

慶應義塾大学大学院経営管理研究科
博士学位申請論文

感情心理アプローチによる行動喚起を促す
罪感情を用いたマーケティングへの示唆
—行動喚起に導くための尺度構築と罪感情に関する仮説の検証—

主査：井上 哲浩 教授（慶應義塾大学大学院 経営管理研究科）
副査：池尾 恭一 教授（慶應義塾大学大学院 経営管理研究科）
副査：余田 拓郎 教授（慶應義塾大学大学院 経営管理研究科）

学籍番号:80848018

後期博士課程 大野 幸子

目次

序章 問題意識と研究目的～なぜ罪感情か？	p.1
第1章 消費者の態度と行動の乖離	p.5
1_1. 消費者の態度	p.5
1_2. 態度と行動が一貫しない消費者	p.6
1_2_1. Fishbein および Ajzen らの研究	p.6
1_2_2. 消費者の関与の影響	p.8
1_2_3. 認知整合性理論	p.10
1_3. マーケティング研究分野の感情研究	p.13
1_3_1. 消費者行動分野における感情研究	p.13
1_3_2. 罪感情研究への注目	p.15
第2章 感情心理学における罪感情	p.17
2_1. 感情心理学の考え方	p.20
2_1_1. 感情研究の潮流	p.20
2_1_2. 認知心理学に対する感情心理学	p.22
2_2. 人間の基本情動	p.23
2_2_1. 基本情動	p.23
2_2_2. 分離情動理論とは	p.25
2_2_3. 自己意識的感情	p.25
2_3. 自己意識感情の罪感情と恥感情	p.28
2_3_1. 適応的機能と不適応的機能	p.28
2_3_2. 罪感情と恥感情の発生因	p.30
2_3_3. 公的自己意識と私的自己意識との関係	p.32
2_4. 認知的評価による考え方	p.33
2_4_1. 認知的評価理論	p.33

2_4_2. 自己意識的感情の帰属モデル.....	p.34
2_4_3. 道徳感情の分類.....	p.35
第3章 罪感情および恥感情に関する既存測定尺度.....	p.37
3_1. 罪感情と恥感情の尺度.....	p.37
3_2. 罪感情と恥感情の特性尺度.....	p.38
3_2_1. 罪感情の特性尺度.....	p.38
3_2_2. 恥感情の特性尺度.....	p.40
3_2_3. 罪感情と恥感情を測定する特性尺度.....	p.41
3_3. 罪感情と恥感情の状態尺度.....	p.42
第4章 マーケティングの見地からの罪感情および恥感情の新尺度開発の研究 (I).....	p.44
4_1. 尺度構築の研究・デザイン.....	p.44
4_2. MTMM に依拠した罪感情の尺度構築.....	p.45
4_3. 構成概念の再整理.....	p.46
4_4. 尺度項目の収集.....	p.48
4_4_1. 罪感情と恥感情の下位尺度.....	p.48
4_4_2. MTMM による項目収集.....	p.50
4_5. 信頼性、収束・弁別妥当性分析の結果.....	p.50
4_5_1. 信頼性分析の結果.....	p.51
4_5_2. 収束妥当性・弁別妥当性の結果.....	p.52
4_6. 経験的妥当性分析の結果.....	p.56
4_7. 単一特性多方法モデルとの比較検討.....	p.57
第5章 行動喚起を促す罪感情に関する仮説検証(II).....	p.61
5_1. 仮説構築.....	p.61
5_1_1. 帰属と感情喚起.....	p.61
5_1_2. 自己関連性および他者関連性と感情喚起.....	p.62
5_1_3. 仮説導出.....	p.63

5_1_4. 調査設計	p.64
5_2. 仮説の検証結果	p.66
5_2_1. 信頼性分析の結果	p.66
5_2_2. 仮説の検証	p.66
第6章 まとめと今後の課題	p.71
6_1. 本研究のまとめ	p.71
6_2. インプリケーション	p.73
6_3. 今後の課題	p.75
謝辞	p.77
付録	p.79
付録 1: 罪感情の尺度項目 (SD 尺度)/恥感情の尺度項目 (Likert 尺度)	p.79
付録 2_1: 罪感情モデルの各推定値	p.80
付録 2_2: 恥感情モデルの各推定値	p.81
付録 3: 自由記述式調査の質問内容	p.82
参考文献	p.83
注)	p.93

図のリスト

図 0.1: 本研究の問題意識と研究目的	p.3
図 0.2: 本論における各章の流れ	p.4
図 1.1: 合理的行動モデルと計画行動理論の統合モデル	p.7
図 1.2: 消費者関与の類型	p.8
図 2.1: 本論における感情心理学研究の位置づけ	p.17
図 2.2: 本章における先行研究の関連	p.18
図 2.3: 感情心理学研究のレビューの流れ	p.19
図 2.4: 認知心理学と感情心理学の関心領域	p.23
図 2.5: 自己意識的感情の発達モデル	p.27
図 2.6: 自己意識的感情の帰属モデル	p.35
図 2.7: 道徳的感情の分類	p.36
図 4.1: 罪感情の収束妥当性・弁別妥当性の結果	p.53
図 4.2: 恥感情の収束妥当性・弁別妥当性の結果	p.55
図 4.3: 罪感情尺度の単一特性多方法モデル	p.58
図 4.4: 恥感情尺度の単一特性多方法モデル	p.59
図 5.1: 仮説 1 の導出	p.64
図 5.2: 仮説 2、仮説 3 の導出	p.64
図 5.3: 仮説と調査設計	p.65
図 5.4: 寄付行動に対する、罪感情喚起メッセージ	p.66

表のリスト

表 1.1: 消費者の態度と行動の乖離に関する諸理論の整理	p.12
表 2.1: 罪感情と恥感情の特徴	p.29
表 2.2: 恥の認知的な発生因と測定項目	p.31
表 2.3: 罪悪感の定義	p.31
表 4.1: 信頼性分析の結果	p.51
表 4.2: 罪感情尺度および恥感情尺度のモデル比較の結果	p.60
表 5.1: シナリオ形式によるメッセージの条件設定	p.65
表 5.2: 信頼性分析の結果	p.67
表 5.3: 平均と標準偏差	p.67
表 5.4: 仮説検証の結果	p.69
表 6.1: 実証研究(Ⅰ)(Ⅱ)の結果	p.74

序章 問題意識と研究目的～なぜ罪感情か？

近年においては、不況による広告費削減に加え、膨大な数のメディアが出現しソーシャル・メディアなどの台頭を受け、広告自体が変容し、コミュニケーション大変革が起きている。また、膨大なメディアや情報が流通する情報過負荷の中で、消費者へのマーケティング・コミュニケーションは効かなくなっているように思われ、特に ROI の見地から重要な行動喚起までを見すえた新しい枠組みが必要である。例えば、消費者は購買対象に関する認知や理解は高めるものの、好ましい態度や関心とは裏腹に、実際の購買行動には必ずしも至らない。このような乖離について、例えば Ajzen and Fishbein (2005) は、合理的行為モデルと計画行動理論の統合モデルの中で、行動意図から行動に影響を与える変数として、知覚行動制御という変数を用いて説明している。知覚行動制御とは、その行動をどの程度起こすことができそうか、に関わる信念である。しかしながら、人は必ずしも正しいと思っていることが行動に一貫するわけではない。消費者はその行動を起こすことが難しくないとは知覚していても尚、行動に至らないことが多々ある。

本研究では、このような消費者の態度と行動の乖離といった非一貫性に注目し、行動に至らない原因として、認知 (cognition) ではなく、感情心理に基づきアプローチするものである。なかでも分離情動理論 (discrete emotions theory) に依拠した個別情動として、罪感情 (guilt emotion) と恥感情 (shame emotion) ¹ に注目している。なぜなら、罪感情と恥感情には、マーケティング研究に示唆を与えうる、興味深い特性が明らかされているからである。罪感情や恥感情はネガティブな感情として分類されるが、罪感情には行動喚起を促す側面があることが、また、同じ状況で生起する恥感情には、逆に行動回避の側面が存在することが明らかにされている (e.g., Tangney 1995,2003; Barret 1995)。

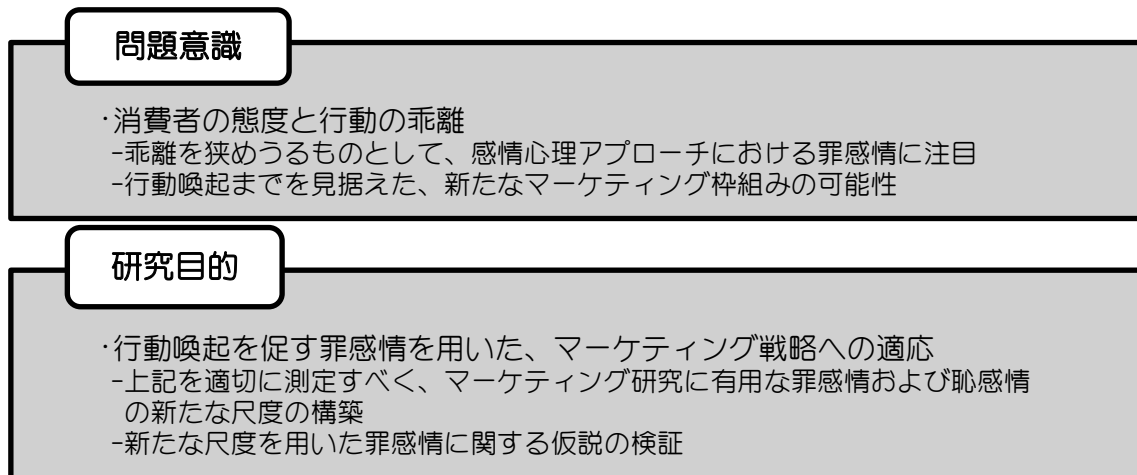
消費者行動に関する研究でもネガティブな感情を扱うものはあるが、そこで扱われる感情の多くは、個別的な感情というよりは、ポジティブな感情に対するネガティブな感情であり、快 - 不快といった 2 分法に基づくものである。またその

際、想定されるネガティブな感情とは具体的には“恐れ”や“悲しみ”など以降で述べられるような、生まれてすぐに備わる基本的な6つの基本情動 (basic emotions) によるものが多い。本研究では、上記のような基本情動ではなく、自己意識的感情 (self-conscious emotions) と言われる、より社会的な感情に注目し、なかでも個別的な罪や恥といった感情に注目するものである。これらの感情を、一ネガティブな感情としてではなく、行動との関係について本格的に調査したものはまだ少ない (e.g., Coulter and Pinto 1995; Agrawal and Duhachek 2010)。

本研究では、行動喚起を促す新たなマーケティング枠組みの可能性として、罪感情と恥感情に注目している。罪感情および恥感情は、ルール違反を経験したときに同時に経験される否定的感情である (鈴木 2007) が、罪感情は他者志向的な共感性に関係し、恥感情は自己志向的な共感性に関係する (e.g., Tangney, 1995)。その結果、罪感情では、より建設的で対人関係を修復するよう動機づけられることで行動が喚起される。一方、恥感情では、他者との関係を回避するよう動機づけられることで逆に行動回避が促される (e.g., Tangney 1995, 2003; Barret 1995)。

このような論理に基づき、本論ではまず、行動喚起を促す罪感情と対となる感情として恥感情の尺度を構築し、マーケティング研究に適用したいと考える。無論、既に罪感情および恥感情の尺度は、多くのものが開発されている。しかし、既存尺度の多くは、個人のパーソナリティを扱い、臨床心理学や発達心理学分野で開発されたものが多く、マーケティングで活用できる尺度は少ない (e.g., Marschall, Sanftner and Tangney 1994 による Shame State Guilt State: SSGS)。このことから本研究では、新たにマーケティングで活用できる罪感情と恥感情の尺度構築を試みる。尺度構築に際しては、妥当性をより考慮した既存の尺度よりもマーケティング研究に有用な尺度を構築したい。そして、マーケティング管理の側面から新たに構築された、罪感情の測定尺度を用い、次に、罪感情の喚起にとって重要と考えられる、「帰属 (attribution)」および「自己・他者関連付け」といった概念に注目して構築した仮説を検証する。その後で、行動喚起を促す罪感情を用いたマーケティング戦略の示唆を検討してみたい。図 0.1 に、以上に述べた、本論の問題意識と研究目的を整理している。本論は、消費者の態度と行動の乖離に注目し、その乖離を狭めうるものとして、行動喚起を促す罪感情を新たなマーケティング枠組みの可能性として適用しようとするものである。

図 0.1 : 本研究の問題意識と研究目的



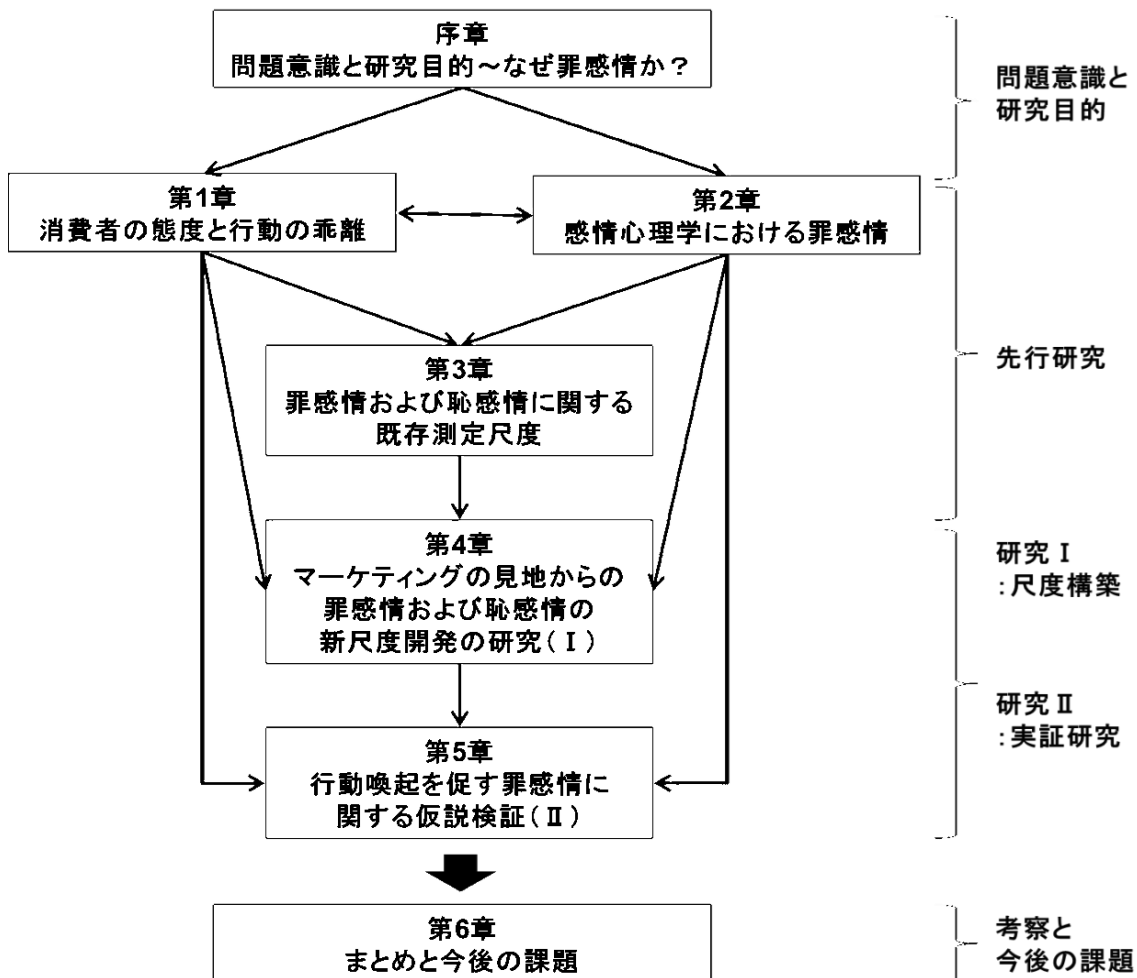
以降では、まず先行研究のレビューを行う。図 0.2 は、本論の章構成の流れを表したものである。第 1 章から第 3 章では、先行研究のレビューを行う。第 1 章は、マーケティング分野における研究成果を中心としている。まずは、本論の問題意識である消費者の態度 - 行動間の乖離性に関する研究をレビューする。そして、これまでのマーケティングおよび消費者行動研究における感情研究について述べることで、本研究の位置づけを明確にしたい。その後で、罪感情研究についてのレビューを行い、本研究目的を再確認したい。第 2 章では、罪・恥感情の研究の中心である感情心理学分野の研究に焦点を当てレビューを行う。感情心理学がこういった研究分野であるのかを、マーケティング研究のアプローチにおいて、より馴染みがある認知心理学と対比しながら説明する。そして、本研究にとって重要な概念である基本情動について説明し、マーケティング分野でより用いられる感情と自己意識的感情を比べ、その違いについて述べるとともに、罪感情と恥感情の特性や発生因、認知的評価による違いなどについて、いくつかの重要な概念とともにレビューしていきたい。第 3 章では、マーケティングおよび感情心理学分野で用いられている既存の罪感情や恥感情の測定尺度について検討し、本尺度開発の意義を明確にしたい。

そして、第 4 章、第 5 章では実証研究を行う。第 4 章では、これまでの先行研究を踏まえ尺度構築を行う。リサーチ・デザインに沿って、クロンバックの α による信頼性の確認を経たのち、弁別妥当性と収束妥当性を確認するため MTMM (Multi-Trait Multi-Method : 多特性多方法論) により厳密な尺度構築を試みる

(cf. Campbell and Fiske 1959, Peter and Churchill 1986)。まず自由記述テキストデータからベースとなる尺度候補を抽出するが、その際、過去の研究に従い、重要な側面に焦点を当てて構築し、MTMMにより最終的な尺度を構築する。そのあとで、第5章では、マーケティング管理の側面から新たに構築された罪感情の測定尺度を用いて、行動喚起を促す罪感情に関する仮説の検証を行う。先行研究のレビューから罪感情の喚起にとって重要と考えられた、「帰属」および「自己・他者関連付け」といった概念に注目し、仮説を構築している。

最後に第6章でまとめと、本研究のインプリケーションとして罪感情を用いたマーケティング戦略の示唆を検討し、今後の課題を述べる。

図 0.2：本論における各章の流れ



第 1 章 消費者の態度と行動の乖離

消費者の態度 (attitude) は、消費者行動を説明しうる概念として、消費者行動論において、また社会心理学においても基本的な中心概念のひとつである (田中 2008)。しかし、好意的な態度が必ずしも購買行動につながるわけではなく、逆に好ましくない態度であれば、購買に至らないというわけではない。本章では、以上のような消費者の態度と行動の乖離における“非一貫性”に焦点を当て、マーケティング研究分野におけるレビューを行う。また、これまでのマーケティングおよび消費者行動研究における感情研究の潮流について述べるとともに、近年注目されつつある自己意識的感情の研究や罪感情研究についてもレビューしたい。

1_1. 消費者の態度

態度とは、ある製品・サービスまたはブランド、企業、広告といった対象に対する好みであり、購買や使用行動を説明する消費者の持続的な心の状態である。Sherif and Cantrif (1945) では、態度の特徴が次の 5 つに整理されている。すなわち、態度は (1) 必ず対象をもち、(2) 後天的に学習されたものであり、(3) 好意-非好意な感情をとめない、(4) 持続的であり、(5) 広範囲で多様な対象と関連する。このような態度は、3 つの成分から構成されると考えられており、認知的成分 (良い - 悪い)、感情的成分 (好き - 嫌い)、行動的成分 (接近 - 回避、の行動傾向) に分けられる (e.g., Rosenberg and Hovland 1960)。

「認知」「感情」「行動傾向」は態度を説明する 3 つの要素として、しばしば議論されてきており、感情は、態度の一要素として考えられてきた。また、この 3 要素は一貫性があると考えられていたころから、好きであれば、良い評価をし、接近の傾向をもつと言われてきた。しかし、必ずしも態度と行動は一貫するわけではないことが指摘されている。例えば、Solomon (2011) では、感情 (Affect)、行動 (Behavior)、認知 (Cognition) を用いたモデルを ABC モデルと呼び、関与

の程度などとの関連から 3 つの階層を提示し、態度と行動のプロセスが一様ではないことを示している。1 つ目の階層は、認知－感情－行動のプロセスを仮定する標準型学習階層モデルである。ここでは、高関与な消費者を想定している。消費者は多くの情報を探索し、知識をもとにして（認知）、対象に対して好き嫌いといった感情をもつようになり（感情）、行動に至る（行動）。2 つ目は、認知－行動－感情のプロセスを仮定する低関与型階層モデルである。低関与な消費者は限られた知識（認知）から製品を購入し（行動）、その購買経験から態度を形成（感情）する。3 つ目は、感情－行動－認知のプロセスを仮定する経験型階層モデルである。ここでは、広告やデザインなどの感性的な製品属性によって感情が喚起され（感情）、製品の購買に至る（行動）快樂的な購買である。また、このプロセスでは購買後に製品を評価（認知）する（杉谷 2012）。

以上のように、消費者の態度と行動のプロセスは一様ではなく、関与の程度や感情によって変容することが指摘されている。以下では、消費者の態度と行動の乖離に焦点を当て、それらに関するいくつかの理論についてレビューしたい。

1_2. 態度と行動が一貫しない消費者

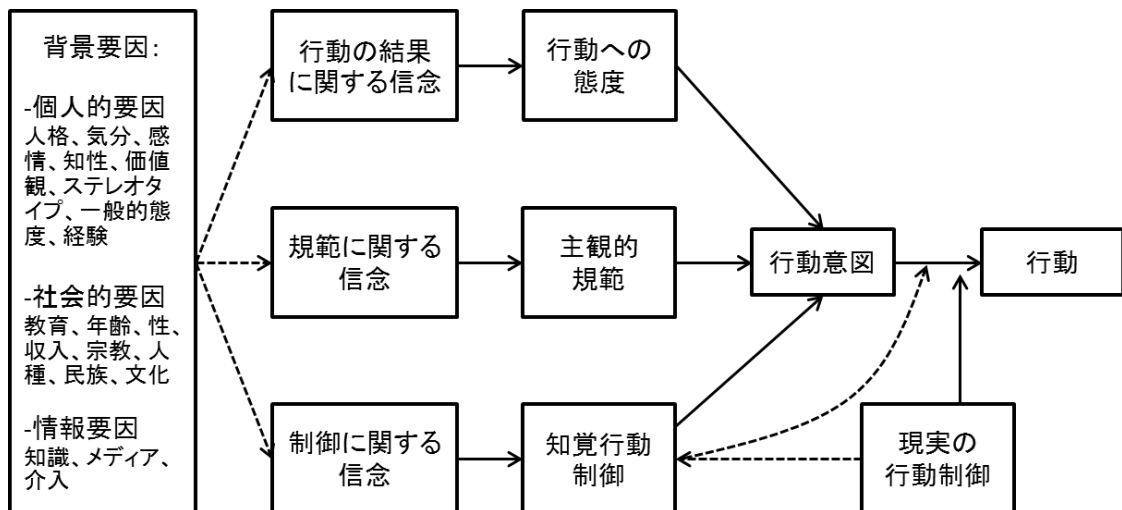
以降では、態度と行動の乖離を説明しうる“非一貫性”について、まず Fishbein や Ajzen の研究（Fishbein and Ajzen 1975,2005 ; Azjen 1991）についてレビューし、次に Solomon（2011）でも指摘されているような、消費者の関与の影響について見ていきたい。また、それ以外の影響を与えうる概念として、認知的整合性理論について説明し、その他の概念として態度アクセスビリティや MODE モデルについて述べたい。

1_2_1.Fishbein および Ajzen らの研究

人は必ずしも正しいと思っていることが行動に一貫するわけではない。Fishbein and Ajzen（1975）の合理的行為モデル（Theory of reasoned action）は、消費者が自分だけでなく、周囲の人々の影響を受けて、合理的に意思決定する過程に焦点を当てている。また、合理的行為モデルでは、消費者の態度が直接的な行動を説明するのではなく、消費者の行動は、「行動意図」の結果としてあら

われると考えている。そして、行動意図に影響を与える変数として、自身の「行動に対する態度」と、友人や家族、同僚などがその行動を承認してくれるかどうか、といった「行動に関する主観的規範」といった変数で説明している。つまり、人は、いくら自分が正しいと思っていた行動であったとしても、周囲の反応によってその行動を変えうることを示されている。また、直接の行動を説明するのは、「態度」ではなく、「行動意図」であり、態度と行動は一貫しないことを説明している。その後、提唱された計画行動理論 (Theory of planned behavior) では (Ajzen 1991)、図 1.1 に表されるような「知覚行動制御」といった、その行動を起こすことがどの程度難しいか、といった統制感に関わる信念が、行動意図と同様に重要な要因として加えられている (池田 2010)。つまり、Ajzen (1991) は、自身がその行動に対してどう思うか、また、他者が自身の行動についてどう思うか、に加えて、その行動を起こすことが自身にとって簡単か難しいかといった程度が、行動意図に影響を与えることを示している。

図 1.1 : 合理的行動モデルと計画行動理論の統合モデル



出所 : Ajzen and Fishbein(2005),p.194

しかし、以上のようなモデルのみでは、態度と行動の乖離を理解するには十分とは言えない。例えば、新たに加えられた知覚行動制御は、その行動を起こすことが簡単か難しいかといった程度が、行動意図に影響を与える、と考えるわけだが、消費者というのは、いくら行動に移すのが難しくなく簡単であろうとも、また好意的な態度を抱いていたとしても、尚、行動に至らないことがあるのではなからうか。この点に関し、以下では、Solomon (2011) で指摘されていたような関与の影響について見ていきたい。

1_2_2.消費者の関与の影響

消費者の態度と行動の乖離は、関与理論に基づいて説明することができる。関与にはいくつかの種類があるが、Laaksonen (1994) を代表に類型化されている。本項では、関与理論のなかでも態度と行動の乖離をより説明しうる重要な概念として、購買関与について見ていきたい。

関与とは、Peter and Olson (2001) によると「消費者が、ある対象、事象、活動に対して知覚する重要性や関連性」であると定義される。まず、購買関与を説明するにあたっては、製品関与と比較し、それらの関与概念を「対象特定の関与」と「状況特定の関与」(青木 1987;1988;1989;2010) という 2 つの大別から説明を行う (図 1.2)。

図 1.2 : 消費者関与の類型

消費者関与の階層	持続性	状況特定性	対応する関与概念
対象特定の関与	永続的	状況横断的	製品関与
状況特定の関与 (課題特定の関与)	一時的	状況特定の	購買関与

出所：青木 (1989), p.129. を加筆修正

対象特定の関与とは、ある特定の対象（製品、ブランド、広告媒体等）に対して向けられる関与のことであり、当該対象と消費者個人の価値体系との関わり合いが高いほど、この関与水準は高くなるという。その点で、「対象特定の」な性格をもっている。そして、このような関与の代表例が、製品カテゴリーを対象とする製品関与である。製品関与は、当該製品を消費・使用・所有することが消費者個人の価値体系と強く結びついているために喚起される関与として定義される（青木 2010）。したがって、価値体系のなかで重要な価値の実現と深く結びついた製品カテゴリーに対して、消費者は高い関与を示すと考えられる。製品関与は、対象が消費者の価値体系上の位置づけにおいて変化しない限り持続する傾向があるので、ある程度永続的で状況横断的な性格を有する（青木 1987）。

一方、状況特定の関与は、ある特定の状況における課題の達成を契機に、喚起される関与のタイプである（青木 2010）。状況特定の関与は、まさに目の前の課題達成などの状況によって変化するので状況特定ので一時的な性格をもつ（Bloch and Richins 1983）。製品関与が永続的であるのに対し、購買関与は状況的な関与であり、これは知覚リスクの影響を受けることが指摘されてきている。すなわち、購買関与は、例え製品関与が低くとも、その製品を購入する際に知覚するリスクの程度が高い場合には、消費者にとって当該製品を購入することの重要度が高くなる。つまり、当該製品の購買意思決定に、より多くの情報処理を努力を払ってもよいと考える程度が高くなる（青木 1987；堀 1991）という。したがって、購買関与は、高い知覚リスクがともなう場合には、関与が高まり、行動に影響を与えうると考えられる。

