認知的不協和が
行列行動に与える影響

慶應義塾大学　大垣昌夫研究会

室川明良・赤井理奈・服部元・藤田うらら

目次

1．概要 1
2．序文 1
3．研究方法 2
4．研究結果 3
5．考察 4
６．結論 5
参考文献 5
付録 6

1. 概要

私たちは、日本の街中でよく見られる行列について焦点を当てた。行列に並んでいる間、人々の経済行動は停滞しているため、非効率的だと考えられる。行列に並ぶメカニズムを探ることで、消費の効率性を高められ、消費の増大・経済成長の促進に繋がると考え、本研究に至った。

列に並ぶか・並ばないかの行動の差には、「認知的不協和」という世界観が関連していると考えた。そこで、「認知的不協和が強い人ほど、行列に並ばない傾向がある」という仮説を立てた。アンケートを採り、分析した結果、以下の４つの有意な結果が得られた。

①行列に並んで不満を持ったことが有り、かつ認知的不協和が弱い人は、行列に待てる時間が短い。

②行列に並んで不満を持ったことが無く、かつ認知的不協和が強い人は、行列に待てる時間が短い。

③行列に並んで不満を持ったことが有り、かつ認知的不協和が強い人は、行列に待てる時間が長い。

④行列に並んで不満を持ったことが無く、かつ認知的不協和が弱い人は、行列に待てる時間が長い。

消費者に対して助言し、行列の非効率性や認知的不協和の認識を持たせることで、行列を解消し客を分散することができれば、完全市場に近づき、社会厚生上より望ましくなるようにすることができると推測される。

2. 序文

街中でよく見かける行列。これは、日本の文化となりつつある。普段、人々は何かを得るために行列に並んでいる。例えば、人気のパンケーキ屋や宝くじの１番売り場などがある。しかし、全ての人が目的のために必ずしも並ぶとは限らない。どんなに大人気のパンケーキ屋でも、待ち時間が 10 時間であるならば、ほとんどの人は他の店を検討するだろう。ところが、待ち時間が 30 分程の場合には、並ぶことを選択する人・しない人で分かれるだろう。この行列に並んでいる時間は、何も生産しないため、消費者にとって非効率的である。行列に並ぶメカニズムを探ることで、人々が行列行動を選択しないようにすることが出来れば、消費の効率性を高められると同時に、消費の増大・経済成長の促進に繋がると考え、本研究に至った。

私たちは、人々はどういった世界観に基づいて、行列に並ぶ・並ばないかを

判断しているのかについて疑問を感じた。行列について調査していくと、この行列行動には、「認知的不協和」が関係しているのではないかと考えに至った。

認知的不協和とは、「矛盾する二つの認知の摩擦による不協和と呼ばれるストレスを、自分の認知を都合の良いように解釈することで逓減させ、納得しようとする心理過程」(マーケティング Wiki ～マーケティング用語集～: http://jma2-jp.org/wiki/index.php?%E8%AA%8D%E7%9F%A5%E7%9A%84%E4%B8%8D%E5%8D%94%E5%92%8C)のことである。タバコを例に挙げると、喫煙者にとって、「喫煙は身体に害がある」という認知と「自分は喫煙している」という認知は不協和を起こす。そこで、喫煙者は、「喫煙は身体に害がある」という認知を、「人は遅かれ早かれ死んでしまうもの」という認知に置き換えることで、喫煙はそこまで身体に害がないとして納得しようとする。

行列行動にもタバコと同じように、何らかの認知的不協和が働いているのではないかと考え、【認知的不協和が強い人ほど、行列の出来る店は「並ぶほど美味しくないに決まっている」と考え、行列に並ばない傾向がある】という仮説を立て、本研究を行った。

3. 研究方法

アンケートは、東京近郊の大学生を中心に 78 名に行った。東京近郊の大学生を中心に行った理由として 2 つ挙げられる。第 1 に、東京近郊は行列という現象が頻繁に見られる地域であるから、そして第 2 に、時間に余裕のある学生ならば、行列に時間を費やせると考えたからである。より多くの回答を得るために google のサービスを利用し、インターネット上でアンケート調査を行った。

アンケート項目は、認知的不協和の強さを測る設問①～④、⑥の 5 つ、行列行動についての設問⑤の 1 つを用意した。認知的不協和を測る設問を説明変数、それに対し、行列行動を問うものを被説明変数として、設問を全て数値化して回帰分析を行った。回帰分析の際、設問①・③の間食・飲酒の頻度を問う設問では、「全くしない」を 0 とし、選択肢の順に 1,2,3…と数字を振り、数値化して行った。また、年齢・性別・出身地域により、行動に差異が出る可能性を考慮し、これらを問う設問も付随した。なお、アンケートの設問に関しては巻末に付録する。

4. 研究結果

アンケート結果の認知と行動の差から、認知的不協和が強いを 1、弱いを 0 としたダミー変数を用いて回帰分析した結果、有意であったものを下記の表１に記す。

表１　回帰分析の結果（有意水準 0.01→＊＊＊/ 0.05→＊＊/ 0.1→＊）

被説明関数	説明関数	係数	Ｐ値	有意水準
行列に何分まで待てるか	実際に並んで不満の経験有り	-7.704	0.00122	＊＊＊
	認知的不協和ダミー変数	-54.434	0.00573	＊＊＊
	交差項	10.232	0.02643	＊＊

