慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	暗黙理論と異時点間選択 : 心理的な時間と楽観性の調整効果
Sub Title	Implicit theories and intertemporal choices : the moderating effects of psychological time and optimism
Author	白井, 美由里(Shirai, Miyuri)
Publisher	慶應義塾大学出版会
Publication year	2020
Jtitle	三田商学研究 (Mita business review). Vol.63, No.4 (2020. 10) ,p.123- 136
JaLC DOI	
Abstract	暗黙理論は, 人間の知能や能力についての信念で, 知能や能力を可変的でコントロールできると考える増大理論と, それらを固定的でコントロールは困難と考える実体理論の2タイプに大別されることを説明する。様々な人間行動を説明できる有用性の高い理論であり, これまで広範な分野において研究されてきたが, 消費者行動との関連性を分析した研究は限られている。そこで本研究では, 異時点間選択との関係性に焦点を当て, 消費者がいかなる暗黙理論を持つかによって, 異時点間選択に異なる影響を及ぼす可能性について検討した。異時点間選択もまた, 様々な分野の研究対象となってきたが, 心理的メカニズムを分析する研究の少なさが指摘されており, 暗黙理論に基づいた心理的プロセスの検討は, この課題にも対応している。異時点間選択にはいくつかの種類があるが, 近い将来受け取る少額の利得と遠い将来受け取る高額の利得の選択を対象とした。実証分析の結果, 暗黙理論のタイプによって選択が異なることが明らかになった。また, この関係には, 心理的な時間 (時間の経過速度に対する感覚) と楽観性が調整変数として影響することが示された。 This research investigates the influence of consumers' implicit theories on their intertemporal choices. Implicit theories explain that consumers' beliefs concerning intelligence and ability vary. Entity theorists believe that intelligence and ability are fixed and uncontrollable traits, whereas incremental theorists believe that they are malleable and controllable through effort. Intertemporal choices involve selecting options spread over time and differing in value. A typical problem is a choice between an earlier option with lower value and a later option with higher value. In a study, participants made a series of choices between them. The results demonstrated that incremental theorists exhibited a higher preference for the delayed options than entity theorists. Also, consumers' psychological time (duration judgment) and optimism moderated the relationship.
Notes	堀越比呂志教授退任記念号 論文
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234698-20201000-0123

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

暗黙理論と異時点間選択
－心理的な時間と楽観性の調整効果－
Implicit theories and intertemporal choices: the moderating effect of psychological time and optimism

白井美由里(Miyuri Shirai)

暗黙理論は，人間の知能や能力についての信念で，それらを可変的でコントロールできると考える増大理論と固定的で変えることができないと考える実体理論があり，人はどちらか一方の理論をより強く持つ傾向にあることを説明する。様々な人間行動を説明できる有用性の高い理論であり，これまで広範な分野において研究されてきたが，消費者行動との関連性を分析した研究は限られている。そこで本研究では，異時点間選択との関係性に焦点を当て，消費者がいかなる暗黙理論を持つかによって，異時点間選択に差異が生じるかどうか検討した。異時点間選択もまた様々な分野の研究対象となってきたが，心理的メカニズムを分析する研究の少なさが指摘されており，暗黙理論でこの心理的プロセスを説明することを試みた。異時点間選択にはいくつかの種類があるが，近い将来受け取る少額の利得と遠い将来受け取る高額の利得の選択を対象とした。実証分析の結果，暗黙理論のタイプによって選択が異なることが明らかになった。また，この関係には心理的な時間（時間の経過速度に対する感覚）と楽観性が調整変数として影響することが示された。

This research investigates the influence of consumers' implicit theories on their intertemporal choices. Implicit theories explain that consumers' beliefs concerning intelligence and ability vary. Entity theorists believe that intelligence and ability are fixed and uncontrollable traits, whereas incremental theorists believe that they are malleable and controllable through effort. Intertemporal choices involve selecting options spread over time and differing in value. A typical problem is a choice between an earlier option with lower value and a later option with higher value. In a study, participants made a series of choices between them. The results demonstrated that incremental theorists exhibited a higher preference for the delayed options than entity theorists. Also, consumers' psychological time (duration judgment) and optimism moderated the relationship.

三田商学研究
第63巻第4号
2020年10月

2020年6月6日掲載承認

暗黙理論と異時点間選択

―― 心理的な時間と楽観性の調整効果 ――

白　井　美由里

＜要　　約＞

暗黙理論は，人間の知能や能力についての信念で，知能や能力を可変的でコントロールできると考える増大理論と，それらを固定的でコントロールは困難と考える実体理論の2タイプに大別されることを説明する。様々な人間行動を説明できる有用性の高い理論であり，これまで広範な分野において研究されてきたが，消費者行動との関連性を分析した研究は限られている。そこで本研究では，異時点間選択との関係性に焦点を当て，消費者がいかなる暗黙理論を持つかによって，異時点間選択に異なる影響を及ぼす可能性について検討した。異時点間選択もまた，様々な分野の研究対象となってきたが，心理的メカニズムを分析する研究の少なさが指摘されており，暗黙理論に基づいた心理的プロセスの検討は，この課題にも対応している。異時点間選択にはいくつかの種類があるが，近い将来受け取る少額の利得と遠い将来受け取る高額の利得の選択を対象とした。実証分析の結果，暗黙理論のタイプによって選択が異なることが明らかになった。また，この関係には，心理的な時間（時間の経過速度に対する感覚）と楽観性が調整変数として影響することが示された。

＜キーワード＞

暗黙理論，増大理論，実体理論，異時点間選択，心理的時間，楽観性

1．はじめに

素朴理論（naive theories）は有用性が高く，心理学，教育学，法学，精神医学など広範な分野において研究されている（Furnham 1988）。素朴理論は日常生活を通して形成されてきた信念であり，環境や情報の理解を促進する他，目標，思考，感情，行動などにも影響を与える（Todor 2014）。専門知識に基づいたものでも科学的に検証されたものではないため，しろうと理論（lay theories）と呼ばれることもある（Wilson and English 2017）。

消費者行動研究では，推論の研究で素朴理論が分析されてきたが（Kardes et al. 2004, 2008;

Wilson and English 2017)，多種多様な素朴理論があるため，これまでに行われた研究は相当な数にのぼっている（e.g., Deval et al. 2013; Labroo and Mukhopadhyay 2009; Posavac et al. 2010; Spiller and Belogoloba 2017)。その中で，特に社会心理学において注目されてきた素朴理論に，２つの対立する理論を説明する暗黙理論（implicit theories）がある（Wilson and English 2017)。2 つの理論とは，人間の知能や能力は可変でコントロールできると考える増大理論（incremental theory）と人間の知能や能力は固定的で変えられないと考える実体理論（entity theory）で，人間はどちらか一方の信念をより強く保持していることを説明する。

