

『慶應マーケティング論究』
第20巻 (Spring, 2024)

人は獲得した自由時間を 功利的に消費するか快楽的に消費するか ——多様な要因に着目して——

有田 勝海

既存研究は、獲得した自由時間の意外性が、人が自由時間をいかに消費するかという意思決定に対して影響を与えると主張した。しかし、彼らは、媒介変数を捨象している。本論は、自由時間が純増するか前倒しになるだけか、自分だけが自由時間を獲得するか他者も同様に獲得するか、および、最大化志向か満足化志向かという3つの要因が、正当化のしやすさや、計画性という変数を媒介して、人が自由時間をいかに消費するかという意思決定に対して与える影響を検討する。

第1章 はじめに

生活者は、日々、自由時間をいかに消費しているであろうか。スキルアップのために勉学に励むこともあれば、リラクスのためにエンターテインメントコンテンツを鑑賞することもあるであろう。このように、生活者は、自由時間の消費の仕方について、日々、意思決定を下しながら過ごしている。そして、人々が自由時間をいかなる活動に費やしているのかを探究することは、マーケティング研究者や企業のマーケティング担当者が、日々時間に追われる現代人の消費行動を理解する上で、非常に重要な課題である。

この重要な課題に取り組んだ既存研究の1つに、Chung, Lee, Lehmann, and Tsai (2022) がある。彼らは、人が自由時間をいかに消費するかという意思決定に際し、予期せぬ自由時間を快楽的に消費することを選択し、予期した自由時間を功利的に消費することを選択すると主張した。彼らの主張の背景にあるのは、棚ぼた的に獲得したお金(以降、「棚ぼた金」)に関する心理学と消費者行動の研究である(Thaler, 1985; Kahneman, Knetsch, and Thaler, 1991; Arkes, Joyner, Pezzo, Nash, Siegel-Jacobs, and Stone, 1994; O'Curry and Strahilevitz, 2001; Epley and Gneezy, 2007; Milkman and Beshears, 2009)。これらの既存研究は、人が、「棚ぼた金」を軽率に使い、快楽的な消費に散財する傾向があるということを示してきた。それは、人が、「棚ぼた金」を使用することによって、損失が発生してしまうのではなく、利益が減少するにすぎないと知覚するためであるという。Chung, *et al.* (2022) は、既存研究が示してきた、このような「棚ぼた金」の効果が、予期せぬ自由時間についても同様に成り立つと主張した。それは、「棚ぼた金」は、棚ぼた的に獲得した利益(以降、「棚ぼた利益」)であるという点で、予期せぬ自由時間と共通しているからである。Chung, *et al.* (2022) は、当事者自身はその自由時間を予期していたか否か、つまり、その自由時間の「意外性」が、自由時間の消費の仕方に対して与える影響を見出した最初の研究であるという点で、非常に有意義な研究であると評しうるであろう。

しかしながら、Chung, *et al.* (2022) は、1つの重要な問題点を抱えている。それは、意外性と自由時間の消費の仕方との適合性を媒介する変数がいくつか考えられるのにもかかわらず、それらの媒介変数について、殆ど実証分析を行わなかったことである。第1に、意外性と自由時間の消費の仕方との適合性は、自由時間を快楽的に消費することを選択することの「正当化のしやすさ」によって媒介されている可能性がある。人は、快楽的な活動や消費を行うことに罪悪感を抱く (Lascu, 1991; Prelec and Loewenstein, 1998; Kivetz, 1999)。しかし、「棚ぼた利益」である予期せぬ自由時間に関しては、無償で獲得した利益と考えられ、その時間を快楽的消費に散在することを正当化しやすいであろう。

第2に、意外性と自由時間の消費の仕方との適合性は、「計画性」によって媒介されている可能性がある。一般的に、予期せず獲得した自由時間を有意義に活用する方法を瞬時に見つけることは難しい。例えば、思いのほか待ち合わせ時間より早く目的地に到着したが、特にすることが思いつきにくいいため、とりあえずスマートフォンをいじって時間をつぶしてしまう人が多いのは、その証左であろう。このように、自由時間を功利的に消費するには計画性が要求される一方、快楽的な活動は通常、本質的に構造化されていないため (Haworth and Veal, 2004)、功利的な活動と違って計画を立てる必要が少なく、それゆえ、予期せぬ自由時間は快楽的に消費される傾向が大きいのであろう。

意外性と自由時間の消費の仕方との適合性を、正当化のしやすさと計画性が媒介しているということを踏まえると、自由時間の意外性の外にも、人が自由時間をいかに消費するかという意思決定に対して影響を与える要因をいくつか抽出することができる。その第1の要因は、自由時間が純増するか前倒しになるだけかである。例えば、会議が中止になった場合と、延期になった場合とでは、人が自由時間をいかに消費するかが異なる可能性がある。自由時間の前倒しは、将来の自由時間を奪う。そのような場合には、前倒しされた自由時間を快楽的に消費することが正当化しにくくなるであろう。

第2の要因は、自分だけが自由時間を獲得するか、他者も同様に獲得するかである。人の意思決定は、しばしば、他者の影響を受ける。例えば、クラスメートがテスト勉強をしていれば、危機感を抱き、自分もするが、クラスメートがテスト勉強をさぼっていれば、気が緩まり、自分もさぼる、という意思決定を下すことが、これに該当する。このことを踏まえると、自分と同時に自由時間を獲得した他者が存在するか否か、そして、その他者が自由時間をいかに過ごしているかは、人が自由時間をいかに消費するかという意思決定に対して影響を与えるであろう。

第3の要因は、最大化志向か満足化志向かである。満足化志向にある場合には、小さな上昇志向しか持たないため、快楽的消費を正当化しやすい可能性がある一方、最大化志向にある場合には、将来的に獲得する利益の最大化を測るため、快楽的消費を正当化しにくい可能性があり、自己研鑽のために功利的に消費するであろう。また、満足化志向の人より意思決定に大きな労力をかける最大化志向の人は (Schwartz, Ward, Monterosso, Lyubomirsky, White, and Lehman, 2002)、計画性に関しても満足化の人より秀でていて、自由時間を功利的に消費する方法を見つける能力が高い可能性がある。

かくして本論は、第2章において概観する、(a) 棚ぼた利益、(b) 同調行動、および、(c) 最大化志向と満足化志向に関する研究の知見を援用し、(a) 自由時間が純増するか前倒しになるだけか、(b) 自分だけが自由時間を獲得するか他者も同様に獲得するか、および、(c) 最大化志向か満足化志向かという3つの要因が、正当化のしやすさや、計画性という変数を媒介して、人が自由時間をいかに消費するかという意思決定

に対して与える影響を検討する。そうすることによって、本論は、自由時間を獲得した消費者に対し、企業がいかにかアプローチするべきかという実務的課題に関して、豊かで精緻な含意を提供することができるであろう。

第2章 既存文献レビュー

2-1. 快楽的消費と功利的消費

功利的消費は、何かを成し遂げるための手段であり、人にとって義務的で、実用的な利益をもたらすものであると考えられている (Hirschman and Holbrook, 1982; Laran and Janiszewski, 2011; Tonietto and Malkoc, 2016)。Choi and Fishbach (2011) によると、功利的消費は、一般に楽しいものではなく、大変で、自身の精神のコントロールを必要とするという。

一方、快楽的消費は、功利的消費に比して、負荷が低く (Csikszentmihalyi and LeFevre, 1989)、手段的ではなく (Tonietto and Malkoc, 2016)、体験的な楽しみをもたらす活動として認識されている (Hirschman and Holbrook, 1982; Mano and Oliver, 1993; Hsee and Tsai, 2008)。しかし、快楽的消費は、功利的消費とは異なり、正当化しにくい悪徳であるとも認識されており、人は、快楽的消費に罪悪感を抱くことがある (Lascu, 1991; Prelec and Loewenstein, 1998; Kivetz, 1999)。

もともと、快楽的消費と功利的消費は、必ずしも二元論的に論じられうるとは限らない。同じ活動であっても、個人の好みや目標に応じて快楽的として認識される場合もあれば、功利的として認識されることもある (Leclerc, Schmitt, and Dubé, 1995; Newman, Tay, and Diener, 2014; Chen, Lee, and Yap, 2016)。例えば、料理は、楽しむための活動と認識される場合もあれば、健康管理のための実用的な活動と認識される場合もある。

一般に、功利的な活動は、収入、成果、安定などのさまざまな利益をもたらすため、人は、快楽的な活動より功利的な活動を重視する傾向がある (Kodz, Kersley, and Strebler, 1998; de Graaf, 2003; Watanabe and Yamauchi, 2016)。しかし、これは、快楽的消費の重要度の低さを意味するわけではない。快楽的消費は、消費者にとって価値ある数多くの利点をもたらす。例えば、快楽的な活動は、ポジティブな認知と感情を生み出し、ストレスを軽減するという (Newman, *et al.*, 2014)。また、Haworth and Veal (2004) によると、快楽的消費は、通常、本質的に構造化されていないという。そのため、功利的な活動とは異なり、計画を立てる必要が少ないと考えられる。

2-2. 棚ぼた利益

「棚ぼた金」に関する心理学と消費者行動の研究によると、人は、棚ぼた的に獲得したお金を軽率に使い、快楽的な消費に散財する傾向を有している (Arkes, *et al.*, 1994; Soster, Monga, and Bearden, 2010)。その傾向の説明の1つは、その支出を容易に正当化できることにある。確かに、人は、快楽的消費を功利的消費よ

り正当化するのが難しい悪徳として認識しており、快楽的消費にお金を使うことに罪の意識を感じるがあるという (Lascu, 1991; Prelec and Loewenstein, 1998; Kivetz, 1999)。しかし、人は、本来自分の手元に無かったはずのお金である「棚ぼた金」を、無償で獲得した利益として認識する可能性があり、「棚ぼた金」の支出は、「損失の発生」ではなく、「利益の減少」として認識しうる (Thaler and Johnson, 1990)。

Chung, *et al.* (2022) は、このような「棚ぼた金」の効果について、予期せず獲得した利益、いわば「棚ぼた利益」であるという点で、「棚ぼた金」と共通している、予期せぬ自由時間を獲得した場合には、「棚ぼた金」を獲得した場合と同様に発生する可能性があることを主張している。そして、彼らは、人が「棚ぼた金」を無償で獲得した利益として認識することを踏まえると、人は、予期せぬ自由時間を、そうでなければ正当化するのが難しい快楽的消費を行って過ごせる無償で獲得した利益として認識するであろうと主張している。

ここで重要な点は、Chung, *et al.* (2022) の主張が成り立つのが、自由時間を快楽的に消費することによって、利益が減少すると認識される場合に限る、ということである。自由時間を快楽的に消費することによって、損失が発生すると認識される場合には、人は、その消費を正当化することができず、むしろ、自由時間を功利的に消費することを選択する可能性があるであろう。

2-3. 同調行動

人は、自分を取り巻く状況の変化に応じて、自身の考えや行動を変化させることがある。このような行動の1つに、同調行動がある。同調行動に関する研究の嚆矢は、Asch (1956) の線分判断課題による実験である。この実験は、一人で回答する際には間違えることがない課題に、回答者以外の多数派のサクラ達が明らかに誤った判断を行った後、実験参加者が回答を述べるという手順で行われた。その結果、サクラ達が誤った回答をした場合には、真の実験参加者の約4分の1が少なくとも1試行でサクラ達の誤った回答に同調した。

Deutsch and Gerard (1955) は、同調行動が発生する原因である社会的影響を、規範的影響と情報的影響に二分して説明している。ただし、規範的影響は、多数派から受け入れられたいという動機のことを指し、情報的影響は、多数派からより正確な情報を得ようという動機のことを指すという。彼らによると、規範的行動による同調行動は、多数派と異なることを恐れ、正しくありたいとする動機づけより、明らかに誤っている多数派に同調しようとする動機づけを優先するように、人々を導いていると考えられている。要するに、不利益を回避したいという動機に基づいて受けた社会的影響が、規範的影響である。一方、彼らによると、情報的影響による同調行動は、多数派からの情報を、真実性についての根拠として受け入れる行動である。要するに、現実に即した、より妥当な反応を行いたいという動機に基づいて受けた社会的影響が、情報的影響である。

このように、人は、意思決定の際に他者の存在を認識した場合、不利益を回避したいという動機や、妥当な反応を行いたいという動機から、多数派に同調した行動をとる。多数派に同調することによって、自身の意思決定を、「不利益を回避し、妥当な反応を行うことのできる可能性の高い選択」とであると正当化することも容易であろう。これらを踏まえると、多数派が自分と同様に自由時間を獲得した場合には、多数派から

