

学籍番号:CD151010

友人との集団意思決定への参加意図の形成メカニズム

—旅行の意思決定を事例として—

Decision Making with Friends: Exploration of Intention to Participate in Group Decision Making

大学院商学研究科

博士後期課程 経営・マーケティング専攻

豊田紗綾

# 目次

図目次 .....	5
表目次 .....	5
第 I 部    リサーチクエスションの設定 .....	6
第 1 章    問題の所在 .....	7
第 1 節    問いの背景 .....	7
第 2 節    事例選択 .....	8
第 3 節    論文の構成 .....	9
第 2 章    集団の意思決定に関する研究 .....	10
第 1 節    集団視点のアプローチ .....	10
第 1 項    家族の意思決定 .....	10
第 2 項    組織における意思決定研究 .....	17
第 2 節    個人視点のアプローチ .....	19
第 3 節    まとめ .....	20
第 3 章    友人集団の意思決定 .....	22
第 1 節    友人集団の意思決定研究 .....	22
第 1 項    探索的研究と友人集団における「まとめ役」 .....	22
第 2 項    「まとめ役」と「社会的代理消費者」 .....	23
第 3 項    2 人の友人間における意思決定研究 .....	24
第 2 節    友人集団の意思決定研究の課題 .....	25
第 1 項    先行研究の研究アプローチ .....	25
第 2 項    友人集団の特性と研究課題 .....	26
第 3 項    個人視点のアプローチの採用 .....	26
第 4 章    リサーチクエスションと研究手法 .....	28
第 1 節    リサーチクエスションの設定 .....	28
第 2 節    混合研究法：質的データと量的データ .....	29
第 3 節    研究全体の設計 .....	30
第 II 部    定性データの解釈 .....	31
第 5 章    質的研究と分析方法 .....	32
第 1 節    調査の概要 .....	32
第 1 項    半構造化インタビュー .....	32
第 2 項    自由回答記述データ .....	34
第 2 節    質的データの分析方法：質的コーディングと計量テキスト分析 .....	35
第 1 項    質的コーディング .....	35
第 2 項    内容分析と計量テキスト分析 .....	36

第6章	友人集団内での役割分担.....	38
第1節	友人集団の意思決定における意思決定役割.....	38
第1項	インタビューデータの分析：質的コーディング.....	38
第2節	解釈.....	38
第1項	自由回答記述データの分析.....	43
第3節	役割分担パターン抽出.....	45
第1項	分析方法.....	45
第2項	結果.....	46
第3項	友人集団における代理性と共同意思決定.....	52
第4節	まとめ.....	53
第7章	意思決定への参加意図の形成要因.....	54
第1節	分析方法.....	54
第1項	質的コーディング.....	54
第2項	計量テキスト分析.....	55
第2節	集団意思決定への参加の促進要因.....	56
第1項	集団意思決定参加への5つの促進要因.....	56
第2項	5つの要因と計画的行動理論.....	60
第3項	集団での意思決定への参加と計画的行動理論.....	61
第4項	仮説の導出.....	62
第3節	意思決定への参加の動機づけ：自律的動機づけと他律的動機づけ.....	63
第1項	自律的動機づけと他律的動機づけ.....	63
第2項	内発的動機づけと自己決定理論.....	65
第3項	有機的統合理論.....	66
第4項	仮説の導出.....	67
第4節	パーソナリティの影響.....	67
第5節	まとめ.....	68
第Ⅲ部	定量データによる検証.....	69
第8章	集団意思決定への参加意図の形成モデルの検証.....	70
第1節	目的.....	70
第2節	仮説.....	71
第3節	調査概要.....	72
第4節	調査設計.....	72
第5節	結果.....	74
第1項	測定尺度の信頼性と妥当性.....	74
第2項	モデルの検証.....	75
第6節	まとめと考察.....	77

第9章	RAI 指標による多母集団同時分析 .....	78
第1節	はじめに.....	78
第2節	動機づけ研究：有機的統合理論と RAI 指標.....	78
第3節	友人との旅行における意思決定参加への動機づけ尺度の構成.....	80
第1項	尺度の構成と確認的因子分析 .....	80
第2項	友人集団での旅行における計画行動の動機づけ尺度の下位尺度間の相関 .....	82
第4節	RAI の違いによる集団意思決定への参加意図形成モデルの多母集団同時分析 .....	83
第1項	RAI 指標によるクラスター分け.....	83
第2項	多母集団同時分析 .....	84
第5節	まとめと考察 .....	88
第10章	RAI 指標とデモグラフィクス・パーソナリティ・計画行動頻度の関係.....	90
第1節	はじめに.....	90
第2節	先行研究と仮説.....	90
第1項	デモグラフィクス .....	90
第2項	パーソナリティ .....	91
第3項	集団意思決定での計画行動頻度.....	92
第3節	調査設計.....	93
第4節	結果.....	95
第1項	デモグラフィクス .....	95
第2項	パーソナリティ .....	95
第3項	集団意思決定への参加頻度.....	97
第5節	まとめ .....	99
第IV部	まとめ.....	100
第11章	結論.....	101
第1節	総括.....	101
第2節	学術的貢献.....	104
第3節	実務的貢献.....	104
第4節	本論文の限界と今後の課題 .....	105
APPENDIX	インタビュー対象者の概要と旅行ケース.....	107
	日本語参考文献.....	109
	英語参考文献.....	110
謝辞	116	

## 図目次

図 1-1	日本人による海外・国内旅行の同行者 .....	9
図 2-1	Davis & Rigaux(1974)による夫婦間役割の二次元ダイアグラム.....	12
図 2-2	報酬/評価モデル(P. F. Anderson & Chambers, 1985) .....	20
図 6-1	まとめ役の行動に関する自由回答記述データの共起ネットワーク .....	44
図 7-1	まとめ役を行う理由についての自由回答記述の共起ネットワーク .....	56
図 8-1	仮説モデル.....	72
図 8-2	パス解析の結果.....	77
図 9-1	パス図 (RAI 低群) .....	85
図 9-2	パス図 (RAI 中群) .....	86
図 9-3	パス図 (RAI 高群) .....	87

## 表目次

表 2-1	夫婦間の意思決定戦略 .....	16
表 4-1	定性調査と定量調査の差異.....	29
表 5-1	インタビュープロトコル.....	34
表 6-1	意思決定役割のコード .....	39
表 6-2	階層的クラスター分析による役割分担パターン の抽出 .....	47
表 7-1	意思決定への参加意図に関するコード.....	55
表 8-1	サンプル全体の概要：性別と年代 .....	72
表 8-2	測定尺度.....	73
表 8-3	各尺度の平均値・標準偏差・因子負荷量.....	74
表 8-4	潜在変数の信頼性・収束妥当性・弁別妥当性 .....	75
表 9-1	友人との旅行における意思決定参加への動機づけ尺度の構成 .....	81
表 9-2	動機づけ尺度の確認的因子分析.....	82
表 9-3	動機づけの下位尺度間と合成変数 RAI の相関係数と記述統計量.....	83
表 9-4	RAI によるクラスターの区分.....	83
表 9-5	パラメーターの一対比較.....	88
表 10-1	日本語版 Ten Item Personality Inventory の項目 .....	94
表 10-2	3群の男女数と年齢の平均値.....	95
表 10-3	TIPJ の尺度間相関とクロンバックの $\alpha$ .....	96
表 10-4	3群のパーソナリティの記述統計.....	97
表 10-5	RAI による計画行動頻度の比較 .....	98

# 第 I 部

## リサーチクエストジョンの 設定

## 第1章 問題の所在

### 第1節 問いの背景

家族や恋人や友人と、レストランや居酒屋で食事をしたり、旅行に出掛けたり、スポーツなどのアクティビティを楽しんだりすることはほとんどの人が日常的に経験しているのではないだろうか。このように誰かと一緒に同じ商品やサービスを選択して消費するという行為は、共同消費 (joint consumption) と呼ばれる。このような共同消費は、例えばサークル全体で使用する備品を購入する、といったような商品の購買でも見られる現象ではあるが、多くは旅行やレストランといったサービスの消費で見られる現象である(Decrop, et al., 2004)。

共同消費が行われる場合、他者と共に、すなわち集団として1つの商品やサービスを選択しなければならない。集団で意思決定を行う場合、個人が意思決定を行う場合とは異なり、共に消費を行う「他者」が意思決定の過程に関わってくる為、個人の意思決定に比べて非常に複雑になる(Decrop, 2005, 2006; Decrop, et al., 2004)。集団で購買意思決定をする場合には、自分の商品に対する嗜好や予算、時間的都合、意思決定にかかるコストだけではなく、消費に関わる他者の嗜好や予算、時間的な都合も考え、それらが自分の希望と相反するようであれば、他者と話し合い、時には説得、譲歩をして協調的に1つの商品・サービスを選択しなければならないからである。

このような集団の購買意思決定に関する研究は、主に家族や夫婦・カップル、そして組織という集団を中心に研究されてきた(Decrop, 2005, 2006; Decrop, et al., 2004; Marchand, 2014)。しかし、共同で消費を行う集団は、家族や夫婦・カップル、そして組織だけではない。私たちは、仲の良い友人と旅行や食事に出掛けたり、コンサートや映画鑑賞などのアクティビティに参加したりする。すなわち、友人で構成される集団も、共同消費を行う主要な集団の1つである。しかし、友人集団における集団の購買意思決定に関する研究は非常に少ないのが現状であり、研究の必要性が示唆されてきた(Decrop, 2005; Decrop, et al., 2004; Gitelson & Kerstetter, 1995)。例えば、友人集団における意思決定プロセスを観察しインタビューを行った Decrop, et al. (2004)は、「友人」は、準拠集団として意思決定に影響を与えることは数々の研究で示唆されているが、意思決定単位 (Decision Making Unit) として友人集団の中でどのように意思決定がなされているのかについては研究が少ないことを指摘している。

本論文は、友人で構成される集団の消費意思決定プロセスの解明を主たる目的とするものである。特に、組織・家族の購買意思決定研究が主に問いとしてきた、「集団の意思決定に対して最も影響力を持つ者」に焦点を合わせる。集団の意思決定の内容に対して影響力を持つには、まず前提として集団の意思決定に参加していくことが必要となる。それは、意思

決定を行う主体が集団内に複数いる場合、あるメンバーが集団意思決定に参加しなくても良いという状況が発生するためである。実際、先行研究において、友人集団の意思決定では、集団意思決定プロセスに積極的に参加する「まとめ役 (Organizer)」と、旅行に参加するだけで満足する「参加者 (Participant)」に二分される、意思決定の代理性 (Delegation) がしばしば起こることが指摘されている (Decrop, 2005, 2006; Decrop, et al., 2004)。よって本論文は、友人間の集団の意思決定に影響力を持つ上で前提条件となる集団意思決定へ参加するか否かという「意思決定への参加意図」がどのように促進されるのかを明らかにすることを目的とする。

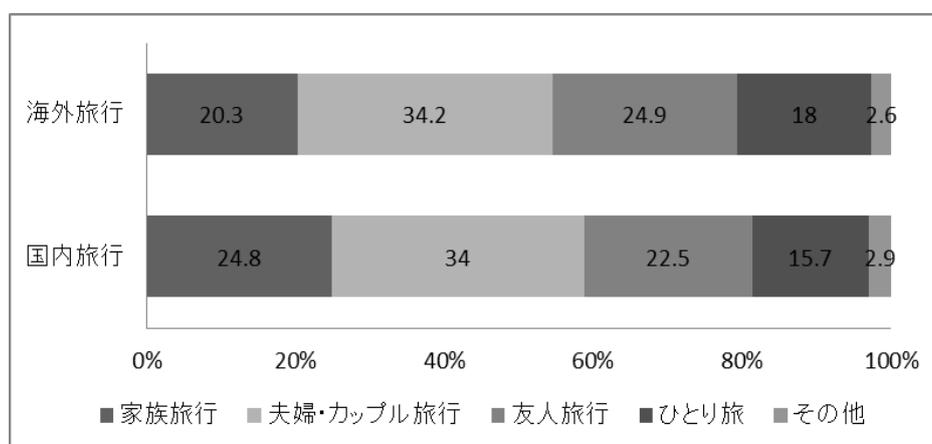
## 第2節 事例選択

本論文は、友人集団が共同で意思決定を行う事例として「旅行」における意思決定をとりあげる。その理由は3つある。まず1つは、日本人による旅行では、友人を同行者として行われることが多くあるという実態があるからである。日本交通公社が行った 2015 年度の「JTBF 旅行実態調査」によれば、2014 年の日本人による旅行のうち、国内旅行では 22.5%、海外旅行では 24.9%が友人を同行した旅行であった。同調査によると、友人旅行は特に性別、行先を問わず、若年層 (16~19 歳、20~24 歳、25~29 歳) や、子育ての終わる 55~59 歳以降のセグメントで比較的多く友人旅行が行われていることがわかる (日本交通公社 2015)。

2つ目は、旅行という製品カテゴリの性質によるものである。共同消費の事例は、レストランや居酒屋での外食、映画鑑賞やスポーツなどのアクティビティへの参加など他にも多くある。しかし、これらの消費事例に比べて旅行は、金銭的にも時間的にもコストが高く、消費の頻度も比較的小さいという点で意思決定のリスクが高い消費である (秋山 2006a)。このような意思決定リスクの高い消費では、情報探索や代替案評価などの意思決定プロセスが比較的に長期となり、考慮すべき項目が多い複雑な意思決定となることが想定される。一般的にこのような意思決定には時間がかかり、面倒である場合が多い。こうした旅行という製品カテゴリの性質は、本論文の「集団意思決定へ参加するか否か」という問題を浮き彫りにしやすいと考える。

3つ目は、友人同士の意思決定についての先行研究が、「旅行」の意思決定を事例としているからである。このような理由から本論文では、意思決定リスクの高い旅行という製品カテゴリに限定して以降の議論を進める。ただし、製品カテゴリの違いは、意思決定プロセスに影響を与える可能性が非常に高い要因である。現に、家族や組織の集団意思決定研究では、製品カテゴリは集団内の意思決定主体の影響力や意思決定単位 (Decision Making Unit) の構造・関与度に影響を与えることが明らかになっている。よって製品カテゴリの違いによる影

響については、将来的に研究が望まれる。



出典：日本交通公社（2015）

図 1-1 日本人による海外・国内旅行の同行者

### 第3節 論文の構成

本論文は、4部11章構成である。第Ⅰ部リサーチクエスションの設定（第1章～第4章）では、先行研究の検討を通じて、方法論的立場と研究アプローチ、リサーチクエスションを明確にする。第Ⅱ部定性データの解釈（第5章～第7章）においては、質的なデータの分析によって、友人間での旅行の集団意思決定の特徴と、集団意思決定への参加を促進する要因、そして個人の動機づけ傾向やパーソナリティといった特徴を抽出する。そして第Ⅲ部定量データによる検証（第8章～第10章）では、第Ⅱ部で導きだした仮説を定量調査によって検証する。第Ⅳ部まとめ（11章）では、本論文の総括を行う。具体的には、学術的貢献および実務的貢献を述べた後、本論文の限界を確認し、今後の研究を進めていく上での示唆を述べる。

## 第2章 集団の意思決定に関する研究

消費の集団意思決定に関する研究が長らく研究対象としてきたのは、「家族」や「組織」という集団である。本章では、消費者行動研究、観光研究の分野での消費の集団意思決定の「主体」に関する研究を2つの研究アプローチに分けてレビューしていく。ひとつは、意思決定に関わる「意思決定単位 (Decision making Unit)」の構造や関与度、そして集団の中で影響力を持つ主体、主体間の影響力を左右する「要因」を明らかにする〈集団視点でのアプローチ〉である。もうひとつは、意思決定に関わる「個人」に焦点を当て、集団内の「個人」が意思決定に関わっていく要因や動機づけについて議論する〈個人視点のアプローチ〉である。これらの2つのアプローチにおける研究課題と蓄積された先行研究を研究対象となる集団ごとにレビューする。

### 第1節 集団視点のアプローチ

家族の消費の意思決定研究および組織の意思決定研究における主流なアプローチが、集団視点のアプローチである。研究対象が「家族」「組織」いずれかに関わらず、集団視点のアプローチで共通しているのは、対象となる意思決定単位、すなわち意思決定に関わる集団全体のメンバーの中で、「誰」もしくは「どの部門・領域」、「どの程度の人数」が意思決定に影響力を持つのか、そしてその影響力を左右する要因を明らかにすることである。

#### 第1項 家族の意思決定

家族のという消費集団の意思決定単位に含まれるのは、「夫」「妻」そして「子ども」である。歴史的に、家族の意思決定に関する理論は、個人の意思決定理論に基づいた一方向的な視点から派生している。1950年代以前の既存研究における主張は、夫、すなわち家族の中の「首長」が、家族内のすべての決定を一方向的に決定するというものであった (Fodness, 1992; Sharp & Mott, 1956)。しかし、この主張は、しばしば「妻」が家族の「購買エージェント」として行動するという相対する視点により批判の対象とされてきた (Fodness, 1992)。1950年代の研究はいずれの視点においても、家族を構成する主体である夫か妻、どちらか一方がすべての家族の決定に責任を持つ、ということ的前提としている (Fodness, 1992; Nanda, et al., 2007)。

その後の研究では、このような単一的な視点から、購買意思決定に対する妻と夫の相対的な影響力 (relative influence) に焦点を当て、夫や妻どちらかだけ (husband-dominant vs. wife-dominant) ではなく、夫婦のどちらも影響力を持つ、共同意思決定 (joint decision making) も含めることでより複雑な議論がなされていくようになる。これらの研究の関心は、購買意思決定において、夫もしくは妻、あるいは夫婦のどちらも意思決定に同程度影響力を持つのはどのような場合であるのか、そして夫婦間の影響力の違いへ影響を与える要因は何なのか、ということである。先行研究で夫婦間の相対的な影響力を左右する要因として挙げられ

ているのは、製品カテゴリ(Davis, 1970; Davis & Rigaux, 1974; Sharp & Mott, 1956)や、意思決定のステージ(Davis & Rigaux, 1974; Zalatan, 1998)、意思決定項目(Davis, 1970; Filiatrault & Ritchie, 1980; Jenkins, 1978; Sharp & Mott, 1956)、家族構成(子どもの有無)や家族のライフサイクル(Filiatrault & Ritchie, 1980; Fodness, 1992)、夫婦間の資源や社会的権力の差である。

### 夫婦間の影響力を左右する要因

製品カテゴリや意思決定ステージ、意思決定項目は夫婦間の影響力を左右する要因の1つである。例えば、Sharp and Mott (1956)は、車、保険、食料品、家やアパート、休暇の目的地、妻の職(仕事をすべきかやめるべきか)、家計の管理の決定について、夫婦のどちらの決定力が高いか調査を行った。その結果、夫の影響力が最も強いのは車の購買意思決定であり、一方で妻の決定力が高いのは家計の管理についてであった。

Davis (1970)は、車と家具の意思決定を事例に夫婦間の影響力の強さが製品カテゴリに依存することを示している。車の購買では、購買タイミング、支出金額(予算)、車のメーカー、モデル、色、どの店舗で購入するか、そして家具の購買では、どのような家具を購入するか、支出金額(予算)、どこで購入するか、購買タイミング、どのようなスタイルの家具を購入するか、どの色もしくは生地のもを購入するかといった各製品カテゴリの意思決定項目ごとの決定に夫婦のどちらがより影響力を持っていたかを回答させた。調査の結果Davis (1970)は車、の購買意思決定については夫が、家具の意思決定については妻が多くの項目について影響力を持っていると結論付けている。

Davis and Rigaux (1974)は、ベルギー在住の73の家族に対して、休暇や家族内の25の製品カテゴリの購買意思決定について家族内でどのような役割分担がなされているのかを調査した。25の製品カテゴリを、図2-1のような夫婦間の相対的な影響力の強さと役割分業(role specialization)の程度の2次元のダイアグラムに付置し、議論を行っている。夫婦間の相対的な影響力は1つの家族内で、誰が(夫/妻/共同)最も影響力を持っているのかを表す軸である。一方で、役割分業の程度は、意思決定が共同で行われたと答えた家族の数の割合である。この値が高いほど、多くの家族が共同意思決定を行っているとして解釈することができる。Davis and Rigaux (1974)は、夫主導(husband-dominant)、妻主導(wife-dominant)、共同(Syncratic)／自治的(Autonomic)の4つのフレームワークを用いて、製品カテゴリによって、家族内で役割分担が異なることを示している。例えば、妻の影響力が強い製品カテゴリには、妻の服、子どもの服、調理器具、清掃道具、食べ物であり、夫の影響力が強い製品カテゴリには、生命保険などが挙げられている。また、多くの家族で共同意思決定が行われている製品カテゴリとして、家や子どものおもちゃ、休暇旅行が挙げられていた。

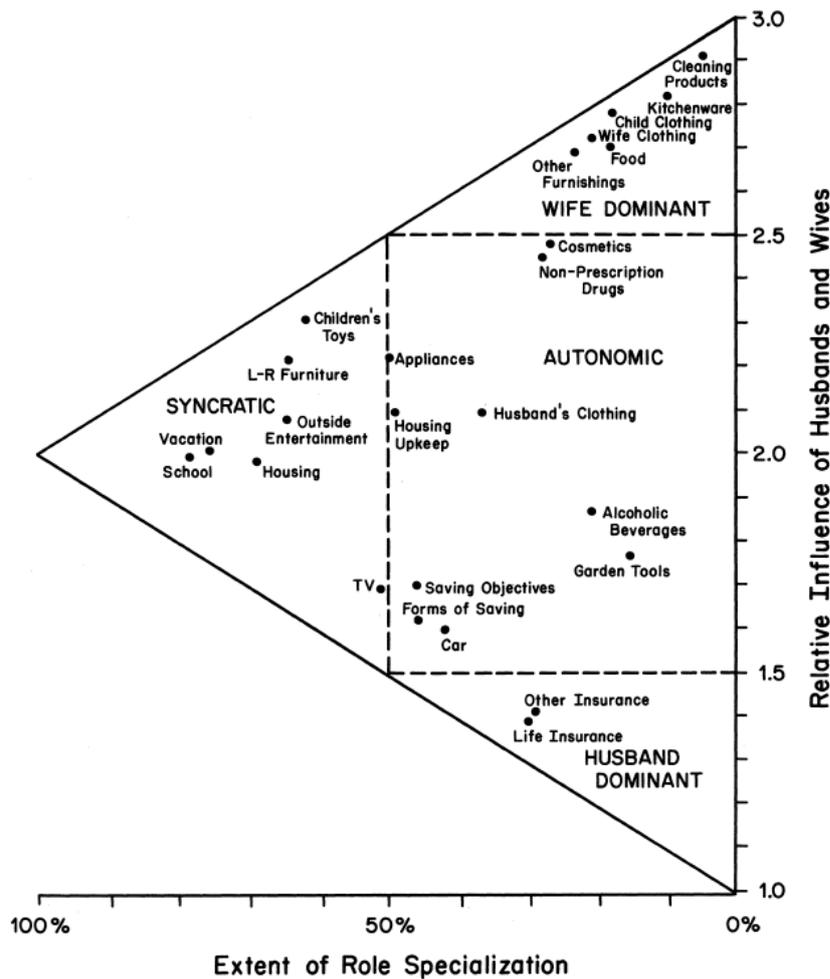


図 2-1 Davis & Rigaux(1974)による夫婦間役割の二次元ダイアグラム

出典 : Davis & Rigaux (1974) より抜粋

さらに Davis and Rigaux (1974)は、製品カテゴリだけでなく、1つの製品カテゴリ内でも意思決定ステージ（問題認識、情報探索、最終決定）ごとに夫婦間の影響力が異なることを示している。全体の影響力の平均値は、意思決定ステージ間で変化はあまり見られなかったものの、それぞれの製品カテゴリのフェーズごとのグラフ上の位置の変化があることを示している。問題認識のステージから情報探索のステージでは、ほとんどの製品カテゴリの位置が右側、すなわち役割分業を行っている割合が高い方向に移動しているのに対して、情報探索から最終意思決定のステージでは、左側、すなわち共同意思決定を行う割合が高い方向に移動していた。このことから Davis and Rigaux (1974)は、情報探索では夫婦間で分業が行われる可能性が高く、最終的な意思決定では共同で意思決定が行われる可能性があると結論づけている。

夫婦それぞれが持つ資源も夫婦間の影響力を左右する要因である。夫婦間の意思決定において影響力を左右する「資源」とされるのは、社会的なステータス、相対的な収入や学歴、

そして時間の有無である(Rodman, 1972)。資源理論 (Resource Theory) は、夫婦間における資源の差が相対的な影響力の基盤であるとする理論である。

Blood and Wolfe (1960)は、1950年代のデトロイトの都市部の主婦 731人とミシガン州の田舎の主婦 178人の田舎の主婦へのインタビューから、夫婦間での意思決定における権力は、パートナーの要求を満たし、意思決定スキルを高めることのできる「資源」から派生すると指摘した。

家族内の子どもの有無や家族のライフサイクルといった要因も夫婦間の影響力を左右する要因である。例えば、Holman and Epperson (1984)は、未就学児のいる夫婦の方が、より妻が旅行の意思決定を行うことが多くなると結論づけている。

このように、家族の意思決定プロセスにおける夫婦間の影響力を左右する要因には、製品カテゴリ、意思決定ステージ、資源や社会的権力、子どもの有無といった要因が挙げられているが、多くの研究で、現代の家族の意思決定では一般的に共同意思決定が行われることが多くなっていることが示唆されている。Belch and Willis (2002)は、Belch, et al. (1985)と同様の手法によって夫婦間の影響力の再検証を行った。その結果、製品カテゴリ間での夫婦間の影響力の差は健在ではあるものの、Belch, et al. (1985)の調査では男性の影響力が強かった「車」の購買では、すべての意思決定ステージで妻の影響力がより強くなっていた。また「休暇旅行」についても、夫は 1985 年の調査より影響力を失っていることが明らかになった。この変化の大きな要因として挙げられているのは、女性の社会進出と共働き家庭の増加である。すなわち、女性の社会的進出によって女性の学歴、地位や収入が向上し、女性が家族内の意思決定により影響力を持つようになった、という説明である。

### 第3の意思決定主体：子ども

家族の意思決定主体に関する初期の研究は、意思決定主体を妻と夫の2者関係として捉えている。しかし、後の研究では「子ども」も意思決定主体に加えることで、「夫」「妻」「子ども」の3者間での意思決定への影響力を議論するようになる。

子どもの影響力に関しては、2つの主張がある。1つは、子どもは家族の意思決定に対して、意思決定単位を構成する「主体」として積極的に意見を述べたり、意思決定に働きかけるといった直接的な影響を及ぼす、という主張である。もう1つは、子どもの影響力を間接的な影響力に限定する主張である。前者には、例えば、ミュージアムへの訪問についての子どもを含めた家族の意思決定について調査した Wu, et al. (2010)が挙げられる。彼らは、子ども（特に青年期の子供）は、より積極的に家族の意思決定について意見を発したり、選択肢を提案したりする主体であると主張している。特に、子どもに製品カテゴリに対する知識がある場合、子どもが提案を行う可能性が増し、両親は、ゲートキーパーや意思決定者としてより不適切なアトラクションをフィルターする役割に従事する傾向があることが示されている。

一方で、多くの研究者は、子どもの家族内での意思決定への影響力は限定的であると指摘

している。子供の影響力を左右する要因として、子どもの年齢(Atkin, 1978; Darley & Lim, 1986; Ward & Wackman, 1972)、製品カテゴリ (Belch et al., 1985; Szybillio & Sozanie 1977, Jenkins 1979)、意思決定ステージ (Belch et al., 1985; Nelson 1979)、意思決定項目 (Belch et al., 1985)、親の性質 (Berey and Pollay 1968) などが指摘されている。

一般的に子どもの年齢が高くなるほど、意思決定に影響力を持つようになる(Atkin 1978, Darley & Lim 1986, Nelson 1979, Ward & Wackman, 1972)。これは、年齢に比例して意思決定に影響力を与えることができる認知的能力が高くなるためである (Mangleburg, 1990)。

子どもが使用者となる製品カテゴリにおいて、子どもの影響力が強く、一方家族全体で使用する製品カテゴリでは影響力が弱くなるようである。Belch, et al. (1985) は、260 の家族内のテレビ、車、休暇、電化製品、家具、朝食のシリアルの意思決定の意思決定ステージにおける家族間の影響力を調査した結果、子どもの影響力が比較的強かったのは、朝食のシリアルと、休暇についてであった。Szybillio & Sosanie (1977) でも製品カテゴリによる子どもの影響力の差が指摘されている。Szybillio & Sosanie (1977) では、ニューヨーク在住の子どものいる家族を対象に、日帰りでの家族旅行とレストランでの外食の意思決定それぞれについて、意思決定プロセス、意思決定項目への妻、夫、子どもの影響力を調査した。その結果、家族旅行の意思決定に比べて、外食の意思決定のほうが子どもの意思決定に対する影響力が強く、サービスの性質によって子どもの影響力は異なることを示している。

また、一般的に子どもが特に影響力を持つのは、意思決定の初期段階である問題認識においてであり、最終的な決定場面では影響力が弱くなるようである。前述の Belch, et al.(1985) では提案の段階で最も影響力が強く、情報探索や決定の段階では影響力が低くなり、子どもの影響力は限定的であると結論づけている。パッケージツアーの意思決定について子どもを含めた家族内の影響力の関係を調査した、Wang, et al. (2004)でも、情報探索と最終決定の意思決定ステージでは子供に比べて親の影響力が高く、問題認知のステージにおいてのみ影響力が強くなっていた。このことから、Wang, et al. (2004)は、子どもの影響力は限定的である、という見方を示している。

さらに、子どもが影響力を持つ意思決定項目も一部に限定されている。一般的に、どこで購入するか (Belch et al., 1985, Jenkins 1979)、いくら消費するか (Belch et al., 1985, Darley & Lim 1986; Jenkins 1979; Szybillo&Sosanie 1977) といった項目については子どもの影響力は低いことが示唆されている。

親の性質も子どもの影響力を左右する要因である。例えば Berey and Pollay (1968)は、母親の「子供中心主義」の程度と子供の好きなシリアルを購入するかどうかは反比例の関係にあることを明らかにしている。これは、子供中心主義的な母親は、「良い母親がどうすべきか」を考える傾向にあり、母親が栄養価の高いシリアルを選ぶ傾向にある為である。同様に Roberts et al. (1981)では、母親がより伝統的で保守的であれば子どもの影響力が低くなることが示されている。

## 非伝統的家族

さらに近年では欧米を中心とした LGBT に対する社会的な受容を促す動きによる社会的な「家族」の形の変化を反映し、伝統的な家族に限らず、同性カップルという非伝統的家族内での意思決定に関する研究も行われている。

一般的に同性カップルでは、伝統的な男女のカップル（夫婦）に比べて、平等に役割が配分される傾向にあることが指摘されている。Wilkes and Laverie (2007)は、Davis and Rigaux (1974)が用いた2次元のダイアグラムを用いて、レズビアンカップル間での様々な製品カテゴリの(Schneider et al., 2013)意思決定の影響力関係を調査した。その結果、伝統的な家族に比べてレズビアンカップルではほとんどの製品カテゴリで共同意思決定 (Synchratic) が行われていた。また、Wilkes and Laverie (2007)では、夫婦間でのコンフリクトの対処についても調査されている。その結果、レズビアンカップル間で意見が対立する時には、攻撃的なコンフリクトの解消法よりも、お互いに妥協を促す解決策がとられることが多いと結論づけている。

また、カップル間の影響力を左右する要因として、資源理論（収入、社会的地位、教育水準）や、性役割志向 (sex-role orientation)、コンフリクト解決スタイルが挙げられている。中でも最もよく議論されているのは資源理論であるが、その説明力については見解が一致しない部分がある。

例えば Schneider, et al. (2013)は、ドイツの男性の同性カップルに対して定量調査を行い、男性の同性カップルは、パートナー間の分業上の「平等」より重視するが、パートナー間の収入、社会的地位、教育水準などの「資源」を持つ主体は、意思決定に対して強い影響力を發揮するという結果を得ている。

一方、Harry (1982)や Webster and Reiss (2001)、Wilkes and Laverie (2007)は同性カップルでは資源理論の説明力が低いことを指摘している。その理由として、同性カップル間で経済格差や社会的地位に格差があることが稀で(Harry, 1982)、それぞれのパートナーが持つ資源が比較的平等であることが挙げられている(Webster & Reiss, 2001)。

## 家族における「旅行」の意思決定

他の製品カテゴリに比べ、「旅行」や「休暇」の意思決定は、共同意思決定が行われることが多い製品カテゴリである。この見解は家族の集団意思決定についての初期の研究から一貫している。例えば前述した Davis and Rigaux (1974)の研究においても、休暇旅行(vacation)は、多くの夫婦間で共同意思決定 (Synchratic decision making) が行われていたし、さらに古い研究である Sharp and Mott (1956)でも、車や保険といった製品カテゴリは夫の影響力が強いが、休暇旅行の目的地は約 70%の家族の間で共同意思決定がなされていた。すなわち、旅行や休暇の意思決定については、夫と妻どちらも意思決定に関わることが想定されるのである。

近年では、夫婦間で共同意思決定が多く行われることを前提としたうえで、夫婦間でどの

ように意思決定がなされていくのか、という夫婦間で行われる意思決定のプロセス自体を明らかにすることを課題とした研究も見られるようになってきた。

例えば、オランダの夫婦間の意思決定を約1年に渡って調査した Bronner and Hoog (2008) は、夫婦間の旅行の意思決定プロセスの中での不一致 (disagreement) の解消戦略で最もよく見られる戦略は中庸戦略 (golden mean strategy) であると結論づけている。中庸戦略は、「ギブ&テイクで妥協に至る (Bronner & Hoog 2008, p.969)」戦略である。

Kozak (2010)も、トルコの夫婦間での休暇や外食の意思決定で見られる 10 の意思決定戦略 (表 2-1 参照) を比較した上で、同様の結果を示唆している。その結果、意思決定戦略は、妥協 (compromise)、説得 (persuasion) の順によく用いられており、その他の意思決定戦略は比較的少数にとどまっていることを明らかにした。また、妥協の戦略をとった家族は利用した休暇旅行や外食サービスについての満足度 (satisfaction) や他者への推奨意向 (intention to recommend) が高い傾向にあった。対して強制や脅迫、他者の優先の意思決定戦略は、満足度・他者への推奨と負の相関関係にあることが確認された。