暗黙理論は，心理学者の Dweck（1986）が動機づけパターンと関連づけて体系的に説明したことを契機に，多くの研究者の関心を集めるようになった。Dweck（1986）は子供を対象とし，困難に直面したときに努力を続けるか諦めるか，難しい認知課題に挑戦するかそれを回避するか，スキルの習得や向上を目指すか否かといった行動の違いを動機づけパターンと結びつけたモデルを提示したが，その後，Dweck and Leggett（1988）によって大人も含めた心理的プロセスが解説されている。それらによると，目標には自分の能力を高め，新しいことを理解し習得することを追求する学習目標（learning goals）と自分の能力に対する好ましい評価を増やし，ネガティブな評価を回避することを追求する遂行目標（performance goals）があり，学習目標を持つ人は挑戦を続け，困難な課題にも意欲的に取り組む熟達志向的な行動（mastery-oriented behavior）をとるのに対し，遂行目標を持つ人は自分の能力に自信があるときは熟達志向的行動をとるものの，無ければ諦めてしまう無気力的な行動（helpless behavior）をとる。努力に対する考え方も異なり，学習目標を持つ人は努力するほど能力が向上すると捉えるが，遂行目標を持つ人は高努力を低能力のインディケータと捉える。特に興味深い発見は，子供については実際の能力ではこれらの動機づけや行動パターンを十分に予測できないというものである（e.g., Dweck 1986; Dweck and Leggett 1988)。つまり，必ずしも能力の高い子供が学習目標を持ち，熟達志向的な行動パターンをとるとは限らないのである。

そこで，これらのパターンを導く要因として Dweck（1986）が主張したのが暗黙理論である。増大理論者は知能や能力を上昇できると考えるので，自分の能力の向上につながる学習目標を持つのに対し，実体理論者は知能や能力を固定的でコントロールできないと考えるので，遂行目標を持つと説明している。その後，この知能観の他に世界観，道徳観，人格観，運動能力観など様々な暗黙理論の存在が認識され，研究対象になっているが（e.g., Chiu et al. 1997; Dweck et al. 1995; Dweck and Leggett 1988; Levy et al. 1998; Sevincer et al. 2014)，暗黙理論と言うときは知能観を指すことが一般的である。

消費者行動研究における暗黙理論の分析では，広告，ブランド，投資商品に対する評価と関連することが実証されているが（Jain et al. 2009; Park and John 2010, 2012; Rai and Lin 2019; Yorkston et al., 2010)，その数は限られており，一部の消費者行動との関係を明らかにしたに過ぎない。暗黙理論が消費者行動の理解にとって重要であることは Murphy and Dweck（2016）も主張している。暗黙理論の有用性を踏まえれば，さらに研究を進める意義はあると考えられる。そこで本研究では，暗黙理論が影響を及ぼす可能性のある消費者行動として，異時点間選択（intertemporal

choice）に着目する。異時点間選択は，経済学，心理学，経営学，公共政策など様々な分野で研究対象となってきた（e.g., Zauberman and Urminsky 2016）。典型的な問題は，近い将来受け取る少額の利得と遠い将来受け取る高額の利得の選択で，後者の利得を選択することを忍耐力があると表現する（Bartels and Urminsky 2011; Dai and Fishbach 2013）。本研究は暗黙理論と異時点間選択の因果関係を分析するとともに，その関係を調整する要因について検討する。

本研究の構成は次の通りである。まず暗黙理論と異時点間選択それぞれの先行研究を概観し，研究課題を明確にする。次に本研究の仮説を提示し，調査の内容と分析結果について説明する。最後に，本研究から得られた知見をまとめ，学術的貢献と今後の研究課題について述べる。

2．理論的背景と仮説

2－1．暗黙理論の研究

消費者行動研究では，暗黙理論のタイプによって広告メッセージへの反応が異なることが議論されている。例えば，Jain et al.（2009）は比較広告を対象とし，自社製品が競合製品よりも優れていることを主張する接近フレームと競合製品が自社商品よりも劣っていることを主張する回避フレームの２つのメッセージへの反応を暗黙の世界観と関連づけて分析している。増大理論者は世界が変化し易いと考えるため，実体理論者よりも置かれている環境にある情報に目を向けると指摘している。実験の結果，増大理論者はメッセージに敏感で，回避フレームよりも接近フレームの方が製品態度はより好意的になるが，実体理論者の製品態度はメッセージの影響を受けないことが示されている。さらに，人格観を対象とした実験において，増大理論者が接近よりも回避フレームに対しメッセージを肯定する意見よりも否定する意見を多く出すことや，実体理論者のメッセージ受容性が高いことを確認している。また, Park and John（2012）は魅力的なブランド・パーソナリティを持つブランドの広告において，シグナリング・アピールと自己改善アピールへの反応の違いを分析している。前者はブランド使用により自分もそのパーソナリティを持つことをシグナリングできることを強調し，後者はブランド使用により自分をそのパーソナリティのように改善できることを強調する。暗黙の人格観を対象とした実験からは，実体理論者はシグナリング・アピールの方が，増大理論者は自己改善アピールの方が製品態度はより好意的になることが示され，自分の信念と一致するアピールが選好されることを確認している。

ブランドの使用経験による自己知覚への影響も検討されている。Park and John（2010）の研究では，実体理論者は自分の人格を容易には変えられないと考えるため，魅力的なブランド・パーソナリティを持つブランドの使用によって自己評価を高めようと動機づけられると予測している。実験の結果，女性の実体理論者はビクトリア・シークレットのバッグを持ち歩くことによって女性らしさや魅惑的などの自己知覚を高め，男女の実体理論者は MIT のボールペンを使用することによって知能や勤勉などの自己知覚を高めることを明らかにしている。増大理論者の場合，ブランド経験によって自己知覚は変化しない。

ブランド拡張に対する考え方も暗黙理論によって異なる。Yorkston et al.（2010）は，既存ブラ

ンドが類似性の低い新カテゴリーにブランド拡張する状況を対象とし，人格観に関して増大理論者はブランドを可変と捉えるためブランド拡張を受容するが，実体理論者は不変と考えるため受容しない傾向にあることを明らかにしている。近年では，投資選択における暗黙の人格観の役割が分析されている。Rai and Lin（2019）によると，増大理論者は未来に焦点を当てポジティブな結果に敏感なので促進焦点を，実体理論者は現在に焦点を当てネガティブな結果に敏感なので予防焦点を有する傾向にある。投資商品を選択する実験からは，増大理論者は促進焦点に動機づけられているときにリスク愛好型の投資を選好し，実体理論者は予防焦点に動機づけられているときにリスク回避型の投資を選好することが示されている。

