

状況変化に伴う同調行動の変容について*

仁木脩介¹ 中尾飛奈太² 藤本桜江³ 小泉陽奈子⁴ 藤原なな⁵

要約

普段から多くの人間がとっている「同調行動」は状況の変化に伴って、どのように変容するのだろうか。本研究は、状況変化と同調行動の変容の関連性を明らかにすることを試みた。オンライン上で実施したアンケート調査に基づいて、様々な状況下で個人がどのような行動をとるのかを把握し、回答者の性格、普段の同調行動、非日常の状況下での同調行動をそれぞれ点数化し、可視化することで分析を行った。分析の結果、人間は普段とは異なる非日常空間においては、普段よりも同調しやすくなる傾向にあるということが分かった。また、非日常空間であってもその人間が持つ経験や普段の同調タイプなどによって、同調の度合いが変容するということが分かった。経済状況と同調効果の関連を明らかにするためには、財の価格など細かな設定を設けることで同調の度合いを変容させる要因について、さらに詳しい分析を行う必要がある。

JEL 分類番号： D91, D12

キーワード：同調行動, 同調, 非日常空間

* なお、本論文に関して、開示すべき利益相反関連事項はない。

¹ 同志社大学経済学部和田美憲ゼミ cgeh0509@mail3.doshisha.ac.jp

² 同志社大学経済学部和田美憲ゼミ cgeh0491@mail3.doshisha.ac.jp

³ 同志社大学経済学部和田美憲ゼミ cgeh0055@mail3.doshisha.ac.jp

⁴ 同志社大学経済学部和田美憲ゼミ cgeh0323@mail3.doshisha.ac.jp

⁵ 同志社大学経済学部和田美憲ゼミ cgeh0049@mail3.doshisha.ac.jp

1. イントロダクション

1. 1. 研究の背景と目的

本稿は、状況の変化に際して人々の同調行動がどのように変容するかを分析することを目的とするものである。

普段から多くの人間は「集団や他者の設定する標準または期待に沿った行動をとること（横田・中西，2011）」と定義される同調行動を行う。このことは Asch (1951)の線分判断課題による実験によって証明されており、その後、半世紀以上にわたって同調行動に対する研究が行われてきた。また、日本人は他国の国民に比べて集団主義的な傾向が強く、早坂 (2020) は、ニューズウィークのコラムで、「日本人の民族性の1つとして挙げられる『集団主義』によって、多くの日本人には周囲に目を配り、他者に迷惑をかけないように自分の行動を律する『公共心』がある」と述べている。我々は、この「同調行動」に着目し、状況の変化に応じて「同調行動」も変容するののかについて興味を持った。そして、庄 (2018) より日常空間では、消費者はより理性的思考モードで意思決定を行い、非日常空間では、より感情的思考モードで意思決定を行うということが明らかにされている。

以上のことを鑑みると、旅行先などの非日常空間においては従来よりも同調行動をとる傾向が強くなるのではないかと考えた。

1. 2. 仮説

旅行先やテーマパークなど普段とは異なる非日常空間において、日常生活では同調行動に消極的な人物であっても積極的に同調行動をとるようになるのではないかと仮定した。

2. サーベイ実験

2. 1. 手法

まず、大学生 111 人を対象に、2024 年 8 月 25 日から 9 月 11 日の期間で Google forms を用いてアンケート調査を実施した。設問 4~13 ではアンケート回答者の性格を、設問 14~21 では日常生活における同調行動を、設問 22~28 では非日常空間における同調行動をそれぞれ尋ねている。そして、アンケート調査で得られた回答を集計し、SPSS を用いて分析した。

2. 2. 分析

アンケート調査の結果に基づいて回答者の性格、普段の同調行動（以下「同調タイプ」という）、非日常の状況下での同調行動（以下「状況タイプ」という）をそれぞれ点数化した。その際、点数が高いほど同調度が高い仕組みに設定した。さらに同調タイプに関しては、全

体の平均値より大きいか小さいかで、普段の状況下で同調「するタイプ・しないタイプ」に分けた。なお、性格の分類は桜井(2000)より、ローゼンバーグ自尊感情尺度を適用し、アンケート回答者の分布は次のようになった。

表1 ローゼンバーグ自尊感情による性格の分布

性格タイプ	強ポジティブ	弱ポジティブ	弱ネガティブ	強ネガティブ	合計
人数 (人)	41	37	28	5	111

まず、本稿の目的である状況と同調行動の関連性を測定する前に、性格と同調行動に関連性はあるのかを調べた。実験参加者間一要因分散分析を行ったところ表2・3のようになり、上述した4つの性格タイプ間において、同調タイプ・状況タイプともに平均値差は5%水準で有意でなかった。

よって、同調行動において個人の性格は関連性がないことがわかった。なお、状況タイプは等分散性が仮定できなかつたため、Welchの検定を用いた。

表2 同調タイプと性格の関連性

		分散分析				
		平方和	自由度	平均平方	F 値	有意確率
同調タイプの平均	グループ間	3.794	3	1.265	.967	.411
	グループ内	139.892	107	1.307		
	合計	143.686	110			

