

平成 20 年度
卒業論文

同じ選択を続ける人の心理特性について

三重大学教育学部
人間発達科学過程 57 期
205718
三浦あずさ

平成 21 年 1 月 20 日提出

目次

要旨	3
問題と目的	4
1. 選択行為	4
1-1. 日常の中で行う選択	
1-2. 選択の仕方の個人差	
1-3. 「いつも同じ選択肢を選ぶ人」、「いろいろな選択肢を選ぶ人」	
1-4. 選択の仕方とその要因に関する先行研究	
2. 後悔感情	5
2-1. 後悔感情とは	
2-2. 後悔感情の質の違い	
2-3. 後悔尺度の作成	
2-4. 後悔感情と選択の仕方に関する仮説	
3. 個人の持つ心理特性	7
3-1. 認知的熟慮性－衝動性	
3-2. 新しい刺激への欲求	
3-3. 飽きやすさ、関心の移りやすさ	
3-4. 購買態度	
4. 本研究の目的と仮説	9
4-1. 本研究の目的	
4-2. 本研究の仮説	
方法	10
結果	12
1. 後悔感情と選択の仕方との関連	12
1-1. 後悔尺度の因子分析	
1-2. 後悔因子と各選択場面の相関関係	
1-3. 選択の仕方による後悔因子得点の差	
1-4. 因果関係の検討	
1-5. 選択を得点化	

2. 個人の持つ心理特性と選択の仕方との関連	20
2-1. 心理特性と各選択場面の相関関係	
2-2. 因果関係の検討	
2-3. 選択を得点化	
考察	23
1. 後悔感情と選択の仕方との関連	23
1-1. 後悔感情と選択の仕方との関連	
1-2. 選択場面別の関連	
1-3. 「した後悔」「しなかった後悔」の検討し直し	
2. 個人の持つ心理特性と選択の仕方との関連	25
2-1. 熟慮性－衝動性との関連	
2-2. 新しい刺激への欲求との関連	
2-3. 飽きやすさ、関心の移りやすさとの関連	
2-4. 購買態度との関連	
総合考察	28
引用文献	30
謝辞	31
参考資料	32

要旨

私たちは日常生活において、さまざまな選択を行っている。しかし、同じような選択場面であっても、個人によって選択の仕方が異なる。例えば、飲食店では同じメニューしか注文しない人もいれば、毎回違うメニューを注文する人もいる。両者の違いは何から生じるのだろうか。本研究は、日常生活の中での選択行為に着目し、選択の仕方の違いを規定する要因を明らかにすることを目的としている。

本研究では、選択の仕方の違いを規定する要因として、後悔感情と個人のもつ心理特性を検討した。独自に作成した後悔尺度の因子分析により、後悔感情を「失敗嫌悪」「機会損失嫌悪」「した後悔」「しなかった後悔」の4つに分類した。「失敗嫌悪」「機会損失嫌悪」は選択時に予期する後悔感情であり、「した後悔」「しなかった後悔」は過去に実際に経験した後悔感情である。これら4つの後悔感情の強さと、選択の仕方との関連を検討した。個人のもつ心理特性については、熟慮性－衝動性傾向、新しい刺激への欲求、飽きやすさ、関心の移りやすさ、購買態度の5つについて検討した。

結果、同じ選択肢を選び続ける傾向をもつ人は、選択時に「失敗嫌悪」の後悔感情を予期しやすいことが明らかになった。失敗を避けたいと感じ、より安定した選択を求めていると考えられる。また、新しい刺激への欲求が弱く、飽きにくいという心理特性をもつことが示された。いろいろな選択肢を選ぶ傾向をもつ人は、選択時に「機会損失嫌悪」の後悔感情を予期しやすいことが明らかになった。選択できる機会を逃したくないと感じ、積極的にたくさんの選択肢を試そうとしていると考えられる。また、新しい刺激への欲求が強く、飽きやすいという心理特性をもち、情緒性の購買態度をもっていることが示された。

以上のことより、選択時に予期しやすい後悔感情の違いや、もっている心理特性の違いが、選択の仕方の違いを生じさせることが明らかになった。

問題と目的

1. 選択行為

1-1. 日常の中で行う選択

私たちの生活は選択の連続である。結婚や就職など人生に関わる大きな選択もあれば、何を食べるか、何を着るか、どこへ行くかなど、日常生活の中で行われる選択もある。前者は選択したものを変更することや、繰り返し選択を行うことが困難であるがゆえに、慎重に選択が行われるだろう。一方で日常生活の中で行われる選択は、車を購入するなどの大きな選択以外は、選択したものを変更することが比較的容易で、繰り返しの選択も可能である。この場合、選択に伴うコストは少なく、人はより自由で多様な選択を行うことができると考える。

1-2. 選択の仕方の個人差

同じような選択場面であっても、人によって選択の仕方はさまざまである。

例えば飲食店に行った場合、毎回違うメニューを注文する人もいれば、毎回同じメニューを注文する人もいる。前者のように毎回違うメニューを注文することで、よく行く飲食店であっても、飽きることなく、毎回新鮮に楽しむことができる。このような選択の仕方は、たくさんの選択肢の中で、選択の自由を最大限に生かすことができると考える。一方後者のように、他にもたくさんの選択肢があるにも関わらず、毎回同じメニューを注文することは、一見固執しているように見えたり、他の選択肢のもつ利益を逃しているようにも見える。なぜ、このような選択の仕方をするのだろうか。そしてなぜ、選択の仕方に違いが生まれるのだろうか。

1-3. 「いつも同じ選択肢を選ぶ人」、「いろいろな選択肢を選ぶ人」

本研究では、同じ選択肢を選び続ける選択の仕方、選ぶ選択肢に一貫性がない選択の仕方の2つを取り上げ、それぞれの傾向をもつ人が、どのような特徴をもつのかを検討する。そして両者のもつ特徴を比較することで、選択の仕方の違いを規定する要因を明らかにする。

本研究では、同じ選択肢を選び続ける傾向をもつ人を「いつも同じ選択肢を選ぶ人」、一貫性がない選択をする傾向をもつ人を「いろいろな選択肢を選ぶ人」と定義する。

1-4. 選択の仕方とその要因に関する先行研究

Samuelson & Zeckhauser (1988) は、一度決めたものに固執したり、変更に対して抵抗を示したりする傾向を、「現状維持バイアス」と呼んだ。「現状維持バイアス」の原因として、変更に伴うコスト (Samuelson & Zeckhauser, 1988) や、後悔の回避 (Looms & Sugden, 1982) などが挙げられる。

日常生活の中での選択において同じ選択肢を選び続けることは、「現状維持バイアス」と言えるのだろうか。以前選んだものと同じ選択肢を選ぶということは、現状維持を選択するということであり、非常に近い概念であると考えられる。しかし、「現状維持バイアス」の定義にあるような選択肢への固執や変更への抵抗を必ずしも感じているわけではない。このことから、「現状維持バイアス」は完全にあてはまる概念ではないと考える。

そこで本研究では、「現状維持バイアス」研究を参考にしながら、新たな観点から選択の仕方を規定する要因を検討する。

2. 後悔感情

2-1. 後悔感情とは

Kahneman & Miller (1986) の基準理論では、後悔感情を「自分で選択した（または選択しなかった）行動によって生じた結果と、基準との比較によって生じる否定的な感情」として位置付けている。つまり、後悔は行動選択の結果が自分の予想や期待と悪い意味で異なる場合に生じる感情と定義できる (上市・楠見, 2004)。

また、後悔感情と意思決定に関する先行研究において、Bell (1982) は、「人は後悔という感情を前もって予期し、これを回避しようとする決定を行う」とした。また、Looms & Sugden (1982) は、後悔の回避が、現状維持バイアスを生じさせることを示している。このことから、後悔感情は選択の仕方の違いを規定する要因の一つとなり得ると考える。そこで、後悔感情と選択の仕方との関連を検討する。

2-2. 後悔感情の質の違い

後悔感情に関する先行研究において、その大きさについては検討されているものの、質の違いについて検討されたものはほとんどない。しかし、Bell (1982) の研究で示されているように、決定前に後悔感情を予期し回避しようとするのが、すべての人に共通することなのであれば、「何に後悔を感じるか」という質の違いこそが選択の仕方の違いを生じ

させるのではないだろうか。そこで本研究では、後悔感情を分類し、個人の予期する後悔感情の質の違いや、過去の経験から思い出される後悔感情の質の違いが、個人の選択の仕方にもどう影響を及ぼすかを検討する。