この結果から、以下のように言える。

①行列に並んで不満を持ったことが有り、かつ認知的不協和が弱い人は、行列に待てる時間が短い。

②行列に並んで不満を持ったことが無く、かつ認知的不協和が強い人は、行列に待てる時間が短い。

③行列に並んで不満を持ったことが有り、かつ認知的不協和が強い人は、行列に待てる時間が長い。

④行列に並んで不満を持ったことが無く、かつ認知的不協和が弱い人は、行列に待てる時間が長い。

また、この結果の解釈を下記の図１に表す。図１の斜線部分は行列に待てる時間が長いことを表している。

その他のダミー変数を用いた回帰分析・重回帰分析から有意な結果は得られなかった。そして、年齢・性別・出身地域による行動に差異も、アンケート結果から見られなかった。

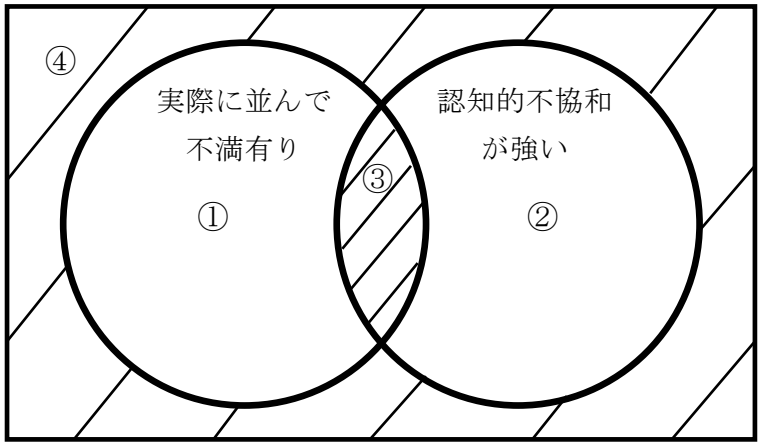

図１　回帰分析結果の解釈

5. 考察

本研究の結果から、以下の 3 つのことが考えられる。

1）結果④から、行列で不満を持った経験がない、かつ認知的不協和が弱い人、つまり一般的な人は行列に並ぶ時間が長いということが分かる。この人々はメディアから発信される情報や流行に敏感に反応しるからだと考えられる。

2）結果②から、行列で不満を持った経験がない、かつ認知的不協和が強い人、つまり認知的不協和の傾向が強い人は行列に並ぶ時間が短いことが分かる。この人々は、一般的な人と逆の行動を取り、また、情報に対して受動的にならず、自分で考えるタイプであると考えられる。

3）結果③では、行列で不満を持った経験があり、かつ認知的不協和が強い人は行列に並ぶ時間が長い。なぜ、行列で不満があった経験があるのに並ぶのか考えたところ、「今までの経験から行列のあるお店は、並ぶほど美味しくない」という認知に対して認知的不協和が働き、「今度こそは美味しいはず」と考えたためと推測される。

以上の考察結果から、認知的不協和が強い人は、本来の認知とは逆の選択をする傾向があると考えられる。

６．結論

認知的不協和が強い人は、通常取るだろう選択とは逆の選択をする傾向があると考えた。

行列は、今や日本の日常で見ることができる、文化のようなものになりつつある。しかし、これを解消し、客を分散させることが出来れば、独占状態から完全市場状態に近づき、社会厚生上より望ましい状態を作ることが出来る。そのためには、本研究の結果から、消費者側に、行列の非効率性や認知的不協和の認識を持たせるように助言することが、今後の行列を解消し、経済効率を上げるために、重要な意味を持つようになるのではないかと考えた。

参考文献

・真壁昭夫. 2010. 『基礎から応用までまるわかり 行動経済学入門』. ダイヤモンド社.

・フェスティンガー著、末永俊郎監訳、1965.『認知的不協和の理論　社会心理学序説』

付録

アンケートに用いた質問票を下記に掲載する。
①あなたは１日にどれくらい間食をしますか。
全くしない ・ １回 ・ ２回 ・ ３回 ・ ４回以上

②あなたは間食をすると太ると思いますか。
(全く思わない) 1　2　3　4　5　6　7　8　9　10 (とても思う)

③あなたは１週間にどれくらい飲酒をしますか。
全くしない ・ １回 ・ ２回 ・ ３回～4 回 ・ ５回～6 回 ・ ７回以上

④アルコール摂取は、脳細胞の破壊を加速させ、また依存性になる可能性があるという科学的証明があります。あなたは飲酒が身体に害があると思いますか。
(全く思わない) 1　2　3　4　5　6　7　8　9　10 (とても思う)

⑤あなたは、〇〇屋さん（あなたの大好物のお店）に電車で 1 時間かけて行きました。すると、そのお店の前にはなんと行列ができていました。あなたは何分待てますか。

・0 分	・45 分
・5 分	・60 分
・10 分	・90 分
・15 分	・120 分
・20 分	・150 分
・30 分	・180 分以上

⑥実際に並んで入ったお店に不満を持ったことがありますか。
(全くない) 1　2　3　4　5　6　7　8　9　10 (よくある)

⑦性別を教えて下さい。
男・女

⑧年齢を教えて下さい。
____歳

⑨出身地(6 歳～18 歳で主に過ごした地域)を教えて下さい。

・北海道　　・近畿地方
・東北地方　　・中国地方
・北陸地方　　・四国地方
・関東地方　　・九州地方
・中部地方　　・海外