

立教大学学術推進特別重点資金 (立教 S F R)
 大学院生研究
 2011年度研究成果報告書

研究科名	立教大学大学院 現代心理学 研究科 心理学 専攻		
研究代表者	在籍研究科・専攻・学年	氏名	
	現代心理学・心理学・博士課程前期課程2年	齋藤 正樹	印
指導教員	所属・職名	氏名	
	現代心理学部・教授	大石 幸二	印
自然・人文・社会の別	自然 ・ <input type="checkbox"/> 人文 <input checked="" type="checkbox"/> ・ 社会	個人・共同の別	<input type="checkbox"/> 個人 <input checked="" type="checkbox"/> ・ 共同 名
研究課題名	行動の時間配分に関する自己管理の促進 一価値割引の個人差に着目した分析一		
研究組織	在籍研究科・専攻・学年	氏名	
	現代心理学・心理学・博士課程前期課程2年	齋藤 正樹	
研究期間	2011年度		
研究経費	200千円		

研究の概要 (200~300字で記入、図・グラフ等は使用しないこと。)

“時は金なり”という諺があるように、時間は有限な資源の一つと見なすことができる。資源の消費(配分)はその対象によって、(a)現在と未来の自己に対する消費、(b)現在と未来の他者に対する消費、そして(c)確信や期待・不安に対する消費に分類できる。これらの消費に影響を与えるとされているのが価値割引と呼ばれる現象である。時間配分の自己管理を促進することを目的とした先行研究(齋藤, 2011)では、参加者間で価値割引の個人差があることが示唆された。そこで本研究が目的としたのは、先行研究の参加者間で価値割引の個人差が見られるかどうか検討することであった。

キーワード (研究内容をよく表しているものを3項目以内で記入。)

[自己管理] [時間配分] [価値割引]

研究成果の概要 (図・グラフ等は使用しないこと。)

時間の自己管理とは、さまざまな課題遂行に必要な時間を適切に見積もり、複数の課題にかかる時間の長さや順序を調整し、個々の行動の開始、継続、打ち切りの意思決定を行うことである(松田, 2006)。“時は金なり”という諺があるように、時間は有限な資源の一つと見なすことができる。資源の消費(配分)はその対象によって、(a)現在の自己に対する消費、(b)未来の自己に対する消費、(c)現在と未来の他者に対する消費、そして(d)確信や期待・不安に対する消費に分類できる(たとえば、齋藤, 2012)。これらの消費に影響を与えるものとして重要視されているのが、価値割引と呼ばれる現象である。価値割引とは、個体が、選択行動によりもたらされる何らかの結果の主観的価値を種々の変数の値の増加に伴い低下させる現象のことである。価値割引に影響を与える変数には遅延時間・確率(負け目)・共有人数・社会的距離といったものが挙げられる。

齋藤(2011)では、目標設定とパフォーマンス・フィードバックを用いて参加者らの時間配分の自己管理を向上させることや、行動の時間配分に及ぼす自己フィードバックと他者からのフィードバックの影響を比較することを目的としていた。先行研究での目標設定とパフォーマンス・フィードバックによる時間配分の自己管理のパフォーマンス・マネジメントの効果は、参加者と介入条件に応じて異なっており、効果が見られたのは3人の参加者のうち1人だけであった。残りの2人の参加者のうちの1人では、剰余変数の効果が強く現れており、参加者の社会的距離による社会割引の個人差が、時間配分の自己管理に影響を与えている可能性が示唆された。そこで本研究が目的としたのは、齋藤(2011)の参加者間で社会割引とその他の価値割引の個人差が見られるのかどうかを調べ、時間配分の自己管理を予測できるか検討することであった。