表 2-1 夫婦間の意思決定戦略

意思決定戦略	説明
説得 (Persuasion)	意思決定がお互いを説得する形で行われる
交渉 (Bargaining)	意思決定がお互いに有益 (Win-Win) であるよう、交渉する形で行われる
妥協 (Compromise)	お互いが何かを妥協する形で意思決定が行われる
強制 (Coercion)	より強い主体が、パートナーに強制する形で意思決定が行われる
脅迫 (Intimidation)	他者を脅す形で意思決定が行われる
搾取 (Sacrifice)	重要な事柄の為に自分の希望を犠牲にする形で意思決定が行われる
他者の優先 (Giving Priority to other)	他の人の希望を優先させる
販売者の薦め (Recommendation by sellers)	販売者の意見を考慮して意思決定を行う
友人や親類からの薦め (Recommendation by friends/ relatives)	友人や親類からの意見を考慮して意思決定を行う
子どもの影響 (Influence of children)	子どもの希望を考慮して意思決定を行なう

出典：Kozak(2010)より抜粋

## 第2項 組織における意思決定研究

### 組織の購買意思決定単位：購買センター

組織の購買意思決定における意思決定単位は、購買センター (buying center) と呼ばれる (Hutt and Speh, 2009; Webster & Wind, 1972)。購買センターは、購買の意図やその決定に起因するリスクを共有する人々のことであり、組織図によって規定されるものではなく、購買状況によって異なる。購買センターの規模は様々であるが、購買1件につき4名以上含まれるのが一般的であり、場合によっては20名ものメンバーが購買の全段階に関与することもある (Hutt, et al., 2009; Webster & Wind, 1972)。この購買センターを構成するメンバーは、購買プロセスを通じて以下のような役割を担う。

- ・ 使用者 (User) : 製品を実際に使用する人
- ・ ゲートキーパー : 購買センターの他のメンバーが検討することになる情報を管理する。
- ・ 影響者 (Influencer) : 代替案について検討する為の情報を検討したり、購入仕様を設定したりすることによって、購買意思決定に影響を与える。
- ・ 決定者 (Decider) : 実際に購買決定を行う
- ・ 購買者 (Buyer) : サプライヤーを選定し、製品の取得に関する手続き全てを実行する正式権限を有する。購買担当者がこの役割を担う場合が多く、購買注文に関連する機能を管理する

これらの役割を1人の人間が全て担当することもあれば、数名で分担することもある。例えば、マーケティング部門、会計部門、購買担当者、エンジニアのスタッフ全員がユーザーとして情報技術システムの選定に関わることもあれば、業務で消費するコピー用紙などの備品は購買担当者のみが全ての役割を負担するといった場合もある。

組織と家族の意思決定単位の違いは、組織は比較的様々な立場の、多数のメンバーによって構成されるということである。購買センターのこのような性質上、家族の意思決定で見られたような「妻」「夫」「子ども」といった意思決定に関わる「主体」間での影響力の差を議論するのは困難である。ゆえに、組織の購買行動では、購買センターの「構造 (structure)」と「関与度 (involvement)」の2つの概念で理解されることが多い。

購買センターの構造は、サイズ、形式化 (formalization)、一元化 (centralization) という変数でとらえられる。購買センターのサイズは、意思決定プロセスの様々な段階において、何人の人が購買に関わるかである。形式化は、どの程度形式的なルールと手続きが重要視されるかである。形式的な購買センターであれば、柔軟性はあまり期待できず、消費者側の組織のルールに縛られる為、組織で決められたガイドラインが重要となる。一元化は、少人数の参加者が重要な影響力を握っている程度である。一元化の高い購買センターでは、重要な意思決定者に対して特にアプローチを強化する必要がある。一方、より一元化の低い購買センターでは、購買センターのより多くのメンバーに対してアプローチをする必要がある。

関与度 (involvement) は、横断的 (lateral)、垂直的 (vertical)、相対的影響力 (relative influence) の3つに分類できる。横断的関与は、組織内のいくつかの部門、もしくは小集団が意思決定に関わるかである。垂直的関与は、購買の意思決定に対して、組織内のどの程度のマネジメントレベルが関わってくるかである。相対的影響力は、購買センターを構成する各部門もしくは人（例えば、購買部門、技術者、マネージャー等）の意思決定に対する影響力を予測しようとするものである。

### 購買クラス理論

組織の購買意思決定単位である、購買センターに関する研究の多くは、購買クラス理論 (buyclass theory) に沿って議論を行っている (Lewin & Donthu, 2005)。

購買クラス理論は、Robinson, et al. (1967)によって提示されたフレームワークであり、組織による購買を、3つの側面で理解する。その3つとは、意思決定の前にどれだけ情報を集める必要があるか（情報ニーズ）、全ての可能な選択肢をどれだけ真剣に考慮する必要があるか（選択肢の熟慮）、購買の状況がどれだけ新しいか（購買タスクの新しさ）である。これらの3つの側面の違いによって、Robinson, et al. (1967) は購買の意思決定を、新規購買 (new task)、修正再購買 (modified rebuy)、単純反復購買 (straight rebuy)に分類している。

新規購買は、情報ニーズ、選択肢の熟慮の必要性、購買タスクの新しさ、すべての側面が高い購買である (E. Anderson, Chu, & Weitz, 1987; Robinson, et al., 1967)。新規購買は一般的にリスクが高く (E. Anderson, et al., 1987)、より複雑 (Lund, 1989)であり、不確実性も高くなる (Bunn, 1993)ことが示唆されている。一方で、単純反復購買は、3つの側面が全て低い購買である (E. Anderson, et al., 1987; Robinson, et al., 1967)。購買はルーティーンであり、複雑さ、不確実性も低く、リスクの低い購買である (Mitchell, 1998)。そして新規購買と単純反復購買の間に位置するのが修正再購買である。

これらの購買状況が、購買センターの構造と関与度へ影響を与えることが明らかになっている<sup>1</sup>。しかし、購買状況と購買センターの構造・関与度の関係について、研究者間で見解が一致していない部分もある (Lewin and Donthu 2005)。

多くの研究で、新規購買のような重要性、複雑性、不確実性が高い購買状況、主要な備品や資材、部品の購買の場合、購買センターのサイズは大きくなり、重要性、複雑性、不確実性が低いほど購買センターのサイズは小さくなるとされている。しかし、McWilliams, et al. (1992)では購買クラスと購買センターのサイズの間には正の相関が確認されているが、Johnston and Bonoma (1981)ではこの関係は認められなかった。

また、購買センターの形式化と一元化については、二つの立場が存在する (Lewin & Donthu,

---

<sup>1</sup> 購買クラス以外にも、購買センターの構造や関与度を左右する概念として、購買する製品タイプ (Johnston & Bonoma, 1981; Lilien & Wong, 1984)、購買の重要性 ((Stump & Heide, 1996)、複雑性 (Lewin & Bello, 1997)、不確実性 (Spekman & Stern, 1979)も指摘されている。購買の重要性や複雑性については、一部の研究者によって、購買クラス理論ではとらえきれない概念とされているが (Johnston & Bonoma, 1981; McQuiston, 1989)、製品タイプや購買、不確実性は、購買クラス理論 (buyclass theory) の次元と密接に関連していることが多いとされる (Bellizzi & McVey, 1983)。

2005)。1つは、「コンティンジェンシー」を主張する立場であり、新規購買・もしくは不確実性の高い状況下では、購買センターはより柔軟な構造を採用すると考える立場である (Spekman & Stern, 1979)。もう1つは、「権力の狭窄 (constriction of authority)」の立場である。この立場では、逆に不確実性の高い状況下では、購買センターはより厳格な構造を維持しようとする主張する。

購買状況と関与度の関係についても、同様に、研究者間で意見が分かれている。特に、相対的影響力に関しては顕著である (Lewin & Donthu, 2005)。例えば、Naumann, et al. (1984)は、購買クラスが相対的影響力に影響することを支持しているが、Bellizzi and McVey (1983)においてはこの仮説は非支持という結果になっている。

しかし、これらの先行研究の調査結果を左右する調査バイアス<sup>2</sup>を調整変数として、組織購買行動研究のメタ分析を行った Lewin and Donthu (2005)は、購買状況 (購買クラス・購買の重要性・複雑性・不確実性) は、購買センターのサイズ、横断的関与度、垂直的関与度、相対的影響力に影響すると結論づけている。よって、一般的に購買状況が重要で、複雑、不確実な新規購買のような購買状況においては、購買センターは大きくなり、より多くの部門や、より多くのマネジメントレベルが意思決定に関わると考えられる。また同調査では、購買状況に関する変数の、購買センターの形式化と一元化への影響のほとんどが有意でなかったことから、購買センターの形式化と一元化へ影響するかどうかは結論付けられないとしている。この点に関しては、調査の設計問題と、購買状況と購買センターの構造が線形関係にはないことも視野に入れて研究を進めるべきであると指摘されている。

## 第2節 個人視点のアプローチ

集団視点のアプローチは、意思決定単位となる家族・もしくは購買センターの集団全体の構造や影響力関係を明らかにすることを試みるものであった。一方で、個人視点のアプローチは、集団内の「個人」が集団意思決定にどのように動機づけられ、関わっていくのかを問題とする。このアプローチは、多くの人数が意思決定に関わる組織購買行動研究の一部に見られる視点であり、現状では研究の数も少ないアプローチであるが、重要な研究視点である。なぜなら、そもそも第1節でレビューしたような集団の意思決定に対する影響力を持つには、そもそも積極的に意思決定へ参加することが前提であり、集団意思決定へ参加する動機づけは人にとって異なると考えられるからである。集団内の「個人」が集団意思決定にどのように動機づけられ、関わっていくのかを明らかにすることは、集団の意思決定プロセスに積極的に影響力を行使しようとする者の動機づけを理解することに他ならない。

---

<sup>2</sup> 調整変数として採用されたのは、サンプルのサイズと回答率、調査内での会社もしくは業界数 (1~2 / 3以上)、調査回答者のタイプ (購買担当の部署のみ / 様々な部署)、情報収集法 (質問紙の郵送 / インタビュー)、出版年である。

## 報酬／評価モデル

組織内の「個人」の意思決定参加への心理的メカニズムについて議論したのが、Anderson and Chambers (1985)らによる「報酬／評価モデル (Reward Measurement Model of Organizational Buying Behavior)」である。

このモデルでは、組織内の意思決定プロセスに関わる個人の行動を「職業行動 (work behavior)」の一環としてとらえている。組織内の個人が購買者、決定者、影響者、ゲートキーパー、使用者のどの役割で意思決定プロセスに参加するとしても、これらの役割行動は組織の一員として、端的に言えば、「仕事」の一環として行われる。ゆえに、組織内の個人は、購買意思決定プロセスの一部あるいは全体の結果によって、組織から評価を受け、報酬を受け取ることが期待される (外的報酬)。例えば、ある取引の成功によって、自らのマネジメント能力が上司から評価され、給料があがる、という報酬である。また、意思決定への参加行動によって、非公式的な報酬 (例えば、自分の職務に対する成功体験) も期待する (内的報酬)。例えば、仕事の楽しさ、自らの有能感が高まるといった期待である。これらの報酬への期待によって、購買センターのメンバーは意思決定への積極的な参加への動機づけ、役割知覚 (ある購買行動を成功させる為のどのような課題をこなすべきかについての概念) を促し、購買参加行動を引き起こす (図 2-2)。Chambers, et al. (1986)では、外的報酬への期待と参加動機の関係性を検証し、このモデルを支持する結果が得られている。

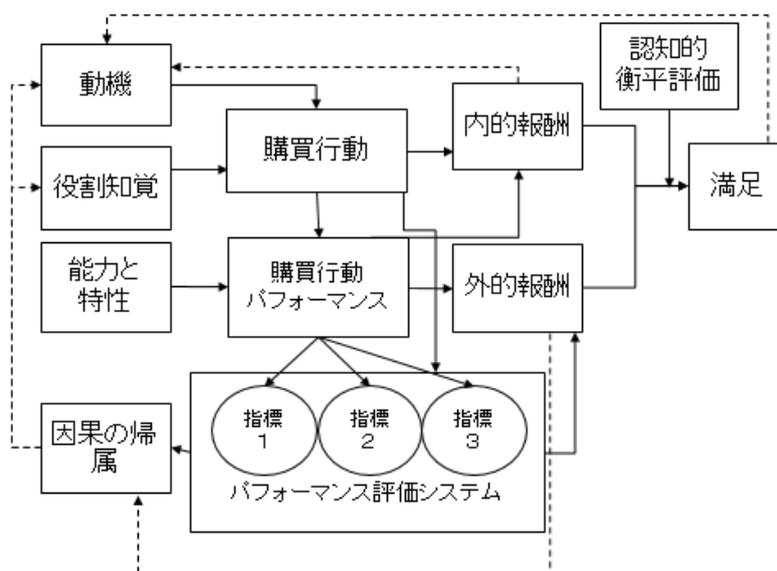


図 2-2 報酬／評価モデル(P. F. Anderson & Chambers, 1985)

### 第3節 まとめ

本章では、消費者行動研究、観光研究の分野での消費の集団意思決定の「主体」に関する研究を2つの研究アプローチに分けてレビューしてきた。ひとつは、家族と組織の集団意思

決定研究で主流とされる集団視点のアプローチである。このアプローチでの関心は、集団意思決定が行われる際の意思決定単位の構造や関与度、意思決定主体間の影響力と影響力を左右する要因、そして構造・関与度とそれらを左右する要因を明らかにすることであった。もうひとつは、組織購買行動研究にみられる個人視点のアプローチであった。個人視点のアプローチは、集団内の「個人」が集団意思決定にどのように動機づけられ、関わっていくのかを問題とするアプローチであり、研究の数は少ないものの、集団の決定に対して影響力を行使しようとする「個人」を理解するアプローチとして重要なアプローチであることを確認した。

### 第3章 友人集団の意思決定

前章では、観光研究、そして消費者行動研究の分野で長らく研究されてきた家族と組織における意思決定単位の研究では、2つのアプローチがとられてきたことを確認した。本章では、まず本論文が研究対象とする「友人」同士で構成される集団についての数少ない研究をレビューする。そして、これまでの先行研究で採用されてきたアプローチについて考察した上で、本論文の採用する研究アプローチについて説明する。

#### 第1節 友人集団の意思決定研究

友人という存在が意思決定に意思決定に影響を与える存在であることは以前から多くの研究で示唆されていた。例えば、休暇旅行に対する社会集団 (Social Group) の役割を指摘した Crompton (1981)は、旅行の目的地の意思決定に直接および間接的に影響を与える社会集団に「友人」の存在を含めて議論している。Crompton (1981)によれば、社会集団が旅行の目的地の意思決定に与える影響には4つがある。その4つとは、目的地に訪問するよう説得する直接的な影響、目的に対する個人の主観的なイメージを作り上げる規範的影響、社会化を通じて目的地に対する伝統的なステレオタイプのイメージを作るという長期的な影響、社会集団が遠方に住むことで旅行の目的地となるという影響である。Crompton (1981)は、半構造化インタビューによって収集したインフォマントのデータから「直接的な影響」の事例として友人から旅行先を提示し説得されたケースを取り上げている。また、多くのケースで「家族」が旅行をする第一の集団であると述べられている一方で、若者の多くが友人と旅行をするという現象についても言及がある。

このように、「友人」がしばしば意思決定に影響を与える集団であることが述べられていたけれども、家族や組織についての意思決定研究のように、友人同士でどのように意思決定を行っているのかという問題については長らく無視されてきた(Decrop, 2005, 2006; Decrop, et al., 2004)。しかし、近年少数の研究者らによって「友人集団」も重要な意思決定単位の1つであり、友人間でどのように意思決定を行っているのかを理解する必要性が指摘され始めている(Decrop, 2005; Decrop, et al., 2004; Gitelson & Kerstetter, 1995; Marchand, 2014; Stone, 2016)。

#### 第1項 探索的研究と友人集団における「まとめ役」

集団の意思決定の文脈において友人集団の意思決定単位の研究の必要性を最初に言及したのは、Gitelson and Kerstetter (1995)である。彼らは、南ペンシルバニアの3つの観光地に訪れた旅行者に探索的な調査を行った。その結果、目的地、宿泊の長さ、アクティビティ、食事場所、情報探索、宿泊施設すべての意思決定項目において、3割から4割近くの集団で友人が単独の意思決定者もしくはより影響力の強い意思決定者となっていた。すなわち、友人という存在は、情報提供者という準拠集団としての役割以上に、意思決定に直接関与して

いることが示唆されたのである。

友人集団を家族、カップルと比較する形で、定性的な手法を用いて研究を行ったのが Decrop らである(Decrop, 2000, 2005, 2006; Decrop, et al., 2004)。Decrop らの一連の研究は、子どものいる家族、夫婦、そして友人同士での旅行の意思決定を、長期にわたって観察する形で行われている。特に Decrop, et al. (2004)では、友人同士の意思決定過程にのみ焦点を絞り、3組の友人集団の旅行の意思決定過程の観察・インタビューに加えて、15組計42名の友人集団に対して様々なレジャーの意思決定過程についてフォーカス・グループ・インタビューを行っている。

その中で Decrop らは、友人集団の意思決定では家族の意思決定とは異なり、意思決定の代理性 (Delegation) が良く見られることを指摘している。Decrop は、友人集団では組織購買行動の購買センターや消費者の意思決定プロセスの役割で指摘されるような古典的な役割 (発案者、ゲートキーパー、影響者、購入者、使用者) も見られるものの、多くのケースで見られるのは、「まとめ役 (organizer)」と「参加者(participants)」の2つの役割パターンであると指摘している(Decrop, 2005, 2006; Decrop, et al., 2004)。

まとめ役は、発案者、決定者、購入者、実施運営者を統合した役割であり、友人の意思決定単位が決定を行う上で集団の「代表」として中心的な役割を果たす存在である(Decrop, 2005, 2006; Decrop, et al., 2004)。一方で、「参加者」は意思決定へは積極的に関与せず、旅行へ参加することだけで満足をするメンバーである。すなわち、友人集団という意思決定単位の中で、どのような役割の形であれ、意思決定プロセスに積極的に関与していくメンバーと、意思決定プロセスへの参加は消極的であり影響力も限定的であるメンバーに分かれているのである。

この理由について、Decrop(2005)は、友人集団の意思決定では、特定の選択肢を選ぶという「選択内容」の問題よりも、友情の維持の方が重視され、参加者は、内容に対して意見をしない代わりにまとめ役に意思決定プロセスのほとんどを行ってもらうことを期待するからであると述べている。ただし、この「まとめ役」の役割は、集団のメンバーに全く相談をせずに意思決定を行う支配者のような存在ではなく、意思決定プロセスを円滑に進め、集団が崩壊するのを防ぐ、仲裁者やゲートキーパーとして行動する者であるという。この意味で、リーダーシップの概念とも並行する役割であるともされている。Decrop, et al. (2004)は、一般的に集団内でまとめ役となるのは、意思決定領域により関与している (例えば、旅行が好きである) メンバー、もしくは、友情の維持により関与するメンバーであるとしており、家族とは対照的に、年齢差やジェンダー差は見られないと結論付けている。

## 第2項 「まとめ役」と「社会的代理消費者」

Decrop らの研究の成果を受けて意思決定の代理性について議論を行っているのが Stone (2016)である。Stone (2016)は、代理性と代理消費者 (Surrogates) の概念を結び付けて議論を行っている。代理消費者は、旅行斡旋会社やソムリエなどのワインスチュワード、株のブロ

一カーといった職務上、消費者に代わって意思決定を行う人物を指す概念である(Solomon, 2013)。代理消費者の概念は、従来フォーマル (Formal) な関係性上、意思決定プロセスが委譲される人物を指す概念として用いられていたが、Stone (2016)は Decrop の指摘したように家族や友人関係といったインフォーマルな関係性においても意思決定の代理現象が起きていることから、この代理消費者の概念を応用し、インフォーマルな関係性から派生する代理消費者を「社会的代理消費者 (Social Surrogates)」と定義している。

Stone (2016)は、404 名のアメリカ人に対して過去の 2 年間のすべての旅行、そして直近の家族以外との旅行での意思決定について定量調査を行っている。その結果、意思決定項目別にみると、過去 2 年間のすべての旅行の目的地の意思決定では約 25%、旅行中の食事やアクティビティの約 50%の意思決定が調査の回答者以外の家族、パートナー、友人によって行われていた<sup>3</sup>。また直近の家族以外との旅行の目的地の意思決定は、43%が回答者以外の他者によって決定されており、そのうち約 20%は意思決定において意見の提示もしておらず、決定にも関わっていなかった。Stone (2016)は、これらの結果から、旅行の意思決定では「社会的代理消費者」が見られることが一般的であると結論づけている。

### 第 3 項 2 人の友人間における意思決定研究

Decrop らによる一連の研究や Stone (2016)の研究は、友人集団について制限を課すことなく、全般的な友人集団の傾向について調査している。一方で難波・小橋 (1992) や秋山 (2000; 2002; 2006a, b; 2007) は、集団を構成する上での最少人数である、2 人という人数で構成される友人集団での意思決定に限定して研究を行っている。

難波・小橋 (1992) は、優越構造探索モデル (Montgomery, 1989)を元に、ペアによるパッケージツアーの意思決定に関するモデルを、一対比較逐次進行型モデルとして提示している。優越構造探索モデルは、他の選択肢よりも自らが選ぶようとしている選択肢が優れていると決定者自身が納得するために、さまざまな決定ルールが用いられ、決定に至るというモデルである。他の選択肢より優越する選択肢を探すことを基本とし、もし他のすべての選択肢に優越する選択肢がない場合、決定ルールを操作することで、最も有力な選択肢の候補の難点をぼかしたり、長所を強調したりする。

難波・小橋 (1992) は、海外へのパッケージツアーを集めた雑誌を渡された 2 人 1 組の大学生集団に対して互いに相談しながら最良のパッケージツアーの選択を求めた。結果、2 人の中の意思決定プロセスでは、まず 2 人のうちの一方が気に入ったツアーを 1 つ候補にあげ、それをもう一方が評価し、他方が良いと判断した際にとりあえず有望なツアーとしてキープし、その後は逐次あがってくる候補とキープされたものとの間で一対比較を繰り返し、有望なツアーが出尽くした時点で最終的な選択が行われることが示されている。

秋山 (2006a) は、この一対比較逐次進行型モデルの特徴は、パッケージツアーの一対比

---

<sup>3</sup> Stone(2016)では、過去 2 年のすべての旅行については、各意思決定項目について回答者（もしくは回答者以外の人）が意思決定を行った割合を回答させている為、結果は中央値の数値での解釈である。

較を逐次繰り返すこと、そして、有望な選択肢の選出と優越性の検査を同時に分業することであると述べている。ただし、これは 2 人のメンバーのどちらか一方のみが情報探索を行い、どちらか一方のみが評価の役割に徹する、という分業が行われるということではなく、有望な選択肢を見つけたメンバーとは異なるメンバーが評価、すなわち優越性の検査を行う、ということである。

2 者間での意思決定プロセスについては、その他にも研究がなされている。秋山 (2006b) は、情報モニタリング法を用いた実験で、ペアで旅行を行った経験の有無による情報探索行動の違いを示唆している。秋山 (2006b) によれば、ペアによる旅行経験の有る集団では、意思決定の前期に特定の属性を集中的に探索する、すなわち、重視すべき情報とそうでない情報の判別が明確であった。また、旅行経験のないペアは、ペアで意思決定を行う場合に価格、ホテルの評価などの数字による客観的な評価を含む属性をより重視する傾向が示唆されている。また、同実験において、ペアによる話し合いに基づく意思決定は、個人の意思決定と比べ、意思決定時に迷いが生じにくく、意思決定を行うことをより楽しいものと感じ、最終的な決定に対して強い確信を持っていることが示唆されている。すなわち、「話し合う」という行為そのものが決定に対する確信と正当化を生み出すことが示唆されている。

## 第 1 節 友人集団の意思決定研究の課題

### 第 1 項 先行研究の研究アプローチ

前節ではこれまでの友人集団についての先行研究での知見をまとめてきた。Decrop による一連の研究は、子どもを含めた家族、夫婦と比較した際の友人集団の意思決定にまつわる全般的な傾向について明らかにしていた。Stone (2016) は、家族以外とのメンバーとの旅行で、集団内でどのように意思決定がなされていたかを調査することで、旅行の意思決定には社会的代理消費者が存在することが一般的であるという結論を導き出していた。2 人の友人集団での意思決定プロセスをモデル化した難波・小橋 (1992) や、2 名間での意思決定や情報探索について実験手法で研究を行った秋山 (2006a) は、2 名という限られた人数での友人集団では、意思決定一対比較を逐次繰り返され、有望な選択肢の選出と優越性の検査を同時に分業されることを示した。また秋山 (2006b) では、情報モニタリング法を用いた実験で、ペアで旅行を行った経験の有無による情報探索行動の違いが現れることを結論づけている。

これらの研究は全て友人集団内で意思決定がどのように行われるのかを問題とした研究であり、〈集団視点でのアプローチ〉であると言える。これらの研究による成果は、友人との意思決定を理解する上で非常に意義深い研究である。しかし、集団視点でのアプローチだけでは不十分であるというのが筆者の主張である。次項では、その理由としての友人集団の特性について述べる。

## 第2項 友人集団の特性と研究課題

友人集団を分析する上で集団視点のアプローチが不十分であるのは、主に友人という意思決定単位が持つ固有の特性に由来する。

友人集団は血縁・婚姻関係以外の、愛情 (attachment) や同情 (sympathy) によって結ばれる集団である (Decrop, et al., 2004)。言い換えれば、友人集団はお互いに友情を感じることで結束する集団であるということであり、インフォーマルな関係性から派生する一次的集団 (Primary group) である (Solomon, 2013)。この点は、家族やカップルと同じ特性を持つ。

一方で友人集団は、2人という集団を構成するうえでの最小人数となることもあれば、20～30名という非常に多くの人数で構成されることもある。非常に多くの意思決定能力をもつ主体が意思決定に参加する可能性があるという点は、「組織」に近い特徴を持つ。すなわち、友人集団は関係志向的 (relationship-oriented) で、比較的多数の人間が意思決定に参加することが想定される集団であると考えられる。

しかし、友人の消費者集団には家族や組織とは異なる特徴が3つある。まず、1つは、意思決定主体となるメンバー間の関係性である。友人集団には、家族の場合の「夫」「妻」「子」といった立場の違いや「組織」の場合の組織から決められた「役職」といった、友人集団としてどの集団にも共通する明確な「役割」や「階層」がない。友人集団は、比較的にメンバー間の立場が平等な集団である。このような基盤となる立場の差がないということは、どの集団も共通して比較できる分析軸がない、ということの意味する。

2つ目の特徴は、意思決定単位の不安定性である。家族や組織の場合は、1つの購買意思決定が完了した後も、同じ意思決定単位によって継続的に購買がなされることが多い。例えば、「家族」という集団は同じメンバーで、何度も家族旅行に行くだろうし、レストランで食事に行くだろう。「組織」においても、仮に1つの部品を調達する役職に任命されている人自体が何らかの理由で退職をしても、別の後任者がその機能を引き継いで購買センター自体は維持されるだろう。しかし、友人集団では、同じメンバーで何度も食事や旅行に行く「親友」と呼ばれるような関係性で構成される集団もあれば、1度限りの旅行の為に構成される集団もある。すなわち、比較的に長期に永続する友人集団とそうでない集団があるということである。

3つ目の特徴は、一般的に1個人は同時に複数の友人集団に属しているということである。高校時代の友人関係、サークルでの友人関係、職場で出会った同僚という友人関係など、1個人は複数の友人関係を持っている。そして友人関係に応じて友人との付き合い方を変えることも珍しくない。

## 第3項 個人視点のアプローチの採用

前項で挙げた友人集団の3つの特性は、友人集団に対して〈集団視点のアプローチ〉を採用し研究していくことを困難にする。

まず、友人集団は、比較的にメンバー間の立場が平等な集団である。このような比較の基

盤となる立場の差がないということは、どの集団も共通して比較できる分析軸がない、ということの意味する。よって、家族の意思決定研究のように意思決定主体の間の影響力の差を議論することは困難である<sup>4</sup>。

2つ目と3つ目に挙げた特徴からはさらに集団視点のアプローチでは対処が困難な問題が浮上する。すなわち一言に「友人集団」といっても1個人が属する友人集団は多くあり、集団内での自らの影響力について、一様に議論することが難しいということである。

このような友人集団の特性がある中で友人集団内での意思決定に影響力を持つ者に焦点を合わせるには、＜個人視点のアプローチ＞を採用することが有効であると考えられる。すなわち、1つの友人集団内で誰が意思決定に影響力を持つのかを明らかにするのではなく、様々な友人関係・状況の中で集団意思決定へ自らが影響を与える存在になるかどうかを、集団に属する個人がどのように決めているのかを明らかにすることである。このアプローチであれば、友人集団のもつ意思決定単位内の比較基盤のなさや集団の不安定さ、友人関係の多様性という性質から生まれる＜集団視点のアプローチ＞の問題に直面することなく、友人集団内の個人のレベルで、集団意思決定への参加を促す要因や、個人の動機づけの傾向を議論できるからである。

ゆえに、本論文は、友人との意思決定を研究していく上で Anderson and Chambers (1985)が採用してきた＜個人視点のアプローチ＞を採用する。次章では、本論文のリサーチクエスションを明確にしたうえで、研究全体の研究手法について述べる。

---

<sup>4</sup> 可能性があるのは組織の意思決定研究に見られるような意思決定単位内の構造（サイズ・一元化）という変数で友人集団に対する＜集団視点のアプローチ＞を試みることである。この点については集団視点のアプローチでの今後の研究の課題であると考えられる。

## 第4章 リサーチクエスションと研究手法

前章では、友人集団の意思決定についての既存研究を振り返った上で、研究上の課題を述べ、本論文が個人視点のアプローチを採用する理由について議論した。本章では、本論文のリサーチクエスションを具体的に設定したあと、本論文が採用する研究手法と研究全体の設計について述べる。

### 第1節 リサーチクエスションの設定

前章でも振り返ってきたように、友人集団での旅行の意思決定では、家族の意思決定とは異なり、意思決定の代理性という現象が多く観察されている。意思決定の代理性とは、集団の意思決定に積極的に参加する「まとめ役」、「社会的代理消費者」が他のメンバーに代わって、意思決定を行うという現象であった。まとめ役や社会的代理消費者は、意思決定プロセスにほとんど関わらない「参加者」と比べて、意思決定に対して強い影響力を持つ人物であることは言うまでもない。

意思決定の代理性という現象の背後にあるのは、友人集団内のメンバー間で「集団意思決定へ参加するか否か」に差が発生するということである。まとめ役や社会的代理消費者は「意思決定に積極的に参加する」という意思決定を行い、情報探索や情報の吟味、最終決定といった行動をしているのに対し、「参加者」は友人との意思決定に積極的に参加しない意思決定をしているのである。すなわち、友人同士の意思決定では、友人と「何」を決めるかという問題以前に、集団の意思決定に参加するかどうかという意思決定がなされているのである。

本論文は、この代理性の背後にある「意思決定プロセスへの参加」に対する意思決定のメカニズムを明らかにすることを目的とする。前章で述べたように、この「意思決定への参加」という問題へアプローチする上で本論文は、個人視点のアプローチを採用する。すなわち、集団意思決定へ参加する個人が、どのように意思決定への参加を促されるのかを明らかにするということである。具体的なリサーチクエスションは以下の通りである。

- ・ 友人との旅行の集団意思決定への参加を促す要因は何か？
- ・ 個人の集団意思決定への参加に対する動機づけにはどのような傾向があるのか？
- ・ 集団意思決定の参加への動機づけの違いによって、集団意思決定への参加が生起する「要因」の影響に差はあるのか？
- ・ 個人の集団意思決定への参加の動機づけの違いとデモグラフィクスやパーソナリティ、様々な友人集団での意思決定への参加の頻度はどのように関係しているのか？

次節では、これらのリサーチクエスチョンを明らかにするための研究の方法論・研究デザインについて議論する。本論文が採用するのは、質的データ、量的データの両方を集め、分析し混合する混合研究方法である。

## 第2節 混合研究方法：質的データと量的データ

社会現象を調査、研究する方法には大きく分けて2つの方法が存在する(Belk, et al., 2013; Decrop, 2006; Solomon, 2013)。それは、定性調査と定量調査である。定性調査は、現象を写真や言葉などの質的データから、概念を深く理解し説明することを目的とする調査手法である。具体的なデータ収集の手法には、インタビューやフィールドワークなどがあり、調査者自身がデータを収集する道具となつて、調査対象の環境、コンテキストを説明することを試みる。定量調査は、反応を数値化・測定することで、調査者の持つ研究仮説を検証することを目的とする調査手法である。実験やサーベイ調査によって、与えられたカテゴリ間の関係を明らかにし、検証した理論の一般化を試みる。両調査のおおまかな性質の違いを表4-1に示す。

それぞれの調査手法には、強みと同時に弱みが存在する。質的なデータおよび定性的な調査手法は、言葉やイメージによって文脈における深い理解を得ることができる(Belk, et al., 2013)。しかし、定性調査によって得られた知見は文脈から切り離すことが困難であり、理論の一般化にある程度限界がある。一方の量的なデータによる定性調査は、形式化された手順に沿って比較的によくの人数に対して調査を行う為、統計的な仮説検証が可能である一方で、複雑な現実をとらえきれない(佐藤 2006)。

表 4-1 定性調査と定量調査の差異

	定性調査	定量調査
分析データ	質的データ	量的データ
問題	複雑、拡散的、不明瞭	定義され、明確
問いの形式	オープンエンド	クローズエンド
目的	研究プロセスで起こるカテゴリを見つけ、定義する	研究目的の標準的なカテゴリを発見、定義する
モデル	様々なカテゴリの相互関係を明らかにし、複雑性を捉える	限られたカテゴリ間の関係を明らかにして、単純化をめざす
研究者の役割	研究者自身が調査道具となる。	研究者がリサーチプロセスに影響を与えないようにする
説明	深い理解、問題の概念化、隠された意味の層に言及する	直接的で表面的な説明
意図	現象の深い理解にある	分散のコントロールと一般化

