

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¹

井ノ口顕治², 北村侃大³, 福井友梨⁴

2021 年 1 月 20 日

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 本稿は、行動経済学会第 14 回大会で報告した「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」を加筆修正したものである。報告した際、匿名レフェリーから貴重なコメントを頂いたここに記して感謝を申し上げたい。

² 井ノ口顕治 慶應義塾大学 kenkentsc28_11@keio.jp

³ 北村侃大 慶應義塾大学 yasuhiko_kitamura_0131@keio.jp

⁴ 福井友梨 慶應義塾大学 yfukui1030@keio.jp

1. はじめに

新型コロナウイルスの影響で様々な経済行動の傾向が変化したが、海外旅行もその一例である。2020年4月から9月まで、各月の海外旅行者数は、前年の同じ月と比較し98%ほど落ち込んでおり、海外旅行へ行けなくなったことで話題に上ることも多くなった。これより、我々は海外旅行について研究を行った。対象はアンケートの集計がしやすい大学生とした。

経済学は限られた資源がどのように人々に分配されているか、またされるべきかを探究する学問である。ここで「限られた資源」とは、土地、原油、動植物、環境や、人々の時間や労働力などであり、「どのように分配」とは財・サービスの生産方法や、それらがどのようにして誰に分配されて消費されるかなどのことである。(大垣・田中(2018), p.3の邦訳)つまり、経済学における経済行動とは、人々に分配されている限られた資源を消費する事であると考えられる。時間は、1日最大24時間という制約がある点で、限られた資源である。時間を消費し、効用を最大化しようとしているレビュー参照という行為を、経済行動として選択した。

レビュー参照を選択した理由は、学生がインターネットの情報に敏感である、海外旅行の経験が少なくレビューを見る人が多いと考えられる、金銭的側面を排除して考えられるため、個人の世界観の影響が色濃く出やすい、の3点である。

そして、レビュー参照は質と量という要素から成り立っていると考えた。質とはレビューを構成する画像数や文章量といった観点、量とはレビューサイト参照数やサイト内レビュー参照数を指している。

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、現実の性質に関する認識、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,土岡・野村・原(2019)を基に,作成した.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たことがなく,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. 研究結果と考察

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。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)	被説明関数(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

「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。

有意な結果の得た世界観の質問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,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ため,重回帰分析を行った.

表3 重回帰分析結果

被説明変数	懐疑主義	係数	自己開示	係数
経済行動③ レビューの 画像数	世界観①初対面の人から示された情報には疑ってかかる方だ.	-0.0821	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.	-0.2413***
	世界観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.	-0.0897		-0.2448***
	世界観④NHKのニュースは真実だと思う.	0.2323**		-0.2637***
	世界観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.	-0.068		-0.2506***
	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.	0.1372		-0.2545***
経済行動① レビューサイトの平均 参照数	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.	0.2975**		0.0165

***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

重回帰分析の結果,「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」という質問は,懐疑主義の変数と逆の効果を持つと分かった.これにより,懐疑主義より

も他の世界観の影響を受けた結果、仮説に非整合的で有意な結果が出たと明確化することができた。

我々は別の世界観の候補として、秘密主義、警戒心の強さ、自尊心、自分の能力に対する自信の有無等が当てはまるのではないかと考察した。これらを検討した結果、自己開示とレビュー参照の双方に関係ある世界観は、自分の能力に対する自信の有無と予想でき、「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」と考察した。

4. 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

画像はいらない,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(文章は全くいない),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.

土岡華奈・野村裕明・原瑳英子,2019. 懐疑主義がロングセラー商品の購買行動に与える影響、慶應義塾大学経済学部、大垣昌夫研究会研究グループ論文.

山口義久,1989.懐疑主義のパラドクス,人文学論集 7.