本研究では、後悔感情を「した後悔」と「しなかった後悔」の二つに分類する。「した後悔」と「しなかった後悔」とは、行動したか否かという、異なった行動の結果によって生じる。つまり、「選択した」という行動の結果によって生じる後悔を「した後悔」、「選択しなかった」という行動の結果によって生じる後悔を「しなかった後悔」とする。具体的に言うと、「服を購入したらサイズが合わなくて後悔した」などが「した後悔」、「気に入った服はあったが購入せず、後で購入すればよかったと後悔した」などが「しなかった後悔」である。前者は選択後、期待した結果が得られなかったことに対して生じる後悔であり、後者は選択しなかったことで、得られたはずの利益を逃したことに対する後悔であると言える。

2-3. 後悔尺度の作成

後悔尺度について、Schwartz et al. (2002) は後悔感情の大きさを測る後悔尺度を作成している。また、磯部ら (2005) は Schwartz et al. のものをより日本人に合うように改定し、日本版後悔尺度を作成している。しかし、いずれも後悔感情の大きさを測定するために作成された尺度であり、後悔感情の質の違いを測定するには不十分である。そのため、これらを参考にしながら、後悔感情の質の違いを測定するための尺度を独自に作成することにした。

2-4. 後悔感情と選択の仕方に関する仮説

樫村ら (2006) によると、Schwartz (2004) は、ひとつの選択肢を選ぶということは、他の諦めた選択肢のもつ魅力的な面を手に入れる機会を失うという「機会コスト」を含むとした。この機会コストを意識しすぎると、個人の中で「もし…ならば、…だったのに」という反実仮想が膨らみ、選択しなかった選択肢に対する後悔感情を生じさせる。この後悔感情は「しなかった後悔」であると考えられる。選択肢が多ければ多いほど、諦めなければならぬ選択肢が増え、機会コストが増加する。しかし、繰り返しの選択が可能な場合、諦めた選択肢を次の機会に選択すれば、機会コストは低減し、「しなかった後悔」を減少させることができると考える。このことから、「しなかった後悔」を感じやすい人は、繰り返

しの選択が可能な日常生活の中での選択においては、積極的にいろいろな選択肢を選ぼうとすると考えられる。

一方、他の選択肢が魅力的であったとしても、失敗する可能性を考えすぎると、私たちは選択をためらうことがある。失敗による後悔は、「した後悔」であると言える。失敗を避けるための最も安心できる選択の仕方は、以前選んで成功したことがある選択肢を選ぶことであるとする。このことから、「した後悔」を感じやすい人は、より安心できる選択を行うため、積極的に以前選んで成功した選択肢を選ぼうとすると考えられる。

3. 個人の持つ心理特性

3-1. 認知的熟慮性－衝動性

人が選択を行う際、じっくり吟味した上で選択することもあれば、衝動的に選択してしまうこともある。衝動的に選択することは、選択肢の吟味に欠け、失敗するリスクが高い。

「いつも同じ選択肢を選ぶ人」は、失敗を避けるためにじっくり吟味し、衝動的に選択することは少ないと考える。一方、「いろいろな選択肢を選ぶ人」は、期間限定ものなどに敏感に反応し、吟味することなく衝動的に選択してしまう傾向があるとする。

そこで、滝間・坂元（1991）の作成した認知的熟慮性－衝動性尺度を使用し、選択の仕方との関連を検討する。認知的熟慮性－衝動性尺度は、じっくり考えて物事を決定するかどうかという特性を測定する尺度であり、得点の高い人ほど熟慮性が高く、得点の低い人ほど衝動性が高いことを示す。

3-2. 新しい刺激への欲求

「新メニュー」「新商品」などに強く興味を示し、積極的に試そうとする人もいれば、「新メニュー」「新商品」と聞いてもさほど興味を持たない人もいる。この違いは、新しい刺激へ向かう欲求の強さが関連しているとする。

そこで、新しい刺激への欲求の強さが、選択の仕方とどう関連するかを検討する。「いろいろな選択肢を選ぶ人」は、今までに選択したことのない選択肢も積極的に選択していることから、新しい刺激への欲求が強いと考えられる。一方、「いつも同じ選択肢を選ぶ人」は、今までに選択したことのない選択肢ではなく、選択したことがある選択肢を選び続けていることから、新しい刺激への欲求は弱いと考えられる。

新しい刺激への欲求の強さを測定するにあたって、古澤（1989）の作成した SSS-AE

を使用する。SSS-AE 尺度とは、Zuckerman (1979) の作成した刺激欲求尺度 (SSS) を抽象化したものであり、TAS (スピードや危険を含むスポーツや活動に携わろうという欲求)、ES (新しい体験や変わった経験を試みようという欲求)、Dis (抑制を解除させることへの欲求) の 3 つの下位尺度で構成されている。このうち、新しい刺激への欲求に関する ES 尺度のみを使用する。

3-3. 飽きやすさ、関心の移りやすさ

同じ選択肢ばかりを選び続けていると、人は飽きを感じる。しかし、飽きるタイミングは人によって異なる。このことには、個人のもつ特性としての飽きやすさや、他の物事への関心の移りやすさ関連していると考えられる。

そこで、飽きやすさや、他の物事への関心の移りやすさという特性が、選択の仕方とどう関連するかを検討する。「いろいろな選択肢を選ぶ人」は、飽きやすく、他の選択肢へ関心が移りやすいため、同じ選択肢を選び続けることに満足できず、いろいろな選択肢を選ぼうとすると考えられる。一方、「いつも同じ選択肢を選ぶ人」は、飽きにくく、他の選択肢へ関心が移りにくいため、同じ選択肢を選び続けても満足でき、いろいろな選択肢を選ぼうとはしないと考えられる。

3-4. 購買態度

佐々木 (1988) は、購買態度の基本的次元として、「合理性」と「情緒性」の二次元を設定した。「合理性」とは、商品を購入するにあたり、実用性や使いやすさを重視したり (実質性)、バーゲンを利用したり (経済性)、品物や店を比較したり (探索性) する態度を示す。また、「情緒性」とは、ブランド品を買ったり (依存性)、新製品を人より早く買ったり (革新性)、見た目やムードを重視して買ったり (感覚性) する態度を示す。

「合理性」はより質を重視した購買態度、「情緒性」はブランドや新しさなどの付加価値に注目した購買態度であると考えられる。どちらの態度を強くもつかは、何を重視して選択を行うかに関連すると考える。そこで、「合理性」「情緒性」の 2 つの購買態度と、選択の仕方との関連を検討する。「いつも同じ選択肢を選ぶ人」は失敗を避けるためより質を重視した選択をし、「いろいろな選択肢を選ぶ人」は新しい刺激への欲求の強さなどから、付加価値に注目した選択を行うことが考えられる。このことから、「いつも同じ選択肢を選ぶ人」は「合理性」の購買態度を強くもち、「いろいろな選択肢を選ぶ人」は「情緒性」の購

買態度を強くもつと考えられる。

4. 本研究の目的と仮説

4-1. 本研究の目的

本研究の目的は、個人が日常生活の中で繰り返し行う選択行為に着目し、同じ選択肢を選び続ける傾向をもつ「いつも同じ選択肢を選ぶ人」と、一貫性がない選択をする傾向をもつ「いろいろな選択肢を選ぶ人」を比較することで、個人の選択の仕方の違いを規定する要因を明らかにすることである。

4-2. 本研究の仮説

本研究の仮説は以下の通りである。

- (1) した後悔を強く感じる人は、いつも同じ選択肢を選ぶ。
- (2) しなかった後悔を強く感じる人は、いろいろな選択肢を選ぶ。
- (3) いろいろな選択肢を選ぶ人ほど、衝動性の傾向が高い。
- (4) いろいろな選択肢を選ぶ人は新しい刺激への欲求が強く、いつも同じ選択肢を選ぶ人は新しい刺激への欲求が弱い。
- (5) いろいろな選択肢を選ぶ人は飽きやすく、関心が移りやすい。いつも同じ選択肢を選ぶ人は飽きにくく、関心が移りにくい。
- (6) いつもと同じ選択肢を選ぶ人は「合理性」の購買態度を強くもち、いろいろな選択肢を選ぶ人は「情緒性」の購買態度を強くもつ。