出典：Belk, et al. (2013), Solomon (2013)より筆者作成

ゆえに、単一の調査手法による調査は、それぞれの調査法に付随する研究手法上の限界に直面することになる。この単一の調査手法による限界を克服する効果的な方法は、複数のデータを用いて研究を行うことである。質の異なる複数のデータセットを用い、結果を混合することによって、それぞれの調査手法に付随する弱みを補完することができ、研究課題についてより包括的な理解を得ることができる(Creswell & Plano Clark, 2007)。このような調査の方法論は、トライアングレーションもしくは混合研究法と呼ばれる(Singleton & Straits, 2010)。

## 第2節 研究全体の設計

本論文では、友人との集団意思決定における集団内個人の「意思決定への参加」という問題について包括的に理解するために、混合研究法を採用する。すなわち、質的データと量的データ、2種類のデータを併用することで、本章第1節で述べたリサーチクエスチョンを明らかにしていくということである。

詳しくは後述するが、本論文では、友人との旅行の頻度が高い大学生対象に収集したインタビューデータと自由回答記述データの2種類の質的データを用いる。これらの質的データは、主に量的データによって検証する「仮説」を生み出す、という探索的な目的で使用する。質的データによる現象の解釈は、主に第Ⅱ部で取り扱う。第5章では分析に用いた質的データの概要とその分析方法について議論する。そして、友人集団内での「情報探索」「意思決定」といった意思決定役割がどのように分担されているのかについて、第6章で解釈を行い、続く第7章では、量的データによって検証する仮説を導出する為の解釈を行う。

量的データは、質的データによって生み出された仮説を検証する目的で使用する。量的データでの検証の結果は、第Ⅲ部で取り扱う。第8章では、第7章で導出された、友人との旅行の集団意思決定への参加を促す「要因」によって、実際に友人との意思決定への参加意図を予測できるのかを検証する。第9章では、第7章で導出された動機づけの違いによって友人との旅行の集団意思決定への参加を促す「要因」の働き方が異なるのかを検証する。そして続く10章では、動機づけの違いとデモグラフィクスやパーソナリティとの関係性を検証する。

# 第Ⅱ部

## 定性データの解釈

## 第5章 質的研究と分析方法

本論文のテーマとなる友人との集団意思決定については第3章で挙げた少数の研究があるものの、消費者行動研究、観光研究分野でも未だ既存研究が少ない。現象に根付いた理論を生み出すには、まず質的なデータによって消費者の実態を理解することが重要である。第II部定性データの解釈（第5章～7章）の主な目的は、友人集団における意思決定ではどのような意思決定役割があり、それらの意思決定役割が集団内でどのように分担されるのかを理解し、「友人との集団意思決定への参加」を促進する要因にはどのような要因が挙げられるのか、動機づけにはどのような傾向が見られるのか、について仮説を立てることである。まず本章では、本論文で行った調査と分析手法について述べる。具体的に第1節では、本論文で行った2つの質的データの収集法—質的インタビューと自由回答法—についての概要を述べる。そして続く第2節で、収集した質的データの分析方法について説明する。

### 第1節 調査の概要

本論文が収集した質的なデータは2種類ある。まず1つが、半構造化インタビュー手法を用いて収集したデータである。もう1つは、大学生に対して行った、友人との旅行における「まとめ役」についての場面想定法を用いた自由回答記述のデータである。前者は、インフォマントの量は少なくなる一方で、それぞれのインフォマントが様々な友人と旅行をした際の意思決定についての実際の背景事情やどのように意思決定をしたのかという個別の事情を深く聞き出すことができる。後者の方法は、あらかじめ設定した質問に対して比較的多数の人に回答してもらうことで、友人との集団意思決定に参加する背景となる様々な要因を幅広くカバーできるというメリットがある。質の異なる両データを合わせて分析することで、一方のデータ収集法に付随するデメリットを他方で補完することができる。以降では、それぞれのデータの収集方法を具体的に記述する。

#### 第1項 半構造化インタビュー

半構造化インタビュー (semi-structured interview) は、インタビューの目的がはっきりしっていてインフォマントに対する質問項目と順序が予め決められている構造化インタビュー (structured interview) と、インタビューの目的が広く、個々の質問がインタビューの間で構成される非構造化インタビュー (unstructured interview) の間に位置する手法であり、特定の目的が決まっていて、その問題に対してある程度構造化した質問や話題のリストを前もって用意しておく一方で、インタビューのプロセスの中で柔軟に質問を追加することもできる手法である (Singleton & Straits, 2010)。

研究の初段階として、まず始めに約10名の学生に対して大学生の旅行事情を把握するための予備的なインタビューを行った。これらのインタビューはデータを収集するのではなく、本調査のインタビューにおいて使用するインタビューのプロトコルや軸となる質問を

把握するために行った。このインタビューを元に、友人との集団意思決定についての半構造化インタビューで用いるインタビュープロトコルを作成した（表 5-1）。このプロトコルは話題のリストであり、インタビュープロセスの中で順序は柔軟に変更した。

本調査となるインタビューは、2015年6月～2016年3月にかけて行われた。インフォーマントは、友人との旅行の機会が多い大学生を対象にスノーボールサンプリングを用いて抽出した。男性21名、女性24名が対象となり、約20分～1時間のインタビューを行った。1人につき直近1年以内に友人と行った旅行を3つまで挙げてもらい、それぞれの旅行で予約したツアーもしくはホテルの決定に至るまでの意思決定過程について、誰が、何をどのような順序で行ったのかを話してもらった。インタビューの実査では、Belk, et al. (2013)をはじめとするインタビューのガイドラインを参考にした。また、会話の刺激材料としてインタビューを行う過程で、会話の刺激として実際に友人と行ったメールやLINEのやり取りを見返して話をしてもらったり、実際に予約をしたプランの概要を見せてもらうなどの工夫をした。

インタビューのデータは文字起こしをしてテキストデータとして分析を行った。総インタビュー時間は、約32時間45分、文字起こしをしたデータは、444,541字となった。

表 5-1 インタビュープロトコル

最近行こうとしている、もしくは行った旅行について
<友人との関係>
・ 誰と行くのか
・ 何人で行き、集団の構成メンバーは誰で、どんな人か
・ どのような関係の人なのか、交際歴はどれくらいか
・ 食事、遊びにいく頻度はどれくらいか
<旅行の意思決定について>
・ なぜ旅行に行くことになったのか
・ 誰が旅行を提案したのか
・ どのようなツアーを利用したのか(利用したのであれば、どのようなツアーか)
・ (ツアー利用なし)どのような宿泊施設を選んだのか
・ どの様な経緯で<ツアー/ホテル>を選択するに至ったのか
・ 誰が情報を探したのか
・ どのような情報源を利用したか
・ ツアー/ホテルを選択する上でインフォマントは何をしたのか
・ ツアー/ホテルを選択する上で他の友人は何をしたのか
・ 最終的にどのように1つに絞ったのか
・ 予約・支払は誰が行ったのか
<インフォマントの計画行動の理由>
・ 意思決定に参加したのであれば、なぜ参加したのか
・ 意思決定に参加しなかったのであれば、なぜ参加しなかったのか
<インフォマントの旅行経験>
・ 旅行の頻度
・ 海外旅行の頻度
・ 留学経験はあるのか、留学先と期間
・ これから旅行予定はあるのか

## 第2項 自由回答記述データ

2つ目のデータは、大学生に対するサーベイによって収集した自由回答記述のデータである。2016年6～7月にかけて都内2大学(H大学、M大学)と関西の大学(D大学)の授業内で質問票を配布、回収した<sup>5</sup>。有効回答は、H大学119、M大学113、D大学215、計447であった。

調査では、実施した友人との旅行の意思決定の際の背景や動機だけでなく、様々な友人との意思決定の際の意思決定参加の背景や動機を幅広く知る為、場面想定法を用いてデータを収集した。想定させたのは、直近の休暇(夏休み)に、友人との旅行をすることになり、回答者自身が友人グループの「まとめ役」になった、というシナリオである。このシナリオの中でなぜ回答者がまとめ役をするに至ったのか、その理由<sup>6</sup>と、「まとめ役」としてどのよ

<sup>5</sup> H大学については、学生が授業内でインターネットにアクセスできる環境であったため、Survey monkey社が提供するサービスを利用して質問票を作成し、オンライン上で回答してもらった。M大学、D大学については、学生が授業内でインターネットにアクセスできる環境になかったため、質問紙を配布した。回答の順序や質問内容はオンライン上の質問票も紙ベースの質問紙も同じである。

<sup>6</sup> 実際のインストラクションは以下である。「この夏休みに、普段から仲の良い何人かの友人と旅行をす

うな行動をするのかを自由に記述してもらった<sup>7</sup>。

収集したデータは、理由については総文字数 13,444 字、実際の行動については 15,956 字となった。

## 第 2 節 質的データの分析方法：質的コーディングと計量テキスト分析

本節では、本論文で併用した 2 つの質的データの分析方法を紹介する。1 つは質的コーディングであり、もう 1 つは計量テキスト分析である。

### 第 1 項 質的コーディング

質的なデータの分析に用いられる 1 つの方法として、質的コーディングがあげられる。質的コーディングとは、データ内のあるコンテキストを持つ要素を発見し、その要素に対して概念を表す「コード」を与えることで、データを意味のあるセグメントに集約することである。本論文では、半構造化インタビューによって収集したデータに対して質的コーディングによる分析を採用した。

質的なコーディングには様々な手法があるが、本論文では、Belk, et al. (2013)の提案するガイドに従ったコーディングを行った。Belk, et al. (2013) によれば、質的なデータに付与されるコードには 2 種類がある。1 つは、研究対象が語る言葉そのものから直接作り出されるコード、すなわちイーミック (emic) なコードである。もう 1 つは研究の対象にふさわしいと思われる概念に基づくコード、すなわちエティック (etic) なコードである。例えば、先行研究で提示された理論の概念カテゴリが挙げられる。データに基づいたイーミックコードと、概念や理論に基づいたエティックコードを組み合わせて用いることで、データに基づいて理論化を試みながら、既存研究の有益な知見を統合したデータの解釈を行うことが可能となる<sup>8</sup>。

質的なコーディングでは、データから生み出した複数のコードをカテゴリ化し、高次の抽象的な概念として現象を理解し、コードの間に「関係性」を見出すことで理論化が行われる。コーディングとカテゴリ化、そして理論化は反復的に行われ、データを何度も見直し、様々なケースと比較をしていく。質的コーディングを用いた分析のメリットは、文脈に即して研究者自身によって分析を行っていくことで、データに含まれる情報を失わずに理論化ができる点にある。また、同一コードに対するケースの多様性や背景事情も理解しながら分析を

---

ることになりました。今回の旅行では、なぜかあなたがこの旅行のグループのまとめ役になりました。あなたがこの旅行グループのまとめ役になったのはなぜでしょうか？考えられる理由をできるだけ詳しく書いてください」

<sup>7</sup> 実際のインストラクションは以下である。「あなたはまとめ役として、今後どのようなことを行うでしょうか？考えられる行動を自由に記入してください。」

<sup>8</sup> 質的データの分析によく用いられる方法として、グラウンデッドセオリーアプローチが挙げられる。グラウンデッドセオリーアプローチは、データからの理論化を目的とするアプローチであり、先行研究等からの知見よりもデータを始点として分析を進めることを推奨している。Belk et al. (2013) は、このような「タブラ・ラーサ (tabula rasa)」アプローチを批判し、データと既存の知見とを組み合わせた研究アプローチを推奨している。

進めていくことができる。

## 第2項 内容分析と計量テキスト分析

前項で紹介した質的コーディングは、研究者自身によってそれぞれのケースを詳細に分析し、現象を深く理解する、という目的のもと行われる定性的な分析手法である。ゆえに、コードの数を数え上げるといった数的な分析が主たる目的ではない。一方で、質的なデータを数値として計量化し、定量的に分析する方法として、内容分析（Content Analysis）や計量テキスト分析がある<sup>9</sup>。

計量テキスト分析とは、「インタビューデータなどの質的データ（文字データ）をコーディング<sup>10</sup>によって数値化し、計量的分析手法を適用してデータを整理、分析、理解する方法（秋庭・川端 2004、p.235-6）」である。

計量テキスト分析のメリットは2つある。まず1つは、質的データ分析の「信頼性」や「客観性」を向上することができる点である。前項のような質的コーディングなどで得られる分析結果は質的に深い知見を生み出すことができる方法ではあるものの、いくつかの批判に晒されることが考えられる。例えば Berelson (1952)や Lasswell (1949)は、科学的でない印象批判的な方法としての質的分析を徹底的に批判している。例えば Lasswell,(1949)は多くの質的研究で引用されている素データがたまたま研究者の目にとまったものなのか、それともまぎれもなく典型例として選ばれたものなのか、という疑問が曖昧なまま残されている、と指摘している。計量的テキスト分析は、質的データを数値化し、計量的に分析することで、正確かつ厳密な結果を得ることができる。また、数値化することで他の研究と分析結果を比較が可能になる。

もう1つのメリットは、研究者の意図に左右されないデータ探索が行えることである。質的なデータ分析は、分析者によって結果が左右される側面がある。量的なデータによってデータの全体像を得ることで、客観的にデータを眺める視点を得ることができる。

本論文では、自由回答記述によって収集したデータについて計量テキスト分析を行った。分析に使用したソフトウェアは、KH-Coder である。Kh-Coder は、テキストデータを形態素解析にかけ、文の最小単位となる「形態素（単語）」を切り出し、単語ごとの出現数を数値化する。これらの抽出された語の数値データから、データ内で頻出する語の確認や、多変量解析を行い、語と語の結びつきを探ることもできる（樋口 2014）。また、抽出語や文を用いて任意にコーディングルールを作成し、「コード」を用いたカテゴリカルな分析もできる。

本論文においては、自由回答記述データから頻出語を抽出し、多変量解析を行った結果を

---

<sup>9</sup>計量テキスト分析は、質的データを数値化して定量的に分析をしていく定量分析ではあるものの、本論文では、質的なデータの解釈の為の一方法として計量テキスト分析を採用する為、結果の解釈は第II部で取り扱う。

<sup>10</sup> 計量テキスト分析における「コーディング」は前項の質的コーディングとは異なる。計量テキスト分析におけるコーディングは、概念カテゴリ（コード）に当てはまる数を数える、という「数値化」の作業を含むものである。

元に解釈を行った。

## 第6章 友人集団内での役割分担

友人との意思決定の過程には、様々なタスク—役割—がある。例えば旅行の場合ならば、宿泊施設やパッケージツアーの利用をメンバーに提案し（提案者）、インターネットや旅行会社などの様々な情報源から宿泊施設やパッケージツアーを検索したり（ゲートキーパー）、その上で様々な情報の吟味をして様々な選択肢を評価し（影響者）、自分たちの条件に合ったプランを選択し（決定者）、宿泊施設やパッケージツアーの参加料金を支払う（購入者）。これらの役割が集団内のすべてのメンバーによって担われる場合もあれば、一方で少数もしくは1人のメンバーがこれらのタスクを代理で行う場合もある。

本章の目的は、友人集団で旅行の集団意思決定をする際に、どのような意思決定の役割（タスク）があり、それらが集団メンバーのうちどれだけのメンバー（1人・少数・全員）がそれらの役割を担うのか、また、それぞれの役割の分担にパターンがあるのかを明らかにすることである。

### 第1節 友人集団の意思決定における意思決定役割

#### 第1項 インタビューデータの分析：質的コーディング

まず始めに、得られたインタビューデータを用いて友人との集団意思決定においてみられる役割を抽出した。役割を抽出する際に使用した分析手法は、質的コーディングである。具体的な質的コーディングの手順は以下である。まず始めに、インフォマントの語った内容から、意思決定過程で行った「行動」をベースにイーミックなコードを作成した。例えば、「H.I.S.のサイトでツアーを探して...」「ネットで金沢って調べて...」という記述からは、<ネット検索>というコードを作成した。次に、作成したイーミックなコードを、行動の似ているもの同士でカテゴリ化した。その上で、イーミックなコードをカテゴリ化したものをエティックなコードと紐づけた。エティックなコードとして使用したのは組織購買行動研究や消費者行動研究で議論されている「意思決定役割」である。この意思決定役割については様々な分類が提案されている。例えば、Solomon (2013)では、集団意思決定での役割を、発案者、ゲートキーパー、影響者、購入者、使用者としている。Wilkie (1994)は、意思決定における役割を、先導者、影響者、専門家、決定者、購入者、消費者、管理者の7つに分類している。本論文は、Solomon (2013)の役割を基準として、他の分類からはそれらの概念と重複しない役割をコードとして設定した。

#### 第2節 解釈

質的なコーディングによって生み出された意思決定役割のカテゴリは、「提案者」「ゲートキーパー」「影響者」「決定者」「購入者」の5つである。表 6-1では、それぞれの役割カテゴリに紐づけたコードと、行動の具体例を示した。以下では、インタビューにおけるインフォマントの回答を引用しながらそれぞれの役割について説明していく。

表 6-1 意思決定役割のコード

意思決定役割 (上位概念)	定義	下位コード	行動例
発案者	アイデアを持ち出したり、集団メンバーのニーズを明確にする	<発案>	旅行を提案する
		<提案>	ホテルやツアーの条件について意見する
		<意思決定の促進>	早く決めようと急かす
ゲートキーパー	意思決定の為の情報を検索する。グループが共有する情報の流れを管理する	<ネット検索>	インターネットで情報を探す
		<情報共有>	全体に情報を共有する
		<選択肢の絞り込み>	複数あるツアーから候補を絞る
		<選択肢の提案>	全体にツアーの候補を提案する
		<旅行会社との接触>	旅行会社に相談する、パンフレットを持って来る、旅行会社とコンタクトをとる
影響者	結論を一定の方向に動かそうとする。提案された選択肢に対して意見する	<提案に対する希望>	選択肢に対して自分の希望を述べる
		<別意見の提案>	提示された選択肢と異なる選択肢を提示する
		<提案への反対>	提示された選択肢に反対する
決定者	買うか・買わないか、買うとしたらどのツアー、ホテルとするかの最終的な意思決定を行う	<決定>	複数ある選択肢から1つに絞り込む
		<多数決>	多数決をとる、多数決に参加する
購入者	ツアー・ホテルを予約し、支払いをする	<予約>	ホテル・ツアーを予約する
		<支払>	旅行会社に行ってお金を支払う

### 発案者

友人と旅行の意思決定をする上で重要なのは、旅行自体を友人に持ち掛ける<発案>を行う人や、利用する旅行サービスをメンバーに<提案>する人物である。このような役割は<発案者>と呼ばれる(Solomon, 2013; Wilkie, 1994)。

van Raaij and Francken (1984)の提示した包括的な旅行意思決定モデルである「休暇旅行系列 (vacation sequence)」では、一般的に旅行をする際の宿泊施設や交通手段、ツアー等、旅行でどこに行き、「何」を体験、消費するかといった具体的な旅行手段の意思決定の前に、旅行に行くか、行かないか、という「一般意思決定」が先行するとしている。ただし、この一般意思決定は、旅行手段の意思決定旅行会社の広告などを目にする事で誘発されるなど、かならずしも時系列的に先行するわけではないとされている。

本論文のインタビューにおいても、日常の会話から「友人とどこか旅行に行きたい」という漠然とした旅行の提案がされ、利用する目的地やツアー、宿泊施設が<提案>されていくケースが多く見られたが、一方で、集団内のあるメンバーが偶然目にした情報から、旅行が<発案>されていくというケースも見られた。例えば、寮生活をしている R36 は、同じ寮に住む友人と計画している北海道旅行についての交通手段の<発案>と<提案>について次のように述べている。

(僕が) ニュースサイトを見ていて、北海道で... 東北海道フリーパスって言うのがあって、北海道の列車が乗り放題になる企画の乗車券があるそうなので。飛行機はピーチかバニラを使って、現地の移動賃を安く済ませられたらなって。たまたま見えて、こんなのがある

んだったら北海道に行くしかないって。それで僕から（北海道旅行を）提案して...（R36, 男性）

また、友人同士で「旅行に行きたい」と＜発案＞があっても、本格的に旅行サービスの意思決定プロセスに移行するまでに時間がかかるケースや、旅行自体が成立しないケースもあった。例えば北海道の札幌にサークルの仲間と旅行に行った R32 は、自分が意思決定プロセスに関わっていくきっかけとなった理由について、以下のように述べている。

何か一応日程だけ先に決めてたんですよ。日程だけ決めてて、行く人決めてたんですけど。サークルの方々は、割と自由なんですよ。（旅行に）行ったのが2月の半ばだったんですけど、多分1月の半ばとかなんですよ、申し込んだのが。1月の半ばになって、誰も何も詳細決めて無かったから、私がどうするの？みたいなのを聞いて、そしたら私が申し込んだ流れですね（R32, 女性）

このような集団メンバーに具体的な意思決定を促していく（＜意思決定の促進＞）も、＜発案者＞の重要な行動の1つである。このような意思決定の促進がなされない場合、旅行自体が成立しないこともある。例えば、R11 は、大学前の卒業旅行の計画について、以下のように述べている。

（卒業旅行に）行こうよって言うてくれることかも、何人かいたりはしたんですけど、何か...はぐらかしちゃったかな？正直、っていう感じ。結構、そういうのって直前じゃなくて、年明け前くらいから、何となくみんな話題に出すじゃないですか？その時点で、（自分も旅行に）行こうよって言うてるけど、こっちから絶対（旅行の話を）振らないくらいの感じで、受け流しちゃったんですよ。どこ行きたい？とかも言わなかったですし、何か行けたら良いよねくらいの。流しちゃっていたので、結果的に行かなかったって感じですかね。（R11, 女性）

R32 のケースとは対照的に、R11 は、友人同士で旅行に行こうという漠然とした同意があっても、他のメンバーも自らも旅行の話を振らなかつたり、具体的な計画を立てることが無かったため、旅行には至らない、という結果になったと解釈できる。

### ゲートキーパー

旅行サービスの意思決定を行っていく上で、旅行者はさまざまな情報を集める。同行する友人との旅行の際のサービスについてインターネットで情報を探したり（＜ネット検索＞）、旅行会社に行って相談したり（＜旅行会社との接触＞）、複数のサービスを比較し、候補を絞り込んで（＜候補の絞り込み＞）、良いサービスがあれば全体に共有をする（＜情報共有

＞)。このような、集団内での情報の流れを管理する役割は、＜ゲートキーパー＞と呼ばれる。

情報探索で利用されていたのは主にインターネットが多かったが、旅行会社のパンフレットや旅行会社に直接相談に行くケースも少なくなかった。また、ある旅行会社と関係を維持し、特定の旅行を行う際には必ずその会社に相談する、というケースもあった。例えば、R10 は、「スノーボード」が趣味で、年に何度かスノボ旅行に行くが、その際は彼が＜ゲートキーパー＞になることが多いという。その理由について以下のように述べている。

スノボは、僕がずっと使っている会社があるんで。そこで、別にそこがめっちゃ安い方で、（旅行会社の方とは一緒に）麻雀とかをやっている方なんで、高校の時から予約してたし、それでこう、僕も全然手間でも何でもないんで自分でやっています。（R10,男性）

また、＜情報共有＞に関しては、対面で直接友人と話し合う、というケースや、コミュニケーションアプリである「LINE」を使用しているケースが多く見られた。使用例について、R39 は部活の友人 29 人と計画しているセブ島旅行について以下のように述べている。

大体そいつ（友人）が調べて、候補を出して、ココだといくらでこの位みたいな。そういう候補を出してくれて、あとは大体 LINE でみんなでこれこれが良いとかって、アンケートを取って進めていく感じですね。オプション付けるか付けないかとか。そういうのとかも全部 LINE でやって。（R39, 男性）

「LINE」は、グループ会話機能がある為、集団での情報共有に適しているようである。また、R39 の場合は、旅行計画の中心となる友人が代表で＜ゲートキーパー＞となるケースであったが、集団内の友人同士で「お互いに URL 貼り付け合って（R32）」意思決定をしていくという共同意思決定を行うという使用の仕方も見られた。

### 影響者

意思決定プロセスの中で、提案された候補に対して自分の意見を述べたり（＜提案に対する希望＞）、別の代替案を提案したり＜別意見の提案＞、提案された案に反対する＜提案への反対＞といった、提案された選択肢に対して意見を言うという役割は＜影響者＞と呼ばれる。影響者については、多くは既に出された意見に対して「賛同」するケースが比較的多く見られた。＜提案への反対＞には、直接的な場合もあれば、「返事をしない」などといった間接的な反対のケースもあった。例えば、高校時代の友人 2 人で金沢に旅行をした R4 は、身内の優待を使った旅行プランを友人に提案した時の様子を以下のように話している。

私のお父さんが航空会社で、チケットが国内線だとタダになるんですよ、だから私は飛行機

で行きたかったけど、現地集合にしたほうが安いのでそっちにしたかったんです... (中略) ...  
(現地集合も) 提案したんですけどそれで私が (交通費が) ゼロになって彼女だけ電車でそれ  
(電車代) を足して 2 で割った方が 1 人 1 人の交通費のコストが低くなると思ったんですけど、  
(友人に) それは楽しくないからやめようよって言われて (R4, 女性)

結果として、金沢へは、友人のパッケージツアーを利用することにしたそうだが、彼女は  
その時を振り返り、「数字を追求しすぎて全体像を見失っていた」と話している。一方で大  
学の友人とスペイン旅行をした R44 は、宿泊施設の決定について以下のように述べている。

私は安全なら、多少汚くても狭くても良い、ドミトリー (ゲストハウス) でも良いしって思  
うんですけど、まあちょっと嫌な子もいそうな感じだったので。結構 LINE で決めることが多  
かったんですけど、むしろドミトリーに決める事には、何も発言しないみたい。他の子は、  
ドミトリーも泊まってみたいとか、泊まったことないからとか行きたい、って言う子もいるん  
ですけど、その子はあまり、何も言わなかった。 (R44, 女性)

R44 の場合、5 人の友人の内 1 人の「無言」の反対によって、地球の歩き方に掲載されて  
いる比較的安いホテルを選択するに至ったようである。R4 のケースに比べ、R44 のケー  
スは間接的な反対のケースである。

### 決定者

複数のツアーの候補から 1 つの候補に絞り込んだり (<決定>)、複数の選択肢の多数決  
に参加して (<多数決>) 最終的な意思決定を行うのが、<決定者>の役割である。

利用するツアーやホテルを 1 つにまで絞り込んだ段階で同行者にその候補を伝達し、他  
のメンバーはその候補を承認する、というケースも少なくなかった。例えば、R30 はサーク  
ルの 5 人の友人と名古屋へ旅行した際のツアーの意思決定について以下のように述べてい  
る。

名古屋は私ともう一人友達が行きたいって言って、結局私がいろいろツアーのパックを  
調べて、企画して行きました。... (中略) ...安いのがいいっていうのは決まっていたので、自分  
が探して 1 つになって。あとはこれでいい?って感じで同意を得るって感じですかね。  
(R30, 女性)

同様に、高校時代のクラスの友人と男 2 人でインドへ旅行した R33 は、利用した交通手  
段の意思決定について以下のように述べている。

(旅行を提案したのは) 僕です。(航空券は) 相手方が一緒に取ってくれました。キャ

セイパシフィックだったので、日本でも取れた。希望は:全然聞かれてないです。「これ取ったから」って言われて、「ああ、OK」みたいな。(R33, 男性)

R30 の場合は、インフォマント本人が意思決定を行っているケースであるが、一方で R33 のケースは友人に意思決定を委譲しているケースである。また、友人との意思決定でよく見られたのは、複数の候補から多数決で最終決定を行うケースであった。

## 購入者

実際に旅行サービスを予約し (<予約>)、費用を支払う<支払>のが購入者の役割である。ただし、友人との旅行では、家族のように1つの「家計」から全員分の旅行費用を出すわけではなく、参加者全員が自らの費用を負担する形となる。ゆえに、すべてのケースにおいて実質的な旅行費用の支払者は旅行者全員であった。購入者は、同行者全員を代表し一括で旅行会社やインターネットを通じてツアー、宿泊施設を<予約>し、旅行費用を支払う<支払>。購入者は、その他の意思決定の役割にも積極的に関わっている人物であることが多かった。旅行予約サイトのポイントを貯めている人物や内定先の福利厚生が利用できる人物など、優待やポイントが目的で購入者の役割を担う者もいれば、クレジットカードの限度額上の都合、といった一括で支払のできる能力のある者が購入者の役割を引き受けていた。

### 第1項 自由回答記述データの分析

さらに網羅的に意思決定役割を抽出するため、自由回答記述データの分析を行った。分析したのは、友人と旅行をする際に集団の「まとめ役」としてどのようなことを行うかについて質問をしたデータである。データの総文字数は 15,956 字である。自由回答記述データの分析には、「共起ネットワーク」による計量テキスト分析手法を用いた。「共起ネットワーク」は、データから抽出された「語」と「語」の関連を描画する分析ツールである。抽出語は出現数が 10 以上、57 個の単語を用いた共起ネットワークを図 6-1 に示す。

共起ネットワーク図内のグレースケールの濃さは、その語句の次数中心性、すなわち結び付きの数の多さを表している。黒に近くなればなるほど次数中心性が高くなる。次に、それぞれの語句を囲む外円の大きさは、抽出語の出現数の大きさを表し、出現数が多くなればなるほど円の大きさも大きくなる。最後に、語句をつなぐ線の太さは、抽出語どうしの繋がり(共起)の強さを示している。抽出語の共起が高くなればなるほど太い線で結ばれている。

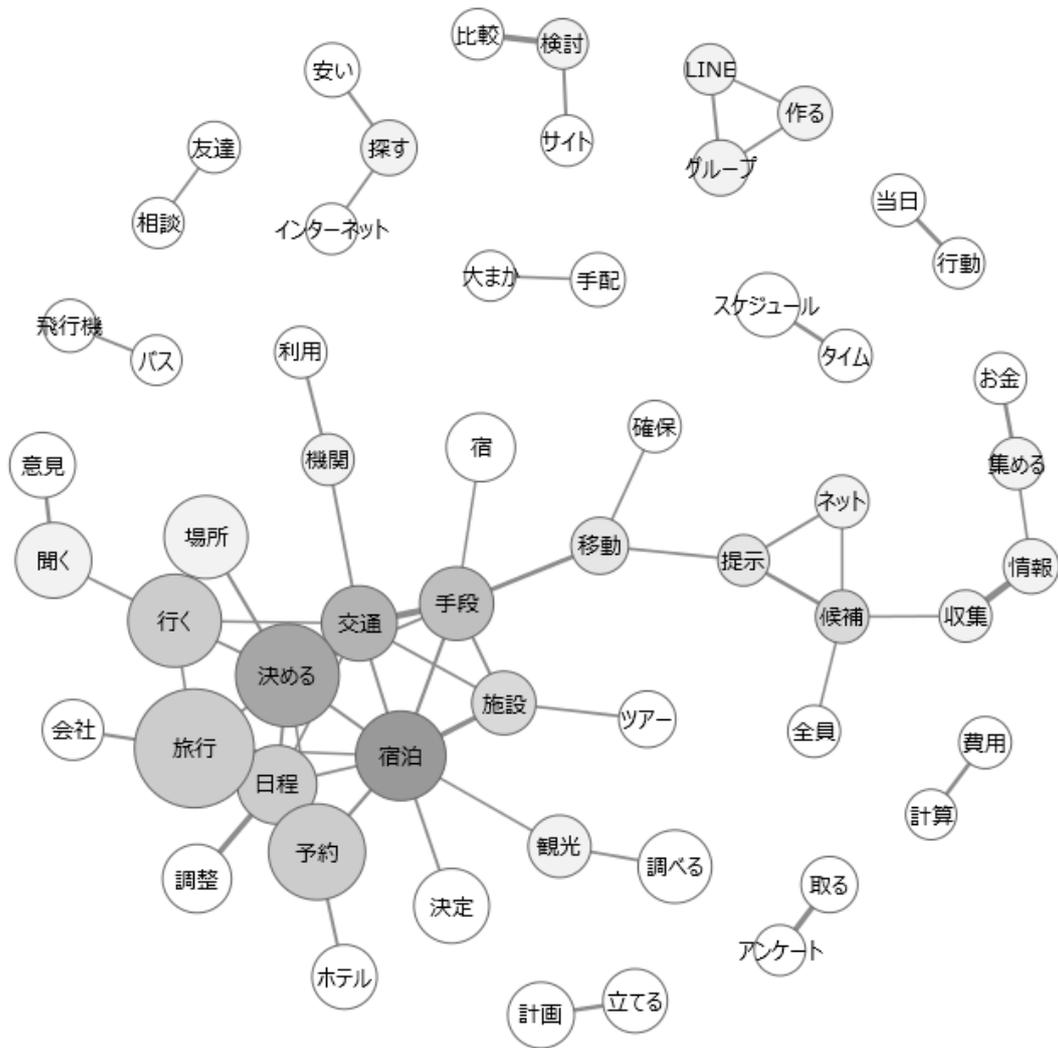


図 6-1 まとめ役の行動に関する自由回答記述データの共起ネットワーク

図 6-1 から、質的コーディングで抽出したすべての役割が確認できた。最もクラスターが大きいのは<決定者>の役割であった。まとめ役としての行動として「決める」という語の周りに「宿泊施設」や「交通手段」「場所」「日程」といった語句が描画されている。また「計画—立てる」や多数決を指す「アンケート—取る」、といった語句も出てきている。これらは<決定者>の役割であると解釈できる。また、「候補」の「提示」という<発案者>の役割や「情報—収集」「情報—集める」、「調べる」、「比較—検討」「インターネット—探す」といった<ゲートキーパー>の役割も抽出されていることがわかる。<影響者>の役割は、直接的な語句としては抽出されていないものの、「意見—聞く」という言葉が抽出されており、関連語検索で原文を確認すると、「それぞれの友人の意見を聞いて」「皆の意見を聞いて」という用いられ方が多く、「まとめ役」以外の他の参加者も影響者として意思決定に参加することが想定されていることがわかる。そして最後に「お金—集める」、「予約」する

といった<購入者>の役割も指摘されている。

また、インタビューでは確認していなかったが、「LINE」でメンバー全員の連絡が取れるよう「グループ」を「作る」という、連絡手段の確立もまとめ役の役割として挙げられていることがわかる。

これらの質的コーディング、計量テキスト分析の結果から友人との意思決定プロセスにおける役割は、<提案者><ゲートキーパー><影響者><決定者><購入者>の 5 つであることがわかった。次節では、インタビューを行った旅行ケースにおけるこれらの役割を、集団内で「何人（1名/少数/全員）」が担っていたのかを分析していく。

