

## 他者の好ましさと対象の重要度が好みに及ぼす影響<sup>1</sup>

橋本淳也・原田あかね・中尾 敬

Social influence on preference in situations with different levels of importance

Junya Hashimoto, Akane Harada, and Takashi Nakao

One's preferences are influenced by another individual's preferences. The trustworthiness of those individuals can modulate changes in our preferences. Previous studies have examined this social influence in a single situation (e.g., the preference ratings for a T-shirt). Although it is possible that social influence on preference is affected by the importance of the situation, that remains to be elucidated. In the present study, we examined the influence of other individual's preferences on individual preferences in various important situations. We tested two hypotheses: 1) situations of low importance are more likely to induce one's own preference than situations of medium and high importance, 2) the influence of a trustworthy individual is larger than that of an untrustworthy individual in situations of low importance, while no difference is found in situations of medium and high importance. Forty-seven participants conducted a two times preference rating task in six situations (two situations for each of the three levels of importance). Preferences for individual characteristics (trustworthy or untrustworthy person) were also presented in the first preference rating task. The results showed that situations of high importance induced a bigger change in preference than situations of low and medium importance. On the other hand, no significant difference in preference change was found between the influence of trustworthy and untrustworthy individuals in each of the three important situations. These results imply that the influence of another individual's preferences on one's preferences is different in various life situations.

キーワード : preference change, social influence, importance of the situation

---

<sup>1</sup> 本研究は、科学研究費補助金（18K03177）の助成を受けて実施した。

## 問題

好みは他者の意見により変化する。その変化の仕方は、他者がどのような人物であるかによって異なることが知られている。例えば、好ましい他者であった場合はその他者の好みに近づき、好ましくない他者であった場合はその他者の好みとは遠ざかるように自身の好みが増減する (Izuma & Adolphs, 2013 ; Nakamura & Kawabata, 2017)。

これまでの他者の好みによる自己の好みの変化に関する研究では、一つの実験の中で単一の対象 (例：T シャツの柄) に対する好みが増減してきた (Izuma & Adolphs, 2013)。しかし、例えば昼食のメニューといった対象について判断する場合と結婚相手といった対象について判断する場合といったように、対象の重要度によってこの他者からの影響の受け方は異なる可能性が考えられる。この可能性については三雲・上野 (2010) からも示唆される。三雲・上野 (2010) は場面の重要度と意思の強さの関連について検討し、人生への影響力が小さい (すなわち、重要度が小さい) 場面では、他者から影響を受けて自分の意思を増減させやすいことを示している。しかし、三雲・上野 (2010) では場面想定法が用いられており、提示された設定上の自分の意見を他者の意見により変更するののかについて検討している。そのため、実際の参加者自身の好みの変化については確認されていない。また、意見の変更の指標として、自分の意見を増減すると思う程度についての参加者の主観的評価が用いられており、他者からの意見を受ける前後で実際に参加者の好みが増減するののかについては明らかではない。さらに、三雲・上野 (2010) では、友人 (好ましい他者) からの影響のみを検討しており、好ましくない他者からの影響の受け方については検討されていない。これらのことから、他者の意見による自己の好みの変化について、意見を参照する他者の好ましさと、好み対象の重要度の関連については未だ明らかになってはいない。

そこで本研究では、他者の情報を得ることで生起する好みの変化の程度が、他者の好ましさに加え、好み対象の重要度の違いによっても異なるのかについて検討する。本研究では以下の2つの仮説を検討する。

1) 三雲・上野 (2010) によると、重要度が中程度の場面での意見の変化は重要度が大きい場面と同程度であり、これらは重要度の小さい場面よりも小さな変化であった。このことから、好み変化でも同様に他者から受ける影響は、重要度小の場面 (対象) において最も変化が大きく、重要度中と大においては同程度の変化が生じると予測される。

2) T シャツの柄や抽象画の好ましさとといった重要度の小さい対象については、好ましい他者と好ましくない他者からの自己の好みへの影響を検討した研究において、他者の好ましさによって好みの変化量に差はないとしているもの (Izuma & Adolphs, 2013) と、不信用他者 (好ましくない他者) の影響は、信用他者 (好ましい他者) の影響よりも小さいとする研究 (Nakamura & Kawabata, 2017) とがある。本研究では Izuma & Adolphs (2013) のような特定のカテゴリに属する他者 (例：性犯罪者) ではなく、特定の他者の好ましさによる影響を検討するために、Nakamura & Kawabata (2017) と同様にマルチラウンド・トラストゲームにより他者の好ましさを操作する。そのため、本研究における重要度の小さい対象に関しては、Nakamura & Kawabata (2017) と同様に不信用他者 (好まし

くない他者)からの自己の好みへの影響は、信用他者(好ましい他者)の影響よりも小さくなると予測される。一方で、重要度中、大の場合には、三雲・上野(2010)から他者の影響そのものが小さくなるのが予測される。そのため、重要度小の対象で認められる他者の好ましきによる影響の違いは、重要度中、大の場合には認められなくなることが予測される。

本研究では、以上の2つの仮説を検討するため、予備調査を行い重要度の異なる好み対象の刺激およびマルチラウンド・トラストゲームで使用する刺激を選定した上で、本実験として好み変化における他者と好み対象の重要度の影響について検討を行った。