これらの先行研究からは，暗黙理論は消費者の広告メッセージの捉え方，ブランド経験やブランド拡張に対する考え方，そして投資選好を説明できることが発見されている。しかしながら，暗黙理論と消費者行動間の関係を分析する研究は依然として限られており，暗黙理論のインパクトは十分に解明されていないことが課題として指摘される。

2－2．異時点間選択の研究

異時点間選択は次の３タイプに大別できる。１つ目は受け取る時間と金額が異なる２つの利得の選択，２つ目は特定の利得についていくら受け取ったら受け取りを遅らせるか，あるいは早く受け取るためにいくら払うかという単一利得の選択，３つ目はダイエットや健康食品などの非金銭的な選択である。この中で特に高い関心が寄せられてきたのが１つ目であり，近い将来受け取る少額の利得と遠い将来受け取る高額の利得の選択問題を扱う。本研究の対象でもあるので，以下ではこの選択に関する研究をレビューする。

消費者行動研究では，異時点間選択を説明する心理的要因の解明に取り組んできている。まずBartels and Urminsky（2011）は異時点間選択の規定要因として，未来自己とのつながり（connectedness to future-self）を検討している。自己アイデンティティを不変と考える場合には未来自己とのつながりが強く，可変と考える場合には弱いと考えることができる。未来自己とのつながりが強い場合には，未来自己が受け取るベネフィットを現在自己が受け取るものと同じように価値づけるため，遠い将来受け取る高額な利得を選ぶのに対し，つながりが弱い場合には未来自己の受け取る価値を低く知覚するため，近い将来受け取る少額の利得を選ぶ傾向にあることを実証している。また，未来自己とのつながりと類似した概念である未来自己の鮮明さ（vividness of future-self）がHershfield et al.（2011）によって分析されている。実験では被験者自身，または他の参加者が年老いたときのイメージ画像を観察させることで未来自己の鮮明さを操作している。その結果，被験者は，未来自己がより鮮明になる被験者自身の老いた画像を観察したときに未来志向的になり，遠い将来受け取る高額の利得への選好が高くなることが確認されている。

Dai and Fishbach（2013）は，待つことによって選択肢の価値づけが変化することを示している。被験者にある程度待ってもらった後に選択してもらったところ（例えば，30日後に受け取る＄50の利得と50日後に受け取る＄55の利得の選択に関する説明を読んでから27日後にどちらかを選択），すぐに選択した場合と比べて遠い将来の高額な利得の選択が増加したことを報告している。

最近では，独創性の高い研究が2つ報告されている。1つ目は，時間の擬人化（time anthropomorphism）と社会的パワーの知覚の相互作用に着目したMay and Monga（2014）の研究である。時間の擬人化とは時間を人間のように捉える傾向のことをいう。待ち時間は，時間の擬人化によってパワーを持った人間のように捉えられるため，社会的パワーの低い人にとっては待ち時間のネガティブな側面が一層顕著になり，それが待ち時間の短い利得の選好につながると主張している。実験結果は，遠い将来の高額の利得の選択は，パワー知覚が低い場合には時間の擬人化が行われないときに，パワー知覚が高い場合には時間の擬人化が行われるときに増加したことを示しており，この考え方を支持している。もう1つはHuang et al.（2016）の研究で，めったに起きない幸福な経験を想起することによって生じるノスタルジアを規定要因として取り上げている。ノスタルジアは楽しい気分にするので，そのノスタルジックな経験をゆっくり，そして長く想起していたいと動機づけられる。その状態で異時点間選択を行うと，忍耐力が強まり遠い将来受け取る高額の利得を選択する傾向が高まることを確認している。

以上の先行研究が分析した未来自己との関連性，時間擬人化，社会的パワーの知覚は消費者要因に，待たされる経験とノスタルジアは状況要因に分類される。このように異時点間選択は選択する消費者自身の特性や状況によって異なることが分析されているものの，こうした研究は依然として少ない。特に，異時点間の選好を導く心理的メカニズムを理解することの重要性が指摘されており（Malkoc and Zauberman 2006），様々な消費者特性に着目した分析が必要と思われる。

2－3．暗黙理論と異時点間選択

前述したように，暗黙理論の研究ではそれが影響する消費者行動が十分に分析されていないことが，そして異時点間選択の研究ではそれに影響を与える消費者特性の研究が十分に分析されていないことが研究課題として指摘される。本研究はそれらの課題に対応し，暗黙理論が異時点間選択の先行要因であり，消費者の持つ暗黙理論が増大理論的であるか，あるいは実体理論的であるかによって異時点間選択が異なることを提唱する。本研究が対象とする異時点間選択は，近い将来受け取る少額の利得と遠い将来受け取る高額の利得の選択であり，先行研究に従い，前者よりも後者が選択される傾向を忍耐強いと表現する（Bartels and Urminsky 2011; Dai and Fishbach 2013）。以下では暗黙理論と異時点間選択の因果関係について議論する。

消費者を未来志向と現在志向に分類できることを示したのはBergadaa（1990）である。分類の基準は過去，現在，未来のどこで自分を特定しているかであり，未来志向の消費者は動機づけの視点が未来にあり，変化を追求し自分が成長する機会に関心を向けるが，現在志向の消費者は動機づけの視点が現在にあり，現在のウェルビーイングの改善に関心を向けることを明らかにしている。この違いは増大理論と実体理論の特徴と類似しており，増大理論者は未来志向，実体理論者は現在志向であると考えることができる。増大理論者が実体理論者よりも未来志向であることは暗黙理論研究においても示唆されている。例えば，Hong et al.（1999）は，大学生を対象にした調査を行い，増大理論者は実体理論者よりも自分の成績が他者よりも劣る理由を自分の努力不足に帰属させ，低成績を上昇させるための授業を履修する意欲が高いことを確認しており，増