方法

1. 調査対象

M 大学生 214 名を対象として質問紙調査を実施した。このうち、記入漏れのあるものを除き、有効回答者は 209 名（男性 73 名、女性 135 名、不明 1 名）だった。

2. 調査時期

2008 年 12 月上旬に実施した。

3. 実施状況

5 つの講義で説明後、質問紙を配布し、回答させた。

4. 質問紙の構成

I) フェイスシート

性別、年齢、学年

II) 選択の仕方に関するシナリオ

3 つの場面のシナリオを作成した。

質問 1 として、「あなたはお気に入りのメニューがある飲食店に行きました。すると期間限定で新メニューが出ていました。あなたは、おいしいと分かっているお気に入りのメニューを頼みますか？それとも、今しか食べられない新メニューを頼みますか？」と質問文を提示し、「1. 迷わずお気に入りのメニュー」「2. 悩んだ上でお気に入りのメニュー」「3. 悩んだ上で期間限定の新メニュー」「4. 迷わず期間限定の新メニュー」の四択で回答させた。他の 2 つのシナリオに関しては、旅行先を決定する場面、シャンプーの購入場面を想定させ、同様に四択で回答させた。

III) 後悔尺度

Schwartz et al. (2002) による後悔尺度や、磯部ら (2005) による日本版後悔尺度を参考にしながら、独自で作成した。「した後悔」を想定した 7 項目、「しなかった後悔」を想定した 7 項目の計 14 項目からなる。全くあてはまらない～非常にあてはま

るの 7 件法で回答させた。

IV) 認知的熟慮性－衝動性尺度

滝間・坂元 (1991) のものを使用した。あてはまる、どちらかと言えばあてはまる、どちらかと言えばあてはまらない、あてはまらないの 4 件法で回答させた。

V) SSS－AE

古澤 (1989) が作成した SSS－AE の下位尺度である TAS (スピードや危険を含むスポーツや活動に携わろうという欲求)、ES (新しい体験や変わった経験を試してみようという欲求)、Dis (抑制を解除させることへの欲求) のうち、本研究に関連する ES 尺度のみを使用した。あてはまらない～あてはまるの 5 件法で回答させた。

VI) 飽きやすさ、関心の移りやすさに関する項目

飽きやすさに関する 3 項目、関心の移りやすさに関する 2 項目を作成し、あてはまらない～あてはまるの 5 件法で回答させた。

VII) 同じ選択肢を選ぶ傾向に関する項目

以前選んだものと同じ選択肢を選ぶことがよくあるかについて、あてはまらない～あてはまるの 5 件法で回答させた。しかし、1 項目では不十分であり、適切に測定できていないと判断したため、分析には使用しなかった。

VIII) レック・スケール

購買態度の基本的次元として、「合理性」と「情緒性」の二次元を設定し、それぞれの態度の強さを測定する尺度として、佐々木 (1988) が作成したものを使用した。違～その通りの 5 件法で回答させた。

結果

1. 後悔感情と選択の仕方との関連

1-1. 後悔尺度の因子分析

まず、独自に作成した後悔尺度の因子構造を検討するため、因子分析（重みなし最小二乗法、プロマックス回転）を行ったところ、Table 1 に示したように、4 因子が抽出された。後悔尺度の信頼性係数(Cronbach の α 係数)は、第 1 因子で $\alpha = .736$ 、第 2 因子で $\alpha = .730$ 、第 3 因子で $\alpha = .696$ 、第 4 因子で $\alpha = .797$ であった。

Table 1 後悔尺度の項目内容と因子構造

項目内容	I	II	III	IV
確実に成功する選択肢でないと、選択したくない	.85	-.02	.03	-.07
成功するかどうかわからないものを選択するのは嫌だ	.77	-.06	-.03	-.02
選択するときはずっと、選択したものが失敗だったらどうしようか考える	.57	.12	.08	.00
選んだものが失敗だったらいつまでも悔やむ方だ	.36	.09	.02	.27
選択を見送ったことに、後悔することがよくある	.07	.75	-.08	.08
選ばなかった選択肢が、頭から離れないことがある	.16	.65	-.08	-.02
後になってから、「やっぱり買っておけばよかった」と思うことがよくある	-.11	.64	.03	.09
自分が断念したことをしている人を見て、うらやましく思うことがある	.04	.56	.07	-.04
失敗するかどうかよりも、手に入れる機会を失うことのほうが損だと思う	-.32	.44	.20	-.14
限定商品や新商品などは、買わないと損だと思う	.16	-.06	.89	.02
期間限定のものだったとしても、失敗するぐらいなら購入しない	.25	.10	-.64	-.06
限定商品などの機会を逃して後悔したことがある	.12	.24	.50	-.05
何かを購入した後に、「違うものにしていればよかった」と思うことがよくある	-.09	.00	-.02	.88
後になってから、購入したことを後悔することがよくある	.05	.04	.04	.75
因子間相関	I	II	III	IV
I	—	.36	-.16	.25
II		—	.33	.42
III			—	.01
IV				—

第 1 因子は 4 項目で構成されており、「確実に成功する選択肢でないと、選択したくない」「成功するかどうかわからないものを選択するのは嫌だ」など、失敗に対する嫌悪感の強さを示す内容の項目が高い負荷量を示していた。そこで「失敗嫌悪」因子と命名した。第 2 因子は 5 項目で構成されており、「選択を見送ったことに後悔することがよくある」「選ばなかった選択肢が、頭から離れないことがある」など、しなかった後悔の程度に関する内容の項目が高い負荷量を示していた。そこで「しなかった後悔」因子と命名した。第 3

因子は3項目で構成されており、「限定商品などは、買わないと損だと思う」「限定商品などの機会を逃して後悔したことがある」など、機会を逃すことへの嫌悪感の強さを示す内容の項目が高い負荷量を示していた。そこで「機会損失嫌悪」因子と命名した。第4因子は2項目で構成されており、「何かを購入した後に、違うものにしていればよかったと思うことがよくある」など、した後悔の程度に関する内容の項目が高い負荷量を示していた。そこで「した後悔」因子と命名した。

尺度を新たに作成するにあたり、「した後悔」と「しなかった後悔」の二次元を想定していたが、2因子に固定した因子分析では適切な結果が得られなかった。因子分析で抽出された4因子に関して、「失敗嫌悪」因子と「した後悔」因子は「した後悔」を想定して作成した項目群で構成され、「機会損失嫌悪」因子と「しなかった後悔」因子は負の負荷量を示した第7項目を除き、「しなかった後悔」を想定して作成した項目群で構成されている。そのため、「した後悔」を「失敗嫌悪」因子と「した後悔」因子の二次元、「しなかった後悔」を「機会損失嫌悪」因子と「しなかった後悔」因子の二次元として捉え、この4因子で今後の分析を行うことにした。

1-2. 後悔因子と各選択場面の相関関係

先ほどの後悔尺度の因子分析において、各因子に高い負荷量を示した項目の平均値を算出することにより、失敗嫌悪得点（平均 3.79, *SD* 1.29）、しなかった後悔得点（平均 4.61, *SD* 1.07）、機会損失嫌悪得点（平均 3.75, *SD* 1.38）、した後悔得点（平均 4.46, *SD* 1.45）とした。4つの後悔因子得点と3つの選択場面（飲食店、旅行、シャンプー）の相関関係を Table 2 に示す。結果、飲食店での選択において、失敗嫌悪得点との間には負の相関 ($r = -.24, p < .01$)、機会損失嫌悪得点との間には正の相関 ($r = .42, p < .01$) がみられた。このことから、失敗嫌悪得点が高い人ほど、飲食店ではお気に入りのメニューを選択し、機会損失嫌悪得点が高い人ほど、期間限定のメニューを選択することが明らかになった。また、シャンプー購入時の選択と機会損失嫌悪得点の間には正の相関がみられた ($r = .24, p < .01$)。このことから、機会損失嫌悪得点が高い人ほど、CM で話題のシャンプーを選択することが明らかになった。旅行先の選択に関しては、どの後悔因子得点とも有意な相関はみられなかった。