### 第3節 役割分担パターンの抽出

前節の分析では、意思決定プロセスにおける役割には、<提案者><ゲートキーパー><影響者><決定者><購入者>の 5 つの役割があることが確認できた。家族や組織の集団意思決定研究においては、意思決定役割は集団内の 1 人もしくは少数のメンバーがほとんどの役割を担うこともあれば、集団内の全員が意思決定に参加して共同で意思決定（joint decision making）を行うこともあるとされている。先行研究レビューにおいて確認したように、家族の「旅行」に関する意思決定では夫婦が共同で意思決定をしていくことが多いことが指摘されている。組織の購買意思決定研究ではリスクの少ない意思決定に関しては、個人で行われることも多いことが指摘されている。本節の目的は、友人集団において、それぞれのケースにおいて意思決定役割の分担がどのようになされていたのかを分析することである。この分析で収集した旅行ケースにおいて、旅行の参加者全員が全ての意思決定役割を担う「共同意思決定」と 1 人あるいは少数のメンバーがほとんどの役割を担う「まとめ役による意思決定」どちらが多かったのか、どのような役割の分担パターンがあったのかを明らかにすることができる。

#### 第1項 分析方法

まずそれぞれの旅行ケースについて、「発案者」「ゲートキーパー」「影響者」「決定者」「購入者」のそれぞれの役割を、誰がどの程度担ったのかを以下の基準で評価した<sup>11</sup>。

- ① 他者（1人）：インフォマント以外の 1 人のメンバーが最も役割を担っている。
- ② 他者（多数）：インフォマント以外の 2 人以上のメンバーが最も役割を担っている。
- ③ 全員：集団メンバー全員が均等に役割を担っている。
- ④ 自分+他者：インフォマントを含めた 2 人以上のメンバーが最も役割を担っている
- ⑤ 自分（1人）：インフォマント 1 人のみが最も役割を担っている。
- ⑥ 記述なし、不明

---

<sup>11</sup> ただし、DMUs の構成人数が 2 人の場合は、①、③、⑤、⑥のみで評価を行っている。

主観的な評価を避けるため、筆者以外に大学院生 3 人に同様の評価をしてもらった。筆者を含めた 4 者の評価の一致度を算出したところ、数値は高くはないものの、評価者間で実質的に評価が一致したと判断できる値であった (Fleiss's  $\kappa=0.65$ )<sup>12</sup>。

分析では、それぞれの役割が意思決定単位内のどの程度の人数に分担されているかを調べるため、上記の評価カテゴリを、1 人 (①もしくは⑤)、一部のメンバー (②もしくは④)、メンバー全員 (③) に数値を統合した。102 の旅行ケースの内、⑥と評価された役割カテゴリのある 13 の旅行ケースは分析から除き、89 のケースが分析の対象となった。

役割パターンの抽出には Ward 法による階層的クラスタ分析を使用した。階層的クラスタ分析では、評価パターンの似ている旅行ケースをクラスタに分類することができる。

## 第 2 項 結果

階層的クラスタ分析の結果を示したのが、表 6-2 である。細かなパターンはあるものの、大きく分けて 3 つのクラスタに分類できた。その 3 つとは、「まとめ役中心の意思決定」「少数メンバー中心の意思決定」「共同意思決定」である。それぞれの旅行ケースがどのクラスタに分類されたのかは、APPENDIX に記載している。それぞれの役割分担ケースについて、インフォマンの回答を引用しながら説明していく。

---

<sup>12</sup> フレイスの  $\kappa$  係数は、 $\kappa = .75$  以上で一致度がかかなり高いと言えるとされており今回の値はそれを満たせていない。しかし、2 者間の  $\kappa$  係数においても 0.61 以上で実質的に一致しているとみなせることから、実質的な一致はあると判断した。

表 6-2 階層的クラスター分析による役割分担パターン の抽出

役割分担パターン		バリエーション		該当ケース数
A	まとめ役(1人)中心の意思決定	A-1	集団内の1人のメンバーが全ての役割を中心に担う形で意思決定が行われる	34
		A-2	最終的な意思決定にはすべてのメンバーが参加するが、他の役割は1人のメンバーが中心となって行う	6
		A-3	発案には一部あるいは全てのメンバーが関わるが、そのほかの役割は1人が中心となって行う	7
		A-4	発案・情報探索は1人のメンバーによって行われるが、他のメンバーも適宜挙げられた候補に対して意見を述べたりく影響者>、最終的な意思決定に参加する	6
B	一部メンバー中心の意思決定	B-1	集団内の一部のメンバーがまとめ役としてすべての役割を担う	3
		B-2	一部のメンバーによって決定まで行われ、集団内の1人のメンバーが代表で購入する	8
		B-3	1人のメンバーが発案し、一部のメンバーが情報探索や、意見交換、意思決定を行う。最終的に1人が代表として支払をする	4
		B-4	集団内の少数によって発案、購入はなされるが、その他の役割には集団内の一部、時には全員が参加する	4
C	共同意思決定	C-1	集団内のメンバーが全ての役割を担う	7
		C-2	1人のメンバーが代表として購入はするが、その他の役割はすべてのメンバーによって担われる	10

### まとめ役中心の意思決定

最も大きなクラスターとなったのは、「1人のまとめ役中心の意思決定」である。まとめ役中心の意思決定では、4つの役割分担のバリエーションが確認できた。

1つ目は、すべての役割を1人のメンバーが代表として担ってしまうというパターンである。R10のバスケットボールサークルの男女7名と行った熱海旅行がこのパターンであった。

その時は（宿を決めたのは）僕ですね、多分、なんか、もう熱海でもうみんな、温泉あればいいよみたいな感じだったんで。じゃあもう適当に決めとくね、みたいな感じで。日光の時もその企画者のやつが勝手に決めてきて、でまあ良さげだからいいんじゃないみたいな感じで、最終的に、一応許可だけ最後にみんなにもらうみたいな... (R10, 男性)

このパターンに該当する旅行ケースでは、まとめ役以外のメンバーは与えられた 1 つの選択肢「承諾」をするのみでありほとんど意思決定プロセスには関わっていない。例外的に、旅行の発案は自分であるが、他の 1 人のメンバーが残りの役割を担った、というケースもこのケースに含まれている。R33 のインド旅行の航空券の購買に関する意思決定がそれにあたる（第 6 章 2 節にて引用 p.42）。

2 つ目のパターンは、旅行の発案は全てあるいは少数のメンバーによって行われるが、その後の意思決定役割は 1 人のまとめ役によって行われるというパターンである。例えば、R33 が大学のクラスの男友達 3 人と草津の温泉へ旅行した時のホテルと交通手段の選択について、以下のように述べている。

（旅行に行きたいとは）3 人共で言っていて、僕が引退して、もう一人が司法試験受けていたので、それ二つ終わったら行こうねって言うのをずっと言っていて。ずっと仲いい友達だったので、誰からともなく言い出しました。実際にホテルを調べたのは僕が全部やりました。自分が暇だったから。二人が結構忙しそうだったので。（R33, 男性）

3 つ目のパターンは、最終的な意思決定にのみすべてのメンバーが参加する、というパターンである。このパターンの典型例は、候補の提示と推奨まではまとめ役が行い、最終的にいくつか絞られた候補の中から全員で多数決を取るというパターンである。例えば、R40 は、サークルの男友達 5 人とのイタリア旅行の際のツアーの選択について以下のように述べている。

僕がツアーを。ツアーと言いますか、色々見てみて。簡単にネットで調べただけで。個人の人々がブログとかで比較しているのがあったので、そことかを見て。どこも大して変わらないって言う感じだったので、僕一応 H.I.S.で行く事にしたんですけど、結局僕の家最寄りに H.I.S.の店舗があるので、近いし楽だなと思って。どこも変わらないんだったら近い所でもいいやって、HIS にしちゃいました。H.I.S.に 2 つ 3 つくらいツアーの候補を出してもらって、あとはみんな話して、恥ずかしながらあんまりお金が無かったもので、結局安いのでいいかって。（R40, 男性）

R40 のイタリア旅行の際のツアー選択では、インフォマント本人がまとめ役となり、情報探索をしたうえで、他の友人たちに情報を共有し、安いものを選択している。

4 つ目のパターンは、あるメンバーによって提案や情報探索が行われ、他のメンバーは挙げられた候補に対して積極的に発言したり、最終的な意思決定に参加するパターンである。このパターンの典型例は、まとめ役がゲートキーパーを担い、そのほかのメンバーが候補に対する意見を言い、条件に合わなければまとめ役が再度情報探索を行い、選択肢を吟味して

いく、というパターンである。他の3つのパターンと比べて、4つめのパターンは他のメンバーも必要に応じて意思決定に積極的に関わってくる。また、まとめ役も選択肢の吟味の段階から条件についてメンバーに相談する。例えば、R6の部活メンバー8名でのイタリア旅行のツアーを選択する過程について以下のように話している。

イタリア旅行は、私、1人で仕切って予約しました。何個かホテルの情報を調べて書いて、それを全部みんなに添付して、どこら辺で良いかなみたいな。2個ぐらいだったんで、迷うところがあって。どっちでいいかなみたいな。たしか朝食は食べ放題だった方にしたと思う。迷ってたのは、位置と、でも土地勘は何も分からなかったので値段？値段は多分一緒で、どちらも安い宿だったので、朝食とか、あとホームページで部屋がどれくらい汚いか綺麗そうなのを何となく予想して決めたって感じだったと思います。ツアーの値段として、多分2つか3つしかなくて、でも3つ目は無いだろうって、(ホテルの)場所とかで、2つになって感じ。すべて値段重視でした。最初に出した後に、ちょっと特徴を書いて。「ここがめんどくさいよね」みたいな感じです。あと自分の疑問点も書いて、実際に綺麗なのかよくわからないとか書けば、みんながそれぞれ見てくれて、それを参考に何となく全体意見が決まるって感じでした。

(R6, 女性)

上記の4つのパターンはどれも、「1人のまとめ役」が中心となって意思決定役割を担うことで、意思決定を行っていくパターンである。

### 一部メンバー中心の意思決定

旅行メンバーの人数が多くなっていくと、ある一部のメンバーが小集団を形成し、他のメンバーの代表として意思決定を行っていくこともある。それが、一部メンバー中心の意思決定である。一部メンバー中心の意思決定においても大きく分類して4つのパターンが確認できた。

1つ目のパターンは、形成された小集団ですべての意思決定役割を担ってしまうというパターンである。例えば、サークルメンバー男女8人で福岡へ旅行をしたR40は利用した飛行機とホテルの選択について以下のように話している。

一応僕が行きの飛行機と宿を探して、飛行機まとめて申し込むときクレジットカードの枠の関係で、帰りの飛行機は別の人に予約してもらったんですけど、基本的には飛行機取って僕らが指定してやったんです。…(中略)…何個か候補は出したんですが、LINEとかでやるとなんかごちゃごちゃでうまくまとまらなくて、会って話したら結論でたんですけど、LINEだと中途半端なところで止まっちゃったりして、面倒臭かったんで (R40, 男性)

R40の回答からは、多人数での意思決定の困難さも見て取れる。この福岡旅行のケースの

場合は、全員の意見のすり合わせが困難であったため、R40らが「少し強引に」決めてしまったようである。

2つ目のパターンは、購入者役割は1人のまとめ役が担うが、その他の役割を少数のメンバーが負担する、というパターンである。R45は、神戸・淡路へ部活の友人30名と旅行をした時のツアーの意思決定について以下のように述べている。

私なんかは、平社員みたいな感じなんで、お金振り込んでくださって言ってきたので、その旅費回収担当でした。後は何時にここ来てって、来て。後は交通手段とか、ホテルとか、ご飯処とかは全部男の子が調べてくれてましたね。たぶんメインが彼1人で、彼の仲の良い友達が多分2~3人くらい、協力してたんじゃないかなって、思います。(R45, 女性)

R45は、部活動の中で「会計係」という係を受け持っていたため、旅費の回収のみ担当したが、旅行に関する全般は基本的に「男の子」を中心としたグループが担っていたことがわかる。

3つ目のパターンは、意思決定プロセスの発案と購入者役割は1人が中心となるが、一部メンバーによって情報探索<ゲートキーパー>、選択肢の吟味<影響者>、意思決定が行われる<決定者>というパターンである。大学のクラスの友人男女5名で台湾へ旅行に行ったR37は、利用したホテルの意思決定について以下のように述べている。

宿とかは、そろそろ決めない？っていうのを、2ヶ月くらい前に女の子の1人が言って。何かもう、私がBooking.comで調べようよって言って。ちょうど私その頃、こっち(筆者注:別件の旅行)もBooking.comで調べていて、便利だったので。そしたら探した後、現地の友達が1個か2個候補だしたんですけど、1個がダメだったかなんかで、じゃこっちでみたいな。大体どこの地域が良いかっていうのを、鉄道の関係上で、ここの駅か、ここの駅が良いって駅だけを現地の友達に教えてもらって、その駅と価格帯。多分いくらかな?多分おススメ順か、安い順かなんか、適当にフィルター掛けて、出て来た上のを、ここで良くない?って取っちゃったみたいな。(R37, 女性)

R37の台湾旅行のケースでは、<意思決定の促進>をメンバーの女の子の1人が行い、現地に住む友人と協力をして、1つのホテルを選択している。

最後のパターンは、集団内の少人数もしくは1人で発案と購入者役割を負担するが、その他の役割は一部のメンバー、時には全員が参加する、というパターンである。バンコクへ部活の友人8名と旅行をしたR1は、利用したパッケージツアーの選択について以下のように述べている。

友人のうち2人がそろそろ決めようって言って、皆で集まって、HISのホームページを眺

めてこのツアーが良いってなって HIS にその場で電話して、もう埋まってるって言われたらじゃ次のプランを探してって言う感じで決めました。集まったのは 6 人位だったんですけど、その欠席した 2 人も多数派に合わせるって感じだったんで、とりあえず予算内に納まれば良いって言うってくれたんで、残りの 6 人で決めた感じですね (R1, 男性)

R1 のタイ旅行のケースでは、インターネットでの予約であったため、代表者を 1 人立てて予約を行ったそうである。8 名のメンバーの中の 2 人が意思決定を促し、情報探索や選択肢の吟味、ツアーの決定は 6 名が負担する形となっていた。

これら 4 つのケースは、旅行を行う集団内の一部のメンバーで小集団を形成し、意思決定を行っているパターンである。特に旅行集団を構成する人数が多くなると煩雑さが増すため、集団内の少数のメンバーが好まれるようである。また、比較的少人数の旅行集団でもこのような小集団が形成される場合もある。例えば、R1 のタイ旅行のケースでは、意思決定場面で欠席をしたメンバーは、他のメンバーに権限を委譲している。また、「たまたま時間の余裕」が無く、意思決定場面に参加できない、といったケースもみられた。

### 共同意思決定

まとめ役中心にせよ一部のメンバー中心にせよ、いずれも集団内の 1 人もしくは一部のメンバーが他のメンバーより意思決定役割を多く負担するケースであったが、共同意思決定は、メンバー全員がほとんどの意思決定役割を負担するケースである。共同意思決定には、2 つのパターンが確認できた。

1 つは全ての役割を全員が負担するパターンで、もう 1 つは購入のみ 1 人のメンバーが行い、すべてのメンバーが残りの意思決定役割を担うパターンである。この 2 つの違いは、最終的な決済を 1 人が代表するか否かの違いである為、議論をまとめて行う。

共同意思決定におけるメンバーの意思決定へのかかわり方には 2 つのパターンが見られた。

1 つは、メンバー全員に目的地ごとの意思決定を割り振り、メンバーそれぞれが 1 つの目的地を担当する、といったメンバー全員の間で完全分業がなされる場合である。この完全分業のレポートリーには、目的地ごとの分業、航空会社、意思決定項目 (例: フライト係とホテル係)、情報源 (例: JTB のツアー検索担当と H.I.S. のツアー担当) ごとの分業が見られた。

例えば、キューバとメキシコへ男性 4 人で周遊旅行をした R46 は、目的地ごとの宿や航空券の予約を以下のように説明している。

例えば僕がハバナの最初の宿を、全員分まとめて予約したり、誰かがメキシコのホテルをまとめて予約したり、誰かが航空券をまとめて予約したり、予約自体は、1 人が全員分をやって、後で渡しあうって言うような。4 人とも何かしらの予約はしてますね。(R46, 男性)

この R46 の周遊旅行のケースでは、メンバー全員に目的地ごとの宿や航空券といった意思決定項目を割り振ることで全員が何らかの意思決定に関わっている。

もう 1 つは、構成メンバー全員と一緒に旅行会社に相談に行ったり、インターネットで情報を検索するケースである。例えば 2 人といった人数が少ない場合や、同じサークル・部活、ゼミなどで直接会う機会が多い場合にはこのような方法も採用されているようである。

例えば、R8 は留学先の上海から日本の友人と 2 人で台湾に旅行した際の宿泊施設と航空券の予約について以下のように答えている。

台湾集合みたいな感じだったんで、フライトは別々で、ホテルはロコミサイトみたいなので一緒に探して「ここいいんじゃない？」みたいな感じで言い合って、あっちのカードで引き落とすみたいな感じだったんですけど。いや、別々のとこいたんで、友達は日本だったんで普通に LINE とかで URL を送りながらここコスパいいよねみたいな、こういうとこ重視しようよとか、価格帯はこんな感じだよみたいなそういう相談をしながら。自分も (URL を) 送って相手も送って、意見し合ったりとかして。(R8, 女性)

R8 の台湾旅行のような少人数のケースの場合には、SNS を用いた計画もできるようである。しかし、人数が多くなると次第に SNS 上での意思決定が困難となってくることもあるようである。例えば、同じ R8 は北海道へサークルの友人と男女 8 名で旅行した時のツアーの意思決定について以下のように話している。

(ツアーは) みんなで探したんですけど、みんなで進めて一人が発起人として率先してお金の決済するとかです。場所はみんなで考えて。決めるのもみんなで。(…中略…) 一応 LINE とかグループで「どこ行く？」みたいなことは言ってたんですけど、あまりまとまらなかったんで、実際みんなと会って見て決めたって感じです。会う前は全然決まなくて中米とか適当にみんなでふざけてっていう感じだったんですけど。(海外も候補に) 入ってたんですけど、やっぱ現実を見た時に予算と日程を考えた時にそんな直前で行けるはずもないし、北海道かなみたいな。そしてその場でツアーも決めました。(R8, 女性)

北海道旅行のケースの場合には、参加人数が多くなり SNS 上では結論が出なかったため、対面で話し合う機会をもうけ、全員で意思決定をしていた。

### 第 3 項 友人集団における代理性と共同意思決定

本節では、インタビューをした旅行ケースの階層的クラスター分析によって、各旅行ケースでの意思決定役割の分担パターンを抽出した。結果から言えるのは、友人集団においては、1 名あるいは少数のメンバーが意思決定役割を他のメンバーより多く負担する「代理性 (delegation)」が起りやすい、ということである。この結果は、Decrop (2006) の、友人で

構成される意思決定単位の役割分担は、メンバーのうちの一部が「まとめ役 (Organizer)」になり、そして残りのメンバーは旅行への参加のみで満足する「参加者 (Participants)」となることが多いという指摘とも一致する。他のメンバーに比べて意思決定役割を多く負担するメンバーは「まとめ役」あるいは「社会的代理消費者」であり他のメンバーよりも集団意思決定に対して強い影響力を持っている。

#### 第4節 まとめ

本章では、友人との旅行の集団意思決定場面での集団内での意思決定役割 (タスク) にはどのような役割があり、それらの役割がどのように集団内のメンバーに分担されるのか、を明らかにした。

まず2節においてインタビューデータの質的コーディングと自由回答記述データの計量テキスト分析において、友人集団での意思決定にみられる5つの役割を抽出した。その5つとは、〈提案者〉〈ゲートキーパー〉〈影響者〉〈決定者〉〈購買者〉であった。

そして3節でそれらの役割が集団内でどのように分担されているのかを、階層的クラスター分析を用いて明らかにした。その結果、友人集団で多く見られる役割分担は大きく分けて3つであった。その3つとは、1人の「まとめ役」が中心となって集団の意思決定を先導する「まとめ役中心の意思決定」、集団内のある一部のメンバーが他のメンバーを代表して小集団を形成し、その小集団がメンバー全員の代表として意思決定を先導する「少数のメンバー中心の意思決定」、メンバー全員が意思決定役割を負担する「共同意思決定」である。そして、最もクラスターが大きかったのは、まとめ役中心の意思決定であった。少数メンバーによる意思決定も共同意思決定と同数程度であることから、友人集団においては、1名あるいは少数のメンバーが意思決定役割を他のメンバーより多く負担する「代理性 (delegation)」が起りやすいことが明らかになった。

本章では、集団全体での意思決定役割や意思決定役割のパターンを分析してきたが、意思決定に関わりを持つ「まとめ役」もしくは「社会的代理消費者」となるメンバーは、旅行の「参加者」に留まるメンバーに比べて、比較的的意思決定役割を多く負担していくメンバーであった。それでは、集団内のまとめ役や社会的代理消費者となるメンバーは、どのような要因から意思決定への参加を決定しているのだろうか。次章では、友人集団の個人が意思決定に参加する「行動意図」を持つに至る要因や、動機づけの傾向について解釈を行う。

## 第7章 意思決定への参加意図の形成要因

前章の分析において、友人集団での旅行の意思決定では、あるメンバーが他のメンバーと比べて意思決定役割を多く負担する、代理性 (Delegation) という現象がよくみられることが明らかになった。本章の目的は、質的データの解釈によって意思決定役割を多く負担する「まとめ役」がどのような要因によって意思決定へ参加していくのか、意思決定参加に対する動機づけにどのような傾向があるのか、「まとめ役」となる人物にどのような特徴があるのかを抽出し、第Ⅲ部で行う定量調査に向けて仮説を立てることである。

まず1節において、分析方法を述べた後、2節でインタビューデータでの記述と合わせて意思決定への参加意図を形成する要因と関連する理論である計画的行動理論について説明する。そして、集団意思決定参加意図を形成する要因について仮説を導き出す。そして3節と4節では、定量分析を行う上での分析軸を提示する。具体的には、3節では、データからの分析を元に内的動機づけと外的動機づけの2つの動機づけの違いを抽出する。さらに続く4節ではパーソナリティ特性の影響の可能性について述べる。

### 第1節 分析方法

本章においてもインタビュー内容の質的コーディングと、計量テキスト分析を並行して解釈を進めていく。それぞれの分析方法について説明する。

#### 第1項 質的コーディング

質的コーディングの方法は、第6章の方法と同じく、イーミックコードとエティックなコードを併用した。そして、類似する概念についてはカテゴリ化を行い抽象度を高めていった。抽出されたカテゴリとコードは表 7-1 に示す。

表 7-1 意思決定への参加意図に関するコード

要因カテゴリ		
カテゴリ名	説明	下位コード
態度	企画や計画が好きである	<楽しい><面白い><凝りたい><好き>
能力<時間の余裕>	企画や計画をする時間の余裕がある	<時間に余裕がある><暇><忙しくない>
能力<有能さ>	企画や計画ができる能力がある	<旅行の経験が豊富><効率性><有能><企画機会が多い><海外経験>
自分への期待	他の人から期待をされると感じる	<他の人に頼まれる><自分が期待されている><自分しかない>
他者への期待	他のメンバーにあまり期待ができない	<他の人が信頼できない><他に頼めない><期待できない>
	他のメンバーも企画してくれる	<他の人も企画する><一緒にやりたい>
動機づけカテゴリ		
カテゴリ名	説明	下位コード
自律的	自ら進んで計画をしている	<自分が楽しい><進んでやる><積極的><
他律的	他の人が計画しないため、仕方なく計画する	<他の人がやらない><しょうがなく><話がすすまない><頼まれる>
パーソナリティカテゴリ		
カテゴリ名	説明	下位コード
<真面目>	まじめで誠実である	<几帳面><真面目>
<リーダーシップ>	リーダーシップがある	<積極的><主体的>
<外向的>	社交的である	<いつも人を誘う><社交的である>
<神経質>	不安である、神経質である	<気にする><気になる><不安>

## 第2項 計量テキスト分析

自由回答記述データに対しては共起ネットワークを用いた定量テキスト分析を行った。分析したデータは、直近の休暇（夏休み）に、友人との旅行をすることになり回答者自身が友人グループの「まとめ役」になった、というシナリオ上で、なぜ回答者がまとめ役をする

に至ったのか、を質問したデータである。445名のデータは総文字数13,444字のデータとなった。これらのデータを Kh-coder を用いて抽出語の共起ネットワークを描画した。出現頻度が5回以上の74の単語を用いた共起ネットワークが図7-1まとめ役を行う理由についての自由回答記述の共起ネットワークである。これらのデータを用いて解釈を進めていく。

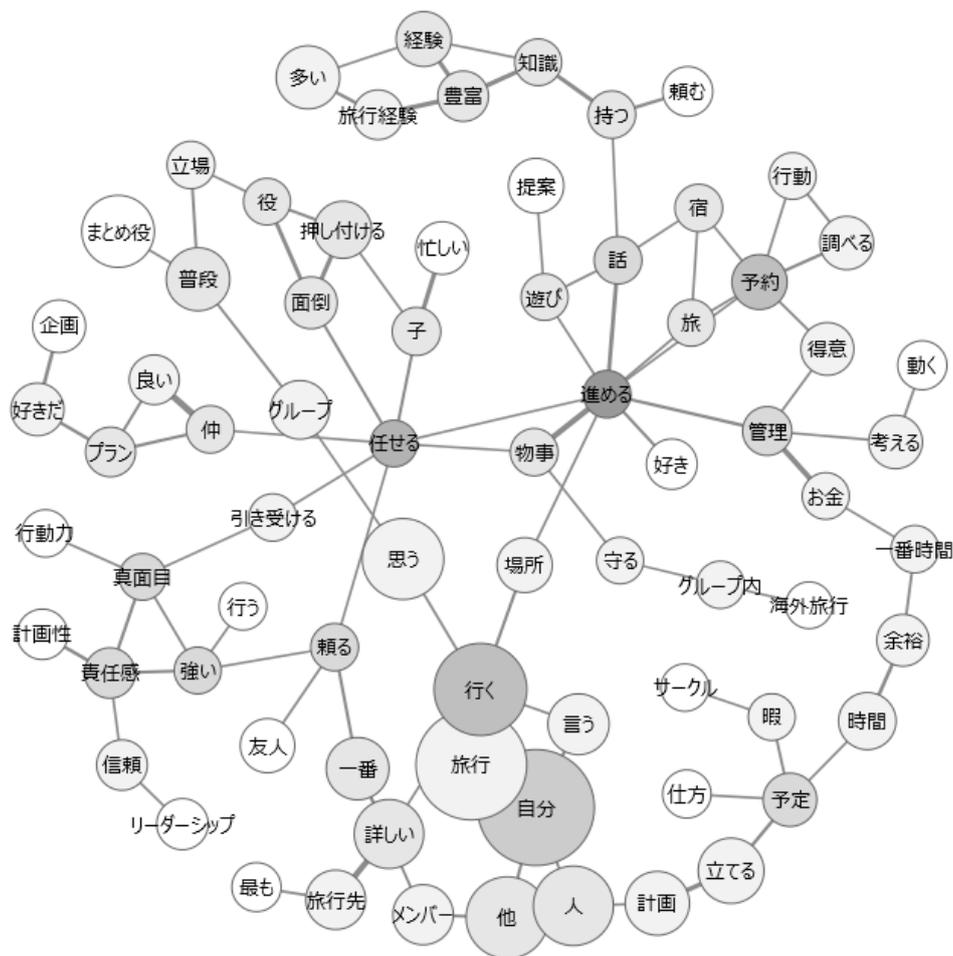


図 7-1 まとめ役を行う理由についての自由回答記述の共起ネットワーク

## 第2節 集団意思決定への参加の促進要因

### 第1項 集団意思決定参加への5つの促進要因

質的コーディング及び計量テキスト分析によって、友人同士で旅行をする際に集団の意思決定へ参加するか否かを促進する要因と阻害する要因は、5つに集約できた。その5つとは、態度、時間の余裕、有能さ、他者からの期待、他者への期待である。それぞれについて

データに基づき解釈していく。

### 態度

行動に対して好感を持っていることは、行動を引き起こす強い要因となる。それは、集団の意思決定への参加についても同じである。計画行動へ積極的に関わっていく 1 つの要因に「態度」が挙げられる。意思決定行動に「楽しさ」や「面白さ」を見出し、計画行動が「好き」であれば、自ら積極的に意思決定に関わっていく。計画行動に対する好意的な態度は自由回答記述の共起ネットワークにも「企画—好き」という繋がりや「進める—好き」といった繋がりで見られている。また、インタビューデータでも「楽しさ」「面白さ」「好き」といったコードが多く確認できた。例えば、以下のような回答が見られた。

- ・ 結構探して取ったりするの僕、やることが多いので。あまり苦ではないというか...結構好きなので。〈楽しさ〉
- ・ 企画が好きだからです。まず遊ぶっていうことが好きだったんで、ドライブとか含め。好きだったから提案して、っていうのが多かった。〈好き〉

また、極端な例だが旅行の前に「旅行のしおり」のような、スケジュール表の作成に凝るインフォマントもいた。彼女いわく、計画表を作った方が現地で効率的に観光地へ移動でき、この作業自体も「息抜き」になる、と述べている。

### 能力（時間の余裕）

旅行の計画はある程度の時間を要する行動である。特に、友人との意見のすり合わせや調整が入れば、個人で意思決定を行うよりかなりの時間がかかる。計画を行う段階で「サークル」や「部活」「卒論」「試験」などがなく、「暇」で、「時間の余裕」があることは集団意思決定への参加の条件であるようである。共起ネットワークにも「時間—余裕」といったワードや「暇」といったワードが見られている。また、インタビューでは以下のような回答が見られた。

- ・ たぶん他の人が動かない、かつ僕らが暇だったっていうのもあるし(笑)普段はだからリーダーじゃないですけど、どんどん動かしてくれる人がやるんですけど、それで僕も暇だったんで、旅行会社に一緒に行ったっていう。〈暇〉
- ・ 自分が暇だったから。他の二人が結構忙しそうだったので。〈暇〉

### 能力（有能さ）

集団旅行の計画は、時間がかかるのと同時に集団が満足するような選択肢を選ぶことができる「有能さ」も必要なようである。共起ネットワークでは、「旅行経験・知識—豊富」、「予約—得意」「旅行先—詳しい」という語の繋がりが見られている。質的コーディングから

は、有能さには、＜旅行経験＞や＜知識＞の他にも、海外旅行であれば＜語学能力＞や＜海外渡航経験＞、さらに情報探索や意思決定の早さ、といった＜効率性＞も挙げられていた。さらに旅行の意思決定に関する能力だけではなく、日常的によく集団の意思決定を率先して行っているという＜集団統率経験＞も有能さの 1 つとして挙げられていた。具体的には以下のような記述が見られた。

- ・ 非常に聡明で勉強も出来る子ですし、しっかり者なので、そういう手続きとかも慣れてる事もありますので、その子は留学とか旅行とかバンバンなので、非常に。元々そういう役割を担っていた子なので、そういう方面の手続きには強いのかな？と考えると、私自身は特に何もやってもらってないので、そんなに不安な事は今の所ないです。＜知識＞＜旅行経験＞
- ・ そもそも海外がすごい好きな、女の子がすごい海外が好きで、元々津田塾の子なんですけど、サークルでも海外のカンボジアとかの支援みたいなのでよく海外とか行っていた子なので、海外旅行とかも慣れていて、それで凄い好きで、その子が勝手にやってくれたって言う感じです。＜海外渡航経験＞
- ・ 旅行先が海外だったので、私が一番英語ができるから＜語学能力＞
- ・ 私の方が早いから、自分でやっちゃったほうが楽。結局人に案を出されても、もう 1 回調べ直したりすることになるので、だったら自分で分かった方が楽。＜効率性＞
- ・ クラスのクラス長みたいなポジションだったんですよ。そういう役職って感じだったので、何か成り行きというか。＜集団統率経験＞

### 他者からの期待

友人集団での行動では、自分が友人からどのように行動すべきと思われているかという他者からの行動期待が行動を引き起こす要因となる。友人間の集団意思決定においても同様である。旅行をする多くの友人集団はある程度の交友関係のある友人であることが多く、日常の友人関係の中での「役割」や「立場」、インフォマントの言葉で言えば「キャラ」が決まっていることが多い。そのような環境で、友人たちから自分が計画行動に参加すべきと期待されている、という認知は意思決定への参加行動を引き起こす強い要因となるようである。

共起ネットワークを確認すると「押し付ける」「頼る」といった動詞が現れていた。それぞれの原文を確認すると、という「面倒を押し付けられる」「一番頼られている」という未然形の形での使用が多く、他人から意思決定への参加を期待されていることが一要因となっていると解釈できる。また、「自分」というごとの繋がりを見ると、「自分—言う」という言葉が繋がっている。二つの言葉が使用されている文を確認すると、「旅行をしようと言い出したのが自分だったから」「自分が言い出した」という用いられ方をされていることが多く、旅行を＜提案＞することで、その後の意思決定への参加も期待されている

と解釈できる。

また、インタビューからは以下のような回答がみられた。

- ・ 自分は高校の同級生の時は、その中で、みんな行きたいって言うけど、実際やるのは私かなって感じなんですけど。他がやらなかったらやるって感じで。高校のときの卒業旅行とかも自分がやったんで。＜自分が期待されている＞
- ・ 誰かやりたがるのかな？と思ってたら、意外とやらなかったんで、やるしかないかな？っていう感じですかね。義務感じゃないですけど。＜自分しかない＞
- ・ やる人がいなくて私がやるみたいな感じで。結構いま簡単に予約とかできるじゃないですか？だから別にやっちゃおうかなみたいな感じで、元々行こうみたいなのを言ったのも私がきっかけみたいな感じだったし...＜自分の発案＞
- ・ 多学年内とかで、「誰が企画するの？誰が企画するの？」みたいな感じの時に、「●●じゃねえ？」みたいな事を言われて、「ああ、俺なのかな...」みたいな。僕も学年旅行は絶対今しか出来ないと思うので、やらなくちゃいけないなと思って、そこはちょっと割り切った感じで。＜他の人に頼まれる＞

### 他者への期待

友人集団で自分がどのように行動すべきかが期待されているのと同様に、自らも他者がどのように行動するかという他者に対する期待を持っている。他者への期待も意思決定に参加するか否かの一要因となるようである。ただし、この要因の働き方には2つのパターンが確認できた。