の影響を受けて、多数派と同じように自由時間を消費することを選択する可能性があるであろう。

2-4. 最大化志向と満足化志向

Schwartz, *et al.* (2002) は、複数の選択肢が提示されている意思決定の際に最良の選択を行おうとする最大化志向と、満足のいく選択を行おうとする満足化志向に、意思決定スタイルを大別した。最大化志向は、常に最高の結果を追求する意思決定スタイルであり、最高の結果を追求するために、意思決定過程において、より多くの情報を集め、より多くの選択肢を考慮することを好む。意思決定に大きな労力をかけるため、より優れた意思決定を下している可能性が高いが、追求する理想も非常に高いため、必ずしも自身の下した意思決定に満足し、正当化できるとは限らない。また、常に最高の結果を追求し、意思決定に大きな労力をかけるために、計画性の面で秀でている可能性があるであろう。

一方、満足化志向は、自身の下した意思決定が自身の持つ基準を最低限満たすことができるような選択肢を選択するスタイルであり、最大化志向のように意思決定に大きな労力をかけることを好まない。意思決定にあまり労力をかけず、追求する理想も高くないため、最大化志向と比べて、自分の選んだ選択肢と他の選択肢を比較して、自身の選択を後悔することもない。むしろ、正当化することも容易であろう。そして、計画性の面で最大化志向より劣っている可能性があるであろう。

Chung, *et al.* (2022) は考慮していないが、上記の議論を踏まえると、自由時間を獲得した際、最大化志向の人は、自身の意思決定を後悔しないために、自由時間を功利的に消費することを選択する一方、満足化志向の人は、自身の意思決定を後悔することが少ないため、目先の快楽を優先し、自由時間を快楽的に消費することを選択する可能性があるであろう。

第3章 仮説提唱

3-1. 第1の要因：自由時間が純増するか前倒しになるだけか

第1章において議論したとおり、Chung, *et al.* (2022) は、重要な研究課題を残していると考えられる。その課題とは、意外性と自由時間の消費の仕方との適合性を媒介する変数に関して実証分析を殆ど行わなかった、ということである。これらを考慮することによって、人が自由時間をいかに消費するかという意思決定に対して影響を与えるより多くの要因を検討することができるであろう。

まず、第2-2節において議論した、「棚ぼた利益」に関する知見を援用すると、自由時間を快楽的に消費することを選択するのは、自由時間を快楽的に消費することによって、利益が減少すると認識でき、自身の意思決定を正当化しやすい場合に限ると考えられる。つまり、自由時間が純増するか前倒しになるだけかということが、自由時間の使い方に対して影響を与え、純増した自由時間に関しては、その時間を快楽的に消費することによって、利益が減少すると認識されるため、人は、快楽的消費を正当化しやすく、自由時間を快楽的に消費することを選択する傾向が大きい一方、前倒しになった自由時間に関しては、その時間を快

楽的に消費することによって、予期していた将来の自由時間が失われる、すなわち、損失が発生すると認識されるため、人は、快楽的消費を正当化しにくく、自由時間を快楽的に消費することを避け、功利的に消費することを選択する傾向が大きいと考えられるであろう。以上の議論より、次の仮説を提唱する。

仮説 1a 自由時間が純増する場合には、自由時間を快楽的に消費することを選択する傾向が大きく、自由時間が前倒しになる場合には、功利的に消費することを選択する傾向が大きい。

仮説 1b 上記の効果は、正当化のしやすさによって媒介される。

3-2. 第2の要因：自分だけが自由時間を獲得するか他者も同様に獲得するか

次に、第2-3節において議論した、同調行動に関する知見を援用すると、人は、自由時間の消費の仕方について、他者が同じ状況に置かれていることを認識すると、多数派の選択と同じ選択をする可能性が高まると考えられる。これは、多数派に同調することによって、自身の意思決定を、「不利益を回避し、より妥当な反応をするための選択」であると正当化することができるためである。つまり、自分だけが自由時間を獲得するか、他者も同じく獲得するか、そして、多数派が自由時間をいかに消費しているのかということは、自由時間の消費の仕方に対して影響を与え、他者も同じく自由時間を獲得した場合には、不利益を回避したいという動機や、妥当な反応を行いたいという動機から、同調行動が発生し、多数派が自由時間を快楽的に消費することを選択していれば、自分だけが自由時間を獲得した場合に比して、自身も快楽的に消費することを選択する傾向が大きく、多数派が功利的に消費することを選択していれば、自分だけが自由時間を獲得した場合に比して、自身も功利的に消費することを選択する傾向が大きいと考えられるであろう。以上の議論より、次の仮説を提唱する。

仮説 2a 多数派が自由時間を快楽的に消費することを選択している場合、自分だけが自由時間を獲得している場合、多数派が自由時間を功利的に消費することを選択している場合の順に、自由時間を快楽的に消費することを選択する傾向が大きく、功利的に消費することを選択する傾向が小さい。

仮説 2b 上記の効果は、正当化のしやすさによって媒介される。

3-3. 第3の要因：最大化志向か満足化志向か

続いて、第2-4節において議論した、最大化志向と満足化志向に関する知見を援用すると、最大化志向の人は、自身の抱く理想を追求すると共に、自身の意思決定を後悔することも多いため、実用的な利益を獲得と、その意思決定の正当化のしやすさを優先する。そして、計画性の低さが功利的消費を阻害することもない。そのため、自由時間を功利的に消費することを選択する傾向が大きいと考えられる。一方、満足化志向の人は、最大化志向の人に比して、高い理想を抱いておらず、自身の意思決定を後悔することは少ないため、目先の快楽を優先する。また、計画性の低さが功利的消費を阻害する可能性もある。そのため、自由時

間を快楽的に消費することを選択する傾向が大きいと考えられる。以上の議論より、次の仮説を提唱する。

仮説 3a 満足化志向の場合には、自由時間を快楽的に消費することを選択する傾向が大きく、最大化志向の場合には、功利的に消費することを選択する傾向が大きい。

仮説 3b 上記の効果は、正当化のしやすさ、計画性によって媒介される。

第 4 章 実験 1：仮説 1 の実証

4-1. 実験の概要

第 3 章において提唱した仮説群のうち、仮説 1 の経験的妥当性を吟味するために、消費者実験を実施し、データ収集および実証分析を行った。被験者は、日本国内の大学生、男女 72 名であった（うち男性 52 名、女性 20 名、年齢の中央値は 22 歳）。

実験を始める前に、まず、Oppenheimer, Meyvis, and Davidenko (2009) に倣って、注意力チェックを実施した。具体的には、「現代の意思決定理論の多くは、意思決定は真空状態で行われるものではないという事実を認識しています。これは、個人の嗜好や知識が、状況変数とともに、意思決定プロセスに大きな影響を与える可能性があるためです。本調査では、意思決定に関する研究を円滑にするために、意思決定者であるあなたについて特定の要素を知る必要があります。もしそうでなければ、指示の変更に依存する私の調査のいくつかは効果がないことになってしまいます。そのため、あなたが指示を読んだことを証明するために、「あなたが日頃行っているスポーツはどれですか？」という設問と、その下の「回答を続ける」の選択肢は無視してください。代わりに、この文章のすぐ下にある「スポーツへ参加」にチェックを入れて、次のセクションに進んでください。」という項目を使用し、これに正しく回答できなかった被験者 10 名を、分析から除外した。

その後の実験の手続きは、以下のとおりであった。まず、被験者 62 名を、2 つのグループに無作為に分類した。具体的には、自由時間が純増するグループ（以降、「純増グループ」。 $N=31$ ）と、自由時間が前倒しになるグループ（以降、「前倒しグループ」。 $N=31$ ）であった。

次に、純増グループにはシナリオ A を、前倒しグループにはシナリオ B をそれぞれ呈示した。なお、シナリオの詳細は、次節に記載されるとおりである。

そして、両グループの被験者全員に、自由時間をいかに消費することを選択するか測るための質問すなわち「時間配分の合計が 240 分になるように、240 分を以下のカテゴリに分配してください。」（①自己啓発のために本を読んだり、勉強したりする、②他の仕事に関連した作業をする、③仕事のために他の従業員と会う、④余暇のために本を読む、⑤楽しみやリラクゼーションのために時間を過ごす、⑥友人と会っておしゃべりしたり、遊んだりする）という質問に回答するように依頼した。この質問は、Chung, *et al.* (2023) によって使用されていた項目に準拠している。

最後に、両グループの被験者全員に、快楽的消費の正当化のしやすさを測る質問に回答するように依頼し

た。具体的には、「このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことは正当である。」、「このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことに問題はない。」、「自分（この場面設定における主人公）は、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うにふさわしい。」、「このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことに罪悪感を抱く。」、および、「このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことの罪悪感を払拭できない。」という5つの質問項目に対して、7段階のリッカート尺度法（「1：全く同意しない」～「7：非常に同意する」）に従って回答するように依頼した。回答データを収集した後、分析に際して1つの尺度として平均化した。実験に用いた調査票は、補録1および補録2に掲載するとおりであった。

4-2. シナリオの詳細

前節第4-1節において言及したとおり、実験には2種類の異なるシナリオ、シナリオAおよびシナリオBを用いた。それぞれのシナリオの概要は、以下のとおりである。シナリオAは、「仕事はかなり順調に進んでおり、ほとんどのプロジェクトはスケジュール通りに進んでいます。サプライヤーから連絡があり、あなたに対して、あなたのプロジェクトに必要な情報を収集するのにもっと時間をほしいと言ってきたので、あなたは3日後に4時間（半日）休暇を取ることにしました。その4時間（=240分）をさまざまな方法で過ごすことができると想像してください。」というシナリオであった。

シナリオBは、「仕事はかなり順調に進んでおり、ほとんどのプロジェクトはスケジュール通りに進んでいます。上司から連絡があり、あなたに対して、急遽別の予定が入ってしまったため、3日後の午後に予定されていた会議を5日後の午後に延期する、言ってきたので、あなたは3日後に、4時間（半日）休暇を取ることにしていました。その4時間（=240分）をさまざまな方法で過ごすことができると想像してください。」というシナリオであった。

4-3. マニピュレーション・チェック

前節第4-2節において示した2種類のシナリオを読んだ被験者が、自由時間が純増したか前倒しになったかを、本論の意図どおりに知覚しているかどうかを確認するために、マニピュレーション・チェックを実施した。具体的には、「あなたは、自分自身が自由に使える時間の合計が増加したと感じましたか。」、「あなたは、自由時間が純粋に増加したと感じましたか。」、および、「あなたは、自由時間が前倒しになっただけでなく、増加したと感じましたか。」という3つの質問項目に対して、7段階のリッカート尺度法（「1：全く感じなかった」～「7：非常に感じた」）に従って回答するように被験者に依頼した。回答データを収集した後、純増グループ（ $N=31$ ）においては、これら3つの項目に対する回答の平均値が4.00以下である被験者4名を、分析から除外した。一方、前倒しグループ（ $N=31$ ）においては、これら3つの項目に対する回答の平均値が4.00以上である被験者5名を、分析から除外した。

4-4. *t* 検定

純増グループの自由時間を快楽的に消費することを選択する傾向の大きさと、前倒しグループの自由時間を快楽的に消費することを選択する傾向の大きさとの間に有意な差があるか否かについて *t* 検定を行った。

純増グループの自由時間を快楽的に消費することを選択する傾向の大きさの平均値は、169.444 (標準偏差は 40.723) であった一方、前倒しグループの自由時間を快楽的に消費することを選択する傾向の大きさの平均値は、133.731 (標準偏差は 39.104) であり、前者の方が、後者に比して、高水準であった。そして、2つのグループの間の差異は、1%水準で有意であった ($t=3.26, p<0.01$)。以上の結果は、図表 1、および、図表 2 に要約されるとおりである。

