

制御適合が価値に及ぼす影響の検討

著者	外山 美樹, 長峯 聖人, 湯 立, 三和 秀平, 黒住 嶺, 相川 充
雑誌名	筑波大学心理学研究
号	54
ページ	1-6
発行年	2017-08-25
その他のタイトル	The effect of regulatory fit on value.
URL	http://hdl.handle.net/2241/00148305

制御適合が価値に及ぼす影響の検討

筑波大学大学院人間総合科学研究科 長峯 聖人

筑波大学人間系 外山 美樹

筑波大学大学院人間総合科学研究科 湯 立・三和 秀平・黒住 嶺

筑波大学人間系 相川 充¹⁾

The effect of regulatory fit on value.

Masato Nagamine, Li Tang, Shuheji Miwa and Kurozumi Ryo (*Graduate School of Comprehensive Human Sciences, University of Tsukuba, Tsukuba 305-8572, Japan*)

Miki Toyama (*Faculty of Human Sciences, University of Tsukuba, Tsukuba 305-8572, Japan*)

Atsushi Aikawa (*Faculty of Human Sciences, University of Tsukuba, Tsukuba 305-8572, Japan*)

This study investigates whether the effects of "feeling right" due to regulatory fit vanish depending on the existence or not of a fit between regulatory focus and advertising conditions (object valance). The values of desirable and undesirable rewards are also assessed. Undergraduate student (n=81) participated in the study and the data for 60 participants were analyzed. The results of an analysis of variance (ANOVA) indicate a two-way interaction between regulatory focus and advertising conditions, such that participants with a promotion focus within a two-sided advertising condition and participants with a prevention focus within a one-sided advertising condition offered high preferences for desirable rewards. On the other hand, the results did not reveal a significant two-way interaction between regulatory focus and strategy, or a three-way interaction among all factors. Finally, the study discusses the significance of investigating the conditions under which "feeling right" influences value.

Key words: regulatory fit, regulatory focus, value

人はどのように価値を付与するのか。そのメカニズムを説明する理論として近年注目されているものに、制御適合理論 (Higgins, 2000) がある。

制御適合理論とは、制御焦点理論 (Higgins, 1997) を発展させたものである。制御焦点理論では、個人の目標志向性が促進焦点と防止焦点の2つに分けられると説明している。促進焦点は、獲得の在への接近、不在の回避に動機づけられ、防止焦点は、

損失の在の回避、不在への接近に動機づけられる。促進焦点はセルフディスクレパンシー理論 (Higgins, 1987) における理想自己と関連しており、前進 (advancement)、成長 (growth) といった獲得関連的な言葉に対し敏感に反応する。一方で防止焦点は、義務自己と関連しており、安全 (secure)、責任 (responsibility) といった損失関連的な言葉に対し敏感に反応する (Evans & Petty, 2003)。これら2つの制御焦点はそれぞれ独立しており、基本的には状況によって活性化される。しかし、状況が促進焦点的なものでも防止焦点的なものでもない場合には、その個人の特性としてどちらが優勢であるか

連絡先: mtoyama@human.tsukuba.ac.jp (外山美樹)

1) 本研究は、NPO 法人「教育テスト研究センター (CRET)」の研究活動として行われたものである。

によって促進焦点と防止焦点に分けられることが示されている (Molden, Lee, & Higgins, 2007)。

制御適合理論とは、個人が自身の目標志向性に合致した方略を採用する場合に制御適合が生じるということを提案した理論である。制御適合が生じると、エンゲージメントの増加、パフォーマンスの向上、動機づけの向上など多様な効果がみられることが明らかになっている (Higgins, 2007)。当初の理論では、制御適合はあくまで促進焦点 (防止焦点) と促進焦点的 (防止焦点的) な方略²⁾、情報との合致を表す概念であったが、近年では制御焦点と役割モデル、フィードバックなどとの適合も制御適合と呼ばれており (Fürster, Grant, Idson, & Higgins, 2001; Lookwood, Jordan, & Kunda, 2002)、制御焦点と他の要因との適合を表すより幅広い概念として捉えられている。