まず1つは、他のメンバーの意思決定への参加が期待できない、もしくは他者の能力に期待ができない場合である。例えば、他者を表す「他」という言葉との繋がりを原文で確認すると、「他の子が忙しそう」「他の子に忙しいと言われ押し付けられる」「他の人がめんどくさがり」「他にやる人がいない」「他の人があまり予定を立てようとしない」「他の人に任せると不安」といった、他のメンバーの意思決定への消極性や能力の無さ、信頼の無さが意思決定参加の要因となっていると解釈できる。インタビューにおいても以下のような回答が確認できた。

- ・ 自分がやらなかったら、みんな行きたいって言うだけで、多分実現はしなさそうだなって。そのグループが女子3人男子4人のグループなんで、女子が基本多分やるんですけど。男子は何もしない＜他人に期待できない＞
- ・ 海外の時には親が心配するし、自分もちょっと心配なので、人に任せるよりは、自分が1番安全だっってもう所を決めたいなって。いつも海外の時には、慎重になります。＜任せると不安＞

このような事例は、他人が意思決定に参加しそうにない、すなわち他者に期待できないために意思決定への参加意図が促進されるパターンである。逆に、このような事例の裏には、他者が意思決定に参加するだろうという期待があれば、自分は意思決定に参加しない、という「他者への期待」が意思決定への参加を阻害する働きがあると考えられる。実際、インタビューにおいて、意思決定へ積極的に関わらなかった理由として、他者の有能さ、積極性を挙げる以下のような回答が多く見られた。

- ・ 4人のうちの2人がすごい動く子なんです。旅行企画したがりがりしおり作っちゃいがちみたいな人なので任せちゃおうって。
- ・ (計画は) しなかったですねーパスポートも持ってなくて海外旅行も初めてだったんで正直調べても分かんないなって思ったんで。知ってる人がいっぱいいるんで、... (中略) ...知ってる人が主導してくれた方が良いかな、。プランニングみたいな予約みたいなのは他の人にやってもらった方が良いかなって感じです

もう 1 つの事例は、他のメンバーが意思決定に参加することで自らも意思決定に参加するという場合である。例えば、このようなインタビューの回答があった。

- ・ 任せっきりは悪いから、私は飛行機調べるねって... <他の人も企画する>
- ・ 役割分担みたいなのは成り行きですね。俺これやるわ、じゃあ俺これやるわ、みたいな感じで。やってって頼んだわけではないんですけど、みんなやってくれました<他の人も企画する>

後者の事例は、「他者への期待」が前者の事例とは全く逆の働きをしている。すなわち、他者が意思決定に参加するという「他者への期待」が、自らの意思決定への参加を促進している。

## 第2項 5つの要因と計画的行動理論

計量テキスト分析と質的コーディングの結果から、態度、時間の余裕、有能さ、他者からの期待、他者への期待の 5 つの要因が集団意思決定への参加を促進する要因であることが示された。この 5 つの要因のうち、「態度」「時間の余裕」「有能さ」「他者からの期待」という概念は、Ajzen (1991) による「計画的行動理論」を構成する概念と共通している。

### 計画的行動理論

人間はある行動に対して好意的な態度を示しているからといって必ずしもその行動を行うわけではない。計画的行動理論 (Theory of Planned Behavior) は、このような「態度」から「行動」への乖離を説明する為に提案された理論である (Ajzen, 1991)。計画的行動理論は、もともと合理的行為理論 (Theory of reasoned action) から派生した。合理的行為理論は、行

動を起こそうとする「意図」は、その行動に対する好意である「態度」と、自分にとって重要な他者が自らに対してその行動を期待しているかという「主観的規範」で行動が予測できるとする理論である。このモデルで特徴的であるのは、重要な他者からどの程度その行動を期待されているかという、主観的規範という概念が行動の予測に組み込まれている点である。例えば、ある人物が「合法ドラッグ」に対して好意的な態度を持っているとしても、その人にとって重要な人物—例えば親や友人—がそれらの行動を自分が行うべきでないと思っているとすれば、実際に「合法ドラッグ」を使用する、という行動には至らないと考えることができる。

この行為理論に認知的行動統制感（Perceived Behavioral Control; PBC）を加えたのが計画的行動理論（Theory of Planned Behavior）である。認知的行動統制感は、行動遂行の容易さ、困難さであり、過去の経験と、予測される妨害、障害の有無であり、自らがその行動を実際に起こすことができるかどうかについての概念である。認知的行動統制という概念に最も近い概念は、Bandura (1977)の認知的自己効力感（Perceived self-efficacy）である（Ajzen, 1991）。自己効力感は、「ある目標のレベルを達成する為に必要な行動を実行できる能力についての信念(Bandura, 1998, p. 624)」のことであり、言い換えれば行動を起こすことができる自信があるかどうか、ということである。この2つの概念は混同されやすいが、自己効力感とPBCは完全な同義語ではない(Ajzen, 2002; Conner & Armitage, 1998; Terry & O'Leary, 1995)。PBCは「行動の実行（Performance）に対する認知的な統制感（Ajzen, 2002, p. 668）」のことであり、Bandura (1977)の自己効力感の概念と、行動の実行に対する統制感（locus of control; 自分の行動をコントロールできる程度）の2つを併せ持つ概念であると理解されている(Ajzen, 2002; Conner & Armitage, 1998)。

一般的に、計画的行動理論では、ある行動に対する「態度」「主観的規範」「認知的行動統制感」が高ければ高いほどある人が対象となる行動を起こそうと思う「行動意図」が高くなり、「行動」を起こす可能性が高くなるとされる。この計画的行動理論は、環境配慮行動や健康・エクササイズ行動、恋人とのコンドームの使用、レジャーの選択など様々な行動の予測に使われているモデルである。

### 第3項 集団での意思決定への参加と計画的行動理論

質的な分析から明らかになった「態度」「時間の余裕」「有能さ」「他者からの期待」という概念は、Ajzen (1991)による「計画的行動理論」を構成する概念と共通している。「有能さ」や「時間の余裕」は、計画的行動理論における「認知的行動統制感」の下位概念であると考えることができる。「有能さ」は、意思決定遂行を適切に、そして効率的に行うことができるかどうかであり、「自己効力感」に近い概念である。また、「時間の余裕」は、集団意思決定へ参加できる時間があるかどうかであり、PBCの行動の実行に対する統制感であると考えることができるからである。

また、「他者からの期待」は、自分が集団の中で意思決定を行うべき、と他のメンバーに

期待されているかどうかである。他者からどの程度行動を期待されているかどうかである。「主観的規範」であると解釈できる。ただし、計画的行動理論が一般的に想定している「他者」とは、自分にとって「重要な他者」であり、「集団内のメンバー」といった特定の存在ではない。

一般的に計画的行動理論は「個人の行動」を予測するモデルである。例えば個人が「エクササイズ行動」を起こすのは、個人がその行動に対して持つ「態度」と「主観的規範」、「認知的行動統制感」によって予測できると考える。それに対して、「集団意思決定」は文字通り「集団」で行う行動である。個人の行動と集団の行動の違いは、集団内メンバーがお互いに集団で行う行動について何らかの期待を持っている、ということである。すなわち、自分が集団内で他者からどのような行動を期待されているか、という主観的規範を受け一方で、自らも他者に対して他人がどのように行動するか、という期待を持っているということである。よって、計画的行動理論を集団行動における個人の行動の予測に応用するには、この「他者への期待」もモデルに組み込む必要があると考える。「他者への期待」については、質的なデータからは、「他者への期待」によって意思決定への「参加意図」を阻害される、すなわち負の影響を与える事例と、「他者への期待」ができることで「参加意図」が促される、という正の影響の2つが確認できている。よって「他者への期待」の「参加意図」に与える正と負の影響は定量的に検証することが必要である。

また、それぞれの概念は独立ではなく、相関関係があると考えられる。例えば、旅行の経験が豊富で、集団の意思決定の遂行に対する「効力感」が高ければ、「態度」も良い可能性が高く、意思決定に掛かる時間も少なく済むと考えられるため「時間の余裕」を感じやすいと考えられる。また、能力が高ければ他人からも意思決定を期待されやすく、他のメンバーに参加はあまり期待しない、と考えられる。

#### 第4項 仮説の導出

以上の解釈から、第Ⅲ部の定量調査に向けて以下のような仮説が立てられる。

##### 態度

**H1：態度は、行動意図に正の影響を与える**

##### 効力感

**H2：効力感は行動意図に正の影響を与える**

##### 時間の余裕

**H3：「時間の余裕」は「行動意図」に正の影響を与える**

##### 主観的規範（他者からの期待）

**H4：「主観的規範」は「行動意図」に正の影響を与える**

##### 他者への期待

**H5-1：「他者への期待」は行動意図に負の影響を与える**

**H5-2：「他者への期待」は行動意図に正の影響を与える**

## 相関関係

- Ha : 「態度」と「効力感」には正の相関がある。
- Hb : 「態度」と「時間的余裕」には正の相関がある。
- Hc : 「態度」と「主観的規範」には正の相関がある。
- Hd-1 : 「態度」と「他者への期待」には負の相関がある
- Hd-2 : 「態度」と「他者への期待」には正の相関がある
- He : 「効力感」と「時間的余裕」には正の相関がある。
- Hf : 「効力感」と「主観的規範」には正の相関がある。
- Hg-1 : 「効力感」と「他者への期待」には負の相関がある。
- Hg-2 : 「効力感」と「他者への期待」には正の相関がある
- Hh : 「時間の余裕」と「主観的規範」には正の相関がある。
- Hi-1 : 「時間の余裕」と「他者への期待」には負の相関がある
- Hi-2 : 「時間の余裕」と「他者への期待」には正の相関がある
- Hj-1 : 「主観的規範」と「他者への期待」には負の相関がある。
- Hj-2 : 「主観的規範」と「他者への期待」には正の相関がある。

### 第3節 意思決定への参加の動機づけ：自律的動機づけと他律的動機づけ

#### 第1項 自律的動機づけと他律的動機づけ

さらにデータを分析していくと、意思決定参加に対する動機づけに対する個人の傾向は、大きく2つに分かれると解釈できる。1つは、＜自律的＞な参加であり、旅行の計画が「好き」であったり、「自分の好きなようにしたい」といった理由から集団意思決定参加に対して自ら積極的に参加していく傾向である。もう1つは、＜他律的＞な参加であり、「他の人がやらないから仕方なく」、「他の人が計画してくれない」、「他の人に任せると不安」といった他者の存在によって動機づけられて意思決定に参加していく傾向である。

共起ネットワークデータにおいても、これらの2つの動機づけの違いが表れている。共起ネットワークでは、＜企画—好き＞や＜進める—好き＞といった、計画行動自体が好き、という言葉の繋がりが確認できる。一方で、＜面倒—押し付ける＞＜面倒—任せる＞といった繋がりや「引き受ける」という単語が抽出されている。前者は自ら行動を起こしている＜自律的＞な動機づけ、後者は他者に行動を動機づけられる＜他律的＞な動機づけの現れであると解釈できる。

インタビューにおいても、これらの動機づけの違いが現れている。例えばそれぞれの動機づけについて以下のような回答がみられた。

<自律的>

- ・ 何か動く派、そういうのが好きだったり、後は自分が行きたいので、自分がガーって調べる。自分が行きたいから調べるって、流れかもしれないですね。<計画好き・進んでやる>

<他律的>

- ・ 相手が頼りないというか（笑）ちょっとコイツに任せていたら本当に聞き取ってくれているのかわからないというような人がいたので、しょうがなくやるみたいな感じだったんですけど。日頃の生活習慣だったり、ちょっと適当なミスが多いので。あとあまり旅行とか詳しくなくて、交通事情とか詳しくない子ですので、その人に任せるよりは自分でちゃちゃっと取って、そんなに負担でもないと思ったので、というような感じです。<不安・頼れない>
- ・ 行こうってなって、日程は何となく決まったんですけど、誰1人動かないんで。
- ・ 安くて早く行きたいなって思ってたんで、調べようと思いました。<他の人がやらない>

自律的に動機づけられるか、他律的に動機づけられるかは個人差があるようである。例えば、R31は、友人と旅行をする時には大抵意思決定に参加することが多いそうだが、その理由を以下のように述べている。

私の方が早いから、自分でやっちゃったほうが楽。結局人に案を出されても、もう1回調べ直したりすることになるので、だったら自分で分かった方が楽。ここどう？って言われて、例えばサイトを貼りつけられたとしたら、写真だけ見て決めるわけにもいかないじゃないですか、そのサイトに行ってみて読んで他にどうゆう選択肢があるのかなって、結局気になり始めるので調べちゃうんですよ、楽しいですしね、それも。

一方 R41 は、友人との意思決定に参加するのは、「必要な場合のみ」と述べている。以下の記述からも分かる通り、「今しか出来ない学年旅行」である為、「割り切って」意思決定に関わったことが分かる。

学年内とかで、「誰が企画するの？誰が企画するの？」みたいな感じの時に、「●●じゃねえ？」みたいな事を言われて、「ああ、俺なのかな...」みたいな。僕も学年旅行は絶対今しか出来ないと思うので、やらなくちゃいけないなと思って、そこはちょっと割り切った感じで。

これら 2 つの動機づけの差異は、集団での意思決定参加に対して自ら動機づけられてい

るのか、それとも他者に動機づけられているのかである。換言すれば、前者は外的な要因が無くても自ら自発的に意思決定に参加していくのに対し、後者は他者という外的な要因から意思決定に「仕方がなく」参加していく。動機づけ研究による自己決定理論 ((Self-Determination Theory; Richard M Ryan & Deci, 2000)を援用すれば、前者は「内発的動機づけ」、後者は「外発的動機づけ」であると解釈できる。

## 第2項 内発的動機づけと自己決定理論

Harlow (1950)は、特別な報酬もなく、機械的なパズルに好奇心を抱き、飽きずにパズルを続けるサルの様子から、活動することそれ自体が目的となっており、それ以外に報酬を必要としないような動機づけを内発的動機づけ (intrinsic motivation) と名づけた。初期の内発的動機づけに関する研究は、報酬以外の自己目的的な興味や有能感に基づいた熟達志向的な動機づけの説明が行われた (長沼 2004)。しかし、初期の研究では内発的動機づけを仮定したところで、外からの報酬に基づく外発的動機づけは相互に補完的なものであり、興味に基づいた行動に対する報酬は、その行動を強化し、持続させると考えられていた。

この研究に対して、意を唱えたのは、Deci であった。Deci は、幼児の頃には誰もが見せていた好奇心や意欲が学校で学ぶようになるにつれて失われ、多くのケースで受動的になることに疑問を覚え、内発的動機づけが年齢とともに低下してしまうことを報酬による行動主義的な統制にあるのではないかと仮定し、もともと興味を持っていた活動に対する外的報酬の効果を検証した。その結果、金銭的報酬を与えられた実験群では、報酬の無い状態での行動への内発的動機づけが低下するというアンダーマイニング効果 (Undermining effect) が見られることが明らかになった (Deci, 1971, 1972a, 1972b)<sup>13</sup>。この現象を、Deci(1975)は、認知的評価理論 (cognitive evaluation theory) によって説明している。

認知的評価理論は、DeCharms (1968)の自己原因性 (Personal causation) の概念に基づく理論である。自己原因性の理論では、自らが自らの行動の原因 (オリジン : origin) であると知覚している状態では、人は内発的に動機づけられるのに対し、逆に他者から統制されている (ポーン : pawn) と知覚している状態では外発的に動機づけられるとされる。つまりアンダーマイニング効果は、外的報酬を与えられることで、自己の行動が統制されているという感覚を持ち、行動を始発する原因が自らにあるといった感覚が低下させられた状態と解釈できるのである。Deci(1975)は、自らが自らの行動の原因でありたいといった欲求を「自己決定 (self-determination) の欲求」として区別し、「有能さへの欲求」や、「関係性への欲求」と合わせて内発的動機づけの中心概念とした。Deci and Ryan (1985)は、この認知的な動機づ

<sup>13</sup> Deci(1971,1972a, b)の実験では、外的報酬として「金銭的報酬」と褒める、などといった「言語的」報酬の二つの効果を測定しており、アンダーマイニング効果が見られたのは、「金銭的報酬」のみであった。この点について、Deci は外的要因を、「制御側面 (Controlling)」「情動的側面 (informational)」の2つの側面について論じている。外的要因が制御的に機能した場合、他者に統制されているという感覚が生じ、自己決定感が低くなるが、情動的に機能した場合には、外的要因により行動の結果についての情報もたらされるため、有能感や自己決定感が変化する。すなわち、金銭的感覚は、制御的に働いたのに対して、言語的報酬は情動的側面が強いため、内発的動機づけに差が生じるとされた。

けに関する理論体系を、「自己決定理論」と呼んでいる。

### 第3項 有機的統合理論

一般的に、行動それ自体目的であり、自律的に動機づけられるのが内発的動機づけであり、手段的で他律的（非自律的）な動機づけは外発的動機づけということになるが、自律性と外的な動機づけの関係性についてさらに議論を展開したのが、Deci and Ryan (1985)による「有機的統合理論」である。有機的統合理論は、人間が社会的価値観などを自己のものとして内在化していく過程を理論化するものである。すなわち、もともと外発的であった動機づけが自律的に自律的な動機づけに変化していく過程が描かれる（長沼 2004）。Richard M Ryan, Connell, and Deci (1985)によれば、内在化の仮定は行動に対して感じている自己決定の度合いにより、4つの自己調整（自己制御：Self-regulation）の段階に分かれるという。その4つとは、外的調整、取り入れの調整、同一視的調整、統合的調整である。以下では、それぞれについて簡単に説明する。

#### 1. 外的調整（external regulation）

外的調整は、最も他律的な状態の段階である。すなわち、課題に対する価値を認めていないが、外部から強制されて、やらされているから行動をしており、最も外発的に動機づけられている状態である。

#### 2. 取り入れ的調整（introjected regulation）

取り入れ的調整は、外的調整の次に他律的な段階である。課題の価値は認め、自己の価値観として取り入れつつはあるものの、まだ「しなくてはいけない」といった義務的な感覚を伴っている状態であり、他人から強制されていないという点では自己決定的だが、やらないと不安であるといった消極的な理由から行動が行われる。

#### 3. 同一視的調整（identified regulation）

同一視的調整の段階では、自己の価値観として行動の持つ価値の重要性が認識され、自分にとって「重要だからやる」といった積極的な理由へと変化する。

#### 4. 統合的調整（integrated regulation）

最後の段階は、統合的段階であり、価値の内在化が進み、他の価値観と対立しない、自己と融合した価値観を持つようになる。他にやりたいことがあった場合でも何の葛藤もなくその行動を優先させ、自らやりたいことでその行動をしている状態である。

このように、有機的統合理論では、外発的動機づけの中にも「価値観の内在化」によって自己決定の感覚を促す、自律的な側面が存在することが示されている。そして、それぞれの段階は、動機づけの源泉は異なるものの、自己決定性の低い極みである「非動機づけ」から、高い極みである「内発的動機づけ」の間の一元上に付置され、統合的になるにつれて内発的動機づけに近くなるとされる。

この有機的統合理論は友人集団での旅行の意思決定参加の文脈にも適用可能であると筆者は考える。その理由は、各段階に当てはまる記述が多く見られるからである。例えば、「まわりから指名された」「他の人から押し付けられる」といった理由は、同行する友人（他者）からの働きかけにあたるものであり、外的調整に相当する。「旅行中に困りそう」「計画をしないと不安」といったような準備不足に対する「不安」や「他の人に任せると心配」といった、他者に任せることに対する「不安」というような理由は、取り入的調整にあたる。また、「良い旅行ができると思う」「自分の好きなようにできる」「得をすることが多い」といった理由は「同一視的調整」の定義に近く、「計画が楽しい」「面白い」「息抜きになる」といった「統合的調整」の定義に近い。

#### 第4項 仮説の導出

一般的に友人との旅行での集団意思決定への参加に対して外的もしくは内的に動機づけられるのかによって、第2節で示した5つの要因が集団意思決定への参加意図に与える影響は異なる可能性が高い。特に外的動機づけが強く働く者は比較的集団内の他者の存在に影響されやすく、内的動機づけが強く働く者に比べて、「他者への期待」によって行動意図や他の変数が強い影響を受けると考えられる。

#### 第4節 パーソナリティの影響

共起ネットワークからは、「真面目」「リーダーシップ」「責任感—強い」といった単語が抽出されていた。また、インタビューからも以下のような回答がみられた。

- ・主体性がある人が私だったみたい。 (笑) <主体性>
- ・非常に聡明で勉強も出来る子ですし、しっかり者なので、そういう手続きとかも慣れている事もあります。 <誠実>
- ・自然と同期内で「いつもアイツが企画しているよね？」みたいな感じの子っていうのは、大抵頻りに飲み会を開きますって言っていたりとか、あとは夏にみんなで旅行しようよみたいな感じで提案してくるのが、たまたまその人っていうだけなんですけど<いつも人を誘う>
- ・ただなんか役職とゆうより人柄の話、凄い真面目な感じで部でも中心となって引っ張って行こうとしてて、役職も結構中心に来てもおかしくないような感じのポジションの奴なんですけどなんかこう外交的というか真面目とかってゆうこともあるんですけど<真面目・社交的>
- ・自分で思った通りにやりたいタイプの人だから、そうですね。行動力がめっちゃあるタイプです。 <主体性>

これらは、集団意思決定に関わっていく人の特性、すなわちパーソナリティを表す語であると解釈できる。質的コーディングと計量テキスト分析からは、意思決定に参加していく者

は、「社交的」で「真面目」、「誠実」な「人柄」であるとされている。しかし一方で以下のような記述もみられる。

・社交的とはちょっと違う気が...その子は几帳面な子で心配性というか...先に決めときたいって感じで<心配性・不安>

・自分は仕切りたくはないんだけど、心配性なんですよ。決めとかないと怖いというか。<心配性>

これらの記述は、「心配性」といったパーソナリティ傾向であると解釈できる。このような異なるパーソナリティ次元が現れていることから、第Ⅲ部における定量分析においてもパーソナリティの違いを検討することが必要であると思われる。

## 第5節 まとめ

本節では、まず集団意思決定への参加の促進要因として質的データから<態度><有能さ><時間の余裕><他者からの期待><他者への期待>という5つの要因を抽出し、計画的行動理論を応用する形で、<態度><効力感(有能さ)><時間の余裕><主観的規範><他者への期待>によって集団意思決定への<参加意図>を予測する仮説を提示した。そしてさらに分析軸として自己決定理論による動機づけの傾向やパーソナリティの違いについても考察した。続く第Ⅲ部では、第Ⅱ部で導出した仮説を、量的データによって検証する作業を行う。

# 第Ⅲ部

## 定量データによる検証

## 第8章 集団意思決定への参加意図の形成モデルの検証

### 第1節 目的

集団で何か1つの商品やサービスの意思決定を行う際には、個人ではなく集団を1つの単位として意思決定が行われる。レストランの選択であれ、映画やイベント、旅行先のイベントであれ、友人集団で何か1つの商品やサービスの選択を行う場合、その消費行為の意思決定プロセスにどれだけ関与するかは、集団内メンバーで差が生じることが指摘されている。例えば、あるメンバーは旅行好きで、友人との旅行で行く目的地やツアーや交通手段、宿泊先、観光地などを積極的に調べ、集団メンバーに共有し、ある場合には代表としてすべての意思決定を行うかもしれない。他方のメンバーは、友人に調べてもらった観光地やレストランに同行し、友人が予約した宿泊地に泊まり、旅行に参加することのみを楽しみにしており、旅行の際に発生する意思決定プロセスにはほとんど参加しないという場合もある。すなわち、同じ集団に属していても消費の際に行われる「意思決定プロセスへの参加」には差異があるのである。

第6章では、質的データから、友人との旅行における集団意思決定に関して、集団メンバー間に意思決定プロセスへの差があることを確認した。具体的には社会的代表意思決定者（Social Surrogates）もしくはまとめ役（Organizer）として、集団の意思決定プロセスの大部分を担うメンバーと、旅行の参加者としてほとんど意思決定には関与せず、他者が決めた旅行プランに参加することを楽しむメンバーが現れることを確認した。そして第7章では、友人集団での意思決定へ参加を促す要因として、以下の5つが抽出された。

- ・ 態度
- ・ 時間的余裕
- ・ 能力
- ・ 他者からの期待
- ・ 他者への期待

本章の目的は、質的データから得られた仮説を検証することにある。すなわち、これらの5つの要因によって意思決定参加への行動意図が予測できるかを、共分散構造モデリングを用いて検証することである。以降では、まず仮説を改めて提示する。その後、調査の概要を説明し、結果を述べる。

## 第2節 仮説

本節では第7章で導出した仮説をあらためて提示する。図 8-1 は、仮説モデルを図示したものである。この仮説モデルを「集団意思決定への参加意図の形成モデル」と名付けることとする。

### 態度

H1：態度は、行動意図に正の影響を与える

### 効力感

H2：効力感は行動意図に正の影響を与える

### 時間の余裕

H3：「時間の余裕」は「行動意図」に正の影響を与える

### 主観的規範（他者からの期待）

H4：「主観的規範」は「行動意図」に正の影響を与える

### 他者への期待

H5-1：「他者への期待」は行動意図に負の影響を与える

H5-2：「他者への期待」は行動意図に正の影響を与える

### 相関関係

Ha：「態度」と「効力感」には正の相関がある。

Hb：「態度」と「時間的余裕」には正の相関がある。

Hc：「態度」と「主観的規範」には正の相関がある。

Hd-1：「態度」と「他者への期待」には負の相関がある

Hd-2：「態度」と「他者への期待」には正の相関がある

He：「効力感」と「時間的余裕」には正の相関がある。

Hf：「効力感」と「主観的規範」には正の相関がある。

Hg-1：「効力感」と「他者への期待」には負の相関がある。

Hg-2：「効力感」と「他者への期待」には正の相関がある

Hh：「時間の余裕」と「主観的規範」には正の相関がある。

Hi-1：「時間の余裕」と「他者への期待」には負の相関がある

Hi-2：「時間の余裕」と「他者への期待」には正の相関がある

Hj-1：「主観的規範」と「他者への期待」には負の相関がある。

Hj-2：「主観的規範」と「他者への期待」には正の相関がある。

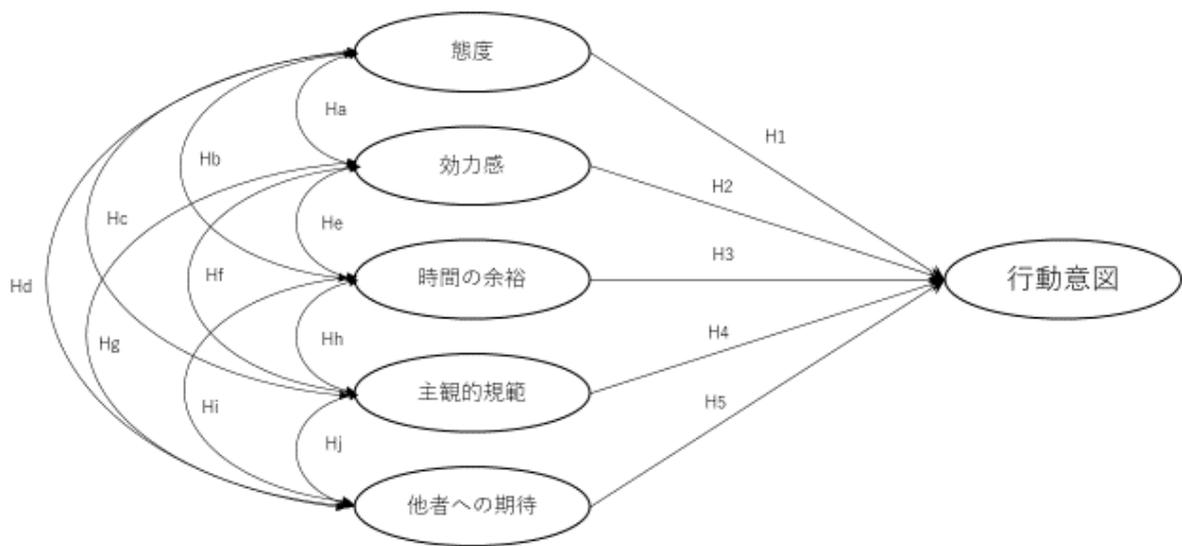


図 8-1 仮説モデル

### 第3節 調査概要

調査は、2017年8月に株式会社マクロミルによって行われた。調査にはインターネットを利用し、首都圏（1都3県）を居住区とする人を対象に、性別と年齢を人口比に基づき割り付けた。調査参加条件として、「直近2年以内に友人同士で1泊以上の旅行をした人」とした。回答期間は2017年8月28日から2017年8月29日で、624名から調査票を回収し、無回答項目のあるサンプルを除いた611名分（男性308名、女性303名）を有効回答とした。サンプルの概要は、表8-1に示すとおりである。

表 8-1 サンプル全体の概要：性別と年代

度数		年代（5年刻）									合計	
		12才～19才	20才～24才	25才～29才	30才～34才	35才～39才	40才～44才	45才～49才	50才～54才	55才～59才		60才以上
性別	男性	10	18	32	24	37	33	40	21	34	59	308
	女性	9	16	33	32	28	46	24	30	22	63	303
合計		19	34	65	56	65	79	64	51	56	122	611

### 第3節 調査設計

質的データの解釈から、集団意思決定への参加意図は友人グループの人数や交友関係、想定する旅行先によって左右される可能性が示唆されていた。これらの要因をコントロールする為に、本調査では、回答者に具体的な旅行計画の場面、友人関係を想定させる場面想定法を用いた。具体的には、できるだけ仲の良い友人3名のイニシャル・年齢・交際歴を回答させ、現実に存在する友人3名を想像させた。友人を想定させる際、想定させる3人それぞれがお互いに知り合いであることを条件とした。その後、「先ほど思い浮かべてもらった友

人3名とあなたで3ヶ月後の休暇を利用して一緒にアメリカに旅行に行くことになりました。」という内容で教示を行い、回答者を含めた友人4人のグループでの友人集団でのアメリカ旅行を想定させ、このアメリカ旅行における旅行の計画行動について、各構成概念の項目の内容に当てはまるかを5段階（とてもそう思う～そう思う～どちらとも言えない～そう思わない～まったくそう思わない）で評価させた。

調査項目は、各構成概念の妥当性を担保するために、第7章で行われた質的データによって得られた単語や言葉を使用し、計画的行動理論を用いた既存研究を参考に項目を作成した。その後、複数の学生に予め予備調査を行い、意味の通らない文章や、わかりづらい項目を修正、削除して調査項目の精緻化を試みた。最終的に測定に用いたのは、態度（3項目）、効力感（3項目）、時間的余裕（2項目）、主観的規範（3項目）、他者への期待（3項目）、行動意図（3項目）の17項目である（表8-2）。

表 8-2 測定尺度

構成概念	項目	番号
態度	私は友人との旅行を計画することが好きである	At1
	友人との旅行を計画することは楽しいことである	At2
	友人との旅行を計画することはよいことである	At3
効力感	友人との旅行を計画するのは私にとって簡単なことである	C1
	私には友人との旅行を計画する能力があると思う	C2
	私は友人の満足する旅行の計画を立てることができると思う	C3
時間の余裕	私には、友人との旅行を計画する時間の余裕がある	T1
	私は、友人との旅行を計画するための時間をとることができる	T2
主観的規範	友人は、この旅行を私が計画することを期待していると思う	Sn1
	友人は、この旅行を私が計画するべきだと思っていると思う	Sn2
	友人は、この旅行を私が計画することを期待していないと思う（反）	Sn3
他者への期待	友人がこの旅行を計画してくれると思う	O1
	友人は旅行の計画をしてくれないと思う（反）	O2
	私以外、この旅行を計画してくれる人はいないと思う（反）	O3
行動意図	私はこの旅行の計画を積極的にやりたいと思う	In1
	私はこの旅行の計画をするだろう	In2
	私はこの旅行の計画の為に努力は惜しまない	In3

※（反）は反転項目

#### 第4節 結果

まず測定尺度の信頼性と妥当性を検証した後、共分散構造モデリング (Structural Equation Modeling: SEM) によるパス解析を行う。分析に使用したソフトウェアは、IBM SPSS Statistics ver.24 と AMOS ver.24 である。

##### 第1項 測定尺度の信頼性と妥当性

共分散構造モデリングによる分析を行う前に、構成した各尺度の吟味を行う。まず、各尺度の平均値、標準偏差 (S.D.) を算出し、天井効果とフロア効果の確認を行った。結果、どちらの効果も確認されなかった。次に、クロンバックの  $\alpha$  係数 (Cronbach's  $\alpha$ ) による信頼性指標とともに、確認的因子分析 (Confirmatory Factor Analysis) を行い、各尺度の因子負荷量と測定尺度の信頼性指標 (Construct Reliability: CR) と収束妥当性指標 (Average Variance Extracted: AVE)、弁別妥当性 (discriminant validity) について検討した<sup>14</sup>。その結果、因子負荷量、 $\alpha$  係数、CR の値は Hair, et al. (2013) の提示する基準を満たし、尺度の信頼性は十分であると判断した<sup>15</sup>。収束妥当性について、その指標である AVE の値は 0.5 以上が推奨されている (Hair, et al., 2013) が、「他者への期待」のみ基準値を満たしていなかった。しかしその値の差はごくわずかであり、ある程度の収束妥当性はあると判断した。各潜在変数の弁別妥当性については、基準以上の値を満たしており、十分な弁別妥当性があると判断できる。詳しい値については、表 8-3 と表 8-4 に示した。

表 8-3 各尺度の平均値・標準偏差・因子負荷量

構成概念	番号	平均値	SD.	因子負荷量
態度	At1	3.60	0.91	.75
	At2	3.82	0.91	.80
	At3	3.82	0.79	.74
効力感	C1	2.99	1.04	.72
	C2	3.37	0.96	.78
	C3	3.23	0.98	.78
時間の余裕	T1	3.38	0.97	.76
	T2	3.55	0.91	.91
主観的規範	Sn1	3.12	1.00	.86
	Sn2	2.94	0.95	.73

<sup>14</sup> CR = (全て項目の因子負荷量の合計) / (全ての因子負荷量の合計 + 全ての項目の測定誤差)、AVE = (各項目の因子負荷量<sup>2</sup>の合計) / 項目数で計算される。

<sup>15</sup> 因子負荷量は 0.5 以上より高く、理想的には 0.7 以上とされる。 $\alpha$  係数は、0.6~0.7 以上が許容範囲である。CR は、0.7 以上が内的一貫性が担保される基準である。

