線ー 北大路書房 pp.2-44.
- 深田博己 (2006). 説得に対する防御技法としての警告技法の開発に関する研究 北大路書房
- 深田博己・樋口匡貴・深田成子 (2009a). 通知文書による虚偽説得に及ぼす事前警告の効果 広島大学心理学研究, **9**, 印刷中.
- 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・辻口明美 (2009b). 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.
- Hass, R. G., & Grady, K. (1975). Temporal delay, type of forewarning, and resistance to influence. *Journal of Experimental Social Psychology*, **11**, 459-469.
- Hollander, S. W. (1974). Effects of forewarning factors on pre- and postcommunication attitude change. *Journal of Personality and Social Psychology*, **30**, 272-278.
- 寺崎正治・岸本陽一・古賀愛人 (1992). 多面的感情尺度の作成 心理学研究, **62**, 350-356.
- 上野徳美 (1981). 説得への抵抗に及ぼす予告の効果 心理学研究, **52**, 173-177.

消費料確認通知書

管理番号 平成 21 年 （リ）第 11492 号

この度、貴方が契約会社に対して行っている料金の未払いもしくは契約不履行に当該会社が管轄裁判所に訴訟申請したことを通知します。

訴訟内容、取り下げ最終期日につきましては担当職員にて受け賜りますが、当センターは原告側からの最終通告、また御本人様と訴訟内容を確認する機関であり、当センターが貴方に対して訴訟を起しているものではありません。

個人情報保護法に基づき御本人様からのご連絡をお願い致します。

このまま連絡無き場合、管轄裁判所からの裁判の日程を決定する呼出状送達後に出廷となります。尚も放置しておく、相手方の言い分どおりの判決が出て、執行官立会いのもと、貴方の給料や財産の差し押さえ等をされてしまう事がありますので、御注意ください。

※最近、悪質な架空請求業者や個人情報を悪用し民事裁判制度を利用する手口も見受けられますので、万が一身に覚えがない場合でも早急にご連絡下さい。

相談受付時間 9:00～18:00（土・日・祭日を除く）

本件連絡先（消費相談課） **03-5649-7076**

〒102-0083 東京都千代田区駒町1-6 日比谷ビル3F

財団法人 **全国消費生活相談センター**