大理論者は実体理論者よりも前向きで未来志向であることを示唆している。また，Sevincer et al.（2014）は，大学生に最も重要なアカデミックな願望を挙げてもらい，それが実現した状態とその実現を妨げる現在の障害について４つずつ書いてもらい，さらにその中から１つを選んで詳しく記述してもらう作業を４回繰り返す実験を行い，増大理論者は現在よりも未来についてより多く書いたこと，および実体理論者にはそうした差異が見られなかったことを明らかにしている。さらに，Rai and Lin（2019）は，増大理論者は希望や願望に目を向け，ポジティブなアウトカムを好む促進焦点に，実体理論者は安全や保証に目を向け，ネガティブなアウトカムを回避する促進焦点に動機づけられるので，増大理論者の方が実体理論者よりも投資選択において変動リスクが高くても高リターンが見込める投資商品を選好することを示している。これらの研究を踏まえると，増大理論者は，実体理論者よりも未来志向であり，より高いベネフィットを得るために長く待つ忍耐力を備えていると考えられる。したがって，次の仮説を設定する。

H1： 増大理論者は，実体理論者よりも忍耐強く，近い将来受け取る少額な利得よりも遠い将来受け取る高額な利得を選好する。

２－４．心理的時間の調整効果

本研究では暗黙理論と異時点間選択の関係に影響を与える調整変数として心理的な時間を検討する。異時点間選択において時間知覚を考慮した研究は存在する。異時点間選択の研究における重要な発見の１つに，現在バイアス（present bias）や双曲割引（hyperbolic discounting）と呼ばれる時間依存の割引がある（e.g., Kim and Zauberman 2009; Zauberman et al. 2009）。例えば，15ドルの受け取りを３ヵ月遅らせるためには追加で15ドル必要だが，４倍の１年遅らせる場合には45ドルの追加で済むのように，割引率は後者の方が低くなる。Kim and Zauberman（2009）とZauberman et al.（2009）は，１年は３ヵ月の４倍のように客観的に知覚されないとして，異なる時間間隔に対する知覚を含めた時間的割引モデルを提案している。

本研究はそれらの研究とは異なり，時間の経過速度に対する感覚の個人差に焦点を当て，それが暗黙理論の異時点間選択への影響を調整することを提唱する。心理的時間の研究は古くから行われており，時間の流れに対する感覚は人や状況によって異なることが分かっている（e.g., Block et al. 2000; Espinosa-Fernandez et al. 2003; Tonietto et al. 2019）。本研究は，増大理論者が実体理論者よりも強い忍耐力を示すのは，時間の流れを遅く感じているときであると考える。時間の経過速度を遅く感じる場合，より高額な利得を受け取る時点までの時間もゆっくり過ぎるように感じるので，忍耐力がなければ待つことに対する価値は減少する。この状況では，望ましい未来に目を向ける増大理論者の方が実体理論者よりも忍耐強さを示すことが予想される。反対に，時間の経過速度を速く感じる場合には，より高額な利得を受け取る時点までの時間も速く過ぎるように感じるので，増大理論者も実体理論者も忍耐力が上がり，遠い将来受け取る高額な利得の価値が上昇すると考えられる。以上より，次の仮説を設定する。

H2：時間の経過速度が遅く感じられる場合，増大理論者は実体理論者よりも忍耐強くなり，近い将来受け取る少額な利得よりも遠い将来受け取る高額な利得を選好する。時間の経過速度が速く感じられる場合，両者ともに忍耐強くなり，忍耐力に差は見られない。

2－5．楽観性の調整効果

続いて，暗黙理論と異時点選択の関係を調整するもう１つの要因として楽観性を検討する。楽観性（optimism）は，自分の未来についてポジティブに考え，物事がうまく進むことを期待すること，悲観性（pessimism）は，未来についてネガティブに考え，最悪な状況を考えることと定義される（Carver and Gaines 1987; Scheier et al. 1994）。楽観性は古くから研究されており，時間や状況の影響を受けず安定していることが分かっている（Scheier and Carver 1985）。先行研究は楽観性と健康との関係を分析しており，例えば，Scheier and Carver（1985）や Brissette et al.（2002）は，大学生を対象とした調査から，楽観的であるほど心身症状（めまい，視力障害，筋肉痛，疲労など）が少ないこと，学期末にかけてのストレスや憂鬱さの上昇が小さいこと，そして頼れる友人が多くなることを明らかにしている。所得との関係も調査され，Segerstrom（2007）は，10年前の1994年にロースクール１年生だった学生に対し，その時点と10年後の2005年に調査を行い，10年前に楽観的であった人ほど10年後の所得が高い傾向にあることを実証している。さらに，Scheier and Carver（1992）は先行研究の知見に基づき，ストレスフルな問題への対処について，楽観主義者はその問題がコントロール可能と思った場合には対象方法について検討し，コントロール不可能と思った場合には再解釈するなどして受け入れること，悲観主義者はその問題を避け，目標に向かって努力することを諦めてしまう傾向にあると述べている。

楽観性は暗黙理論と類似するように見えるが，Dweck et al.（1995）が両者は独立した概念であることを実証している。本研究では，増大理論者が実体理論者よりも強い忍耐力を示すのは，未来に対して楽観的に考えているときであると予想する。楽観的であれば将来への不安も少ないので，実体理論者は現在志向を強め，今の自分の評価を高める消費に関心を向けると考えられるからである（Park and John 2012）。反対に悲観的に考えているときは，将来への不安から貯蓄や節約志向を強め，より高額の利得を得る機会を重視するため，どちらも忍耐力が上がると思われる。そこで，次の仮説を設定する。

H3：未来について楽観的である場合，実体理論者は増大理論者よりも忍耐力が下がり，遠い将来受け取る高額な利得よりも近い将来受け取る少額な利得を選好する。未来について悲観的である場合，両者ともに忍耐強くなり，忍耐力に差は見られない。

3．調査

3－1．概要

前述した仮説を検証するために実施した調査について説明する。調査は2019年５月に，イン

ターネット調査会社の協力を得てインターネット上で行われた。調査参加者は20～55歳の男女361名であるが，消費者特性の質問に対する回答が全て同じであった回答者を除外したため，分析には313名の回答値を用いた。内訳は，性別では男性48.6％，女性51.4％，未既婚別では未婚者46.3％，既婚者53.7％，職業別では会社員48.6％，パート・アルバイト18.8％，専業主婦13.7％，公務員3.5％，自営業3.2％，学生3.2％，その他9.0％である。平均年齢は37.93歳（SD＝9.5歳）である。被験者は，最初に異時点間選択を行い，次に仮説検証に必要な消費者特性に関する質問，そして最後にデモグラフィクスに関する質問に回答した。