制御適合の効果は数多く存在するが、その核となるのは価値の付与である。制御適合理論によると、目標達成過程において個人の志向性と合致した方略の使用や情報の処理を行うことで、正しいと感じ (feeling right)、価値を付与するとされている (Higgins, Idson, Freitas, Spiegel, & Molgen, 2003)。ここでの価値とは、物事に対する評価や意思決定の基となるものであり、ある対象に価値が帰属されることにより、その対象に関する動機づけや行動が生起すると説明されている (Higgins, 2005)。制御適合による効果の多くは、この価値付与によってもたらされるものと指摘されており (Higgins, 2005)、制御適合における価値付与の役割は非常に大きいものと考えられる。

では、なぜ制御適合によって価値が生じるのか。その理由の1つとして、上記で述べた “feeling right” の効果が挙げられる。制御適合と価値付与との関連を検討した研究 (Cesario, Grant, & Higgins, 2004) では、“feeling right” が価値を予測すること、および “feeling right” を統制した場合には制御適合が生じている状況でも価値の付与が生じないことが明らかになっている。つまり、制御適合によって価値が生じることのメカニズムは、制御適合によって生じた “feeling right” を何らかの対象に誤帰属するというプロセスによって説明できるということ

2) 制御焦点理論では、促進焦点に対応する方略として熱望方略、防止焦点に対応する方略として警戒方略を仮定している。熱望方略とは大局的な処理や速さの重視などの利益を最大化する方略であり、警戒方略とは局所的な処理や正確さの重視などの損失を最小化する方略である (Crowe & Higgins, 1997; Molden et al., 2007)。

である。

しかし、“feeling right” 以外の観点から制御適合による価値付与を説明しようとする立場も存在する。この点に関して Jain, Lindsey, Agarwal, & Maheswaran (2007) は、対象の感情価に着目した検討を行った。制御焦点理論では、促進焦点の動機づけに影響する概念として獲得の在-不在を、防止焦点の動機づけに影響する概念として損失の在-不在を仮定している (Higgins, 1997)。Jain et al. (2007) は対象の感情価 (ポジティブ-ネガティブ) が直接的に獲得-損失と関連していると仮定し、検討を行った。一連の研究の結果、促進焦点は対象のポジティブな側面に着目しやすく、一方で防止焦点は対象のネガティブな側面に着目しやすいことが明らかになった。このことは、促進焦点は対象がポジティブな要素を持っているときに価値を感じやすく、防止焦点は対象がネガティブな要素を持っていないときに価値を感じやすいということを示唆している。

Jain et al. (2007) の知見を更に発展させたのが、Florack, Ineichen, & Bieri (2009) である。Florack et al. (2009) は情報提示を要因として、制御適合が生じるかどうか検討した。情報提示とは、対象について説明する際の条件のことであり、対象の長所と短所の両方を提示する二面的情報提示と対象の長所のみ提示する一面的情報提示に分かれるとされている (Etgar & Goodwin, 1982)。Florack et al. (2009) は Jain et al. (2007) の結果を踏まえ、促進焦点は二面的情報提示と、防止焦点は一面的情報提示と適合するという仮説を立てた。これは、促進焦点は獲得を重視しネガティブな側面の存在による評価の低下が生じないため、情報量の多い二面的情報提示の場合に価値を高く見積もり、防止焦点は損失を重視しネガティブな側面によって評価の低下が生じるため、ポジティブな要素しかない一面的情報提示の場合に価値を高く見積もると想定されたためである。Florack et al. (2009) は対象がどの程度好ましいかという感情的評価を指標として一連の研究を行い、これらの仮説を支持する結果を示した。この知見は、制御適合による価値付与が “feeling right” のみからではなく、情報の感情価という別の観点からも説明できることを示した点で、示唆に富んでいると考えられる。

それでは、制御適合が生じた場合に、“feeling right” による価値付与と対象の感情価による価値付与は同時に生起するのであろうか。この点について検討した研究に、長峯・外山・湯・三和・相川 (2016) がある。長峯他 (2016) では、制御適合の効果が対象の感情価によって調整されるという仮説