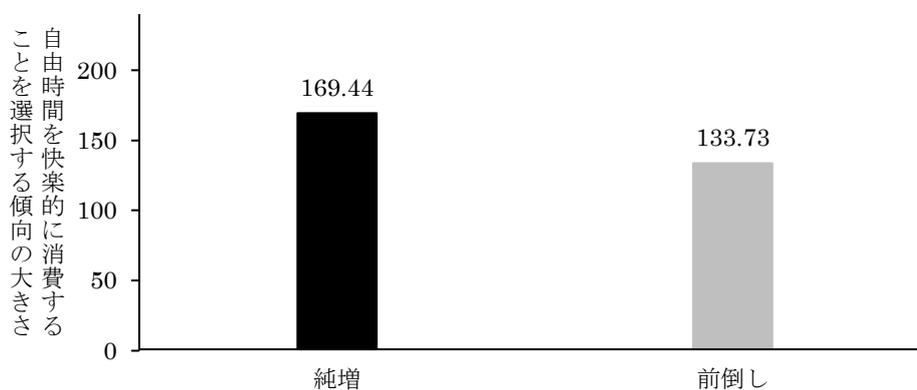
したがって、仮説 1a、すなわち「自由時間が純増する場合には、自由時間を快楽的に消費することを選択する傾向が大きく、自由時間が前倒しになる場合には、功利的に消費することを選択する傾向が大きい。」は、支持されたと言いうるのである。

図表 1 仮説 1 に関する *t* 検定の結果・1

	自由時間が純増する グループの平均値 (標準偏差)	自由時間が前倒しになる グループの平均値 (標準偏差)	<i>t</i> 値
自由時間を 快楽的に消費す ることを選択す る傾向の大きさ	169.44 (40.72)	133.73 (39.10)	3.26***

ただし、***は 1%水準で有意。

図表 2 仮説 1 に関する *t* 検定の結果・2



4-5. ブートストラップテスト

続いて、自由時間が純増したか前倒しになったかが、人が自由時間をいかに消費するかという意思決定に対して与える影響に対する、快楽的消費の正当化のしやすさの媒介効果を検討するために、ブートストラップ

プテスト（ブートストラップ標本数：5,000）を行った。

テストに先立ち、「正当化のしやすさ」に関して採用された測定尺度の信頼性および妥当性を判断するための指標である因子負荷量、クロンバックの α 係数、合成信頼性 (SCR)、および、平均分散抽出度 (AVE) を算出した。各構成概念の因子負荷量は、0.805~0.959 という値を示しており、Bagozzi and Yi (1988) が推奨する 0.500 以上という基準値を満たしていた。また、クロンバック α 係数は 0.964 という値を示しており、Nunnally (1978) が推奨する 0.700 以上という基準値を満たしていた。また、SCR は 0.964 という値を示しており、Bagozzi and Yi (1988) が推奨する 0.600 以上という基準値を満たしていた。そして、AVE は 0.843 という値を示しており、Bagozzi and Yi (1988) が推奨する 0.500 以上という基準値を上回っていた。それゆえ、採用された測定尺度は、高い信頼性と妥当性を有しているといえるであろう。

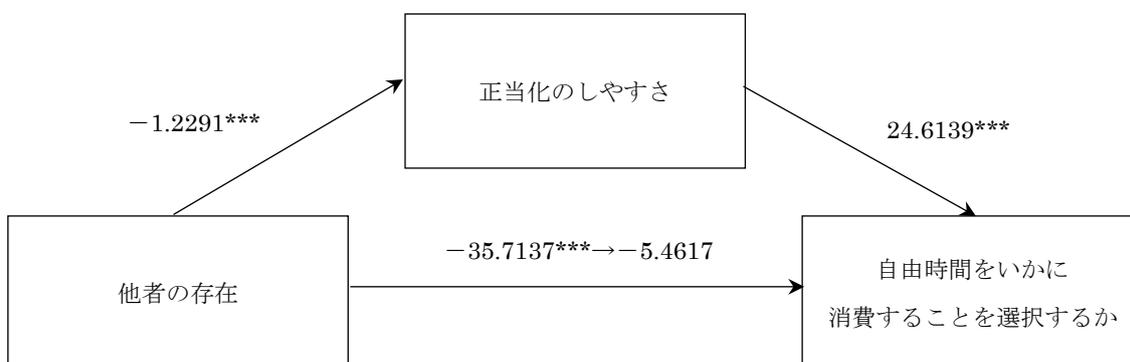
図表 3 構成概念と測定尺度

構成概念	測定尺度 (因子負荷量)	α 係数	SCR	AVE
正当化のしやすさ	X_1 : このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことは正当である。(0.95)	0.96	0.96	0.84
	X_2 : このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことに問題はない。(0.95)			
	X_3 : 自分 (この場面設定における主人公) は、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うにふさわしい。(0.96)			
	X_4 : このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことに罪悪感を抱く。(0.92)			
	X_5 : このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことの罪悪感を払拭できない。(0.80)			

テストの結果、正当化のしやすさを介した間接効果は、CI: $-47.837, -14.796$ であり、5%水準で有意であった。以上の結果は、図表 4 に要約されるとおりである。

したがって、自由時間が純増したか前倒しになったかは、確かに、快楽的消費の正当化のしやすさに差異をもたらすことを介して、人が自由時間をいかに消費するかに差異をもたらしている、といえるであろう。以上より、仮説 1b 「上記の効果は、正当化のしやすさによって媒介される。」は、支持された。

図表 4 仮説 1 に関するブートストラップテストの結果



ただし、***は、1%水準で有意。

第5章 実験2：仮説2の実証

5-1. 実験の概要

第3章において提唱した仮説群のうち、仮説2の経験的妥当性を吟味するために、消費者実験を実施し、データ収集および実証分析を行った。被験者は、日本国内の大学生、男女93名であった（うち男性66名、女性27名、年齢の中央値は21歳）。

実験を始める前に、まず、前章の実験と同様に、Oppenheimer, *et al.* (2009) に倣って、注意力チェックを実施した。これに正しく回答できなかった被験者18名を、分析から除外した。

その後の実験の手続きは、以下のとおりであった。まず、被験者75名を、3グループに無作為に分類した。具体的には、多数派が自由時間を快楽的に消費することを選択しているグループ（以降、「多数派・快楽的グループ」。 $N=25$ ）と、自分だけが自由時間を獲得しているグループ（以降、「自分だけグループ」。 $N=25$ ）、それから、多数派が自由時間を功利的に消費することを選択しているグループ（以降、「多数派・功利的グループ」。 $N=25$ ）であった。

次に、多数派・快楽的グループにはシナリオCを、自分だけグループにはシナリオDを、多数派・功利的グループにはシナリオEをそれぞれ呈示した。なお、シナリオの詳細は、次節に記載されるとおりである。

その後の手続きは、前章と同様である。両グループの被験者全員に、自由時間をいかに消費することを選択するか測るための質問、および、快楽的消費の正当化のしやすさを測る質問に回答するように依頼した。快楽的消費の正当化のしやすさを測る質問に関しては、回答データを収集した後、分析に際して1つの尺度として平均化した。実験に用いた調査票は、補録3、補録4、および、補録5に掲載するとおりであった。

5-2. シナリオの詳細

前節第5-1節において言及したとおり、実験には3種類の異なるシナリオ、シナリオC、シナリオD、および、シナリオEを用いた。それぞれのシナリオの概要は、以下のとおりである。シナリオCは、「仕事はかなり順調に進んでおり、ほとんどのプロジェクトはスケジュール通りに進んでいます。サプライヤーから連絡があり、あなたを含めたプロジェクトメンバーに対して、あなたのプロジェクトに必要な情報を収集するのにもっと時間をほしいと言ってきていたので、あなたたちは3日後に4時間（半日）休暇を取ることになりました。その4時間（=240分）をさまざまな方法で過ごすことができると想像してください。他のメンバーたちは、友人と会って遊んだり、Netflixを観たりして過ごすつもりです。」というシナリオであった。

シナリオDは、「仕事はかなり順調に進んでおり、ほとんどのプロジェクトはスケジュール通りに進んでいます。サプライヤーから連絡があり、あなたに対して、あなたのプロジェクトに必要な情報を収集するのにもっと時間をほしいと言ってきていたので、あなたは3日後に4時間（半日）休暇を取ることになりました。その4時間（=240分）をさまざまな方法で過ごすことができると想像してください。」というシナリオで

あった。

シナリオ *E*は、「仕事はかなり順調に進んでおり、ほとんどのプロジェクトはスケジュール通りに進んでいます。サプライヤーから連絡があり、あなたを含めたプロジェクトメンバーに対して、あなたのプロジェクトに必要な情報を収集するのにもっと時間をほしいと言ってきていたので、あなたたちは3日後に4時間(半日)休暇を取ることにしました。その4時間(=240分)をさまざまな方法で過ごすことができると想像してください。他のメンバーたちは、自己啓発のために本を読んだり、資格の勉強をしたりして過ごすつもりようです。」というシナリオであった。

5-3. マニピュレーション・チェック

2種類のマニピュレーション・チェックを実施した。一方において、前節第5-2節において示した3種類のシナリオを読んだ被験者が、自分だけが自由時間を獲得したか、他者も同様に獲得したかを、本論の意図どおりに知覚しているかどうかを確認するために、マニピュレーション・チェックを実施した。具体的には、「あなたと共に自由時間を得た人間がいると感じましたか。」という質問項目に対して、7段階のリッカート尺度法(「1:全く感じなかった」~「7:非常に感じた」)に従って回答するように被験者に依頼した。回答データを収集した後、多数派・快楽的グループ($N=25$)、および、多数派・功利的グループ($N=25$)においては、この項目に対する回答の値が4.00以下である被験者9名を、分析から除外した。一方、自分だけグループ($N=25$)においては、この項目に対する回答の値が4.00以上である被験者5名を、分析から除外した。

他方において、前節第5-2節において示した3種類のシナリオのうち、シナリオ *C*とシナリオ *E*を読んだ被験者が、多数派が自由時間をいかに消費しているかを、本論の意図どおりに知覚しているかどうかを確認するために、マニピュレーション・チェックを実施した。具体的には、「あなたと共に自由時間を得た人はどのように過ごしていると感じますか。」(「1. 頑張っている」~「7. 楽しんでいる」)、および、「あなたと共に自由時間を得た人はどのように過ごしていると感じますか。」(「1. 実利のために過ごしている」~「7. 快楽のために過ごしている」)という質問項目に対して、7段階のリッカート尺度法に従って回答するように被験者に依頼した。回答データを収集した後、多数派・快楽的グループ($N=25$)においては、これら2つの項目に対する回答の平均値が4.00以下である被験者を、多数派・功利的グループ($N=25$)においては、これら2つの項目に対する回答の平均値が4.00以上である被験者を、分析から除外することを試みたが、そのような被験者は見られなかった。

5-4. 多重比較検定

多数派・快楽的グループ、自分だけグループ、および、多数派・功利的グループにおける自由時間を快楽的に消費することを選択する傾向の大きさに対して、Tukeyの多重比較検定を行った。

まず、多数派・快楽的グループの自由時間を快楽的に消費することを選択する傾向の大きさの平均値は、192.381(標準偏差は51.469)であった。次に自分だけグループの自由時間を快楽的に消費することを選択する傾向の大きさの平均値は、160.000(標準偏差は26.646)であった。そして、多数派・功利的グループの自

由時間を快楽的に消費することを選択する傾向の大きさの平均値は、110.250(標準偏差は33.334)であった。

Tukeyの多重比較検定を行ったところ、各グループの間の差異は、次のとおりであった。

まず、多数派・快楽的グループと、自分だけグループの間において、平均値の差は、32.381という値を示し、5%水準で有意であった。次に、多数派・快楽的グループと、多数派・功利的グループの間において、平均値の差は、82.131という値を示し、1%水準で有意であった。そして、自分だけグループと多数派・功利的グループの間において、平均値の差は、49.750という値を示し、1%水準で有意であった。その結果は、図表5および図表6に要約されるとおりであった。

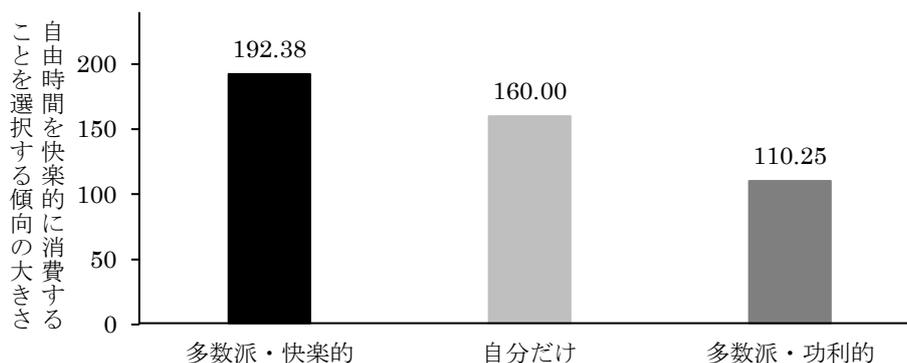
したがって、仮説2a、すなわち、「多数派が自由時間を快楽的に消費することを選択している場合、自分だけが自由時間を獲得している場合、多数派が自由時間を功利的に消費することを選択している場合の順に、自由時間を快楽的に消費することを選択する傾向が大きく、快楽的に消費することを選択する傾向が小さい。」は、支持されたとはいえるであろう。