3－2．異時点間選択における忍耐力の測定

異時点間選択の測定は，Bartels and Urminsky（2011）と Hershfield et al.（2011）に従っている。選択肢は，近い将来受け取る少額の利得と遠い将来受け取る高額の利得の２つで，被験者にはそれぞれの受け取り時期は固定したままで，後者の金額を変化させた選択を連続的に提示した。被験者が後者を選択した回数を忍耐力とする。この回数が多くなるほど，忍耐強いことを意味する。２つの選択肢の受け取り時期は，近い将来を今から１週間後，遠い将来を今から１年後とした。

金額については近い将来受け取る少額の利得を10,000円に固定し，遠い将来受け取る利得の金額を10,000円から徐々に上昇させるが，上限額が低すぎると早く受け取る選択肢のみを選択する被験者が多くなり，忍耐力のバラツキが小さくなってしまう可能性がある。そこで，上限額はプリテストを行って決定した。プリテストは大学生21名を対象とし，１週間後に１万円を受け取る利得と１年後に受け取るより高額の利得があるとしたときに，後者の金額がいくらであれば後者を選ぶかを回答してもらった。その結果，平均値は26,650円（SD＝12,401円）となったので，平均値と標準偏差の値に基づき，上限額を36,000円に設定した。したがって，遠い将来の利得の範囲は10,000円から36,000円になる。各選択の増加額は2,000円としたので，異時点間選択は全部で14回となり，忍耐力の値は０～13の範囲になる。調査では「以下では，１万円を１週間後に受け取る選択肢Ａと，Ａと同じかそれ以上の金額を１年後に受け取る選択肢Ｂの２つの選択肢を示しています。クジに当たりどちらかをもらえることになったとした場合，あなたはどちらを選びますか？」という質問を示し，14パターンそれぞれについてどちらかを選択してもらった。

3－3．消費者特性の測定

測定した消費者特性は，心理的時間，暗黙理論，楽観性，および家計状況である。心理的時間は Bartels and Urminsky（2011）を参考にして，１年間の時間経過の速度について「短く感じる／長く感じる」と「近く感じる／遠く感じる」の２項目それぞれを５段階 SD 法で測定した。分析にはこの２項目への回答を平均した合成変数を用いた（$r = .84, p < .001$）。暗黙理論については知能観を選択した。前述したように暗黙理論は様々な領域で形成されているが，それらの中には変わり易い性質を持つものがある。例えば，人格観は置かれている環境や状況によって，世界観は知識や経験の増加によって変化すると考えられる。人格観については，再テスト信頼性係数が２週間後では .82，４週間後では .71，10週間後では .28になったことが報告されており，変動し

易いことが示されている（Wilson and English 2017）。知能観はそれらに比べると長い時間を経て形成されてきたものであり，比較的安定していると考え，採用することにした。測定では，３項目で構成される Hong et al.（1999）の暗黙理論尺度（implicit theory of intelligence scale）を採用し，鈴木ほか（2018）の邦訳を用いた。それらは，「人は一定の才能を持って生まれてきており，それを変えることは実際にはできない」「才能はほとんど変えることのできないものだと思う」「新しいことを学ぶことはできても，基本的な才能は変えられない」であり，それぞれ６段階リッカート尺度（全くそう思わない／とてもそう思う）を用いた。分析には３項目の回答を平均した合成変数を用いた（$\alpha = .73$）。この値は高くなるほど実体理論的，低くなるほど増大理論的であることを意味する。楽観性の測定には，６項目で構成される Scheirer et al.（1994）の改訂版楽観性尺度（revised life orientation test scale; LOT-R）を用いた。坂本・田中（2002）によって日本語版尺度が作成されていたので，表現を若干修正したものを使用した。それらは「いろんな事がはっきりしないときでも，私は常にベストを期待する」「何かうまくいかないことが起きた場合，何をしても無駄である」「私は自分の将来について，いつも楽観的である」「ものごとが自分の思い通りにいくと思ったことは，ほとんどない」「良いことが私に起きると期待したことは，ほとんどない」「概して，私は悪いことよりも良いことの方が多く自分の身に起こると思う」であり，それぞれ６段階リッカート尺度（全くそう思わない／とてもそう思う）で測定した。分析にはそれらの回答を平均した合成変数を用いた（逆転項目の得点は予め逆転，$\alpha = .60$）。最後の家計状況は，Rahz et al.,（1989）を参考に「私は自分のお金を使うときは慎重である」を６段階リッカート尺度（全くそう思わない／とてもそう思う）で測定した。この測度は共変量として分析に含める。

４．分析結果

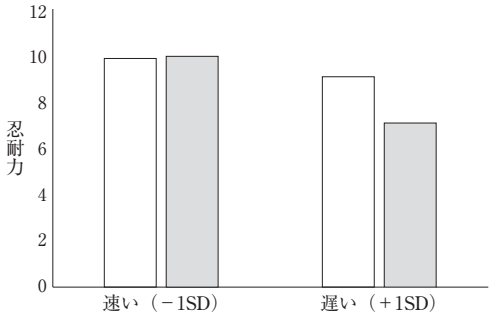
４－１．測定変数の基本統計量

忍耐力の平均値は8.92（SD＝4.6）となった。14回の異時点間選択において，全て近い将来受け取る少額の利得を選択した被験者，すなわち忍耐力がない被験者の比率は13.4％である。また，遠い将来受け取る金額が近い将来受け取る金額を上回る13回分の選択において，全て遠い将来の利得を選択した被験者，すなわち忍耐力が非常に強い被験者の比率は35.5％である。消費者特性の平均値は，心理的時間が3.53（SD＝.99），暗黙理論が3.79（SD＝.99），楽観性が3.46（SD＝.69），家計状況が3.98（SD＝1.21）となった。

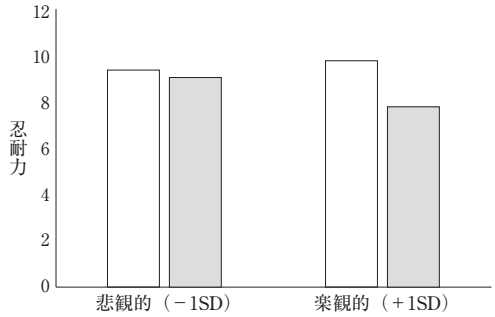
４－２．仮説検証

まず H1と H2の検証を行う。分析方法は，忍耐力を従属変数，暗黙理論，心理的時間，およびそれらの交互作用を独立変数，家計状況を共変量とする重回帰分析である。暗黙理論と心理的時間は平均により中心化している。分析の結果，モデルの有意性が確認された（$R^2 = .32$, $F = 29.55$, $p = .00$）。また，暗黙理論の主効果が有意となり，増大理論的になるほど忍耐力が上昇することが確認された（$\beta = -.47$, SE＝.22, $t = -2.11$, 95% confidence interval［CI］＝［－.91，－.03］, $p < .05$）。この