を立てて検討を行った。具体的には、制御適合（制御焦点と方略の組み合わせ）の種類（促進焦点、防止焦点）によって、どちらの情報提示（二面的、一面的）が有効かが異なるという仮説を立てた。その結果、促進焦点の制御適合では二面的情報提示の場合に対象の金銭的価値が高まるという結果を示した。その一方で、防止焦点の適合においても二面的情報提示の場合に対象の金銭的価値が高まるという結果が示された。これらの結果について長峯他（2016）は、制御適合が生じた場合には本来の制御焦点に基づく志向性が消失するという考察を述べている。

しかし長峯他（2016）によるこの考察には疑問が残る。Cesario et al. (2004) によると、“feeling right”による価値付与は、価値の誤帰属によって生じることが示されている。つまり“feeling right”によって生じる価値は非常に不安定なものであり、対象の感情価という明確な情報がある場合においても効果を維持するものとは考えにくい。むしろ、制御焦点と対象の感情価との適合によって“feeling right”の効果が消失するという可能性の方が高いものと考えられる。

さらに、外山・長峯・湯立・三和・相川（印刷中）では、パフォーマンスを指標とした際に、促進焦点の制御適合、防止焦点の制御適合ともに本来の制御焦点に基づく志向性を保持していることが明らかになっている。具体的には、制御適合によってパフォーマンスが上がるという結果が先行研究で示されているものの、促進焦点の制御適合では促進焦点が得意とする速さのパフォーマンスが高くなり、防止焦点の制御適合では防止焦点が得意とする正確さのパフォーマンスが高くなるということが示された。これは、制御適合の種類によって向上するパフォーマンスの種類が異なることを示している。

加えて、長峯他（2016）では金銭的価値を指標としているが、その測定法が誤った結果につながっている可能性もある。長峯他（2016）による金銭的価値は報酬であるUSBの値段がどの程度だと思ふかという質問によって測定している。しかしこの質問において金額に関する客観的な基準は提示しておらず、参加者によって基準にばらつきがあった可能性がある。長峯他（2016）では同様の手続きで行われた先行研究（Florack et al. (2009) ; Higgins et al. (2003)）でみられたような1次の交互作用がみられなかった。つまり、制御適合と方略の適合、および制御適合と情報提示の適合のいずれの交互作用もみられなかったということである。この理由は、上述したように測定指標にバイアスが多く含まれて

いたからであると考えられる。

本研究の目的は、長峯他（2016）の問題点を踏まえたうえで、再度“feeling right”による価値と情報の感情価による価値の関連を検討することである。Cesario et al. (2004) の指摘を踏まえると、情報の感情価という明確な帰属対象がある場合には、“feeling right”の効果が消失、あるいは低減する可能性がある。しかし一方で、長峯他（2016）と同様、制御適合による“feeling right”の効果が情報の感情価によって調整されることも考えられる。そこで本研究では、以下の2つの仮説を立てることとする。

仮説1-1 対象の感情価による価値付与は、“feeling right”による価値付与よりも強い効果を持つ。

仮説1-2 対象の感情価は、“feeling right”による価値付与の効果を調整する。

本研究では、長峯他（2016）と同様の手続きをとることとする。しかし、価値に関しては参加者によって基準がばらつくことによるバイアスが生じることを軽減するため、Florack et al. (2009) と同様に感情的評価（好ましさを）を指標として扱い、リッカート法により測定することとする。

方 法

実験参加者 大学生81名（男性32名、女性46名、性別不明3名、平均年齢19.55歳、 $SD=1.31$ ）が実験に参加した。

制御焦点の操作 尾崎・唐沢（2012）の手続きを使用し、制御焦点のプライミングを行った。参加者はランダムに促進焦点条件か防止焦点条件のいずれかに割り当てられた。促進焦点条件（ $n=40$ ）では、「あなたの人生において、あなたがこうありたいと思う“理想”はどのようなものでしょうか？ 中学高校のころ・現在・大学卒業後の3つの時期に分けて、あなたの思う“自分の理想”をおしえてください」と教示した。防止焦点条件（ $n=41$ ）では、「あなたの人生において、あなたがこうあらねばならないと思う“義務”はどのようなものでしょうか？ 中学高校のころ・現在・大学卒業後の3つの時期に分けて、あなたの思う“自分の義務”をおしえてください」と教示した。いずれの条件でも、記述は6分間であった。