表3 状況タイプと性格の関連性

		平均値同等性の耐久検定			
		状況タイプの平均			
		統計量 ^a	自由度 1	自由度 2	有意確率
Welch		2.262	3	18.043	.116

a. 漸近的 F 分布

次に、状況の変化に応じて、各個人の間で同調行動に差が出るかについて、対応のある t 検定で同調タイプと状況タイプの平均値を比較することで調べた。その結果、同調タイプの平均値が-0.72072、状況タイプの平均値が 0.85846 で、 $t(110)=-12.688$, $p<.001$ となり 5%水準で有意であった。したがって、人々は状況の変化に応じて同調行動に差が出ると言える。

上記の結果から「状況の変化に応じて同調行動に変容が生じる」ことがわかったため、その同調行動の変容が具体的にどのような場合に生じるかを検証する。

まずは、「普段同調しない人が状況の変化に応じて同調するようになるか」という本稿の仮説を検証する。検証するにあたって、普段の状況下で同調しないタイプの人を抽出し、同調タイプと状況タイプの間で対応のある t 検定を行った。その結果、同調タイプの平均値が-1.54508、状況タイプの平均値が 0.68389 で、 $t(60)=-14.726$, $p<.001$ となり 5%水準で有

意であった。つまり、普段同調行動を行わない傾向にある人が、非日常の状況下では同調する傾向があると言える。

次に、仮説とは正反対の行動様式である「普段同調する人が状況の変化に応じて同調しないようになるか」を考える。そこで、普段の状況下で同調するタイプの人を抽出し、同調タイプと状況タイプ間で対応のある t 検定を行った。その結果、同調タイプの平均値が 0.285、状況タイプの平均値が 1.07144 で、 $t(49)=-5.612$, $p<.001$ となり 5%水準で有意であった。この結果は、我々の仮説と矛盾する行動変容の可能性もある。しかし、タイプごとの平均値からも分かるとおり、「普段同調する人が同調しないようになる」のではなく、「普段同調する人がさらに同調するようになる」という行動を説明した結果であると解釈する。

以上の結果から、人々は普段の行動傾向に関わらず、日常から非日常へと状況が変化すると、同調行動をとりやすくなるといえる。そのうえで、両分析の効果サイズに着目すると、前者は 1.885、後者は 0.794 であったため、前者の方が極めて効果が大きいことが分かった。

では、具体的にどのような状況下で人々は同調行動をとるのだろうか。以下において、国内旅行における場合や設問の同調度合いを分類したうえでの分析を行い検証する。

まず、旅行先の慣れ具合による同調行動の変容について実験参加者内一要因分散分析を行った。なお、設問 22~24 において「初めて訪れる場所」・「何度か訪れたことがある場所」・「行き慣れた場所」の 3 つの水準で知識や経験知の差から日常と非日常を区別しており、各統計量は表 4 のとおりである。

分析の結果は表 5 のようになり、平均値差は 5%水準で有意であった。また、Bonferroni 法の多重比較(表 6)を行ったところ、すべての水準間において平均値差が 5%水準で有意であった。

表 4 国内旅行における慣れ具合別の記述統計

	平均値	標準偏差	度数
国内旅行(初)	4.35	1.372	110
国内旅行(複数回目)	3.73	1.659	110
国内旅行(慣れている)	3.40	1.848	110

表 5 慣れ具合による同調行動の変容

被験者内効果の検定

測定変数名: MEASURE_1		タイプ III 平方和	自由度	平均平方	F 値	有意確率	偏イータ 2 乗
ソース	慣れ具合						
	球面性の仮定	51.764	2	25.882	13.912	<.001	.113
	Greenhouse-Geisser	51.764	1.566	33.054	13.912	<.001	.113
	Huynh-Feldt	51.764	1.585	32.662	13.912	<.001	.113
	下限	51.764	1.000	51.764	13.912	<.001	.113

表6 慣れ具合の水準間での多重比較

(I) 旅行の慣れ具合	(J) 旅行の慣れ具合	平均値の差 (I-J)	標準誤差	有意確率 ^b	95% 平均差信頼区間 ^b	
					下限	上限
1	2	.627*	.190	.004	.165	1.090
	3	.955*	.219	<.001	.422	1.487
2	1	-.627*	.190	.004	-1.090	-.165
	3	.327*	.132	.044	.007	.648
3	1	-.955*	.219	<.001	-1.487	-.422
	2	-.327*	.132	.044	-.648	-.007

よって、旅行で訪れる場所への慣れ具合、つまり旅行先への知識や経験値の有無が「非日常」をつくりだしており、同調行動に変容がうまれるといえる。

次に、「値段が安い」・「友人からの勧め」を同調しやすい効果であるとして、これらの要素を含んだ設問とそうでない設問を分類し、アンケートの設問を「同調のしやすさ」で4段階に分類した。この際、「顔のある効果」より、直接的な友人からの評価とネットのレビューの間で同調効果に差があり、友人からの勧めの方が同調しやすいと考えた。また、経済学における予算制約下での消費決定行動を鑑み、低価格の財の方が予算に余裕があり、消費行動の変容が起こりやすい傾向があると考え、財の価格が低い場合の方が高い場合に比べて同調しやすくなると考えた。具体的なアンケートの設問の分類は下のとおりである。