図表１　暗黙理論と心理的時間の交互作用



図表２　暗黙理論と楽観性の交互作用



□ 増大理論者（－1SD）　■ 実体理論者（＋1SD）

結果は，H1と一致している。また，心理的時間についても主効果が有意となり，時間の経過速度を速く感じるほど忍耐力が上昇することが示されている（$\beta = -.93$, SE＝.22, $t = -4.20$, 95% CI＝[－1.37, －.49], $p = .00$）。さらに，暗黙理論と心理的時間の交互作用効果も有意になり，心理的時間の調整効果が確認された（$\beta = -.52$, SE＝.20, $t = -2.63$, 95% CI＝[－.91, －.13], $p < .01$）。この交互作用効果をより詳細に分析するために単純傾斜分析による下位検定を実施したところ（Fitzsimons 2008），図表１に示されているように，暗黙理論の単純主効果は心理的時間が遅い（平均＋1SD）ときに有意となり（$\beta = -.99$, SE＝.29, $t = -3.35$, 95% CI＝[－1.56, －.41], $p < .001$），心理的時間が速い（平均－1SD）ときは有意ではないことが示された（$p = .88$）。つまり，増大理論者と実体理論者の忍耐力の差が大きくなるのは時間の経過速度を遅く感じる場合であり，このとき増大理論者は実体理論者よりも忍耐強くなる。経過速度を速く感じる場合は実体理論者の忍耐力が増し，両者の忍耐力に差がなくなっている。これは，H2を支持する結果である。

続いて，H3の検証を行うため，調整変数を楽観性とした同様の分析を行った。その結果，モデルの有意性が確認され（$R^2 = .29$, $F = 24.66$, $p = .00$），暗黙理論の主効果（$\beta = -.55$, SE＝.23, $t = -2.40$, 95% CI＝[－1.01, －.10], $p < .05$）と暗黙理論と楽観性の交互作用効果（$\beta = -.60$, SE＝.28, $t = -2.17$, 95% CI＝[－1.14, －.06], $p < .05$）が有意となった。楽観性の主効果は有意にならなかった（$p = .35$）。単純傾斜分析による下位検定からは，暗黙理論の単純主効果は楽観的（平均値＋1SD）であるときに有意となり（$\beta = -.97$, SE＝.29, $t = -3.28$, 95% CI＝[－1.55, －.39], $p < .01$），悲観的（平均－1SD）であるときは有意ではないことが示された（$p = .65$）。増大理論者と実体理論者の忍耐力の差が大きくなるのは未来について楽観的に考えているときで，このとき実体理論者は増大理論者よりも忍耐力が下がる（図表２）。未来に悲観的である場合は実体理論者の忍耐力が増し，両者の忍耐力は同程度になっている。この結果はH3を支持している。

５．結論

本研究から得られた発見は次の通りである。第１に，暗黙理論は異時点間選択の先行要因であ

り，増大理論と実体理論のどちらの信念を保持しているかによって選択が異なる。具体的には，増大理論者は実体理論者よりも忍耐力があり，近い将来受け取る少額の利得よりも遠い将来受け取る高額の利得を選好する傾向にあることを示した。未来の利得よりも現在の利得を重視する現象を説明する消費者特性として，未来の自己との心理的なつながりの弱さを挙げる研究は多いが（Bartels and Rips 2010; Bartels and Urminsky 2011; Hershfield et al. 2009; Hershfield 2011; Hershfield et al. 2011），暗黙理論もそうした特性の１つであることを示した。第２に，この関係に心理的時間が調整変数として影響を与える。時間の経過速度を遅く感じる場合には，増大理論者は実体理論者よりも忍耐強くなるが，速く感じる場合には実体理論者の忍耐力が増し，両者の忍耐力が同程度になる。この心理的な時間は，暗黙理論と異時点間選択の関係を調整する効果だけでなく，異時点間選択への直接効果も示され，異時点間選択の先行要因であることも確認している。第３に，もう１つの調整変数として楽観性の存在を確認した。実体理論者は，未来に対して楽観的な場合は現在志向になり忍耐力を下げるが，悲観的な場合は高額の利得に注意が向けられるため，忍耐強くなる。

本研究の既存研究への貢献はいくつか挙げられる。１つ目は暗黙理論研究への貢献である。本研究は，消費者が保持している知能についての暗黙理論が異時点間選択に影響を与えることを示した。消費者行動研究では人格観の暗黙理論が採用されているが（Jain et al. 2009; Park and John 2010, 2012; Yorkston et al. 2010），本研究によって知能観もまた消費者行動を説明できることが確認できた。暗黙理論の検討が不十分であることを踏まえれば，新たに消費者行動への影響を明らかにしたことは意義がある。２つ目は本研究の発見が異時点間選択研究の拡張に貢献していることである。異時点間選択の心理的なプロセスを解明する必要性が指摘されている中で（Malkoc and Zauberman 2006），暗黙理論がそれを説明する消費者特性の１つであることを示すことができた。３つ目として，心理的時間研究への貢献を挙げる。本研究では時間の経過速度に対する感じ方の違いが異時点間選択の規定要因であるとともに，暗黙理論と異時点間選択の関係を調整要因であることを示すことができた。時間については，解釈水準理論の時間的距離を用いて遠近の購買意思決定を識別する研究（e.g., Bornemann and Homburg 2011; Goodman and Malkoc 2012; Yan and Sengupta 2011）や時間的プレッシャー下での購買意思決定を分析する研究（e.g., Payne et al. 1996）などがあるが，時間の流れに関連する消費者特性に着目した消費者行動研究は少なく，今後，様々な消費者行動との関連性を分析する研究の増加が期待される。最後に，楽観性研究への貢献を挙げたい。本研究では，未来に対し楽観的に考えているかどうかが暗黙理論の異時点間選択への影響を調整することを示したが，このように楽観性と消費者行動の因果関係を検討した研究はこれまでに見られず，楽観性が様々な消費者行動を説明する要因になる可能性が示唆されている。

実務的インプリケーションとしては，投資などの長期的に大きいベネフィットを得るタイプの商品を販売するときは，増大理論者をターゲットとし，彼らが関心を持つようなマーケティング・メッセージを訴求することにより，それらの顧客を効率的に惹きつけることができると思われる。例えば，期待されるアウトカムについて「消費者とともに成長」「時間をかけて大きくする」などのメッセージを添えると，自分の能力の向上を目指す増大理論者の考え方とフィットし