例えば、子宮頸がん検診では、多くの女性が望ましい行動であると理解しながら、実際の行動には至っていない（ティール&ホワイトトリボンプロジェクト 2011）。これを態度と行動の乖離として捉えるならば、購買関与に基づけば、消費者の低知覚リスクと購買に対する低関与行動で説明ができる。すなわち、消費者がもし購買に対し高い知覚リスクをもつのであれば購買関与はより高くなり、行動に影響を与える。したがって、上記のような乖離は、消費者の低知覚リスクで低関与の下で起こりうると考えられる。その他の例として、寄付などの支援活動の例で考えてみると、多くの消費者は、例えば貧困国の子供達への支援や寄付行為に賛同はしているものの、それを自分の実際の行動として移すとは限らない。

つまり、消費者は支援活動に対して低知覚リスク低関与ということになる。

しかし、これらの例（子宮頸がん検診や寄付行動）は、果たして一様に低知覚リスクで低関与な消費者の行動として理解されるのだろうか。すなわち、例えば医療に関する財・サービスに対しては、消費者は相対的により高い知覚リスクをもつと考えられる。高知覚リスクであれば購買関与は高くなるため、行動に影響を与えうると考えられるわけであるが、例にも挙げたように、子宮頸がん検診においては、実際の検診率には至っていない現状がある²。この点を理解するため、以降では、認知整合性理論（Festinger 1957; Heider 1958）について見ていく。認知整合性理論に基づけば、このような医療に関する財・サービスに対して消費者は、より高い知覚リスクをもち、高関与であるものの、適切な行動が出来てない。そのために生じる自身の不快感を低減するために、認知をゆがめ、例えば子宮頸がんの脅威を下げるような認知をしているのではないかと考えられる。また、寄付行動においても、関心は高いにもかかわらず貧困支援に対する自身の関心や対象の重要性に対する認知をゆがめることで、例えば寄付をしていない自分自身の具合の悪い感情状態を、修正しようとしていることが考えられる。つまり、ここに、態度-行動間の乖離がみられていると理解される。以降では、このような認知のゆがみを説明する理論として、認知整合性理論について見ていく。

1_2_3. 認知整合性理論

私たちが生活において経験するコミュニケーションにおいて、いくつかの感情訴求が用いられているのは想像にたやすい。ユーモアなどのポジティブな感情もあれば、悲しみや恐怖などネガティブな感情も挙げられる。ネガティブな感情のなかでも多く扱われているのが、恐怖感情の喚起によるコミュニケーションである。病気や保険、健康など、望ましくない事態を未然に防ぎ、被害を軽減することが求められる製品では、相手の恐怖心や情緒に訴えて説得を試みる方法がしばしば行われている。例に挙げた、子宮頸がん検診や寄付行動においても恐怖感情を喚起したコミュニケーションを行うことができるだろう。これまで、恐怖感情の訴求は、消費者のより高い知覚リスクを形成し行動を喚起させる有効な手段として研究されてきている。購買関与に基づけば、恐怖感情を訴求することで、消費者はより高い知覚リスクを形成して購買関与を高めることが想定される。しか

し、認知的整合性理論（*e.g.*, 認知的不協和の解消）により、人は恐怖心を低減するために、その対象の脅威を低く認知したり、健康行動に関してはリスクを割り引く、非現実的な楽観主義（*unrealistic optimism*）であることが指摘されている。つまり、消費者はリスク行動を正当化するために認知を歪める（Weinstein 1984）。

前述の子宮頸がん検診の例で考えるならば、消費者は広告等により、自分が検診を受けていないといった認識に直面した場合、子宮頸がん検診に関する知識（例えば、「子宮頸がんは、若い女性の間で増えているが、検診などで唯一予防できるがんである」）によって知覚リスクや関与が高まるものの、未受診であることへの強い恐怖や脅威をもち続けることは、大きな苦痛をとまなうため、対象のリスクを低く見積もるといった認知を行うことで、自分自身が未受診であることとの整合性を調節しているといえる。Agrawal, Menon, and Aaker（2007）は、健康に関する情報処理について、広告接触時の感情がポジティブであれば、不快な健康情報の処理を促進する一方、ネガティブな感情は、健康情報の処理を妨げることを実証している。気分一致効果（*e.g.*, Bower 1981）によれば、良い気分の時にはポジティブな記憶情報が再生されやすい。また、悪い気分の時にはネガティブな記憶情報が再生されやすい、といった気分一致する記憶情報が再生されやすくなる現象が報告されているが、これらの結果は、消費者が不快な状態の際には、嫌な気分を低減しようとすることを示していると考えられる。したがって、消費者の態度と行動の乖離には、上記のような認知整合性理論の影響も考えられる。

以上に見てきた理論では、消費者は、自分自身の態度に一貫した行動をとるわけではなく、周囲の反応や対象の統制感、対象への関与によって意思決定を変容させうることを示された。また、関与があろうとも認知的整合性理論の影響によって、態度と行動の乖離が促されることを示した。しかしながら、これらに挙げた理論は、より意識的なものであると考えられ、態度と行動の乖離の説明には、非意識的なものも存在する（Fazio 1990; 唐沢 2010）。

Fazio *et al.*（1982）は、態度アクセスビリティ（*attitude accessibility*）理論により、態度と行動の非一貫性を説明している。つまり、消費者がある対象の意味がポジティブであるのかネガティブであるのかを判断する反応時間には、態度の活性化が関係しており、その際のプライミング効果が行動に影響を与えるとい

う。この場合には、行動を一貫性あるものに変えようとする意識は存在しないであろう。Fazio (1990) はその後、Fishbein らの想定するモデルは、態度を意識的に想起することが必要であるとして、熟慮しない自発的な行動の生起を説明する理論として MODE モデルを提唱している。MODE モデルは、動機と機会が態度の規定要因であり、関心のないことや（低い動機）、十分な情報処理を行う余裕がない状況（低い機会）では、熟慮をせずに自動的に活性化した態度に基づいて判断を行うことが説明されている（唐沢 2010）。つまり、このような自動的でより無意識的なもとでの、態度と行動の乖離というものもある。

表 1.1 は、以上に挙げた消費者の態度と行動の乖離に関する諸理論を整理したものである。これらの理論やモデルは非常に有用であるが、これらは消費者の認知的な側面をより扱ったものである。本論は感情心理アプローチを扱うものであることから、次節では、この点について本論の位置づけを明確にするために、消費者行動における感情研究についてレビューし、これまでの感情研究の潮流について述べる。そして罪感情の研究についてレビューを行うことで本論の目的を確認にしたい。

表 1.1：消費者の態度と行動の乖離に関する諸理論の整理

消費者の態度と行動の乖離に関する理論				
意識の介在	より意識的			より非意識的
モデル・理論	合理的行為モデル、 計画行動理論	関与理論	認知整合性理論	態度アクセスビリティ、 MODEモデル
乖離の説明変数	・行動意図と行動の区別 ・行動意図の説明変数： 「行動への態度」「主観的 規範」「知覚行動制御」	・購買関与 ・知覚リスク	・認知的不協和の解消 ・情報処理の制御	・自動的な処理
乖離を起こす要因 についての説明	自分自身の態度以外の、 周囲の影響や、自分がそ の行動を起こすのか容易 であるかどうかによって、 態度と行動の乖離がもた らされる。また、態度は直 接的な行動ではなく、行動 意図に影響する。	高知覚リスクであれば高 購買関与であり行動を 促しうることから、態度と 行動の乖離は、低知覚 リスク低関与な状況が 想定される。	態度と行動の乖離は、 低知覚リスク低関与な 状況のみで起こるとは 言えない。消費者は、リ スク行動を正当化する ために認知をゆがめ、 態度と行動の乖離を調 節する。	熟慮せずに、自動的に活 性化した態度に基づいて 判断を行う場合もある。こ のような情報処理におい ては、態度と行動を一貫 性あるものに変えようと する意識は存在しない。

1_3. マーケティング研究分野の感情研究

前節まで、述べてきた消費者の態度と行動の乖離を説明する諸理論は、消費者の認知的な側面をより扱ったものである。消費者行動研究は情報処理アプローチのような認知過程を中心に展開してきており、感情の重要性は2000年頃から主張されるようになった。本節では、マーケティング研究分野の感情研究として、消費者行動研究における感情研究についてレビューし、本論の研究の位置づけを明確にするとともに、罪感情研究が消費者行動研究においてどのように台頭していったのかを述べることで、本研究の目的を再確認したい。

1_3_1. 消費者行動研究における感情研究

消費者行動研究において感情は、動機調査が発展した1950～1960年代に抑圧された動機を解明する1つのアプローチとして、関心をもたれるようになった。しかし、1970年代になると認知心理学をベースとした情報処理アプローチが主要な研究パラダイムとして台頭し、感情への関心は相対的に低下していった(岸 2012)。情報処理アプローチのような認知過程を中心に展開してきた消費者意思決定モデルでは、感情は認知過程の付随要素として扱われてきた(上原 2010)。また、感情は、態度の一要素として述べられてきており、しばしば「認知」「感情」「行動傾向」は態度を説明する3つの要素として議論されてきている(e.g., Rosenberg and Hovland 1960)。なかでも「認知」成分は注目され、また、「認知」「感情」「行動」は、基本的に一貫するものと考えられていたことから、「感情」について特に注目する研究は少なかった(杉谷 2012)。しかし、さまざまな領域で感情研究が進展したことを受け、次第に「認知」と「感情」は別次元の評価であることが指摘されるようになり、2000年頃からマーケティング活動における感情の重要性が主張されるようになった(ルディー 2012)。この頃より「経験価値マーケティング(Schmit 1999)」や「感情マーケティング」(Choudhuri 2006)などの概念が提唱され、感情が消費者の購買意思決定を方向付ける上で重要な要素であることが指摘されるようになっていった。

また、上記の流れにより、感情の快(positive)-不快(negative)といった違いを中心に取り上げる研究も増加してきた。そこでは、認知心理学をベースとした「気分一致効果」(e.g., Bower 1981)などの記憶効果が取り上げられ、購買意

思決定に影響を与えることが指摘されてきた。本研究は、気分ではなく情動を対象としているが、情動による記憶効果についても、単語や画像から喚起される快または不快な情動は、弱い場合よりも、より強い場合に、それらの記憶が優れることが明らかになっている (*e.g.*, Bradley *et al.*, 1992)。また、自分の経験した出来事の記憶についても、感情による記憶の促進効果が確認されている (*e.g.*, Robinson 1992)。

このような感情の快-不快といった基本的な (*basic*) 感情の違いに関する研究が蓄積されるにつれ、消費者行動研究では、より複雑 (*complex*) で個別的な感情の意味や役割について注目されるようになっていった (*e.g.*, Agrawal, Menon, and Aaker 2007; Han, Lerner and Keltner 2007; Hung and Mukhopadhyay 2012)。これまで、消費者行動研究で扱われてきた快-不快といった感情は、具体的には人間が生まれながらにもち、無意識的に生じうる基本情動であることが大半であった。しかし、近年では基本情動とは異なった、より社会的で高度な認知的感情として、自己意識的感情も注目されるようになってきている (*eg.*, Miller 1992; Giner-Sorolla 2001; Leary 2007; Cohen, Pham and Andrade 2008; Hung and Mukhopadhyay 2012)。自己意識的感情とは、他者が見る自己の姿や他者の存在を意識することで感じる感情である。ルディー (2012) は、こういった高度な認知的感情を理解することで、消費者の行動に影響を与えるマーケティングを展開することが出来ると述べている。

消費者行動研究における過去の感情研究は、これまで主に認知心理学をベースとして発展してきており、消費者情報処理に依拠した研究蓄積が多く見られてきた。したがって、それらのモデルをベースとした消費者の理解については有用であった。しかし、各個別感情については、深く検討されてはこなかったと言える。というのも、個別的な感情については、認知ではなく感情心理学などの研究を中心に発展してきたからであった。感情心理アプローチに基づいた個別感情を用いたマーケティング分野の研究や消費者行動への影響は、近年注目されつつある。例えば、自己意識的感情である罪感情や恥感情に焦点をあてた本格的な研究が、消費者行動研究でも扱われるようになってきている。本研究ではこのような個別感情の役割に注目するものである。

1_3_2. 罪感情研究への注目

消費者行動研究における罪感情への注目は、広告研究において罪悪感の訴求が、消費者を説得する技術として、よりポピュラーになってきていることに注目したことに始まる。例えば、フィットネス、無脂肪アイスのような健康関連の商品、ボランティアや寄付などの訴求においては、罪感情の訴求が行われていると、認識されてきていた (*e.g.*, Coulter and Pinto 1995)。このように罪感情を訴求する広告が増加していることから、恐怖訴求の広告数と比較し、内容を比較検討するといった研究が行われていった (*e.g.*, Huhmann and Brotherton 1997)。例えば、Huhmann and Brotherton (1997) は、12 ジャンルから 2 雑誌ずつ選択し、合計 2769 の広告を収集したところ、罪悪感訴求広告は 153 件、恐怖訴求は 131 件、両方含は 9 件であったという。つまり、恐怖訴求と同じくらいの数の罪悪感訴求広告があることを明らかにした³。近年の研究では、恐怖訴求の効果を高める感情として、罪の感情を訴求することが有効であると言われており (Passyn and Sujan 2006)、本研究では、このような恐怖感情の訴求に代わる、罪感情の適用に注目するものである。

罪感情と消費者の購買行動との関係に注目する研究が台頭していくなか、一方で罪感情の測定においては、尺度などはあまり用いられてこなかった。例えば、Coulter and Pinto (1995) においては、罪感情に対する質問は1問でのみで構成され、被験者に評価してもらう形式であった。こういった罪感情の測定に尺度を用いない例は、今日まで多く見られており、それらの測定においては、尺度を用いず統制群との比較における差の検定のみで測定されたものが多く見られている。

また、尺度が使用される際には、例えば、Izard (1977) が構築した罪感情・恥感情の状態尺度が用いられていた (*e.g.*, Westbrook and Rechar 1991; Oliver 1993)。というのも、罪感情や恥感情を基本的な情動として捉えた分離情動理論 (discrete emotion theory) の発展に大きな影響を与えたのが Izard であり、彼はパーソナリティとしての感情の特性尺度だけでなく、DES II (Differential Emotions Scale II : 分離情動尺度) において、状態としての罪感情や恥感情尺度を構築している。また、その功績は American Marketing Association の “Marketing Scales Handbook” といった尺度集にも掲載されたことから、DES II はマーケティング及び消費者行動研究でも知られ、より使用されるに至ったと考えられる。

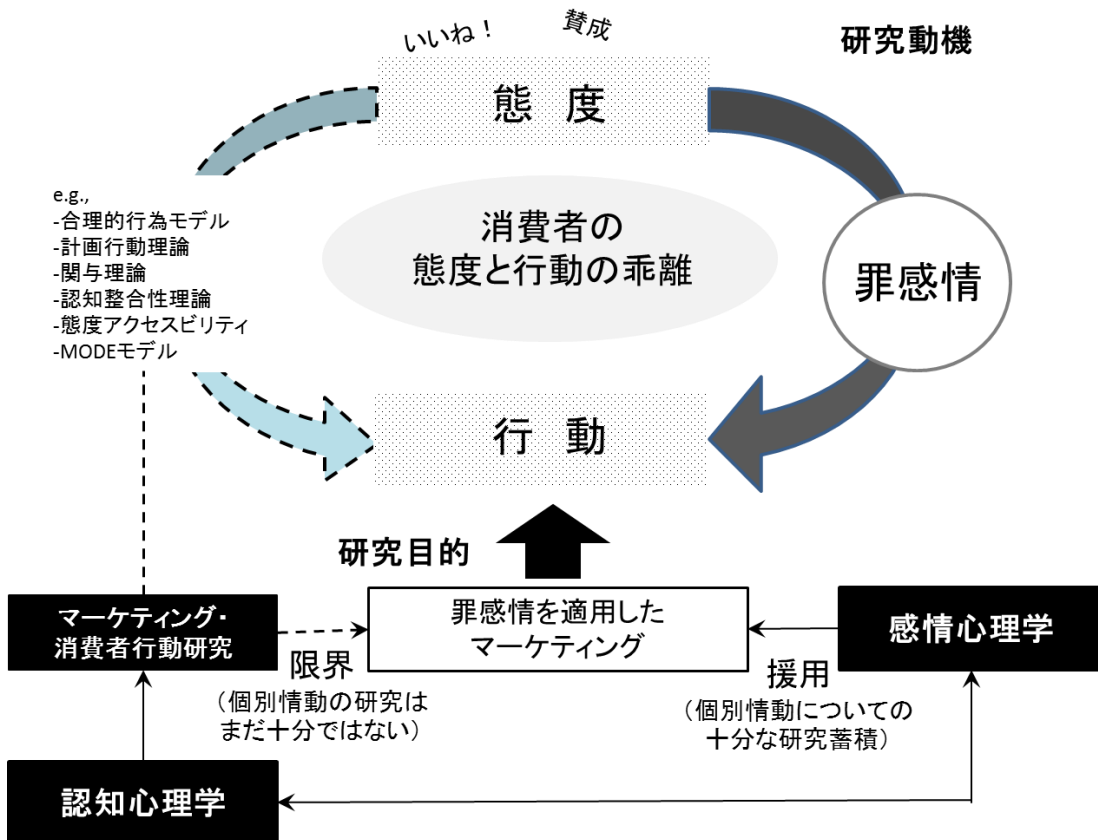
本研究では、マーケティング分野で用いられてきた罪感情・恥感情尺度が、DES IIに見られるように過去の研究をそのまま応用したものであること、また、測定に尺度自体が用いられてこなかったことに注目した。例えば、DES IIは、10の感情を人間の主要な区別された経験的・動機づけプロセスであるとし(Izard 1977)、それらの感情を測定するために開発されている。つまり、罪や恥の感情は、10の感情を測定する一部であるが、下位構成概念は構築されておらず、単一特性(Single Trait)を反映した一次元尺度(3項目)として測定されている。しかし、本研究では、罪感情や恥感情の構成概念に関する研究をレビューするにしたいが、それらはより多面的な特性をもつことが示唆されている。そのことから、本論では、罪感情および恥感情の構成概念を再検討し、適切な測定方法を構築し、それにより行動喚起を促す罪感情を、マーケティング研究で使えるものになりたいと考える。そして、罪感情を明確に測定することで、行動喚起を導く新たな枠組みとして罪感情の喚起をマーケティング研究に適用したいと考える。

次章では、罪感情や恥感情の研究の中心である、感情心理学分野を中心とした研究について詳しく見ていく。

第2章 感情心理学における罪感情

自己意識的感情と言われる罪感情は、後悔、良心の呵責、悪いことをしてしまったことへの失望を意味し、恥感情は、自己の失敗が顕在化したときに経験され、否定的自分像をいただくことにより自尊心が傷ついた状態である (Tangney 1995)。これらは、どちらもネガティブな感情として分類されるものの、罪感情には行動喚起を促す側面があることが、また、同じ状況で生起する恥感情には、逆に行動回避の側面が存在することが明らかにされてきている (e.g., Tangney 1995, 2003; Barret 1995)。

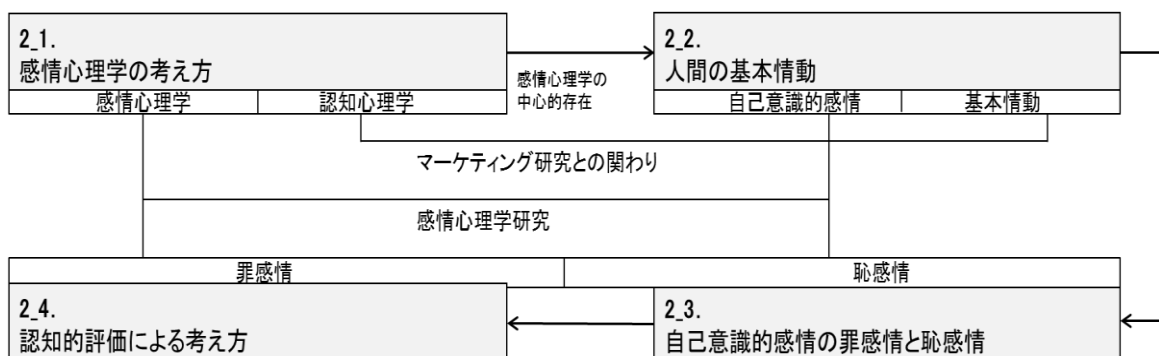
図 2.1：本論における感情心理学研究の位置づけ



前章では、本論の問題意識である消費者の態度 - 行動間の乖離に注目し、それを説明しうる諸研究についてレビューしてきた。しかしながら、それらは認知的な研究であり、態度と行動の乖離を狭めうるものとして、本研究で扱う行動喚起を促す罪感情を説明するには十分ではない。消費者行動分野においては、認知心理学をベースとした情報処理アプローチの発展が顕著であり、個別的な感情の検討については近年注目されつつある。罪感情と行動喚起との関係を扱っている研究は増えつつあるが (e.g., Coulter and Pinto 1995; Passyn and Sujun 2006; Agrawal and Duhachek 2010)、マーケティング分野の研究のみでは、本論の目的である行動喚起を促す罪感情の新たなマーケティング枠組みを検討するには限界がある。そのため、本章では、罪・恥感情の研究の中心である感情心理学分野の研究に焦点を当てレビューを行う。図 2.1 は、本論における感情心理学研究の位置づけを示したものである。

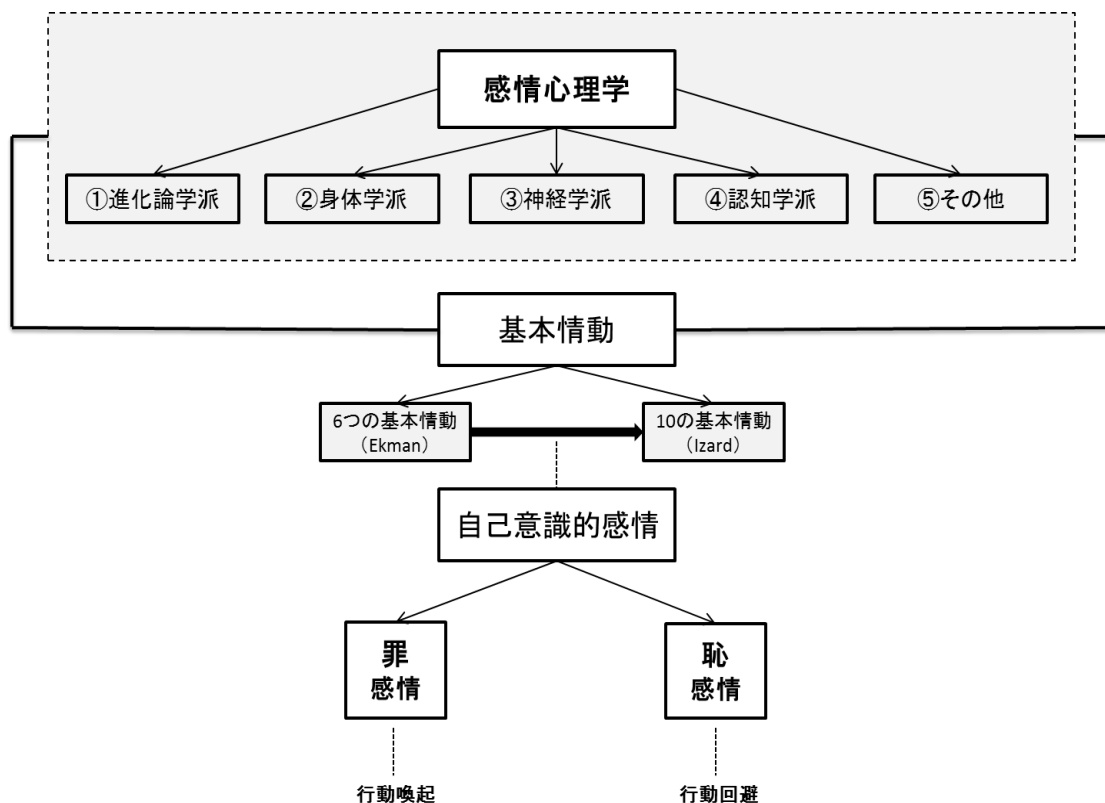
本章では、罪感情と恥感情がどのような感情であるかを理解するために、まずは感情心理学といったより大きな立場からレビューを行う。図 2.2 は本章で取り上げる先行研究の関係を示したものである。なぜこのような大きな立場からレビューを行うのかというと、前章で述べたように、マーケティングに関する研究は、認知心理学をベースとした研究が顕著であり、個別的な感情の役割について注目する感情心理学とは、関心領域が異なると言える。それ故、本章では認知心理学との対比やマーケティングでより用いられている基本情動と、本論で取り上げる自己意識的感情との違いを述べることで、本論が依拠する感情心理アプローチによる罪感情や恥感情がどういった感情であるのかを、感情の全体像から理解したい。

図 2.2 : 本章における先行研究の関連



感情心理学研究のレビューの流れは、**図 2.3** の通りである。まず、感情心理学がどういった学問領域であるかを感情心理学の潮流に沿いながら述べ、その後で、感情心理学研究の 5 つの立場のうち、現在の感情理論の中心的存在である基本情動について述べる。そして、基本情動の研究において貢献の大きい Ekman の想定する 6 つの基本情動と、Izard の 10 の基本情動を概観し、後者では前者に対し、罪感情や恥感情といった自己意識を介在した情動を含むことから、以降では、自己意識的感情の研究について見ていくこととする。自己意識的な感情については、近年、消費者行動研究についても、基本情動とは異なった感情として注目され研究されつつある。そのあとで自己意識的な感情のうち類似した表出反応をもつと言われる、罪感情と恥感情の特性や発生因、認知的評価による違いなどについて、レビューし整理したい。

図 2.3 : 感情心理学研究のレビューの流れ



2_1. 感情心理学の考え方

2_1_1. 感情研究の潮流

感情心理学研究が扱う領域は如何なるものであろうか。感情心理学では、感情研究が、進化論学派、身体学派、神経学派、認知学派、その他、の 5 つの立場で大別されている（濱ら 2001; 鈴木 2007）。以下に、それらの立場について見きたい⁴。

(1) 進化論学派の立場

進化論学派は、Darwin(1865,1872) を開祖とする。進化論学派の研究者では、「感情とは神経科学的なシステムの活動に基づくものであり、感情は生存にとって必要であるため進化の過程を経て残ってきた」と主張する。また、各感情には特定の身体的な特徴があると考えられる。この立場は、顔面フィードバック仮説（Tomkins 1962,1963）、分離情動理論（Izard 1971,1977）、神経文化論（Ekman 1972）などに受け継がれ⁵、人間の複雑な感情の分類や基本次元に対し、多くの研究成果を残している。

(2) 身体学派の立場

身体学派は James（1884）を開祖とする。「泣くから悲しくなる」という感情の末梢説を提唱し、この考えは、同時期に感情体験における心臓血管系や内臓系の重要性を強調した Lange（1885）とともに、James-Lange 説と呼ばれる。末梢説は、一時期衰退したが、Tomkins の顔面フィードバック仮説などで再考され、ネオ・ダーウィニズムと結合し基本情動説と呼ばれるようになる。基本情動があることを想定するこの立場は、現在の感情理論の中心的立場を占める。すなわち、各感情は人間の生存において必要であるため、進化の過程を経て残ってきた普遍的なものであり、各文化に共通の要素をもつと主張する。しかし、基本情動の存在有無については、Ekman と Russell の間で論争がなされてきている（Russell 1980）⁶。

(3) 神経学派の立場

神経学派は、Cannon (1927) を開祖とする。彼は末梢説を批判し、視床説（現在の解剖学的分類では、視床下部）を主張した。つまり、感情は感覚受容器からの情報に基づき、新皮説から視床に加えられていた抑制の解放現象である。これは感情体験が生じる場所を視床下部とする Bard (1928) の説とともに Cannon-Bard 説と呼ばれる。この立場の関心は、ほとんどが脳の神経回路の研究に向けられており、「心理学的な観点から離れてしまった観がある」と言われている（鈴木 2007）。最近では LeDoux (1987) の二経路説が提唱され、直接的に扁桃体に刺激からの情報を与える感情的経路と、皮質を通して情報を伝える論理経路の 2 つの存在が説明されている。