	Sn3	3.18	0.99	.54
他者への期待	O1	3.19	0.95	.54
	O2	3.33	0.98	.69
	O3	3.42	1.02	.75
行動意図	In1	3.29	1.04	.80
	In2	3.18	1.06	.81
	In3	3.52	0.90	.74

表 8-4 潜在変数の信頼性・収束妥当性・弁別妥当性

構成概念	$\alpha$	CR	AVE	1	2	3	4	5
1. 態度	.80	.80	0.58					
2. 効力感	.80	.80	0.59	0.43				
3. 時間の余裕	.82	.82	0.70	0.46	0.43			
4. 主観的規範	.74	.76	0.52	0.22	0.60	0.20		
5. 他者への期待	.70	.70	0.44	0.02	0.04	0.01	0.11	
6. 行動意図	.83	.83	0.61	.063	0.69	0.41	0.67	0.00

## 第2項 モデルの検証

尺度の信頼性、妥当性が確認できたため、共分散構造分析による仮説検証を行った。パス解析の結果は、図 8-2 に示した。仮説モデルの適合度は、 $\chi^2=486.58$ 、 $df=104$ 、 $GFI=.91$ 、 $CFI=.92$ 、 $RMSER=.078$  であり、 $RMSER$  の値はそれぞれの適合度指標の基準値と比較して十分な値を示していることから(Bagozzi & Yi, 1988; Hair, et al., 2013; 小塩 2014; 豊田 2007)<sup>16</sup>、仮説モデルは十分にデータに適合していることがわかる。

はじめに、態度から行動意図へは、正の影響で有意となった ( $\beta=.40$ 、 $p<.01$ )。よって H1 は採択され、集団での旅行における計画行動、すなわち、意思決定への参加に対する楽しさや面白さがあれば、計画行動を起こしやすいということが検証された。また、態度と効力感 ( $r=.65$ 、 $p<.01$ )、時間の余裕 ( $r=.68$ 、 $p<.01$ )、主観的規範 ( $r=.47$ 、 $p<.01$ )、他者への期待 ( $r=.13$ 、 $p<.01$ ) の間の相関は全て正で有意であり、仮説 Ha、Hb、Hc、Hd-2 が採択された。すなわち、意思決定参加へに対して楽しさを見出している人ほど、効力感が高く、時間に余

<sup>16</sup> GFI (Goodness of Fit Index) は、0~1 の値をとり、1 に近い値をとるほど望ましいとされる。一般的には 0.90 より大きいと当てはまりの良いモデルとされるが、複雑なモデルになると数値が定価しやすすい。CFI (Comparative Fit Index) は、分析モデルが独立モデルから飽和モデルまでの間のどのあたりに位置するかを表し、1 に近いほど望ましく、0.90 より大きいと良いモデルと言われる。RMSER (Root Mean Square Error of Approximation) は、小さいほど望ましく、一般的に 0.05 以下で良いモデル、0.10 以上であればよくないとされる (Bagozzi and Yi 1988 ; Hair et al. 2013 ; 小塩 2014 ; 豊田 2007)。

裕があり、他者から期待を受ける傾向にある。また、他人にも意思決定参加を期待している傾向にあることがわかる。

次に、行動統制感の下位概念としている効力感 ( $\beta=.18, p<.01$ ) と時間の余裕 ( $\beta=-.01, n.s.$ ) については、「効力感」のみ正の影響を与える結果となり、H2 は採択、H3 は棄却された。効力感が正の影響を及ぼすということは、自分が集団での意思決定を上手く遂行できる能力や自信があればあるほど、集団での意思決定に参加する可能性が高いということである。また、前述した効力感と態度、時間の余裕 ( $r=.65, p<.01$ )、主観的規範 ( $r=.78, p<.01$ ) の間には正の相関が、他者への期待との間には負の相関 ( $r=-.21, p<.01$ ) があり、これらは全て有意であった。すなわち、集団意思決定の遂行に自信を持っていれば、意思決定の参加に対しても好意的であり、時間に余裕を感じる傾向にある。そして集団内の他のメンバーからの期待も強く意識している傾向にある。一方で、効力感が高くなるほど、他のメンバーに対しては意思決定の参加をあまり期待しない傾向にある。

行動統制感の状況的な制約である、「時間の余裕」は、行動意図に対して直接的な影響はほとんどない結果となった。これは、時間の余裕だけでは、集団の意思決定への参加は促されないということであろう。しかし、時間の余裕は、態度、効力感、主観的規範 ( $r=.45, p<.01$ ) とは正の相関が有意であったため、時間の余裕は行動意図に対して間接的な影響を与えていると考えられる。時間の余裕は、他者への期待とは無相関 ( $r=.074, n.s.$ ) であった。これは、自分に時間の余裕があるかどうかと、他のメンバーに期待できるかどうかはほとんど関係がないことを意味している。

集団の他のメンバーからの期待を意味する主観的規範については、正の影響が有意であり、仮説 H4 が採択された ( $\beta=.54, p<.01$ )。また、主観的規範のパス係数が最も高い数値を示していることから、すべての構成概念の中で最も強い影響があることが分かる。すなわち、集団の意思決定へ参加していく上で、自分が他の集団メンバーに計画行動を期待されていると認知すればするほど、集団の意思決定に参加しようとする、ということである。また、主観的規範と態度、効力感、時間の余裕とは正の相関が、他者への期待とは負の相関が有意であった ( $r=-.33, p<.01$ )。よって、集団内の他のメンバーから意思決定参加を期待されていると感じている者ほど、意思決定参加に好意的で、時間に余裕があり、自身の能力に自信を持っている一方で、他のメンバーに対しては意思決定参加を期待しないという傾向にあることが示唆された。

一方で、他のメンバーが意思決定に参加してくれるであろうという「他者への期待」は、意思決定参加意図に対して正の影響 ( $\beta=.16, p<.01$ ) があり、H5-2 が採択される結果となった。しかし、他者への期待は態度と正の相関がある一方で、行動意図に強い正の影響を与える主観的規範や効力感とは負の相関がある結果となっており、間接的な負の影響を確認できる。これらの結果を解釈すれば、他者への期待は、直接的には、意思決定への参加を促す側面がある一方で、主観的規範や効力感とは負の関係にあり、間接的に意思決定参加を阻害する可能性があると考えられる。

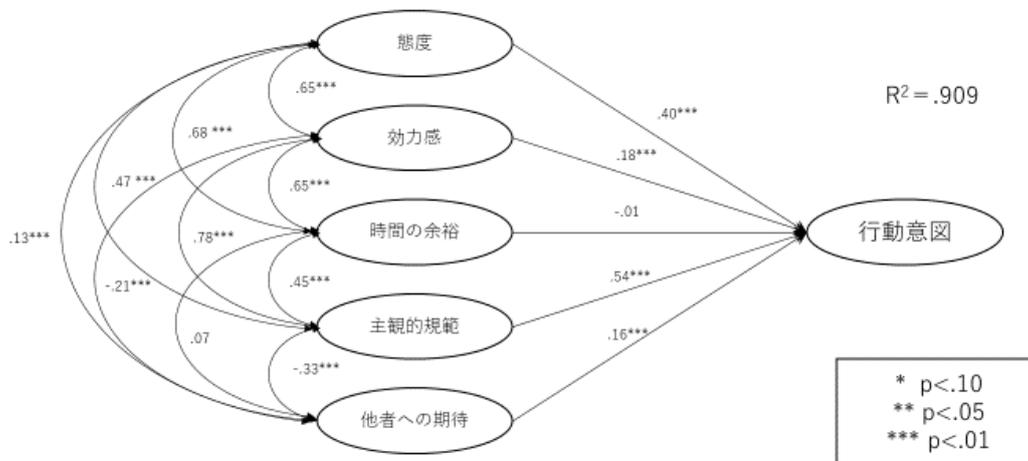


図 8-2 パス解析の結果

#### 第5節 まとめと考察

本章では、質的調査によって抽出された構成概念（態度、効力感、時間の余裕、主観的規範）をもとに、計画的行動理論を援用した「集団意思決定への参加意図の形成モデル」を構築し、共分散構造分析によって検証を行った。結果として、態度、効力感、主観的規範、他者への期待は、全て行動意図に対して正の影響があることが明らかになった。時間の余裕については、直接的な影響は有意でなく、間接的な影響のみが有意であった。

しかし、集団意思決定への参加への動機づけは、人により様々であることが考えられる。一方では、「他の人がやらないから、仕方なく」といった、消極的な動機づけが強く働き、意思決定へ参加する人がいる一方で、「楽しいから」「面白いから」という積極的な態度による動機づけが強く働き、意思決定に参加する人もいると考えられる。次章では、これらの動機づけの違いによって、「集団意思決定への参加意図の形成モデル」を構成するそれぞれの構成概念が意思決定への参加意図に与える影響が異なるのかを検証する。具体的には、自己決定理論に基づく多母集団同時分析を行うということである。

## 第9章 RAI 指標による多母集団同時分析

### 第1節 はじめに

前章では、友人集団で旅行をする際、集団意思決定に参加する意図に影響する要因として、「態度」「効力感」「時間の余裕」「主観的規範」「他者への期待」の5つの要因を抽出し、計画的行動理論に基づいたモデルである「集団意思決定への参加意図の形成モデル」を構築し検証した結果、このモデルは、集団意思決定に参加する意図を説明するのに十分なモデルであることが示された。

一方、第7章の質的データの解釈から得られたのは、意思決定の参加には2つの動機づけの傾向があるということであった。1つは、自発的で自律的な動機づけである「内発的動機づけ」、もう1つは他者から動機づけられる「外発的動機づけ」であった。このような動機づけ傾向の違いによって、モデルを構成するそれぞれの要因が行動意図に与える影響は異なるのではないのだろうか。本章の第1の目的は、友人集団の意思決定に楽しさ、面白さといった理由から自ら進んで参加しようとする自律的（内発的）な動機づけと、他者からの圧力・期待といった理由から意思決定に参加する他律的（外発的）な動機づけの違いによる「集団意思決定への参加意図形成モデル」の構成概念間の差違を検討することである。具体的には、動機づけの自己決定性を指標化する「RAI 指標」を用いて、「集団意思決定への参加意図形成モデル」の多母集団同時分析を行うことである。

本章の構成は、次の通りである。まず、近年の動機づけ研究の1つの枠組みである「有機的統合理論」とその研究の流れで生まれた「RAI 指標」について再度説明する。次に、「友人との集団旅行における意思決定への参加」の RAI 尺度の開発を行い、指標の信頼性、妥当性を確認する。次に、各サンプルを RAI 指標によって3群に分け、多母集団同時分析を行い、結果を考察する。

### 第2節 動機づけ研究：有機的統合理論と RAI 指標

私たち人間が何らかの行動を起こすとき、その背後にはその行動を起こした何らかの「要因」が存在する。例えば、「勉強をする」、という行動の背景に、ある人は「知識を得ることが楽しい」という理由が、そしてまたある人には「親から強制された」という理由があるかもしれない。このように、ある行動が生起する心理的メカニズムと条件を明らかにしようとするのが、社会心理学分野における「動機づけ研究」である（上淵 2004）。

第7章3節で議論したように、社会心理学における動機づけに関する理論のうち、本論文の問題とする「自律的／他律的」あるいは「内発的／外発的」動機づけについては、「欲求論的アプローチ」の「自己決定理論（Self-Determination Theory; Ryan & Deci, 2000）」の派生理論である「有機的統合理論（Organismic integration theory）」において詳しく議論されている。

内発的な動機づけとは、行動することそれ自体が目的となっており、それ以外に報酬を必要としないような動機づけのことである。一方、外的な動機づけは、行動から得られる外的な報酬への期待によって動機づけられる。Deci and Ryan (1985)による「有機的統合理論」では、人間が社会的価値観などを自己のものとして内在化していく過程を理論化している。この理論によって、外発的動機づけの中にも「価値観の内在化」によって自己決定の感覚を促す、自律的な側面が存在することが示されている。Ryan, et al. (1985)によれば、内在化の仮定は行動に対して感じている自己決定の度合いにより、4つの自己調整（自己制御：Self-regulation）の段階に分かれているという。その4つとは、外的調整、取り入れ的調整、同一視的調整、統合的調整である。それぞれの段階は、動機づけの源泉は異なるものの、自己決定性の低い極みである「非動機づけ」から、高い極みである「内発的動機づけ」の間の一元上に付置され、統合的になるにつれて内発的動機づけに近くなるとされる。

#### 1. 外的調整 (external regulation)

外的調整は、最も他律的な状態の段階である。すなわち、課題に対する価値を認めていないが、外部から強制されて、やらされているから行動をしており、最も外発的に動機づけられている状態である。

#### 2. 取り入れ的調整 (introjected regulation)

取り入れ的調整は、外的調整の次に他律的な段階である。課題の価値は認め、自己の価値観として取り入れつつはあるものの、まだ「しなくてはいけない」といった義務的な感覚を伴っている状態であり、他人から強制されていないという点では自己決定的だが、やらないと不安であるといった消極的な理由から行動が行われる（長沼）。

#### 3. 同一視的調整 (identified regulation)

同一視的調整の段階では、自己の価値観として行動の持つ価値の重要性が認識され、自分にとって「重要だからやる」といった積極的な理由へと変化する。

#### 4. 統合的調整 (integrated regulation)

最後の段階は、統合的段階であり、価値の内在化が進み、他の価値観と対立しない、自己と融合した価値観を持つようになる。他にやりたいことがあった場合でも何の葛藤もなくその行動を優先させ、自らやりたいくてその行動をしている状態である。

この有機的統合理論の枠組みを応用して、様々な行動に対する動機づけ尺度が考案され、多くの行動との相関研究が行われている（岡田 2010）。具体的には、各段階を測定する尺度の開発と、その尺度得点を用いて自己決定性の程度を表す指標—RAI 指標 (Relative Autonomy Index) —を算出し、様々な行動との相関を検討している。RAI は一般的に以下

の計算式で算出される(Grolnick & Ryan, 1987; Marchand & Skinner, 2007; 岡田 2010)<sup>17</sup>。計算式からわかるように、RAI 指標は高くなればなるほど、自己決定性が高く、内発的な動機づけが強く働くことを示している。

$$\text{RAI} = (-2 \times \text{外的調整}) + (-1 \times \text{取り入れ的調整}) + (1 \times \text{同一化的調整}) + (2 \times \text{内発的調整})$$

例えば、Ryan and Connell (1989)は、学習に対する動機づけと向社会的な動機づけを測定する Self-Regulation Questionnaire(SRQ)を作成しており、学習に対する SRQ は多くの研究に用いられている。他にも、対人関係領域や、スポーツに対する積極的参加、職業決定、選挙の投票行動など、RAI 指標の応用領域は様々である(岡田 2010)。

一連の研究で用いられている RAI 指標の枠組みを用いることは、学術的にも実務的にもメリットがある。RAI 指標によって群を分けることで、自ら行動を起こす傾向のある人と他律的に行動を起こす傾向にある人を比較することが可能になる。「集団意思決定への参加意図の形成モデル」を構成する「態度」「効力感」「時間の余裕」「主観的規範」「他者への期待」が「行動意図」に与える影響は、内発的動機づけと外発的な動機づけどちらが強く働くかによって、異なるのだろうか。また、内発的に動機づけられる傾向にある人と他者外発的に動機づけられる人のデモグラフィクス・パーソナリティは異なるのか、様々な友人と旅行を行う際の集団意思決定への参加頻度(計画行動頻度)は異なるのだろうか。RAI 指標を用いることで、動機づけの異なる群間の心理メカニズム、様々な属性、特性の比較が可能となるのである。

よって次節以降では、有機的統合理論に基づいた、「友人との旅行における意思決定参加への動機づけ尺度」を開発し、多母集団同時分析を行う。デモグラフィクスやパーソナリティ、友人と旅行を行う際の集団意思決定への参加頻度(計画行動頻度)と動機づけの傾向との関係については次章で考察する。

### 第3節 友人との旅行における意思決定参加への動機づけ尺度の構成

本節では、有機的統合理論にもとづいた「友人との旅行における意思決定参加への動機づけ尺度」を開発する。開発の手順は、Ryan & Connell (1989) や岡田 (2005) の手順を参考にした。

#### 第1項 尺度の構成と確認的因子分析

はじめに、質的調査の知見から表 9-1 のような 19 項目による尺度を構成した<sup>18</sup>。項目

<sup>17</sup> 類似方法に、非動機づけから内発的動機づけの 6 下位尺度に 0 を除く -3~3 の重みづけを行う方法、項目レベルで RAI を作る方法などがある(岡田 2010)。

<sup>18</sup> 質問は、「友人との旅行の際、あなたはなぜ旅行の計画をしようと思いますか? それぞれの理由について当てはまるものをそれぞれお答えください」とし、19 項目について、7 点尺度(全く違うと思う、おお

は、各構成概念の妥当性を担保するために、第○章で行われた質的調査によって得られた単語や言葉を使用し、複数の学生に予め予備調査を行い、意味の通らない文章や、わかりづらい項目を修正、削除した。

各構成概念による因子構造を確認する為に、仮定された下位尺度ごとに1因子を指定し、最尤法による確認的因子分析（Confirmatory Factor Analysis）を行った。岡田（2005）の手法を参考に、各因子に対して負荷量の高い上位3項目（負荷量.568～.875）のみを用いて確認的因子分析を行った。これは、RAI算出の為に各概念の構成尺度の数を等しくするための操作である。そして、先行研究に従い（Ryan & Connell, 1989; 岡田 2005; 2010）、概念的に隣り合う因子間（外的と取り入れ、取り入れと同一化、同一化と内発）と、最も隔たった因子間（外発と内発）には共分散を仮定した。その結果、 $\chi^2=261.73$ 、 $df=50$ 、 $p<.01$ 、 $GFI=.94$ 、 $AGFI=.90$ 、 $RMSEA=.08$ と一定の適合度を示した為、概念に一致する4因子構造が示されたと判断した。各項目の因子負荷量と平均値、SDを表9-2に示す。

表 9-1 友人との旅行における意思決定参加への動機づけ尺度の構成

外的調整 (external regulation)	物的報酬の獲得や罰の回避を目的とする動機づけ、外的要因による統制によって行動が引き起こされる	友人に計画を頼まれるから 計画をしないと友人に嫌われるから 友人に計画を押し付けられるから 他に計画をしてくれる人がいないから
取り入りの調整 (introjected regulation)	部分的に内在化が生じ、明らかな外的統制がなくても行動が開始される。しかし、行動の目的は不安や恥の部分を低減し、自己価値を守ることである	旅行の計画をしないと旅行中に困るから 旅行の計画をしないと心配だから 旅行の計画をしないと不安だから 旅行の計画を他の人に任せると不安だから 旅行の計画を他の人に任せると心配だから
同一化的調整 (identified regulation)	行動の価値を自己と同一化し、個人的な重要性から自律的に行動する動機づけ	旅行の計画をするのは重要だと思うから 旅行の計画をするのは自分にとって意味があることだから 旅行の計画をした方が良い旅行ができそうだから 計画する旅行先に興味があるから 旅行の計画をすると自分の好きなようにできるから 旅行の計画をすると得をすることが多いから
統合的調整 (integrated regulation)	ある活動に対する同一化が他の活動に対する価値や欲求と矛盾なく統合され、自己内で葛藤を生じずに取り組む動機づけ	旅行を計画するのは楽しいから 旅行の計画をするのは面白いと思うから 旅行の計画をする時間は楽しいから 旅行の計画をするときに幸せだから

よそ違うと思う、少し違うと思う、どちらでもない、少しそう思う、まあまあそう思う、強くそう思う)で回答させた。

表 9-2 動機づけ尺度の確認的因子分析

	F1	F2	F3	F4	Mean	SD
外的理由						
計画をしないと友人に嫌われるから	.62				2.02	.94
友人に計画を押し付けられるから	.79				2.31	.99
他に計画をしてくれる人がいないから	.60				2.84	.97
取り入れ的理由						
旅行の計画をしないと心配だから		.78			3.14	1.00
旅行の計画をしないと不安だから		.78			3.05	1.02
旅行の計画を他の人に任せると心配だから		.56			2.68	1.03
同一化的理由						
旅行の計画をするのは重要だと思うから			.71		3.65	.83
旅行の計画をした方が良い旅行ができそうだから			.65		3.70	.88
計画する旅行先に興味があるから			.67		3.79	.78
内発的理由						
旅行を計画するのは楽しいから				.88	3.82	.87
旅行の計画をするのは面白いと思うから				.80	3.74	.88
旅行の計画をする時間は楽しいから				.85	3.76	.89

第2項 友人集団での旅行における計画行動の動機づけ尺度の下位尺度間の相関

岡田（2005）に従い、それぞれの構成概念の3項目の加算平均を下位尺度得点とした。有機的統合理論にもとづく動機づけ尺度の開発では、概念的に隣り合う動機づけ間には強い正の相関がみられ、隔たるにつれて相関が弱い正の相関、無相関になる、もしくは負の相関になるという相関パターンが仮定されている（Ryan & Connell 1989；岡田 2010）。例えば、外的調整と内発的調整は隔たる概念の為、弱い正の相関、無相関、負の相関となることが予想されている。これは、各動機づけが自己決定性を軸とした次元上に付置されるという概念的定義に由来し、多くの研究でこの相関パターンとの一致が妥当性の根拠とされている（Ryan & Connell 1989；岡田 2010）。

また、動機づけの下位尺度に重みづけをした合成変数、RAIを算出した。RAIは、内発的動機が高くなるほど得点が高くなるため、各構成概念との相関は、外発的調整とは強い負の相関、取り入れ的調整とは負の相関、同一化的調整とは正の相関、内発的調整とは強い正の相関という関係になることが想定される。

動機づけの下位尺度間と合成変数RAIの相関係数（表9-3）を算出した結果、概念的に隣り合う動機づけ間には正の相関、隔たるにつれて相関が低くなるもしくは負の相関になるという先行研究で仮定している相関パターンと同じ相関パターンとなり、妥当性が示された（Ryan & Connell 1989; 岡田 2005; 2010）。

表 9-3 動機づけの下位尺度間と合成変数 RAI の相関係数と記述統計量

		外的理由	取り入れ的理由	同一化的理由	内発的理由	RAI
外的理由	Pearson の相関係数	1	.415**	-.149**	-.268**	-.780**
	有意確率 (両側)		0.000	0.000	0.000	0.000
	度数	611	611	611	611	611
取り入れ的理由	Pearson の相関係数	.415**	1	.356**	.107**	-.341**
	有意確率 (両側)	0.000		0.000	0.008	0.000
	度数	611	611	611	611	611
同一化的理由	Pearson の相関係数	-.149**	.356**	1	.662**	.543**
	有意確率 (両側)	0.000	0.000		0.000	0.000
	度数	611	611	611	611	611
内発的理由	Pearson の相関係数	-.268**	.107**	.662**	1	.771**
	有意確率 (両側)	0.000	0.008	0.000		0.000
	度数	611	611	611	611	611
RAI	Pearson の相関係数	-.780**	-.341**	.543**	.771**	1
	有意確率 (両側)	0.000	0.000	0.000	0.000	
	度数	611	611	611	611	611

\*\* 1% 水準で有意 (両側)

#### 第4節 RAI の違いによる集団意思決定への参加意図形成モデルの多母集団同時分析

##### 第1項 RAI 指標によるクラスター分け

次に第3節で開発した「友人との旅行における意思決定参加への動機づけ尺度」の RAI 指標を用いて多母集団同時分析を行った。まず、RAI 指標の数値の度数分布に表し、<RAI 低群><RAI 中群><RAI 高群>の3つのクラスターに分類した。クラスターの区分は、累積パーセンテージによって3分割した。結果、表9-4のような区分となった。RAIの最小値は、-6.33、最大値は11.67であり、各群のRAIの平均値はそれぞれ、RAI低群が0.34、RAI中群が3.67、RAI高群が6.69となり、一元配置の分散分析をしたところ、全ての群の間に1%水準の有意差が確認された。

表 9-4 RAI によるクラスターの区分

	RAI指標	RAIの実際値	RAI平均値	サンプル数(n)	累積%
RAI低群	RAI<2.5	-6.33~2.33	0.34	226	37.0%
RAI中群	2.5≤RAI<5	2.67~4.67	3.67	164	63.80%
RAI高群	RAI≥5	5.00~11.67	6.69	221	-

## 第2項 多母集団同時分析

共分散構造モデリングを用いた<RAI 低群><RAI 中群><RAI 高群>間の多母集団同時分析を行った。すべてのパラメーターが群間で異なると仮定する配置不変モデル ( $\chi^2=762.2$ 、GFI=.876、CFI=.906、RMSE=.047、AIC=1036.21) と、母集団間で因子パターンが等しいと仮定する測定不変モデル ( $\chi^2=1067.74$ 、GFI=.823、CFI=.86、RMSE=.051、AIC=1165.74) の適合度を比較したところ、適合度が良いのは、配置不変モデルであった<sup>19</sup>。よって、それぞれの群は異なるものであるとすることが妥当であることが確認された。以下では各群のモデルを検討していく。

### RAI 低群

RAI 低群は、その指標の定義から、他の群と比較して行動に対する「自己決定性」が低く、他律的に集団の意思決定への参加を行っている集団であると解釈できる。RAI 低群では、行動意図に影響を与えている変数は、態度 ( $\beta=.45$ 、 $p<.01$ ) と主観的規範 ( $\beta=.66$ 、 $p<.05$ ) のみであり、効力感、時間の余裕、他者への期待のパスは有意にはならなかった。また、パス係数を比較すると、態度よりも主観的規範の方が強く働いていることがわかる。すなわち、意思決定参加の楽しさ、面白さといった好意的な態度よりも、他者からの圧力や期待といった規範の方が強く働いていると解釈できる。また、それぞれの変数の相関は、時間の余裕と他者への期待 ( $r=-.22$ 、 $p<.10$ ) は 10%水準で有意、態度と他者への期待 ( $r=-.20$ 、 $p<.05$ ) は 5%水準で有意、その他の相関はすべて 1%水準で有意であった。特に、態度と効力感 ( $r=.55$ 、 $p<.01$ )・時間の余裕 ( $r=.67$ 、 $p<.01$ )・主観的規範 ( $r=.51$ 、 $p<.01$ )、効力感と時間の余裕 ( $r=.57$ 、 $p<.01$ )・主観的規範 ( $r=.88$ 、 $p<.01$ ) の間には強い正の相関が、他者への期待と主観的規範 ( $r=-.63$ 、 $p<.01$ )・効力感 ( $r=-.56$ 、 $p<.01$ ) の間には強い負の相関がみられた。

---

<sup>19</sup> Akaike's Information Criterion (AIC) は、複数のモデルを比較する際に使用する指標であり、小さい値をとるほど良いと判断する (小塩 2014)

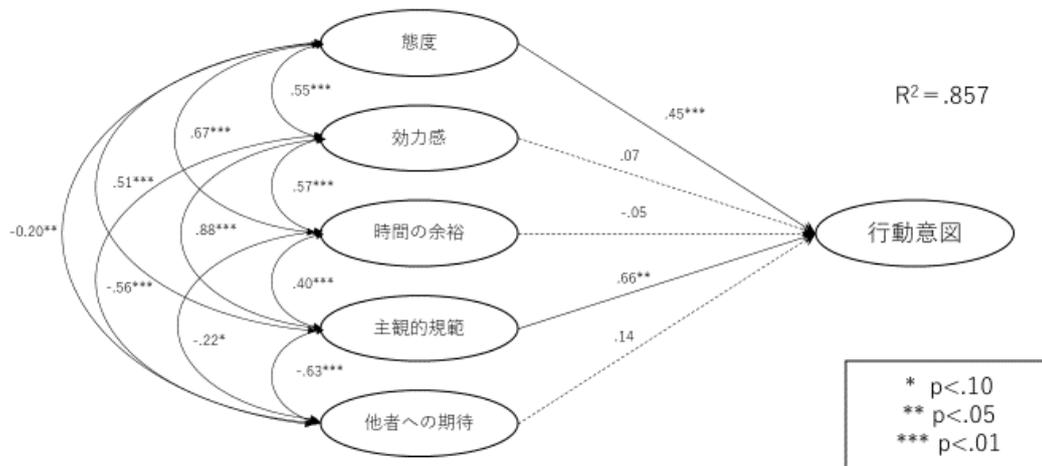


図 9-1 パス図 (RAI 低群)

### RAI 中群

RAI 中群で、行動意図に有意に影響を与えている変数は、態度 ( $\beta=.40$ 、 $p<.01$ )、効力感 ( $\beta=.40$ 、 $p<.01$ )、主観的規範 ( $r=.24$ 、 $p<.05$ ) であり、時間の余裕や他者への期待は有意に働かないという結果になった。パス係数を比較すると、主観的規範よりも態度と効力感のパス係数が高くなっており、RAI 中群では、他者からの圧力や期待といった要因よりも、自らの能力や、意思決定参加への好意的な態度がより重要であると考えられる。また RAI 中群に特徴的なのは、効力感が態度と同程度有意に働いているということである。RAI 中群にとっては態度に加えて自らの能力、自信が重要な要素であると考えられる。また、各変数間の相関は、態度と効力感 ( $r=.70$ 、 $p<.01$ )・時間の余裕 ( $r=.54$ 、 $p<.01$ )、効力感と時間の余裕 ( $r=.51$ 、 $p<.01$ )・主観的規範 ( $r=.71$ 、 $p<.01$ ) の間に特に強い正の相関がみられた。他者への期待と効力感 ( $r=-.29$ 、 $p<.01$ )・主観的規範 ( $r=-.42$ 、 $p<.01$ ) の間には比較的弱い負の相関がみられた。

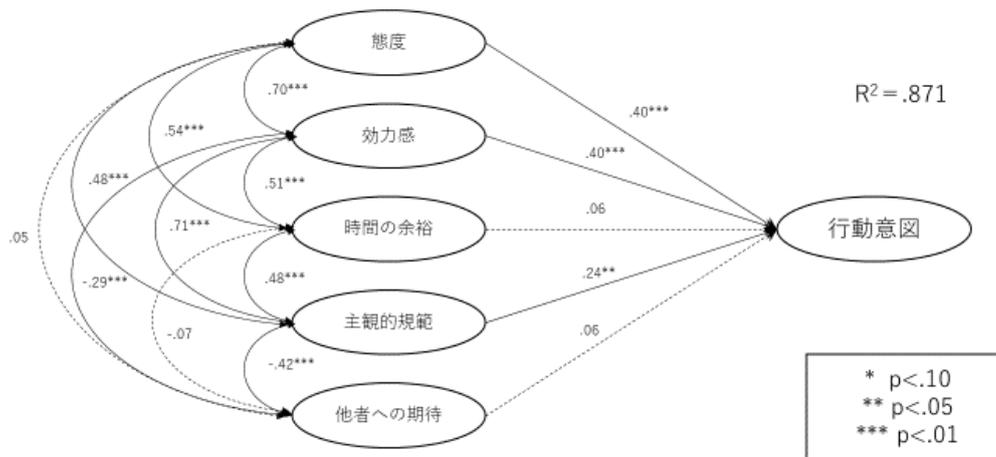


図 9-2 パス図 (RAI 中群)

### RAI 高群

最も意思決定参加を自律的に決定していると考えられる RAI 高群では、行動意図の予測に有意であったのは、態度 ( $\beta=.27, p<.01$ )、主観的規範 ( $\beta=.82, p<.01$ )、他者への期待 ( $\beta=.19, p<.05$ ) であり、効力感と時間の余裕は有意には働かなかった。パラメーターを比較すると、RAI 高群では、態度より主観的規範が働いていた。また、RAI 高群で特徴的なのは、他の群では有意とならなかった他者への期待が行動意図の予測に対して有意に正の影響があった、ということである。この結果が示すのは、自律的に集団意思決定へ参加する傾向にある人は、他の人が計画をしてくれるという期待があればより自らも集団意思決定に参加しようとする、ということである。また、各変数間の相関については、態度と効力感 ( $r=.59, p<.01$ )・時間の余裕 ( $r=.60, p<.01$ )、主観的規範 ( $r=.55, p<.01$ )、効力感と時間の余裕 ( $r=.64, p<.01$ )・主観的規範 ( $r=.82, p<.01$ )、時間の余裕と主観的規範 ( $r=.51, p<.01$ ) の間に強い正の相関がみられ、他者への期待と効力感 ( $r=-.17, p<.05$ )・主観的規範 ( $r=-.17, p<.10$ ) とは非常に弱い相関があるという結果となった。特に、他者への期待と主観的規範は 10% 水準で有意であり、ほとんど無相関に近い結果となっている。

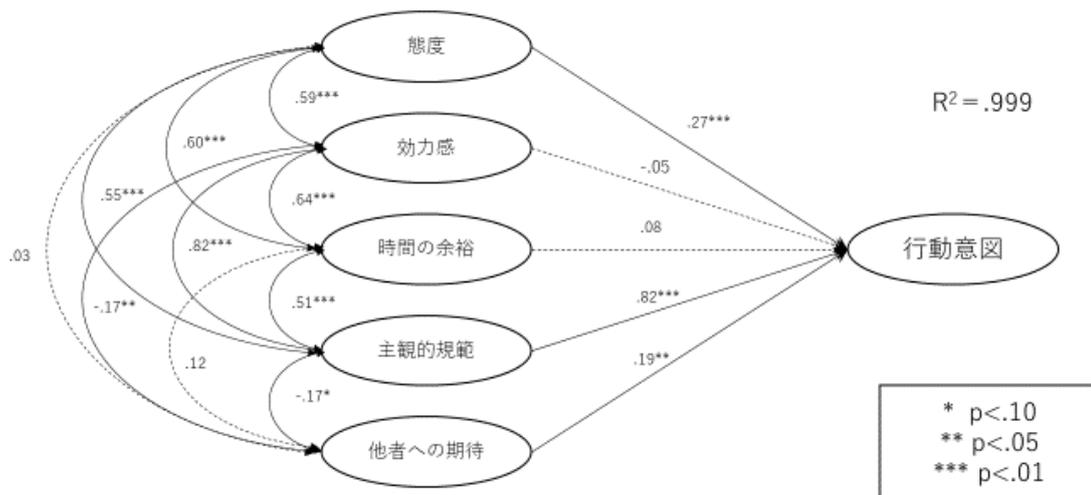


図 9-3 パス図 (RAI 高群)

#### 群間のパラメーターの対比較

次に、各群間のパラメーターの値の間に有意な差があるのかを検討する為に、各群のパラメーターの対比較を行った。パラメーター間に有意な差があるものを表にしたのが表 9-5 である。