参加者

先行研究(齋藤, 2011)実施当時に大学院生であった男性2名で、参加者AとBに該当する。

実験用具と手続き

先行研究(たとえば、Jones & Rachlin, 2009)を参考に6種類の質問紙を作成して、選択課題を実施した。測定方法は、心理物理学的測定法の一つである極限法(上昇系列と下降系列の呈示についてはカウンターバランスとランダマイズを施した)と呼ばれるものであった。選択課題は遅延時間・確率・社会的距離の3種類に関するもので、さらに報酬条件と損失条件の2種類に分かれていた。報酬および損失条件の実施順序と各変数条件の実施順序については参加者ごとにランダムに呈示した。教示文1ページを含めた質問紙の分量は、遅延割引と社会的距離による社会割引に関するものが25ページであり、確率割引に関するものが21ページであった。2ページ目以降は、選択課題に関するものであった。なお、報酬や損失は実験者が任意に設定した仮想的なものであった。

遅延割引と確率割引では質問紙1ページにつき、“どちらの選択を行いますか? AかBを丸で囲んでそれぞれの質問項目でどちらを選択するか示してください。”という教示文が書かれていた。同じページの教示文の下に、遅延割引では1,000円~10,000円あるいは10,000円~1,000円の10段階で変化する“A. 今すぐもらえる(失う)~円”と“B. [D] 後にももらえる(失う)10,000円”の、確率割引でも同様に“A. 確実にもらえる(失う)~円”と“B. [p] %でももらえる(失う)10,000円”の2つの選択肢が横並びに1行間隔で10行書かれており、参加者らはAとBのどちらか一方の選択肢に1行ずつ丸をつけた。なお記号Dは遅延時間の、記号pは確率の値を示す。

社会割引では質問紙1ページにつき、“みなさんが1人でもらう(失う)ある金銭量(選択肢A)とリスト上の# [N]の人がもらう(失う)金銭量(選択肢B)に関する以下の選択を想像してみてください。AかBを丸で囲んでそれぞれの質問項目でどちらを選択するか示してください。”という教示文が書かれていた。同じページの教示文の下に、0円~11,000円あるいは11,000円~0円の12段階で変化する“A. 自分1人がもらう(失う)~円”と“B. リスト上の# [N]の人がもらう(失う)10,000円”の2つの選択肢が横並びに1行間隔で12行書かれており、参加者らはAとBのどちらか一方の選択肢に1行ずつ丸をつけた。なお記号Nは社会的距離の値を示す。

研究成果の概要 つづき**データ分析**

遅延割引ではすぐにもらえる(失う)報酬(損失)量と一定の遅延後にもらえる(失う)報酬(損失)量間、確率割引では確実にもらえる(失う)報酬(損失)量と一定の確率でもらえる(失う)報酬(損失)量間、そして社会割引では自分1人がもらう(失う)報酬(損失)量と# [N]の他者がもらう(失う)報酬(損失)量間の選択の切り替えが生じた系列間の報酬(損失)量の算術平均値を等価な報酬(損失)量として算出した。合計4回測定した各水準の等価な報酬(損失)量の中央値をそれらの主観的等価点とした。なお社会割引については、選択肢が0円~11,000円の範囲であったので、自分、つまり#0がもらう10,000円の価値に重みづけを行い、フリーパラメータの一つとして処理した(たとえば、Jones & Rachlin, 2006を参照)。12,000円と11,000円の算術平均値11,500円を#0がもらう10,000円の主観的価値として算出した。

さらに個人差の指標としては、曲線下面積(Area Under the Curve: AUC)(Myerson et al., 2001)を算出した。AUCは、主観的等価点によって描かれる領域の面積比の割合を求めることによって算出される。AUCは標準化された汎用性の高い指標であり、0から1の値をとる(Myerson et al., 2001)。遅延割引であれば0に近いほど衝動的であり、1に近いほどセルフコントロール的であるということになる。確率割引であれば0に近いほどリスク嫌悪的であり、1に近いほどリスク指向的であり、社会割引であれば0に近いほど利己的であり、1に近いほど利他的であるということになる。

参加者内および参加者間で、価値割引の各変数の各水準における主観的等価点の値やAUCの値を視覚的判断によって分析した。特にAUCの差については、0.20以上あった場合に参加者間での有意差や、符号効果が見られたと判断した。