(4) 認知学派の立場

認知学派は、Arnold (1945) を開祖とする。認知的アプローチでは、「感情は、その環境を人がどのように評価するかによって引き起こされる（濱 2001）」と考える。Arnold は、Darwin の説や James の説では感情の喚起過程が十分に説明されていないことを指摘し、感情は、刺激の知覚－評価－感情－表出－行動といった一連の中で生じ、感情の生起における認知的評価の重要性を強調した。また、感情の認知的理論の多くが、特定の感情が特定の評価パターンに基づくことを想定している。しかし、Zajonc (1980) は、感情プライミング実験に基づき、感情の生起に認知的評価は必要ないと主張し、Lazarus との間で論争が行われた。認知学派は、現在では社会構成主義の立場に引き継がれて⁷、基本情動説との違いが示されている。

(5) その他の立場

その他の立場では、Freud に始まる力動学派や、多くの生物学的知見を包括した Buck (1985) のグローバル理論が挙げられる。力動学派は、フラストレーションやコンフリクトの状態が生じる情動、外傷体験（トラウマ）による人間の感情的混乱や感情的障害に取り組んでいる。

以上に感情心理学の 5 つの立場を提示したが、感情心理学において、認知とは

感情研究の一側面（立場）であると考えられていることが分かる。

2_1_2. 認知心理学に対する感情心理学

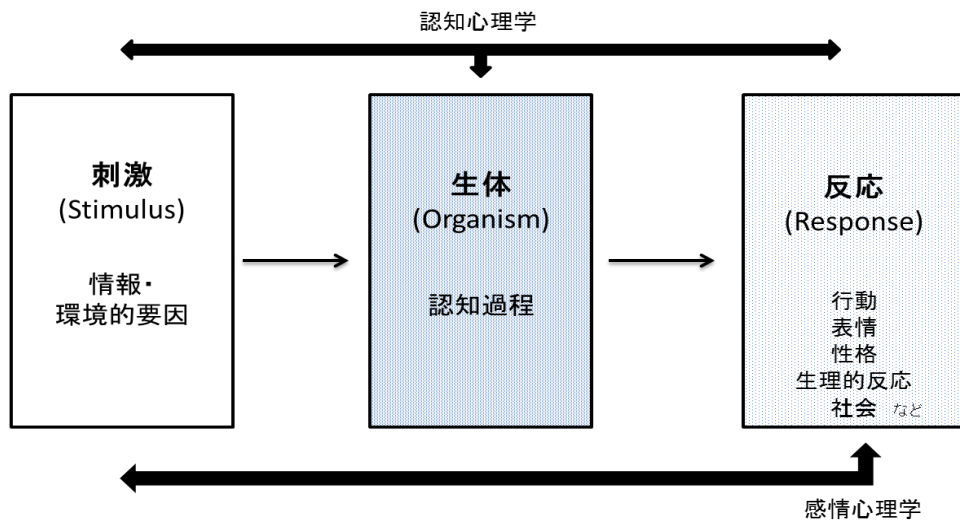
本項では、マーケティング研究のアプローチにおいて、より馴染みがある認知心理学と対比し、その関心領域の違いについて検討する。

認知心理学はコンピュータと同様、人間も情報を処理するシステム（情報処理システム）であるという基本的な前提をもつ（箱田ら 2010）。つまり、人が刺激（入力された情報）に対し、情報をどのように処理し（符号化し）、記憶し（貯蔵し）、認識（比較、検索）するのか、それらの認知過程に関心をもつ。1980年代以降は、認知科学の急速な発展に伴い、人間が知的活動を行う際、脳のどこが働くのかといった、脳イメージング⁸を用いて、認知の働きを脳機能から説明する研究も盛んになってきている。では、感情心理学と学問領域の関心にどのような違いがあるのだろうか。

これについては、新行動主義の枠組みに沿って説明すると分かり易い。図 2.4 は、認知心理学と感情心理学の興味関心を示している。認知心理学は、認知過程の解明により関心が向けられるため、「S (Stimulus=刺激) -O (Organism=生体) -R (Response=反応)」の O の解明により関心が向けられてきたと言える。したがって、アウトプットとして現れる、人の表情、性格や行動などの反応を、認知の介在なしに捉えることはほとんどないだろう。一方、感情心理学分野は、感情を基軸とし、表情や生理的反応、行動傾向、社会との関係、臨床など、刺激に対して現われるアウトプットとしての R (=反応) に対する様々な側面や現象に関心をもち、その意味を問う領域と言える。したがって、認知心理学と感情心理学では、中心とする関心領域が異なっていると言える。

しかしながら、前項で見てきたように、感情心理学では感情研究が、①進化論学派 (e.g., Darwin 1872,1985)、②身体学派 (e.g., James 1884; Lange 1885; Tomkins 1962,1963; Ekman 1972; Izard 1971,1977)、③神経学派 (e.g., Cannon 1927; Bard 1928; LeDoux 1987)、④認知学派 (e.g., Arnold 1945; Lazarus 1984)、⑤その他 (e.g., Buck 1985) に大別されており（濱ら 2001; 鈴木 2007）、認知に関する研究も、感情を理解する一側面（立場）として研究されてきている。

図 2.4 : 認知心理学と感情心理学の関心領域



以降では、人間の基本情動について説明したい。なぜなら、以上の立場のうち、身体学派における基本情動の考え方は現在の感情理論の中心的存在であり、消費者行動分野で用いられる感情の多くは、Ekman (1972) らの基本情動に示される、人間が生まれながらにもっている感情を扱っているからである。以降ではこの基本情動について説明していく。

2_2. 人間の基本情動

前節では、感情研究の潮流を概観し、感情心理学研究の学問領域をたどった。本節では、まずは Ekman の基本情動について説明する。そして、本論が、罪感情および恥感情といった個別感情を対象としていることから、それらの感情を基本情動として想定する分離情動理論について見ていく。その際、Ekman の基本情動との違いに焦点を当てながら、見ていきたい。

2_2_1. 基本情動

人間に基本情動が存在するという考え方は、Darwin の進化論に基づいているが、1960 年代以降から近年に至るまで、Ekman や Izard らの研究成果の貢献は大きいと言われている。Ekman (1972) は、比較文化研究により人間の情動表出は 6 つの基本情動で、文化を超えて普遍的に成り立つことを実証しており、本来、人

間の情動は喜び(joy)、怒り(anger)、悲しみ(sad)、恐れ(fear)、驚き(surprise)、嫌悪(disgust)の6つであるという。発達研究からは、0歳半ばにはこれらの感情が出揃うと言われている。また、これらは単一で現れることは少なく、複数の感情が混然としている場合が多い(例えば、怒りと嫌悪など)。Ekman(1992)は、各感情を区別する基準として、以下の9つの基準を提示している¹⁰。

- ① 他と区別できる独特の表出シグナル(表情や発生など)を揃え、それが社会的文化の違いによらず普遍的に観察される。
- ② 霊長類をはじめとする他の動物にも類似した表出が観察される。
- ③ 他の感情と明確に区別できる特異的な生理反応パターンを備えている。
- ④ 感情を引き起こす事象に対する反応パターンに、ある程度の共通性、普遍性がみられる。
- ⑤ 生理的な反応パターンや表出の反応パターンなどの反応システム間に、一貫した相関関係がある。
- ⑥ 刺激に対し急速に、生体が意識する前に生じる。
- ⑦ 通常は極めて短時間(数秒以内)に終結する。
- ⑧ 自動化された無意識的な評価メカニズムに結びついて発動する。
- ⑨ あくまでも無意識的に自発的に生じる。

消費者行動やマーケティング研究でしばしば使用されるネガティブなもしくはポジティブな感情というのは、以上のような人間が生まれながらにもっている基本情動を示していることが多い。なぜなら、これらの感情は、無意識的に発動する人間のより代表的な感情であるため、それらに関する研究は蓄積が多く、また測定に関しても、例えば、PANAS(Watson Clark and Tellegan 1988; 佐藤、安田 2001)といった快-不快感情を測定する尺度は、多くの研究で用いられ快-不快の2因子構造が確認されてきている。そのため、測定方法についても一定の信頼性があると言える。しかしながら、本論で注目するのは、快-不快といった感情の2分法からではなく、個別情動としての罪感情と対の感情としての恥感情である。以降では、それらを基本的な情動として想定する分離情動理論について見ていく。

2_2_2. 分離情動理論とは

前項では、人間の普遍的な 6 つの基本情動についてみてきたが、分離情動理論 (Izard 1977 ; Tomkins 1962,1963) ¹¹では、10 種類の基本情動を人間の主要な情動として想定している。では、分離情動理論¹²において、情動はどのような基準で基本的か決定しているのだろうか。

分離情動理論では、10 種類の基本情動として、Ekman の想定する、喜び、怒り、悲しみ、恐れ、驚き、嫌悪、に加えて、罪 (guilt)、恥 (shame)、興味 (interest) ¹³、軽蔑 (contempt) を基本情動として想定している。そして、これら個々の情動が認知や行動に異なる影響を与える、区別された経験的・動機づけのプロセスであるという (Izard 1991)。Izard はどの情動が基本的かを決定する基準として、以下の 5 つを挙げている。

- ① 個別で特定の神経的基盤
- ② 個別で特定の顔面動作の配置・表情
- ③ 意識下に存在する個別で特定の感情
- ④ 進化-生物学的過程を通じた情動
- ⑤ 適応的機能をもつ体制化と動機づけ

本研究で注目する罪や恥といった感情は、分離情動理論においては基本的な感情として想定されている。Ekman が想定する基本情動は無意識的に発動する情動であったのに対し、分離情動理論では、罪や恥といった自己意識的な感情を含むところが異なる (遠藤 1996)。では、自己意識的感情とは具体的にどういった感情であろうか。以降では、自己意識的感情に焦点を当てながら、感情の全体像を概観したい。

2_2_3. 自己意識的感情

自己意識的感情¹⁴とは、他者が見る自己の姿や他者の存在を意識することで感じる感情である。ただ単に、自分自身に再帰的 (recursive) に意識を向ける感情ではなく、他者あるいは社会全般からの注目や評価といった「他者の目」、そして「他者への意識」を通じた自己意識によって喚起される。したがって、自分自身が、他者や社会の評価をどのように認知するかによって、生じられる自己意識的

感情が決定される。

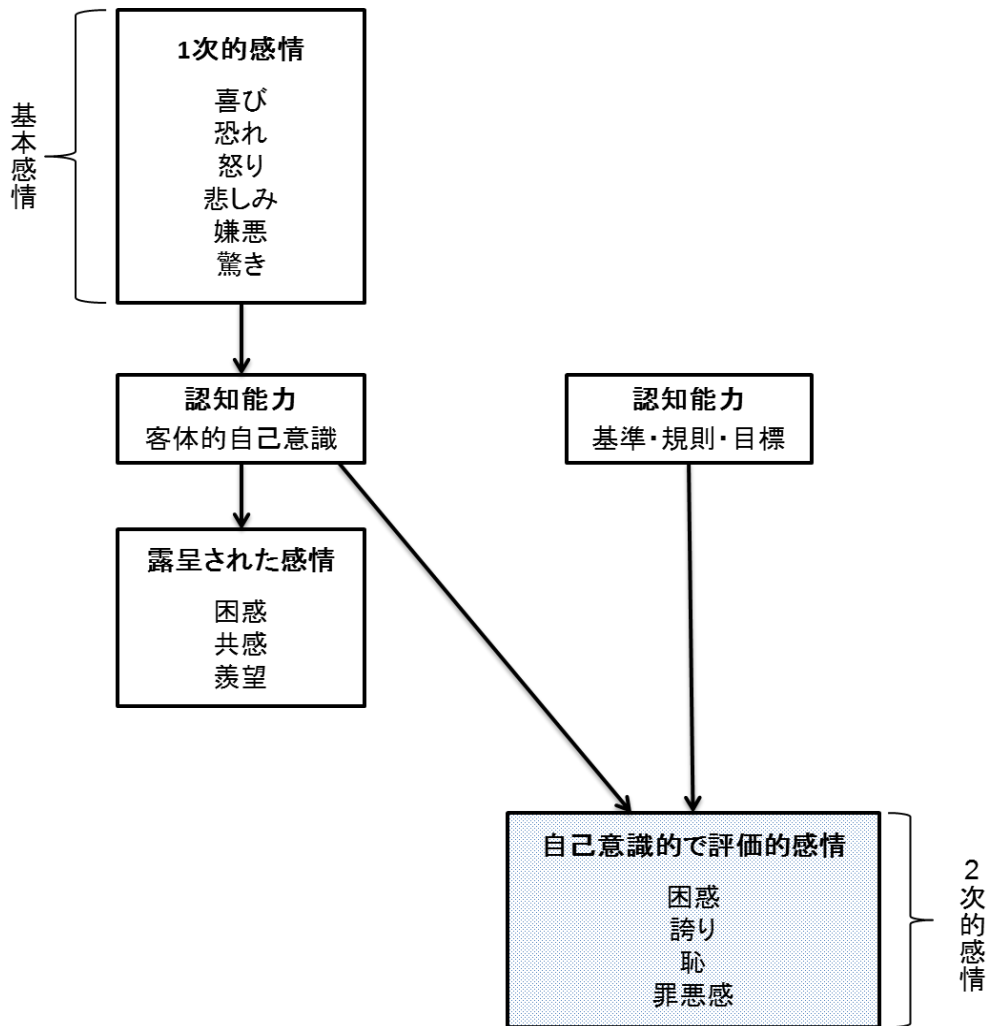
基本的な 6 つの情動では、進化論的な普遍性が強調され、それらの感情は本来的に人の生命維持に深く関わりをもつと考えられるが、自己意識的感情は、特に人間の社会適応に重要な役割を果たしている。つまり、他者を通すことで自己の社会的行動を調整し、社会や他者との関係や絆を維持しようとする感情である（有光、菊池 2009）。

自己意識に関わる知識として、Nisser（1988）は 3 つの知識を挙げている¹⁵。まず 1 つ目は、「時間的に拡張された自己（temporally extended self）」あるいは「記憶され想起される自己（remembered self）」である。これは、自分の過去の経験による記憶や、未来に起こるかもしれない事象との関わりを体感することによる心の働きである。それらの知識を頼りに、人は感情を経験し自己の振る舞いを制御しようという。これに関して、1_3_1 では、情動による記憶効果について、自分の経験から喚起される感情の強さと記憶の促進効果について触れたが（*e.g.*, Robinson 1992）、自分の過去の経験は、自己意識に関わる知識であることが確認される。

2 つ目は、「私的的自己（private self）」であり、自分自身のさまざまな心の状態を自覚することに関わる知識である。これにより、感情を経験し、また自身の感情を準拠点として他者の感情を推測することができ、さらにそこから新たな感情を経験することができるという。3 つ目は、「概念的自己（conceptual self）」であり、社会・文化的な基準や価値体系に結びつきうる、自身の外見や能力などの特質に関わる知識である。これにより、自己を評価的に原因帰属を行いながら、さまざまな複雑な感情経験がもたらされうるといふ（Leary 2007）。

このような知識に関わりをもつ自己意識的感情は、社会的感情（social emotions）とも呼ばれ、社会的要因に関する感情の研究は 1990 年以降に増大してきている。例えば、発達相互作用論（Buck 1999）では、感情は大きく、生物学的感情（biological emotions）と高次の感情（higher-level emotions）に分けられ、その中で、軽蔑、罪悪感、恥、は高次の感情である社会的感情と関連付け付けられるという。また、この高次の感情は、感情を意識的に経験することと関係しており、Lewis（1995）は、罪悪感、恥、困惑、誇りといった感情を自己意識的感情としている。

図 2.5 : 自己意識的感情の発達モデル



出所:Lewis(1995), p.87.を加筆修正

図 2.5 は、自己意識的感情の発達モデルである。Lewis は、基本的で日常的な 1 次的感情（喜び、怒り、悲しみ、恐れ、驚き、嫌悪）に、客体的な自己意識の認知能力と、基準・規則・目標の認知能力が発達するようになると、内省をともなう 2 次的感情として自己意識的感情（困惑、誇り、恥、罪悪感）が感じられるようになるという。つまり、先に述べた Ekman の基本情動は、人間が生まれながらにもち、日常的に感じる 1 次的な感情を想定するものであるのに対し、分離情動理論において加えられた自己意識を介在した感情は 2 次的であり、社会的で自己意識的な感情である。つまり、本論で注目する自己意識的な罪感情や恥感情は、消費者行動研究でより用いられる基本情動とは質的に異なった感情であることが

分かるだろう。以降では、罪悪感と恥感情の機能や特性についてレビューし、各感情の違いについて整理する。罪感情と恥感情は同時に生起され、赤面など類似した特徴をもつとされていることから、また、罪感情には、個別の身体動作などがないことから、恥感情と罪感情を区別するには特別な問題があると言われている (Izard 1991)。しかし、これらの感情は、類似した特徴をもつものの異なる機能や性質をもっていることが明らかにされている。

2_3. 自己意識的感情の罪感情と恥感情

罪感情や恥感情は、ルール違反を経験したときに同時に経験される、苦痛をとまなう否定的感情であるが (鈴木 2007)、罪感情を強く感じる時適応的機能が働き、恥感情を強く感じる時、不適応的機能が働くという。例えば、対人的関心のあり方の違いとして、恥感情を感じやすい人は他者への共感を感じにくく、罪感情傾向が高い人は、他者への共感を感じやすいことが明らかにされている。恥感情は自己に関心を向けるので、他者志向的な共感性とは両立しない。これに対し罪感情は他者に関心を向けるため共感性と両立する。また、動機づける行動の違いとしては、恥感情は、対人接触を抑える行動 (回避行動) を動機づけるが、罪感情は、もっと建設的であり、対人関係を修復するような行動 (謝罪、補償行動) を動機づける。このように、罪感情と恥感情は、同時に経験されながらも別々の結果を促すことが明らかにされている (e.g., Tangney 1995,2003; Barret 1995)。

2_3_1. 適応的機能と不適応的機能

罪感情や恥感情を含む自己意識的感情を研究する Tangney (1995) は、以上のような特性を恥感情における不適応的機能と、適応的機能をもつ罪感情として、対人関係との関連から整理し提示している。表 2.1 で、恥感情は、その関心が核となるアイデンティティや自己概念に向くため苦痛度が高く、自己に対して無価値感や無力感に陥る一方、罪感情においては関心が行動に向くため、恥と比べて苦痛度は弱く、自責や後悔といった経験を通し、行動の修正という適応的機能が促されることが提示している。Tangney (2003) はその後、罪感情と恥感情の違いを、社会生活における適応機能という視点から、再整理している。

表 2.1 : 罪感情と恥感情の特徴

	恥	罪悪感
評価の対象	全体的自己	特定の行動
苦痛の程度	相対的に強い	相対的に弱い
現象的経験	無価値観、無力感	緊張、自責、後悔
自己の操作	観察する自己と観察される自己の分離	自己は統合された状態
自己への影響	全体的な価値低下による自己評価の減損	全体的な価値低下を伴わない
他者への関心	他者による評価への関心	他者への影響に対する関心
反事実的過程	自己の一側面の心理的取り消し(undoing)	行動の一側面の心理的取り消し
動機的側面	逃避への欲求	告白・謝罪・償いへの欲求

出所:Tangney(1995),p.116.

- ① 罪感情による修復行動と恥感情による隠蔽・回避行動
- ② 罪感情による他者志向的な共感特性と恥感情の自己意識的な共感と苦痛反応
- ③ 恥感情による怒りおよび攻撃との関連と罪感情によるそれらの緩和傾向
- ④ 恥感情による精神病理との関連性と罪感情によるそれらとの無関連性
- ⑤ 罪感情による社会的逸脱行動の制止と恥感情による問題行動傾向

以上の 5 つが罪感情と恥感情の違いとして挙げられている。罪感情は適応的機能をもち、対人関係を修復するよう行動喚起を促すのに対し、恥感情は不適応的機能をもち、行動回避と関係することが明らかにされている。つまり、罪と恥は、同時に経験されながらも別々の結果を促すことが分かる (e.g., Tangney 1995,2003; Barret 1995)。

ところで、ネガティブな側面が強調される恥感情は、子供の興味や興奮が行き過ぎた場合に、それを抑制する働きをもっているという (Tomkins 1963)。また、社会生物学的アプローチによると、恥感情を表出することは、他の個体の怒りや攻撃を沈静させる機能がある (Gilbert 1997)。こういった視点に注目し、近年では日本の文化的側面から恥感情における適応的な機能に焦点を当てた研究も行わ

れている。一方で、罪感情においても、健康な罪感情には、建設的な面があるが、罪悪感も慢性的になると建設的な行動ができなくなることも触れておきたい。

次節では、罪感情と恥感情の発生因の違いについてレビューし、さらに理解を深めたい。

2_3_2. 罪感情と恥感情の発生因

恥感情の発生状況に関する研究はいくつかの分類が見られるが、成田（1993）は既存研究の整理を行っており、それに従って樋口（2000）は、恥の発生を、私恥状況、公恥状況、照れ状況、対人的緊張状況、対人困惑状況、性的状況といった6つの状況にまとめている。恥感情を表す言葉には、「恥ずかしい」「気まずい」「はにかむ」など、複数の状態が存在するが¹⁶、それらの状態は、恥感情の発生状況によって異なりうることが指摘されている（*e.g.*, 樋口 2000）。

では、恥の発生はどのような原因に基づくのだろうか。樋口（2004,2009）は、まず、恥感情が発生する状況を、自分のダメな部分が人前で露呈する公恥状況と、自らの行動等について反省する私恥状況に分類し、これらの場면을提示した結果から、発生因を4つに分類している（表 2.2）。1つは、他者からの評価を気にする「社会的評価懸念」、2つ目は、自分の本来のイメージとの異なりを考えることで発生する「自己イメージ不一致」、3つ目は、他者への適切なふるまい方が分からないことで混乱する「相互作用混乱」、4つ目は、自分はダメな人間だと思うことで生じる「自尊心低減」といった要因である。つまり、恥が発生する原因は、他者からの評価だけでなく自分自身の評価も関係する。

一方で、罪感情は自分の行いが他者に害を与えたと認知することで喚起される感情である（Tangney 1995）。罪感情を喚起する状況には、さまざまなタイプが存在する。表 2.3 で、Hoffman（2000）は罪悪感のさまざまな喚起状況を整理し、10種類の状況に基づいた罪悪感を提示している（稲葉 2009）。

表 2.2 : 恥の認知的な発生因と測定項目

因子名と項目	
I . 社会的評価懸念	他者から、私が望んでいない評価を受けるのではないかと気になる 他の人が私のことをそのように評価するか、気がかりだ 他者に対して思い通りの印象が与えられなかったのでは、と不安になる
II . 自己イメージ不一致	私が普段もっている自己イメージとは異なる まわりの人がもっている普段の私の印象から考えると、思いがけないことだろう そのような私は、自分らしくないと思う
III . 相互作用混乱	この状況における、他者に対する適切なふるまい方が思いつかない 他者に対してこのように行動すべきか、混乱してしまう まわりの人に対してどのようにふるまったらよいかわからない
IV . 自尊心低減	自分はだめな人間だと感じる。 自分の価値は他の人よりも劣ると思う。 自分自身のことをみじめだと思う。

出所：樋口(2009) ,p.132.

表 2.3 : 罪悪感の定義

①無為の傍観者の罪悪感	見る側が犠牲者の苦痛を起きるがままにしておいたり、自分が何もしないためにそれが続くのを放置したりする場合に起きる。自己避難的な原因帰属による罪悪感。
②違背の罪悪感	他者の苦痛の原因が自分にあると認知したときに起こる罪悪感。
③生存の罪悪感	自分たちは傷つかず他人のショッキングな死やケガを経験して感じる罪悪感。
④関係の罪悪感	親密な対人関係に固有のことで、特定の行為から生じるというよりも、相手との関係から出てくる罪悪感。
⑤責任の罪悪感	他者に責任をもつようになると感じるが多くなる罪悪感。
⑥相対的に有利な立場についての罪悪感	不当な扱いをされた人々に共感的な感情をもち、罪悪感へと形を変えていくもの。
⑦豊かさについての罪悪感	自分たちの恵まれた生活と他人の豊かでない生活との違いに気づいたとき、社会の恵まれない人々への共感的苦痛を変化させることによる罪悪感。
⑧連想による罪悪感	豊かさの罪悪感でのさらに高次の段階のもの。
⑨達成の罪悪感	他人の自尊心を低下させると考えて罪悪感を感じてしまうもの。
⑩道徳的違反に関する罪悪感	一般的な道徳的規範に背いたときに起こる罪悪感。

出所：稲葉（2009）,p.76.