パス係数の間に差があったのは、RAI 中群と RAI 高群の間で、効力感 ( $p<.05$ )、主観的規範 ( $p<.01$ )、他者への期待 ( $p<.10$ ) であった。この結果を解釈すると、RAI 中群は RAI 高群と比較して、自らに集団意思決定の能力や自信があるかどうかの方がより重要であり、RAI 中群に比べて RAI 高群は自らが集団内のメンバーに期待をされているという主観的規範、そして他の人も意思決定に参加してくれるという認知が意思決定の参加意図に強い正の影響がある、ということである。また、態度はどの群でも行動意思決定に有意であったが、群間のパス係数の間には有意な差はないという結果となった。これは、意思決定参加への好意的な態度はどの群においても重要な要素であると理解することができる。

RAI 低群と RAI 高群のパス係数の間には有意な差は見られなかったが、群間の概念間の共分散 (相関) の間には有意な差が出ている。特に、他者への期待と主観的規範との間の相関には、3 群間に有意な差が見られ、RAI 低群ではかなり強い負の相関 ( $r=-.63$ ) があるが、RAI が高くなるにつれて、負の相関は弱まっている (中群:  $r=-.29$ 、高群:  $r=-.17$ )。また、他者への期待と効力感の関係も RAI 低群と高群の間で有意差があり、RAI 低群では強い負の相関 ( $r=-.56$ ) が確認できるのに対して、RAI 高群では負の相関はかなり弱まっている ( $r=-.17$ )。

このことから、RAI 低群は、RAI 高群に比べて、集団の意思決定に参加しそうな友人の存在に左右されやすい、ということがわかる。すなわち、他律的に動機づけられる人は、他者

への期待ができる状態であれば、自らが参加すべきという主観的規範は低く、また自らの能力に対する自信も低い傾向にある。一方で、RAI 高群は、他者に対する期待と自らの主観的規範、効力感の負の相関関係は弱く、他者に対する期待ができる状態と主観的規範や効力感の認知の関係はほとんどないと考えられる。

表 9-5 パラメーターの対比較

	パス係数	大小関係	共分散 (相関)	大小関係
3 群間で 有意差あり	—		主観的規範⇔他者への期待 ・低群⇔中群** ・低群⇔高群*** ・中群⇔高群**	低<中 低<高 中<高
低群⇔中群で 有意差あり	—		効力感⇔主観的規範*** 効力感⇔他者への期待**	低>中 低<中
低群⇔高群で 有意差あり	—		態度⇔他者への期待* 効力感⇔他者への期待*** 時間の余裕⇔他者への期待***	低>高 低<高 低<高
中群⇔高群で 有意差あり	効力感→行動意図** 主観的規範→行動意図*** 他者への期待→行動意図*	中>高 中<高 中<高	—	

※10%水準で有意、\*\*5%水準で有意、\*\*\*1%水準で有意

## 第5節 まとめと考察

本章では、内発的動機づけ研究に端を発する自己決定理論の派生理論である有機的統合理論に基づいた RAI 指標を用いて、サンプル全体を RAI 低群、RAI 中群、RAI 高群の3つにクラスター分けをし、「集団意思決定への参加意図形成モデル」を3クラスターの多母集団同時分析によって比較した。その結果、それぞれの群で、行動意図に影響を与える変数が異なることが明らかになった。具体的には、RAI 中群と RAI 高群の間で、効力感、主観的規範、他者への期待からの行動意図のパスに有意な差があり、RAI 中群では、RAI 高群に比べて自分が集団の意思決定の能力がある、効率的、効果的に進められる、といった効力感が意思決定の参加意図により強く影響し、一方で RAI 高群では主観的規範や他者からの期待といった要素が RAI 中群に比べて強く影響することが分かった。また、RAI 低群と RAI 高群は、行動意図に対する変数のパス係数の差は有意とはならなかったものの、他者への期待と効力感や主観的規範との間の負の相関関係の差が有意となり、RAI 低群で負の相関が強かった。よって、RAI 低群も RAI 高群も各変数が行動意図に影響を与える強さには差がないものの、RAI 低群は集団内の他の友人存在に大きく影響される傾向にあるという点で RAI

高群とは異なる結論づけられた。

動機づけ傾向の違いによる多母集団同時分析を行うことで、自ら進んで集団旅行の意思決定に参加していく人と、他律的に集団意思決定に参加する人の心理的メカニズムの違いを考察することができた。しかし、実際にこのような心理的メカニズムを持つ人たちはどのような人たちなのだろうか。性別や年齢といったデモグラフィクスに違いはあるのだろうか。質的データの解釈では、「まとめ役」となった理由に「責任感がある」「外向的」であるといったパーソナリティの要素も見られた。このようなパーソナリティに差はあるのだろうか。そして、同じような消費行為における、意思決定参加の頻度は異なるのだろうか。次章では、各群のデモグラフィクス、パーソナリティ、実際の友人との旅行での集団意思決定への参加頻度を比較する。

## 第10章 RAI指標とデモグラフィクス・パーソナリティ・計画行動頻度の関係

### 第1節 はじめに

前章では、自己決定性の程度を測定できるRAI尺度を用い、クラスターを3群に分け、「集団意思決定への参加意図形成モデル」を構成するそれぞれの変数が行動意図に与える影響と変数間の関係性を比較した。明らかになったのは、RAI高群は、RAI中群に比べて主観的意図や他者への期待が比較的に行動意図に対して強く働き、効力感が高群に比べて中群のほうが影響力が強かった。また、RAI低群と高群はそれぞれの変数が行動意図に与える影響は高群とは変わらないが、RAI低群では、他者への期待と効力感、主観的規範の間に強い負の相関がみられ、RAI低群は他者の存在により影響されやすいことが明らかになった。

本章では、それぞれのクラスターごとにどのような特徴があるのかを比較していく。具体的には、性別や年齢などのデモグラフィクスや、性格といったパーソナリティ、友人と旅行を行う際の集団意思決定への参加頻度（計画行動頻度）に差があるのかを検証していく。本章の流れは以下である。次節では、自己決定性や社会的な手抜きに関する既存研究を中心に、仮説を提示する。第3節で調査項目の提示を行った後、第4節にて仮説の検証を行い、第5節にて考察とまとめを述べる。

### 第2節 先行研究と仮説

#### 第1項 デモグラフィクス

第2章でも述べたが、家族の旅行の意思決定では、一般的に共同意思決定（joint decision making）が多いことが明らかになっている。すなわち家族での旅行という消費の意思決定においては男性も女性も同程度意思決定に参加する傾向にあるということである。しかし、家族の意思決定は、基本的に1対1という2名の間で行われる。本論文が前提とするのは自分と友人3人との意思決定である。

このような複数の人数が意思決定に関わることで起こるのは、社会的な手抜き（Social Loafing）である。社会的な手抜きとは、課題に関わる人数が増えることで、個人がその課題に取り組む場合に比べて、個人が発揮する課題遂行力が低くなる、という現象である（釘原2011）。実際に、前章の多母集団同時分析では、RAI低群は、高群に比べて他者の存在に自らの効力感や主観的規範が左右されるという点でRAI高群とは異なっていた。RAI低群は、集団の意思決定を代理で行ってくれそうな優秀な他者がいれば、自分が意思決定を効率的に行えるという意識は低く、自らが行動しなければならないという意識が低い傾向にあると理解できる。他者の存在と自らの行動を起こすための主観的規範や効力感の間に負の関係があるという現象は、社会的な手抜き（Social Loafing）の背後にあるメカニズムであると考えられる。

この社会的な手抜きという現象については社会心理学の分野で多くの研究知見が蓄積され

ている。性別 (gender) は、社会的な手抜き現象を調整する変数の一部である。多くの研究で、一般的に、女性より男性の方が、社会的な手抜きが起りやすいということが明らかになっている。この主張の背後にあるのは、ジェンダー研究や小集団研究における、男性はより個人的 (individualistic) で競争的 (competitive) な志向を持っているのに対し、女性はより対人的 (interpersonal) で協力的な志向を持つという理論である。つまり女性の方が集団主義的 (group/collectively oriented) であり、集団での活動を男性より重視する傾向にある為に、女性には社会的な手抜きが起りにくいといわれるのである。実際、社会的な手抜きに関する研究をメタ分析にかけた Karau and Williams (1993) においても、性差は社会的な手抜きをコントロールする変数であることが明らかになっている。

年齢 (age) も社会的な手抜きをコントロールする変数として挙げられている。しかし、社会的な手抜きの多くの研究では、多くの研究で大学生のサンプルが用いられているという研究上の限界がある。Karau and Williams (1993) のメタ分析では、社会的なステータスとして学生の学年 (3 年生以下 : third grades or younger, 4~6 年生 : fourth through six grade, 中学・高校生 : junior high or high school student, 大学生 : college student, 社会人 : organizational employee) の効果を検証したところ、3 年生以下は 4 年生~6 年生、大学生より社会的な手抜きが少なく、社会人は 4~6 年生や大学生よりも社会的な手抜きが少ないことが明らかになり、Karau and Williams (1993) は前者の傾向 (3 年生以下の傾向) について、子どもは、ある年齢になるまでは課題の遂行に対して戦略的になることはないという発達的な説明ができるが、「社会人」とされるグループには多様な年齢のサンプルがおり、その発達後の傾向については解釈ができない (uninterpretable) としている。本論文のサンプルは、10 代後半~70 代までと幅広い。ただ、Karau and Williams (1993) の傾向を部分的に信用するのであれば、年齢が高い方が社会的な手抜きをしにくい、と考えられる。

以上より、以下の 2 つの仮説を立てる。

仮説 1 : RAI 高群、中群、低群の順の順に、女性の数が多くなる

仮説 2 : RAI 高群、中群、低群の順の順に、平均年齢が高くなる

## 第 2 項 パーソナリティ

個人での意思決定とは異なり、集団での意思決定にはその意思決定に関わる他者との意見の調整が必要となってくる。すなわち、集団での意思決定には他者との社会的な関わりが必要不可欠であり、その関係性の中で個々人は自らに対する役割規範を判断して行動していると考えられる。しかし、一方で個々人はそれぞれのものの感じ方、考え方、興味、価値観などといった一貫性のある安定した基本的な行動傾向—パーソナリティ—を持っている。

自己決定理論を援用した研究では、このパーソナリティと自己決定性の関連が議論されている。例えば、Ingledeu, et al. (2004) は、エクササイズ行動に対する動機づけの自己決定性とパーソナリティ尺度との関係を検討している。彼らは、Big Five の 5 因子—外向性

(Extraversion)、協調・調和性 (Agreeableness)、勤勉・誠実性 (Conscientiousness)、神経症傾向 (Neuroticism)、開放性 (Openness to Experience) —と、パーソナリティの新5要因尺度 (neo five factor inventory) に含まれる、精神病傾向 (psychoticism) の6つのパーソナリティとエクササイズ行動に対する動機づけの自己決定尺度から算出される RAI 尺度、そしてその下位概念の相関比較を行った。その結果、RAI は、外向性や協調・調和性、勤勉・誠実性とは正の相関、神経症傾向とは弱い負の相関がみられ、開放性は無相関という結果になっている。すなわち、エクササイズ行動に対して自己決定的な人ほど外向的で、協調的で勤勉な傾向があり、神経症ではないという結果になっている<sup>20</sup>。

本論文においてもパーソナリティと友人との集団旅行での意思決定への参加に対する自己決定的な動機づけとの関連を検証する。Ingledeu, et al. (2004)におけるエクササイズ行動に対する動機づけ尺度も、本論文における友人との集団旅行での意思決定参加に対する動機づけ尺度についても、ある行動に対する個人の「自己決定性」を測定している点においては同じである。よって、RAI とパーソナリティの相関傾向は Ingledeu, et al. (2004)と同様の傾向が得られるはずである。ただし、Ingledeu, et al. (2004)の研究の対象となった「エクササイズ行動」では新しい物事や考えに対して開放的かどうかを表す「開放性」とは無相関であったが、本論文が対象とする「集団での旅行の意思決定への参加」においては、RAI と「開放性」の間に正の相関がみられると考える。その理由は、エクササイズ行動が、例えば毎日ジムに通う、毎日筋トレやマラソンを行うといった日常的なルーティンワークの要素が強く、新しい経験へのオープンさとは相関がみられなかったと考えられるからである。一方で、集団での旅行の意思決定への参加という行動の背後にある「旅行」という消費行為は、非日常的な行為であり、新しい経験を得るという要素の強い消費である。実際に、「新奇性欲求 (非日常的な経験や楽しい経験をしたいという欲求)」は、旅行動機の1つとして挙げられる重要な動機づけの1つである(Pearce, 2005)。よって、以下のような仮説が立てられる。

仮説3：RAI 高群、中群、低群の順の順に外向性が高くなる

仮説4：RAI 高群、中群、低群の順の順に協調・調和性傾向が高くなる

仮説5：RAI 高群、中群、低群の順の順に勤勉・誠実性が高くなる

仮説6：RAI 低群、中群、高群の順に神経症傾向が高くなる

仮説7：RAI 高群、中群、低群の順の順に開放性が高くなる

### 第3項 集団意思決定での計画行動頻度

RAI 低群は行動に対する自己決定性が低い集団であり、RAI 高群に比べて、他者との関係

---

<sup>20</sup> RAI を構成する下位尺度については、以下の通りになった。神経症傾向は、取り入れ的調整 (introjected regulation) と、非協調性・精神病性はより外的調整 (external regulation) とより強い相関がみられた。外向性は自己決定性の高い同一視的調整 (identified regulation) や統合的調整と相関が強く、開放性 (Openness) は外的調整と、勤勉性・誠実性 (Conscientiousness) は外的調整とは相関が低く、統合的調整とはより相関が強いという結果となった。

によって動機づけられる可能性が高い集団である。RAI 低群は、他者に動機づけられなければ意思決定への参加を起こしにくいと考えられるのに対し、RAI 高群は、自ら積極的に意思決定に関わろうとする集団であると考えられる。よって RAI 高群のほうが、どのような友人との旅行の際にも旅行の意思決定に関わろうとすると考えられ、友人との旅行の集団意思決定に関わる頻度が高くなる可能性が高い。よって以下のような仮説が立てられる。

仮説 8 : RAI 低群、中群、高群の順に友人との旅行の意思決定への参加頻度が高くなる

友人との旅行の意思決定参加の自己決定性が高ければ、友人とその他の消費の意思決定をする際にも自ら意思決定に関わる傾向にあるのだろうか。本論文では探索的な試みとして、RAI とその他の消費の集団意思決定の際の影響力も同時に検証する。友人との共同消費として選択したのは、レストランや居酒屋等での食事、映画鑑賞、イベントへの参加である。これらの消費は、友人と共同消費をすることの多い製品カテゴリであり、サービスの消費であるという点では旅行と同じであるけれども、意思決定リスクや意思決定にかかる時間や手間という点では旅行とは異なっている。

仮説 9 : RAI 低群、中群、高群の順に友人との食事の意思決定への参加頻度が高くなる

仮説 10 : RAI 低群、中群、高群の順に友人との映画鑑賞の意思決定への参加頻度が高くなる

仮説 11 : RAI 低群、中群、高群の順に友人と参加するイベントの意思決定への参加頻度が高くなる

以降では、これら 11 の仮説を検証していく。

### 第 3 節 調査設計

個人のパーソナリティを測定するための尺度として本論文が採用したのは、小塩・阿部・カトローニ (2012) によって開発された、「日本語版 Ten Item Personality Inventory (TIPI-J)」である (表 10-1)。この尺度は、パーソナリティの 5 因子モデル (Five factor model) やビッグファイブ (Big Five) に共通する、外向性、協調・調和性、勤勉・誠実性、神経症傾向、開放性を各 2 項目ずつ、計 10 項目の尺度で測定する尺度である<sup>21</sup>。この尺度は、10 項目という少ない尺度でパーソナリティを測定できる為、回答者の認知的負担を軽減できること、さらには小塩・阿部・カトローニ (2012) によって既に信頼性と妥当性が検証されているという点で優れている<sup>22</sup>。実際の項目は表 10-1 に示す通りである。

友人との消費の意思決定における計画行動頻度は、普段友人と旅行、食事、映画鑑賞、イベントへの参加をする際、誰が計画を行うことが多いのかを、<全て友人が行う、ほとんど

<sup>21</sup> 各概念を測定する 2 項目は、Big Five の各概念を表現する正方向と逆方向の項目を含んでいる。

友人が行う、どちらとも言えない、ほとんど自分が行う、全て自分が行うの5水準で評価させた。また、友人と旅行や食事、映画鑑賞、イベントへの参加を行うことがない人は欠損値として処理し、分析から除外している。

**表 10-1 日本語版 Ten Item Personality Inventory の項目**

	項目
外向性	活発で、外向的だと思う ひかえめで、おとなしいと思う (反)
協調性	人に不満をもち、もめごとを起こしやすいと思う (反) 人に気をつかう、優しい人間だと思う
勤勉性	しっかりしていて、自分に厳しいと思う だらしなく、うっかりしていると思う (反)
神経症傾向	心配性で、うろたえやすいと思う 冷静で、気分が安定していると思う (反)
開放性	新しいことが好きで、変わった考えをもつと思う 発想力に欠けた、平凡な人間だと思う (反)

## 第4節 結果

### 第1項 デモグラフィクス

仮説1を検証するために、RAI低群、中群、高群間で男女の数の差を比較する、独立性の検定を、仮説2を検証するために、一元配置の分散分析を行った。各群の男女数と年齢の平均値と分散は、表10-2に示した。仮説1について、有効水準10%で群間の男女数に差が認められる結果となった( $\chi^2=5.16, p<0.10$ )。数値をみるとRAI低群、中群、高群となるにつれて女性の占める割合が高くなっていった。また、仮説2については、有効水準10%で有意差が確認されたため( $F=2.42, p<0.10$ )、多重比較を行ったところRAI低群と高群の間のみ有意差が確認された。

しかし、どちらも有効水準が10%という限定的な結果となったため、追加の検証として男女ごと、年代ごとにRAIの平均値の比較を行った。まず男女間では、男性のRAIの平均値(3.20,  $SD=3.05$ )よりも女性(3.86,  $SD=2.99$ )のほうが有意に高かった( $p<.01$ )。よって、仮説1は採択できる。次に、年代(20代以下、30代、40代、50代)によってRAIの平均値の比較を行ったが、RAIは年代とは比例せず、20代以下は2.93、30代は3.96、40代は3.38、50代は3.60、60代以上は3.78であり、30代が最もRAIが高い結果となった( $p<.10$ )。多重比較の結果、年代ごとのRAIの値に有意差が認められたのは20代と30代の間のみで、10%の水準で有意であった。よって、群間の年齢の比較、年代ごとのRAI値の比較のどちらも限定的な結果となったこと、追加の検証で年代とRAIが比例しておらず、ほとんどの年代間で有意差が認められなかったことから、仮説2は採択できる水準とはいえない結果となった。

表10-2 3群の男女数と年齢の平均値

	性別				年齢		全体
	男性	(%)	女性	(%)	平均値	標準偏差	
RAI低	127	56%	99	44%	42.85	14.52	226
RAI中	80	49%	84	51%	44.65	14.60	164
RAI高	101	46%	120	54%	45.85	14.38	221
全体	308	50%	303	50%	44.42	14.53	611

### 第2項 パーソナリティ

#### 項目の信頼性の検証

パーソナリティについて3群間の比較を行うにあたり、測定尺度の信頼性の検証を行った。小塩・阿部・カトローニ(2012)は、TIPI-Jを開発する上で信頼性を内的整合性と再検査信頼性の2つによって総合的に判断している。この理由について小塩らは、内的整合性は2項目の相関の高さを意味するが、TIPI-Jでは、Big Fiveの下位尺度が意味する広い範囲を2項目で測定しようとするため、帯域幅と忠実度のジレンマ(bandwidth-fidelity trade-off)—2項目の相互相関が高すぎると測定範囲が限定されるというジレンマ—の問題と直面するか

らであると述べている。よって、それぞれの概念を表す2項目の内的整合性を表すクロンバックの $\alpha$ は比較的に低くなる傾向にある。実際、各構成概念のクロンバックの $\alpha$ は、全体的にかかなり低い値となっている。しかし、各概念間の相関係数は小塩・阿部・カトローニ(2012)と同じ傾向を示していることから、尺度の信頼性は十分であると判断した。

表 10-3 TIPJの尺度間相関とクロンバックの $\alpha$

	外向性	協調性	勤勉性	神経症傾向	開放性	$\alpha$
外向性	1					.588
協調性	.080** (.04)	1				.373
勤勉性	.284*** (.20***)	.359*** (.12***)	1			.546
神経症傾向	-.268*** (-.19***)	-.319*** (-.25***)	-.406*** (-.32***)	1		.537
開放性	.465*** (.24***)	.224*** (.01)	.336*** (.07**)	-.407*** (-.15***)	1	.501

\*\* $p<.05$ , \*\*\* $<.01$

( )内は小塩・阿部・カトローニ(2012)における尺度間相関係数

#### 一元配置の分散分析

次に、3群間のパーソナリティの比較を行った。各群の記述統計を示した表が表10-4である。それぞれの平均値に有意差があるかを検討する為に、多重比較を行った結果、協調性と開放性は低群・中群・高群の順に平均値が高く( $p<.05$ )、外向性については、低群と中群より高群のほうが平均値が高く( $p<.05$ )、低群と中群は大群より神経症傾向が高い( $p<.05$ )結果となった。勤勉性については、低群よりも高群で値が高かった( $p<.05$ )。よって、仮説4と仮説7については採択、その他の仮説(仮説3・仮説5・仮説6)については、高群とその他の群の間に差が認められ、部分的に採択できる結果となった。

よって、RAIが高い群ほど、活発で外向的で(外向性)、新しい経験に対して前向きであり(開放性)、人に対して気を遣い(協調性)、自分に厳しい傾向(勤勉性)にあり、一方でRAIが低いと、心配性の傾向が強い(神経症傾向)と結論づけることができる。

表 10-4 3群のパーソナリティの記述統計

		度数	平均値	標準偏差	標準誤差
外向性	RAI低群	226	7.63	2.38	0.16
	RAI中群	164	8.18	2.69	0.21
	RAI高群	221	9.14	2.68	0.18
協調性	RAI低群	226	9.36	2.18	0.14
	RAI中群	164	10.04	2.03	0.16
	RAI高群	221	10.60	2.14	0.14
勤勉性	RAI低群	226	8.31	2.27	0.15
	RAI中群	164	8.67	2.56	0.20
	RAI高群	221	8.98	2.59	0.17
神経症	RAI低群	226	7.93	2.32	0.15
	RAI中群	164	7.62	2.65	0.21
	RAI高群	221	6.63	2.62	0.18
開放性	RAI低群	226	7.64	2.33	0.15
	RAI中群	164	8.46	2.52	0.20
	RAI高群	221	9.22	2.39	0.16

### 第3項 集団意思決定への参加頻度

最後に、3群間の友人との共同消費における集団意思決定への参加頻度を比較した。各群の記述統計は表 10-5 に示した。一元配置の分散分析を行った結果、平均値の差が有意になったのは、旅行の意思決定においてのみであり、低群 (3.10)、中群 (3.21)、高群 (3.30) の順に平均値が高くなった ( $p<.05$ )。続いて多重比較を行った結果、低群と高群の間に有意な差が認められた。よって、仮説 8 は部分的に採択され、その他の仮説 9、仮説 10、仮説 11 は棄却される結果となり、RAI が高い人は低い人に比べて、友人との旅行の意思決定プロセスへの参加頻度が高くなる傾向にあることが明らかになった。

表 10-5 RAI による計画行動頻度の比較

		度数	平均値	標準偏差	標準誤差
食事	RAI低群	225	3.09	0.79	0.05
	RAI中群	163	3.10	0.67	0.05
	RAI高群	218	3.11	0.76	0.05
	合計	606	3.10	0.75	0.03
映画鑑賞	RAI低群	201	3.11	0.86	0.06
	RAI中群	135	3.12	0.83	0.07
	RAI高群	186	3.16	0.78	0.06
	合計	522	3.13	0.82	0.04
旅行	RAI低群	226	3.10	0.77	0.05
	RAI中群	164	3.21	0.80	0.06
	RAI高群	221	3.30	0.75	0.05
	合計	611	3.20	0.77	0.03
イベント	RAI低群	213	3.05	0.87	0.06
	RAI中群	160	2.86	0.76	0.06
	RAI高群	209	2.97	0.78	0.05
	合計	582	2.97	0.81	0.03

RAI の 3 群間で友人とのその他の共同消費の意思決定での計画参加頻度に差が見られなかったということは、友人との旅行の意思決定への参加に自己決定的に参加する傾向があるからといって、その他の消費においても集団意思決定での計画参加頻度が高いとは言えないということである。この結果についての 1 つの仮説として、「旅行」という製品カテゴリ特有の性質が影響していることが考えられる。すなわち「旅行」は、その他の製品カテゴリと比較して意思決定リスクが高く、考えられる選択肢の比較、決定に時間がとられる意思決定であるために、意思決定に自ら参与していく「自己決定性」が友人との集団意思決定への参加頻度の高さを左右する要因の 1 つとなる、という仮説である。しかし、この仮説の裏付けには今回の検証は不十分である。なぜなら、今回の RAI 尺度は「旅行」の意思決定に対する自己決定性を測る指標であり、友人との意思決定全般に対する自己決定性を測定する尺度ではないからである。よって、今後の研究では、友人との意思決定全般についての RAI 尺度を開発した上で、それぞれの製品カテゴリの意思決定における個人の計画行動頻度を比較する必要がある。

## 第5節 　　まとめ

本章では、前章で区分した RAI 低群、中群、高群間のデモグラフィクス・パーソナリティ・集団意思決定への参加頻度を比較した。その結果、RAI 低群は、男性が多く、内向的で心配性で、保守的な傾向にあるのに対して、RAI 中群、高群になると女性が多く、外向的で協調的・勤勉で新しい経験に対してオープンである傾向にある、という結果になった。また、RAI 低群に比べて高群のほうが、友人との旅行の集団意思決定に参加する頻度が高いという結果になった。次章では、本論文の結論と学術および実務上の貢献、限界と今後の課題をまとめる。

## 第IV部 　まとめ

## 第11章 結論

本論文は、友人集団内での意思決定プロセスにおける「まとめ役」もしくは「代理消費者」に焦点を当てた。特に問題の中心となったのは、集団意思決定に参加するか否か、という「集団意思決定への参加意図」がどのような要因によって促進されるのか、動機づけの傾向によってこれらの要因が意思決定への参加意図に与える影響が変化するのか、意思決定参加の動機づけの違いは、どのようなデモグラフィクスやパーソナリティ特性と関連しているのか、を明らかにすることであった。

### 第1節 総括

第I部では、問題背景から、集団意思決定に関する先行研究をレビューすることによって、本論文のとり方論的立場とリサーチクエスチョンを導出した。

第1章では、本論文の問いの背景と「旅行の意思決定」を事例として選択した理由、そして論文の構成について述べた。

続く第2章では、消費者行動研究、観光研究分野において研究が進んでいる「家族」と「組織」の2つの集団における集団意思決定の「主体」に関する先行研究を、2つのアプローチに分けてレビューを行った。その2つとは、〈集団視点のアプローチ〉と〈個人視点のアプローチ〉である。〈集団視点でのアプローチ〉は、意思決定に関わる「意思決定単位 (Decision making Unit)」の構造や関与度、そして集団の中で影響力を持つ主体、主体間の影響力を左右する「要因」を明らかにすることを目的とするアプローチであった。一方の〈個人視点のアプローチ〉は、意思決定に関わる「個人」に焦点を当て、集団内の「個人」が意思決定に関わっていく要因や動機づけについて議論するアプローチであった。

そして第3章では、友人との意思決定に関する数少ない研究のレビューを行い、先行研究が全て〈集団視点のアプローチ〉を採用していることを確認した。そして、友人集団の特性から派生する〈集団視点のアプローチ〉を採用する場合の問題点について3つ指摘した。その3つとは、友人集団のもつ意思決定単位内の比較基盤のなさ、意思決定単位自体の不安定さ、個人の属する友人集団の多様性の3つである。そして、本研究はこの問題を克服するための方法として、〈個人視点のアプローチ〉を採用することを述べた。

第I部の最終章である第4章では、改めて本論文のリサーチクエスチョンを述べたあと、本論文が採用する研究方法である混合研究法について説明し、研究全体の設計について説明した。

第II部となる5～7章では、定性的なデータの分析を行った。第5章では、収集した質的データの収集方法と分析方法について説明した。収集した質的データは、友人との旅行の頻度が高い大学生を対象に収集したインタビューデータと自由回答記述データの2種類であ

る。定性データには2つの分析方法が採用された。1つは、質的コーディングである。質的コーディングは、データに基づいたイーミックコードと、概念や理論に基づいたエティックコードを組み合わせ、高次の抽象的な概念としてカテゴリ化することで理論化を目指す手法である。もう1つは、質的なデータを数値として計量化し、定量的に分析する計量テキスト分析である。

続く第6章では、友人との集団意思決定の際にどのような意思決定役割が見られ、それらの役割がどのように集団内で分担されているのかを質的データに基づいて解釈した。インタビューデータと自由回答記述データからは、〈発案者〉〈ゲートキーパー〉〈影響者〉〈決定者〉〈購入者〉の5つの役割が抽出された。そして、これらの意思決定役割がそれぞれのインフォマントが参加した旅行ケースにおいて、集団内のどの程度の人数によって担われているかを評価し、旅行ケースにおける役割分担パターンを階層的クラスタ分析によって抽出した。抽出されたパターンは、大きく3つであった。その3つとは、1人のまとめ役による意思決定、一部メンバー中心の意思決定、共同意思決定である。そして、ほとんどの意思決定役割を集団内の1人もしくは少人数で多く負担する「まとめ役」による意思決定が比較的によく行われていることを確認し、意思決定の代理性がみられることを確認した。

第7章では、まず本論文の主となる問いである、集団意思決定への参加を促進する要因を抽出した。抽出されたのは、〈態度〉〈有能さ(効力感)〉〈時間の余裕〉〈他者からの期待(主観的規範)〉〈他者への期待〉の5つの要因である。これらの要因は、計画的行動理論と合致する部分が多くあることから、計画的行動理論との関連についても議論した。さらに質的なデータの解釈から、意思決定への参加理由についての傾向として、自ら主体的に意思決定に関わっていく「内的動機づけ」と、他のメンバーが意思決定に参加しないから仕方なく、といった他律的に動機づけられる「外的動機づけ」の2つの動機づけ傾向が確認された。最後に、「パーソナリティ特性」も集団意思決定に参加する人物を特徴づける特性の1つとして質的データに現れていることを確認した。

第Ⅲ部となる8～10章では第Ⅱ部の質的なデータに基づく仮説の検証を行った。まず、第8章では、集団意思決定プロセスへの参加意図を説明する「集団意思決定への参加意図の形成モデル」を共分散構造分析にかけ、モデルに説明力があるのかを検証した。検証の結果、時間の余裕以外の要因—態度、効力感、主観的規範、他者への期待—は、全て行動意図に対して直接的に正の影響があることが明らかになった。時間の余裕は、直接的な影響は有意にはなかった。

続く9章では、個人の集団意思決定への参加に対する動機づけの違いを検証した。自己決定性の違いを指標化するRAI尺度を作成し、その指標を元にサンプルを〈RAI低群〉〈RAI中群〉〈RAI高群〉の3群に分けて「集団意思決定への参加意図の形成モデル」の多母集団同時分析を行った。モデルの構成概念が集団意思決定への参加意図に与える影響を比較したところ、それぞれの群で、参加意図に影響を与える変数が異なることが明らかになった。

具体的には、RAI 中群と RAI 高群の間で、効力感、主観的規範、他者への期待からの行動意図のパスに有意な差があり、RAI 中群では、RAI 高群に比べて効力感が意思決定の参加意図により強く影響していた。一方で RAI 高群では主観的規範や他者からの期待といった要素が RAI 中群に比べて強く影響することが分かった。また、RAI 低群と RAI 高群は、行動意図に対する変数のパス係数の差は有意とはならなかったものの、他者への期待と効力感や主観的規範との間の負の相関関係の差が有意となり、RAI 低群で負の相関が強かった。よって、RAI 低群も RAI 高群も各変数が直接行動意図に影響を与える強さには差がないものの、RAI 低群は集団内の他の友人存在に大きく影響される傾向にあるという点で RAI 高群とは異なると結論づけられた。

第Ⅲ部の最終章である 10 章では、RAI 低群、中群、高群間のデモグラフィクス・パーソナリティ・集団意思決定への参加頻度の比較を行った。その結果、RAI 低群は、男性が多く、内向的で心配性で、保守的な傾向にあるのに対して、RAI 中群、高群になると女性が多く、外向的で協調的・勤勉で、新しい経験に対してオープンである傾向にある、という結果になった。また、RAI 低群に比べて高群のほうが、友人との旅行の集団意思決定に参加する頻度が高いという結果になった。

これらの結果をまとめると、以下ようになる。友人との旅行の集団意思決定においては、ある一部のメンバーが他のメンバーの代理として意思決定プロセスを遂行していく代理性 (delegation) という現象が良く見られる。これは、「まとめ役」あるいは「社会的代理消費者」という意思決定に深く参与するメンバーによる意思決定であり、彼らは、意思決定を遂行できる可能性のあるメンバーが集団内に複数存在する中でも、自らを動機づけ、集団意思決定に参加する。この集団の意思決定に参加するか否かという参加意図を形成する要因には、4つの直接的な要因と1つの間接的な要因がある。4つの直接的な要因とは、意思決定への参加に対する好意的な態度、自らの能力についての認知である効力感、自らが意思決定に参加するかを期待されているかどうかについての認知である主観的規範、他者がどの程度意思決定に参加してくれるかという他者への期待である。そして、意思決定への参加に時間を割くことができるかどうかを表す時間の余裕は、直接的な影響は有意とならなかったものの、態度や効力感、主観的規範と正の相関関係にあることから、参加意図に対して間接的な影響があると考えられる。

しかし、これらのどの要因が強く働くかは、それぞれのメンバーが集団意思決定参加に対して内的 (自律的) もしくは外的 (他律的) に動機づけられるかによって異なっていた。外発的な要因に動機づけられる集団は、内的に動機づけられる集団と比較して、より効率的・効果的に意思決定を遂行できそうな有能なメンバーの存在に自らの主観的規範や有能さの認知が左右される傾向にあった。また、外発的に動機づけられる集団は比較的に男性が多く、神経質で心配性で、保守的である傾向にある一方、内的に動機づけられる集団には女性が多く、外向的で協調的・勤勉で新しい経験に対してオープンである傾向にあり、友人との旅行の意思決定への参加頻度も高い傾向にあった。