## 予備調査

### 目的

本実験で使用する刺激を選定することを目的とした。

### 方法

**参加者** 大学生36名(男性12名,女性24名)が調査に参加した。平均年齢は20.33歳で, $SD=1.53$ であった。調査参加者は、(a)不参加による不利益が生じないこと、(b)参加の拒否・中断の自由、(c)実験内容や安全性に対する質問の自由、(d)個人情報の保護について十分に説明記載文を確認し、調査への回答を持って同意したこととした。なお、本研究は、広島大学大学院教育学研究科の研究倫理審査委員会の承認を得て実施した(承認番号:2019579)。

**刺激** 本研究では、三雲・上野(2010)を基に、重要度小、中、大の3水準を設けた。そして、各重要度で2場面を選択し、計6場面を設定した。重要度小は、食べ物を選ぶ場面、および洋服を選ぶ場面であった。重要度中は、旅行先を選ぶ場面、およびアルバイト先を選ぶ場面であった。重要度大は、就職先を選ぶ場面、および結婚相手を選ぶ場面であった。

各重要度における2場面は、それぞれ画像刺激を用いる場面と言語刺激を用いる場面とし、場面ごとに31個の刺激を用意した。食べ物刺激は、小松(2009)が利用した刺激を用いた。洋服刺激は、ショッピングサイト(<https://www.graniph.com/shop/default.aspx>)に掲載されているTシャツの画像を用いた。旅行先刺激は、Konkle, Brady, Alvarez, & Oliva(2010)の風景画を用いた。アルバイト先刺激は、アルバイト求人サイト(<https://townwork.net/?arc=1>)の職種カテゴリを用いた。就職先刺激は、Nakao et al.(2016)で使用された職業語を用いた。結婚相手として、AIST顔表情データベース(Fujimura & Umemura, 2018)の中性表情画像とJACNeuF(Matsumoto & Ekman, 1988)の日本人顔画像を使用した。

**手続き** 調査は、インターネット上で行われた。調査では、場面ごとに教示を行い(例;もしあなたが以下の職業に就職する場合、「就職先の好ましき」とその好ましきに対して「どの程度意思が強いかな」をご回答ください。)、呈示される画像または言語刺激について好ましき(嫌い-好き)とその好ましきに対する意思の強さ(弱い-強い)をいずれも1-10の10段階で尋ねた。また、顔画像については、信用度(全く信用できない-非常に信用できる)も10段階で評定を求めた。なお、結婚相手

の顔画像については、異性の刺激についてのみ評定を求めた。

## 結果

刺激ごとに参加者の平均評定値と標準偏差を算出した。そして平均評定値が、評定範囲（1から10）の中央値である5.5に近い刺激を各場面21個選定した。選定した刺激の平均評定値と標準偏差、また場面ごとの平均評定値と標準偏差をTable 1に示した。また、重要度ごとの平均評定値と標準偏差をTable 2に示した。

Table 1  
各場面、各刺激の好ましさの  
平均評定値と標準偏差

食べ物	好ましさ	洋服	好ましさ	アルバイト	好ましさ	旅行先	好ましさ
ようかん	5.32(2.81)	1	5.17(2.18)	データ打ち込み	5.58(2.43)	2	5.49(2.55)
キムチ	5.32(2.57)	2	4.36(2.00)	ドラッグストア	5.39(2.17)	3	6.32(2.03)
ナッツ	5.76(2.36)	3	4.19(1.98)	洋菓子屋	5.78(2.73)	4	6.16(2.14)
ポテトチップス	5.76(1.90)	7	4.81(1.86)	パン屋	5.94(2.61)	5	6.30(2.49)
ソーセージ	5.84(2.32)	8	4.69(2.10)	仕分け作業	5.03(2.59)	8	6.00(2.15)
お茶漬け	6.26(2.56)	10	4.56(2.38)	家庭教師	5.97(2.32)	10	5.46(2.41)
ベーコン	6.08(1.82)	11	6.06(2.12)	イベントスタッフ	5.97(2.78)	11	6.51(2.41)
まんじゅう	6.11(2.70)	13	4.53(2.13)	雑貨販売	6.08(2.31)	14	6.27(2.67)
ハンバーガー	6.13(1.99)	14	4.50(2.04)	ブライダルスタッフ	4.81(2.64)	16	5.70(2.09)
おにぎり	6.16(2.16)	15	4.39(2.00)	レストラン	4.78(2.43)	17	5.97(2.63)
あんこ	6.21(2.63)	18	6.53(1.90)	カフェ店員	6.58(2.55)	18	6.16(2.40)
ご飯	6.29(2.47)	19	4.58(1.86)	弁当屋	4.36(2.32)	19	5.59(2.64)
焼き芋	6.29(2.67)	20	4.56(2.17)	スーパーマーケット	4.33(2.14)	20	5.95(2.21)
ラーメン	6.34(2.67)	21	4.86(2.03)	清掃スタッフ	4.33(2.44)	21	5.11(3.08)
サンドイッチ	6.37(2.20)	24	5.33(2.32)	本屋	6.67(2.33)	22	6.00(2.37)
中華まん	6.45(2.29)	25	5.61(2.63)	カラオケ	4.33(1.94)	23	5.95(2.34)
フライドチキン	6.50(2.13)	26	5.36(2.26)	クリーニング	4.31(2.46)	24	6.38(2.27)
フライドポテト	6.50(2.25)	27	5.06(2.30)	商品梱包	4.28(2.16)	27	6.54(2.35)
おでん	6.68(2.63)	28	4.81(2.11)	ホームセンター	4.25(2.14)	28	5.46(2.39)
巻き寿司	6.76(2.34)	29	5.08(1.83)	映画館	6.81(2.23)	29	6.16(2.40)
うどん	6.87(2.35)	30	4.39(2.17)	電気屋	4.11(2.17)	30	5.97(2.42)
食べ物	6.19(0.41)	洋服	4.93(0.59)	アルバイト	5.22(0.91)	旅行先	5.97(0.38)