受容され易くなると思われる。また，受け取りまでの時間よりも高額の利得を強調するメッセージは待ち時間への注意を反らし，増大理論者と実体理論者の忍耐力を高めることにつながると思われる。さらに，実体理論者に対しては，将来より多くの消費を楽しむことを具体的に示すことにより楽観的であっても未来志向を促進することができ，より大きいベネフィットを得るまでの時間を短く感じさせられると思われる。こうしたアプローチは受注生産品や品薄で入手までに時間がかかる製品にも適用できると思われる。

最後に，本研究の研究課題について述べる。まず，異時点間選択で提示する利得の金額と受け取り時期を変えた分析が必要である。本研究では遠い将来受け取る利得の受け取り時期を１年後としたが，この期間についてはより短期間，あるいはより長期間を設定した研究がある（e.g., Hershfield et al. 2011; Huang et al. 2016; May and Monga 2014）。もちろん，この期間が長くなるほど利得の金額も高く設定する必要があるので，期間や金額を変えても類似する結果が得られることが予想されるが，本研究で明らかにした結果の一貫性を確認する必要がある。また，異なる異時点間選択について同様の分析することが挙げられる。異時点間選択には健康的だが味の劣る食品と非健康的だが美味しい食品の選択，高価格だが効率性の高い製品と低価格だが効率性の低い製品の選択など様々なものがあり（e.g., Fishbach and Zhang 2008; Woolley and Fishbach 2016; Zauberman and Urminsky 2016），こうした選択においても類似の結果が得られるかどうかを分析する必要がある。

参 考 文 献

Bartels, D. M. and L. J. Rips（2010）, “Psychological Connectedness and Intertemporal Choice,” *Journal of Experimental Psychology: General*, 139（1）, 46–69.

Bartels, D. M. and O. Urminsky（2011）, “On Intertemporal Selfishness: How the Perceived Instability of Identity Underlies Impatient Consumption,” *Journal of Consumer Research*, 38（1）, 182–198.

Bergadaa, M. M.（1990）, “The Role of Time in the Action of the Consumer,” *Journal of Consumer Research*, 17（3）, 289–302.

Block, R. A., P. A. Hancock, and D. Zakay（2000）, “Sex Differences in Duration Judgments: A Meta-Analytic Review,” *Memory & Cognition*, 28（8）, 1333–1346.

Bornemann, T. and C. Homburg（2011）, “Psychological Distance and the Dual Role of Price,” *Journal of Consumer Research*, 38（3）, 490–504.

Brissette, I., M. F. Scheier, and C. S. Carver（2002）, “The Role of Optimism in Social Network Development, Coping, and Psychological Adjustment During a Life Transition,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 82（1）, 102–111.

Carver, C. S. and J. G. Gaines（1987）, “Optimism, Pessimism, and Postpartum Depression,” *Cognitive Theory and Research*, 11（4）, 449–462.

Chiu, C., Y. Hong, and C. S. Dweck（1997）, “Lay Dispositionism and Implicit Theories of Personality,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 73（1）, 19–30.

Dai, X. and A. Fishbach（2013）, “When Waiting to Choose Increases Patience,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 121（2）, 256–266.

Deval, H., S. P. Mantel, F. R. Kardes, and S. S. Posavac（2013）, “How Naïve Theories Drive Opposing Inferences from the Same Information,” *Journal of Consumer Research*, 38（6）, 1185–1201.

Dweck, C. S.（1986）, “Motivational Processes Affecting Learning,” *American Psychologist*, 41（10）, 1040–1048.

Dweck, C. S., C.-y. Chiu, and Y.-y Hong (1995), "Implicit Theory and Their Role in Judgments and Reactions: A World from Two Perspectives," *Psychology Inquiry*, 6 (4), 267–285.

Dweck, C. S. and E. L. Leggett (1988), "A Social-Cognitive Approach to Motivation and Personality," *Psychological Review*, 95 (2), 256–273.

Espinosa-Fernandez, L., E. Miro, M. Cano, and G. Buela-Casal (2003): "Age-Related Changes and Gender Differences in Time Estimation," *Acta Psychologica*, 112, 221–232.

Fishbach, A. and Y. Zhang (2008), "Together or Apart: When Goals and Temptations Complement Versus Compete," *Journal of Personality and Social Psychology*, 94 (4), 547–559.

Fitzsimons, G. J. (2008), "Death to Dichotomizing," *Journal of Consumer Research*, 35 (1), 5–8.

Furnham, A. F. (1988), *Lay Theories: Everyday Understanding of Problems in the Social Sciences*, Oxford: Pergamon Press (細江達郎監訳，田名場忍・田名場美雪訳『しろうと理論――日常性の社会心理学――』北大路書房，1992年).

Goodman, J. and, S. Malkoc (2012), "Choosing Here and Now versus There and Later: The Moderating Role of Psychological Distance on Assortment Size Preferences," *Journal of Consumer Research*, 39 (4), 751–768.

Hershfield, H. E. (2011), "Future Self-Continuity: How Conceptions of the Future Self Transform Intertemporal Choice," *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1235 (1), 30–43.

Hershfield, H. E, M. T. Garton, K. Ballard, G. R. Samanez-Larkin, and B. Knutson (2009), "Don't Stop Thinking about Tomorrow: Individual Differences in Future Self-Continuity Account for Saving," *Journal of Decision Making*, 4 (4), 280–286.

Hershfield, H. E., D. G. Goldstein, W. F. Sharpe, J. Fox, L. Yeykelis, L. L. Carstensen, and J. N. Bailenson (2011), "Increasing Saving Behavior through Age-Progressed Renderings of the Future Self," *Journal of Marketing Research*, 48 (SPL), S23–S37.

Hong, Y.-y., C.-y. Chiu, C. S. Dweck, D. M.-s. Lin, and W. Wan (1999), "Implicit Theories, Attributions, and Coping: A Meaning System Approach," *Journal of Personality and Social Psychology*, 77 (3), 588–599.

Huang, X., Z. Huang, and R. S. Wyer Jr. (2016), "Slowing Down in the Good Old Days: The Effect of Nostalgia on Consumer Patience," *Journal of Consumer Research*, 43 (3), 372–387.

Jain, S. P., P. Mathur, and D. Maheswaran (2009), "The Influence of Consumers' Lay Theories on Approach/Avoidance Motivation," *Journal of Marketing Research*, 46 (1), 56–65.

