

慶應義塾大学 経済学部

大垣昌夫研究会 2020 年度研究グループ論文

懐疑主義が学生海外旅行におけるレビュー参照に与える影響

井ノ口顕治¹, 北村侃大², 福井友梨³

要約

本研究では、学生の海外旅行におけるレビュー参照と懐疑主義の関係性を調べた。「懐疑主義が強い者ほどレビューの閲覧数が増え、より多くの画像と文章があるレビューを参考にする」という研究仮説を立て、計 96 名から有効なアンケートの回答を得て回帰分析を行った。その結果、一部研究仮説に整合的で有意な結果を得た。

JFL 分類番号：D9

キーワード：懐疑主義, 海外旅行, レビュー, 世界観

¹ 井ノ口顕治 慶應義塾大学 kenkentsc28_11@keio.jp

² 北村侃大 慶應義塾大学 yasuhiko_kitamura_0131@keio.jp

³ 福井友梨 慶應義塾大学 yfukui1030@keio.jp

1. はじめに

学生が旅行先を決定する上で、旅行サイトのレビューは重要な役割を占めていると考えられる。更に個人によってレビューの見方は大きく異なる。本研究では、このような経済行動の違いに着目し、世界観を用いて説明することを目標とした。世界観について、「ひとつの人々の集団が生活を秩序づけるために用いている、現実の性質に関しての認識、感情、判断に関する基礎的な過程と枠組み」と定義する（Hiebert, P. G. (2008) の定義の大垣・田中 (2018), p.210 の邦訳）。

本稿では、海外旅行におけるレビューの参照に与える世界観として懐疑主義に着目した。懐疑主義とは古代ギリシアから存在していた思想であり、「考察継続の姿勢をもちながら軽率な断定を避ける立場」（山口(1989))を示していた。しかし、「懐疑主義」という訳の印象もあり、現代では「疑う」という行為に焦点を当てた思想だと考えられることもある。これらを踏まえ、本稿では「与えられた情報に対し、疑いの姿勢をもち、情報の正確性を判断しようとする世界観」と定義する。懐疑主義が強い者ほど与えられた情報に対し疑い深くなるため、より多くのレビューを参照し、またそのレビューが有用な情報か吟味する傾向にあると考えた。この世界観から、「懐疑主義が強い者ほどレビューの閲覧数が増え、より多くの画像と文章を参考にする」という仮説を立てた。

2. 研究方法

Google Form を利用してアンケートを作成し、LINE, Twitter などの SNS 上で拡散し回答を集めた。集計期間は 2020 年 8 月 8 日から同年 8 月 27 日の 20 日間であり、96 件の有効回答を得た。80 件が海外旅行に行ったことのある者による回答で、16 件が海外旅行に行ったことのない者による回答である。実際のアンケート内容に関しては付録に添付している。世界観を測る質問は全 6 問で、全ての質問において「非常にそう思う」から「全くそう思わない」までの 6 段階の選択肢を用意した。経済行動を測る質問は全 5 問で、1 問目と 2 問目に関しては 9 段階、3, 4, 5 問目については 7 段階の回答を設けた。世界観を測る質問から得られたデータを説明変数、経済行動に関する質問から得られたデータを被説明変数とし、単回帰分析を行った。また、回答者の中には海外旅行に行っていないことがなく、レビューサイトを利用したことのない者もいたため、過去のレビューサイト参照の経験を問う経済行動①、②の質問に関しては、彼らを除いたデータ(標本数 80)を基に単回帰分析を行った。