図表5 仮説2に関するTukey多重比較検定の結果・1

	平均値の差
多数派・快楽的グループと、自分だけグループの間	32.38**
多数派・快楽的グループと、多数派・功利的グループの間	82.13***
自分だけグループと、多数派・功利的グループの間	49.75***

ただし、***は、1%水準、**は、5%水準で有意。

図表6 仮説2に関するTukey多重比較検定の結果・2



5-5. ブートストラップテスト

続いて、自分と同時に自由時間を獲得した他者の存在が、人が自由時間をいかに消費するかという意思決定に対して与える影響に対する、快楽的消費の正当化のしやすさの媒介効果を検討するために、ブートストラップテスト(ブートストラップ標本数:5,000)を行った。

テストに先立ち、「正当化のしやすさ」に関して採用された測定尺度の信頼性および妥当性を判断するための指標である因子負荷量、クロンバックの α 係数、合成信頼性(SCR)、および、平均分散抽出度(AVE)

を算出した。各構成概念の因子負荷量は、0.660～0.849 という値を示しており、Bagozzi and Yi (1988) が推奨する 0.500 以上という基準値を満たしていた。また、クロンバック α 係数は 0.889 という値を示しており、Nunnally (1978) が推奨する 0.700 以上という基準値を満たしていた。また、SCR は 0.891 という値を示しており、Bagozzi and Yi (1988) が推奨する 0.600 以上という基準値を満たしていた。そして、AVE は 0.622 という値を示しており、Bagozzi and Yi (1988) が推奨する 0.500 以上という基準値を上回っていた。それゆえ、採用された測定尺度は、高い信頼性と妥当性を有しているといえるであろう。

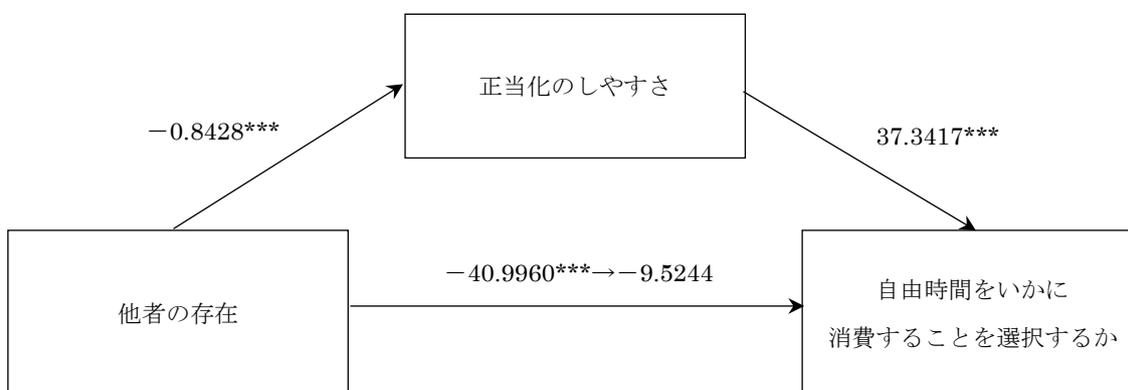
図表 7 構成概念と測定尺度

構成概念	測定尺度 (因子負荷量)	α 係数	SCR	AVE
正当化の しやすさ	X_1 : このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことは正当である。(0.83)	0.89	0.89	0.62
	X_2 : このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことに問題はない。(0.82)			
	X_3 : 自分 (この場面設定における主人公) は、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うにふさわしい。(0.77)			
	X_4 : このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことに罪悪感を抱く。(0.85)			
	X_5 : このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことの罪悪感を払拭できない。(0.66)			

テストの結果、快楽的消費の正当化のしやすさを介した間接効果は、CI: $-45.975, -15.483$ であり、5% 水準で有意であった。以上の結果は、図表 8 に要約されるとおりである。

したがって、自分と同時に自由時間を獲得した他者の存在は、確かに、快楽的消費の正当化のしやすさに差異をもたらすことを介して、人が自由時間をいかに消費するかに差異をもたらしている、といえるであろう。以上より、仮説 2b 「上記の効果は、正当化のしやすさによって媒介される。」は、支持された。

図表 8 仮説 2 に関するブートストラップテストの結果



ただし、***は、1%水準で有意。

第6章 調査1：仮説3の実証

6-1. 調査の概要

第3章において提唱した仮説群のうち、仮説3の経験的妥当性を吟味するために、消費者データの収集および実証分析を行った。参加者は、日本国内の大学生、男女66名であった（うち男性50名、女性16名、年齢の中央値は21歳）。

調査を始める前に、まず、前前章および前章の実験と同様に、Oppenheimer, *et al.* (2009) に倣って、注意力チェックを組み込んだ。これに正しく回答できなかった被験者11名を、分析から除外した。

その後の調査の手続きは、以下のとおりであった。まず、参加者に、過去に獲得した自由時間をいかに消費することを選択したかを測る質問（「ご自身に起きた出来事を思い出してご回答ください。私たちの日常生活では、仕事や授業、余暇で予定していたスケジュールがキャンセルされたことによって、数分から数時間、自由時間が得られることがあります。その際、あなたはその時間をどのように使いましたか。」「その時得られた自由時間は何分でしたか。」、および、「その自由時間すべてを100としたとき、あなたが快楽的活動／功利的活動／その他の活動に費やした時間の割合はいくつですか。」）に回答するように依頼した。これら質問は、Chung, *et al.* (2023) によって使用されていた項目に準拠している。

次に、参加者に、快楽的消費の正当化のしやすさ、および、計画性の高さを測る質問に回答するように依頼した。回答データを収集した後、分析に際してそれぞれ1つの尺度として平均化した。なお、正当化のしやすさの測定尺度は、前前章および前章で使用した質問と同様であった。また、計画性の測定尺度は、徳吉・岩崎 (2014) によって使用された自己成長主導性を測る項目のうち、「計画性」に関する項目を使用し、6件法で回答するように依頼した。

最後に、参加者に、参加者自身の最大化志向・満足化志向の度合を測る質問に回答するように依頼した。回答データを収集した後、分析に際して1つの尺度として平均化した。なお、測定尺度は、磯部・久富・松井・宇井・高橋・大庭・竹村 (2008) によって開発された16の項目を使用し、5件法での回答を求めた。その上で、中央値折半法を用いて、平均値の差の値が中央値の3.25より大きい被験者を最大化志向グループ ($N=26$) に、平均値の差の値が中央値の3.25以下である被験者を満足化志向グループ ($N=29$) に割り当てた。調査に用いた調査票は、補録6に掲載するとおりであった。

6-2. t 検定

満足化志向グループの自由時間を快楽的（／功利的）に消費することを選択する傾向の大きさと、最大化志向グループの自由時間を快楽的（／功利的）に消費することを選択する傾向の大きさとの間に有意な差があるか否かについて t 検定を行った。なお、本調査においてのみ、前前章および前章では行わなかった、自由時間を功利的に消費することを選択する傾向の大きさについての分析を行っている。これは、本調査においては、参加者に対して、自分が過去にした活動を、快楽的活動、ないし、功利的活動という2つの選択肢のどちらかに振り分けることを強制せず、その他の活動、という第3の選択肢も併せて提供したためである。

検定に先立ち、各構成概念に関して採用された測定尺度の信頼性および妥当性を判断するための指標である因子負荷量、クロンバックの α 係数、合成信頼性(SCR)、および、平均分散抽出度(AVE)を算出した。各構成概念の因子負荷量は、0.553~0.894という値を示しており、Bagozzi and Yi (1988)が推奨する0.500以上という基準値を満たしていた。また、クロンバック α 係数は0.913~0.923という値を示しており、Nunnally (1978)が推奨する0.700以上という基準値を満たしていた。また、SCRは0.913~0.925という値を示しており、Bagozzi and Yi (1988)が推奨する0.600以上という基準値を満たしていた。そして、AVEは0.571~0.611という値を示しており、Bagozzi and Yi (1988)が推奨する0.500以上という基準値を上回っていた。それゆえ、採用された測定尺度は、高い信頼性と妥当性を有しているといえるであろう。

図表9 構成概念と測定尺度

構成概念	測定尺度 (因子負荷量)	α 係数	SCR	AVE
後悔	X ₁ :何かを購入した後に、違うものにしていれば良かったという事がよくある。(0.89) X ₂ :選ぶのに苦労した商品でも、買った後に後悔する事が多い。(0.86) X ₃ :購入した商品が良かったとしても、「もっと良いものもあっただろうに」と思ってしまうことが多い。(0.85) X ₄ :くよくよ過去のことを悔やむほうだ。(0.65) X ₅ :過ぎてしまった事に対して、「こうすれば良かった」などと考える事がよくある。(0.76) X ₆ :人生において、「あの時こうしておけば良かった」と強く思うことが多い。(0.81) X ₇ :ある商品を購入した際、より良い商品があった可能性を考えて後悔する事がある。(0.81) X ₈ :自分は優柔不断だと思う。(0.55)	0.92	0.93	0.61
追求者	X ₉ :可能性がある限り、物事を追求する事に苦労は惜しまない。(0.84) X ₁₀ :何かの決断をする時は、ありとあらゆる選択肢を考えてみる。(0.84) X ₁₁ :商品を選ぶ時は、つねに最良のものを選ぶようにしている。(0.65) X ₁₂ :どんな趣味でも、きわめてみたくなり、没頭するタイプである。(0.82) X ₁₃ :一つのものを買うにも、他店と比べてみる事が多い。(0.78) X ₁₄ :新しい商品、流行の健康法など、つねに情報収集は欠かさない。(0.71) X ₁₅ :買い物の時間や、商品を選ぶ時間が他人より長いと思う。(0.65) X ₁₆ :お気に入りのもの、タレント、歌手などはとことん追求する。(0.73)	0.91	0.91	0.57

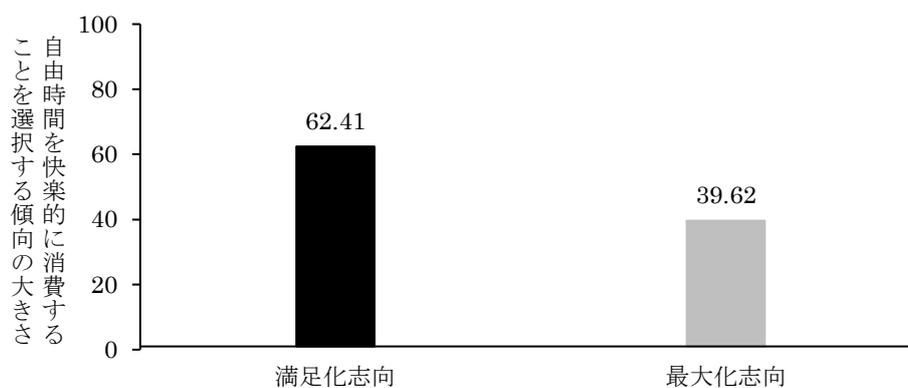
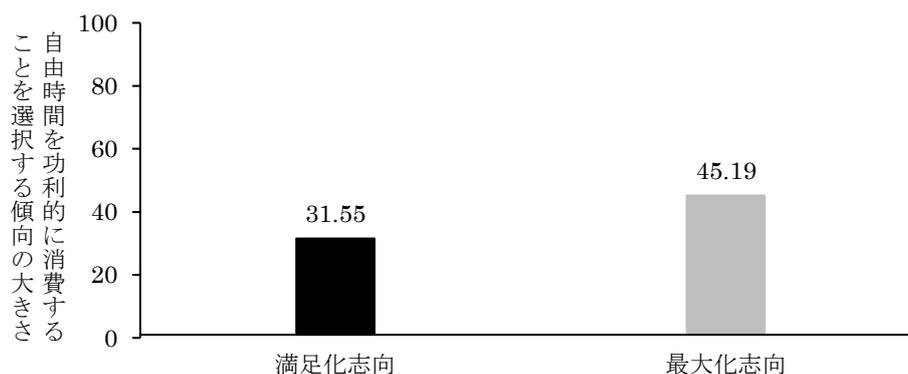
満足化志向グループの自由時間を快楽的に消費することを選択する傾向の大きさの平均値は、62.414 (標準偏差は 23.323) であった一方、最大化志向グループの自由時間を快楽的に消費することを選択する傾向の大きさの平均値は、39.615 (標準偏差は 26.379) であり、前者の方が、後者に比して、高水準であった。そして、2つのグループの間の差異は、1%水準で有意であった($t=3.38, p<0.01$)。また、満足化志向グループの自由時間を功利的に消費することを選択する傾向の大きさの平均値は、31.552 (標準偏差は 22.894) であった一方、