## 第2節 学術的貢献

本論文の学術的貢献は大きく分けて4つある。まず1つは、集団における消費の意思決定の分野でほとんど議論の対象とされてこなかった友人集団に焦点を合わせたことである。友人と1つの商品やサービスを消費することは、私たちが日常的に体験していることであるにも関わらず、家族や組織といった集団の意思決定研究に比べて研究がほとんど行われていない。本論文は、友人同士での意思決定に焦点を当てた数少ない研究の1つである。

また、本論文が対象とした友人集団は、家族や組織と比べて基盤となる自明の役割がなく、集団自体の構造も不安定な集団である。このような集団を研究対象とすることで、組織や家族の購買意思決定研究で扱われてこなかった、友人集団固有の問題に取り組むことができた。具体的には、自明となる役割規範のない、インフォーマルな友人関係の中で、自らが意思決定に積極的にかかわっていくかをどのように決定しているのか、という問題である。この問題は、夫や妻、子供といった家族内の役割や、役職や職務といった組織内の役割が内在し、構造が比較的安定している集団よりも、友人集団のような不安定な構造の集団でこそ浮き彫りになる。このように、既存研究において研究対象とされてきた集団とは異質な集団を研究対象とすることで、既存の集団意思決定研究では注視されてこなかった研究課題を示したことは本論文の2つ目の貢献である。

学術的貢献の3つ目は、先行研究で示唆されていた「まとめ役」および「社会的代理消費者」が集団意思決定に参加するという行動を生起するに至る心理的メカニズムを明らかにした点にある。先行研究では、友人同士で意思決定を行う際に、友人同士で意思決定を行う際の中心人物である「まとめ役」あるいは「社会的代理消費者」が現れることが多いことが示唆されていたが、その人物がなぜ集団内でそのような役割を担うようになったのかについては言及がなされてこなかった。本論文は、友人集団での集団意思決定に参加するか否かを決定する仮説モデルを提示し、検証することで、友人と「何」を選択するかという集団意思決定の背後にある、意思決定プロセスへ自らが参加するかどうかという問題に焦点を当てることができた。

学術的貢献の4つめは、本論文が「計画的行動理論」を、集団行動における「個人」の行動予測に応用したことである。一般的に計画的行動理論は、環境配慮行動や健康・エクササイズ行動、恋人とのコンドームの使用、レジャーの選択など幅広い「個人の行動」を予測するモデルとして用いられてきたが、特定の集団内での個人の行動の予測には用いられていない。本論文は、「計画的行動理論」に「他者への期待」という概念を組み込んで、集団内の「個人」の行動も予測できることを示した。

## 第3節 実務的貢献

本論文の実務的な貢献は、2つある。

まず1つは、友人との集団意思決定で「何」を選択するか、という問題に対して影響力を持つ可能性の高い「まとめ役」および「社会的代理消費者」がどのような心理的要因によっ

て意思決定に関わっているのかを明らかにした点にある。本論文では、内発的に動機づけられる者は、集団のメンバーがどのようなメンバーであるかかという他者の存在に左右されることが少ないことが明らかになった。この知見から、内発的に動機づけられる者は、どのような友人と旅行をする際にも積極的に意思決定に参加していく可能性が高いことが推測できる。このような人物に重点的にマーケティングを行うことは非常に効率的、そして効果的であると考えられる。

さらに、動機づけの違いによって心理的メカニズムが異なることを明らかにするにとどまらず、動機づけの違いによってデモグラフィクスやパーソナリティ特性に違いがあるのかを検証することで、集団の意思決定に内的もしくは外的に動機づけられる者がどのような人物であるのかを明らかにしたことは、実務的貢献の2つめに挙げられる。様々な友人関係において積極的に意思決定に参加していくと予想される内的な動機づけが働く集団には、女性が多く、社交的で新しい経験に対してオープンであることが示唆された。このようなデモグラフィクスやパーソナリティといった特性は、マーケティングを行う上で重要な情報となる。

#### 第4節 本論文の限界と今後の課題

本論文は、先行研究ではあまり議論が進められてこなかった、友人集団での意思決定場面に焦点をあわせ、集団内の個人がどのような要因で意思決定参加を決定するのか、そして個人の動機づけの傾向とデモグラフィクスやパーソナリティといった要因がどのように関係しているのかを明らかにした点で、学術的にも実務的にも意義のある論文である。しかし今後の研究において、さらに友人集団の意思決定について議論を深めていくには、本論文の限界と課題を認識しておく必要がある。よって、本節では、本論文の限界と今後の研究の為の課題を述べる。

本論文の課題は大きく3つある。まず1つは、採用した研究手法についての限界である。まず、「集団意思決定への参加意図の形成モデル」の検証をする上で、本論文は「場面想定法」を用いて、旅行の行先（アメリカ旅行）や同行者の人数（3名）を限定する形で検証した。場面想定法は回答者の実際の経験を問うわけではなく、ある場面を想定させ、自分がどう感じ、行動するのかという自らの認知、行動を予想させる手法であるため、一部現実との乖離がある可能性も否定できない。また、行先や同行者の人数を制限したため、これらの要因によるモデルへの影響は考慮されていない。今後の研究で、より多くのサンプルを用いて実際の意思決定場面について検証することで、よりモデルの意義が深められると考えられる。

2つめは、本論文の取り扱う「意思決定への参加」という問題設定による限界である。本論文は、友人との意思決定への参加がどのような要因によって促進され、個人の動機づけ傾向の違いによってそれらの要因の働き方がどのように異なるのか、そして動機づけの傾向とデモグラフィクスやパーソナリティはどのように異なるかを問いとしてきた。すなわ

ち本論文は、友人集団で意思決定をする際の「意思決定へ参加するかどうか」を決める意思決定について明らかにする研究であり、友人集団内で最も影響力があるのは誰なのかという影響力を持つ主体を特定するような研究ではない。友人集団内での影響力関係は、個人が意思決定に参加するか否かという要因以外にも、メンバー間の知識・経験・資源の格差といった要因が影響する可能性が高い。この集団内の影響力については、集団的アプローチによって議論する必要があると考える。

さらに、本論文は、個人の意思決定に対する動機づけの傾向を「自己決定性」の違いとして解釈してきたけれども、この動機づけの違いによって、意思決定の際の「行動」にどのような違いがあるのかどうかについては全く触れていない。しかし、自己決定性の違いとデモグラフィクスやパーソナリティに関連が認められていることから、意思決定行動にも関連があると推測できる。例えば、意思決定への自己決定性の違いと情報探索の程度、集団メンバーとの協力や相談の程度、採用する意思決定ルールに関連がみられる可能性がある。このような問いへ答えていくことで、友人との意思決定のさらなる理解につながり、実務上、効率的なマーケティング策を考えることも可能になるだろう。

これらの研究上の限界は、本論文の学術的、実務的価値を損なうものではなく、今後友人集団の意思決定プロセスについてさらに理解を深めていく為に克服すべき課題であると考えられるべきである。友人集団の意思決定は非常に身近な現象ではあるものの、多くの研究が行われている家族や組織の購買意思決定に比べていまだに研究が少なく、引き続き多様な研究が望まれる。

APPENDIX インタビュー対象者の概要と旅行ケース

インフォマント	年齢	性別	旅行ID	旅行先	グループ構成		関係	選択	階層的 クラスター分析 結果
					性別	人数			
R1	23	男	R1_01	タイ	男	8	部活	ツアー	B-4
R2	19	男	R2_01	北海道	男女	50	サークル	宿泊先	B-1
R3	19	女	R3_01	イギリス(地方)	女	2	予備校から大学も 一緒に友人	宿泊先	A-1
R4	21	女	R4_01	金沢	女	2	高校	ツアー	C-2
			R4_02	福岡	女	3	インカレ	目的地	-
R5	20	女	R5_01	ハワイ	女	3	サークル	ツアー	A-2
			R5_02	台湾	女	2	高校	ツアー	C-1
			R5_03	アメリカ	女	3	大学クラスメイト	ホテル	A-1
R6	21	女	R6_01	沖縄	女	10	部活	ツアー	A-3
			R6_02	シンガポール	女	4	部活	ツアー	A-1
			R6_03	イタリア	女	8	部活	ツアー	A-4
R7	22	男	R7_01	韓国	男	4	大学外部の友人	ホテル	C-2
			R7_02	韓国	男	4	大学外部の友人	ホテル	A-1
			R7_03	ストックホルム	男	2	留学先の友人	ホテル	A-1
R8	22	女	R8_01	北海道	男女	8	サークル	ツアー	C-2
			R8_02	ベトナム	女	2	大学の友人	ホテルと航空券	C-1
			R8_03	台湾	女	2	留学先の友人	ホテル	C-2
R9	21	女	R9_01	ニューヨーク	女	3	高校	ツアー	A-4
R10	22	男	R10_01	熱海	男女	7	サークル	ホテル	A-1
			R10_02	イタリア	男	5	サークル	ツアー	B-3
			R10_03	スノーボードツアー	男女	5~15	サークル	ツアー	A-1
R11	22	女	R11_01	仙台	女	2	大学のゼミ(2年)	宿泊先	C-2
			R11_02	ハワイ	女	2	中学	ツアー	-
			R11_03	台湾	男女	6	ゼミ	ツアー	B-2
R12	22	女	R12_01	箱根	男女	5	インカレ	宿泊先	A-1
			R12_02	スペイン	女	2	インカレ	ツアー	A-1
			R12_03	九州	男女	4	インカレ	宿泊先	-
R13	22	女	R13_01	オーストラリア	女	2	サークル	ツアー	B-4
			R13_02	セブ島	男女	23	サークル	ツアー	A-1
R14	22	男	R14_01	箱根	男女	9	サークル	宿泊先	A-4
			R14_02	金沢	男女	8	サークル	宿泊先	B-3
			R14_03	台湾	男女	6	ゼミ	ツアー	B-4
R15	22	女	R15_01	台湾	男女	6	ゼミ	ツアー	A-1
R16	23	男	R16_01	韓国	男	4	サークル	ツアー	B-4
			R16_02	イタリア	男	4	サークル	ツアー	C-2
			R16_03	台湾	男	6	ゼミ	ツアー	A-3
R17	22	女	R17_01	ニューヨーク	女	2	部活	ツアー	A-1
R18	22	男	R18_01	箱根	男	4	バイト	ツアー	B-2
			R18_02	箱根	男	5	バイト	ツアー	C-2
			R18_03	台湾	男女	6	ゼミ	ツアー	B-2
R19	22	女	R19_01	タイ	女	3	部活	ツアー	B-2
			R19_02	シンガポール	女	2	中学	ツアー	A-4
R20	23	男	R20_01	沖縄	男女	20	サークル	ツアー	A-1
			R20_02	台湾	男女	6	ゼミ	ツアー	C-2
R21	20	女	R21_01	韓国	女	2	大学	ツアー	A-1
			R22_01	沖縄	男女	15	サークル	ツアー	A-1
R23	20	女	R23_01	大阪	女	8	部活	ホテル	A-1
			R23_02	イタリア	女	8	部活	ツアー	A-1
R24	20	男	R24_01	北海道	男女	25	サークル	ツアー	A-1
R25	21	女	R25_01	大阪	女	12~13	部活	ツアー	A-3

インフォマント	年齢	性別	旅行ID	旅行先	グループ構成		関係	選択	階層的 クラスター分析 結果
					性別	人数			
R26	20	男	R26.01	沖縄	男女	40	サークル	ツアー	A-1
			R26.02	長野(スキー)	男女	40	サークル	ツアー	A-1
R27	22	男	R27.01	インドネシア・香港	男	8	大学の友人	ツアー	A-4
			R27.02	熱海	男	7	高校	宿泊先	A-1
			R27.03	ハワイ	男	6	高校	ツアー	-
R29	22	男	R29.01	台湾	男	2	サークル	航空券+ホテル	-
			R29.02	軽井沢	男	7	サークル	宿泊先	A-1
R30	21	女	R30.01	名古屋	女	5	サークル	ツアー	A-3
			R30.02	韓国	女	2	大学の友人	ツアー	C-2
			R30.03	沖縄	女	3	大学の友人	ツアー	-
R31	22	女	R31.01	韓国	男女	7	大学の友人	航空券+AirBnB	B-2
			R31.02	軽井沢	女	2	高校	ホテル	-
			R31.03	スペイン・フランス	女	3	大学の友人	ツアー	A-1
R32	23	女	R32.01	ベトナム	女	2	大学の友人	飛行機+ホテル	-
			R32.02	ベトナム	男女	7	大学の友人	ツアー	B-3
			R32.03	北海道	男女	8	サークル	ツアー	A-3
R33	22	男	R33.01	インド	男	2	高校	飛行機+ホテル	A-1
			R33.02	草津	男	3	大学の友人	交通手段+ホテル	A-3
			R33.03	熱海	男女	20	部活の友人	ツアー	-
R34	22	女	R34.01	オーストラリア	女	2	大学の友人	ツアー	A-3
			R34.02	箱根	女	6	高校	ツアー	-
R35	23	男	R35.01	シドニー	男女	5	部活	ツアー	A-1
			R35.02	金沢	男女	11	部活	ツアー	A-2
			R35.03	大阪	男女	5	高校	ツアー	A-1
R36	22	男	R36.01	台湾	男	4	寮生	航空券+ホテル	A-2
			R36.02	フランス	男	2	寮生	航空券+ホテル	A-1
			R36.03	北海道	男	2~3	寮生	電車+航空券	A-1
R37	23	女	R37.01	スペイン・ポルトガル	女	2	大学の友人	航空券+ホテル	C-1
			R37.02	台湾	男女	5	大学の友人	航空券+ホテル	B-3
R38	22	男	R38.01	オーストラリア	男女	4	サークル	ツアー	A-1
			R38.02	イタリア	男	4	サークル	ツアー	A-4
			R38.03	九州	男	4	中高	ツアー	-
R39	22	男	R39.01	セブ島	男女	28	部活	ツアー	-
			R39.02	スペイン	男	4	大学の友人	ツアー	B-2
			R39.03	タイ	男	4	高校	ツアー	C-1
R40	22	男	R40.01	イタリア	男	5	サークル	ツアー	A-2
			R40.02	福岡	男女	8	サークル	航空券+ホテル	B-1
			R40.03	韓国	男女	7	大学の友人	航空券+ホテル	A-2
R41	22	男	R41.01	アメリカ	男	2	部活の友人	ツアー	C-2
			R41.02	熱海	男女	27	部活の友人	ツアー	A-1
			R41.03	出雲	男	2	部活の友人	ツアー	A-1
R42	18	女	R42.01	熱海	女	2	予備校時代の友人	航空券+ホテル	C-1
R43	22	男	R43.01	ニューカレドニア	男女	5	サークル	ツアー	A-2
			R43.02	金沢	男	3	短期留学先で知り合った友人	ホテル	A-1
R44	22	女	R44.01	スペイン	男女	5	大学の友人	航空券+ホテル	B-2
			R44.02	鹿児島・熊本	男女	8	ゼミ	ツアー	-
			R44.03	小豆島	女	3	中高	ツアー	A-1
R45	22	女	R45.01	神戸・淡路	男女	30	部活	ツアー	B-2
			R45.02	台湾	女	4	大学の友人	ツアー	B-1
R46	22	男	R46.01	キューバ・メキシコ	男	4	大学の友人	航空券+ホテル	C-1
			R46.02	静岡周遊	男	3	高校	ホテル	A-1
			R46.03	中国・四国地方	男女	4	サークル	交通手段+ホテル	C-1

## 日本語参考文献

- 秋庭裕・川端亮 (2004) 『霊能のリアリティへ—社会学、真如苑に入る』新曜社.
- 秋山学 (2000) 「ペアによる意思決定における協調作業の分析(1)-選択肢情報保持パターンからの検討」日本心理学会第 64 大会発表論文集(京都大学), 813.
- 秋山学 (2002) 「旅行選択における合意形成過程および合意形成後過程に関する研究—消費者間の社会的相互作用と広告情報処理との関係」吉田秀雄記念事業財団平成 13 年度助成研究集:要旨, 19.
- 秋山学 (2006a) 「旅行のプランニング過程—パッケージツアーの選択—」前田勇・佐々木士郎二監修『観光の社会心理学』北大路書房, 58-73.
- 秋山学 (2006b) 「協調的意思決定過程における共同注意」人間文化, 21, 63-74.
- 秋山学 (2007) 「パッケージツアー選択過程における協調的意思決定過程—優越構造構築としての意思決定過程—」人間文化 H&S (神戸学院大学人文学会), 22, 97-104..
- 上淵寿 (2004) 『動機づけ研究の最前線』北大路書房.
- 岡田涼 (2005) 「友人関係への動機づけ尺度の作成および妥当性・信頼性の検討—自己決定理論の枠組みから」パーソナリティ研究, 14(1), 101-112.
- 岡田涼 (2010) 「自己決定理論における動機づけ概念間の関連性—メタ分析による相関係数の統合」パーソナリティ研究, 18(2), 152-160.
- 釘原直樹 (2011) 『グループ・ダイナミクス—集団と群衆の心理学』有斐閣.
- 小塩真司 (2014) 『はじめての共分散構造分析(第 2 版)—Amos によるパス解析』東京図書.
- 小塩真司・阿部晋吾・カトローニピノ (2012) 「日本語版 Ten Item Personality Inventory (TIPI-J)作成の試み」パーソナリティ研究, 21(1), 40-52.
- 佐藤郁哉 (2006) 『フィールドワーク—書を持って街へ出よう—』新曜社.
- 豊田秀樹 (2007) 『共分散構造分析 Amos 編—構造方程式モデリング』東京図書.
- 長沼君主 (2004) 「自律性と関係性からみた内発的動機づけ研究」上淵寿編著『動機づけ研究の最前線』北大路書房, 30-60.
- 難波和明・小橋康章 (1992) 「相談による意思決定プロセスに関する研究」日本認知科学学会第 9 回大会発表論文集 (中京大学), 56-57.
- 日本交通公社 (2015) 『旅行年報 2015』
- 樋口耕一 (2014) 『社会調査のための計量テキスト分析—内容分析の継承と発展を目指して』ナカニシヤ出版.

## 英語参考文献

- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action Control: From Cognition to Behavior*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 11-39.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self - efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of applied social psychology*, 32, 665-683.
- Anderson, E., Chu, W., & Weitz, B. (1987). Industrial purchasing: an empirical exploration of the buyclass framework. *The Journal of Marketing*, 71-86.
- Anderson, P. F., & Chambers, T. M. (1985). A reward/measurement model of organizational buying behavior. *The Journal of Marketing*, 49, 7-23.
- Atkin, C. K. (1978). Observation of parent-child interaction in supermarket decision-making. *Journal of Marketing*, 42, 41-5.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the academy of marketing science*, 16, 74-94.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84, 191-215.
- Bandura, A. (1998). Health promotion from the perspective of social cognitive theory. *Psychology and health*, 13, 623-649.
- Belch, G. E., Belch, M. A., & Ceresino, G. (1985). Parental and teenage child influences in family decision making. *Journal of Business Research*, 13, 163-176.
- Belch, M. A., & Willis, L. A. (2002). Family decision at the turn of the century: Has the changing structure of households impacted the family decision -making process? *Journal of Consumer Behaviour*, 2, 111-124.
- Belk, R., Fischer, E., & Kozinets, R. V. (2013). *Qualitative consumer and marketing research*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Bellizzi, J. A., & McVey, P. (1983). How valid is the buy-grid model? *Industrial Marketing Management*, 12, 57-62.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*, Glencoe, IL: Free Press.
- Berey, L. A., & Pollay, R. W. (1968). The Influencing Role of the Child in Family Decision Making. *Journal of Marketing Research*, 5, 70-72.
- Blood, R. O., & Wolfe, D. M. (1960). *Husbands & wives : the dynamics of married living*, New York, NY: Free Press.
- Bronner, F., & de Hoog, R. (2008). Agreement and disagreement in family vacation decision-making. *Tourism Management*, 29, 967-979.

- Bunn, M. D. (1993). Taxonomy of buying decision approaches. *The Journal of Marketing*, 57, 38-56.
- Chambers, T. M., Anderson, P. F., & Dunlap, B. (1986). Preferences, intentions, and behavior of organizational buyers under different reward conditions. *Journal of Business Research*, 14, 533-547.
- Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of applied social psychology*, 28, 1429-1464.
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2007). *Designing and conducting mixed methods research*, Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. (大谷順子訳『人間科学のための混合研究法：質的・量的アプローチをつなぐ研究デザイン』北大路書房、2010年)
- Crompton, J. L. (1981). Dimensions of the social group role in pleasure vacations. *Annals of Tourism Research*, 8, 550-568.
- Darley, W. K., & Lim, J.-S. (1986). Family decision making in leisure-time activities: An exploratory investigation of the impact of locus of control, child age influence factor and parental type on perceived child influence, in *Advances in Consumer Research Volume 13*, eds. Richard J. Lutz, Provo, UT : Association for Consumer Research, 370-374.
- Davis, H. L. (1970). Dimensions of marital roles in consumer decision making. *Journal of Marketing Research*, 7, 168-177.
- Davis, H. L., & Rigaux, B. P. (1974). Perception of marital roles in decision processes. *Journal of Consumer Research*, 1, 51-62.
- DeCharms, R. (1968). *Personal causation : the internal affective determinants of behavior*: Academic Press.
- Deci, E. L. (1971). Effects of externally mediated rewards on intrinsic motivation. *Journal of personality and social psychology*, 18, 105.
- Deci, E. L. (1972a). The effects of contingent and noncontingent rewards and controls on intrinsic motivation. *Organizational behavior and human performance*, 8, 217-229.
- Deci, E. L. (1972b). Intrinsic motivation, extrinsic reinforcement, and inequity. *Journal of personality and social psychology*, 22, 113.
- Deci, E. L. (1975). *Intrinsic motivation*, New York, NY: Plenum Press.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*: New York, NY: Plenum Press.
- Decrop, A. (2000). Personal aspects of vacationers' decision making processes: An interpretivist approach. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8, 59-68.
- Decrop, A. (2005). Group Processes in Vacation Decision-Making. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 18, 23-36.
- Decrop, A. (2006). *Vacation decision making*, Cambridge, MA: CABI.

- Decrop, A., Pecheux, C., & Bauvin, G. (2004). "Let's Make a Trip Together": An Exploration into Decision Making within Groups of Friends. *Advances in Consumer Research*, 31, 291-297.
- Filiatrault, P., & Ritchie, J. R. B. (1980). Joint Purchasing Decisions: A Comparison of Influence Structure in Family and Couple Decision-Making Units. *Journal of Consumer Research*, 7, 131-140.
- Fodness, D. (1992). The impact of family life cycle on the vacation decision-making process. *Journal of Travel Research*, 31, 8-13.
- Gitelson, R., & Kerstetter, D. (1995). The influence of friends and relatives in travel decision-making. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 3, 59-68.
- Grolnick, W. S., & Ryan, R. M. (1987). Autonomy in children's learning: An experimental and individual difference investigation. *Journal of personality and social psychology*, 52, 890-898.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2013). *Multivariate Data Analysis : Pearson New International Edition 7th edition*, Edinburgh, UK: Pearson Education.
- Harlow, H. F. (1950). Learning and satiation of response in intrinsically motivated complex puzzle performance by monkeys. *Journal of comparative and physiological psychology*, 43, 289.
- Harry, J. (1982). Decision making and age differences among gay male couples. *Journal of Homosexuality*, 8, 9-21.
- Holman, T. B., & Epperson, A. (1984). Family and leisure: A review of the literature with research recommendations. *Journal of Leisure Research*, 16, 277-294.
- Hutt, M. D, and Speh, T. W. (2003). *Business marketing management : a strategic view of industrial and organizational markets* , Mason, OH: South-Western Cengage Learning (笠原英一訳 『産業財マーケティング・マネジメント : 組織購買顧客から構成されるビジネス市場に関する戦略的考察』、白桃書房、2011年)
- Ingledeu, D. K., Markland, D., & Sheppard, K. E. (2004). Personality and self-determination of exercise behaviour. *Personality and Individual Differences*, 36, 1921-1932.
- Jenkins, R. L. (1978). Family vacation decision-making. *Journal of Travel Research*, 16, 2-7.
- Jenkins, R. L. (1979). The Influence of Children in Family Decision-Making: Parents' Perceptions, in *Advances in Consumer Research Volume 06*, eds. William L. Wilkie, Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, 413-418.
- Johnston, W. J., & Bonoma, T. V. (1981). The buying center: structure and interaction patterns. *The Journal of Marketing*, 143-156.
- Karau, S. J., & Williams, K. D. (1993). Social loafing: A meta-analytic review and theoretical integration. *Journal of personality and social psychology*, 65, 681-706.
- Kozak, M. (2010). Holiday taking decisions – The role of spouses. *Tourism Management*, 31, 489-94.

- Lasswell, H D. (1949). Why be Quantitative?" in H. D. Lasswell, N. Leites and Associates (Eds.), *Language of Politics: Studies in Quantitative Semantics*, Cambridge, MA: The MIT Press, 40-52.
- Lewin, J. E., & Bello, D. C. (1997). Marketing innovative technology to institutional buyers in educational settings. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 12, 7-21.
- Lewin, J. E., & Donthu, N. (2005). The influence of purchase situation on buying center structure and involvement: a select meta-analysis of organizational buying behavior research. *Journal of Business Research*, 58, 1381-1390.
- Lilien, G. L., & Wong, M. A. (1984). An exploratory investigation of the structure of the buying center in the metalworking industry. *Journal of Marketing Research*, 1-11.
- Lund, D. B. (1989). Retail scanner checkout system: how buying committees functioned. *Industrial Marketing Management*, 18, 179-185.
- Mangleburg, T. F. (1990). Children's Influence in Purchase Decisions: a Review and Critique, in *Advances in Consumer Research Volume 17*, eds. Marvin E. Goldberg, Gerald Gorn, and Richard W. Pollay, Provo, UT: Association for Consumer Research: 813-825.
- Marchand, A. (2014). Joint consumption challenges in groups. *The Journal of consumer marketing*, 31, 483-493.
- Marchand, G., & Skinner, E. A. (2007). Motivational dynamics of children's academic help-seeking and concealment. *Journal of Educational Psychology*, 99, 65-82.
- McQuiston, D. H. (1989). Novelty, complexity, and importance as causal determinants of industrial buyer behavior. *The Journal of Marketing*, 66-79.
- McWilliams, R. D., Naumann, E., & Scott, S. (1992). Determining buying center size. *Industrial Marketing Management*, 21, 43-49.
- Mitchell, V.-W. (1998). Buy-phase and buy-class effects on organisational risk perception and reduction in purchasing professional services. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 13, 461-478.
- Montgomery, H. (1989). From cognition to action: The search for dominance in decision making. In H. Montgomery & O. E. Svenson (Eds.), *Process and structure in human decision making*: John Wiley & Sons.
- Nanda, D., Hu, C., & Bai, B. (2007). Exploring Family Roles in Purchasing Decisions During Vacation Planning. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20, 107-125.
- Naumann, E., Lincoln, D. J., & McWilliams, R. D. (1984). The purchase of components: Functional areas of influence. *Industrial Marketing Management*, 13, 113-122.
- Nelson, J. E. (1979). Children as Information Sources in the Family Decision to Eat Out, in *Advances in Consumer Research Volume 06*, eds. William L. Wilkie, Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, 419-423.

- Pearce, P. L. (2005). *Tourist behaviour : themes and conceptual schemes*, Frankfurt Lodge, UK: Channel View Publications.
- Robinson, P. J., Faris, C. W., & Wind, Y. (1967). *Industrial buying and creative marketing*, Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Rodman, H. (1972). Marital power and the theory of resources in cultural context. *Journal of comparative family studies*, 3, 50-69.
- Roberts, M. L., Wortzel, L. H., and Berkeley, R. L. (1981). Mothers' Attitudes and Perceptions of Children's Influence and Their Effect on Family Consumption, in *Advances in Consumer Research Volume 08*, eds. Kent B. Monroe, Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, 730-735.
- Ryan, R. M., & Connell, J. P. (1989). Perceived locus of causality and internalization: examining reasons for acting in two domains. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 749-761.
- Ryan, R. M., Connell, J. P., & Deci, E. L. (1985). A motivational analysis of self-determination and self-regulation in education. *Research on motivation in education: The classroom milieu*, 2, 13-51.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American psychologist*, 55, 68.
- Schneider, H., Schoenenberg, I., & Ferie, F. (2013). The distribution of influence in purchase decisions by male homosexual couples. *Journal of Consumer Behaviour*, 12, 345-357.
- Sharp, H., & Mott, P. (1956). Consumer decisions in the metropolitan family. *The Journal of Marketing*, 149-156.
- Singleton, R., & Straits, B. C. (2010). *Approaches to social research 5th edition*, NewYork, NY: Oxford University Press.
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer behavior: buying, having, and being global ed of 10th ed.*, Harlow, UK: Pearson Education.
- Spekman, R. E., & Stern, L. W. (1979). Environmental uncertainty and buying group structure: an empirical investigation. *The Journal of Marketing*, 43, 54-64.
- Stone, M. J. (2016). Deciding not to choose: Delegation to social surrogates in tourism decisions. *Tourism Management*, 57, 168-179.
- Stump, R. L., & Heide, J. B. (1996). Controlling supplier opportunism in industrial relationships. *Journal of Marketing Research*, 33, 431-441.
- Szybillo, G. J. and Sosanie, A. (1977). Family Decision Making: Husband, Wife and Children, in *Advances in Consumer Research Volume 04*, eds. William D. Perreault, Jr., Atlanta, GA: Association for Consumer Research, 46-49.
- Terry, D. J., & O'Leary, J. E. (1995). The theory of planned behaviour: The effects of perceived

- behavioural control and self - efficacy. *British journal of social psychology*, 34, 199-220.
- van Raaij, W. F., & Francken, D. A. (1984). Vacation decisions, activities, and satisfactions. *Annals of Tourism Research*, 11, 101-112.
- Wang, K.-C., Hsieh, A.-T., Yeh, Y.-C., & Tsai, C.-W. (2004). Who is the decision-maker: the parents or the child in group package tours? *Tourism Management*, 25, 183-94.
- Ward, S., & Wackman, D. B. (1972). Children's purchase influence attempts and parental yielding. *Journal of Marketing Research*, 9, 316-319.
- Webster, C., & Reiss, M. C. (2001). Do established antecedents of purchase decision -making power apply to contemporary couples? *Psychology & Marketing*, 18, 951-972.
- Webster, F. E., & Wind, Y. (1972). A General Model for Understanding Organizational Buying Behavior. *Journal of Marketing*, 36, 12-19.
- Wilkes, R. E., & Laverie, D. A. (2007). Purchasing decisions in non -traditional households: the case of lesbian couples. *Journal of Consumer Behaviour*, 6, 60-73.
- Wilkie, W. L. (1994). *Consumer behavior 3rd ed.*. New York, NY: Wiley.
- Wu, K.-L., Holmes, K., & Tribe, J. (2010). 'Where do you want to go today?' An analysis of family group decisions to visit museums. *Journal of Marketing Management*, 26, 706-726.
- Zalatan, A. (1998). Wives involvement in tourism decision processes. *Annals of Tourism Research*, 25, 890-903.

## 謝辞

本論文を進めるにあたって、様々な先生方にご指導、ご鞭撻をいただいた。まずは指導教員である松井剛教授である。松井先生には、論文執筆、学会発表の指導といった日頃の研究指導の他にも、筆者の研究に必要な研究機会の共有や、リサーチアシスタント・ティーチングアシスタントの職を紹介していただくことで研究費用の工面や、私生活面でも多大なサポートをいただいた。他の博士課程の院生と異なり、筆者の研究は松井先生の研究領域とは大きく異なるリサーチクエスチョン、方法論をとっていたため、筆者は先生にとって非常に指導に困る院生であったに違いないが、先生はそんな素振りは微塵も見せず、時に厳しく、そして手厚くサポートをしてくださった。

次に副指導教員の古川一郎教授である。古川先生のゼミには博士課程の2年生から参加させていただいたが、発表の機会ごとに自らのリサーチクエスチョン、定量的な仮説の研鑽の機会をくださった。定量手法の右も左もわからなかった筆者にとって、古川先生のご指導は非常に有難いものであった。また、ゼミ外でも、研究会へお誘いいただくなど非常に多くの研究機会も与えていただいた。

そして筆者の先輩にあたる飯島先生である。飯島先生には、受け持ちの授業内で調査票を配らせていただいたり、研究に対する有益なご指摘や、本論文の添削をしていただくなど非常に多くの面でご協力をいただいた。

また、学外の先生方にも非常に多くのご指導、ご鞭撻、ご協力をいただいた。筆者の大学時代の指導教官であった同志社大学の西村幸子准教授は、調査票の配布にご協力してくださったり、消費者行動研究学会や観光研究学会での筆者の発表を聴いていただくごとに、多くの有益な指導をしていただいた。

神戸学院大学の秋山学教授には、消費者行動研究学会にて筆者の発表に興味を持っていただき、研究上の有益な視点を示していただいたり、先生のご研究の一連の論文、参考資料を共有していただいた。

消費者行動研究学会や夏のマーケティング学校など、様々な先生方から自分の研究の問題点を指摘していただいた。

以上に挙げたすべての先生方のご指導、ご鞭撻、ご助力によって、本論文は、消費者行動研究学会の主催する「JACS 論文プロポーザル賞」では優秀賞を受賞し、最終的に本論文を書き上げることができた。全ての先生方へ感謝申し上げたい。

次に、松井ゼミの院生や、同期の古江さんの存在は研究面でもプライベートでも支えになった。ゼミや授業内に限らず私的な場面でも研究の話をしたり、時に悩みを相談することは筆者にとって非常に励みとなった。

最後に、父、母をはじめとする家族へ。大学院進学という一般的な大学生とは異なる進路を選択したことで、父や母には精神的にも、金銭的にも多大なる心労を与えてしまった。しかし、一度決めた道を最後まで貫き通すよう応援してくれた父と母には、心から感謝し、これから社会に出ていく中で少しでも恩返しをしていきたい。

以上、ここに述べた全ての方々の多大なるサポートが無ければ、本論文を書き上げるまでには至らなかったであろう。修士、博士後期課程 5 年間という長きに渡って筆者を支えてくださった方々に感謝の意を表す。