Table 2 後悔因子と3つの選択場面の相関

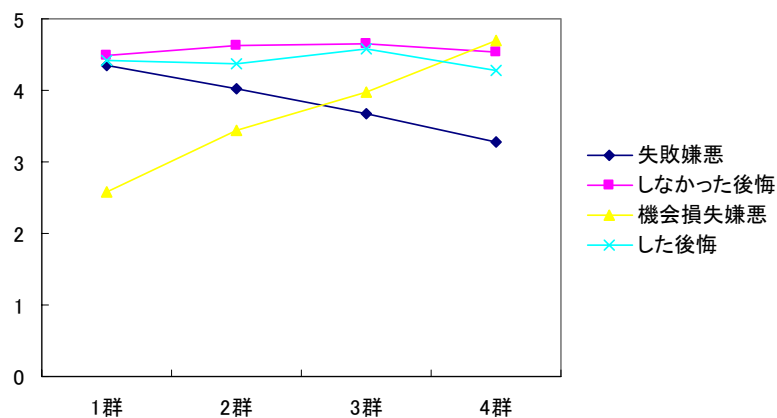
	失敗嫌悪	しなかつた後悔	機会損失嫌悪	した後悔
飲食店	-.24 **	.02	.42 **	.01
旅行	.03	.11	.06	-.06
シャンプー	-.08	.06	.24 **	.07

** $p < .01$

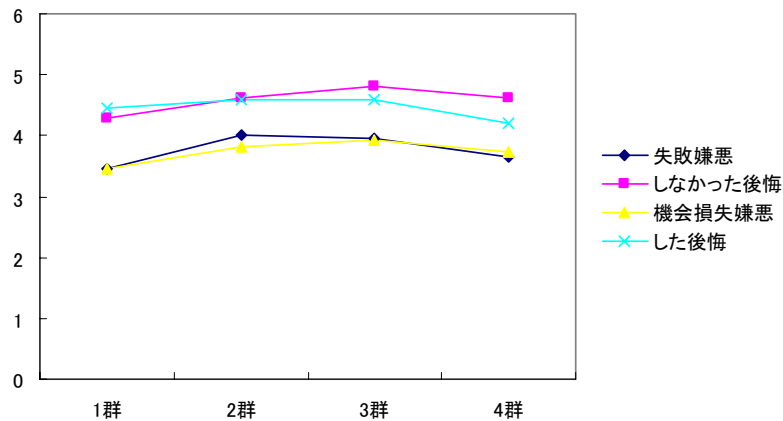
1-3. 選択の仕方による後悔因子得点の差

本研究では選択の仕方として、「いつも同じ選択肢を選ぶ」と「いろいろな選択肢を選ぶ」の2つを仮定した。さらに、その選択肢を迷わず選択したか、もしくは悩んだ上で選択したかを考慮するため、質問紙で設定した3つの選択場面において、それぞれ4択（1. 迷わずいつもと同じ、2. 悩んだ上でいつもと同じ、3. 悩んだ上で新しいもの、4. 迷わず新しいもの）で回答を求めた。この4つの選択の仕方を、これより1群～4群とする。4つの群に関して後悔感情に差がみられるかを検討するため、選択場面別に、4つの群を独立変数、後悔因子得点を従属変数とした分散分析を行った。結果をFigure 1に示す。飲食店での選択において、失敗嫌悪得点 ($F(3,205)=4.19, p<.01$)、機会損失嫌悪得点 ($F(3,205)=15.10, p<.001$) に有意な差が見られた。分散分析で有意な差がみられたため、TukeyのHSD法による多重比較を行った。その結果、失敗嫌悪得点については1群>4群、機会損失嫌悪得点については4群>3群=2群>1群という結果が得られた。また、シャンプー購入時の選択においては、機会損失嫌悪得点に有意な差が見られた ($F(3,205)=5.06, p<.01$)。上記と同様に多重比較を行ったところ、4群>1群という結果が得られた。旅行先の選択に関しては、有意な差は見られなかった。

i) 飲食店



ii)旅行



iii)シャンプー

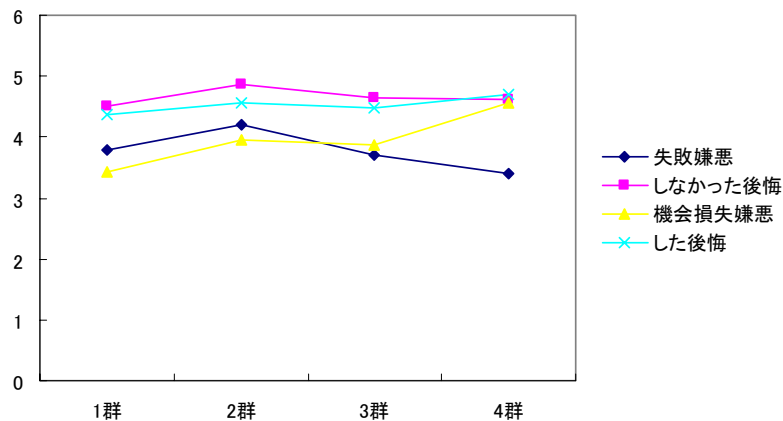


Figure 1 各選択場面における4つの群の後悔因子得点

1-4. 因果関係の検討

各後悔因子が個人の選択の仕方に対する影響を検討するために、選択場面別に重回帰分析を行った。結果を Table 3 に示す。また、重回帰分析に基づくパス図を Figure 2 に示す。飲食店での選択については、失敗嫌悪と機会損失嫌悪から選択の仕方に対する標準偏回帰係数が有意であったが、しななかった後悔とした後悔から選択の仕方に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。シャンプー購入時の選択については、機会損失嫌悪から選択の仕方に対する標準偏回帰係数は有意であったが、失敗嫌悪としななかった後悔、した後悔から選択の仕方に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。旅行先の選択については、どの後悔因子からも選択の仕方に対する有意な標準偏回帰係数はみられなかった。結果から、

失敗嫌悪や機会損失嫌悪を感じることは選択の仕方に影響を及ぼすが、した後悔やしなかった後悔の経験は選択の仕方に直接的な影響を及ぼさないことが明らかになった。

Table 3 選択場面別の重回帰分析結果

	飲食店	旅行	シャンプー
	β	β	β
失敗嫌悪	-.22 **	.02	-.08
しなかった後悔	-.07	.13	-.02
機会損失嫌悪	.43 ***	.03	.24 **
した後悔	.06	-.11	.08
R ²	.23 ***	.024	.07 **

** $p < .01$, *** $p < .001$

β : 標準偏回帰係数

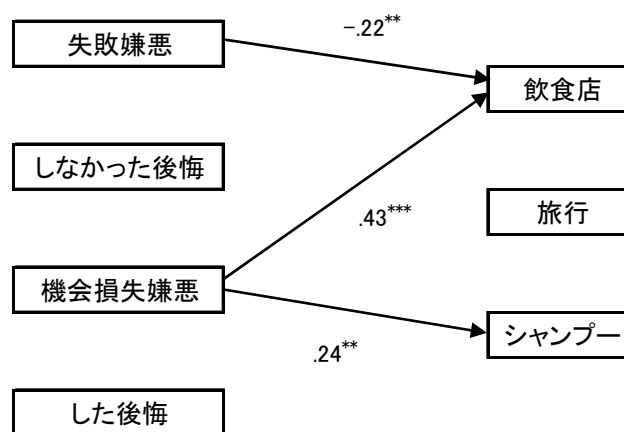
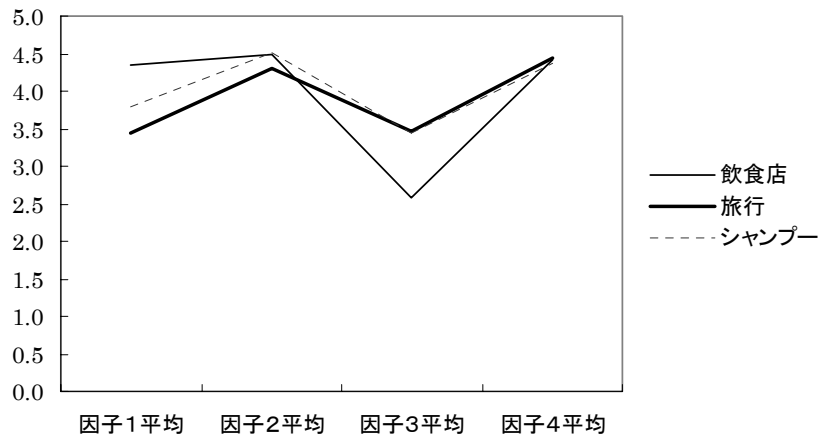