注)表内の数値は平均、()内は標準偏差を表す。

就職先	好ましさ	結婚相手(女性顔)	好ましさ	結婚相手(男性顔)	好ましさ
大学教員	5.61(2.66)	1	4.33(2.35)	1	3.33(1.96)
栄養士	5.22(2.77)	2	2.17(1.80)	2	4.71(2.14)
薬剤師	5.17(2.54)	3	2.42(1.73)	3	3.96(1.98)
調理師	5.08(2.61)	4	2.50(1.68)	4	2.83(1.40)
研究者	5.03(2.86)	5	3.58(1.73)	5	2.75(1.60)
高校教員	4.72(2.59)	6	2.67(1.15)	6	2.96(1.49)
塾講師	4.67(2.37)	7	2.75(1.14)	7	3.75(2.08)
パン職人	4.56(2.59)	8	3.00(1.41)	9	3.83(2.19)
税理士	4.42(2.42)	9	3.58(2.19)	10	2.63(1.33)
客室乗務員	4.39(2.53)	10	6.25(1.54)	14	2.50(1.35)
医師	4.36(2.87)	11	2.42(1.24)	16	3.00(1.59)
デザイナー	4.28(2.63)	12	6.50(2.11)	17	2.54(1.36)
保育士	4.19(2.55)	13	2.33(1.44)	20	3.21(1.85)
歯科衛生士	4.17(2.26)	18	2.33(1.67)	21	2.46(1.58)
プログラマー	3.94(2.28)	21	2.17(1.34)	22	3.33(1.98)
電車車掌	3.83(2.69)	23	2.50(1.17)	23	2.88(1.81)
弁護士	3.78(2.31)	25	2.42(1.62)	24	2.67(1.64)
警察官	3.78(2.47)	27	2.75(1.22)	25	3.25(2.13)
看護師	3.64(2.46)	28	4.25(1.91)	28	2.79(1.65)
レジ係	3.61(2.32)	29	5.25(2.01)	29	4.63(2.10)
美容師	3.47(2.55)	30	3.67(1.37)	30	2.54(1.80)
就職先	4.38(0.60)	結婚相手(女性顔)	3.33(1.31)	結婚相手(男性顔)	3.17(0.66)

Table 2

重要度別の平均評定値と標準偏差

重要度小	重要度中	重要度大
5.56(0.82)	5.60(0.79)	3.62(1.05)

注)表内の数値は平均、()内は標準偏差を表す。

また、信用度を操作するための他者の顔画像として、男女共に3名ずつ顔画像を選定した。選定した男性顔画像の平均評定値は2.33 ( $SD=0.08$ )、女性顔画像の平均評定値は2.11 ( $SD=0.05$ )であった。

## 本実験

### 方法

**参加者** 大学生47名(男性23名、女性24名)が実験に参加した。平均年齢は21.19歳で、 $SD=1.66$ であった。実験参加者は実験室に来室後、(a)不参加による不利益が生じないこと、(b)参加の

拒否・中断の自由，(c) 実験内容や安全性に対する質問の自由，(d) 個人情報の保護について十分に説明をした上で，実験参加同意書への署名を得た。なお，本研究は，広島大学大学院教育学研究科の研究倫理審査委員会の承認を得て実施した（承認番号：2019579）。

**実験計画** 2（他者要因：信用条件，不信用条件）×3（重要度：小，中，大）の2要因混合計画であった。他者要因は参加者間要因であり，重要度は参加者内要因であった。信用条件と不信用条件は，人数が偏らないようにランダムに割り当てた。

**課題** 課題は①マルチラウンド・トラストゲーム（multiple-round investor-trustee game），②好み評定課題，③再評価課題，④再認課題で構成されていた。全課題終了後に，質問紙への回答を求めた。

①マルチラウンド・トラストゲーム：Nakamura & Kawabata（2017）を参考に，他者要因を信用条件と不信用条件に操作するために行った。この課題ではまず，ベースラインとなる魅力度評定，および信用度評定をおこなった。参加者と同性の3名の顔画像が画面上に一人ずつ提示され，どれほど魅力的だと思うか，どれほど信用できるかをそれぞれ14段階で評定させた。その後，信用度を操作するために投資課題を行った。参加者は，授与者として提示される3名の顔画像に対して0-9の10段階で与えるポイントを決めた。その後，与えたポイント数に応じて相手からポイントが返された。3名の顔画像は，返すポイントによって信用他者条件，中立他者条件，不信用他者条件の3条件に割り当てられた。3名の顔画像への条件の割り当ては，参加者ごとにランダムであった。信用他者条件では与えたポイント以上のポイント，中立他者条件では与えたポイントと同程度のポイント，不信用他者条件では与えたポイント以下のポイントが参加者に返された。このポイントのやりとりを各条件25試行ずつ計75試行を行った。そして最後に再び3名の顔画像に対して，魅力度と信用度を14段階で評定を求めた。