最大化志向グループの自由時間を功利的に消費することを選択する傾向の大きさの平均値は、45.192（標準偏差は36.730）であり、前者の方が、後者に比して、高水準であった。そして、2つのグループの間の差異は、5%水準で有意であった（ $t=-2.31, p<0.05$ ）。以上の結果は、図表10、図表11、および、図表12に要約されるとおりである。

図表10 仮説3に関する t 検定の結果・1

	満足化志向 グループの平均値 (標準偏差)	最大化志向 グループの平均値 (標準偏差)	t 値
自由時間を 快楽的に消費す ることを選択す る傾向の大きさ	62.41 (27.46)	39.62 (26.38)	3.38***
自由時間を 功利的に消費す ることを選択す る傾向の大きさ	31.55 (23.71)	45.19 (21.83)	-2.31**

ただし、***は1%水準、**は5%水準で有意。

図表11 仮説3に関する t 検定の結果・2図表12 仮説3に関する t 検定の結果・3

したがって、仮説 3a、すなわち「満足化志向の場合には、自由時間を快楽的に消費することを選択する傾向が大きく、最大化志向の場合には、功利的に消費することを選択する傾向が大きい。」は、支持されたとはいえるであろう。

6-3. ブートストラップテスト

続いて、最大化志向か満足化志向かが、人が自由時間をいかに消費するかという意思決定に対して与える影響に対する、快楽的消費の正当化のしやすさ、および、計画性の媒介効果を検討するために、ブートストラップテスト（ブートストラップ標本数：5,000）を行った。

テストに先立ち、各構成概念に関して採用された測定尺度の信頼性および妥当性を判断するための指標である因子負荷量、クロンバックの α 係数、合成信頼性 (SCR)、および、平均分散抽出度 (AVE) を算出した。各構成概念の因子負荷量は、0.736~0.971 という値を示しており、Bagozzi and Yi (1988) が推奨する 0.500 以上という基準値を満たしていた。また、クロンバック α 係数は 0.944~0.964 という値を示しており、Nunnally (1978) が推奨する 0.700 以上という基準値を満たしていた。また、SCR は 0.943~0.964 という値を示しており、Bagozzi and Yi (1988) が推奨する 0.600 以上という基準値を満たしていた。そして、AVE は 0.769~0.841 という値を示しており、Bagozzi and Yi (1988) が推奨する 0.500 以上という基準値を上回っていた。それゆえ、採用された測定尺度は、高い信頼性と妥当性を有しているといえるであろう。

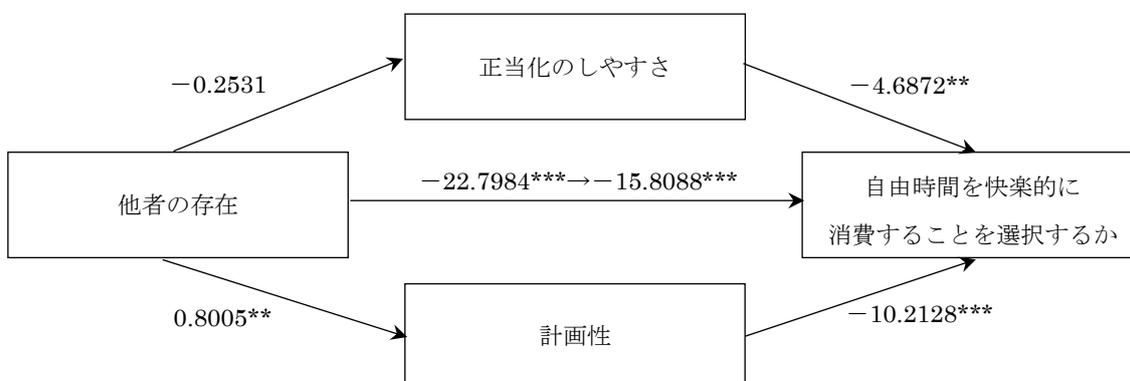
図表 13 構成概念と測定尺度

構成概念	測定尺度 (因子負荷量)	α 係数	SCR	AVE
正当化のしやすさ	<p>X₁: このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことは正当である。(0.95)</p> <p>X₂: このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことに問題はない。(0.97)</p> <p>X₃: 自分は、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うにふさわしい。(0.89)</p> <p>X₄: このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことに罪悪感を抱く。(0.83)</p> <p>X₅: このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことの罪悪感を払拭できない。(0.74)</p>	0.94	0.94	0.77
計画性	<p>X₆: 自分自身を変えるために実現可能な目標をどのように設定するかを知っている。(0.95)</p> <p>X₇: 自分自身を変えるために実現可能な計画をどのように立てるかを知っている。(0.93)</p> <p>X₈: どのような段階を踏めば自分自身が求める変化を遂げられるかを知っている。(0.93)</p> <p>X₉: 自分自身について変えたいと思う実現可能な目標を設定している。(0.86)</p> <p>X₁₀: 自分自身を変えようとしているとき、自分の成長にあった実現可能な計画を立てる。(0.91)</p>	0.96	0.96	0.84

その結果、最大化志向か満足化志向かが、人が自由時間を快楽的に消費することを選択するかに対して与

える影響に対する、快楽的消費の正当化のしやすさを介した間接効果は、CI：-3.338, 5.770、計画性を介した間接効果は、CI：-18.666, -0.587であり、5%水準で有意であった。以上の結果は、図表 14 に要約されるとおりである。

図表 14 仮説 3 に関するブートストラップテストの結果・1

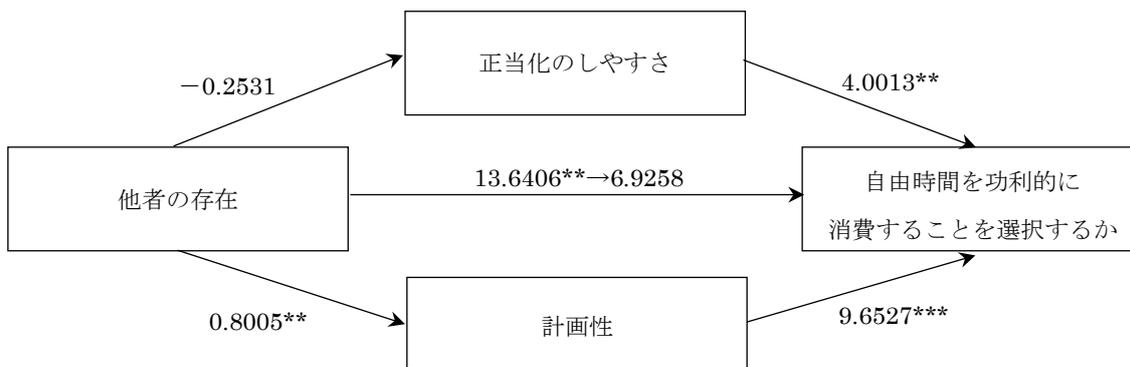


ただし、***は、1%水準、**は、5%水準で有意。

したがって、最大化志向か満足化志向かは、計画性に差異をもたらすことを介して、人が自由時間を快楽的に消費することを選択するかに差異をもたらしている一方で、快楽的消費の正当化のしやすさに差異をもたらすことを介して、人が自由時間を快楽的に消費することを選択するかに差異をもたらしているわけではない、と云うるのである。

また、最大化志向か満足化志向かが、人が自由時間を功利的に消費することを選択するかに対して与える影響に対する、快楽的消費の正当化のしやすさを介した間接効果は、CI：-5.182, 2.405、計画性を介した間接効果は、CI：0.749, 17.186であり、5%水準で有意であった。以上の結果は、図表 15 に要約されるとおりである。

図表 15 仮説 3 に関するブートストラップテストの結果・2



ただし、***は、1%水準、**は、5%水準で有意。

したがって、最大化志向か満足化志向かは、計画性に差異をもたらすことを介して、人が自由時間を功利的に消費することを選択するかに差異をもたらしている一方で、快楽的消費の正当化のしやすさに差異をもたらすことを介して、人が自由時間を快楽的に消費することを選択するかに差異をもたらしているわけではない、と云うるのである。

以上より、仮説 3b「上記の効果は、正当化のしやすさ、計画性によって媒介される。」は、部分的にしか支持されなかったと云うるのである。

第7章 おわりに

7-1. 学術的貢献

本論は、次のような学術的貢献を成したと云うるのである。それは、既存研究が捨象した、意外性と自由時間の消費の仕方との適合性を媒介しうる、快楽的消費の正当化のしやすさや、計画性という変数に着目したことによって、それらを介して、人が自由時間をいかに消費するかという意思決定に対して影響を与える多様な要因を見出したということである。具体的には、純増した自由時間や、快楽的に自由時間を消費する他者の存在が、快楽的消費の正当化のしやすさに差異をもたらすことを介して、人が自由時間をいかに消費するかに差異をもたらしているということ、新たに見出した。また、その人の意思決定スタイル（最大化志向か満足化志向か）が、計画性に差異をもたらすことを介して、人が自由時間をいかに消費するかに差異をもたらしているということ、新たに見出した。以上のような取り組みを通じて、本論は、人が自由時間をいかに消費するかという意思決定に関する研究群に対して、実り豊かな貢献を成したと云うるのである。

7-2. 実務的含意

本論は、次のような実務的含意を内包している。第 1 に、本論は、人が自由時間を快楽的に消費することを促進するにはどのような手法が有効であるかということに関して、知見を提供したということである。本論の知見によると、例えば、サービスプロバイダーやエンターテインメント企業のマーケティング部門の担当者は、消費者が純増した自由時間を確保できるように支援することや、自由時間を使ってエンターテインメントコンテンツを楽しむ人々の姿を消費者に対して開示すること、あるいは、消費者の意思決定スタイルを満足化志向に近づけることによって、消費者が快楽的な消費活動に抱く罪悪感を解消することができれば、消費者の快楽的な消費活動を促進することができるであろう。

第 2 に、本論は、人が自由時間を功利的に消費することを促進するにはどのような手法が有効であるかということに関して、知見を提供したということである。本論の知見によると、例えば、企業の人事部門や人材開発部門の担当者、トレーニーは、従業員が業務時間中に自由時間を獲得した際、その自由時間を、純増した自由時間ではなく、前倒しになった自由時間にすぎないと認識させる工夫を成すべきである。その工

夫は、従業員の功利的な活動を促進することを介して、従業員の自己成長や生産性の向上に繋がるであろう。また、従業員に対して、自己研鑽や生産性の向上に励んでいる他の従業員の存在を知らせることも効果的であろう。それに加えて、従業員の意思決定スタイルを最大化志向に近づけることによって、従業員の功利的な活動を促進することが可能であろう。

7-3. 本論の限界

本論は、以下に挙げられるような、いくつかの限界を残している。第1の限界は、本論の実証結果は、予算および時間の節約のために、日本に住む少数の大学生から取得したデータから導き出されたという点である。今後の研究においては、幅広い年齢、職業、文化的背景、および、社会的背景を持つ、多数の人を対象にして実験を行うことによって、本論の分析結果の外的妥当性を吟味することが望まれるであろう。

第2の限界は、本論の実証分析において、人が自由時間をいかに消費するかという意思決定に対して影響を与えうる、統制すべき変数が他にも存在した可能性があるという点である。自由時間をいかに消費するかという意思決定に対して、活動の重要度や緊急度、自由時間の長さ、経済的事情等が影響を与える可能性が考えられる。今後の研究においては、自由時間が発生するさまざまな形態や、その人の置かれた状況を考慮することを通じて、それらが自由時間をいかに消費するかという意思決定に対して与える影響をより精緻に捉えうるであろう。

7-4. 今後の研究課題

本論は、次のような課題を今後の研究に残している。本論は、快楽的消費の正当化のしやすさや、計画性という変数を介して、人が自由時間をいかに消費するかという意思決定に対して影響を与える多様な要因を見出したが、自由時間をいかに消費するかという意思決定が、満足感や幸福感に対して与える影響については、研究の対象にしなかった。しかし、実務的な観点からみて、顧客満足度や従業員満足度を高めることは非常に重要である。今後は、多様な要因に関して、それぞれの要因から自由時間をいかに消費するかという意思決定を下した人が、どれほどの満足感や幸福感を得られるのかということについて探究するのも、有意義であろう。