- 種類① 同調しにくい 設問. 15, 17, 21, 24, 28
- 種類② やや同調しにくい 設問. 14, 16, 19, 20, 23, 27
- 種類③ やや同調しやすい 設問. 18, 22, 26
- 種類④ 同調しやすい 設問. 25

また、「普段の同調タイプ」に関しては、これまでと同様、設問14~21を点数化し、その平均値より大きいか小さいかで分類したものを使用している。

これらの分類をもとに普段の同調傾向の違いによって、種類①~④の間で同調のしやすさに差があるかについて混合計画二要因分散分析を行った。その結果、 $p < .001$ となり、質問の種類と普段の同調タイプの間で交互作用が存在したため、さらに詳しく多重比較を行ったところ、表7・8のようになり、普段の同調タイプに関わらず、種類「①と③」「②と④」「③と④」で有意な差がみられた。一方で、普段同調するタイプの人には種類「①と④」で、普段同調しないタイプの人には「②と③」で有意な差がみられた。

この結果から、普段の同調タイプの違いによって、状況変化後の同調行動に質問の種類ごとに差が生じることがいえる。

表7 普段同調するタイプの多重比較

(I) 種類	(J) 種類	平均値の差 (I-J)	標準誤差	有意確率 ^b	95% 平均差信頼区間 ^a	
					下限	上限
1	2	.282	.124	.162	-.058	.622
	3	.362*	.125	.033	.019	.705
	4	-.691*	.197	.006	-1.232	-.151
2	1	-.282	.124	.162	-.622	.058
	3	.080	.091	1.000	-.170	.330
	4	-.973*	.247	.002	-1.652	-.295
3	1	-.362*	.125	.033	-.705	-.019
	2	-.080	.091	1.000	-.330	.170
	4	-1.053*	.212	<.001	-1.636	-.471
4	1	.691*	.197	.006	.151	1.232
	2	.973*	.247	.002	.295	1.652
	3	1.053*	.212	<.001	.471	1.636

表8 普段同調しないタイプの多重比較

(I) 種類	(J) 種類	平均値の差 (I-J)	標準誤差	有意確率 ^b	95% 平均差信頼区間 ^a	
					下限	上限
1	2	-.214	.152	.981	-.628	.200
	3	-.596*	.130	<.001	-.952	-.241
	4	-1.739*	.163	<.001	-2.183	-1.294
2	1	.214	.152	.981	-.200	.628
	3	-.383*	.093	<.001	-.636	-.129
	4	-1.525*	.201	<.001	-2.073	-.976
3	1	.596*	.130	<.001	.241	.952
	2	.383*	.093	<.001	.129	.636
	4	-1.142*	.157	<.001	-1.570	-.714
4	1	1.739*	.163	<.001	1.294	2.183
	2	1.525*	.201	<.001	.976	2.073
	3	1.142*	.157	<.001	.714	1.570

3. 結論

本研究では、状況の変化に伴って人々の同調行動がどのように変容するかについて検討した。その結果、「旅行先やテーマパークなど普段とは異なる非日常空間において、日常生活では同調行動に消極的な人物であっても積極的に同調行動をとるようになるのではないか」という仮説を立証することができた。さらに、人々は普段の行動傾向に関わらず、日常から非日常へと状況が変化すると、同調行動をとりやすくなることが明らかとなった。また、非日常空間であっても、その人間が持つ経験や普段の同調タイプなどによって同調の度合いが変容するということが分かった。

本研究の反省点として以下の2つが挙げられる。1つ目は性格の分類において、ネガティブに分類される回答数が少なかったことである。ネガティブの要素を持つ回答が増えていれば、性格と同調行動の間に有意な差があったかもしれない。2つ目はスニーカーや必需品の項目で価格設定をしなかったことである。それにより、各個人による自由な価格設定がなされ、正確な回答が得られなかった。この項目で価格を設定することで、「価格の高低」と「友人かネットのレビューか」という点でより明確な分析が出ていたと考える。

(引用文献)

- ・ Asch, S.E. , 1951. Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgment. H. Gentskow ed. , Groups, leadership and men ; research in human relations. Carnegie Press, Pennsylvania, US.
- ・ 早坂隆, 2020. 日本人の「集団主義」「同調圧力」には良い面も悪い面もある. ニューズウィーク日本版. <https://www.newsweekjapan.jp/hayasaka/2020/08/post-7.php>
- ・ 桜井茂男, 2000. ローゼンバーグ自尊感情尺度日本語版の検討. 筑波大学発達臨床心理学研究 12, 65-71.
- ・ 庄旭紅, 2018. 非日常消費のコンテキストが消費者の意思決定モードに与える影響. 博士学位論文. 神戸大学
- ・ 横田晋大, 中西大輔, 2011. 同調思考尺度の作成:規範的影響と情報的影響. 広島修大論集 51 (2), 23-36.