②好み評定課題：画面上に呈示される画像刺激または言語刺激に対して1：嫌い-14：好きの14段階で評定を求めた（pre）。その後，参加者の評定値が8以上であれば親指を上に向けたアイコン（good）が，7以下であれば親指を下に向けたアイコン（bad）が呈示された。そして，0.5秒後に他者の顔画像と他者の評定を示すアイコンが2-3秒間呈示された。ここで呈示される他者の顔画像は，マルチラウンド・トラストゲームで振り分けられた信用他者条件または不信用他者条件の画像であり，割り当てられた条件のものが呈示された。他者の評定が呈示される条件は，各場面で14試行，他者の評定が呈示されない統制条件は各場面で7試行であった。他者の評定を示すアイコンがどちらであるかはランダムであった。この流れを6場面で行った。この課題では，場面の順番は，参加者によってランダムであった。倫理的配慮の観点から，結婚相手について好ましさを評定する際には，評定を開始する直前に参加者自身にとって結婚相手として望ましい性別を男性，女性，回答しないの中から選択するよう求めた。なお回答しないを選択した場合は，結婚相手についての評定は実施しなかった。

③再評価課題：好み評定課題と同様の方法で好ましさを評定させた（post）。なお再評価課題では，自分の評定と他者の評定の呈示はなかった。

④再認課題：好み評定課題の統制条件以外の各場面14刺激に対して他者がどのように評定していたかを好き-嫌いの2択で回答させた。

**刺激** 予備調査で選定した刺激を各場面21刺激ずつ，計126刺激を好み評定用に用いた。また，他者の信用度の操作作用に6刺激（男女別に3刺激）を使用した。

**手続き** 実験は、個別ないし集団（1人から6人）でおこなった。まず、マルチラウンド・トラストゲームを行った。次に、好み評定課題を行った。全場面で好み評定課題終了後、5分間の休憩を挟み、再評価課題、再認課題の順に行った。また、6場面の重要度について、それぞれ14段階で尋ねた（例：「あなたにとって就職先を決めることはどれほど重要ですか」）。

最後に質問紙調査を行った。質問紙は、罰の回避傾向・報酬への接近傾向を測定するBIS/BAS（Behavioral Inhibition System/Behavioral Activation System）尺度日本語版（高橋・山形・木島・繁樹・大野・安藤, 2007）、抑うつ傾向を測定するCES-D（Center for Epidemiology Studies Depression Scale）日本語版（島・鹿野・北村・浅井, 1985）、時間的展望を測定する日本版Zimbardo Time Perspective Inventory（ZTPI; 下島・佐藤・越智, 2012）、性格特性を測定するBig Five尺度短縮版（並川・谷・脇田・熊谷・中根・野口, 2012）で構成されていた。なお本研究では、仮説の検討には不要であったため、質問紙の結果を分析には用いなかった。

## 結果

実験参加者47名のうち、7名はマルチラウンド・トラストゲームにおける投資課題が複数回行われないといった操作の不備があったため、40名分のデータを分析に用いた。また、2名は結婚相手を選ぶ場面で回答しなかった。

まず、実験操作を確認するため、想定した重要度と実際の参加者にとっての重要度が一致しているのかを検討した。想定した重要度別に参加者ごとの重要度の平均値を算出した。1要因3水準の分散分析をおこなったところ、重要度の主効果が見られたため（ $F(2,72) = 48.26, p < .001$ ）、Holm法による多重比較をおこなった。その結果、各重要度の間に有意な差が見られた（ $ps < .01$ ; Figure 1）。このことから、好み判断場面（対象）の重要度操作は妥当性が確認された。

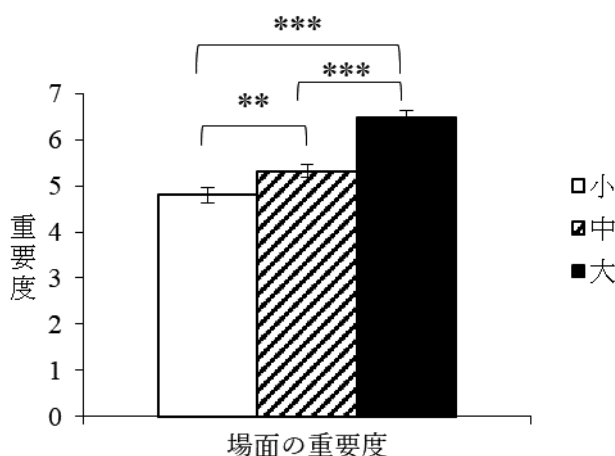


Figure.1 場面の違いによる重要度得点の平均値（エラーバーは標準誤差；\*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ ）。