以上のような課題を残してはいるものの、本論は、既存研究が捨象した媒介変数に着目し、それらを介して、人が自由時間をいかに消費するかという意思決定に対して影響を与えるさまざまなシチュエーションや人の特性を新たに見出したという点において、同分野の研究群に対して、大きな貢献を成したとともに、実務家に対しても、実り豊かで有意義な含意を提供したと言いうるであろう。

(記) 本論の執筆に際して、お力添えくださった多くの方々に対して、この場を借りて感謝の意を表します。慶應義塾大学商学部小野晃典先生は、私が仮説の案出に際して、他の同期生から遅れをとる中、親身になって私の拙いアイデアに耳を傾け、貴重なご助言をくださいました。また、執筆作業の段階でも、原稿が一面文字で埋め尽くされるほどの、丁寧なご指導を賜りました。お忙しい中、何度

も私たちゼミ生のためにお時間を割き、温かいご指導をしてくださったことに対しまして、心から感謝申し上げます。また、現役大学院生の先輩方や、昨年度ご卒業された大学院生や第19期生の先輩方、同期の第20期生、そして、第21期生からも、本論を執筆する上で重要となった数多くのご助言や、ご指導を賜りました。とりわけ、大学院生の北澤涼平さん（小野晃典研究会第16期OB）には、テーマ設定から実証分析にいたるまで、非常に多くのお力添えをいただきました。いつも快くご相談を引き受けてくださりまして、本当にありがとうございます。最後に、本論の執筆に関わってくださった全ての方々に対しまして、厚く御礼申し上げます。誠にありがとうございました。

参考文献

- Arkes, Hal R., Cynthia A. Joyner, Mark V. Pezzo, Gradwohl J. Nash, Karen Siegel-Jacobs, and Eric Stone (1994), "The Psychology of Windfall Gains," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 59, No. 3, pp. 331-347.
- Asch, Solomon E. (1956), "Studies of Independence and Conformity: I. A Minority of One Against a Unanimous Majority," *Psychological Monographs*, Vol. 70, No. 9, pp. 1-70.
- Bagozzi, Richard P. and Youjae Yi (1988), "On the Evaluation of Structural Equation Models," *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 16, No. 1, pp. 74-94.
- Chen, Charlene Y., Leonard Lee, and Andy J. Yap (2016), "Control Deprivation Motivates Acquisition of Utilitarian Products," *Journal of Consumer Research*, Vol. 43, No. 6, pp. 1031-1047.
- Choi, Jinhee and Ayelet Fishbach (2011), "Choice as an End Versus a Means," *Journal of Marketing Research*, Vol. 48, No. 3, pp. 544-554.
- Chung, Jaeyeon J., Leonard Lee, Donald R. Lehmann, and Claire I. Tsai (2022), "Spending Windfall ("Found") Time on Hedonic versus Utilitarian Activities," *Journal of Consumer Research*, Vol. 49, No. 6, pp. 1118-1139.
- Csikszentmihalyi, Mihaly and Judith LeFevre (1989), "Optimal Experience in Work and Leisure," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 56, No. 5, pp. 815-822.
- de Graaf, John (2003), *Take Back Your Time: Fighting Overwork and Time Poverty in America*, San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers.
- Deutsch, Morton and Harold B. Gerard (1990), "A Study of Normative and Informational Social Influences on Individual Judgement," *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 51, No. 3, pp. 629-636.
- Epley, Nicholas and Ayelet Gneezy (2007), "The Framing of Financial Windfalls and Implications for Public Policy," *The Journal of Socio-Economics*, Vol. 36, No. 1, pp. 36-47.
- Haworth, Trevor J. and James A. Veal (2004), *Work and Leisure*, London, UK: Routledge London.
- Hirschman, Elizabeth C. and Morris B. Holbrook (1982), "Hedonic Consumption: Emerging Concepts,

- Methods and Propositions,” *Journal of Marketing*, Vol. 46, No. 3, pp. 92–101.
- Hsee, Christopher and Claire T. Tsai (2008), “Hedonomics in Consumer Behavior,” in Curtis P. Haugtvedt, Paul M. Herr, and Frank R. Kardes, eds., *Handbook of Consumer Psychology*, Mahwah, NJ: Erlbaum, pp. 639–658.
- 磯部綾美・久富哲兵・松井豊・宇井美代子・高橋尚也・大庭剛司・竹村和久 (2008), 「意思決定における『日本版後悔・追求者尺度』作成の試み」, 『心理学研究』(日本心理学会), 第 79 卷, 第 5 号, pp. 453–458.
- Kahneman, Daniel, Jack L. Knetsch, and Richard H. Thaler (1991), “Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias,” *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 5, No. 1, pp. 193–206.
- Kivetz, Ran (1999), “Advances in Research on Mental Accounting and Reason-Based Choice,” *Marketing Letters*, Vol. 10, No. 3, pp. 249–266.
- Kodz, J., B. Kersley, and M. T. Strebler (1998), *Breaking the Long Hours Culture*, Brighton, UK: Institute of Employment Studies.
- Laran, Juliano and Chris Janiszewski (2011), “Work or Fun? How Task Construal and Completion Influence Regulatory Behavior,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 37, No. 6, pp. 967–983.
- Lascu, Dana-Nicoleta (1991), “Consumer Guilt: Examining the Potential of a New Marketing Construct,” *Advances in Consumer Research*, Vol. 18, pp. 290–295.
- Leclerc, France, Bernd H. Schmitt, and Laurette Dubé (1995), “Waiting Time and Decision Making: Is Time like Money?” *Journal of Consumer Research*, Vol. 22, No. 1, pp. 110–119.
- Mano, Haim and Richard L. Oliver (1993), “Assessing the Dimensionality and Structure of the Consumption Experience: Evaluation, Feeling, and Satisfaction,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 20, No. 3, pp. 451–466.
- Milkman, Katherine L. and John Beshears (2009), “Mental Accounting and Small Windfalls: Evidence from an Online Grocer,” *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 71, No. 2, pp. 384–394.
- Newman, David B., Louis Tay, and Ed Diener (2014), “Leisure and Subjective Well-Being: A Model of Psychological Mechanisms as Mediating Factors,” *Journal of Happiness Studies*, Vol. 15, No. 3, pp. 555–578.
- Nunnally, Jum C. (1978), *Psychometric Theory*, New York, NY: McGraw-Hill.
- O’Curry, Suzanne and Michal Strahilevitz (2001), “Probability and Mode of Acquisition Effects on Choices between Hedonic and Utilitarian Options,” *Marketing Letters*, Vol. 12, No. 1, pp. 37–49.
- Oppenheimer, Daniel M., Tom Meyvis, and Nicolas Davidenko (2009), “Instructional Manipulation Checks: Detecting Satisficing to Increase Statistical Power,” *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol. 45, No. 4, pp. 867–872.
- Prelec, Drazen and George Loewenstein (1998), “The Red and the Black: Mental Accounting of Savings and Debt,” *Marketing Science*, Vol. 17, No. 1, pp. 4–28.

- Schwartz, Barry, Andrew Ward, John Monterosso, Sonja Lyubomirsky, Katherine White, and Darrin R. Lehman (2002), "Maximizing Versus Satisficing: Happiness Is a Matter of Choice," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 83, No. 5, pp. 1178-1197.
- Soster, Robin L., Ashwani Monga, and William O. Bearden (2010), "Tracking Costs of Time and Money: How Accounting Periods Affect Mental Accounting," *Journal of Consumer Research*, Vol. 37, No. 4, pp. 712-721.
- Thaler, Richard H. (1985), "Mental Accounting and Consumer Choice," *Marketing Science*, Vol. 4, No. 3, pp. 199-214.
- and Eric J. Johnson (1990), "Gambling with the House Money and Trying to Break Even: The Effects of Prior Outcomes on Risky Choice," *Management Science*, Vol. 36, No. 6, pp. 643-660.
- 徳吉陽河・岩崎祥一 (2014), 「自己成長主導性尺度Ⅱ (PGIS-Ⅱ) 日本語版の開発と心理的測定」, 『心理学研究』(日本心理学会), 第 85 卷, 第 2 号, pp. 178-187.
- Tonietto, Gabriela N. and Selin A. Malkoc (2016), "The Calendar Mindset: Scheduling Takes the Fun Out and Puts the Work In," *Journal of Marketing Research*, Vol. 53, No. 6, pp. 922-936.
- Watanabe, Mayumi and Keita Yamauchi (2016), "Psychosocial Factors of Overtime Work in Relation to Work-Nonwork Balance: A Multilevel Structural Equation Modeling Analysis of Nurses Working in Hospitals," *International Journal of Behavioral Medicine*, Vol. 23, No. 4, pp. 492-500.

補録 1 調査票 1-A : 純増グループ

調査票 1-A

【0】 あなたの年齢と性別を教えてください。

歳	男 ・ 女
---	-------

自由時間の使い方に関する消費者意識調査

< 挨拶 >

慶應義塾大学商学部小野晃典研究会の有田勝海と申します。
私は現在、卒業論文を執筆中であり、
その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、
特定の営利企業に利用することは決してございません。また、
ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、
個人単位での情報が外部に漏えいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、
上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、
何卒、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第 20 期 有田勝海

次のページへお進みください。

【1】

【問1】

スポーツへ参加

現代の意思決定理論の多くは、「意思決定は真空状態で行われるものではない」という事実を認識しています。これは、個人の嗜好や知識が、状況変数とともに、意思決定プロセスに大きな影響を与える可能性があるためです。

本調査では、意思決定に関する研究を円滑にするために、意思決定者であるあなたについて特定の要素を知る必要があります。もしそうでなければ、指示の変更には依存する、私の調査のいくつかは効果がないことになってしまいます。

そのため、あなたが指示を読んだことを証明するために、問2の、「あなたが日頃行っているスポーツはどれですか?」という設問と、その下にある問3の、「回答を続ける」の選択肢は無視してください。代わりに、この文章の上にある問1の、「スポーツへ参加」にチェックを入れて、次のセクションに進んでください。

よろしく願っています。

【問2】

あなたが日頃行っているスポーツはどれですか。

- スキー
- サッカー
- スノーボード
- ランニング
- ホッケー
- アメリカンフットボール
- 水泳
- テニス
- バスケッ トボール
- サイクリング
- その他
- 日頃スポーツを行っていない

【問3】

回答を続ける

次のページへお進みください。

【2】以下の場面設定をよく読んで、質問にお答えください。

※あなたは「会社員」という設定です。

仕事は順調に進んでおり、ほとんどのプロジェクトはスケジュール通りに進んでいます。ある日、取引先から連絡があり、あなたに対して、「あなたのプロジェクトに必要な情報を収集するのにもっと時間をほしい」と言ってきました。そのため、あなたは、3日後に4時間(半日)休暇を取ることになりました。その4時間(=240分)をさまざまな方法で過ごすことができるかと想像してください。

【問2】上記の場面設定を踏まえて、時間配分の合計が240分になるように、240分を以下のカテゴリに分配してください。

- ①自己啓発のために本を読んだり、勉強したりする
- ②他の仕事に関連した作業をする
- ③仕事のために他の従業員と会う
- ④余暇のために本を読む
- ⑤楽しみやリラクゼーションのために時間を過ごす
- ⑥友人と会っておしゃべりしたり、遊んだりする

【問1】上記の場面設定を踏まえて、以下の質問にお答えください。

次の質問について、「1：全く感じなかった」～「7：非常に感じた」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
全く感じなかった 非常に感じた

あなたは、自分自身が自由に使える時間の合計が増加したと感じましたか。	1	2	3	4	5	6	7
あなたは、自由時間が純粋に増加したと感じましたか。	1	2	3	4	5	6	7
あなたは、自由時間が前倒しになっただけではなく、増加したと感じましたか。	1	2	3	4	5	6	7

「①自己啓発のために本を読んだり、勉強したりする」に何分使うかお答えください。	分
「②他の仕事に関連した作業をする」に何分使うかお答えください。	分
「③仕事のために他の従業員と会う」に何分使うかお答えください。	分
「④余暇のために本を読む」に何分使うかお答えください。	分
「⑤楽しみやリラクゼーションのために時間を過ごす」に何分使うかお答えください。	分
「⑥友人と会っておしゃべりしたり、遊んだりする」に何分使うかお答えください。	分