罪感情の発生因に関する研究では、その喚起要因として、共感性や役割取得能力との関係がこれまで指摘されており、共感性との正の関係が実証されている (Tangney *et al.*,1991,1995 ; 石川、内山 2001)。罪感情を認識するには、他者へ共感する能力が必要であるため、共感性は、罪感情に先行する発生因であると言える (Baumeister, Stillwell and Heatherton 1994)。また、共感性には、2つの能力が必要であると言われており、1つは、他者の視点に立つことができる視点取得能力であり、もう1つは、他者と類似した感情を経験できる能力である。多次元共感性尺度 (Davis 1983) では、共感性の下位尺度として、想像力、視点取得、共感的関心、個人的苦痛が構築されている。つまり、罪悪感とは、他者の視点から見た状況を想像し、他者と類似した情動経験をすることで喚起される感情である (有光 2006)。

2_3_3. 公的自己意識と私的自己意識との関係

前項で、罪と恥は異なった機能や特性をもち、また発生因も異なることが示された。では、この二つの感情の違いをより明確にできる理論はないだろうか。本項では、公的自己意識と私的自己意識の関連から罪感情と恥感情を検討する。

文化人類学者の Benedict (1946) は、日本は恥の文化、欧米は罪の文化であると指摘し、日本人は周囲を意識して、自身の拠り所を決めるのに対し、欧米人は自身の罪の意識に基づいて判断を行う、といった文化の違いを述べている。しかし、Benedict のいう恥は、他者からの否定的評価をのみを対象とした「公恥」であり、これは恥感情の一側面である。つまり、日本では欧米の文化における罪悪感にあたる、理想的自己に照らした「私恥」が存在することが指摘されている (薊 2008、井上 1977、有光 2002)。

このような見解から、公恥と私恥の考えに関連して、罪悪感と恥感情における私的自己意識と公的自己意識との関係が研究されている。総じて、そこでは、恥感情は罪悪感よりも公的な露出やいくつかの欠点の非難または逸脱から生じ、罪悪感とは、自分で生み出した良心の呵責から生じるとしている (永房 2009)。つまり、恥感情は公的自己意識に関わり、罪悪感はより私的自己意識に関わる感情として区別される (*e.g.*, Gehm and Scherer 1988)。しかし、いくつかの実証研究 (*e.g.*, Tangney 2003) では、このような見解は支持できておらず、一貫した知見は得ら

れていない。したがって、罪感情と恥感情の違いは、公的自己意識と私的自己意識との関連からは明確に検討することは出来ないと言える。

では、罪感情と恥感情の違いを明確にしうる理論は他にはどのような理論が検討されようか。次節では、認知的評価に基づく研究をレビューする。すなわち、罪悪感と恥感情の喚起に至っては、その評価プロセスによって異なる感情が生じることが確認されている。以下で詳しく見ていきたい。

2_4. 認知的評価による考え方

同じ状況で同時に生じる2つの感情をいかに区別することができるのだろうか。本節では、認知的評価に注目して見ていくことにする。

2_4_1. 認知的評価理論

ある情動経験は、その原因となる出来事がどのように認知されたかで内容が変化するという。Arnoldを開祖とする認知的評価理論は、その後Lazarusによって、発展し2つの段階の評価が想定された。まず自動的に無意識的に進行する最小限の情報処理としての第1次評価プロセス (primary appraisal)。それに対し、第2次評価プロセス (second appraisal) は意識的で、より高次の情報処理をともなうプロセスである (Lazarus 1991)。自己意識的感情は、自己意識が随伴する第2次評価プロセスにより関連している。この認知的評価理論の考え方は、脳神経学研究であるLeDoux (1987) の二経路説によって対応づけられている。つまり、1つめの経路は、大ざっぱで極めて迅速に生じうる、直接的に扁桃体に刺激からの情報を与える自動的な感情的経路であるのに対し、2つ目は高次の思考や記憶がからみ、皮質を通して情報を伝える認知的な論理的経路である。自己意識は自動的というよりも、より高次の後者の経路により関連している。

また、自己意識的感情は文化的な影響においても多くの議論がなされているが、感情に先行する認知的評価のパターンには、文化の違いに関わらず同様の感情が経験されることが確認されている (Mesquita 2001、遠藤 2009)。では、罪悪感と恥感情は、どのような認知的評価に基づいて、異なった感情が生じているのだろうか。次項では、原因帰属による評価モデルについてレビューし、罪悪感と罪

感情の喚起がいかに区別されるのかを見ていく。

2_4_2. 自己意識的感情の帰属モデル

認知的評価に基づく帰属モデルでは、罪感情と恥感情の区別が、ある状況に対する「全体 - 部分の帰属」、といった帰属の違いにより明確に区別されている

(Lewis 1971; Lewis 1995)。全体的帰属とは自己のネガティブな評価を含むのに対し、部分的帰属は自己の特定の行動に対するネガティブな評価である。この認知的評価に基づく区別は多数の研究者によって支持されている (e.g., Lewis 1971; Lewis 1995; Tangney 1995, 2003)。

図 2.6 は、Lewis (1995) の自己意識的感情の帰属モデルである。解釈は次の通りである。A: われわれは、それぞれの行動を支配する独自の基準や規則をもっているため、それらについては規定できないが、B: その基準や規則に則って自らの行動が成功なのか失敗なのかを評価する (もちろん評価は人によって異なる)。C: その際、自己への帰属が全体的であるとき、自己は自分自身に焦点化し、自己に巻き込まれてどうすることもできなくなる。一方、自己が自分自身ではなく、個別的な行動に焦点化されるとき、人は「私は悪いことをした。そのことを二度と繰り返してはならない」というような評価的な言い方をすることになる。恥感情は、人が基準に対して失敗したと評価し、全体的な帰属をする時に起こるのに対し、罪感情も失敗の評価であるが、この場合には自己の行動に焦点化する。他方、成功と評価し、全体的な帰属をする場合には驕り (思い上がり) の感情が生じ、個別的な帰属の場合には誇りが生じるという。

以上のように、罪感情と恥感情は帰属による評価によって明確に区別することができる。

図 2.6 : 自己意識的感情の帰属モデル

A. 基準と規則
B. 評価

成功	失敗	C. 自己への帰属
驕り	恥	
誇り	罪	個別的

出所: :Lewis(1995) p.65

2_4_3. 道徳的感情の分類

この全体 - 個別のの違いについて、Weiner (1986; 2006) は、原因の所在（内在性、外在性）と統制可能性（統制可能、統制不可能）といった軸を用いて、罪悪感と恥感情の違いをより詳しく説明している。図 2.7 で、Weiner は原因の所在が自分であり、失敗の原因が、「能力（適性）」の不足によるものか、または「努力」の不足によるものかといった帰属の違いによって、罪感情または恥感情といった個別の感情感情がもたらされることを示している。原因の失敗が認識されるとき、それが自己の努力不足といった、変えることのできる統制可能な性質に帰属される場合には、罪感情が促されるという。しかし、失敗の原因が自己の能力不足といった、生まれもった資質や才能、性格など変えることのできない統制不可能な性質に帰属される場合には、恥感情が喚起されるという。

つまり、Weiner の提示する統制可能な努力への帰属とは、つまり Lewis の帰属モデルでいうところの個別的帰属といった部分（行動）を表すものであり、統制不可能な能力への帰属は、全体的帰属といった全体（自己）を表すものである。

図 2.7 : 道徳的感情の分類

感情目標		
自己		他者
因果的 関連	能力	恥(-) 妬み (+) 軽蔑(侮辱)(+) 同情 (+)
	努力	罪悪感(-) 後悔 (-) 称赞(+) 怒り(-) 感謝(+) 憤り(-) 嫉妬(-) 他者の不幸に対する喜び(+)

出所 : Weiner(2006),p.95

以上のように、罪感情（そして恥感情）の喚起には、原因が自分自身にあるとする内在性と、統制可能性が大きく関連していることが分かる。このように、自分の行動と原因（強化）が随伴すると認知し、自分自身の能力や努力で原因が統制されているという信念や認知傾向を内的統制という。逆に自分の行動の原因は、運や他者であると考えようとする認知様式を外的統制という（Rotter 1966）。

このように、罪感情と恥感情は同時に発生し、似たような表出反応が表れるものの、異なる特性をもつ感情であり、これらは帰属による認知的評価によって明確に区別することができるといえる。

第3章 罪感情および恥感情に関する既存測定尺度

行動喚起を促す罪感情（また、対としての恥感情）を、マーケティング研究で用いるのであれば、これらを適切に測定しうる感情尺度を用いることが必要である。本章では、マーケティングや消費者行動研究ではあまり馴染みがない罪感情や恥感情の既存尺度について検討し、マーケティング研究への適応可能性と尺度開発の研究意義について述べたい。

3_1. 罪感情と恥感情の尺度

罪感情と恥感情の尺度の研究は、大きく2つに大別することができる。一つは、罪感情や恥感情の感じやすさに関する個人のパーソナリティに関する研究であり、これを特性尺度という（*e.g.*, TOSCA: Tangney and Dearing 2002）。もう一つは、罪感情や恥感情の即時的な感情状態を反映した、状態を測定する状態尺度である（*e.g.*, DES II、SSGS）。特性尺度は素因に関わるものであり、状態尺度は反応に関わる尺度として区別できる（有光 2009）。

しかし消費者行動分野においても感情心理学分野においても、罪感情の測定についてはマーケティング研究で使用できる尺度がほとんど構築されていない。つまり、既存尺度の多くは、発達心理学や臨床心理学の分野で開発されたものが多く、そのほとんどが個人のパーソナリティに関わる特性尺度である。マーケティング研究への有用性を考慮するのであれば、罪感情の測定尺度は、個人のパーソナリティ特性ではなく即時的な罪の状態を測定する状態尺度で、より有用であると考えられるが、このような反応を測定する状態尺度は少なく（*e.g.*, DES II、SSGS）、日本語で日本の文脈で開発されたものはほとんどない（薊 2009）。また、先行研究で見てきたように、マーケティング分野では、罪感情の測定は、尺度を使用せず統制群との差のみで測定することが今日まで多く、既存の状態尺度（*e.g.*, DES II、SSGS）の多くは単一特性を反映した一次元尺度である。

さらに、既存尺度は、個別的に罪感情や恥感情の一方を測定することを目的に

構築された尺度が多く、罪感情と恥感情を同時に測定できるよう構築した尺度は少ない。しかし、これら2つの感情は、同時に喚起する異なった別の感情である。したがって、両者の弁別性を考慮するのであれば、それらの特徴を考慮し、同時に構築することが望ましいと考えられる。

本論では、行動喚起を促す罪感情に注目し、それをマーケティング研究に適用するため、まずは適切な尺度を構築しようとするものである。つまり、適切な尺度構築を経て初めて罪感情の測定は可能になり、それにより、罪感情のもつ行動喚起といった側面が明確に検証され、マーケティング研究への適応可能性が検討できるのではないかと考えるからである。

次節では、代表的ないくつかの既存尺度についてわが国において成果が得られている尺度を中心に紹介する。これらは、各感情のみで構築された尺度もあれば、罪感情と恥感情（およびその他の感情）を同時に構築している尺度もある。また、欧米で開発されたものもあれば、わが国で開発された尺度もあり、目的は多様である。まずは、特性尺度について整理し、次に少数の状態尺度について整理する。

3_2. 罪悪感と恥感情の特性尺度

本節では、まず、罪悪感のみを測定する特性尺度を、次に恥感情のみを測定する特性尺度についてレビューし、最後に2つの感情を同時に測定可能な尺度について見ていく。

3_2_1. 罪感情の特性尺度

① 罪悪感目録 (Guilt-Inventory)

欧米の研究成果では、罪感情の特性尺度は Kugler and Johns (1992) の罪悪感目録 (Guilt-Inventory) が知られている。この罪悪感尺度は、特性罪悪感 (Trait-Guilt)、状態罪悪感 (State Guilt)、一般的な道德規範 (Moral Standard) といった3つの下位尺度から構成されている。特性罪悪感 20 項目、状態罪悪感 10 項目、道德規範 15 項目を 5 点尺度で評価する。日本語版は、佐藤、三宅 (1999)、Ishikawa and Uchiyama (2000) が作成している。

② Revised Mosher Guilt Inventory

Mosher (1966) の強制選択法による Revised Mosher Guilt Inventory は、79 の状況から 2 つの選択肢のどちらかを選び回答する。「敵罪悪感 (hostility-guilt)」、「性罪悪感 (sex-guilt)」、「道徳観念罪悪感 (morality conscience guilt)」の 3 つの下位尺度から構成されている。性的な事柄に関する罪悪感を測定する尺度はこの尺度以外には存在しない。日本語版は、益谷、松山 (1984) が作成している。

Mosher (1966)

③ IGQ

IGQ (Interpersonal guilt questionnaire ; O'Connor, L.E., Berry, J. W., Weiss, J., Bush, M., and Sampson, H., 1997) は、罪悪感の不合理的で損害的側面を測定するために開発された。「生存者罪悪感」、「分離罪悪感」、「全能感」、「自己嫌悪」の 4 つの下位尺度から構成されている。IGQ-45 項目バージョンと IGQ-67 項目バージョンがあり、IGQ-45 では、生存者罪悪感 26 項目 (22 項目)、分離罪悪感 5 項目 (15 項目)、全能感 8 項目 (14 項目)、自己嫌悪 6 項目 (16 項目)、である。

※カッコ内は 67 項目バージョンの項目数。

④ 青年用罪悪感質問紙

石川と内山 (2002) は、対人場面の 11 項目と、規則場面 10 項目を設定し、二つの場面で喚起される出来事から罪悪感を測定する尺度を開発している。共感性は対人場面の罪悪感に関係し、役割習得能力は規則場面の罪悪感に関係することが確認されている

⑤ 罪悪感喚起状況尺度

罪悪感が喚起される状況から特性を測定する尺度として、有光 (2002) の罪悪感喚起状況尺度が知られている。この尺度は、罪悪感を「他傷」、「配慮不足」、「利己的行為」、「負い目」の 4 つの下位尺度から構成されており、37

項目 4 点尺度を用いて評価する。16 歳以上に適応可能であり、下位尺度の「負い目」因子は、欧米の既存研究では見られなかった日本人に特有の特徴であると述べられている。

3_2_2. 恥感情の特性尺度

① 羞恥傾向尺度 (embarrassability scale)

恥感情に関するに欧米の研究結果では、26 の羞恥の喚起に対して恥ずかしさの程度を 9 段階で回答させる羞恥傾向尺度 (Edelmann 1985) の使用頻度が高く、他者に対する「羞恥」、「間接的羞恥」、「他者の行動」、「愚かさの露呈」の 4 つの下位尺度から構成されている。国内でも成田、寺崎、新浜 (1990b) が邦訳版を作成している。

② 恥意識尺度

日本では、永房 (2000;2004) による日本版恥意識尺度が、他者の目を気にした恥、自分自身がどう思うかという 2 つの側面から作成され、「自己内省」、「同調不全」、「社会規律違反」、「視線感知」の 4 つの下位尺度で 17 項目から構成されている。

③ 状況別羞恥感情尺度

恥感情の喚起状況別に感情を測定する尺度としては、状況別羞恥感情尺度 (成田ら 1990) が挙げられる。この尺度は、日本の大学生の羞恥経験から作成された尺度であり、私恥などの文化特異的な側面を測定できる。羞恥感情を引き起こす状況に、「かっこ悪さ」、「照れ、はにかみ」、「対人緊張」、「自己不全感」、「性」の 5 つの下位尺度からなる 12 項目を構築している。

④ 羞恥感情発生因測定尺度

樋口 (2001) は、恥感情の発生因に注目し、羞恥感情発生因測定尺度を開発している。この尺度は、「社会的評価懸念」、「自己イメージ不一致」、「相互作用混乱」、「自尊心低減」の 4 下位尺度 17 項目で構成されており、短縮版も開発されている。

3_2_3. 罪感情と恥感情を測定する特性尺度

① TOSCA (Test of Self Consciousness Affect)

Tangney (1995) は、恥と罪悪感とは社会生活での適応機能も大きく異なると主張し、自己意識的感情の恥と罪悪感を社会的適応の観点から区別を行い、尺度を構築した (Tangney and Dearing 2002)。青年用 (TOSCA-A)、児童用 (TOSCA-C) が開発され、成人版としてバージョン 3 (TOSCA-3) まで改良されている。

仮想シナリオにおける 5 つの肯定的出来事と 10 の否定的出来事に対する、恥と罪悪感の他、無関心と責任逃れも測定している (TOSCA-3)。下位尺度はない。また、TOSCA-3 では、ネガティブなシナリオのみの短縮版が存在するが、いずれもシナリオごとに 4 つの感情について 5 点尺度で回答する形式である (TOSCA-A では誇りを加えた 5 つの感情)。TOSCA は、最も使用頻度が高く、日本語版では水野 (1998)、岡田 (2003) が作成し妥当性と信頼性を検証している。またシナリオを日本人用に改めた自己意識的感情尺度も開発されている (菊池、有光 2006)。問題点として、信頼性が低い点と、罪悪感の適応的機能しか考慮されていない点が指摘されている。

② PFQ-2 (Personal Felling Questionnaire-2)

16 項目 (恥 10 項目、罪、6 項目) からなる感情を表す形容詞に関して、どの程度継続的に経験するかを 4 点尺度 (0~4 点) で評価させる尺度である。TOSCA と異なり、罪悪感の不適応的側面が測定できる (Harder and Zalma 1990)。

③ DCQ (Dimension of Conscience Questionnaire)

恥と罪悪感に関する 30 のシナリオに対し快-不快 (good or bad) の 5 段階で評価する尺度である。罪は、「信頼/誓いの違反」、「他者への危害」、「非人格的罪」の 3 つの下位尺度から構成され、恥は、「社会的不適切さ」、「不適切さの露呈」の 2 つの下位尺度で構成される、5 因子構造が得られている (Gore and Harvey 1995)。

④ KA-Jikoksn-12：自己意識感情尺度

TOSCA を参考にして作成され、有光（2002）の罪悪感喚起状況尺度および成田ら（1990）の状況別羞恥感情尺度の質問紙から罪責感、恥を経験するシナリオが作成されている。6種類の自己意識感情（対人的負債感、個人的苦痛、罪責感、恥、役割取得、共感的配慮）を12場面のシナリオごとに測定し、5点尺度で評定を求めている（有光、菊池 2006）。

3_3. 罪感情と恥感情の状態尺度

前節では、特性尺度についてレビューした。本節ではマーケティング研究にとってより重要だと考えられる少数の状態尺度をレビューする。

(1) 恥感情の状態尺度

恥感情の状態尺度においては、菅原（1992）が、羞恥感情の対人不安の研究において、対人不安を、「恥の意識」、「コミュニケーション不安」、に大別し、さらに、恥の意識は「ハジ」9項目と「テレ」5項目からなり、コミュニケーション不安は「対人緊張」5項目と「対人困惑」に分けられることを示している。

また、樋口（2000）は、日本人の恥、困惑、照れなどの感情を「恥」という用語で統一できると位置づけ、「公恥」、「私恥」、「照れ」、「対人緊張」、「対人困惑」、「性」の6つの生起状況を下位尺度として状態羞恥感情測定尺度を作成している。

(2) 罪悪感と恥感情を測定する尺度

罪感情と恥感情を測定する状態尺度で代表的な尺度としては、まず Izard(1977)の Differential Emotions Scale II (DES II) がある。DES は分離情動に基づいた10因子のなかの一部に各3項目からなる罪悪感尺度と恥尺度がある。下位尺度はなく、5点尺度により評価する。表現を変えた特性尺度も構築されている。

SSGS は、Lewis の理論（1971）を基に、事象に対する「全体一部分の帰属」によって恥と罪悪感を区別し構築されている。罪悪感、恥、誇りを各5項目5点尺度で測定する状態尺度である。DES よりもより多面的に感情を測定しているが

下位尺度はない。

また状態罪悪感のみの測定であれば、Guilt-Inventory (Kugler and Johns 1992;2002) の「状態罪悪感」が部分的には使用可能である。

日本においては、薊 (2009) が、社会的苦境場面で生じる屈辱感、羞恥感、罪悪感の状態尺度を開発している。薊は、恥と罪悪感の表現法の多様性を考慮し、恥は屈辱感と羞恥感の 2 つの下位尺度で構成され、それに罪悪感を加えた 3 因子から尺度を構築している。恥尺度は、屈辱感因子 7 項目と羞恥感因子 7 項目の 14 項目で構成され、罪悪感因子は 9 項目から構成されている。

以上のように、既存の罪感情と恥感情の測定尺度においては、状態尺度が非常に少ないことが確認できる。本論では、先行研究に基づき、罪感情と恥感情の弁別性に留意し、より妥当な尺度構築を行う。その際、罪感情と恥感情のより多くの側面を考慮し、信頼性、収束妥当性、弁別妥当性に留意した、既存尺度よりもマーケティング研究でより活用できる新たな罪感情および恥感情の状態尺度の構築を試みる。

第4章 マーケティングの見地からの罪感情 および恥感情の新尺度開発の研究(I)

先行研究では、新たなマーケティング枠組みの可能性として、行動喚起を促す罪感情と、その対となる恥感情についてレビューした。罪や恥感情の研究は、マーケティングや消費者行動研究分野では、まだあまり研究蓄積がないため、感情心理学といった専門分野からの多くの研究蓄積を参照しつつも、前述で述べたよう、マーケティング研究の文脈に沿った適切な尺度を構築することが必要である¹⁷。

4.1. 尺度構築のリサーチ・デザイン

尺度を構築するにあたり、リサーチ・デザインとして、以下の5つの手順を踏まえて行うこととした。

- I. 過去の研究レビューによる構成概念の再整理
- II. 尺度項目の収集：調査①
- III. 信頼性、収束・弁別妥当性分析：調査②
- IV. 経験的妥当性分析：調査③
- V. 単一特性多方法モデルとの比較検討

I. 過去の研究レビューによる構成概念の再整理、では罪感情と恥感情の過去の研究にしたがって、これら感情を弁別しうる構成概念を導出する。次にII. 尺度項目の収集：調査①、ではIで導出された構成概念にしたがって質問項目を作成し、自由記述テキストデータからベースとなる尺度候補を導出する。そして、それらの多面的な各感情の特性を探り、構築された下位尺度ごとに幅広い尺度項目を収集する。その際、MTMMによる尺度構築を行うため、Likert法およびSD法の2つの方法により尺度を構築する。そのあとで、それらをもとに、III.信頼性、収束・弁別妥当性分析：調査②、を行う。まず、クロンバック α による信頼性の確認を経たのち、収束妥当性、弁別妥当性を構造方程式モデリングにより確認

する。IV. 経験的妥当性分析：調査③では、マーケティングへの有用性を意識して構築された罪感情尺度および恥感情尺度が、既存尺度（SSGS）よりも行動に対し説明力が高いかどうかを、 R^2 を指標とし回帰分析によって経験的に検討する。最後に、V. 単一特性多方法モデルとの比較検討、では開発した新たな尺度の妥当性を単一特性多方法モデルとの統計的な比較から検討する。

以上のようなリサーチ・デザインに沿って、尺度構築を行う。

4_2. MTMMに依拠した罪感情の尺度構築

本研究では、MTMMを用いた尺度構築を行う。MTMMは構成概念妥当性への疑問から、構成概念妥当性を調査するのに極めて有用な手順として開発された（*e.g.*, Cambell and Fisk 1959; Devellis 2012）。MTMMの大きな特徴は、信頼性以外の収束妥当性および弁別妥当性をMTMM行列により、以下のような論理で明確に確かめることが可能になる点である。MTMMでは、少なくとも2つ以上の特性（構成概念）と2つ以上の方法を用いる。

- ・同一の特性を同一の方法で測定しているとき、各特性の信頼性は高くなくてはいけない。
- ・方法が異なっても同一の特性を測定しているとき、各特性と方法との相関が高いとき、収束妥当性が高いと言える。
- ・同一の方法で異なる特性を測定しているとき、各特性間の相関が低いとき、弁別妥当性が高いと言える。

また、MTMMのデメリットについては、特に表記はないが私見として、次の2つの点が考えられる。まず、被験者に、異なった測定法に基づくそれぞれの各質問に回答してもらうため、被験者にとって負荷が高くなる点である。また、2点目として、用いる測定方法に明確な差がなければ、被験者の回答に測定方法間での差が生じないため、収束妥当性と弁別妥当性を検討することが困難な点である。したがって、MTMMを用いるのが有効な例は、調査対象となる構成概念に対して、被験者の回答が測定方法によって異なると考えられる場合、また、調査対象となる構成概念の測定方法が確立されていない場合には、適切な測定方法を検討するために有効であると考えられる。

物事は多面的である。特性を最初からただ1つと考えると考えるのであれば、おそらく測定方法についてもただ1つの方法（単一方法：Single-Method）を検討することになるかもしれない。しかし、物事は多面的である。かつ、対象によって適切な測り方があると考えられる。したがって、測定方法に関してもある1つの方法だけで測定しようとするところには妥当性があるのか疑問に思われる。本研究では、これまでマーケティングおよび消費者行動研究において用いられていた罪感情尺度のほとんどが、単一特性によるものであったことから、また、統制群との比較などで測定されていたことから、罪感情の適切な測定方法の構築を試みたい。

4_3. 構成概念の再整理

過去の研究レビューから罪感情と恥感情の特性を再整理したところ、各感情を弁別しうる構成概念として、原因帰属、共感性、感情経験が導出された。つまり、罪感情を感じるか恥感情を感じるかの違いは、原因帰属において、自分の失敗を努力不足に帰するか、能力不足に帰するかで異なり（*e.g.*, Lewis 1995; Weiner 2006）、共感性が他者志向性をもつか、自己志向性をもつかで異なる（*e.g.*, Tangney 1995, 2003）。これらの側面に焦点を当て、得られる感情経験（*e.g.*, Barret 1995; Tangney 1995）について、自由記述に基づいた調査を行った。

調査期間は、2012年11月6日～11月7日、有効回答数は、罪感情の調査で156名（男性74名、女性82名）、恥感情の調査で129名（男性55名、女性74名）であった。全国の男女20歳～69歳を対象に、(株)ネオマーケティングが運営する「アイリサーチ」のモニターを使用してweb調査を行った。

調査票の設計は、次の通りである。罪感情に関する調査では、最初に、自分が迷惑をかけている出来事について想起させた。有光（2002）では「罪悪感喚起状況尺度」の作成段階において、嘘をついたときや、迷惑をかけた状況の際に罪悪感が喚起されることが明らかにされていた。そのため、次の質問への広がりも考え、他者への迷惑を罪悪感の想起に採用した。まずは、「あなたが生活の中で、迷惑をかけている出来事について、それがどんな状況であるのか、具体的な1つの事例に基づき、できるだけ詳しくお述べ下さい。（お答えは具体的に）」との質問

に回答してもらい、次にその内容を詳細に答えてもらうよう、「お答えいただいた【自分が迷惑をかけている状況】を、なぜ迷惑だと考えますか。できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」といった質問をした。そして、罪感情の喚起にとって重要な、努力不足に関するワードを探索するため、「お答えいただいた【自分が迷惑をかけている状況】には、あなたのどんな努力が必要ですか。2つの努力について、あなたの考えを、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」といった質問をした。次に、他者志向的共感についてのワード探索するため、「お答えいただいた【自分が迷惑をかけている状況】で、他者の痛み(傷つき)が感じとれる状況は、どんな状況ですか。あなたの考えを、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」という質問をし、さらに深掘りするため、「お答えいただいた【他者の痛みに共感する状況】は、なぜ他者を傷つけるのですか。あなたの考えを、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」といった質問をした。そして、最後に、失敗(迷惑をかけた状況)に対する努力不足への帰属、他者志向的共感の状況の結果として、被験者の現在の感情について具体的に述べもらうこととした。「お答えいただいた【他者を傷つける状況】で経験する、あなたの主な感情や心理状態について、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」といった質問をした。全て、自由記述式で回答してもらった。

恥感情に関する調査でも同様に、まずは、自分が迷惑をかけている出来事について想起してもらった。先行研究でも述べたように、罪感情と恥感情は同じ状況で喚起されるため、同様の質問が適応できる。最初に、「あなたが生活の中で、迷惑をかけている出来事について、それがどんな状況であるのか、具体的な1つの事例に基づき、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」との質問に回答してもらい、次にその内容を詳細に答えてもらうよう、「お答えいただいた【自分が迷惑をかけている状況】を、なぜ迷惑だと考えますか。できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」といった質問を行った。そして、恥感情の喚起にとって重要な、能力不足に関するワードを探索するため、お答えいただいた【自分が迷惑をかけている状況】には、自分のどんな資質(才能)が必要ですか。2つの資質(才能)について、あなたの考えを、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」といった質問をした。次に、苦痛度がより高い

自己志向的共感についてのワード探索するため、「お答えいただいた【自分が迷惑をかけている状況】で、自分を悪い人間だと感じ苦痛を感じる状況は、どんな状況ですか。あなたの考えを、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」という質問をし、さらに深掘りするため、「お答えいただいた【あなた自身が悪く苦痛な状況】は、なぜ自分を悪い人間だと感じ苦痛を感じるのですか。あなたの考えを、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」といった質問をした。最後に、失敗に対する能力(資質・才能)への帰属、自己志向的共感の状況の結果として、現在の感情について具体的に述べもらうこととした。「お答えいただいた【あなた自身が悪く苦痛な状況】で経験する、“強い苦痛”や“自分に価値がない”と感じる、あなたの主な感情や心理状態について、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」といった質問をした。恥感情と同様、全て、自由記述式で回答してもらった¹⁸⁾。

4_4. 尺度項目の収集

4_4_1. 罪感情と恥感情の下位尺度

得られたテキストデータを読み返し、調査者の目で全て確認するとともに、SPSSのテキストマイニングソフト『Text Analytics for Surveys』を用い言語的手法に基づき分析を行った。分析の結果、まず、罪感情の喚起にとって重要な努力不足への帰属とは、具体的には「行動」の改善(「できるだけ・・・する」、「・・・を心掛ける」など)や促進(「感謝の気持ちを表す」、「自己研鑽」など)、いずれも、理論通り、統制可能なものであった。また、恥感情の喚起にとって重要な能力不足への帰属については、具体的には、精神力、知識、財力などの「能力」、気配りや大らかさなどの「性格」や「健康」など、こちらも理論通り、統制不可能なものであった。続いて、罪感情のもつ他者志向的共感は大きく、①他者の不快感の察知、②他者からの好意、③立場への共感、によって生じられていた。共感性は罪悪感の喚起に先行するため、上記の3つを共感性の下位尺度(Davis 1993)、「想像力」、「視点取得」、「共感的関心」、「個人的苦痛」に照らし合わせてみたところ、得られた3つの他者志向的共感を反映するものであった。そのため、理論通りの結果が得られたと言える。また、恥感情のもつ自己志向的共感大きく、

①他者への影響によるもの、②自己の欠点の認識によるものであった。

以上の状況設定から得られた罪感情および恥感情の感情経験はともに、多面的な特性が見られた。罪感情では、「申し訳ない」、「後ろめたい」、「情けない」、「心配」、「不安」、「焦る」、「仕方ない」、「面倒くさい」などの言葉が多く見られ、恥感情では、「悪い」、「嫌だ」、「不快」、「避ける」、「負担をかける」、「邪魔する」などの言葉が見られた。この結果は、既存尺度 (*e.g.*, SSGS, DES II) は一部の感情特性しか包含していないことを示していた。罪感情と恥感情の調査により、多面的な感情特性が確認されたので、本研究ではそれらを包含し、各感情にそれぞれ3つの下位尺度の候補を導出した。

罪悪感の下位尺度としては、申し訳ない、情けない、後ろめたいなどに表される「自責・後悔」、不安や焦り、緊張などの「焦燥感」、申し訳ないけど仕方がない、面倒などの「心理的負担の回避」といった側面が導出された。「自責・後悔」の側面は、最も高頻出であったとともに、多くの罪感情の特性および状態尺度 (*e.g.*, TOSCA, SSGS, DES II) で用いられている。また、「焦燥感」については、既存状態尺度 (*e.g.*, SSGS) で“緊張”などの言葉で表されている。「心理的負担の回避」は、今回の分析結果による加えられる既存尺度では見られなかった新たな側面である。

性差による違いであるが、「申し訳ない」という最も高頻出な感情は女性の割合がやや高くなっており、これは女性の方が共感性を感じやすいため、罪悪感を感じやすいという先行研究の結果 (*e.g.*, Ferguson and Eyre 2000) と同様である。