次に、他者要因の操作について、マルチラウンド・トラストゲーム前後で他者の信用度と魅力度が変化したのかを確認するため、各条件別に課題前後の信用度と魅力度の平均値を算出した。信用度、魅力度ごとに、評価のタイミング (pre, post) × 他者画像 (信用他者条件, 中立他者条件, 不信用他者条件) の 2 要因分散分析を行った。

まず信用度について、交互作用が有意であった ( $F(2,78) = 25.18, p < .001$ ; Figure 2)。下位検定の結果、pre では他者画像の単純主効果が見られなかった ( $F(2, 156) = 0.42, p > .05$ )。また、post では、他者画像の単純主効果が見られ ( $F(2, 156) = 56.05, p < .001$ )、Holm 法による多重比較の結果、信用他者条件が最も信用度が高く、不信用他者条件が最も信用度が低かった ( $ps < .001$ )。

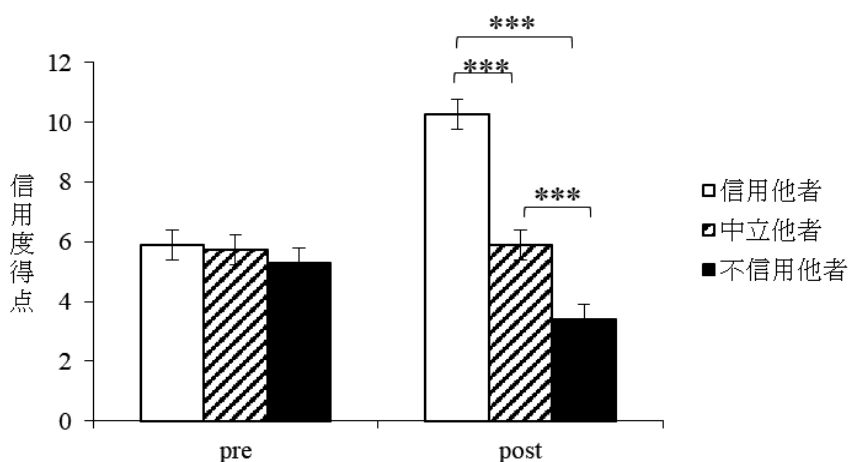


Figure 2. 他者条件ごとの信用度得点の平均値 (エラーバーは標準誤差; \*\*\* $p < .001$ )。

魅力度について、交互作用が有意であった ( $F(2,78) = 52.07, p < .001$ ; Figure 3)。下位検定の結果、pre では他者画像の単純主効果が見られなかった ( $F(2, 156) = 0.91, p > .05$ )。また、post では、他者画像の単純主効果が見られ ( $F(2, 156) = 73.39, p < .001$ )、Holm 法による多重比較の結果、信用他者条件が最も魅力度が高く、不信用他者条件が最も魅力度が低かった ( $ps < .001$ )。

以上の結果からマルチラウンド・トラストゲームによって、他者の信用度を操作することができていたと考えられる。



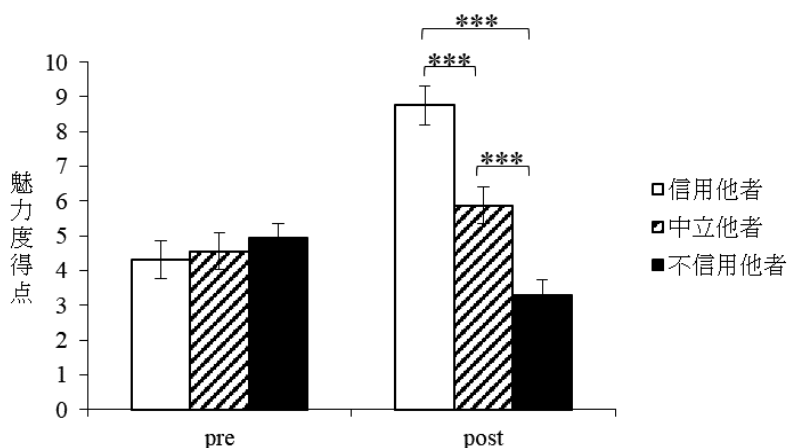


Figure 3. 他者条件ごとの魅力度得点の平均値（エラーバーは標準誤差；\*\*\* $p < .001$ ）。

続いて、好み判断課題について検討した。評定のタイミング（pre, post）、他者要因、重要度、他者有無別に好みの評定値の平均値と標準偏差を算出した。信用他者条件の結果を Table 3 に、不信用他者条件の結果を Table 4 に示した。

Table 3

信用他者条件の好ましさの評定平均値と標準偏差

信用他者条件	他者あり		他者なし	
	pre	post	pre	post
重要度 小	9.32(1.09)	8.65(1.43)	9.29(1.51)	9.43(1.62)
重要度 中	9.60(1.20)	8.70(1.50)	8.85(1.51)	8.75(1.48)
重要度 大	7.71(0.78)	7.21(0.71)	6.42(0.88)	6.53(0.92)