次のページへお進みください。

【問3】 上記の場面設定を踏まえて、以下の項目にどの程度同意できるかお答えください。

次の質問について、「1：全く同意しない」～「7：非常に同意する」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
全く同意しない 非常に同意する

このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことは正当である。	1	2	3	4	5	6	7
このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことは問題ない。	1	2	3	4	5	6	7
自分（この場面設定における主人公）は、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うにふさわしい。	1	2	3	4	5	6	7
このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことに罪悪感を感じる。	1	2	3	4	5	6	7
このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことの罪悪感を払拭できない。	1	2	3	4	5	6	7

ご協力ありがとうございました。

調査票 1-B

【0】 あなたの年齢と性別を教えてください。

歳	男 ・ 女
---	-------

自由時間の使い方に関する消費者意識調査

< 挨拶 >

慶應義塾大学商学部小野晃典研究会の有田勝海と申します。
私は現在、卒業論文を執筆中であり、
その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、
特定の営利企業に利用することは決してございません。また、
ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、
個人単位での情報が外部に漏えいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、
上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、
何卒、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第 20 期 有田勝海

次のページへお進みください。

【1】

【問1】

 スポーツへ参加

現代の意思決定理論の多くは、「意思決定は真空状態で行われるものではない」という事実を認識しています。これは、個人の嗜好や知識が、状況変数とともに、意思決定プロセスに大きな影響を与える可能性があるためです。

本調査では、意思決定に関する研究を円滑にするために、意思決定者であるあなたについて特定の要素を知る必要があります。もしそうでなければ、指示の変更には依存する、私の調査のいくつかは効果がないことになってしまいます。

そのため、あなたが指示を読んだことを証明するために、問2の、「あなたが日頃行っているスポーツはどれですか?」という設問と、その下にある問3の、「回答を続ける」の選択肢は無視してください。代わりに、この文章の上にある問1の、「スポーツへ参加」にチェックを入れて、次のセクションに進んでください。

よろしく願っています。

【問2】

あなたが日頃行っているスポーツはどれですか。

- スキー
- サッカー
- スノーボード
- ランニング
- ホッケー
- アメリカンフットボール
- 水泳
- テニス
- バスケッ トボール
- サイク リング
- その他
- 日頃スポーツを行っていない

【問3】

 回答を続ける

次のページへお進みください。

【2】以下の場面設定をよく読んで、質問にお答えください。

※あなたは「会社員」という設定です。

仕事は順調に進んでおり、ほとんどのプロジェクトはスケジュール通りに進んでいます。ある日、上司から連絡があり、あなたに対して、「急遽別の予定が入ってしまっただけ、3日後の午後に予定されていた会議を5日後の午後に延期する」と言ってきました。そこで、あなたは、当初会議の予定であったはずが空白になってしまった3日後に、4時間（半日）休暇を取ることになりました。その4時間（=240分）をさまざまな方法で過ごすことができると想像してください。

【問1】上記の場面設定を踏まえて、以下の質問にお答えください。

次の質問について、「1：全く感じなかった」～「7：非常に感じました」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
 全く感じなかつた 非常に感じました

あなたは、自分自身が自由に使える時間の合計が増加したと感じましたか。	1	2	3	4	5	6	7
あなたは、自由時間が純粋に増加したと感じましたか。	1	2	3	4	5	6	7
あなたは、自由時間が前倒しになっただけではなく、増加したと感じましたか。	1	2	3	4	5	6	7

【問2】上記の場面設定を踏まえて、時間配分の合計が240分になるように、240分を以下のカテゴリに分配してください。

- ①自己啓発のために本を読んだり、勉強したりする
- ②他の仕事に関連した作業をする
- ③仕事のために他の従業員と会う
- ④余暇のために本を読む
- ⑤楽しみやリラクゼーションのために時間を過ごす
- ⑥友人と会っておしゃべりしたり、遊んだりする

「①自己啓発のために本を読んだり、勉強したりする」に何分使うかお答えください。	分
「②他の仕事に関連した作業をする」に何分使うかお答えください。	分
「③仕事のために他の従業員と会う」に何分使うかお答えください。	分
「④余暇のために本を読む」に何分使うかお答えください。	分
「⑤楽しみやリラクゼーションのために時間を過ごす」に何分使うかお答えください。	分
「⑥友人と会っておしゃべりしたり、遊んだりする」に何分使うかお答えください。	分

次のページへお進みください。

【問3】 上記の場面設定を踏まえて、以下の項目にどの程度同意できるかお答えください。

次の質問について、「1：全く同意しない」～「7：非常に同意する」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
 1：全く同意しない
 7：非常に同意する

このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことは正当である。	1	2	3	4	5	6	7
このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことは問題ない。	1	2	3	4	5	6	7
自分（この場面設定における主人公）は、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うにふさわしい。	1	2	3	4	5	6	7
このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことに罪悪感を感じる。	1	2	3	4	5	6	7
このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことの罪悪感を払拭できない。	1	2	3	4	5	6	7

ご協力ありがとうございました。

補録3 調査票2-A：多数派・快楽的グループ

調査票2-A

自由時間の使い方に関する消費者意識調査

【0】 あなたの年齢と性別を教えてください。

歳	男・女
---	-----

< 挨拶 >

慶應義塾大学商学部小野晃典研究会の有田勝海と申します。
私は現在、卒業論文を執筆中であり、
その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、
特定の営利企業に利用することは決してございません。また、
ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、
個人単位での情報が外部に漏えいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、
上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、
何卒、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第20期 有田勝海

次のページへお進みください。

【1】

【問1】

スポーツへ参加

現代の意思決定理論の多くは、「意思決定は真空状態で行われるものではない」という事実を認識しています。これは、個人の嗜好や知識が、状況変数とともに、意思決定プロセスに大きな影響を与える可能性があるためです。

本調査では、意思決定に関する研究を円滑にするために、意思決定者であるあなたについて特定の要素を知る必要があります。もしそうでなければ、指示の変更には依存する、私の調査のいくつかは効果がないことになってしまいます。

そのため、あなたが指示を読んだことを証明するために、問2の、「あなたが日頃行っているスポーツはどれですか?」という設問と、その下にある問3の、「回答を続ける」の選択肢は無視してください。代わりに、この文章の上にある問1の、「スポーツへ参加」にチェックを入れて、次のセクションに進んでください。

よろしく願っています。

【問2】

あなたが日頃行っているスポーツはどれですか。

- スキー
- サッカー
- スノーボード
- ランニング
- ホッケー
- アメリカンフットボール
- 水泳
- テニス
- バスケッ トボール
- サイク リング
- その他
- 日頃スポーツを行っていない

【問3】

回答を続ける

次のページへお進みください。

【2】以下の場面設定をよく読んで、質問にお答えください。

※あなたは「会社員」という設定です。

仕事は順調に進んでおり、ほとんどのプロジェクトはスケジュール通りに進んでいます。ある日、取引先から連絡があり、あなたを含めたプロジェクトメンバーに対して、「あなたたちのプロジェクトに必要な情報を収集するのもっと時間をほしい」と言ってきました。そのため、あなたたちは、3日後に4時間（半日）休暇を取ることになりました。その4時間（＝240分）をさまざまな方法で過ごすことができると想像してください。他のメンバーたちは、友人と会って遊んだり、Netflixを観たりして過ごすつもりの方です。

【問1】 上記の場面設定を踏まえて、以下の質問にお答えください。

次の質問について、「1：全く感じなかった」～「7：非常に感じた」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
全く感じなかった 非常に感じた

あなたと共に自由時間を得た人間がいて感じましたか。

1 2 3 4 5 6 7

【問2】 上記の場面設定を踏まえて、以下の質問にお答えください。

次の質問について、「1：頑張っている」～「7：楽しんでいる」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
頑張っている 楽しんでいる

あなたと共に自由時間を得た人はどのように過ごしていると感じますか。

1 2 3 4 5 6 7

【問3】 上記の場面設定を踏まえて、以下の質問にお答えください。

次の質問について、「1：実利のために過ごしている」～「7：快楽のために過ごしている」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
実利のために過ごしている 快楽のために過ごしている

あなたと共に自由時間を得た人はどのように過ごしていると感じますか。

1 2 3 4 5 6 7

次のページへお進みください。

【問4】上記の場面設定を踏まえて、時間配分の合計が240分になるように、240分を以下のカテゴリーに分配してください。

- ①自己啓発のために本を読んだり、勉強したりする
- ②他の仕事に関連した作業をする
- ③仕事のために他の従業員と会う
- ④余暇のために本を読む
- ⑤楽しみやリラクゼーションのために時間を過ごす
- ⑥友人と会っておしゃべりしたり、遊んだりする

「①自己啓発のために本を読んだり、勉強したりする」に何分使うか お答えください。	分
「②他の仕事に関連した作業をする」に何分使うかお答えください。	分
「③仕事のために他の従業員と会う」に何分使うかお答えください。	分
「④余暇のために本を読む」に何分使うかお答えください。	分
「⑤楽しみやリラクゼーションのために時間を過ごす」に何分使うか お答えください。	分
「⑥友人と会っておしゃべりしたり、遊んだりする」に何分使うかお 答えください。	分

【問5】上記の場面設定を踏まえて、以下の項目にどの程度同意できるかお答え
ください。

次の質問について、「1：全く同意しない」～「7：非常に同意する」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
…全く同意しない …非常に同意する

このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことは正当である。	1 2 3 4 5 6 7
このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことは問題ない。	1 2 3 4 5 6 7
自分（この場面設定における主人公）は、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うにふさわしい。	1 2 3 4 5 6 7
このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことに罪悪感を感じる。	1 2 3 4 5 6 7
このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことに罪悪感を拭きえない。	1 2 3 4 5 6 7

ご協力ありがとうございました。

調査票 2-B

自由時間の使い方に関する消費者意識調査

【0】 あなたの年齢と性別を教えてください。

歳	男 ・ 女
---	-------

< 挨拶 >

慶應義塾大学商学部小野晃典研究会の有田勝海と申します。
私は現在、卒業論文を執筆中であり、
その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、
特定の営利企業に利用することは決してございません。また、
ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、
個人単位での情報が外部に漏えいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、
上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、
何卒、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第 20 期 有田勝海

次のページへお進みください。

【1】

【問1】

スポーツへ参加

現代の意思決定理論の多くは、「意思決定は真空状態で行われるものではない」という事実を認識しています。これは、個人の嗜好や知識が、状況変数とともに、意思決定プロセスに大きな影響を与える可能性があるためです。

本調査では、意思決定に関する研究を円滑にするために、意思決定者であるあなたについて特定の要素を知る必要があります。もしそうでなければ、指示の変更には依存する、私の調査のいくつかは効果がないことになってしまいます。

そのため、あなたが指示を読んだことを証明するために、問2の、「あなたが日頃行っているスポーツはどれですか?」という設問と、その下にある問3の、「回答を続ける」の選択肢は無視してください。代わりに、この文章の上にある問1の、「スポーツへ参加」にチェックを入れて、次のセクションに進んでください。

よろしく願っています。

【問2】

あなたが日頃行っているスポーツはどれですか。

- スキー
 サッカー
 スノーボード
 ランニング
 ホッケー
 アメリカンフットボール
 水泳
 テニス
 バスケッボール
 サイクリング
 その他
 日頃スポーツを行っていない

【問3】

回答を続ける

次のページへお進みください。

【2】以下の場面設定をよく読んで、質問にお答えください。

※あなたは「会社員」という設定です。

仕事は順調に進んでおり、ほとんどのプロジェクトはスケジュール通りに進んでいます。ある日、取引先から連絡があり、あなたに対して、「あなたのプロジェクトに必要な情報を収集するのにもっと時間をほしい」と言ってきました。そのため、あなたは、3日後に4時間（半日）休暇を取ることになりました。その4時間（=240分）をさまざまな方法で過ごすことができるかと想像してください。

【問1】 上記の場面設定を踏まえて、以下の質問にお答えください。

次の質問について、「1：全く感じなかった」～「7：非常に感じた」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
全く感じなかった 非常に感じた

あなたと共に自由時間を得た人間がいると感じましたか。	1	2	3	4	5	6	7
----------------------------	---	---	---	---	---	---	---