Figure 2 後悔因子から各選択場面での選択に対するパス図

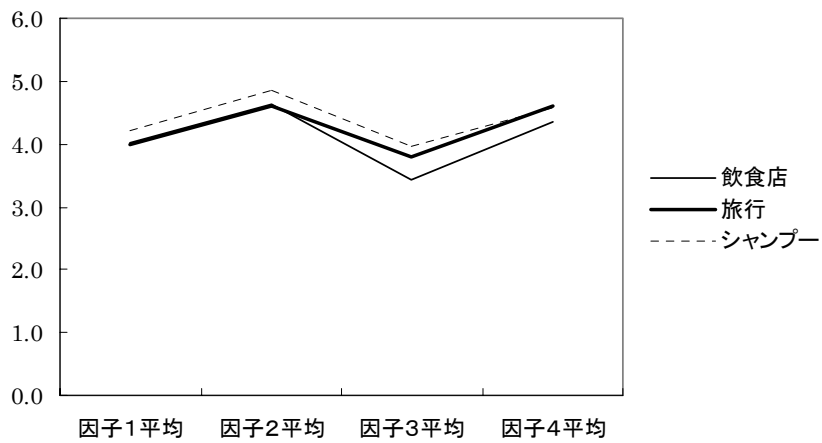
1-5. 選択を得点化

ここまで、選択場面を3つに分けて分析を行ってきた。しかし、回答した番号別の後悔因子得点の平均値を3つの場面において比較したところ、いずれの場面でもほぼ同様の結果が得られたため、場面を分けずに分析することも可能であるとみなした (Figure 3)。

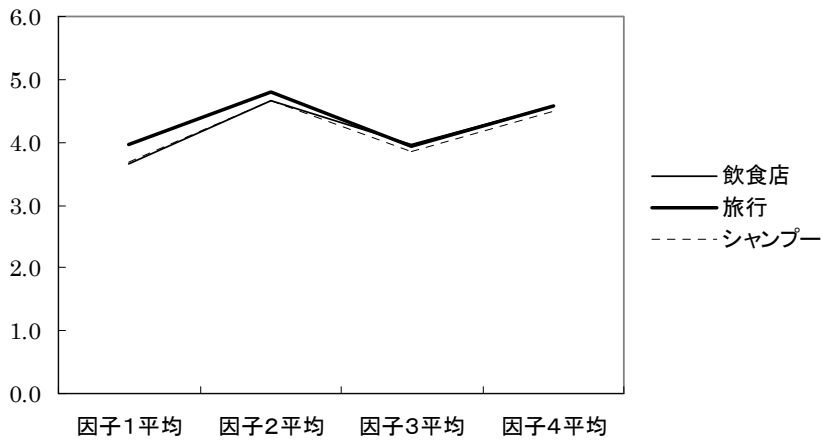
i)1 を選択した人



ii)2 を選択した人



iii)3 を選択した人



iv)4 を選択した人

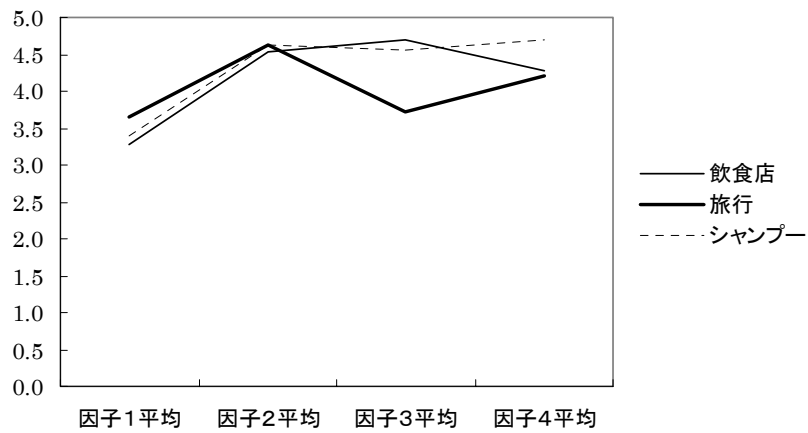


Figure 3 回答した番号別の後悔因子得点平均

そこで、各場面の1~4の回答番号をそのまま得点化し、3つの場面の得点の和を選択の仕方得点とした。選択の仕方得点は、得点が低いほど「いつも同じ選択肢を選ぶ」傾向、高いほど「いろいろな選択肢を選ぶ」傾向があることを示している。選択の仕方得点の記述統計量を算出したところ、平均値 7.18、標準偏差 1.77 であった。度数分布表を Figure 4 に示す。

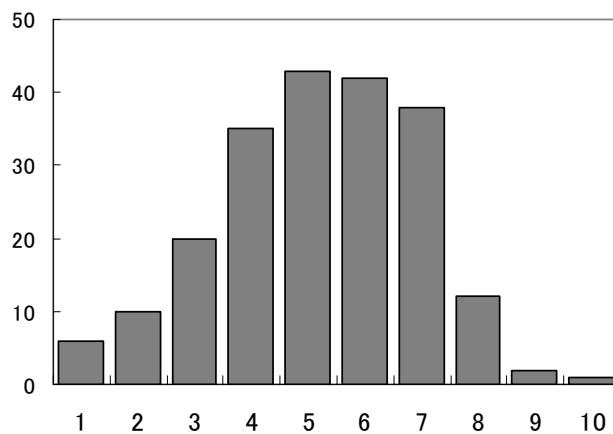


Figure 4 選択の仕方得点の度数分布表

選択の仕方得点と4つの後悔因子の相関を分析したところ、失敗嫌悪得点と負の相関($r = -.15, p < .05$)、機会損失嫌悪得点と正の相関($r = .39, p < .01$)がみられた (Table 4)。このことから、失敗嫌悪得点が高い人ほど「いつも同じ選択肢を選ぶ」傾向があり、機会損失嫌悪得点が高い人ほど「いろいろな選択肢を選ぶ」傾向があることが示された。

しなかった後悔得点、した後悔得点と選択の仕方得点の間には有意な相関は見られなかった。

Table 4 選択の仕方得点と後悔因子の相関

	失敗嫌悪	しなかった後悔	機会損失嫌悪	した後悔
選択の仕方得点	-.15 *	.11	.39 **	.01

* $p < .05$ ** $p < .01$

また、各後悔因子が個人の選択の仕方に対する影響を検討するために、重回帰分析を行った。結果に基づくパス図を Figure 5 に示す。失敗嫌悪と機会損失嫌悪から選択の仕方に対する標準偏回帰係数が有意であったが、しなかった後悔とした後悔から選択の仕方に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。このことから、場面別に検討した時と同様に、失敗嫌悪や機会損失嫌悪を感じることは選択の仕方に影響を及ぼすが、した後悔やしなかった後悔の経験は選択の仕方に対する直接的な影響を及ぼさないことが明らかになった。

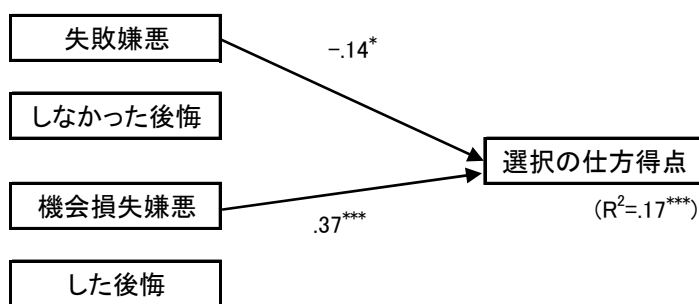


Figure 5 後悔因子から選択の仕方得点に対するパス図

2. 個人の持つ心理特性と選択の仕方との関連

2-1. 心理特性と各選択場面の相関関係

個人の持つ心理特性に関して、選択の仕方との関連を検討した。それぞれの心理特性と3つの選択場面の相関関係を Table 5 に示す。飲食店での選択について、新しい刺激への欲求 ($r=.16, p<.05$)、合理性の購買態度 ($r=.17, p<.05$) との間にそれぞれ正の相関がみられた。また、旅行先の選択については、情緒性の購買態度との間に正の相関がみられた ($r=.17, p<.05$)。さらに、シャンプー購入時の選択について、関心の移りやすさ ($r=.15, p<.05$)、情緒性の購買態度 ($r=.24, p<.01$) との間にそれぞれ正の相関がみられた。このことから、新しい刺激への欲求が強く、合理性の購買態度を示す人ほど飲食店では期間限定メニューを選択することが明らかになった。また、情緒性の購買態度を示す人ほど旅行先の選択では新しい場所を選択し、シャンプー購入時の選択では CM で話題のシャンプーを選択することが明らかになった。そして、関心が移りやすい人ほどシャンプー購入時の選択では CM で話題のシャンプーを選択することが明らかになった。