注1) 表内の数値は平均、()内は標準偏差を表す。

Table 4

不信用他者条件の好ましさの評定平均値と標準偏差

不信用他者条件	他者あり		他者なし	
	pre	post	pre	post
重要度 小	9.16(0.73)	8.18(0.76)	8.81(1.35)	8.68(1.23)
重要度 中	9.43(1.19)	8.34(1.22)	9.29(1.58)	9.13(1.47)
重要度 大	7.60(0.97)	6.93(0.82)	6.68(1.13)	6.73(1.12)

注1) 表内の数値は平均、()内は標準偏差を表す。

他者からの影響（仮説 1, 2）について検討するため、他者の評定ありのデータについて post 評定平均値-pre 評定平均値を行い、好み変化を算出した。ここでは、この変化量を従属変数として、他者要因（信用他者条件, 不信用他者条件）×重要度（小, 中, 大）の 2 要因分散分析を行った。他者要因の主効果は見られなかったが ( $F(1,38) = 0.88, p > .05$ ), 仮説 1 の検討に対応する重要度の主効果が見られた ( $F(2,76) = 3.43, p < .05$ ) ため、Holm 法による多重比較を行った。その結果、重要度が大きい場面（対象）において最も好み変化量が小さかった（小-中;  $p = .36$ , 小-大;  $p = .04$ , 中-大;  $p = .04$ ; 片側, Figure 4）。また、仮説 2 の検討に対応する交互作用については有意な効果が認められなかった ( $F(2,76) = 0.42, p > .05$ )。

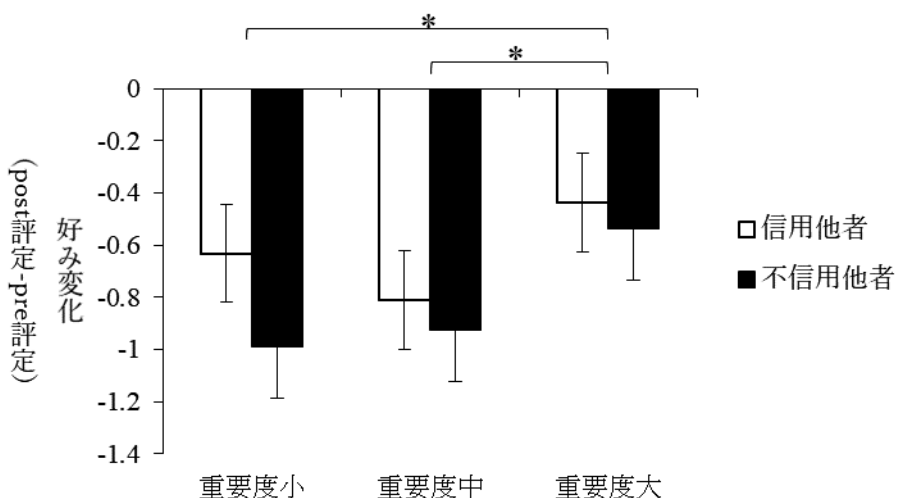


Figure 4. 重要度と他者の条件別の好み変化の平均値（片側，エラーバーは標準誤差；\* $p < .05$ ）。

自分の評定が good か bad のどちらであったか、他者の評定が good か bad のどちらであったかによって変化の方向が異なる可能性があるため (Izuma & Adolphs, 2013; Nakamura & Kawabata, 2017), 自分の好みと他者の好みの組み合わせの影響についても検討した。自分の評定と他者の評定の組み合わせは 4 つあり、組み合わせごとに評定のタイミング (pre, post), 重要度, 他者条件別の好み評定の平均値を算出した。その後、post 評定平均値-pre 評定平均値で好み変化を算出した。この変化量を用い、他者要因（信用他者条件, 不信用他者条件）×組み合わせ (good (自分の評定) -good (他者の評定), bad-bad, good-bad, bad-good) ごとに、1 標本  $t$  検定をおこなった。検定の繰り返しによる影響を考慮し、Holm 法で  $p$  値を調整した。その結果、信用他者条件では、bad-bad 条件と bad-good 条件において、0 との間に有意な差が見られ好み変化が生じていた (bad-bad :  $t(20) = -9.42, p < .001$ , bad-good :  $t(20) = 4.11, p = .001$ )。いずれも好ましい他者の好みと同じ方向に自己の好みも変化していた。また、不信用他者条件では、bad-bad 条件において 0 との間に有意な差が見られ好み

変化が生じていた ( $t(18) = -5.97, p < .001$ ; Figure 5)。bad-bad 条件では好ましくない他者でも好ましい他者の場合と同様に、他者の好みと同じ方向に自己の好みを変化していた。