フィルター課題 Förster, Higgins, & Bianco (2003) で使用されたものと同様の点つなぎ課題（点をつないでいる形を完成させる課題）を4題行った。

報酬の選択 Higgins et al. (2003) に倣い、実験

参加後の謝礼として望ましい報酬と望ましくない報酬を提示し、いずれかを選択させる手続きをとった。具体的には、好ましい報酬としてUSBを、好ましくない報酬として消しゴムを用いた。報酬の選定は予備調査を基に行い、本実験においては、ほとんどの参加者がUSBを選択するという前提であった。

実験参加者は報酬選択の際、4つの条件にランダムに割り当てられた。まず情報提示条件として、参加者は一面的情報提示条件か二面的情報提示条件のいずれかに割り当てられた。一面的情報提示条件 ($n=39$) では、「(USB に対し) 壊れにくいです。(消しゴム に対し) 消しやすいです」と教示した。二面的情報提示条件 ($n=42$) では、「(USB に対し) 壊れにくいですが、ノーブランドです。(消しゴム に対し) 消しやすいですが、減りが早いです」と教示した。USB と消しゴムのどちらを先に説明するかに関しては、カウンターバランスをとった。

続いて、報酬を選択する際の方略として、参加者は熱望方略条件か警戒方略条件へランダムに割り当てられた。熱望方略条件 ($n=40$) では、「その報酬を選択することで得られる利益」について、警戒方略条件 ($n=41$) では、「その報酬を選択しないことによる損失」について考えるよう求めた。

報酬の価値 実験参加者に報酬を選択させた後、選んだ報酬をどの程度好ましく思うかについて9件法 (1: 全く好ましくない—9: 非常に好ましい) で尋ねた。

倫理的配慮 本研究は著者らが所属する大学の研究倫理委員会の承認を得て行い、実験を行う前に、実験参加者に対し倫理的な配慮に関する説明を十分に行った後で同意書への記入を求めた。具体的には、本人の自由意思による同意であること、同意後も不利益を受けず随時撤回できること、同意しない場合でも不利益を受けないこと、個人情報保護されることなどの説明を行った。そのうえで、同意書へ記入した者のみを実験の対象とした。

実験手続き 実験は1人ずつ実験室にて行った。まず状態的な制御焦点を操作するためのプライミング手続きを6分間行い、続いてフィラー課題として点つなぎ課題を4題行うよう求めた。次に、実験への謝礼としてUSBと消しゴムを提示し、いずれかの条件で情報提示を行い、加えて方略の提示も行った。その後、参加者に報酬を選択させ、選んだ報酬についての評価を求めた。最後にデブリーフィングとして実験の目的を伝え、実験参加者に質問がないことを確認して実験を終了した。

結果

分析対象者 実験参加者のうち17名は報酬として消しゴムを選んだため分析から除外した。また、報酬の評価 (9件法) として「5: どちらともいえない」未満の回答をした4名も、報酬 (USB) を望ましいと認知していなかったことが考えられたため、Higgins et al. (2003) に倣い、分析から除外した。最終的な分析対象者は、大学生60名 (男性29名、女性28名、性別不明3名、平均年齢19.53歳、 $SD=1.36$) であった。

選択した報酬 (USB) の評価 制御焦点 (促進焦点、防止焦点)、方略 (熱望方略、警戒方略)、情報提示 (一面的情報提示、二面的情報提示) を独立変数、報酬の価値を従属変数とする3要因分散分析を行った。

分析の結果、主効果はいずれも有意ではなかったが、制御焦点と情報提示の交互作用が有意であった ($F(1, 52) = 5.31, p = .02, \eta_p^2 = .09$) ため、単純主効果の検定を行った (Figure 1)。まず促進焦点群における情報提示条件の単純主効果が有意傾向 ($F(1, 52) = 3.00, p = .08, \eta_p^2 = .06$) であり、二面的情報提示の得点 ($M = 8.00, SD = 0.93$) が一面的情報提示の得点 ($M = 7.21, SD = 1.37$) よりも高かった。防止焦点群における情報提示条件の単純主効果は有意ではなかったが、小から中程度の効果量がみられた ($F(1, 52) = 2.32, p = .13, \eta_p^2 = .04$)。