恥感情の下位尺度としては、悪い、嫌だ、など、自己に対する無価値観や不快感によって表わされる「自己嫌悪」、負担をかけるなどの、他者の苦痛や不快の察知によって表わされる「他者への影響」、避ける、など、回避や無気力といった「回避欲求」の3つの側面が導出された。感情として最も高頻出であった「自己嫌悪」と「回避欲求」に関する項目は、既存の特性および状態尺度で用いられている (*e.g.*, 樋口 2000,2001 ; SSGS)。「他者への影響」については、特性尺度において、個人的な苦痛反応には他者の存在が影響を与える (*e.g.*, 樋口 2000,2001) ことが述べられているものの、既存の状態尺度 (*e.g.*, SSGS) では見られなかった側面である。既存尺度では自己の立場からの苦痛反応としての恥感情のみであったが、他者に与える影響においても恥感情が喚起されるため、それらの側面も考慮し、下位尺

度を導出した。

以上の罪感情および恥感情の各 3 つの下位尺度をもとに、ベースとなる幅広い項目を、収集する。

4_4_2. MTMM による項目収集

本研究では、MTMM を用いたより厳密な尺度構築を試みる。そのため、Multi-Trait として導出された、罪感情における「自責・後悔」、「焦燥感」、「心理的負担の回避」、恥感情における「自己嫌悪」、「他者への影響」、「回避欲求」の各 3 つの下位尺度を基に、Multi-Method として、Likert 法と SD 法の 2 つの方法を用いて尺度項目を構築する。対して、既存の状態尺度である SSGS は、罪感情および恥感情に下位尺度がない Single-Trait であり、Likert 尺度のみで構築された Single-Method である。

罪感情では、5 段階の Likert 法において全 16 項目、「自責・後悔」(5 項目)、「焦燥感」(6 項目)、「心理的負担の回避」(5 項目)。SD 法においては全 24 項目、「自責・後悔」(8 項目)、「焦燥感」(8 項目)、「心理的負担の回避」(8 項目)を構築した。恥感情では、5 段階の Likert 法において全 27 項目、「自己嫌悪」(13 項目)、「他者への影響」(8 項目)、「回避欲求」(6 項目)。SD 法においては全 32 項目、「自己嫌悪」(14 項目)、「他者への影響」(10 項目)、「回避欲求」(8 項目)を構築した。以上の尺度項目をもとに、信頼性、収束・弁別妥当性に関する調査へと進んだ。

4_5. 信頼性、収束・弁別妥当性分析の結果

収集された罪感情および恥感情の Likert 法および SD 法に基づく調査項目を基に調査を行った。調査期間は、2012 年 11 月 28 日~11 月 29 日、有効回答数は、罪感情および恥感情の各調査で計 100 名(男性 50 名、女性 50 名)で、全国の男女 20 歳~69 歳を対象に、(株)ネオマーケティングが運営する「アイリサーチ」のモニターを使用して web 調査を行った。まず、信頼性の確認を経たのち、収束・弁別妥当性分析を行う。

4_5_1. 信頼性分析の結果

信頼性の基準として、クロンバック α を用い SAS により分析を行った(表 4.1)。信頼性分析においては、尺度の使用段階における被験者への回答負荷を考慮して、1 つの下位尺度についてはクロンバック α 係数が最も高い、多くとも 5 項目で採用することとした。そのため、罪感情尺度の「心理的負担回避」と恥感情尺度の「自己嫌悪」では、SD 尺度とリッカート尺度における測定項目数が異なるが、同様の構成概念を測定している。結果的に、罪感情の Likert 法において全 15 項目、「自責・後悔」(5 項目)で $\alpha=.84$ 、「焦燥感」(5 項目)で $\alpha=.91$ 、「心理的負担の回避」(5 項目)で $\alpha=.68$ が確認された。SD 法においては全 13 項目、「自責・後悔」(5 項目)で $\alpha=.82$ 、「焦燥感」(5 項目)で $\alpha=.87$ 、「心理的負担の回避」(3 項目)で $\alpha=.68$ が確認され、全体的に高い信頼性が得られたと言える。

表 4.1 : 信頼性分析の結果

尺度	項目数・段階	Cronbach α	$\alpha=0.8$ 以上
Guilt_L_自責・後悔	5 項目(5 点尺度)	.84	◎
Guilt_L_焦燥感	5 項目(5 点尺度)	.91 (1 項目削除)	◎
Guilt_L_心理的負担の回避	5 項目(5 点尺度)	.68	△
Guilt_SD_自責・後悔	5 項目(5 点尺度)	.82 (3 項目削除)	◎
Guilt_SD_焦燥感	5 項目(5 点尺度)	.87 (3 項目削除)	◎
Guilt_SD_心理的負担の回避	3 項目(5 点尺度)	.68 (5 項目削除)	△
Shame_L_自己嫌悪	5 項目(5 点尺度)	.95 (8 項目削除)	◎
Shame_L_他者への影響	4 項目(5 点尺度)	.91 (4 項目削除)	◎
Shame_L_回避欲求	5 項目(5 点尺度)	.87 (1 項目削除)	◎
Shame_SD_自己嫌悪	5 項目(5 点尺度)	.90 (9 項目削除)	◎
Shame_SD_他者への影響	5 項目(5 点尺度)	.88 (5 項目削除)	◎
Shame_SD_回避欲求	5 項目(5 点尺度)	.77 (3 項目削除)	○

※(0.8 $\geq\alpha$)=◎、(0.8 $>\alpha\geq0.7$)=○、(0.7 $>\alpha\geq0.6$)=△としている

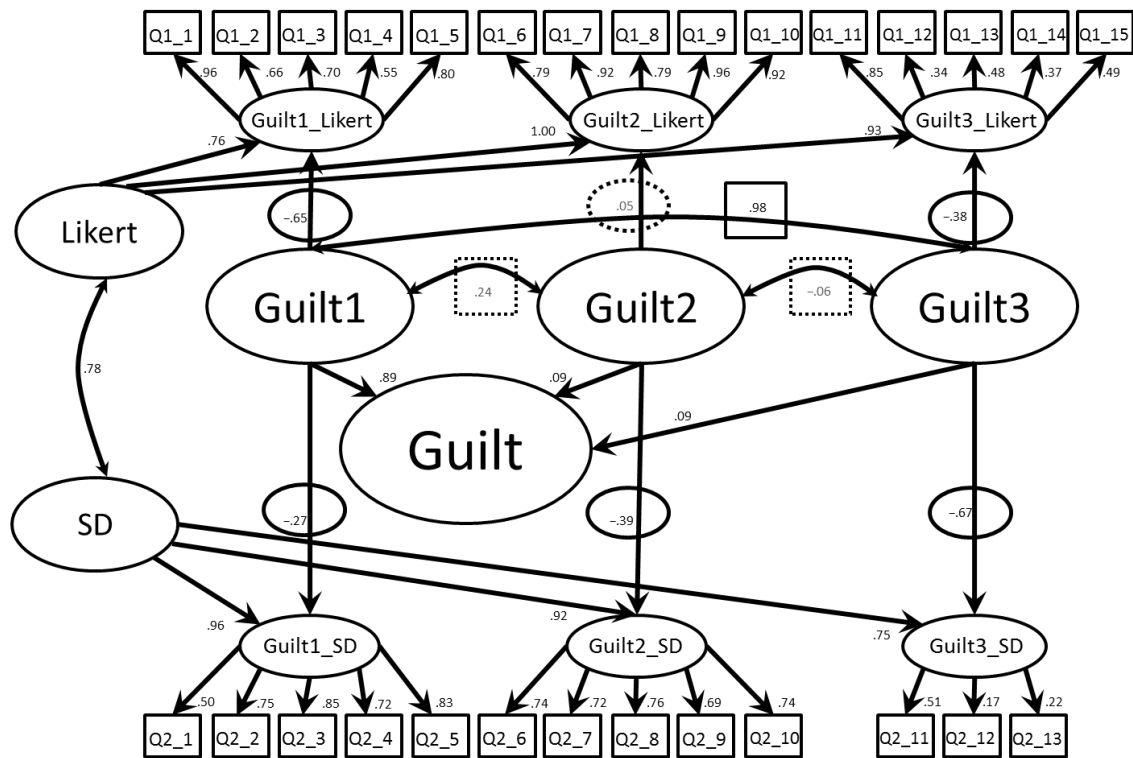
恥感情の Likert 法においては全 14 項目、「自己嫌悪」(5 項目)で $\alpha=0.95$ 、「他者への影響」(4 項目)で $\alpha=0.91$ 、「回避欲求」(5 項目)で $\alpha=0.87$ が確認された。SD 法においては全 15 項目、「自己嫌悪」(5 項目)で $\alpha=0.90$ 、「他者への影響」(5 項目)で $\alpha=0.88$ 、「回避欲求」(5 項目)で $\alpha=0.77$ が確認され、こちらも全体的に高い信頼性が得られた¹⁹⁾。

4.5.2. 収束妥当性・弁別妥当性分析の結果

クロンバックの α による信頼性の確認 ($\alpha=0.68\sim0.95$) を経たのち、収束妥当性と弁別妥当性分析を構造方程式モデリングにより行った。図4.1は罪感情による結果であり、図4.2は恥感情の結果である。図4.1のパス図では、罪感情の3つの下位構成概念を Guilt1 (自責・後悔)、Guilt2 (焦燥感)、Guilt3 (心理的負担の回避) で表しており、罪感情 (Guilt) の程度は、「自責・後悔」(Guilt1)、「焦燥感」(Guilt2)、「心理的負担の回避」(Guilt3) の影響を受けることを仮定し、矢印は下位構成概念の「自責・後悔」(Guilt1)、「焦燥感」(Guilt2)、「心理的負担の回避」(Guilt3) から、罪感情 (Guilt) へ向いた構造になっている。また、図5のパス図では、恥感情の3つの下位構成概念を、Shame1 (自己嫌悪)、Shame2 (他者への影響)、Shame3 (回避欲求) で表しており、恥感情 (Shame) の程度は、「自己嫌悪」(Shame1)、「他者への影響」(Shame2)、「回避欲求」(Shame3) の影響を受けることを仮定し、矢印は下位構成概念の「自己嫌悪」(Shame1)、「他者への影響」(Shame2)、「回避欲求」(Shame3) から、恥感情 (Shame) へ向いた構造になっている。また、両モデルはともに、モデルの上部が Likert 法での尺度を、下部は SD 法の尺度を示すものとなっている。

分析には SPSS の『Amos』を用いた。本研究では MTMM といった理論に基づいた測定方法に依拠しているため、測定尺度の適切さは収束妥当性と弁別妥当性を保有しているか否かをより重要な点として検討した。

図 4.1：罪感情の収束妥当性・弁別妥当性の結果



※1 楕円で囲まれた係数は収束妥当性を表し、四角で囲まれた係数は弁別妥当性を表している。

その際、直線は有意な結果を表し、点線が有意でない結果を表している。

※2 Guilt1 は、「自責・後悔」、Guilt2 は「焦燥感」、Guilt3 は「心理的負担の回避」を表している。

※3 係数は全て標準化推定値である。

※4 χ^2 値=876.91、自由度=306、 $p < 0.001$ である。

※5 GFI=0.757、AGFI=0.678 である。

罪感情モデル

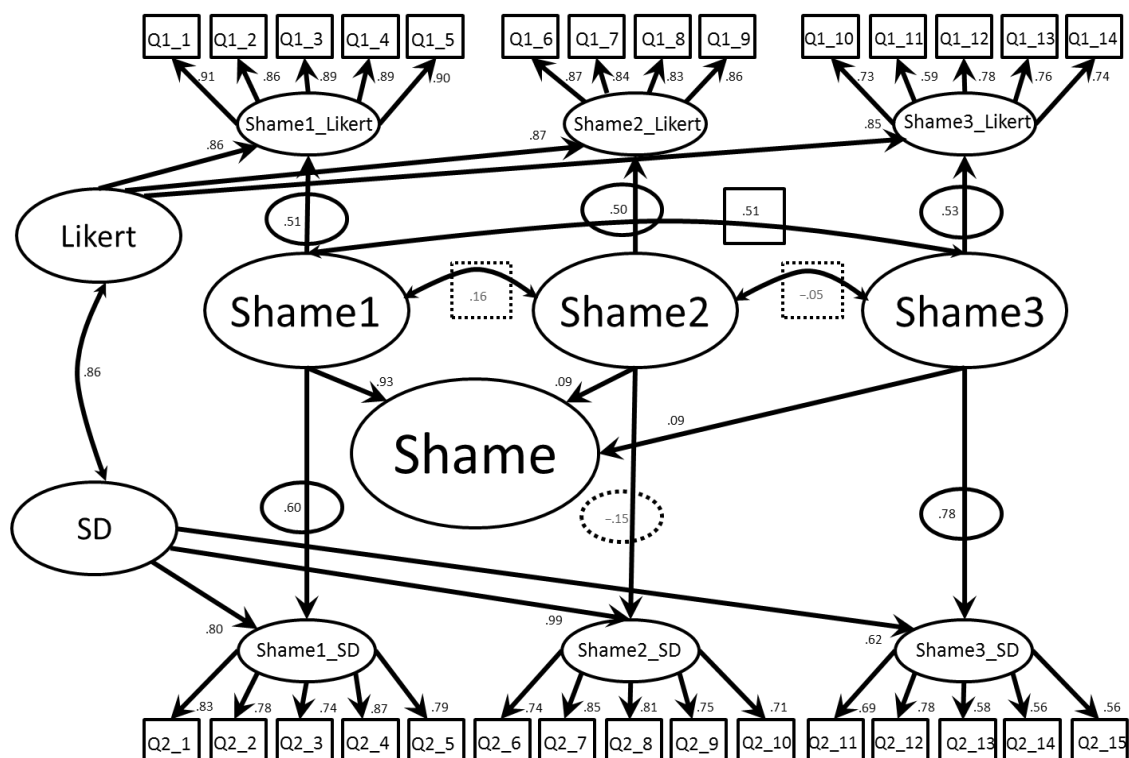
罪感情のモデルは、 χ^2 値=876.91、自由度=306、 $p < 0.001$ 、GFI=0.757、AGFI=0.678 であった。「自責・後悔」(Guilt1) から Likert 尺度の「自責・後悔」(Guilt1_Likert) のパス係数は-0.65、 $z = -7.26$ で $p < 0.001$ で有意であったが、「焦燥感」(Guilt2) から Likert 尺度の「焦燥感」(Guilt2_Likert) のパス係数は 0.05、 $z = 0.34$ で $p = 0.74$ で有意ではなかった。また、「心理的負担の回避」(Guilt3) から「心理的負担の回避」(Guilt3_Likert) のパス係数は-0.38、 $z = -4.47$ で $p < 0.001$ で有意であった。しかしながら、「自責・後悔」(Guilt1) から SD 尺度の「自責・後悔」(Guilt1_SD) のパス係数は-0.27、 $z = -3.65$ で $p < 0.001$ で有意であり、「焦燥感」(Guilt2) から SD 尺度の「焦燥感」(Guilt2_SD) のパス係数も-0.39、 $z = -3.18$ で $p < 0.05$ で有意であった。また、「心理的負担の回避」(Guilt3) から SD 尺度の「心理的負担の回避」(Guilt3_SD) のパス係数も-0.67、 $z = -2.01$ で $p < 0.05$ で有

意であった。つまり、罪感情においては、Likert 尺度ではなく、SD 尺度が有意な収束妥当性を保有した。罪感情の下位尺度「自責・後悔」、「焦燥感」、「心理的負担の回避」は、SD 尺度の同様の下位尺度において有意であったため、罪感情においては SD 尺度を用いることがより妥当であることが明らかになった。尚、「自責後悔」(Guilt1)、「焦燥感」(Guilt2)、「心理的負担の回避」(Guilt3) から下位尺度への符号はすべて負であるが、これは、潜在変数が下位構成概念を逆項目として推定しているに過ぎないと言える。

収束妥当性の結果は、既存の罪感情の Likert 尺度では消費者の純粋な罪感情というものが測定できないことが伺える。罪という感情は自己意識的感情ではあるが、自分ごととして強く意識させ評価させると崩れてしまう感情ではないだろうか。例えば「私は、何か悪いことをしたようで罪悪感を感じる」などと聞いた瞬間に、質問バイアスが発生していると考えられる。したがって、SD 尺度のような質問形式が適当であったと示唆される。

弁別妥当性については、下位尺度の「自責・後悔」(Guilt1)、「焦燥感」(Guilt2)、「心理的負担の回避」(Guilt3) のそれぞれの構成概念間に有意な相関がないことで弁別妥当性が検討される。結果として、「自責・後悔」(Guilt1)と「焦燥感」(Guilt2)の相関係数は 0.24、 $z=0.87$ で $p=0.38$ で有意でなかったため、弁別妥当性が確認された。「焦燥感」(Guilt2)と「心理的負担の回避」(Guilt3)の相関係数は-0.06、 $z=-0.14$ で $p=0.89$ で有意ではなく、こちらも弁別妥当性が確認された。しかしながら、「自責・後悔」(Guilt1)と「心理的負担の回避」(Guilt3)については、相関係数が 0.98、 $z=6.19$ で $p<0.001$ で有意であり、弁別されなかった。この弁別されなかった結果は、「心理的負担の回避」(Guilt3)とといった感情が、“申し訳ないけれど面倒くさい”といったような、「自責・後悔」(Guilt1)の感情と結びつく感情であるが故に、生じた結果だと考えられる。

図 4.2：恥感情の収束妥当性・弁別妥当性の結果



※1 楕円で囲まれた係数が収束妥当性を表し、四角で囲まれた係数が弁別妥当性を表している。
 その際、直線が有意な結果を表し、点線が有意でない結果を表している。
 ※2 Shame1は「自己嫌悪」、Shame2は「他者への影響」、Shame3は「回避欲求」を表している。
 ※3 係数は全て標準化推定値である。
 ※4 χ^2 値=317.19、自由度=354、 $p>0.05$ である。
 ※5 GFI=0.745、AGFI=0.687である。

恥感情モデル

恥感情のモデルは、 χ^2 値=317.19、自由度=354、 $p>0.05$ 、GFI=0.745、AGFI=0.687であった²⁰。「自己嫌悪」(Shame1)から Likert 尺度の「自己嫌悪」(Shame1_Likert)のパス係数は 0.51、 $z=7.48$ で $p<0.001$ で有意であり、「他者への影響」(Shame2)から Likert 尺度の「他者への影響」(Shame2_Likert)のパス係数は 0.50、 $z=3.09$ で $p<0.05$ で有意であった。また、「回避欲求」(Shame3)から、「回避欲求」(Shame3_Likert)のパス係数も 0.53、 $z=5.74$ で $p<0.001$ で有意であった。しかしながら、SD 尺度においては、「自己嫌悪」(Shame1)から SD 尺度の「自己嫌悪」(Shame1_SD)のパス係数は 0.60、 $z=7.19$ で $p<0.001$ で有意であったが、「他者への影響」(Shame2)から SD 尺度の「他者への影響」(Shame2_SD)のパス係数は -0.15、 $z=-0.72$ で $p=0.47$ で有意でなかった。また、「回避欲求」(Shame3)から、「回避欲求」(Shame3_SD)のパス係数は 0.78、 $z=5.22$ で $p<0.001$ で有意

あった。つまり、恥感情においては、SD 尺度ではなく Likert 尺度が全てにおいて有意な収束妥当性を保有した。つまり、恥感情においては Likert 尺度を用いることがより妥当であることが明らかになった。

弁別妥当性の結果については、下位尺度の「自己嫌悪」(Shame1)と「他者への影響」(Shame2)の相関係数は 0.16、 $z=0.54$ で $p=0.59$ で有意でなかったため、弁別妥当性が確認された。「他者への影響」(Shame2)と「回避欲求」(Shame3)の相関係数についても -0.05、 $z=-0.20$ で $p=0.84$ で有意でなかったため、弁別妥当性が確認された。しかしながら、「自己嫌悪」(Shame1)と「回避欲求」(Shame3)については、相関係数が 0.51、 $z=4.80$ で $p<0.001$ で有意であり、弁別されなかった。この弁別されなかった結果は、「回避欲求」(Shame3)のもつ“他者に話しかけられても何も考えたくないと感じる”といった感情が、自分の能力不足による「自己嫌悪」(Shame1)に、より結びつきうるために生じた結果だと考えられる。

4_6. 経験的妥当性分析の結果

尺度構築後、さらに行動喚起に対する既存尺度 (SSGS) との説明力を比較するため、経験的妥当性の検討を行った。比較する既存尺度としては、単一特性からなる SSGS を用いることとした²¹。対象は、消費者の態度と行動が乖離しうる対象として、子宮けいがんワクチン接種と、寄付行動のティッシュの購買を対象とした。寄付行動では、罪感情を喚起しうる貧困国への支援といったコーズリレーテッド・マーケティング (CRM : Cause Related Marketing) に基づいたティッシュの購買意図を評価してもらうこととした。まず、事前の子宮頸がんワクチン接種に対する、行動意図 (Baker and Churchill 1977) を評価してもらった、続いて、罪感情および恥感情を喚起させるメッセージ (子宮けいがん予防ワクチン接種に対するメッセージ / 貧困国の子供たちに対する支援) を見てもらい、既存および新たな罪感情と恥感情尺度を用いて罪感情および恥感情を感じる程度を評価してもらい、事後の行動意図を評価してもらった。罪感情および恥感情の感情喚起メッセージは、子宮けいがんの予防ワクチン接種と貧困国の子供たちに対する支援に対し、罪感情と恥感情の各メッセージを用意し、各対象と各感情メッセージごとに調査グループを分けて調査を行った (子宮けいがん×罪感情、子宮けいがん×恥感情、CRM×罪感

情、CRM×恥感情、の4つのグループである)

調査期間は、2013年2月25日~2月26日、子宮けいがんワクチンの接種行動に対しては、全国の子宮けいがんワクチン未接種の女性、20~40歳を対象とし有効回答数は、罪感情の調査で128名、恥感情の調査で130名であった。CRMに対するティッシュの購買行動意図に対しては、全国の男女20~69歳を対象に行われた。有効回答数は、罪感情の調査で189名(男性95名、女性94名)、恥感情の調査で199名(男性101名、女性98名)であった。(株)ネオマーケティングが運営する「アイリサーチ」のモニターを使用してweb調査を行った。

分析方法は、説明変数を罪感情および恥感情の程度とし、従属変数を事前事後の行動意図の変化量として回帰分析を行い、既存尺度と新たな尺度における行動喚起に対する説明力の比較を行った。既存尺度は下位尺度がないため単回帰分析を行ったが、新尺度では罪感情および恥感情において各3つの下位尺度をもつため、重回帰分析を行うこととし、比較を行った。また、説明力の検討には、 R^2 を指標とすることとした。

まず、子宮けいがんワクチン接種に関して、新たに構築した罪感情のSD尺度の結果は、 R^2 が0.03、既存尺度は0.02であったため、本罪尺度の方が既存尺度よりも R^2 が高いことが確認された。次に、新たに構築した恥感情のLikert尺度の結果は、 R^2 が0.03、既存尺度は0.04であったため、子宮頸がんワクチンでは既存尺度の方が R^2 が高かった。次にCRMに基づいたティッシュの購買行動意図に関して、新たに構築した罪感情のSD尺度の結果は、 R^2 が0.12、既存尺度は0.06であったため、本罪尺度の方が既存尺度よりも R^2 が高いことが確認された。次に、新たに構築した恥感情のLikert尺度の結果は、 R^2 が0.053、既存尺度は0.052であったため、同様に本恥尺度の方が既存尺度よりも R^2 が高いことが確認された。

以上の経験的妥当性分析から、新たな罪感情尺度では、既存の尺度よりも R^2 が高く、行動喚起に対してより説明力をもつことが確認された。

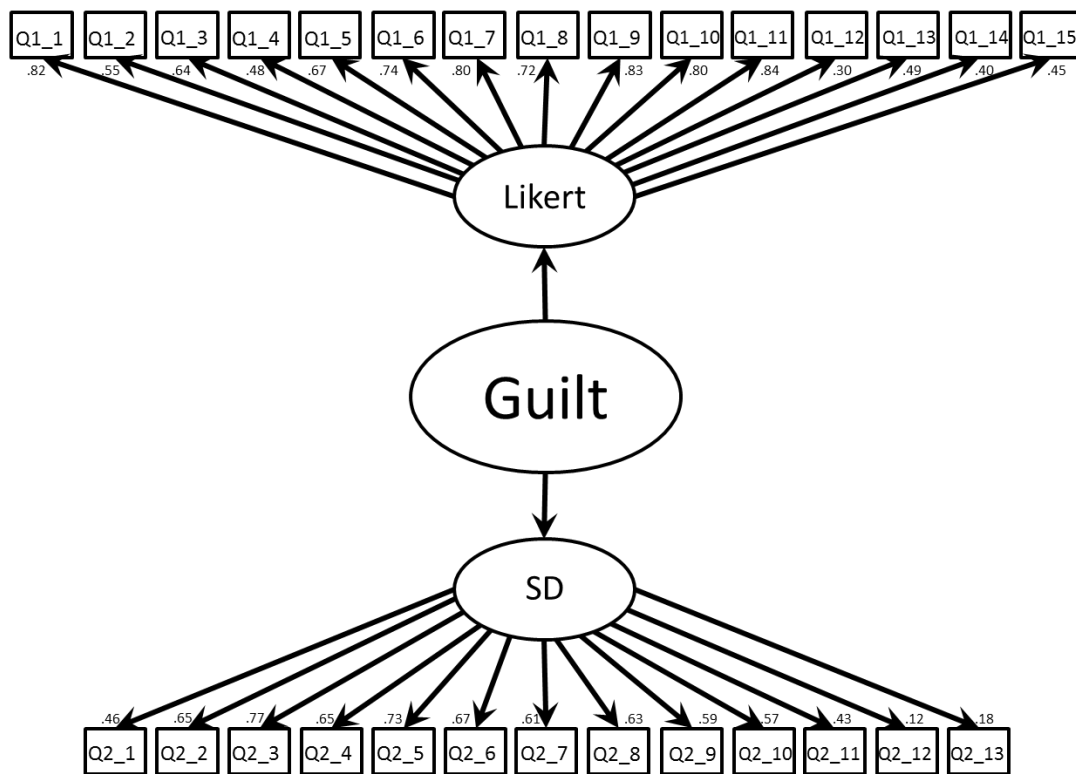
4.7. 単一特性多方法モデルとの比較検討

尺度構築後、新たな尺度の妥当性を統計的に検討するために、さらに単一特性多方法モデルとの比較検討を行った(eg.,黒田2003)。開発した新たな罪感情尺度

は、弁別妥当性分析において、3つの特性の一部に強い相関があったため、罪感情尺度や恥感情尺度が多特性構造であることは十分に確認できなかった。そのため、本節では仮定した多特性な構造が望ましいものであるかを検討するため、単一特性多方法モデルを仮定した罪感情尺度および恥感情尺度との統計的な比較検討を行い、さらなる確認を行う。

比較検討する単一特性多方法モデルについては、罪感情尺度では、多特性多方法モデルで仮定したGuilt1、Guilt2、Guilt3といった潜在変数を仮定しないGuiltといった単一特性のもとで、多方法（SD法およびLikert法）を仮定したモデルを検討することとした。また、同様に恥感情尺度では、多特性多方法モデルで仮定したShame1、Shame2、Shame3といった潜在変数を仮定しないShameといった単一特性のもとで、多方法（SD法およびLikert法）を仮定したモデルを検討することとした。図4.3が罪感情尺度、図4.4が恥感情尺度の単一特性多方法モデルである。表4.2は、罪感情尺度および恥感情尺度のモデル比較の結果である。