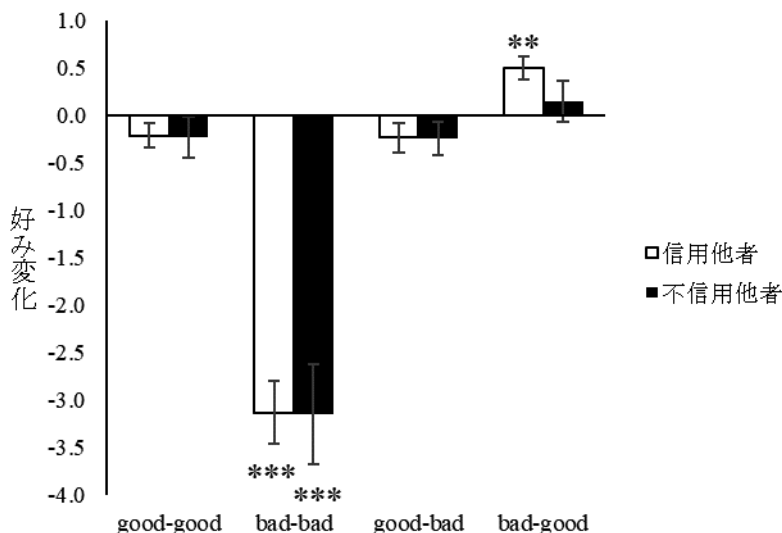


Figure 5. 自分と他者の好み評定の組み合わせ、他者条件別の好み変化量の平均値（エラーバーは標準誤差；\*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ ）。

最後に、好み変化における記憶の影響を考慮するため、再認課題の正答率について検討した。他者条件ごとの正答率の平均値は、信用他者条件で 0.57、不信用他者条件で 0.52 であった。他者要因（信用他者条件、不信用他者条件）×重要度（小、中、大）の 2 要因分散分析を行った。その結果、いずれの主効果も有意ではなかった（他者要因： $F(1,38) = 1.93, p > .05$ ；重要度： $F(2,76) = 0.55, p > .05$ ）。また、正答率と好みの評定値の相関について他者条件、重要度別に検討したが、どの組み合わせにおいても正答率と好みの評定値の間に有意な関係は見られなかった ( $rs \leq -.39, ps > .05$ )。

### 考察

本研究の目的は、他者の好みについての情報を得ることで生起する自己の好みの変化の程度が、他者の好ましさ、および好み対象の重要度の違いによっても異なるのかについて検討することであった。初めに、仮説1として他者から受ける影響は、重要度小の場面（対象）において最も変化が大きく、重要度中と大においては同程度の変化が生じる可能性について検討した。その結果、重要度大の場面において好みの変化が最も小さく、重要度小と中の場面では同程度に好みを変化するという結果が得られた。したがって、仮説1は一部支持され、重要度の大きい対象では、他者の影響による好みの変化は生じにくくなることが明らかとなった。重要度小の場面でのみ他者の影響が見られた三雲・上野（2010）とは異なる結果であった。このことから、想定された自己の意見やその意見

を変更する可能性についての認識よりも、実際の自己の好みの方が他者の影響を受けて変化しやすいことが示唆される。

続いて仮説2として、重要度小では、不信用他者（好ましくない他者）からの影響は、信用他者（好ましい他者）の影響よりも小さく、重要度が高くなるほどそのような違いは認められなくなる可能性について検討した。他者要因の主効果及び他者要因と重要度の交互作用は見られなかったため、仮説2は支持されなかった。他者の好ましさによって好み変化に違いが生じなかったことは、他者要因が参加者間要因であったことが原因として考えられる。Nakamura & Kawabata (2017) では、他者の違いによって好み変化に違いが見られたが、他者要因は参加者内要因であった。本研究では、好ましさの違う他者を参加者は個人内で比較できなかつたため、好ましさの違いが参加者内でおこった場合よりも検出力が低くなり、他者条件間で違いが観察されなかつたと考えられる。

また本研究では、自分の好みと他者の好みの組み合わせによる影響についても検討した結果、信用他者条件ではbad-bad、bad-goodの組み合わせで有意な好み変化が生じていた。一方で、不信用他者条件ではbad-badの組み合わせにおいてのみ有意な好み変化が生じていた。つまり、好ましくない他者と好み一致した時に一部で好み変化が生じていた。これらの結果について、バランス理論 (Heider, 1958) に基づいて考えると、好み対象に対して好ましい他者との好み不一致のとき、あるいは好ましくない他者との好み一致したときには対象に対する好みの変化が生じる可能性があると考えられる。すなわち、本研究で確認された信用他者とのbad-goodの組み合わせによる変化は、好ましい他者との好み不一致であったため、嫌いなものが好きになる方向に変化が生じたものと考えられる。一方で、他者への好ましさに関わらず、bad-badにおける組み合わせはより嫌いになる方向に変化が生じていた。特に、好ましくない他者による変化の方向性は理論的には逆であり、好ましくない他者の好みに近づく方向に変化をしていた。これらの結果は、ネガティブな刺激に対して接触するほど、好意度が減少した (Grush, 1978) ためである可能性がある。他者への好ましさと同対象に対する好み変化に関する結果は先行研究でも一貫しておらず (Izuma & Adolphs, 2013 ; Nakamura & Kawabata, 2017), 本研究でも組み合わせによって異なる結果が得られたため、さらなる検討が必要であると考えられる。

本研究の限界点としては、他者への評価が実験中に変わることを想定していない点がある。本研究では、好み変化として、自己と他者と対象との3者関係における自己から対象への認識の変化を測定した。しかし、バランスのとれていない状態からバランスのとれた状態にするには、一つの認識を変化させることが必要であるため、自己から他者への認識が変化することでバランスのとれた状態に変化した可能性がある。本研究では、他者の信用度と魅力度を好み評定後に回答させてはいたため、この点については不明瞭である。今後の研究では、好み評定の前後で、他者への認識が変化したかを考慮する必要がある。