また、二面的情報提示における制御焦点の単純主効果が有意傾向 ($F(1, 52) = 2.90, p = .09, \eta_p^2 = .05$) であり、促進焦点群の得点 ($M = 8.00, SD = 0.93$) が防止焦点群の得点 ($M = 7.31, SD = 1.30$) よりも高かった。一面的情報提示における情報提示条件の単純主効果は有意ではなかったが、小から中程度の効果量がみられた ($F(1, 52) = 2.43, p = .13, \eta_p^2 = .05$)。

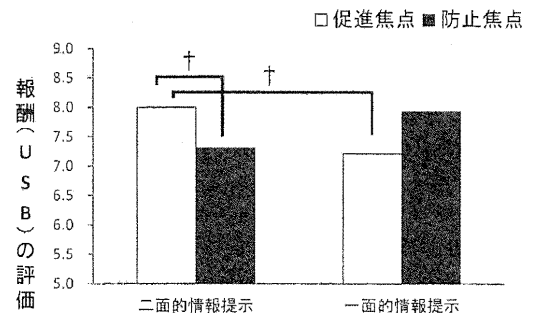


Figure 1. 制御焦点と情報提示における報酬 (USB) の感情的評価

制御焦点と方略の交互作用、方略と情報提示の交互作用および2次の交互作用はいずれも有意ではなかった。

考 察

本研究は、制御適合が価値付与に及ぼす影響における、“feeling right”と対象の感情価という2つのプロセスの関係について検討することであった。検討の結果、制御焦点と情報提示との交互作用はみられたが、制御焦点と方略の交互作用、および2次の交互作用はみられなかった。このことは、制御適合において対象の感情価による価値付与がみられた一方で“feeling right”による価値付与がみられなかったことを示しており、仮説1-1は支持され、仮説1-2は支持されなかったといえる。

当初、制御適合理論では、“feeling right”の効果が強調されてきた (Cesario et al., 2004; Higgins et al., 2003)。一方で、近年では“feeling right”以外の観点から制御適合を説明しようとする研究も増加している (Malaviya & Brendl, 2014; Righetti, Finkenauer, & Rusbult, 2011; Scholer, Ozaki, & Higgins, 2014)。本研究においても、“feeling right”よりも対象の感情価による制御適合の効果が強いことが示された。このことは、制御適合において“feeling right”による価値付与が常に強い効果を持つわけではないことを示唆している。今後、制御適合における価値付与が“feeling right”によって説明できるのはどのような条件下の場合なのか、また制御適合による価値付与を説明する概念として“feeling right”以外にどのようなものがあるのか、検討していく必要があるだろう。

最後に、本研究の限界と展望について述べる。

1点目は、“feeling right”を直接測定していないことである。本研究では制御焦点と方略の合致により“feeling right”が生じるという想定の下で検討を行ったが、具体的な指標の測定は行っていない。“Feeling right”は自覚しにくい概念であり、測定が困難であることが指摘されている (尾崎, 2011) が、具体的な測定を行うことによって、“feeling right”による価値付与の効果についてより精緻な検討ができるだろう。

2点目は、価値の指標を好ましさとしたことである。制御適合による価値研究では、金銭的価値 (Avnet & Higgins, 2006) や実用的価値 (Cesario et al., 2004) など、他の観点からも検討されている。また、長峯他 (2016) では好ましさではなく金銭的価値を指標で用いており、その違いが今回の結果の

違いに影響した可能性もある。そのため、好ましさだけではなくバイアスを統制した他の指標からも検討を行い、結果の一般化可能性を検討する必要があるだろう。

3点目は、制御焦点を状況的に活性化させていることである。制御適合の研究では、状況的に活性化させた制御焦点と特性的な制御焦点の結果が一致することをもって結果の頑健性を示している (e.g., Förster et al., 2003)。そのため、特性的な制御焦点による検討を重ねて行うことで、本研究における結果の頑健性を検討することができるだろう。

