

『慶應マーケティング論究』
第20巻 (Spring, 2024)

自己効力感をもたらす活動が寄付行動に及ぼす影響

坪井 梨紗

自己効力感と寄付行動の関係に関する研究には、自己効力感が低い寄付者ほど高額な寄付を行うと主張した研究と、自己効力感が高い寄付者ほど高額な寄付を行うと主張した研究がある。これとは別に、創造的活動に参加し、その結果として自己効力感を高めた寄付者は、ポジティブな感情を抱くことを介して、高額な寄付を行うと主張する研究がある。本論は、これらの既存研究を統合した新たなモデルを構築し、それを実証することを試みる。

第1章 はじめに

慈善団体は、運営に必要な資金を確保するために、より多くの寄付者からより高額な寄付金を集める方法を日々模索している。ユニセフ協会は、ホームページ上で、「世界では、5人に1人の子どもが紛争地帯で暮らしている。」という現状を伝えることによって、ホームページ閲覧者の寄付意向を高め、寄付行動を促進しようとしている (cf. 日本ユニセフ協会 HP)。ユニセフ協会のように、現状を伝え寄付を募るような、伝統的な寄付金を集める方法を採用する団体が存在する一方、それとは別の非伝統的な方法を模索する団体も存在する。例えば、アメリカ ALS 協会は、「アイス・バケツ・チャレンジ」という話題性のあるキャンペーンを行い、最終的に2億2,000万ドルをキャンペーン参加者から集めることに成功した (cf. Washington Business Journal HP)。他にも、オーストラリアの慈善団体は、「ドネート・プレート (寄付用のお皿)」を回転寿司店の回転するレーンに置いてもらい、そのお皿を手にとったお客さんに、会計時、お寿司と「ドネート・プレート」分の料金を支払ってもらう方法で、東日本大震災の復興支援金をお客さんから募った (cf. PR EDGE HP)。このように、慈善団体は、既存の方法に満足することなく、より効果的に寄付金を集めるための新たな方法を模索している。

効果的に寄付金を集めるためには、まず、寄付者が寄付行動に至る動機を解明する必要がある。それに関して、Costello and Malkoc (2022) は、自己効力感が低い寄付者ほど、周囲に対して自身の影響力を行使できる寄付という手段により自身の自己効力感を高めたいと考えるために、高額な寄付を行うと主張した。その一方で、Xu, Kwan, and Zhou (2020) は、自己効力感が高い寄付者ほど、自身の寄付行動には人を助けられるだけの力があると考え、高額な寄付を行うと主張した。両者は、自己効力感の水準が寄付行動に与える影響について相反する主張を展開している。この矛盾を解消するための糸口となりうる興味深い主張を展開しているのが、Xu, Mehta, and Dahl (2022) である。彼らは、創造的活動に参加し、自己効力感を高めた寄付者は、ポジティブな感情を抱くことを介して、高額な寄付を行うと主張した。さらに、特筆すべきことに、自己効力感が寄付行動に正の影響を及ぼすのは、ポジティブな感情を媒介する場合のみであり、自己効力感が直接的に寄付行動に影響を及ぼすことはないということが、彼らの実験に

よって示された。彼ら自身がなぜ間接効果のみが存在し直接効果が存在しないのかということについて理由を検討しなかったものの、*Xu, et al. (2022)* のこの主張は、前述した 2 つの自己効力感と寄付行動に関する研究の矛盾を解消する鍵となりうる。具体的には、自己効力感をもたらす活動によって寄付行動が強化された寄付者と強化されなかった寄付者がいたために、自己効力感と寄付行動の関係に直接効果が存在しなかったのではないかと考えられるであろう。

かくして本論は、これらの既存研究 (*Xu, et al., 2020; Costello and Malkoc, 2022; Xu, et al., 2022*) を統合した新たなモデルを構築し、それを実証することを試みる。そして、*Xu, et al. (2022)* が主張しているように、ポジティブな感情が寄付行動の促進に重要な役割を果たすのかどうかということ議論する。そうすることによって、本論は、自己効力感と寄付行動の関係性における研究に大きな前進をもたらすことを試みる。そして、効果的な寄付金を集める方法は何かという実務的課題に関する、既存研究より豊かで精緻な含意を、世界中の資金集めに苦勞している慈善団体に対して提供する。

第 2 章 既存文献レビュー

2-1. 自己効力感と寄付行動の関係に関する研究

自己効力感とは、個人が望ましい結果を得るために上手く行動することができると信じている程度のことであり、活動や環境の選択や、活動や環境からもたらされるストレスへの対処に対して影響を及ぼすという (*Bandura, 1977*)。Bandura (1977) によると、自己効力感の先行要因は、「達成経験」、「代理経験」、「言語的説得」、および「感情の喚起」の 4 つであるという。「達成経験」とは、個人的な熟達経験であるという。この経験によって、人々は、他のことであっても熟達することができるようになる。「代理経験」とは、他者が危機に瀕しながらも何かを達成する様子を見る経験であるという。この経験によって、観察者は、自身もさらなる努力をし続けることによって、自身の取り組んでいることのレベルを向上させることができると考えるようになる。「言語的説得」とは、過去に打ちのめされたことであっても上手く対処できると人々を説得することであるという。この説得によって、人々は、考えを改め、自身なら過去に出来なかったことであっても達成できると考えるようになる。「感情の喚起」とは、ストレスが多い状況において感情が喚起されることであるという。この喚起によって、人々は危機に瀕している状況に対処しようと強く考えるようになる。そして、彼による分析の結果、4 要因の内、行動変化に繋がる要因は、「言語的説得」以外の 3 つの要因であり、特に「達成経験」が効果的であるということが示唆された。