また、意見変容における個人と対象との関連度という観点を検討した原岡 (1970) によると、関連度には、話題に対する自我関与度と話題に対する関心度の二つの次元が存在する。自我関与度とは、自我に関わる度合いのことであり、自我関与度が高い場合には自分がその対象に対して持つ意見に感情的負荷が含まれる。そのため、その意見が攻撃されれば、自己がネガティブに評価された

と感じ、自己の意見を防衛しようとする反応につながる。また、関心度とはある対象に対す注意の度合い、関心の度合いであり、自我関与度とは異なりその対象に対して自分の持つ意見に感情的負荷がほとんど含まれていない。実際に、原岡（1970）では関心度の高い話題について自己と反対の説得的コミュニケーションが与えられた場合に、自我関与度の高い参加者は自分の意見を防御して説得意見に対して抵抗を示すため、自我関与度の低い参加者よりも意見変容が少なかったことが示されている。本研究における重要度には、これら二つの次元が混在していたことが考えられる。例えば、アルバイト先を決めるという場面は、現在アルバイトを行なっているかによって自我関与度が異なる。重要度の高い話題は、関心度は一般的に高いと考えられるが、自我関与度は個人や場面によって異なる可能性がある。よって、同じ他者から影響を受ける場合でも、受け手の関心度と自我関与度の組み合わせによって他者意見への抵抗が異なり、その結果好みの変化の程度が異なる可能性がある。今後はこれらの要素を分けて検討する必要があるだろう。

本研究では、他者の情報を得ることで生起する好みの変化の程度が、他者の好ましさに加え、好み対象の重要度の違いによっても異なるのかについて検討した。その結果、重要度が大きくなるにつれて好み変化は小さくなることが明らかになった。また、他者の好ましさによって好み変化の仕方には違いが見られなかった。今後の研究では、上述の限界点で述べた他者の印象が変わる可能性や重要度の詳細について考慮した上で検討を進める必要があるだろう。

#### 引用文献

- Fujimura, T. & Umemura, H. (2018) . Development and validation of a facial expression database based on the dimensional and categorical model of emotions, *Cognition and Emotion*, 32, 1663-1670.
- Grush, J. E. (1976) . Attitude formation and mere exposure phenomena: A nonartifactual explanation of empirical findings, *Journal of Personality and Social Psychology*, 33, 281-290.
- 原岡 一馬 (1970) . 態度変容の社会心理学 金子書房
- Heider, F. (1958) . *The psychology of interpersonal relations*. Wiley.
- Izuma, K., & Adolphs, R. (2013) . Social manipulation of preference in the human brain. *Neuron*, 78, 563-573.
- 小松 さくら・友野 隆成・青山 謙二郎 (2009) . 食物への渴望 (food craving) と気分状態との関連 ―ごはん渴望の特徴―, *The Japanese Journal of Research on Emotions*, 17, 129-133.
- Konkle, T., Brady, T. F., Alvarez, G. A., & Oliva, A. (2010) . Scene memory is more detailed than you think: The role of categories in visual long term memory. *Psychological Science*, 21, 1551-1556.
- Matsumoto, D. & Ekman, P. (1988) . Japanese and Caucasian Facial Expressions of Emotion (JACFEE) and Neutral Faces (JACNeuF) . [Slides]. Interactural and Emotion Research Laboratory, Department of Psychology, San Francisco State University.
- 三雲 真理子・上野 真弓 (2010) . 共感・同調が意思決定に及ぼす影響, 梅花女子大学こども学部紀要, 1, 69-84.

- Nakamura, K. & Kawabata, H. (2017) . Mediating role of memory of another person's choice in social Influence on Preference. *Japanese Psychological Research*, 59, 1-13.
- Nakao, T., Kanayama, N., Katahira, K., Odani, M., Ito, Y., Hirata, Y, ..., Northoff, G. (2016) . Post-response  $\beta$  power predicts the degree of choice-based learning in internally guided decision-making. *Scientific Reports*, 6, 32477.
- 並川 努・谷 伊織・脇田 貴文・熊谷 龍一・中根 愛・野口 裕之 (2012) . Big Five尺度短縮版の開発と信頼性と妥当性の検討, *心理学研究*, 83, 91-99.
- 大橋 正夫・長田 雅喜 (1987) . 有斐閣大学双書
- 島 悟・鹿野 達男・北村 俊則・浅井 昌弘 (1985) . 新しい抑うつ性自己評価尺度について *精神医学*, 27, 717-723.
- 下島 裕美・佐藤 浩一・越智 啓太 (2012) . 日本版Zimbardo Time Perspective Inventory (ZTPI) の因子構造の検討 *パーソナリティ研究*, 21, 74-83.
- 高橋 雄介・山形 伸二・木島 伸彦・繁樹 算男・大野 裕・安藤 寿康 (2007) . Grayの気質モデル—BIS/BAS尺度日本語版の作成と双生児法による行動遺伝学的検討—*パーソナリティ研究*, 15, 276-289.