Table 5 個人の心理特性と3つの選択場面の相関

	熟慮性	刺激欲求	飽きやすさ	関心の移りやすさ	合理性	情緒性
飲食店	-.04	.16 *	.11	.00	.17 *	.03
旅行	-.04	.03	.09	.01	-.06	.17 *
シャンプー	-.03	.09	.11	.15 *	-.03	.24 **

* $p<.05$ ** $p<.01$

2-2. 因果関係の検討

個人の持つ心理特性が選択の仕方と与える影響を検討するために、選択場面別に重回帰分析を行った。結果とパス図を Table 6、Figure 6 に示す。飲食店での選択については、新しい刺激への欲求、合理性の購買態度から選択の仕方への標準偏回帰係数が有意であった。旅行先の選択については、情緒性の購買態度から選択の仕方への標準偏回帰係数が有意であった。シャンプー購入時の選択については、情緒性の購買態度から選択の仕方への標準偏回帰係数が有意であった。このことから、飲食店での選択については、新しい刺激への欲求を持っていることや、合理性の態度を持っていることが、選択の仕方に影響を与

えることが明らかになった。また、旅行先の選択、シャンプー購入時の選択については、情緒性の購買態度を持っていることが選択の仕方に影響を与えることが明らかになった。

Table 6 重回帰分析結果

	飲食店 β	旅行 β	シャンプー β
熟慮性	-.09	-.03	.01
刺激欲求	.15 *	.03	.04
飽きやすさ	.13	.10	.08
関心の移りやすさ	-.11	-.07	.08
合理性	.18 *	-.08	-.06
情緒性	.00	.19 *	.23 **
R^2	.07 *	.05	.08 *

* $p < .05$ ** $p < .01$

β : 標準偏回帰係数

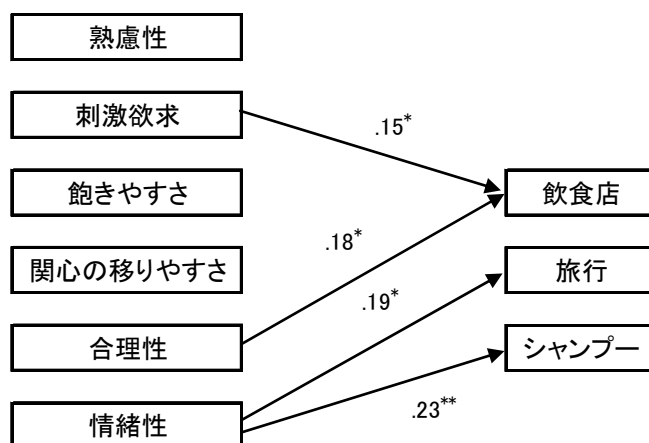


Figure 6 重回帰分析に基づくパス図

2-3. 選択を得点化

後悔感情との関連を検討した時と同様に、場面を分けずに選択の仕方を得点化した分析を行った。まず、各心理特性と選択の仕方得点の相関関係を Table 7 に示す。新しい刺激への欲求 ($r = .15, p < .05$)、飽きやすさ ($r = .18, p < .05$)、情緒性の購買態度 ($r = .26, p < .01$) との間にそれぞれ有意な正の相関がみられた。このことから、新しい刺激への欲求が強く、飽きやすく、情緒性の購買態度を示す人ほど「いろいろな選択肢を選ぶ」傾向があることが明らかになった。

Table 7 個人の心理特性と選択の仕方得点の相関

	熟慮性	刺激欲求	飽きやすさ	関心の移りやすさ	合理性	情緒性
選択の仕方得点	-.06	.15 *	.18 *	.10	.03	.26 **

*p<.05 **p<.01

また、各心理特性が選択の仕方得点に与える影響を検討するために、重回帰分析を行った。結果に基づくパス図を Figure 7 に示す。結果より、飽きやすさ、情緒性の購買態度から選択の仕方得点に対する標準回帰係数が有意であった。その他の心理特性からは有意な結果は得られなかった。このことから、飽きやすい性格であることや、情緒性の購買態度を持っていることが、選択の仕方に影響を与えることが明らかになった。

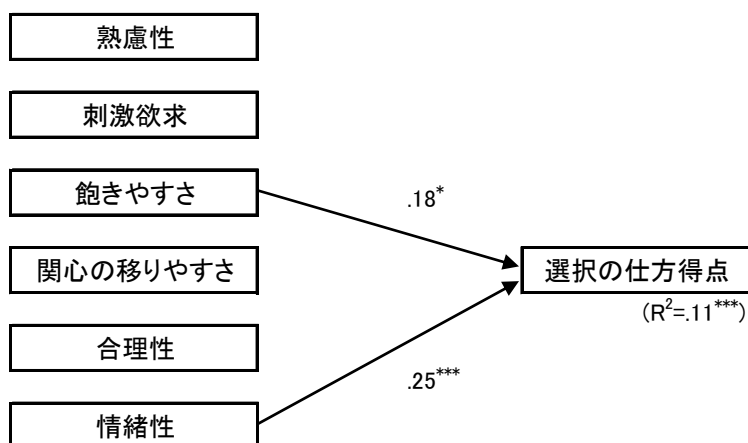


Figure 7 重回帰分析に基づくパス図

考察

本研究の目的は、日常生活の中で繰り返し行われる選択行為に着目し、同じ選択肢を選び続ける傾向をもつ「いつも同じ選択肢を選ぶ人」と、一貫性がない選択をする傾向をもつ「いろいろな選択肢を選ぶ人」を比較することで、個人の選択の仕方の違いを規定する要因を明らかにすることであった。それに伴い、本研究では、日常生活の中で繰り返し行われる選択場面として、飲食店での選択、旅行先の選択、シャンプー購入時の選択の3つを設定した。

1. 後悔感情と選択の仕方との関連

1-1. 後悔感情と選択の仕方との関連

後悔感情の質の違いが、選択の仕方にもどう影響を与えるかを検討した。ここでの仮説は、(1) した後悔を強く感じる人は、いつも同じ選択肢を選ぶ、(2) しなかった後悔を強く感じる人は、いろいろな選択肢を選ぶであった。

Table 4 より、「失敗嫌悪」「機会損失嫌悪」と選択の仕方との間に関連がみられた。失敗を避けたいと感じる程度が高い人ほど、いつも同じ選択肢を選ぶ傾向があり、機会を逃したくないと感じる程度が高い人ほど、いろいろな選択肢を選ぶ傾向があることが明らかになった。また、後悔感情と選択の仕方の因果関係を検討したところ、「失敗嫌悪」「機会損失嫌悪」から選択の仕方への影響が示された (Table 6、Figure 6)。このことから、選択時に「失敗嫌悪」と「機会損失嫌悪」のどちらを強くもつかの違いによって、選択の仕方に違いが生じることが明らかになった。失敗を避けたいという気持ちを強くもつと、新しい選択肢を選ぶことに躊躇し、失敗する可能性のない以前選んだ選択肢を選ぼうとするのだろう。そして、機会を逃したくないという気持ちを強くもつと、今ある機会を確実に得ようとした結果、いろいろな選択肢を選ぶようになるのだろう。「失敗嫌悪」因子は「した後悔」に関する項目で、「機会損失嫌悪」因子は「しなかった後悔」に関する項目で構成されていることから、「失敗嫌悪」を「した後悔」の次元の一つ、「機会損失嫌悪」を「しなかった後悔」の次元の一つと考えるのであれば、仮説 1、2 は部分的に支持されたといえる。

1-2. 選択場面別の関連

選択場面別に後悔感情との関連を検討した (Table 2、Table 3、Figure 2)。飲食店での選択は「失敗嫌悪」や「機会損失嫌悪」が選択の仕方に影響し、シャンプー購入時の選択は「機会損失嫌悪」が選択の仕方に影響することが示された。旅行先の選択については、後悔感情との関連は見られなかった。

飲食店においては、失敗を避けたいと感じる程度が高い人ほどお気に入りのメニューを選択し、機会を逃したくないと感じる程度が高い人ほど期間限定メニューを選択することが示された。また、失敗を避けたいか、機会を逃したくないかという予期する後悔感情の違いが選択の仕方の違いを生じさせる要因となることが示された。