3. 研究結果

表 1 にアンケートの回答に関する記述統計量を記載する。数値は小数第四位を四捨

五入した。

表1 記述統計量

| 質問 | 最小値 | 最大値 | 平均値 | 標準偏差 | 回答数 |
|-------|-----|-----|------------|-------------|------|
| 世界観① | 2 | 6 | 4.073 | 1.192 | n=96 |
| 世界観② | 1 | 6 | 4.771 | 1.440 | n=96 |
| 世界観③ | 1 | 6 | 4.031 | 1.311 | n=96 |
| 世界観④ | 1 | 6 | 3.490 | 1.173 | n=96 |
| 世界観⑤ | 1 | 6 | 3.427 | 1.223 | n=96 |
| 世界観⑥ | 1 | 6 | 4.30208333 | 1.35492767 | n=96 |
| 経済行動① | 0 | 8 | 2.3625 | 1.71932945 | n=80 |
| 経済行動② | 0 | 5 | 1.5625 | 1.28300185 | n=80 |
| 経済行動③ | 0 | 6 | 2.5625 | 1.223149112 | n=96 |
| 経済行動④ | 1 | 7 | 3.697917 | 1.259297023 | n=96 |
| 経済行動⑤ | 1 | 7 | 2.229167 | 1.253986698 | n=96 |

表2にそれぞれの被説明変数の単回帰分析結果を記す。予稿に枚数制限があるため、今回は考察で使用するデータのみを一部抜粋して記載する。数値は小数第五位を四捨五入した。

表2 単回帰分析結果

| 説明変数(世界観) | 非説明関数(経済行動) | 係数 | P 値 |
|-----------------------------------|--------------------|------------|--------|
| 世界観②自分の本性を他人に見せられるようになるまで時間がかかる方だ | 経済行動③(レビューの画像数) | -0.2494*** | 0.0037 |
| 世界観④NHKのニュースは真実だと思う。 | 経済行動③(レビューの画像数) | 0.2079* | 0.0516 |
| 世界観④NHKのニュースは真実だと思う。 | 経済行動①レビューサイトの平均参照数 | 0.2783* | 0.0980 |
| 世界観⑥友人の軽い冗談や嘘に引っかかってしまうことがある | 経済行動①レビューサイトの平均参照数 | 0.2986** | 0.0313 |

***有意水準 1%, **有意水準 5%, *有意水準 10%で有意であることを表す

4. 考察

「懐疑主義が強い者ほどレビューの閲覧数が増え、より多くの画像と文章があるレビューを参考にする」という研究仮説に対し、世界観④経済行動①,世界観⑥経済行動①の分析結果より、前半部分の「懐疑主義が強い者ほどレビューの閲覧数が増え、」に関して

は、整合的で有意な結果が得られた。また、後半部分の「より多くの画像と文章を参考にする」に関して、世界観④経済行動③の分析結果より、一部整合的で有意な結果が得られた。

有意な結果のでた世界観の質問2つは、他の質問に比べ日常的で遭遇しやすいシーンについて聞いている。非日常的なことを聞いている質問において有意な結果が得られなかった事由は、非日常のシーンで得られる情報は馴染みのないもので、情報の正確性を判断するために参考にする過去の事象が無いため、懐疑主義の傾向が強い者も弱い者も疑い深くなり、差が出にくいためであると考えられる。

一方で、世界観②と経済行動③の分析結果より、「懐疑主義が強い者ほどより多くの画像があるレビューを参考にする」という仮説に対し、非整合的で有意な結果が出た。要因として、他の世界観の質問は他者から与えられる情報について聞いているのに対し、「自分の本性を他人に見せられるようになるまで時間がかかる方だ」という質問のみ自己開示について問うものとなっているため、懐疑主義の強弱よりも、別の世界観の影響をより受けている可能性が考えられる。その候補として、秘密主義、警戒心の強さ、自尊心、自分の能力に対する自身の有無が挙げられたが、これらについて検討した結果、今回の分析結果と整合的な仮説を立てられるのは「自分の能力に対する自信の有無」だと結論付けた。

世界観②の質問を、自分の能力に対する自信の有無を聞いている設問だと仮定すると、「自分の能力に自信がある者ほど、多くの画像を有するレビューを参考にし、自分の能力に自信が無い者ほど画像があまりないレビューでも参考にする」という結果として読み取ることができる。自分の能力に対し自信がない者は、自身で良質なレビューを判別する自信がないため、画像枚数が多かれ少なかれ取捨選択せず見ようとする。対して、自信がある者は、自身で良質なレビューを判別できると考えているため、多くの画像があるものを「信頼に値するレビュー」だと判断し、初めからそのようなレビューしか見ようとしないと考えられる。よって、「懐疑主義が強い者ほどより多くの画像があるレビューを参考にする」という仮説に対し逆の有意な結果が出たと考えた。この結果に関しては、懐疑主義を測る質問(世界観①,③~⑥)と、自己開示に関する質問(世界観②)を用い、重回帰分析を行うことで、本結果と自分の能力に対する自信の有無との関係性を明確にする必要があるだろう。