引用文献

- Avnet, T., & Higgins, E. T. (2006). How regulatory fit affects value in consumer choices and opinions. *Journal of Marketing Research*, 43, 1-10.
- Cesario, J., Grant, H., & Higgins, E. T. (2004). Regulatory fit and persuasion: Transfer from “feeling right.” *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 388-404.
- Crowe, E., & Higgins, E. T. (1997). Regulatory focus and strategic inclinations: Promotion and prevention in decision-making. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 69, 117-132.
- Etgar, M., & Goodwin, S. A. (1982). One-sided versus two-sided comparative message appeals for new brand introductions. *Journal of Consumer Research*, 8, 460-464.
- Evans, L. M., & Petty, R. E. (2003). Self-guide framing and persuasion: Responsibly increasing message processing to ideal levels. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 313-324.
- Florack, A., Ineichen, S., & Bieri, R. (2009). The impact of regulatory focus on the effects of two-sided advertising. *Social Cognition*, 27, 37-56.
- Förster, J., Grant, H., Idson, L. C., & Higgins, E. T. (2001). Success/failure feedback, expectancies, and approach/avoidance motivation: How regulatory focus moderates classic relations. *Journal of Experimental Social Psychology*, 37, 253-260.
- Förster, J., Higgins, E.T., & Bianco, A.T. (2003). Speed/accuracy decisions in task performance: Built-in trade-off or separate strategic concerns? *Organizational Behavior and Human Decision*

- Processes*, 90, 148-164.
- Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 94, 319-340.
- Higgins, E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American Psychologist*, 52, 1280-1300.
- Higgins, E. T. (2000). Making a good decision: Value from fit. *American Psychologist*, 55, 1217-1230.
- Higgins, E. T. (2005). Value from regulatory fit. *Current Directions in Psychological Science*, 14, 209-213.
- Higgins, E. T. (2007). Regulatory fit. In J. Shah and W. Gardner (Eds.). *Handbook of motivation science* (pp. 356-372). New York: Guilford Press.
- Higgins, E. T., Idson, L. C., Freitas, A. L., Spiegel, S., & Molden, D. C. (2003). Transfer of value from fit. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 1140-1153.
- Jain, S. P., Lindsey, C., Agrawal, N., & Maheswaran, D. (2007). For better or for worse? Valenced comparative frames and regulatory focus. *Journal of Consumer Research*, 34, 57-65.
- Lookwood, P., Jordan, C. G., & Kunda, Z. (2002). Motivation by positive or negative role models: Regulatory focus determines who will best inspire us. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 854-864.
- Malaviya, P., & Brendl, C. M. (2014). Do hedonic motives moderate regulatory focus motives? Evidence from the framing of persuasive messages. *Journal of Personality and Social Psychology*, 106, 1-19.
- Molden, D. C., Lee, A., & Higgins, E. T. (2007). Regulatory focus. In J. Shah and W. Gardner (Eds.). *Handbook of motivation science* (pp. 169-187). New York: Guilford Press.
- 長峯聖人・外山美樹・湯立・三和秀平・相川充 (2016). 2つの制御焦点が対象の価値に及ぼす影響の検討——情報提示条件に着目して——教育テスト研究センター年報, 1, 34-36.
- 尾崎由佳 (2011). 制御焦点と感情——促進焦点と防止焦点にかかわる感情の適応的機能——感情心理学研究, 18, 125-134.
- 尾崎由佳・唐沢かおり (2012). 自己評価と接近回避志向——制御焦点の活性化による相関関係の変化——対人社会心理学研究, 12, 59-65.
- Righetti, F., Finkenauer, C., & Rusbult, C. (2011). The benefits of interpersonal regulatory fit for individual goal pursuit. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101, 720-736.
- Scholer, A. A., Ozaki, Y., & Higgins, E. T. (2014). Inflating and deflating the self: Sustaining motivational concerns through self-evaluation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 51, 60-73.
- 外山美樹・長峯聖人・湯立・三和秀平・相川充 (印刷中). 制御焦点がパフォーマンスを高めるのか? ——制御適合の種類別の検討——心理学研究, 88.

(受稿 4月28日 : 受理 6月12日)