シャンプー購入時においては、機会を逃したくないと感じる程度が高い人ほど CM で話題のシャンプーを選択することが示された。飲食店での選択のように「失敗嫌悪」との関連は見られなかった。シャンプーの選択では、いつもと同じシャンプーを選ぶという人が全体の 65.5%にも上り、その中でも迷わずいつものシャンプーを選ぶという人が 48.3%であった。つまり、ほとんどの人がいつもと同じ選択肢を選んでいる。シャンプーは購入してから長期的に使用するため、自分の体質に合うものや、好みがより反映されやすいことなどから、普段使用しているものを続けて利用する傾向があると考えられる。この場合、いつも使用しているものであることから、失敗する可能性もなく、そもそも失敗するかどうかを考慮する必要があまりない。このことから、「失敗嫌悪」との関連が見られなかったと考えられる。

旅行先の選択において、後悔感情との関連がみられなかった原因の一つとして、後悔尺度の項目が、旅行先の選択場面では適用されにくかったことが挙げられる。後悔尺度の項目には、「購入」「商品」などの言葉が含まれており、旅行先を選択することとの間にズレがあることが考えられる。また、旅行先の選択場面は「友人と行く」という設定になっており、どのような状況であっても楽しもうという気持ちが先行し、失敗するかどうかなどはあまり考えないのではないだろうか。このように、友人との関係性が後悔感情を生じさせない要因となった可能性も考えられる。

1-3. 「した後悔」「しなかった後悔」の検討し直し

選択場面別か否かにかかわらず、選択の仕方に影響を与えた後悔感情は「失敗嫌悪」と「機会損失嫌悪」のみであり、「した後悔」や「しなかった後悔」の経験からの直接的な影

響はみられなかった。

上市・楠見（2004）において、「繰り返し行動することが可能な状況では、行動したか否かに関わらず、時間経過により後悔は減少する」ことが示されている。本研究で設定した選択場面は、繰り返し選択することが可能であり、上市・楠見（2004）と同様に過去に経験した後悔感情が減少していたことが考えられる。そのため、現在の選択には影響しなかったと考えられる。

さらに、「した後悔」や「しなかった後悔」の経験は直接選択の仕方に影響を与えるのではなく、「失敗嫌悪」や「機会損失嫌悪」を通して間接的に影響を与えていることが考えられる。「した後悔」を経験すると、次は失敗しないようにと考え、より安心できる選択を行おうとするのではないだろうか。また、「しなかった後悔」を経験すると、次は機会を逃さないようにしようと考え、幅広い選択を行おうとするのではないだろうか。この仮説を図に示すと、Figure 8 のようになる。このことについて再度検討し、総合考察において考察する。

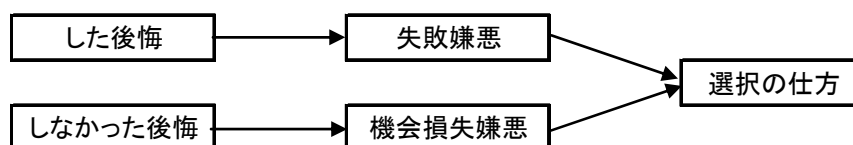


Figure 8 階層的な影響の仕方(仮説)

2. 個人の持つ心理特性と選択の仕方との関連

2-1. 熟慮性－衝動性との関連

個人のもつ認知的熟慮性－衝動性傾向と選択の仕方との関連を検討した。ここでの仮説は、(3) いろいろな選択肢を選ぶ人ほど、衝動性の傾向が高いであった。

Table 7、Figure 7 より、認知的熟慮性－衝動性傾向と選択の仕方には関連はみられなかった。よって仮説 3 は支持されなかった。十分に吟味したうえで決定するかどうかは、与えられた選択肢のもつ魅力の程度や、選択にかけることのできる時間の長さなど、場面や状況によって異なることが考えられる。熟慮性－衝動性と選択の仕方との関連をみるのであれば、選択場面を詳細かつ明確に設定する必要があると考えられる。

2-2. 新しい刺激への欲求との関連

個人のもつ新しい刺激への欲求と、選択の仕方との関連を検討した。ここでの仮説は、(4) いろいろな選択肢を選ぶ人は新しい刺激への欲求が強く、いつも同じ選択肢を選ぶ人は新しい刺激への欲求が弱いであった。

Table 7、Figure 7 より、新しい刺激への欲求と選択の仕方との間に関連がみられた。いろいろな選択肢を選ぶ傾向のある人ほど新しい刺激への欲求が強く、いつも同じ選択肢を選ぶ傾向のある人ほど新しい刺激への欲求が弱いことが明らかになった。よって仮説 4 は支持された。

選択場面別に検討した場合は、飲食店での選択のみ、新しい刺激への欲求と選択の仕方との関連が見られた (Table 5、Table 6、Figure 6)。旅行先の選択、シャンプー購入時の選択と新しい刺激への欲求には関連が見られなかった。

2-3. 飽きやすさ、関心の移りやすさとの関連

飽きやすさ、他の物事への関心の移りやすさという特性と、選択の仕方との関連を検討した。ここでの仮説は、(5) いろいろな選択肢を選ぶ人は飽きやすく、関心が移りやすい。いつも同じ選択肢を選ぶ人は飽きにくく、関心が移りにくいであった。

Table 7、Figure 7 より、飽きやすさと選択の仕方との間に関連がみられた。いろいろな選択肢を選ぶ傾向のある人ほど飽きやすく、いつも同じ選択肢を選ぶ傾向のある人ほど飽きにくいことが明らかになった。よって仮説 5 は部分的に支持された。

選択場面別に検討した場合は、どの選択場面も飽きやすさとの関連はみられず、シャンプー購入時の選択のみ、関心の移りやすさとの関連が見られた (Table 5、Table 6、Figure 6)。シャンプー購入時の選択においては、いろいろな選択肢を選ぶ傾向のある人ほど関心が移りやすく、いつも同じ選択肢を選ぶ傾向のある人ほど関心が移りにくいことが明らかになった。

2-4. 購買態度との関連

「合理性」「情緒性」の 2 つの購買態度と、選択の仕方との関連を検討した。ここでの仮説は、(6) いつもと同じ選択肢を選ぶ人は「合理性」の購買態度を強くもち、いろいろな選択肢を選ぶ人は「情緒性」の購買態度を強くもつであった。

Table 7、Figure 7 より、「情緒性」の購買態度と選択の仕方との間に関連がみられた。

いろいろな選択肢を選ぶ傾向がある人ほど「情緒性」の購買態度を強く持つことが明らかになった。よって仮説 6 は部分的に支持された。「情緒性」とは、ブランド品を買ったり（依存性）、新製品を人より早く買ったり（革新性）、見た目やムードを重視して買ったり（感覚性）する態度のことであり、選択肢のもつ付加価値に注目した選択の仕方であると考える。いろいろな選択肢を選ぶ傾向のある人は、「情緒性」の購買態度を強く持っていた。このことは、いろいろな選択肢を選ぶ人が、機会を失いたくないという気持ちを強くもっていることと関連し、選択肢そのものの質を重視した選択よりも、付加価値に注目した選択を行いやすいのではないかと考えられる。

選択場面別に検討した場合、飲食店での選択は「合理性」の購買態度との関連が見られ、旅行先の選択、シャンプー購入時の選択は「情緒性」の購買態度との関連が見られた (Table 5、Table 6、Figure 6)。飲食店での選択においては、「合理性」の購買態度が高い人ほどいろいろな選択肢を選ぶ傾向があり、旅行先の選択、シャンプー購入時の選択においては、「情緒性」の購買態度を強く持つ人ほどいろいろな選択肢を選ぶ傾向があることが明らかになった。飲食店での選択においてのみ異なった結果が得られたため、飲食店での選択と「合理性」の購買態度について、「合理性」に関する項目ごとに詳細な分析を試みた。その結果、飲食店での選択と関連がみられたのは、「買うときにはバーゲンセールをよく利用する」「どの店で買えば得かを、行く前によく調べてみる」「実用性とか、使いやすさを特に重視して買う」の 3 項目であり、飲食店での選択においていろいろな選択肢を選ぶ傾向のある人は、クーポン券を利用したり、飲食店に関する雑誌などを参考にして美味しそうな店を選んだりしながら、今までに行ったことのない店にも積極的に出向いているのかもしれない。