結果と考察

遅延割引の報酬・損失条件では、参加者Aの10,000円の主観的価値は遅延時間が1日で9,500円・10,000円、1週間で9,500円・10,000円、1ヶ月で7,500円・10,000円、6ヶ月で7,500円・9,500円、1年で6,500円・6,500円、5年で6,500円・7,500円であり、AUCは0.61・0.87であった。参加者Bの10,000円の主観的価値は1日で9,500円・10,000円、1週間で8,500円・10,000円、1ヶ月で7,500円・10,000円、6ヶ月で4,500円・10,000円、1年で2,000円・10,000円、5年で500円・10,000円であり、AUCは0.20・1.00であった。参加者Aと参加者Bともに符号効果が見られた。

確率割引の報酬・損失条件では、参加者Aの10,000円の主観的価値は負け目が0.11で7,500円・9,500円、0.43で5,500円・6,500円、1.00で4,500円・5,500円、2.33で3,500円・3,500円、9.00で1,500円・500円であり、AUCは0.31・0.29であった。参加者Bの10,000円の主観的価値は0.11で9,000円・6,500円、0.43で6,000円・4,500円、1.00で5,500円・5,500円、2.33で3,500円・4,000円、9.00で3,500円・2,500円であり、AUCは0.40・0.37であった。両参加者ともに符号効果は見られなかった。

社会割引の報酬・損失条件では、参加者Aの10,000円の主観的価値はすべての社会的距離で11,500円であり、AUCはともに1.00であった。参加者Bの10,000円の主観的価値は社会的距離が#1で10,500円・11,500円、#5で2,000円・7,000円、#10で1,500円・6,500円、#20で1,500円・5,500円、#50で500円・3,000円、#100で500円・500円であり、AUCは0.10・0.31であった。両参加者ともに符号効果が見られた。

以上のように本研究の結果からは、参加者間で価値割引に個人差が見られ、価値割引という現象が日常的な行動の時間配分の自己管理を予測できる可能性が示唆された。顕著な差が見られたのは、仮説の通り社会的距離による社会割引と、報酬条件における遅延割引であった。今後の研究では、日常生活場面における実際の行動傾向と価値割引の個人差との対応を詳細に分析しながら介入を行う必要がある。そうすることによって、参加者らの日常生活場面の行動傾向と価値割引の個人差との対応をより詳細に分析することが可能となり、価値割引の関数分析をアセスメントとして用いた個別介入の提案にもつながるものと予想される。

※ この(様式2)に記入の成果の公表を見合わせる必要がある場合は、その理由及び差し控え期間等を記入した調書(A4縦型横書き1枚・自由様式)を添付すること。

研究発表 (研究によって得られた研究経過・成果を発表した①～④について、該当するものを記入してください。該当するものが多い場合は主要なものを抜粋してください。)

- ①雑誌論文 (著者名、論文標題、雑誌名、巻号、発行年、ページ)
- ②図書 (著者名、出版社、書名、発行年、総ページ数)
- ③シンポジウム・公開講演会等の開催 (会名、開催日、開催場所)
- ④その他 (学会発表、研究報告書の印刷等)

① 雑誌論文

【査読あり】

齋藤正樹 (2011). 目標設定とパフォーマンス・フィードバックが行動の時間配分に与える効果—時間管理のマネジメント手法に焦点を当てて— 行動分析学研究, **26** (1), 62-70.

【査読あり】

齋藤正樹 (2012). 価値割引の個人差に基づく自己管理の個別支援の可能性に関する一考察 立教大学心理学研究, **54**, 71-84.

② 図書

該当なし

③ シンポジウム・公開講演会等の開催

該当なし

④ その他

【学会発表】

齋藤正樹 (2011). 時間の自己管理を促進する条件の検討—価値割引の個人差に着目した分析— 日本行動分析学会第29回大会 P1-05. 9月18-19日 早稲田大学

【研究報告書の印刷等】

齋藤正樹 (2012). 目標設定による研究活動への時間配分の自己管理の促進—価値割引の個人差に着目した分析— 2011年度立教大学大学院現代心理学研究科修士論文 未公刊

齋藤正樹 (2012). 目標設定による研究活動への時間配分の自己管理の促進—価値割引の個人差に着目した分析— 立教大学現代心理学研究科心理学研究室 2011年度心理学専攻・臨床心理学専攻論文抄録集 (修士論文)