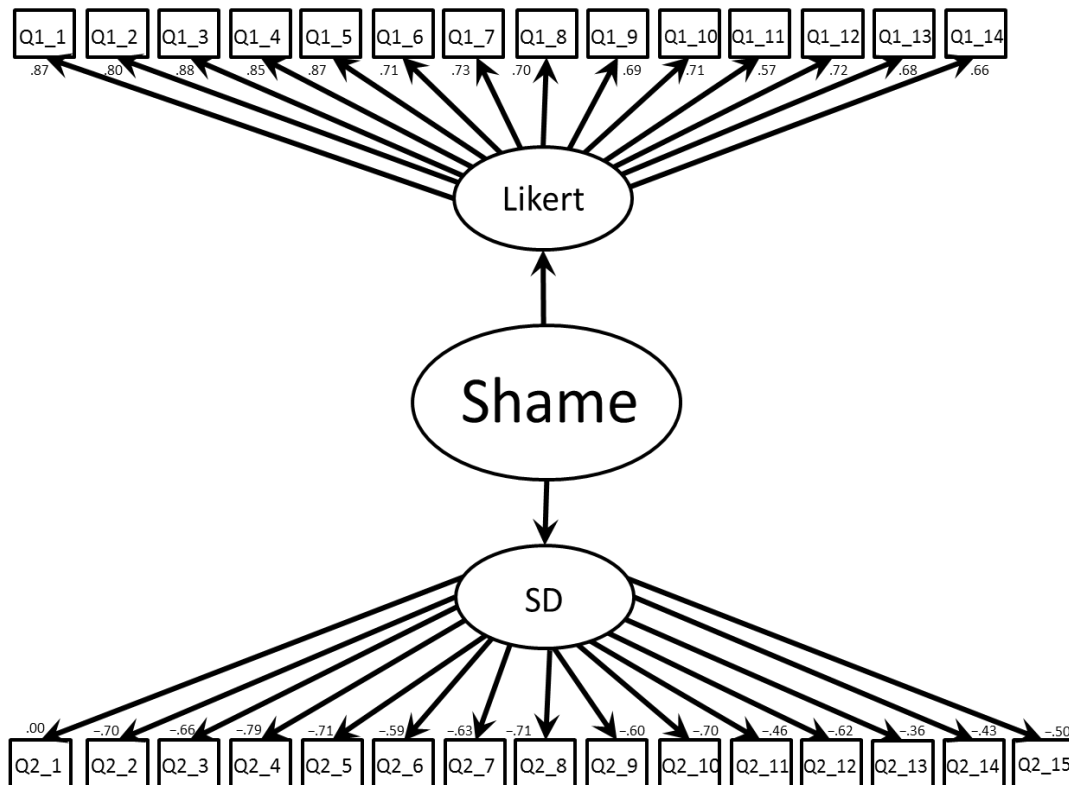
図4.3：罪感情尺度の単一特性多方法モデル



※1 係数は全て標準化推定値である。
 ※2 χ^2 値=1029.69、自由度=320、 $p < 0.001$ である。
 ※3 AIC=1201.69、BIC=1425.73 である。
 ※4 GFI=0.671、AGFI=0.583 である。

罪感情尺度の単一特性多方法モデルでは、 χ^2 値=1029.69、自由度=320、 $p<0.001$ 、AIC=1201.69、BIC=1425.73、GFI=0.671、AGFI=0.583であった。一方、新たな尺度で仮定する多特性多方法モデルでの結果は、 χ^2 値=876.91、自由度=306、 $p<0.001$ 、AIC=1076.91、BIC=1337.43、GFI=0.757、AGFI=0.678であった。 χ^2 値ならびに情報量基準に関しては、小さい統計量が好ましい。そのため、多特性多方法モデルの方がより良いモデルであることが考察される。また、GFIならびにAGFIに関しては、大きい統計量が好しいため、多特性多方法モデルの方がより良いモデルであることが考察される。以上の単一特性多方法モデルとの比較検討の結果から、罪感情尺度は、多特性多方法モデルにおいてより妥当であることが考えられる。

図4.4：恥感情尺度の単一特性多方法モデル



※1 係数は全て標準化推定値である。
 ※2 χ^2 値=707.11、自由度=368、 $p<0.001$ である。
 ※4 AIC=841.11、BIC=1015.65 である。
 ※3 GFI=0.601、AGFI=0.529 である。

また、恥感情尺度の単一特性多方法モデルでは、 χ^2 値=707.11、自由度=368、 $p < 0.001$ 、AIC=841.11、BIC=1015.65、GFI=0.601、AGFI=0.529であった。一方、新たな尺度で仮定する多特性多方法モデルでの結果は、 χ^2 値= 317.19、自由度=354、 $p > 0.05$ 、AIC=479.19、BIC=690.21、GFI=0.745、AGFI=0.687であった。 χ^2 値ならびに情報量基準に関しては、小さい統計量が好ましく、また、GFIならびにAGFIに関しては、大きい統計量が好ましい。そのため、単一特性多方法モデルとの比較検討の結果から、恥感情尺度は、多特性多方法モデルにおいてより妥当であることが考えられる。

したがって、罪感情尺度と恥感情尺度は単一特性よりも、新たな尺度で仮定した多特性多方法構造において、より妥当であることが示唆された。

表4.2：罪感情尺度および恥感情尺度のモデル比較の結果

	罪感情尺度		恥感情尺度	
	多特性多方法モデル	単一特性多方法モデル	多特性多方法モデル	単一特性多方法モデル
χ^2 値	876.91	1029.69	317.19	707.11
自由度	306	320	354	368
確率	$p < 0.001$	$p < 0.001$	$p > 0.05$	$p < 0.001$
AIC	1076.91	1201.69	479.19	841.11
BIC	1337.43	1425.73	690.21	1015.65
GFI	0.757	0.671	0.745	0.601
AGFI	0.678	0.583	0.687	0.529

第5章 行動喚起を促す罪感情に関する仮説検証(Ⅱ)

本節では、既存尺度よりも行動喚起に対し説明力をもつことが確認された新たな罪感情尺度を用い、罪感情の行動喚起に対する仮説の検証を行う。構築された尺度をマーケティング活動に活用することで、行動喚起までを見据えた新しい枠組みを提供したいと考える。すなわち、罪感情訴求 (guilt appeal) による行動喚起を実証し、マーケティング研究に示唆を与えたいと考える。

5_1. 仮説構築

先行研究のレビューから、2つの概念が行動喚起を促す罪感情の喚起に影響を及ぼしうるということが考察された。1つは原因帰属の概念として、内的統制といった個人の認知傾向が関係すること。2点目は自己意識的な知識が感情に影響を及ぼし記憶促進に効果を与えることから、自己関連付け (および他者関連付け) が影響を及ぼすと考えられる。下記で詳しく検討する。

5_1_1. 帰属と感情喚起

罪感情は、失敗に対する自己の個別的帰属 (行動) により喚起されるが、個別的帰属とは、統制可能な自己の努力不足から説明される (Lewis 1995; Tangney 1995, 2003; Barret 1995; Weiner 1986)。罪感情 (および恥感情) の喚起には、失敗原因の所在が自己にある (内在) ことと統制可能性が関連しており、内的統制 (Rotter 1966) の概念はこれらを説明する。内的統制傾向が高ければ、個人の原因を自分自身に帰属させやすいため、罪感情の喚起の程度に影響を与えうると考えられる (図 5.1)。よって、内的統制を調査仮説に採用し、帰属の認知傾向による感情と行動喚起との関係を調査することとする。

以上のように、罪感情や恥感情の喚起には、原因の内在性と統制可能性が前提になっているが、自分の行動と原因が随伴すると認知し (内在性)、自分の能力や努力で原因が統制されているという (統制可能性) 信念を内的統制といい、その

逆を外的統制という (Rotter 1966)。したがって、内的統制されているときには、罪感情や恥感情が喚起され、外的統制されている時には、罪感情や恥感情は喚起されないことが伺える。

5_1_2. 自己関連性および他者関連性と感情喚起

自己意識に関わる知識として、Nisser (1988) は 3 つの知識を挙げている²²。まず 1 つ目は、「時間的に拡張された自己 (temporally extended self)」あるいは「記憶され想起される自己 (remembered self)」である。これは、自分の過去の経験による記憶や、未来に起こるかもしれない事象との関わりを体感することによる心の働きである。それらの知識を頼りに、人は感情を経験し自己の振る舞いを制御しようという。これに関して、1_3_1 では、情動による記憶効果について、自分の経験から喚起される感情の強さと記憶の促進効果について触れたが (e.g., Robinson 1992)、自分の過去の経験は、自己意識に関わる知識であることが確認された。したがって、自分の過去の経験といった自己意識に関わる知識が想起されることで、自己意識的感情が喚起され、そのとき、自己意識的な罪感情は行動を促すと考えられる。

先行研究により、自分の過去の経験といった自己意識に関わる知識が想起されることで (e.g., Nisser 1988; Robinson 1992) 自己意識的感情は喚起されうる。また、罪感情は、自己意識的感情であるため、このような知識の程度が罪感情に影響を与え、結果として、行動喚起に影響を及ぼす (Tangney 1995,2003; Barret 1995) ことが考えられる。Nisser の 3 つの知識のなかでも、過去の経験といった知識に焦点を当てるのは、単語や画像により生じた強い情動はより優れた記憶効果をもたらすが、その際、自己の経験した出来事の記憶についても感情による記憶の促進効果が確認されているからである。

これらの考えは、自己関連性 (self-relevance) がもたらす自己関連付け効果 (self-reference effect)、他者関連性がもたらす他者関連付け効果によって裏付けられる。自己関連付け効果とは、記銘材料を自己に関連させて処理すると、意味的処理や他者に関連させて処理した場合よりも、記憶が促進されるという記憶現象である。自己関連付け課題の記銘材料は大別して、自己記述タイプ (記銘語が自己にあてはまるかに関する課題) と自伝想起 (記銘語から自身の過去の経験の

想起させる課題)に分けられる (*e.g.*, Klein, Loftus and Burton 1989)。すなわち、Nisser の自己意識的な知識に関連して、自己の過去の経験がより良く想起される自己関連付けの程度が高いほど、強い感情が喚起され、行動に影響を与えると考えられる。また他者関連付けは、記銘材料を他者に関連させて処理した場合の記憶効果である。Tangney (2002) は、自分の行動だけでなく、親密な他者の行動によっても、感情が生じることについて指摘している。罪感情は他者志向的な共感性が感情喚起の先行要因であるため、他者関連付けにより他者を振り返る過程で、共感性が生じることで行動に正の効果を与えられる (図 5.2)。よって、自己関連付けや他者関連付け概念を調査仮説に採用し、自己意識的な知識による感情と行動喚起との関係を調査することとする。

堀内 (2008) は、自伝想起課題では、自伝的記憶の候補を生成するプロセスと、生成された候補を実際の自伝記憶に照合する再認プロセスにより、記憶が意図的に想起されるという。この自伝想起課題は、エピソード記憶にアクセスし (*e.g.*, Tulving 1983)、エピソード記憶による作動意識には、3 種類の想起意識 (3=Remember ; 具体的に思い出せる、2=Know ; あることが分かるだけ、1=No : 全く思い出せない) があるという。“Remember”な判断であるほど、意識的な処理に対応しているという (*e.g.*, Jacoby and Hay 1998)。自己関連付けおよび他者関連付けの程度については、この基準を参照する。

5_1_3. 仮説導出

以上の論理に基づき、以下の仮説が導出される。まず、先行研究で明らかにされている大前提として、罪感情が行動意図に正の効果を与えることを確認する。その際、罪感情のこういった側面が行動に正の効果を与えるのかを明らかにし、続いて、より詳細に行動喚起を促す罪感情について検討するため、内的統制、自己関連付け、他者関連付け概念に基づき構築された仮説を検証する。

[仮説 1] 内的統制が高いとき、罪感情が行動意図に正の効果を与える

[仮説 2] 自己関連付けが高いとき、罪感情が行動意図に正の効果を与える

[仮説 3] 他者関連付けが高いとき、罪感情が行動意図に正の効果を与える

図 5.1 : 仮説 1 の導出

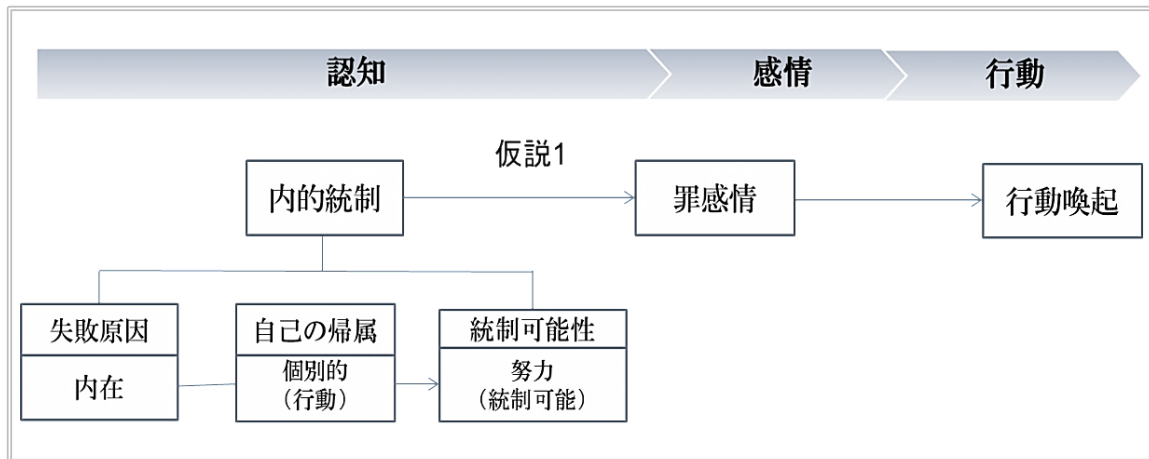
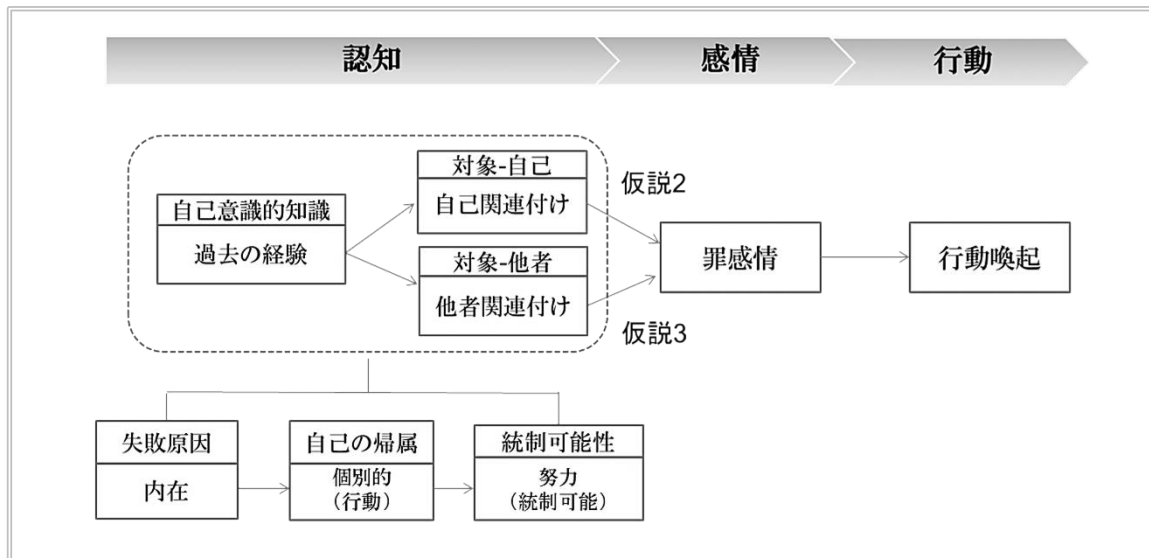


図 5.2 : 仮説 2、仮説 3 の導出



5_1_4. 調査設計

調査期間は、2013年2月25日~2月26日、コースリレーテッド・マーケティング（以下、CRM）に基づく購入金額の一部を寄付できるティッシュ（1箱）の購買行動意図を対象に調査を行った。全国の男女20~69歳を対象に行われ、有効回答数は189名（男性95名、女性94名）であった。（株）ネオマーケティングが運営する「アイリサーチ」のモニターを使用してweb調査を行った。

調査設計は図5.3の通りである。罪感情の喚起にとって重要な、失敗原因に対する自己の努力に起因した個別的（行動）帰属は、シナリオ形式のメッセージで

統制し、仮説にとって重要な概念は尺度に基づき測定することとした。調査票では、まず事前行動意図（Baker and Churchill 1977）を評価してもらい。続いて、罪感情の喚起メッセージを見てもらい、SD法による罪感情の状態尺度から、今現在、罪感情を感じる程度を評価してもらった。次に、自己関連付けおよび他者関連付けの程度（Jacoby and Hay 1998）を評価してもらい、事後の行動意図を評価してもらった。最後に、内的統制の程度（鎌原ら（1982）による Locus of Control 尺度：LOC）を評価してもらった。LOCは、内的統制と外的統制を両極とする1次元的な変数であるとして尺度構築されているため、点数が高いほど内的統制の傾向が強いことが表され、点数が低いほど外的統制の傾向が強いことが表される。

条件に基づいたシナリオ形式のメッセージは、プリテストを重ね決定された。罪感情の喚起メッセージは、「寄付をしていない」という失敗に帰結され、他者志向的共感に基づき、失敗原因が統制可能な自己の努力（行動）に帰属されるよう構築された（表 5.1、図 5.4）。

図 5.3 : 仮説と調査設計

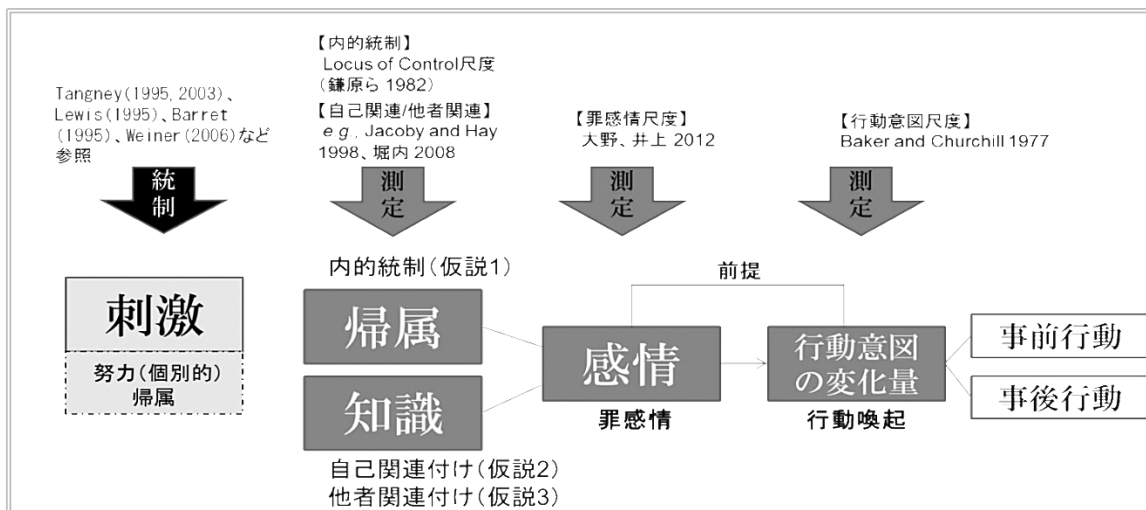


表 5.1 : シナリオ形式によるメッセージの条件設定

課題	感情	帰結	帰属：努力	感情特性：共感性
寄付行動	罪感情	失敗 (していない)	統制可能な 努力(行動)不足	他者志向的 共感

図 5.4 : 寄付行動に対する、罪感情喚起メッセージ

「貧困国の子供たちに対する支援」についてお伺いします。

あなたが貧困国の子供たちに対する支援に対し、寄付をしなかった場面を想像してください。
あなたは、支援団体 (ユニセフ) から、子供たちに対する支援をしばしば呼びかけられてい
ました。
あなたも彼ら (支援団体) に共感し、ぜひ寄付したいと思っていました。
しかし、あなたは、この寄付をするため、一切の行動 (少しの寄付さえ) もしませんでした。

5_2. 仮説の検証結果

5_2_1. 信頼性分析の結果

まずは、クロンバック α により使用尺度の信頼性を確認した。表 5.2 はその結果である。信頼性係数はいずれも、.70 以上の信頼性が得られたため仮説検証の分析に進むこととした。また表 5.3 は各変数の平均値と標準偏差である。本仮説検証では、行動意図への効果は、事前と事後の行動意図の変化量が用いられる。

5_2_2. 仮説の検証

まず、「罪感情は、行動意図に正の効果を与える」という前提に基づき、検証を行った。分析方法は、被験者 189 人を対象に、説明変数を罪感情（「自責・後悔」、「焦燥感」、「心理的負担の回避」）の程度とし、従属変数を事前事後の行動意図の変化量とした重回帰分析を行なった。まず、罪感情の平均値は、それぞれ「自責・後悔」が 3.09、「焦燥感」が 3.12、「心理的負担の回避」が 3.12 であった。結果的に、行動に対しては「自責・後悔」のみが、回帰係数 0.46、 $t=3.70$ 、 $p<0.001$ で有意であった。その他の「焦燥感」、「心理的負担の回避」は有意ではなかった。したがって、仮説は受容され、罪感情は行動に正の効果を与えることが確認され、その際、行動喚起に影響を及ぼすのは、「自責・後悔」であることが明らかにされた。

表 5.2 : 信頼性分析の結果 (n=189)

尺度	項目数・段階	Cronbacha
行動意図 (Baker and Churchill 1977)	4 項目(7 点尺度)	.93
罪感情 (大野、 井上 2012)	自責・後悔	.74
	焦燥感	.79
	心理的負担の回避	.77
内的統制 (Locus of control 尺度)	18 項目(4 点尺度)	.70

表 5.3 : 平均と標準偏差 (n=189)

変数名	Mean	SD
事前行動意図	3.73	1.37
事後行動意図	3.86	1.36
行動意図の変化量	0.13	0.81
罪感情_自責・後悔	3.09	0.67
罪感情_焦燥感	3.12	0.59
罪感情_心理的負担回避	3.12	0.74
自己関連付け	3.15	1.23
他者関連付け	2.84	1.18
内的統制	2.54	0.30

■ [仮説 1]の検証結果

「内的統制が高いとき、罪感情が行動意図に正の効果を与える」という仮説に基づき、検証を行った。分析方法は、内的統制の平均値が 2.54 (4 段階)であったことから、平均以上に高内的統制の被験者 94 人を対象に、説明変数を罪感情(「自責・後悔」、「焦燥感」、「心理的負担の回避」)の程度とし、従属変数を事前事後の行動意図の変化量とした重回帰分析を行なった。結果的に、高内的統制下では、

行動に対しては「自責・後悔」が、回帰係数 0.42、 $t=2.34$ 、 $p<0.05$ で有意であった。したがって、仮説は受容され、高内的統制下において、罪感情の「自責・後悔」が行動意図に正の効果を与えることが明らかにされた。

■ [仮説 2]の検証結果

「自己関連付けが高いとき、罪感情が行動意図に正の効果を与える」という仮説に基づき、検証を行った。分析方法は、自己関連付けの平均値が 3.15 (5段階)であったことから、平均以上に自己関連付けされている被験者 79 人を対象に、説明変数を罪感情(「自責・後悔」、「焦燥感」、「心理的負担の回避」)の程度とし、従属変数を事前事後の行動意図の変化量とした重回帰分析を行なった。結果的に、高自己関連付けでは、行動に対しては「自責・後悔」が回帰係数 0.06、 $t=3.03$ 、 $p<0.01$ で有意であった。したがって、仮説は受容され、高自己関連付け下において、罪感情の「自責・後悔」が行動意図に正の効果を与えることが明らかにされた。

■ [仮説 3]の検証結果

「他者関連付けが高いとき、罪感情が行動意図に正の効果を与える」という仮説に基づき、検証を行った。分析方法は、他者関連付けの平均値が 2.84 (5段階)であったことから、平均以上に他者関連付けされている被験者 112 人を対象に、説明変数を罪感情(「自責・後悔」、「焦燥感」、「心理的負担の回避」)の程度とし、従属変数を事前事後の行動意図の変化量とした重回帰分析を行なった。結果的に、高他者関連付けは、行動に対しては「自責・後悔」が、回帰係数 0.52、 $t=3.30$ 、 $p<0.01$ で有意であった。したがって、仮説は受容され高他者関連付け下において、罪感情の「自責・後悔」が行動意図に正の効果を与えることが明らかにされた。

表 5.4 : 仮説検証の結果

仮説 :	結果:受容/ 棄却	回帰係数	t
前提	受容	0.46	3.70***
仮説 1:「内的統制」	受容	0.42	2.34*
仮説 2:「自己関連」	受容	0.06	3.03**
仮説 3:「他者関連」	受容	0.52	3.30**

p<0.05=* p<0.01=** p<0.001=***

仮説検証の結果は表 5.4 の通りである。仮説検証の結果から、以下 4 点のことが明らかにされた。

- ① 罪感情の「自責・後悔」の喚起が行動喚起を促す。
- ② 罪感情は、内的統制が高いとき、罪感情の「自責・後悔」が行動喚起に影響を及ぼす。
- ③ 対象に対する自己関連付け（自己の過去の経験の想起）が高いとき、罪感情の「自責・後悔」が行動喚起に影響を及ぼす。
- ④ 対象に対する他者関連付け（他者の過去の経験の想起）が高いとき、罪感情の「自責・後悔」が行動喚起に影響を及ぼす。

理論通り、罪感情は行動喚起を促すことが明らかにされたが、いくつかの重要な示唆が得られた。マーケティングへの戦略的適応として、罪感情の中でも「自責・後悔」の喚起が行動喚起に結びつき、「焦燥感」や「心理的負担の回避」は行動に結びつかないことが明らかにされた。そのため、例えば、マーケティング・コミュニケーションを構築する際には、自分自身への「罪の意識」や「情けなさ」、また「不十分さ」といった、自責や後悔の感情をいかにより喚起させることができるかが、新たな行動喚起を生み出す焦点となるであろう。

分析結果から、罪感情は、失敗原因を自己に見出そうとする内的統制傾向が高いときに、行動に影響を与えることが分かったが、追加分析によって外的統制が高いときにも行動喚起しうるということが明らかにされた。内的統制の低い（外的統制が高い）95 人を対象に、説明変数を罪感情（「自責・後悔」、「焦燥感」、「心理的負担の回避」）の程度とし、従属変数を事前事後の行動意図の変化量とした重回帰分

析を行なった結果、行動に対しては「自責・後悔」が $t=3.20$ 、 $p<0.01$ で有意であった。つまり、高外的統制下においても、行動喚起は促されることが分かった。先行研究に基づけば、外的統制下では失敗原因を他者や運など外的なものに求めるため、自己意識的な罪感情は発生しないと考えられたが、失敗原因を他者や運などに求める外的統制傾向の際にも罪感情は喚起されることが示唆された。これに関しては、樋口ら（1982）や鎌原（1987）の研究成果から考察できる。わが国の内的帰属は加齢ともに、外的要因の効果の認識を増大することで減少し、結果的に外的帰属が高くなるという。このことから、本分析結果においても外的統制下で罪感情が生じたことが理解できる。したがって、マーケティング・コミュニケーションの対象が青年以上である場合、内的統制の認知傾向にかかわらず、罪感情は行動喚起に影響を与えうると考えられる。

一方、対象への過去の経験に基づいた自己関連付けが高いときに、罪感情は行動喚起されることが明らかにされたため、例えば、自分の過去の経験を振り返させるようなメッセージを用いることで、罪感情は喚起されうるのではなかろうか。一方、他者の過去の経験に基づいた他者関連付けが高いときにも、罪感情は行動喚起されることが明らかにされた。したがって、他者の存在を意識させるメッセージを用いることもまた、罪感情の行動喚起に有用であることが示唆される。

第6章 まとめと今後の課題

本章では、これまでのまとめと、本研究のインプリケーションとして罪感情を用いたマーケティング戦略の示唆を検討し、今後の課題を述べる。

6_1. 本研究のまとめ

本論は、消費者の態度と行動の乖離に注目し、行動喚起を促す新たなマーケティング枠組みの可能性として罪感情を適用することを目的に、2つの研究を試みってきた。一つが罪感情および恥感情の新たな尺度構築であり、もう一つが、罪感情に関する仮説検証であった。既存の罪感情尺度では、マーケティングで活用できる尺度がほとんどないことから、マーケティングで有用な尺度構築を試みて、構築した尺度を用いて仮説の検証を行った。これらの研究成果は、罪感情を用いた新たなマーケティング戦略が可能になることを表すものである。

本論の序章では、近年のソーシャル・メディアの台頭などコミュニケーションの変革について述べ、マーケティング・コミュニケーションが効かなくなりうるなか、行動喚起までを見すえた新たなマーケティング枠組みの必要性を主張した。消費者の態度と行動の乖離を問題意識に、その乖離を狭めうる感情心理の罪感情に注目し、行動喚起を促す罪感情を用いたマーケティングへの適用を目的とした。