総合考察

日常生活の中で繰り返し行われる選択において、個人の選択の仕方の違いを規定する要因を後悔感情と個人の持つ心理特性の側面から検討してきた。まず、後悔感情については予期する後悔感情の質の違いが、選択の仕方の違いを規定する要因となることが示された。

「いつも同じ選択肢を選ぶ人」は、選択時に失敗を避けたいという気持ちが強く、より安定した選択を求めた結果、特定の選択肢を選び続ける。「いろいろな選択肢を選ぶ人」は、選択時に機会を逃したくないという気持ちが強く、目の前にある機会を確実に得ようとした結果、一貫性のない選択をするのだろう。また、「した後悔」と「しなかった後悔」の経験から選択の仕方への影響について、共分散構造分析により再度分析したところ、「した後悔」と「しなかった後悔」から選択の仕方への間接的な影響が示された。結果を Figure 9 に示す。

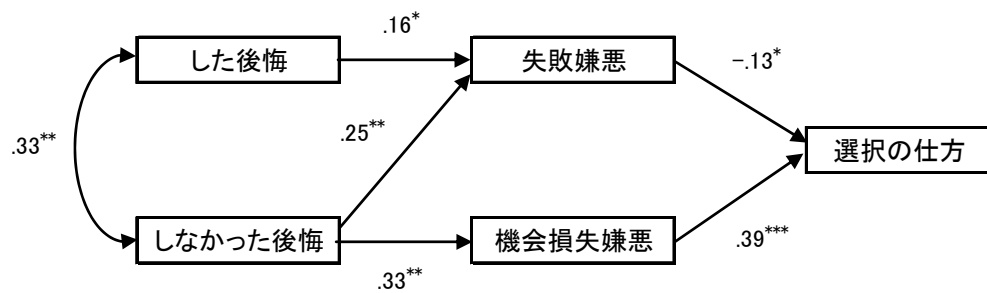


Figure 9 共分散構造分析結果

「した後悔」は「失敗嫌悪」を通して選択の仕方に影響し、「しなかった後悔」は「失敗嫌悪」や「機会損失嫌悪」を通して選択の仕方に影響することが明らかになった。過去の後悔の経験から「した後悔」を感じやすい人は、選択時に「した後悔」を避けようとする。

「した後悔」は何かを選択後、期待した結果が得られなかったことに対して生じる後悔であり、それを避けるためには失敗のない、安心できる選択の仕方をしなければならない。そのため、失敗を避けたいという「失敗嫌悪」を強くもつ。最も失敗する可能性が低く、安心できる選択の仕方は、以前選んだことのある選択肢を選ぶことであり、このことから「いつも同じ選択肢を選ぶ」傾向をもつようになると考えられる。

また、過去の経験から「しなかった後悔」を感じやすい人は、選択時に「しなかった後

悔」を避けようとする。「しなかった後悔」は得られたはずの利益を逃したことに對する後悔であり、それを避けるためには選択できる機会を逃すことのない選択の仕方をしなければならない。Figure 9 に示されているように、「しなかった後悔」は「機会損失嫌悪」だけでなく、「失敗嫌悪」とも関連する。「機会損失嫌悪」に関連する場合の「しなかった後悔」は、期間限定のものや新しいものなどを選択する機会を逃すことに對して感じる後悔であると考えられる。一方で、「失敗嫌悪」に関連する場合の「しなかった後悔」は、成功するとわかっている選択肢を選択しないことに對して感じる後悔であると考えることができる。例えば、飲食店で期間限定メニューがあり、その期間を逃すことに後悔を感じることもあれば、美味しいと分かっているメニューがあり、そのメニューを食べられないことに後悔を感じることもあるだろう。このことから、「しなかった後悔」は「した後悔」よりも多様な後悔感情であると考えられる。「しなかった後悔」が「機会損失嫌悪」と関連する場合、期間限定のものや新しいものなどを選択する機会を逃したくないと感じ、「いろいろな選択肢を選ぶ」傾向をもつようになると考えられる。一方、「しなかった後悔」が「失敗嫌悪」と関連する場合、他に魅力的な選択肢があったとしても、確実に成功するものを選択できないのは嫌だと感じ、「いつも同じ選択肢を選ぶ」傾向をもつようになると考えられる。

このように、「した後悔」や「しなかった後悔」の経験は、「失敗嫌悪」や「機会損失嫌悪」を通して、選択の仕方に間接的に影響を与えることが明らかになったが、選択の仕方の違いを生じさせる要因となるのは、やはり「失敗嫌悪」と「機会損失嫌悪」であった。しかし、「しなかった後悔」に関しては、「失敗嫌悪」と「機会損失嫌悪」のどちらの感情と関連するかによって、期間などを逃すことに對する後悔か、確実に得られる利益を逃すことに對する後悔かという、「しなかった後悔」の対象が変化する可能性が示唆された。後悔感情と選択の仕方との関連について、後悔感情の質の違いが個人の選択の仕方に影響していることが明らかになり、今後は後悔感情の質の違いを考慮した研究の必要性が示唆される。

次に、個人の持つ心理特性については、新しい刺激への欲求や飽きやすさ、「情緒性」の購買態度が選択の仕方に関連することが明らかになった。場面別に検討した場合、関心の移りやすさや「合理性」の購買態度と関連が見られた場面もあり、これらの心理特性は場面によって左右される可能性が考えられる。今後の研究においては、選択の場面を明確に分類し、それぞれの場面においてどの心理特性が働くかを検討する必要があると考える。

引用文献

- Bell , D.E. 1982 Regret in decision making under uncertainty. *Operation Research* 30 961 - 981
- 古澤照幸 1989 刺激欲求尺度・抽象表現項目版 (Sensation Seeking Scale-Abstract Expression) 作成の試み 心理学研究 第60巻 第3号 180 - 184
- 檜村崇・松井豊・新井洋輔 2005 購買行動時のマキシマイザー理論の検討 日本社会心理学会第47回大会発表論文集 54 - 55
- Loomes , G., & Sugden , R. 1982 Regret theory: An alternative theory of rational choice under uncertainty. *Economic Journal* 92 805-824
- Samuelson , W., & Zeckhauser , R. 1988 Status quobias in decision making. *Journal of Risk & Uncertainty* 1 7-59
- Schwartz , B., Ward , A., Monterosso , J., Lyubomirsky , S., White , K., & Lehman,D.R. 2002 Maximizing versus satisficing : Happiness is a matter of choice. *Journal of Personality and Social Psychology* 83 1178 - 1197
- 上市秀雄・楠見孝 2004 後悔の時間的変化と対処方法—意思決定スタイルと行動選択との関連性— 心理学研究 第74巻 第6号 487 - 495

謝辞

この卒業論文を作成するにあたって、長期にわたってご指導、ご助言を頂きました三重大学教育学部南学先生に感謝を申し上げたいと思います。進度が遅く、大変ご心配をおかけしたことと思います。それにも関わらず、最後まで根気強くご指導いただき、本当にありがとうございました。発表会では教育心理学講座の先生方、学校教育講座の先生方、人間発達科学過程の皆様、学校教育コースの皆様にたくさんのアドバイスやご意見を頂き、大変参考になりました。ありがとうございました。

そして、質問紙調査にご協力頂きました大学生の皆様、大切な講義の時間を割いてくださった南学先生、滝口圭子先生、根津知佳子先生、図書室や印刷機の使用等に関わって大変お世話になった事務職員の園田喜子さんに深く感謝いたします。

最後に、ともに遅くまで頑張った 57 期生のみなさん、本当にありがとうございました。みなさんの励ましの言葉や、アドバイスのおかげで、弱音を吐きながらもここまで頑張ることができました。特に南ゼミのみなさんには、後輩たちを含め、本当に支えて頂きました。みなさんの存在が、私にとってとても大きな力となりました。

この卒業論文は、本当にたくさんの方々のご協力のおかげで、完成することができました。ご協力頂いた皆様に、感謝の気持ちでいっぱいです。

本当にありがとうございました。

平成 21 年 1 月 20 日

参考資料

質問紙

フェイスシート

1. 選択の仕方に関するシナリオ
2. 後悔尺度
3. 認知的熟慮性－衝動性尺度
4. SSS－AE（ES 尺度）

飽きやすさに関する項目

関心の移りやすさに関する項目

同じ選択肢を選ぶ傾向に関する項目

5. レック・スケール