【問2】 上記の場面設定を踏まえて、時間配分の合計が240分になるように、240分を以下のカテゴリに分配してください。

- ①自己啓発のために本を読んだり、勉強したりする
- ②他の仕事に関連した作業をする
- ③仕事のために他の従業員と会う
- ④余暇のために本を読む
- ⑤楽しみやリラクゼーションのために時間を過ごす
- ⑥友人と会っておしゃべりしたり、遊んだりする

「①自己啓発のために本を読んだり、勉強したりする」に何分使うかお答えください。	分
「②他の仕事に関連した作業をする」に何分使うかお答えください。	分
「③仕事のために他の従業員と会う」に何分使うかお答えください。	分
「④余暇のために本を読む」に何分使うかお答えください。	分
「⑤楽しみやリラクゼーションのために時間を過ごす」に何分使うかお答えください。	分
「⑥友人と会っておしゃべりしたり、遊んだりする」に何分使うかお答えください。	分

次のページへお進みください。

【問3】 上記の場面設定を踏まえて、以下の項目にどの程度同意できるかお答えください。

1 2 3 4 5 6 7
全く同意しない 非常に同意する

次の質問について、「1：全く同意しない」～「7：非常に同意する」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことは正当である。	1	2	3	4	5	6	7
このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことは問題ない。	1	2	3	4	5	6	7
自分（この場面設定における主人公）は、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うにふさわしい。	1	2	3	4	5	6	7
このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことに罪悪感を感じる。	1	2	3	4	5	6	7
このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことの罪悪感を払拭できない。	1	2	3	4	5	6	7

ご協力ありがとうございました。

補録5 調査票2-C：多数派・功利的グループ

調査票2-C

自由時間の使い方に関する消費者意識調査

【0】 あなたの年齢と性別を教えてください。

歳	男 ・ 女
---	-------

< 挨拶 >

慶應義塾大学商学部小野晃典研究会の有田勝海と申します。
私は現在、卒業論文を執筆中であり、
その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、
特定の営利企業に利用することは決してございません。また、
ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、
個人単位での情報が外部に漏えいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、
上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、
何卒、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第20期 有田勝海

次のページへお進みください。

【1】

【問1】

 スポーツへ参加

現代の意思決定理論の多くは、「意思決定は真空状態で行われるものではない」という事実を認識しています。これは、個人の嗜好や知識が、状況変数とともに、意思決定プロセスに大きな影響を与える可能性があるためです。

本調査では、意思決定に関する研究を円滑にするために、意思決定者であるあなたについて特定の要素を知る必要があります。もしそうでなければ、指示の変更には依存する、私の調査のいくつかは効果がないことになってしまいます。

そのため、あなたが指示を読んだことを証明するために、問2の、「あなたが日頃行っているスポーツはどれですか?」という設問と、その下にある問3の、「回答を続ける」の選択肢は無視してください。代わりに、この文章の上にある問1の、「スポーツへ参加」にチェックを入れて、次のセクションに進んでください。

よろしく願っています。

【問2】

あなたが日頃行っているスポーツはどれですか。

- スキー
- サッカー
- スノーボード
- ランニング
- ホッケー
- アメリカンフットボール
- 水泳
- テニス
- バスケッ トボール
- サイクリング
- その他
- 日頃スポーツを行っていない

【問3】

 回答を続ける

次のページへお進みください。

【2】以下の場面設定をよく読んで、質問にお答えください。

※あなたは「会社員」という設定です。

仕事は順調に進んでおり、ほとんどのプロジェクトはスケジュール通りに進んでいます。ある日、取引先から連絡があり、あなたを含めたプロジェクトメンバーに対して、「あなたたちのプロジェクトに必要な情報を収集するのもっと時間をほしい」と言ってきました。そのため、あなたたちは、3日後に4時間（半日）休暇を取ることになりました。その4時間（＝240分）をさまざまな方法で過ごすことができると想像してください。他のメンバーたちは、自己啓発のために本を読んだり、資格の勉強をしたりして過ごすつもりです。

【問1】 上記の場面設定を踏まえて、以下の質問にお答えください。

次の質問について、「1：全く感じなかった」～「7：非常に感じた」のうちの、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
全く感じなかった 非常に感じた

あなたと共に自由時間を得た人間がいて感じましたか。

1 2 3 4 5 6 7

【問2】 上記の場面設定を踏まえて、以下の質問にお答えください。

次の質問について、「1：頑張っている」～「7：楽しんでいる」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
頑張っている 楽しんでいる

あなたと共に自由時間を得た人はどのように過ごしていると感じますか。

1 2 3 4 5 6 7

【問3】 上記の場面設定を踏まえて、以下の質問にお答えください。

次の質問について、「1：実利のために過ごしている」～「7：快樂のために過ごしている」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
実利のために過ごしている 快樂のために過ごしている

あなたと共に自由時間を得た人はどのように過ごしていると感じますか。

1 2 3 4 5 6 7

次のページへお進みください。

【問4】 上記の場面設定を踏まえて、時間配分の合計が240分になるように、240分を以下のカテゴリーに分配してください。

- ①自己啓発のために本を読んだり、勉強したりする
- ②他の仕事に関連した作業をする
- ③仕事のために他の従業員と会う
- ④余暇のために本を読む
- ⑤楽しみやリラクゼーションのために時間を過ごす
- ⑥友人と会っておしゃべりしたり、遊んだりする

「①自己啓発のために本を読んだり、勉強したりする」に何分使うか お答えください。	分
「②他の仕事に関連した作業をする」に何分使うかお答えください。	分
「③仕事のために他の従業員と会う」に何分使うかお答えください。	分
「④余暇のために本を読む」に何分使うかお答えください。	分
「⑤楽しみやリラクゼーションのために時間を過ごす」に何分使うか お答えください。	分
「⑥友人と会っておしゃべりしたり、遊んだりする」に何分使うかお 答えください。	分

【問5】 上記の場面設定を踏まえて、以下の項目にどの程度同意できるかお答え
ください。

次の質問について、「1：全く同意しない」～「7：非常に同意する」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
 ……全く同意しない ……非常に同意する

このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことは正当である。	1 2 3 4 5 6 7
このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことは問題ない。	1 2 3 4 5 6 7
自分（この場面設定における主人公）は、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うにふさわしい。	1 2 3 4 5 6 7
このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことに罪悪感を感じる。	1 2 3 4 5 6 7
このような状況下で、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことに罪悪感を拭きえない。	1 2 3 4 5 6 7

ご協力ありがとうございました。

補録6 調査票3：最大化志向か満足化志向か

調査票3

自由時間の使い方に関する消費者意識調査

【0】 あなたの年齢と性別を教えてください。

歳	男 ・ 女
---	-------

< 挨拶 >

慶應義塾大学商学部小野晃典研究会の有田勝海と申します。
私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決してございません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏えいすることは絶対ございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、何卒、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第20期 有田勝海

次のページへお進みください。

【1】

【問1】

 スポーツへ参加

現代の意思決定理論の多くは、「意思決定は真空状態で行われるものではない」という事実を認識しています。これは、個人の嗜好や知識が、状況変数とともに、意思決定プロセスに大きな影響を与える可能性があるためです。

本調査では、意思決定に関する研究を円滑にするために、意思決定者であるあなたについて特定の要素を知る必要があります。もしそうでなければ、指示の変更は依存する、私の調査のいくつかは効果がないことになってしまいます。

そのため、あなたが指示を読んだことを証明するために、問2の、「あなたが日頃行っているスポーツはどれですか?」という設問と、その下にある問3の、「回答を続ける」の選択肢は無視してください。代わりに、この文章の上にある問1の、「スポーツへ参加」にチェックを入れて、次のセクションに進んでください。

よろしく願っています。

【問2】

あなたが日頃行っているスポーツはどれですか。

- スキー
- サッカー
- スノーボード
- ランニング
- ホッケー
- アメリカンフットボール
- 水泳
- テニス
- バスケッ トボール
- サイクリング
- その他
- 日頃スポーツを行っていない

【問3】

 回答を続ける

次のページへお進みください。

【2】以下の質問には、実際にご自身に起きた出来事を思い出しお答えください。

【問1】私たちの日常生活では、仕事や授業、余暇で予定していたスケジュールがキャンセルされたことによっては、数分から数時間、自由時間が得られることがあります。過去に、そのようにして自由時間を得た際、あなたはその自由時間をどんな活動に使いましたか。

※何個の活動を書いていただけでも構いません。

※回答は、箇条書きで構いません。

【問2】その時得られた自由時間は何分でしたか。

分

【問3】その自由時間すべてを100としたとき、あなたが快楽的活動／功利的活動／その他の活動に費やした時間の割合はいくつですか。

※功利的活動とは、何かを成し遂げるための手段であり、人にとって義務的で、実用的な利益をもたらす活動のことです。(例：自己研鑽のための勉強、トレーニング、仕事や課題のための作業など)

一方、快楽的活動とは、功利的活動と比べて、負荷が低く、手段的ではなく、体験的な楽しみをもたらす活動のことです。(例：友人と遊ぶ、Netflixの視聴、リラクゼーションなど)

快楽的活動に費やした時間	
功利的活動に費やした時間	
その他の活動に費やした時間	

次のページへお進みください。

【3】以下の質問には、あなた自身の考えをもとにお答えください。

【問1】あなた自身の考えをもとに、以下の項目にどの程度同意できるかお答えください。

次の質問について、「1：全く同意しない」～「7：非常に同意する」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1 2 3 4 5 6 7
 1 : 全く同意しない
 7 : 非常に同意する

自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことは正当である。	1	2	3	4	5	6	7
自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことは問題ない。	1	2	3	4	5	6	7
自分は、自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うにふさわしい。	1	2	3	4	5	6	7
自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことに罪悪感を感ずる。	1	2	3	4	5	6	7
自由時間を自分自身の楽しみや娯楽のために使うことの罪悪感を払拭できない。	1	2	3	4	5	6	7

【4】以下の質問には、あなた自身の性格や、日常生活を振り返りながらお答えください

【問1】以下の項目にあなた自身がどの程度当てはまっているかお答えください。

次の質問について、「1：全く当てはまらない」～「6：かなり当てはまる」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1 2 3 4 5 6
 1 : 全く当てはまらない
 6 : かなり当てはまる

自分自身を変えるために実現可能な目標をどのように設定するかを知っている。	1	2	3	4	5	6
自分自身を変えるために実現可能な計画をどのように立てるかを知っている。	1	2	3	4	5	6
どのような段階を踏めば自分自身が求める変化を遂げられるかを知っている。	1	2	3	4	5	6
自分自身について変えたいと思う実現可能な目標を設定している。	1	2	3	4	5	6
自分自身を変えようとしていて、自分の成長にあった実現可能な計画を立てる。	1	2	3	4	5	6

次のページへお進みください。

【問2】 あなた自身の生活や、日常生活を振り返り、以下の項目にどの程度共感できるかお答えください。

次の質問について、「1：全くそう思わない」～「5：確かにそう思う」のうち、最も当てはまる1つの番号を選択して○を付けてください。

1 2 3 4 5
 全くそう思わない 確かにそう思う

何かを購入した後に、違うものにしていれば良かったという事がよくある。	1 2 3 4 5
選ぶのに苦労した商品でも、買った後に後悔する事が多い。	1 2 3 4 5
購入した商品が良かったとしても、「もっと良いものもあったらうら」と思ってしまうことが多い。	1 2 3 4 5
くよくよ過去のことを悔やむほうだ。	1 2 3 4 5
過ぎてしまった事に対して、「こうすれば良かった」などと考える事がよくある。	1 2 3 4 5
人生において、「あの時こうしておけば良かった」と強く思うことが多い。	1 2 3 4 5
ある商品を購入した際、より良い商品があった可能性を考えて後悔する事がある。	1 2 3 4 5
自分は優柔不断だと思う。	1 2 3 4 5
可能性がある限り、物事を追求する事に苦労は惜しまない。	1 2 3 4 5
何かの決断をする時は、ありとあらゆる選択肢を考えてみる。	1 2 3 4 5
商品を選ぶ時は、つねに最良のものを選ぶようにしている。	1 2 3 4 5
どんな趣味でも、きわめてみたくなり、没頭するタイプである。	1 2 3 4 5
一つのものを買うにも、他店と比べてみる事が多い。	1 2 3 4 5
新しい商品、流行の健康法など、つねに情報収集は欠かさない。	1 2 3 4 5
買い物の時間や、商品を選ぶ時間が他人より長いと思う。	1 2 3 4 5
お気に入りのもの、タレント、歌手などはとことん追求する。	1 2 3 4 5

ご協力ありがとうございました。