第1章では、消費者の態度と行動の乖離における“非一貫性”に焦点を当て、マーケティング研究分野におけるレビューを行った。また、これまでのマーケティングおよび消費者行動研究における感情研究の潮流について述べることで本研究の位置づけを明確にした。その後で、罪感情研究についてのレビューを行い、本研究における尺度構築の意義を明確にし、研究目的を再確認した。

第2章では、マーケティング分野の研究のみでは、罪や恥といった感情を理解するのに十分ではないことから、罪・恥感情の研究の中心である感情心理学分野の研究に焦点を当てレビューを行った。感情心理学がどういった研究分野であるのかを、マーケティング研究のアプローチにおいて、より馴染みがある認知心理

学と対比しながら、関心領域の違いについて提示した。そして、感情心理学の中心的存在である基本情動について説明し、マーケティング分野でより用いられる感情はより人間の代表的で普遍的な感情であることを、自己意識的感情との違いを確認しながら説明した。その後で、尺度構築にとって重要な罪感情と恥感情の機能や発生因の違い、また、認知的評価による感情の区別について、確認していった。

また、第3章では、マーケティングおよび感情心理学分野で用いられている既存の罪感情や恥感情の測定尺度について検討し、本尺度開発の意義と考慮点を明確にした。

そして第4章では、これまで見てきた先行研究を踏まえ尺度構築を行った。

過去の研究に従い、罪感情と恥感情を弁別しうる重要な側面に焦点を当てて、自由記述テキストデータからベースとなる尺度候補を構築した。クロンバックの α による信頼性の確認 ($\alpha=0.68\sim 0.95$) を経たのち、弁別妥当性と収束妥当性を確認するため MTMM により尺度を構築した。罪感情では多特性として「自責・後悔」、「焦燥感」、「心理的負担の回避」、恥感情では「自己嫌悪」、「他者への影響」、「回避欲求」が導出された。これら各3つの下位尺度をもとに、多方法として、Likert 法と SD 法の2つの方法を用いて尺度項目を構築した。収束妥当性と弁別妥当性結果的には、罪感情は SD 尺度で有意な収束妥当性を保有し、弁別妥当性は、「自責・後悔」と「心理的負担の回避」の間では弁別されなかったが、それ以外の「自責・後悔」と「焦燥感」、「焦燥感」と「心理的負担の回避」の間で弁別妥当性が確認された。一方、恥感情のほうでは、Likert 法が有意な収束妥当性を保有し、弁別妥当性は、「自己嫌悪」と「回避欲求」の間では弁別されなかったが、それ以外の「自己嫌悪」と「他者への影響」、「他者への影響」と「回避欲求」の間で弁別妥当性が確認された。さらに、経験的妥当性の検討では、新たに構築した罪感情尺度の方が、既存尺度と比べ、子宮けいがんワクチン接種の行動喚起および、CRM に基づいたティッシュの購買行動の喚起に対し R^2 が高いことが確認された。また、単一特性多方法モデルとの比較検討では、多特性多方法な構造を仮定した新たな感情尺度の方が、より妥当なモデルであることが示唆された。

マーケティング管理の側面から新たに構築された尺度を用いた、第5章では、行動喚起を促す罪感情に関する仮説の検証を行った。先行研究のレビューから罪

感情の喚起にとって重要と考えられた、「内的統制」と「自己・他者関連付け」といった概念に基づいて、仮説検証を行った。結果的に、仮説は全て受容され、罪感情の「自責・後悔」が喚起されることで行動喚起が促されることが明らかにされた。また、自己関連付けや他者関連付けが行動に影響を与え、罪感情は内的統制だけでなく外的統制されている際にも罪の状態にあるときは喚起されることが明らかにされた。そして、罪感情の喚起によるマーケティング戦略を検討する場合には、自分の過去の経験を振り返られることや他者を意識させることが有効になりうることが示唆された。表 6.1 は実証研究の結果を整理したものである。

6_2. インプリケーション

本研究の結果は、研究目的であった罪感情の喚起によるマーケティング戦略への適応に対し、どのようなことが言えるだろうか。検討していきたい。

本論はマーケティングで有用な尺度構築を試みるに当たり、既存研究を意識し尺度開発を行ってきた。消費行動研究あるいは感情心理学研究では、罪感情を測定する際、尺度を用いず統制群との差の検定を行うか、単一特性を反映した一次元尺度が用いられることがほとんどであった。しかし、本尺度の構築過程を通し、罪感情や恥感情には、より多面的な新たな側面が見られることが明らかにされた。罪感情には「自責・後悔」、「焦燥感」、「心理的負担の回避」といった、下位概念が見られることが確認された。心理的負担の回避は、既存尺度にはない尺度構築で新たに発見された側面であった。

罪感情が行動喚起に影響を及ぼすことは、これまでも先行研究で明らかになっていたが、具体的にどのような側面が行動に効くのかについては、単一特性を反映した尺度では議論することができなかった。しかし、本尺度構築により、より適切な形で罪感情の測定が行えることで、改めて行動喚起との関係を検証することが可能となったと言える。また、その際、罪感情のどのような側面が行動喚起に正の効果を与え、また負の効果を与えるのか検討することが可能になったことは、マーケティング戦略の観点から有効であると考えられる。

例えば、「自責・後悔」の喚起が行動喚起に結びつくのであれば、消費者に対し「罪の意識」や「情けなさ」、また「不十分さ」といった、自責や後悔の感情をい

かに、より喚起させることができるかが、新たな行動喚起を生み出す焦点となるだろう。一方、もし「焦燥感」が行動喚起に負の効果をもたらすのであれば、例えば“いついつまでに”といったタイムプレッシャーによって、消費者に罪感情を訴求することは、焦燥感に結びつくため好ましくないといった意思決定ができるのではかならうか。また、仮説検証の結果から、罪感情を喚起させるためには、過去の経験を振り返らせることや、他者の過去の経験を想起させることが、罪感情による行動喚起に有効であることが示唆された。また、罪感情は、理論的には内的統制の状態で開催されると考えられたが外的統制されているときにも、罪感情の状態は行動喚起を促すことから、より有用になりうるということが示唆される。

表 6.1 : 実証研究 (I) (II) の結果

問題意識: 消費者の態度と行動の乖離		研究動機: 行動喚起を促す罪感情を用いた、マーケティング戦略への適応	
実証研究 (I) 尺度開発の結果		実証研究 (II) 仮説検証の結果	
1. 罪感情尺度: 「自責・後悔」、「焦燥感」、「心理的負担の回避」		前提: 罪感情は行動意図に正の効果を与える	受容
1_1. 収束妥当性	○ SD尺度		
1_2. 弁別妥当性 但し、「自責・後悔」と「心理的負担の回避」は有意	○		
1_3. 経験的妥当性	○		
1_4. 単一特性多方法モデルとの比較	○	仮説1. 内的統制が高いとき、罪感情が行動意図に正の効果を与える	受容
2. 恥感情尺度: 「自己嫌悪」、「他者への影響」、「回避欲求」		仮説2. 自己関連付け(自己の過去の経験の想起)が高いとき、罪感情が行動意図に正の効果を与える	受容
2_1. 収束妥当性	○ Likert尺度		
2_2. 弁別妥当性 但し、「自己嫌悪」と「回避欲求」は有意	○		
2_3. 経験的妥当性 子宮頸がんワクチン接種行動では既存尺度の方がR2が高かった	△		
2_4. 単一特性多方法モデルとの比較	○	仮説3. 他者関連付け(他者の過去の経験の想起)が高いとき、罪感情が行動意図に正の効果を与える	受容

6_3. 今後の課題

本研究では、消費者の態度と行動の乖離に視点を当て、罪感情による行動喚起を実証するために、まずは尺度を開発し、次に新たな尺度を使って仮説の検証を行った。その際、態度と行動が乖離しうる対象として、貧困に対する寄付などの支援行動を対象とした。罪感情の操作による行動喚起が実証されたことで、このような罪感情の訴求を取り込んだ製品などを対象としたコーズリレーテッド・マーケティングの理論的な説明として、罪感情はより活用しうるものになるかもしれない。

本尺度の適用範囲を広げるために、今後は、罪感情が喚起しうる様々な分野で、さらに尺度の適用可能性を検討していきたい。例えば、ヘルスケア・サービスにおける検診やワクチン接種、治療薬の訴求。また、エコロジカルな活動の促進などでも適用や、ソーシャル・マーケティングにおいても、罪感情の喚起により行動を促すことができるかもしれない。そして、罪感情を発生しうるような商品、例えば口臭予防としてのガムや制汗スプレーなどの製品訴求においては、他者への迷惑や心配などがイメージできるため、罪感情の訴求が有効なコミュニケーションの一つになるかもしれない。

また、罪感情を測定するにあたっては、感情を喚起させるための刺激の設定は非常に重要である。今回の実証研究では、罪感情の喚起にとって重要な側面として、失敗への帰結、努力不足といった帰属、他者への共感、を考慮してメッセージを設定した。しかしながら、本尺度で構築された下位尺度である「自責後悔」を表すメッセージ、「焦燥感」を表すメッセージ、「心理的負担の回避」を表すメッセージをを加えることで、より適切な測定ができたと考えている。今後は、適切な罪感情の喚起メッセージの設定に十分考慮し、研究課題としたい。

また、態度と行動の乖離を説明する諸理論では、購買関与や知覚リスクの概念についてレビューしてきた。今後の研究課題として、購買関与や知覚リスクの影響についても検証してみたい。本論では、子宮頸がん検診では、多くの女性が望ましい行動であると理解していながら、実際の行動には至っていないことを取り上げ、購買関与に基づけば、これは消費者の低知覚リスクで低関与な下で起こりうることを示唆された。しかし、医療に関する財・サービスに対しては、消費者は相対的により高い知覚リスクをもつと考えられるため、消費者が認知整合性理

論に基づき、認知をゆがめ、例えば子宮頸がんの脅威を下げるような認知をしているのではないかと考えられた。これまで、罪感情を喚起させることで、直接的な行動への影響を検討していたが、今後は媒介変数についても検討してみたい。例えば、罪感情の喚起は、消費者の知覚リスクを高め購買関与を高めることで、行動意図に影響を与えているということも考えられる。

また、感情心理学研究では、罪感情が恥感情と同じ状況で喚起されること、また、人は一つの感情だけでなく、複数の感情を同時に感じうることを指摘した。今後は、罪感情に影響を与えるその他の感情の影響も考慮した、検証を行っていききたい。また、どのような罪感情がより行動喚起を促すかについても検討していききたい。Coulter and Pinto(1995)ではあまりに強すぎるよりも、また弱すぎるよりも中程度の感情喚起が一番、行動喚起に影響を与えることを示していた。このような感情喚起の程度についても今後検討していききたい。

謝辞

この度、本稿を博士論文として執筆することができたのは、多くの方々のご協力、そして厚きご指導と激励の賜物であることを心より感謝申し上げたい。

まず、指導教授としてご指導いただいた井上哲浩先生（慶應義塾大学大学院経営管理研究科）には、ひとかたならぬお世話になってきた。研究に関わるご助言から研究者としての心構えに至るまで、様々なことについて、親身に、時に厳しくご指導いただいた。先生からいただいた多くの言葉は、筆者にとって生涯の宝である。ここに心より感謝申し上げたい。井上研究室に所属させていただき、先生の弟子としてご指導いただいたことが、筆者のこれからの研究者としての支えになるであろう。

また、本論文の副査をお引き受けいただいた池尾恭一先生（慶應義塾大学大学院経営管理研究科）と余田拓郎先生（慶應義塾大学大学院経営管理研究科）には、本研究に際して、多くの的確なご助言をいただき、研究を遂行するにあたって非常に重要な点を学ばせていただいた。細部にわたるご指導を頂戴したことを深く感謝申し上げたい。

そして、副領域でご指導いただいた田中滋先生（慶應義塾大学大学院経営管理研究科）、中村洋先生（慶應義塾大学大学院経営管理研究科）、渡辺直登先生（慶應義塾大学大学院経営管理研究科）には、多くの助言とともに、日頃より優しい言葉で激励いただけてきた。先生方の講義は、多くがマンツーマン指導であったため、当初は緊張し自身の未熟さを痛感していたが、非常に多くの刺激と示唆をいただき、毎週の講義がとても楽しみであったことを今でも覚えている。

そして、博士課程の講義においてお世話になった、中田信哉先生（神奈川大学経済学部名誉教授）からは、流通に関して非常に多くの知識を学ばせていただき、ご指導いただいた。講義を通じ、歴史的な背景を踏まえて流通を捉えることの重要性に気づかせていただいた。また、日頃より暖かいお言葉をいただき、筆者は感謝の念に堪えない。

さらに、新倉貴士先生（法政大学経営学部）、有光興記先生（駒澤大学文学部）は、他大学にもかかわらず快く講義を受講させていただき、本研究に関する多くの示唆をいただいた。新倉先生には、講義やゼミにおいて筆者の調査協力をいた

だき、さらに講義において報告の機会を与えて下さり多くの助言をいただいた。また、心理学者の有光先生には、本論を執筆するに当たり多くの専門的な助言を賜った。マーケティングを専攻とする筆者に、社会心理学や感情心理学の基礎を叩きこんでいただき、多くの知識と示唆をいただいた。心より感謝申し上げたい。

加えて、本研究を進めていく際に、ご協力いただいた博士課程の同志や先輩方、井上研究室の皆様にも深く感謝を申し上げたい。同研究科博士課程の渡邊万里子さん、クインクインさん、黄耀偉君、村上敏也さんには研究を深めていく中で多くのご協力をいただき、活発な議論とともに数多くの有用なアドバイスをいただいた。また、同じマーケティング分野の西本章宏君（関西学院大学）、そして、飯野純彦君や中川正悦郎君とは、研究上に関わるだけでなく、日頃のお付き合いにおいても楽しい時間を共に過ごしてきた。そして、先輩である浦野寛子先生（立正大学）、廣瀬紳一先生（京都大学）、卒業生である芦澤美智子さん（横浜市立大学）からは、多くの助言と激励をいただき、また、KBSの多くの修士の皆様から、本研究に関する調査協力をいただいた。深く感謝を申し上げたい。

また、研究中、私を見守ってくれた二人の姉と大切な友人にも感謝を申し上げたい。姉達からは、互いの研究について語り合う中で多くの示唆をいただき、また本稿を執筆するに当たり多くのサポートをいただいた。同時期に博士課程に所属し研究者を志す二人の姉は、筆者にとってかけがえのない存在である。また、友人の濱本芳郎君には、いつも真剣に研究の話を聞いていただき、多くの有用なアドバイスをいただいた。研究中の筆者を支えていただいたことを心より感謝申し上げます。

本稿は、公益財団法人吉田秀雄記念事業財団から拝受した研究助成の一部である。研究支援を賜りましたことをこの場を借りて改めて御礼申し上げます。

最後に、いつも温かく見守ってくれ、筆者を研究者の道に導いてくれた、心から敬愛する両親に感謝の意を捧げ、結びの辞とする。

2014年2月 大野幸子

付録 1：罪感情の尺度項目（SD 尺度）

【あなたが今どのくらい強く感じているか、今のあなたの感情を教えてください。

AとBどちらに近いか、該当するマスに○をつけてお答えください(お答えはそれぞれ1つ)。

	A	A に近い				B に近い	B
問2_1	謝りたい						謝りたくない
問2_2	十分である						不十分である
問2_3	情けない						誇らしい
問2_4	罪の意識がない						罪の意識がある
問2_5	悔やむ						悔やまない
問2_6	安心である						心配である
問2_7	安定している						不安定である
問2_8	焦っている						落ち着いている
問2_9	気になる						気にならない
問2_10	不快である						爽快である
問2_11	手間がかからない						手間がかかる
問2_12	やるべきである						やるべきではない
問2_13	すべき理由がある						すべき理由がない

※尺度使用方法に関して

罪感情尺度は3つの下位尺度「自責・後悔」、「焦燥感」、「心理的負担の回避」から構築される。

問2_1、問2_2、問2_3、問2_4、問2_5が、「自責・後悔」。問2_6、問2_7、問2_8、問2_9、問2_10が、「焦燥感」。問2_11、問2_12、問2_13が、「心理的負担の回避」を示す。また、問2_2、問2_4、問2_6、問2_7、問2_11の5つは逆転項目である。

恥感情の尺度項目（Likert 尺度）

【あなたが今どのくらい強く感じているか、今のあなたの感情を教えてください。あまり時間をかけずに、今あなたがどのように感じているかに基づいて、教えてください。あてはまる程度に○をつけてお答えください。(お答えはそれぞれ1つ)】

		とてもよくあて はまる	どちらともいえ ない	全くあてはまら ない		
問1_1	私は、自分の欠点や能力不足に対し、周囲の目が気になる。	5	4	3	2	1
問1_2	私は、自分自身の欠点や能力不足に対し、恥ずかしく感じる。	5	4	3	2	1
問1_3	私は、自分をダメな人間だと思う。	5	4	3	2	1
問1_4	私は、自分の欠点や能力不足を、情けなく感じる。	5	4	3	2	1
問1_5	私は、自分の欠点や能力不足による失敗に対して、悔やんでいる。	5	4	3	2	1
問1_6	私は、自分の能力や性格に対する他者の不快を、何となく相手から感じる。	5	4	3	2	1
問1_7	私は、私の能力や性格の至らなさに対し、他者を怒らせているように感じる。	5	4	3	2	1
問1_8	私は、他者が、私の意思の弱さを、ぼやくように思う。	5	4	3	2	1
問1_9	私は、なんとなく、他者が自分への不満を、我慢しているように感じる。	5	4	3	2	1
問1_10	私は、何をしたら良いのか分からないと感じる。	5	4	3	2	1
問1_11	私は、自分に関係があることでも、全く興味を持ってないように感じる。	5	4	3	2	1
問1_12	私は、何もかも、どうでも良いような感じがする。	5	4	3	2	1
問1_13	私は、他者に話しかけられても、何も考えたくないと感じる。	5	4	3	2	1
問1_14	私は、自分自身を向上させることに、面倒くささを感じる。	5	4	3	2	1

※尺度使用方法に関して

恥感情尺度は3つの下位尺度「自己嫌悪」、「他者への影響」、「回避欲求」から構築される。

問1_1、問1_2、問1_3、問1_4、問1_5が、「自己嫌悪」。問1_6、問1_7、問1_8、問1_9が、「他者への影響」。問1_10、問1_11、問1_12、問1_13、問1_14が、「回避欲求」を示す。

付録 2-1 : 罪感情モデルの各推定値

各パス係数			標準化 推定値	標準誤差	検定統計量	確率
Guilt1_Likert	<---	Guilt1	-0.65	0.09	-7.26	***
Guilt2_Likert	<---	Guilt2	0.05	0.13	0.34	0.74
Guilt3_Likert	<---	Guilt3	-0.38	0.06	-4.47	***
Guilt1_SD	<---	Guilt1	-0.27	0.06	-3.65	***
Guilt2_SD	<---	Guilt2	-0.39	0.07	-3.18	**
Guilt3_SD	<---	Guilt3	-0.67	0.07	-2.01	**
Guilt1_Likert	<---	Likert	0.76			
Guilt2_Likert	<---	Likert	1.00			
Guilt3_Likert	<---	Likert	0.93			
Guilt1_SD	<---	SD	0.96			
Guilt2_SD	<---	SD	0.92			
Guilt3_SD	<---	SD	0.75			
Q1_1	<---	Guilt1_Likert	0.96			
Q1_2	<---	Guilt1_Likert	0.66	0.08	6.70	***
Q1_3	<---	Guilt1_Likert	0.70	0.09	6.56	***
Q1_4	<---	Guilt1_Likert	0.55	0.10	5.13	***
Q1_5	<---	Guilt1_Likert	0.80	0.09	9.25	***
Q1_6	<---	Guilt2_Likert	0.79			
Q1_7	<---	Guilt2_Likert	0.92	0.15	8.77	***
Q1_8	<---	Guilt2_Likert	0.79	0.13	8.05	***
Q1_9	<---	Guilt2_Likert	0.96	0.13	10.40	***
Q1_10	<---	Guilt2_Likert	0.92	0.17	8.07	***
Q1_11	<---	Guilt3_Likert	0.85			
Q1_12	<---	Guilt3_Likert	0.34	0.11	3.61	***
Q1_13	<---	Guilt3_Likert	0.48	0.11	5.25	***
Q1_14	<---	Guilt3_Likert	0.37	0.12	3.96	***
Q1_15	<---	Guilt3_Likert	0.49	0.11	5.43	***
Q2_1	<---	Guilt1_SD	0.50	0.09	5.09	***
Q2_2	<---	Guilt1_SD	0.75	0.11	6.98	***
Q2_3	<---	Guilt1_SD	0.85	0.09	9.11	***
Q2_4	<---	Guilt1_SD	0.72	0.10	7.70	***
Q2_5	<---	Guilt1_SD	0.83			
Q2_6	<---	Guilt2_SD	0.74	0.20	7.22	***
Q2_7	<---	Guilt2_SD	0.72	0.22	6.97	***
Q2_8	<---	Guilt2_SD	0.76	0.20	7.45	***
Q2_9	<---	Guilt2_SD	0.69	0.14	7.92	***
Q2_10	<---	Guilt2_SD	0.74			
Q2_11	<---	Guilt3_SD	0.51	0.86	2.51	**
Q2_12	<---	Guilt3_SD	0.17	0.37	1.93	**
Q2_13	<---	Guilt3_SD	0.22			
Guilt	<---	Guilt1	0.89			
Guilt	<---	Guilt2	0.09			
Guilt	<---	Guilt3	0.09			

共分散			標準化 推定値	標準誤差	検定統計量	確率
Guilt1	<-->	Guilt2	0.24	0.27	0.87	0.38
Guilt2	<-->	Guilt3	-0.06	0.45	-0.14	0.89
Guilt1	<-->	Guilt3	0.98	0.16	6.19	***
SD	<-->	Likert	0.78			

***は、 $p < 0.001$ 。**は、 $p < 0.05$ 。

付録 2-2 : 恥感情モデルの各推定値

各パス係数			標準化 推定値	標準誤差	検定統計量	確率
Shame1_Likert	<---	Shame1	0.51	0.07	7.48	***
Shame2_Likert	<---	Shame2	0.50	0.14	3.09	**
Shame3_Likert	<---	Shame3	0.53	0.08	5.74	***
Shame1_SD	<---	Shame1	0.60	0.07	7.19	***
Shame2_SD	<---	Shame2	-0.15	0.11	-0.72	0.47
Shame3_SD	<---	Shame3	0.78	0.06	5.22	***
Shame1_Likert	<---	Likert	0.86			
Shame2_Likert	<---	Likert	0.87			
Shame3_Likert	<---	Likert	0.85			
Shame1_SD	<---	SD	0.80			
Shame2_SD	<---	SD	0.99			
Shame3_SD	<---	SD	0.62			
Q1_1	<---	Shame1_Likert	0.91			
Q1_2	<---	Shame1_Likert	0.86	0.08	12.87	***
Q1_3	<---	Shame1_Likert	0.89	0.08	14.13	***
Q1_4	<---	Shame1_Likert	0.89	0.07	14.05	***
Q1_5	<---	Shame1_Likert	0.90	0.07	14.53	***
Q1_6	<---	Shame2_Likert	0.87			
Q1_7	<---	Shame2_Likert	0.84	0.09	10.79	***
Q1_8	<---	Shame2_Likert	0.83	0.09	10.58	***
Q1_9	<---	Shame2_Likert	0.86	0.09	11.15	***
Q1_10	<---	Shame3_Likert	0.73			
Q1_11	<---	Shame3_Likert	0.59	0.11	6.68	***
Q1_12	<---	Shame3_Likert	0.78	0.14	7.49	***
Q1_13	<---	Shame3_Likert	0.76	0.13	7.35	***
Q1_14	<---	Shame3_Likert	0.74	0.11	8.01	***
Q2_1	<---	Shame1_SD	0.83	0.11	9.25	***
Q2_2	<---	Shame1_SD	0.78	0.12	8.54	***
Q2_3	<---	Shame1_SD	0.74	0.12	7.96	***
Q2_4	<---	Shame1_SD	0.87	0.10	9.73	***
Q2_5	<---	Shame1_SD	0.79			
Q2_6	<---	Shame2_SD	0.74	0.13	6.95	***
Q2_7	<---	Shame2_SD	0.85	0.14	7.95	***
Q2_8	<---	Shame2_SD	0.81	0.15	7.56	***
Q2_9	<---	Shame2_SD	0.75	0.16	7.08	***
Q2_10	<---	Shame2_SD	0.71			
Q2_11	<---	Shame3_SD	0.69	0.20	4.88	***
Q2_12	<---	Shame3_SD	0.78	0.26	6.39	***
Q2_13	<---	Shame3_SD	0.58	0.27	4.37	***
Q2_14	<---	Shame3_SD	0.56	0.19	4.30	***
Q2_15	<---	Shame3_SD	0.56			
Shame	<---	Shame1	0.93			
Shame	<---	Shame2	0.09			
Shame	<---	Shame3	0.09			

共分散			標準化 推定値	標準誤差	検定統計量	確率
Shame1	<-->	Shame2	0.16	0.30	0.54	0.59
Shame2	<-->	Shame3	-0.05	0.25	-0.20	0.84
Shame1	<-->	Shame3	0.51	0.11	4.81	***
SD	<-->	Likert	0.86			

***は、 $p < 0.001$ 。**は、 $p < 0.05$ 。

付録 3：自由記述式調査の質問内容

罪感情調査：

「あなたが生活の中で、迷惑をかけている出来事について、それがどんな状況であるのか、具体的な1つの事例に基づき、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」

「お答えいただいた【自分が迷惑をかけている状況】を、なぜ迷惑だと考えますか。できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」

「お答えいただいた【自分が迷惑をかけている状況】には、あなたのどんな努力が必要ですか。2つの努力について、あなたの考えを、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」

「お答えいただいた【自分が迷惑をかけている状況】で、他者の痛み(傷つき)が感じとれる状況は、どんな状況ですか。あなたの考えを、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」

「お答えいただいた【他者の痛みに共感する状況】は、なぜ他者を傷つけるのですか。あなたの考えを、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」

「お答えいただいた【他者を傷つける状況】で経験する、あなたの主な感情や心理状態について、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」

恥感情調査：

「あなたが生活の中で、迷惑をかけている出来事について、それがどんな状況であるのか、具体的な1つの事例に基づき、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」

「お答えいただいた【自分が迷惑をかけている状況】を、なぜ迷惑だと考えますか。できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」

「お答えいただいた【自分が迷惑をかけている状況】には、自分のどんな資質(才能)が必要ですか。2つの資質(才能)について、あなたの考えを、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」

「お答えいただいた【自分が迷惑をかけている状況】で、自分を悪い人間だと感じ苦痛を感じる状況は、どんな状況ですか。あなたの考えを、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」

「お答えいただいた【あなた自身が悪く苦痛な状況】は、なぜ自分を悪い人間だと感じ苦痛を感じるのですか。あなたの考えを、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」

「お答えいただいた【あなた自身が悪く苦痛な状況】で経験する、“強い苦痛”や“自分に価値がない”と感じる、あなたの主な感情や心理状態について、できるだけ詳しくお述べ下さい。(お答えは具体的に)」

参考文献

- Agrawal, N., Menon, G., and Aaker, J. L. (2007) , “Getting Emotional About Health,” *Journal of Marketing Research*, Vol.XLIV, pp.100-113.
- Agrawal, N., and Duhachek, A. (2010), “Emotional Compatibility and the Effectiveness of Antidrinkng Messages: Adefensive Processing Perspective on shame and guilt,” *Journal of Marketing Research*, Vol.XLVII, pp.263-273.
- Ajzen, I.(1991), “The theory of planned behavior,” *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol.50, pp.179-211.
- Aizen, I. and Fishbein, M. (2005), “ The influence of attitudes on behavior,” In D. Albarracin, B.T. Johnson, and M.P. Zana (Eds.), *The handbook of attitudes*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp.173-221.
- Arnold, M. B. (1945), “Physiological differentiation of emotional states,” *Psychological Review*, Vol.52, pp.35-48.
- Baker, M. J., and G. A. Churchill, Jr. (1977), “The Impact of Physically Attractive Models on Advertising Evaluations,” *Journal of Marketing Research*,Vol.14, pp.538-555.
- Banaji, M. R., and Hardin, C.(1994), Affect and memory in retrospective reports. In.N.Schwartz,and S.Sudman(Eds.),*Autographical memory and the validity of retrospective reports*. NewYork: Springer-Verlag, pp.71-86.
- Bard, P. (1928), “A diencephalic mechanism for the expression of rage with special reference to the sympathetic nervous system,” *American Journal of Psychology*, Vol.84, pp.490-515.
- Baumeister, R. F., Stillwell, A. M., and Heatherton,T. F. (1994), “Guilt: An interpersonal approach,” *Psychological Bulletin*, Vol.115, pp.243-267.
- Barret, K. C. (1995), “A functionalist: Approach to shame and guilt,” In J. P. Tangney and K W. Fischer (Eds.), *Self-conscious emotions: shame, guilt, embarrassment, and pride*. New York: Guilford Press, pp.25-63.
- Benedict,R.(1946), *The Chrysanthemum and the sword: Patternd of Japanese culture*. Boston: Houghton Mifflin. (長谷川松治訳(2005)、『菊と刀』講談社学

術文庫) .