5. おわりに

懐疑主義の世界観から学生の海外旅行におけるレビュー参照を分析した結果、レビューの閲覧数と画像数については仮説に整合的で有意な結果を得ることが出来たが、文章

量については得られなかった.今後,本結果をさらに分析していくことで,学生がどのような基準でレビューを参照するかについて明確化し,レビューサイトの魅力を向上させることができる.将来的には学生の旅行,とりわけ海外への旅行において企業の収益向上,広報の有用な施策に貢献することができると考える.

付録 アンケート質問票

〈世界観〉

選択肢：6段階

非常にそう思う,そう思う,どちらかと言えばそう思う,どちらかと言えばそう思わない,そう思わない,全くそう思わない

質問：

- ①初対面の人から示された情報には疑ってかかる方だ
- ②自分の本性を他人に見せられるようになるまで時間がかかる方だ
- ③コロナのニュースで感染者数が減少していると感染抑制が出来ていると思う
- ④NHKのニュースは真実だと思う.
- ⑤友人からもらった試験の過去問の解答に間違いはないと思う
- ⑥友人の軽い冗談や嘘に引っかかってしまうことがある

〈経済行動〉

①,②の回答の選択肢：9段階

参照しない,1,2,3,4,5,6,7,8個以上

①海外旅行に行く際,平均いくつのレビューサイトを参照しますか(例:JTB レビューサイト,AB-ROAD,トラベルコ,日本旅行,楽天トラベル,フォートラベル,ANA SKY WEB TOUR, Yahoo!トラベル,クラブツーリズム等)(単位:個)

②海外旅行に行く際,毎回見ようと思うレビューサイトはいくつありますか(単位:個)

③あなたはいま,海水浴で有名なある観光地に,海水浴目的で旅行しようとしています.その際下図のようなレビューがありました.この文章1つに対し,どのくらいの画像があれば参考にしますか?なお,行先の治安は十分良いものとし,物価や費用を考えなくて良いほどの予算を持っているとします.(レビューに画像数の制限はないものとする)

③の回答の選択肢：7段階

画像は知らない,1枚~2枚あれば参考にする,3枚~4枚あれば参考にする,5枚~6枚あれば参考にする,7枚~8枚あれば参考にする,9枚~10枚あれば参考にする,11枚以上あれば参考にする

④あなたは今,山と湖の景色がきれいなことで有名な観光地へ景色を見に行く目的で旅行を検討しています.以下のレビューのうちどれを実際に参考にしますか?なお,行先の治安は十分良いものとし,物価や費用を考えなくて良いほどの予算を持っているとします.(画像の赤枠内を参照してください.画像はイメージです.)

④の回答の選択肢：7段階

1(文章は全く知らない),2(100字程度),3(200字程度),4(300字程度),5(400字程度),6(500字程度),7(それ以上)

⑤1つの旅行サイトに対して平均何人分のレビューを見ようと思いますか(画像を参考にお答えください)(単位:人)

⑤の選択肢：7段階

1-4,5-8,9-12,13-16,17-20,21-24,25-28

⑥旅行先を決める際に,気にする項目はありますか(複数選択)

⑥の選択肢：

治安,物価,環境,マナー(風習,習慣),観光地,ショッピング,名産,交通,費用,その他

⑦レビューの形式において気にすることはありますか(複数選択)

⑦の選択肢：

投稿日時,レビュー投稿者の年齢,投稿者の性別,投稿者の国籍,レビューに対する「いいね」数,旅行先に対する投稿者がつけた星の数,特になし,その他

引用文献

Hiebert, P.G. 2008 Transforming Worldviews: An Anthropological Understanding of How People Change, Baker Academic.

大垣昌夫・田中沙織,2018.行動経済学〔新版〕—伝統的経済学との統合による新しい経済学を目指して.有斐閣,東京.

山口義久,1989.懐疑主義のパラドクス,人文学論集 7,p.35-52