Kardes, F. R., S. S. Posavac, and M. L. Cronley (2004), "Consumer Inference: A Review of Processes, Bases, and Judgment Contexts," *Journal of Consumer Psychology*, 14 (3), 230–256.

Kardes, F. R., S. S. Posavac, M. L. Cronley, and P. M. Herr (2008), "Consumer Inference," in *Handbook of Consumer Psychology* (pp. 165–191), eds., C. P. Hugtvedt, P. M. Herr, and F. R. Kardes, New York: Psychology Press.

Kim, B. K. and G. Zauberman (2009), "Perception of Anticipatory Time in Temporal Discounting," *Journal of Neuroscience, Psychology and Economics*, 2 (2), 91–101.

Labroo, A. A. and A. Mukhopadhyay (2009), "Lay Theories of Emotion Transience and the Search for Happiness: A Fresh Perspective on Affect Regulation," *Journal of Consumer Research*, 36 (2), 242–254.

Levy, S. R., S. J. Stroessner, and C. S. Dweck (1998), "Stereotype Formation and Endorsement: The Role of Implicit Theories," *Journal of Personality and Social Psychology*, 74 (6), 1421–1436.

Malkoc, S. A. and G. Zauberman (2006), "Deferring Versus Expediting Consumption: The Effect of Outcome Concreteness on Sensitivity to Time Horizon," *Journal of Marketing Research*, 43 (4), 618–627.

May, F. and A. Monga (2014), "When Time Has a Will of Its Own, the Powerless Don't Have the Will to Wait: Anthropomorphism of Time Can Decrease Patience," *Journal of Consumer Research*, 40 (5), 924–942.

Murphy, M. C. and C. S. Dweck (2016), "Mindsets Shape Consumer Behavior," *Journal of Consumer Psychology*, 26 (1), 127–136.

Park, J. K. and D. R. John (2012), "Capitalizing on Brand Personalities in Advertising: The Influence of Implicit Self-Theories on Ad Appeal Effectiveness," *Journal of Consumer Psychology*, 22 (3), 424–432.

Park, J. K. and D. R. John (2010), "Got to Get You into My Life: Do Brand Personalities Rub Off on Consumers?" *Journal of Consumer Research*, 37 (4), 655–669.

Payne, J. W., J. R. Bettman, and M. F. Luce (1996), "When Time is Money: Decision Behavior under Opportunity-Cost Time Pressure," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 66 (2), 131–152.

Posavac, S. S., M. Herzenstein, F. R. Kardes, and S. Sundaram (2010), "Profits and Halos: The Role of Firm

Profitability Information in Consumer Inference," *Journal of Consumer Psychology*, 20 (3), 327-337.

Rahtz, D. R., M. J. Sirgy, and H. L. Meadow (1989), "The Elderly Audience: Correlates of Television Orientation," *Journal of Advertising*, 18 (3), 9-20.

Rai, D. and C. Lin (2019), "The Influence of Implicit Self-Theories on Consumer Financial Decision Making," *Journal of Business Research*, 95 (February), 316-325.

Scheier, M. F. and C. S. Carver (1992), "Effects of Optimism on Psychological and Physical Well-Being: Theoretical Overview an Empirical Update," *Cognitive Therapy and Research*, 16 (2), 201-228.

Scheier, M. F. and C. S. Carver (1985), "Optimism, Coping, and Health: Assessment and Implications of Generalized Outcome Expectancies," *Health Psychology*, 4 (3), 219-247.

Scheier, M. F., C. S. Carver, and M. W. Bridges (1994), "Distinguishing Optimism from Neuroticism (and Trait Anxiety, Self-Mastery, and Self-Esteem): A Reevaluation of the Life Orientation Test," *Journal of Personality and Social Psychology*, 67 (6), 1063-1078.

Segerstrom, S. C. (2007), "Optimism and Resources: Effects on Each Other and on Health Over 10 Years," *Journal of Research in Personality*, 41 (4), 772-786.

Sevincer, A. T., L. Kluge, and G. Oettingen (2014), "Implicit Theories and Motivational Focus: Desired Future versus Present Reality," *Motivation and Emotion*, 38 (1), 36-46.

Spiller, S. A. and L. Belogoloba (2017), "On Consumer Belief about Quality and Taste," *Journal of Consumer Research*, 43 (6), 970-991.

Todor, I. (2014), "Investigating 'the Old Stereotype' about Boys/Girls and Mathematics: Gender Difference in Implicit Theory of Intelligence and Mathematics Self-Efficacy Beliefs," *Social and Behavioral Sciences*, 159 (4), 319-323.

Tonietto, G. N., S. A. Malkoc, and S. M. Nowlis (2019), "When an Hour Feels Shorter: Future Boundary Tasks Alter Consumption by Contracting Time," *Journal of Consumer Research*, 45 (5), 1085-1102.

Wilson, A. E. and J. A. English (2017), "The Motivated Fluidity of Lay Theories," in *The Science of Lay Theories: How Beliefs Shape Our Cognition, Behavior, and Health* (pp. 17-43), eds., C. M. Zedelius, B. C. N. Muller, and J. W. Schooler, Switzerland: Springer International Publishing.

Woolley, K. and A. Fishbach (2016), "For the Fun of It: Harnessing Immediate Rewards to Increase Persistence in Long-Term Goals," *Journal of Consumer Research*, 42 (6), 952-966.

Yan, D. and J. Sengupta (2011), "Effects of Construal Level on the Price-Quality Relationship," *Journal of Consumer Research*, 38 (2), 376-389

Yorkston, E. A., J. C. Nunes, and S. Matta (2010), "The Malleable Brand: The Role of Implicit Theories in Evaluating Band Extensions," *Journal of Marketing*, 74 (1), 80-93.

Zauberman, G., B. K. Kim, S. A. Malkoc, and J. R. Bettman (2009), "Discounting Time and Time Discounting: Subjective Time Perception and Intertemporal Preferences," *Journal of Marketing Research*, 46 (4), 543-556.

Zauberman, G. and O. Urminsky (2016), "Consumer Intertemporal Preference," *Current Opinion in Psychology*, 10 (August), 138-141.

坂本真士・田中江里子 (2002)「改訂版楽観性尺度 (the revised Life Orientation Test) の日本語版の検討」『健康心理学研究』第15巻第 1 号, 59-63.

鈴木啓太・岡蒼透・村本由紀子 (2018)「実体理論者が努力を重視するとき――他者の能力評価における評価者の暗黙理論と努力情報の効果――」『人間環境学研究』第16巻第 2 号, 83-88.