- Bloch, P. H. (1982), "Involvement beyond the purchase process: Conceptual issues and empirical investigation," *Advances in Consume Research*, Vol.9 ,pp.413-417.
- Bower, G.H.(1981), "Mood and Memory," *American Psychologist*, Vol.36, pp.129-148.
- Bradley, M. M., Greenwald, M.K., Pety, M.C., and Lang,P.J.(1992),Remembering pictures: Pleasure and arousal in memory. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*, Vol.18, pp.379-390.
- Buck, R. W. (1985), "Prime theory: An integrated view of motivation and emotion," *Psychological Review*, Vol.92, 389-413.
- Buck, R. (1999) "The biological affects: A typology," *Psychological Review*, 106(2), pp.301-336.
- Cambell, D.T., and D. W. Fisk (1959), "Convergent and Discriminant Validation by the Multitrait-Multimethod Matrix," *Psychological Bulletin*, Vol.56, 2, pp.81-105.
- Cannon, W. B. (1927), "The James-Lange theory of emotions: A critical examination and an alternative theory," *American Journal of Psychology*, Vol.39, pp.106-124.
- Chaudhuri, A. (2006), *Emotion and Reason in Consumer Behavior*. Elsevier Butterworth- Heinemann.
- Coulter, R. H., and Pinto, M.B. (1995), "Guilt appeals in advertising: What are their effects?," *Journal of applied Psychology*, Vol.80, pp.697-705.
- Cohen, J. B., Pham, M.T., and Andrade, E.B.,(2008),The Nature and Role of Affect in Consumer Behavior,Curt,H., Frank, K., Paul, H.,M, (Eds.), *in Handbook of Consumer Psychology*. NJ: Erlbaum, pp.297-348.
- Darwin,C. (1872), *The expression of the emotions in man and animals*. Chicago: University of Chicago Press.
- Davis, M. H. (1983), "Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach," *Journal of Personality and Social Psychology*,

Vol.44, 113-126.

Devellis R. F. (2012), *Scale Development 3rd ed.*. SAGE publications.

Edelmann (1985), "Individual differences in embarrassment: Self-consciousness, self monitoring and embarrassability," *Personality and Individual Differences*, Vol.6.,p.223-230.

Ekman, P. (1972), "Universals and cultural differences in facial expressions of emotion," In J. Cole (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation*, Vol.19, Lincoln: University of Nebraska Press. pp.207-283.

Fazio, R.H., Chen, J., MacDonel, E.C., and Sherman, S.J.(1982), "Attitude accessibikity, attitude-behavior consistency, and the strength of the objective-evaluation association", *Journal of Experimental Social Psychology*,Vol.18,pp339-357.

Ferguson, T. J., and Eyre, H. L. (2000), Engendering gender differences in shame and guilt: Stereotypes, socialization, and situational pressures. In A. H. Fischer (Eds.), *Gender and emotion: Social psychological perspective*, Cambridge: Cambridge University Press, pp.254-276.

Festinger,L.(1957), *A theory of cognitive dissonance*, Row Peterson.

Fishbein., and Ajzen, I.(1975), *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wiley.

Giner-Sorolla, R. (2001), "Guilty Pleasures and Grim Necessities: Affective Attitudes in Dilemmas of Self-Control," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.80, pp.206-221.

Gilbert, P.(1997), "The ecoluation of social attractiveness and its role in shame, humiliation, guilt, and therapy, *British Journal of Medical Psychology*, Vol.70, pp.113-147.

Han, S., Lerner, J. S., and Keltner, D., (2007), "Feelings and Consumer Decision Making: The Appraisal-Tendency Framework," *Journal of Consumer Psychology*, Vol.17, pp.158-168.

Harder, D. W., and Zalma, A.(1990), "Two promising shame and guilt scales: Aconstruct validity comparison," *Journal of Personality Assessment*,Vol.55,

pp.729-745.

Heider, F.(1958), *The psychology of interpersonal relations*. John Wiley.

Hoffman, M.L.(2000),*Empathy and moral development: Implications for caring and justice*. Cambridge: Cambridge University Press. (菊池章夫、二宮勝美訳(2001)、『共感と道德性の発達心理学－思いやりと正義とのかかわりで－』、川島書店)

Hovland, C. I., and Weis, W.(1951), “The influence of source credibility on communication effectiveness”,*Public Opinion Quarterly*,Vol.15.

Huhmann,B.A., and Brotherton, T.P.,(1997), “A content analysis of guilt appeals in popular magazine advertisements,”*Journal of Advertising*,Vol.26,pp.35-45.

Hung, I. W. and Mukhopadhyay, A. (2012), “Lenses of the Heart: How Actor’s and Observers’ Perspectives Influence Emotional Experiences,” *Journal of consumer Research*, Vol.38, pp.1103-1115.

Ishikawa, T., and Uchiyama, I.(2000), “Relations of empathy and social responsibility to guilt feelings among undergraduate students,” *Perceptual and Motor Skills*, Vol.91,pp.1127-1133.

Izard, C. (1971), *The face of emotion*. New York: Appleton-Century-Crofts.

Izard, C. (1977), *Human emotions*. New York: Plenum Press.

Izard, C. (1991), *The Psychology of emotions*. Plenum Press New York. (莊巖舜哉監訳(1996)、『感情心理学』、ナカニシヤ出版) .

Izard, C. (1993), “Four Systems for Emotion Activation:Cognitive and Noncognitive Processes”, *Psychological Review*, Vol.100, No. 1,pp.68-90.

Jacoby, L. L., and Hay, J. F. (1998), Age-related deficits in memory : Theory and application. In M. A. Conway, S. E. Gathercole, and C. Conoldi (Eds.), *Theory of memory: Vol.2*,Hove,UK: Psychology Press,pp.111-134.

James,W. (1884), “What is emotions?,” *Mind*, Vol.4, pp.188-204.

Klein, S.B., and Loftus, J.(1993), The mental representation of trait and autobiographical knowledge about the self. In R.S. Wyer and T.K. Srull (Eds.), *Advances in social cognition: Vol.5*,Hillsdale, NJ:Lawrence Erlbaum Associates,pp.1-49.

- Kugler, K., and Johns (1992). On conceptualizing and assessing guilt. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, pp.318-327.
- Laaksonen P. (1994), *Consumer Involvement: Concepts and Research*. Routledge.
(池尾恭一、青木幸弘監訳(1998)、『消費者関与』、千倉書房) .
- Lange, C. G. (1885), *Über Gemuthsbewegungen*. Lipzig, Thomas, In K. Dunlop (Eds.), (Lange, C. G. (1992), *The emotions: A psychophysiological study*. New York: Hafner Publishing, pp.33-90.
- Lazarus, R. S. (1984), "On the primacy of cognition," *American Psychologist*, Vol.39, pp.124-129.
- Lazarus, R. S. (1991), *Emotion and Adaption*. Oxford: Oxford University Press.
- Leary, M. R., (2007), "Motivational and Emotional Aspects of the Self," *Annual Review of Psychology*, Vol.58, pp.317-344.
- LeDoux, J. E. (1987), "Handbook of Physiology: Section I. The nervous system," Vol.5. Higher function of the brain. Bethesda, MD, *Emotion*, In F. Plum (Eds.), American Physiological Society, pp.419-460.
- Lewis, H.B. (1971), *Shame and guilt in neurosis*. New York: International Universities Press.
- Lewis, M (1995), *Shame: The exposed self*. New York: Guilford Press. (高橋恵子監訳(1997)、『恥の心理学-傷つく自己-』、ミネルヴァ出版).
- Marschall, D., Sanftner, J., and Tangney, J. P. (1994), *The State shame and guilt Scale*. Fairfax, VA: George Mason University.
- Mesquita, B. (2001), Culture and emotion: Different approaches to the question. In T. J. Mayne H. H. Goldsmith (Eds.), *Emotions: Current issues and future directions*. New York: Guilford. pp.214-250.
- Miller, R. S. (1992), "The Nature and Severity of Self-Reported Embarrassing Circumstances," *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol.18, pp.190-198.
- Mosher, D. L. (1966), "The development and multitrait-multimethod matrix analysis of three measures of guilt," *Journal of Consulting Psychology*, Vol.30, pp.25-29.

- Nisser, U. (1988), Five kinds of self knowledge, *Philosophical Psychology*, Vol.1, pp.35-59.
- O'Connor, L.E., Berry, J. W., Weiss, J., Bush, M., and Sampson, H., (1997), "Interpersonal guilt: The development of a new measure," *Journal of Clinical Psychology*, Vol.55, pp.73-89.
- OECD Health Data (2013), "Health Care Utilisation: *Screening*" .
(http://stats.oecd.org/index.aspx?DataSetCode=HEALTH_STAT)
- Oliver, R. L. (1993), "Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response," *Journal of Consumer Research*, Vol.20, pp.418-430.
- Passyn, K. and Sujana, M. (2006), "Self-Accountability Emotions and Fear Appeals: Motivating Behavior," *Journal of Consumer Research*, Vol.32, pp.583-589..
- Peter, J. P., and G. A. Churchill, Jr. (1986), "Relationship Among Research Design Choices and Psychometric Properties of Rating Scales: A Meta-Analysis," *Journal of Marketing Research*, Vol.23, pp.1-10.
- Robinson, J. A. (1992). First experience memories: Context and functions in personal histories. In M. A. Conway, D. C. Rubin, H. Spinnler, and W. A. Wagenaar (Eds.), *Theoretical perspectives on autobiographical memory*. Dordrecht, Netherlands: Kluwer, pp.223-239.
- Rosenberg, M. J. and Carl I. H. (1960), "Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes." In Milton J. R., Carl I. H., William J. M., Robert P. A., and Jack W. B. (eds.), *Attitude organization and change*. New Haven :Yale University Press, pp.1-14.
- Rotter, J. B. (1966), "Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement", *Psychological Monograph*, Vol.80, pp1-28.
- Russell, J. A. (1980), A circumplex model of affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.39, pp.1161-1178.
- Schmitt, B. H. (1999), *Experiential Marketing: How to get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Brands*. The Free Press: NY.
- Sherif, M., and Cantril, H. (1945), "The psychology of attitudes," *Psychological Review*, 52, pp.295-319.

- Solomon, M. R. (2011), *Consumer behavior – buying, having, and being*. Pearson.
- Tangney, J. P. (1991), “Moral Affect: the good, the bad, and the ugly,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.61, pp.598-607.
- Tangney, J. P. (1995), “Shame and guilt in interpersonal relationships,” In J. P. Tangney and K. W. Fischer (Eds.), *Self-conscious emotions: The Psychology of shame, guilt, embarrassment, and pride*. Guilford Press, pp.114-139.
- Tangney, J. P. (2003), “Self-relevant emotions,” In M. R. Leary and J. P. Tangney (Eds.), *Handbook of self and identity*. New York: Guilford Press, pp.384-400.
- Tagney, J. P., and Dearing, R. L. (2002), *Shame and guilt*, Guilford Press.
- Tomkins, S. S. (1962), *Affect, imagery and consciousness. Vol.1. The positive affects*, New York: Spring-Verlag.
- Tomkins, S. S. (1963), *Affect, imagery and consciousness. Vol.2. The negative affects*. New York: Spring-Verlag.
- Weiner, B. (1986), *An Attributional Theory of Motivation and Emotion*. New York: Spring-Verlag.
- Weiner, B. (2006), *Social Motivation, justice and the Moral Emotions: An Attributional Approach*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc. (速水敏彦、唐沢かおり監訳(2007)、『社会的動機づけの心理学』、北王子出版)。
- Weinstein, N. (1984), “Why it won’t happen to me: Perceptions of risk factors and susceptibility,” *Health Psychology*, Vol.3, pp.431-457.
- Westbrook, R. A., and Richard L. O., (1991), “The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction,” *Journal of Consumer Research*, Vol.,18, pp.84-91.
- Watson, D., Clark, L. A., and Tellegen, A. (1988), “Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scale,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.54, pp.1063-1070
- Zajonc, R. B. (1980), “Feeling and thinking: Preferences need no inferences.” *American Psychologist*, Vol.35, pp.151-175.
- 青木幸弘(1987)、「関与概念と消費者情報処理(1)」、商学論叢、第35号(1)、pp.97-113.
- 青木幸弘(1988)、「関与概念と消費者行動処理(2) 概念的枠組と研究課題一」、商学論

- 叢、第 36 号(1)、pp.65-91.
- 青木幸弘(1989)、「消費者関与の概念的整理：階層性と多様性の問題を中心として」、
商学論叢、第 37 号、(1)(2)(3)(4)合併号、pp.119-138.
- 青木幸弘(2010)、「知識構造と関与水準の分析」、pp.163-199.、池尾恭一、青木幸弘、
南知恵子、井上哲浩 (2010)、『マーケティング』、有斐閣.
- 薊理津子(2008)、「恥と罪悪感の研究の動向」、感情心理学研究、第 16 号、pp.49-64.
- 薊理津子(2009)、「屈辱感・羞恥感・罪悪感の状態尺度と恥、罪悪感の特性尺度との関
連性の検討」、聖心女子大学大学院論集、第 31 号、pp.54-41.
- 有光興記(2001)、「罪悪感,羞恥心と性格特性の関係」、性格心理学研究、第 9 号、
pp.71-86.
- 有光興記(2002)、「日本人青年の罪悪感喚起状況の構造」、心理学研究、第 9 号、pp.71-86.
- 有光興記、菊池章夫 (編著) (2009)、『自己意識的感情の心理学』、北大路書房.
- 有光興記(2012)、「パーソナリティ心理学の立場から」、pp.210-230.、有光興記、菊池
章夫 (編著) (2009)、『自己意識的感情の心理学』、北大路書房.
- 安藤清志(2001)、「罪感情と社会的行動(1)罪悪感による行動のコントロール」、東洋
大学社会学研究所・年報.
- 池尾恭一、青木幸弘、南知恵子、井上哲浩 (2010)、『マーケティング』、有斐閣.
- 池田謙一、唐沢穰、工藤恵理子、村本由紀子(2010)、『社会心理学』、有斐閣.
- 石川隆行、内山伊知郎(2001a)、「5 歳児の罪悪感に共感性と役割取得能力が及ぼす影
響について」、教育心理学研究、第 49 号、pp.60-68.
- 石川隆行、内山伊知郎(2001b)、「児童中期の罪悪感と共感性および役割取得能力の関
連」、行動科学、第 40 号、pp.1-8.
- 石川隆行、内山伊知郎(2002)、「青年期の罪悪感と共感性および役割取得能力の関連」、
発達心理学、第 13 号、pp.12-19.
- 稲葉小由紀(2009)、「罪悪感」、pp.126-141、有光興記、菊池章夫 (編著) (2009)、『自
己意識的感情の心理学』、北大路書房.
- 井上忠司(1977)、「「世間体」の構造—社会心理史の歩み」、NHK ブックス.
- 上原聡(2010)、「社会的判断における感情の機能と構造の分析」、嘉悦大学研究論集」、
第 53 号(1)、pp.1-14.
- 遠藤利彦(1996)、『喜怒哀楽の起源』、岩波書店.

- 遠藤利彦(2009)、「自己と感情」、pp.2-36.、有光興記、菊池章夫（編著）(2009)、『自己意識的感情の心理学』、北大路書房。
- 大野幸子(2012)、「Guilt 感情が行動意図へ与える効果 ～対象のもつ知覚リスクの高低から探る研究～」、第 44 回消費者行動研究コンファレンス報告要旨集、pp.25-28.
- 大野幸子、井上哲浩(2012)、「感情心理アプローチによる高リスク高関与サービス採用行動への示唆：子宮頸がんワクチン接種行動への適用」、マーケティング・サイエンス（大会報告要約）、Vol.21 No.1, p.98.
- 大野幸子(2013)、「感情心理アプローチによる罪感情の諸研究」、「季刊マーケティングジャーナル」、第 128 号、pp.122-132.
- 岡田顕宏(2003)、「日本人大学生の恥および罪悪感傾向の測定－TOSCA-A 日本語版作成の試み－」、札幌国際大学紀要、第 34 号、pp.31-42.
- 岸志津江(2012)、「消費者行動研究における感情の位置づけ（1）—感情と認知の相互関係—」、東京経大会誌」、第 274 号、pp.73-89.
- 角山剛、小西啓史、三星宗雄、渡辺浪二(2003)、『基礎から学ぶ心理学』、ブレーン出版。
- 唐沢穰(2010)、「態度と態度変化」、pp.137-158.、池田謙一、唐沢穰、工藤恵理子、村本由紀子(2010)、『社会心理学』、有斐閣。
- 菊池章夫・有光興記(2006)、「新しい自己意識的感情尺度の開発」、パーソナリティ研究、第 14 号、pp.137-148.
- 黒田文(2003)、「確証的因子分析を用いた「認知年齢」に関する構成概念妥当性の検証：中高年齢層を対象として」、「行動計量学」、第 30 巻第 1 号、pp.149-163.
- 佐藤美恵子・三宅和夫(1999)、「日本人の恥と罪の自己意識の特徴」、日本心理学会第 63 回大会発表論文集、p.706.
- 佐藤徳、安田朝子(2001)、「日本語版 PANAS の作成」、性格心理学研究、第 9 号、pp.139-139.
- 杉谷陽子(2012)、「特集感情マーケティングブランド態度の形成における感情の役割」、流通情報、No.498、第 44 号(3)、pp.14-21.
- 杉谷陽子(2012)、「消費者の態度形成と学習」、pp.115-136.、杉本徹夫編著、(2009)、『新・消費者理解のための心理学』、福村出版。

- 鈴木直人（編）（2007）、『感情心理学』、朝倉出版.
- 田中洋(2008)、『消費者行動体系論』、中央経済社.
- ティール&ホワイトトリボンプロジェクト(2011)、「一般女性 1,000 名に対する子宮頸がんに関する意識調査結果」、NPO 法人キャンサーネットジャパン.
(<http://www.sikyukeigan.net/documents/110616ppt.pdf>)
- 成田健一(1993)、「共分散構造分析による羞恥感情を引き起こす状況の構造」、東京学芸大学紀要、第 44 号、pp.191-204.
- 成田健一・寺崎正治・新浜邦夫(1990)、「羞恥感情を引き起こす状況の構造—多変量解析を用いて—」、関西学院大学人文論究、第 40 号、pp.73-92.
- 永房典之(2000)、「日本の若者における恥意識の特徴—道徳性と自己意識からの検討—」、東洋大学社会学研究科大学院紀要、第 37 号、pp.17-37.
- 永房典之(2004)、「恥意識尺度 (Shame-Consciousness Scale) 作成の試み」、東洋大学大学院社会学研究科紀要、第 10 号、pp.42-47.
- 永房典之(2009)、「自己意識的感情の理論」、pp.37-53.、有光興記、菊池章夫（編著）(2009)、『自己意識的感情の心理学』、北大路書房.
- 箱田裕司、都築褒史、川畑秀明、萩原茂（2010）、『認知心理学』、有斐閣.
- 濱治世、鈴木直人、濱保久(2001)、『感情心理学への招待 感情・情緒へのアプローチ』、サイエンス社.
- 樋口匡貴(2000)、「恥の構造に関する研究」、社会心理学研究、第 16 号、pp.103-113.
- 樋口匡貴(2001)、「公恥系状況および私恥系状況における恥の発生メカニズム—恥を構成する情緒群とその原因要素からのアプローチ—」、感情心理学研究、第 7 号、pp.61-73.
- 樋口匡貴(2009)、「恥 - その多様な感情の発生から退所まで」、p.126-141、有光興記、菊池章夫（編著）(2009)、『自己意識的感情の心理学』、北大路書房.
- 堀啓造(1991)、「消費者既行動研究における関与尺度の問題」、香川大学経済論叢、第 63 号(4)、pp.545-600.
- 堀内孝(2008)、「エピソード記憶と自己—自己関連付け効果をめぐる問題—」、心理学評論、51 号、pp.43-58.
- 益谷真、松山義則(1984)、「モージャーギルトインベントリーの指標展開—文章完成法を用いて—」、日本心理学会第 48 回大会発表論文集、p.304.

水野修次郎(1998)、「日本人米国留学生における原因帰属、罪、恥と学習適応との関係」、
カウンセリング研究、第 31 号、pp.259-269.

ルディ和子(2012)、「特集感情マーケティング消費者行動を理解するための「感情」の
重要性」、流通情報、No.498、第 44 号(3)、pp.6-13.

注)

¹ 感情 (affect) とは、一般に快 (接近)・不快 (回避) を両極にした刺激に対する主観的な意識状態であり、情動 (emotion) は怒り、悲しみ、喜びなど感情の動的側面を指し、欲求との関連も強く、生理的変化 (表情の変化、発汗など) や行動変化をとともなう心の動きである。一方、気分 (mood) は比較的持続する心の状態である (角山ら 2003)。

² 日本において、子宮頸がんや乳がん検診の検診率は OECD 諸国でも極めて低い数値である (OECD Health Data 2013)。

³ 安藤 (2001) は、罪悪感訴求が、日本の新聞や雑誌、広告にどの程度含まれているか調査した研究は今のところないと述べている。

⁴ 感情研究の潮流に関する記述は、濱、鈴木、濱 (2001)、鈴木 (2007) を参照している。

⁵ 彼らはネオ・ダーウィニズムと呼ばれている。

⁶ エクマンは、人間の感情には、少なくとも恐れ (fear)、驚き (surprise)、怒り (anger)、嫌悪 (disgust)、悲しみ (sad)、喜び (happy) の 6 つの基本情動があり、各感情には特定の表情や表出・生理的反応が生じると主張している。これに対し、ラッセル (Russell) は、感情は離散的ではなく、快・不快、覚醒・睡眠の 2 次元で構成される円環モデル (circumplex model) が妥当であるとしている。

⁷ 例えば、Scherer (1992) は、評価に基づき、そのつど表情や音声などの要素が組み合わされ、その状況に即した感情が表出がされると主張している。社会構成主義は、ある特定の身体的反応が特定の感情と結びつけないとする考える点で、基本感情説と異なる。

⁸ 近年、fMRI (functional magnetic resonance imaging)、PET (positron emission tomography)、NIRS (near - infrared spectroscopy) といった技術を用いた研究が行われるようになってきている。

⁹ 近年では、嫌悪の代わりに軽蔑 (contempt) を挙げている。

¹⁰ 濱 (2001) p.33 を参照。

¹¹ Izard (1977) は Tomkins (1962; 1963) に基づき、分離情動理論として発展させた。

¹² 「分化情動理論」とも訳されるが、本論では Izard の訳 (1996) に基づき「分離情動理論」という用語を用いる。

¹³ Izard (1991) は、もし凝視から目を背けることや頭部の動作を特定の顔面表出の代用とみなすのであれば恥 (shame) は基本情動であると述べている。

¹⁴ 自己意識的感情は「自己関連感情 (Self-Relevant Emotion)」とも言われている (Tangney 2003)。

¹⁵ Nisser は、自己研究の中で「5 種の自己知識論」を唱えているが、うち 2 つの自己知識 (生態的自己および対人的自己) は自己意識に関わるものではない (有光、菊池 2009)。

¹⁶ 英訳においても「shame」「embarrassment」「shyness」の用語が存在する。

¹⁷ 実際に、マーケティング研究への罪感情の適応可能性を検証するため、筆者は、既

存尺度 (SSGS) を用いて、罪感情および恥感情を消費者に適応した際の行動意図への効果を検証した (大野 2012) その際、操作確認を経た罪感情喚起広告と恥感情喚起広告を用い、対象は、消費者の態度と行動が乖離しうる対象として、子宮けいがん検診と寄付行動を対象とした。罪感情の喚起による行動喚起を検証するため、罪感情および恥感情を測定し、子宮けいがん検診では検診の行動意図を、寄付行動では、罪感情を喚起しうる貧困国への支援といったコースリレーテッド・マーケティングに基づいたティッシュの購買意図を、感情喚起広告を見る前後で評価してもらうこととした。結果的に、罪感情や恥感情から行動への媒介変数には、自己関連付け (self-reference effect) といった概念が重要になることが示唆され、また、既存尺度においては、行動喚起に対し、あまり好ましい結果は得られなかった。

18 付録 3 に改めて自由記述式調査の質問を提示している。

19 付録 1 に罪感情の SD 尺度項目および恥感情の Likert 尺度項目の詳細を記載している。その他、MTMM の推定に使用した、罪感情の Likert 尺度項目および、恥感情の SD 尺度項目は以下の通りである。罪感情の Likert 尺度項目は、「自責・後悔」(5 項目) では、「私は、他者に対し、何か悪いことをしたようで罪悪感を感じる。」(Q1_1)、「私は、何か自分のしたこと非難されるべきと感じる。」(Q1_2)、「私は、自分のしたことは、役に立っていないと感じる。」(Q1_3)、「私は、自分のしたことを、何か反省したいと感じる。」(Q1_4)「私は、何か自分がしたことに対して、他者にあやまりたいと感じる。」(Q1_5)。「焦燥感」(5 項目) では、「私は、自分のした良くないことに、焦りを感じる。」(Q1_6)、「私は、自分が迷惑をかけたのではないか、心配である。」(Q1_7)、「私は、自分の心に余裕がないと感じる。」(Q1_8)、「私は、自分がした何か良くないことに対して、緊張を感じる。」(Q1_9)「私は、何か自分がしたことに対して、疲れを感じる」(Q1_10)。「心理的負担の回避」(5 項目) では、「私は、自分のした何か良くないことは、簡単に我慢できることではないと感じる。」(Q1_11)、「私は、自分のした何か良くないことは、相手のせいだと感じる。」(Q1_12)、「私は、何かしょうがないことでも、他者にあやまるべきと感じる。」(Q1_13)、「私は、何か自分のした良くないことは、面倒くさいと感じる。」(Q1_14)、「私は、自分のしたことを、何かほっといてもらいたいと感じる。」(Q1_15)。

恥感情の SD 尺度項目は、「自己嫌悪」(5 項目) では、「暗いー明るい」(Q2_1)、「満足であるー不満である」(Q2_2 逆)、「落ち着いているー焦っている」(Q2_3 逆)、「不快であるー爽快である」(Q2_4)、「ネガティブなーポジティブな」(Q2_5)。「他者への影響」(5 項目) では、「怒られるー褒められる」(Q2_6)、「怒らせるー喜ばせる」(Q2_7)、「迷惑されるー感謝される」(Q2_8)、「落胆させるー喜ばせる」(Q2_9)、「邪魔であるー必要である」(Q2_10)。「回避欲求」(5 項目) では、「無視したいー関係したい」(Q2_11)、「無気力であるーやる気のある」(Q2_12)、「関心があるー無関心である」(Q2_13 逆)、「認識できるー認識できない」(Q2_14 逆)、「回避したいー直面したい」(Q2_15)。

20 罪感情モデルにおいても恥感情モデルにおいても、AGFI は 0.70 程度であるため統計的に十分な水準ではないが、本結果では MTMM といった理論に依拠し、収束妥当性と弁別妥当性が保有されていることをより重要な点として検討している。

21 SSGS も DES II も単一特性からなる尺度であるが、SSGS の方が、DES II (3 項目) よりも項目数が多く、自責や後悔以外の焦燥感を考慮した、より多面的な内容であるため、本節では、SSGS (5 項目) との比較検討を行った。

22 Nisser は、自己研究の中で「5 種の自己知識論」を唱えているが、うち 2 つの自己知識 (生態的自己および対人的自己) は自己意識に関わるものではない (有光、菊池 2009)。