その後、自己効力感が寄付行動に与える影響についても研究が展開されてきた。*Costello and Malkoc (2022)* は、慈善団体が時間的寄付 (ボランティア) より金銭的寄付を求めているのにもかかわらず、寄付者が金銭的寄付より時間的寄付を選択する理由を解明し、寄付者が金銭的寄付を選択するための効果的な方法を模索しようとした。彼らは、寄付者にとって、慈善団体のために時間を使うことは、慈善団体のためにお金を使うことより、取り組みに対する関与度をより高くしなければならないために、寄付者の自己

効力感をより高くすることに帰着するというところを実験によって見出した。そして、自己効力感が脅かされた時に消費者は、自己効力感を回復するために行動するというところを示唆した Landau, Kay, and Whitson (2015) の研究結果を援用して、寄付者が金銭的寄付より時間的寄付を選択するのは、前者より後者の方が寄付者の自己効力感を高めるからである、と結論づけた。さらに、寄付者がお金の使い道がある程度自由に決められるようにし、取り組みに対する関与度を高めることによって、金銭的寄付は、時間的寄付と同程度の選好を得ることができるようになる、と指摘した。

他方、Xu, *et al.* (2020) は、寄付金を集めるために慈善団体によって用いられる苦痛のアピールが寄付行動に与える影響について探究した。苦痛のアピールとは、例えば、苦しんでいる人々がいることを伝えることである。彼らは、寄付者に制御感をもたらす活動が、参加者の自己効力感を高め (Folkman, 1984)、それが苦痛への耐性を促進することによって、寄付者が、苦痛に目を背けなくなり、参加者の寄付行動を強化する、と主張した。彼らは、実験に際して、参加者を 2 グループに分類した。第 1 グループには、宝くじゲーム用の画面の下部にある 0~10 のボタンを押し、表示されたポイントを獲得するという高い制御感をもたらす活動に参加してもらった。第 2 グループには、ペアになった第 1 グループの人と同じ画面を別室で見ているのみで、全ポイントからペアの人が獲得したポイントを差し引いたポイントを獲得するという低い制御感をもたらす活動に参加してもらった。その後、両グループに対して、家で孤独死した老人の写真を見せ、困窮した老人を助けるための寄付を募った。以上の実験によって収集したデータを分析したところ、高い制御感をもたらす活動に参加し自己効力感を高めた第 1 グループの方が、低い制御感をもたらす活動に参加し自己効力感を低めた第 2 グループに比して、寄付意向が高いということが示唆された。

Costello and Malkoc (2022) と Xu, *et al.* (2020) は、自己効力感と寄付行動のつながりを見出したという点において、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、前章において議論したとおり、これら 2 つの研究は、相反する主張を展開している。すなわち、Costello and Malkoc (2022) が、自己効力感が低い寄付者ほど、自身の自己効力感を回復するために、高額な寄付を行うと主張しているのに対して、Xu, *et al.* (2020) は、自己効力感が高い寄付者ほど、苦しむ人を見た際に知覚する苦痛への耐性があるために、目を背けず、高額な寄付を行うと主張している。そのため、自己効力感をもたらす活動が寄付行動に及ぼす影響について再検討する余地がある。

2-2. 創造的活動と寄付行動の関係に関する研究

第 1 章において論じたとおり、慈善団体は、既存の方法だけでなく、新たな方法によって、寄付者から寄付金を集めている。彼らが新たに考案した方法、とりわけ創造的活動に寄付者を参加させた後、寄付を募るという方法が、果たして有効であるのかどうかを探究したのが、Xu, *et al.* (2022) である。創造的活動とは、新しいものを作る活動である (Xu, *et al.*, 2022)。例えば、独創的なクッキーを作る活動は、創造的活動であり、見本のクッキーのデザインを複製する活動は、非創造的活動である。

彼らは、実験に際して、参加者を 2 グループに分類した。第 1 グループには、T シャツをできるかぎり独創的にデザインするという創造的活動に参加してもらった。第 2 グループには、T シャツデザインの見本を配り、その通りにデザインするという非創造的活動に参加してもらった。その後、両グループに対し

て、肥満の解消や座ってばかりの生活様式の改善のために、健康的な食事の摂取や運動を促進する慈善団体への寄付を募った。

以上の実験によって収集したデータを分析したところ、創造的活動に参加した第 1 グループの方が、非創造的活動に参加した第 2 グループに比して、高額の寄付を行うということが示唆された。そして、*Xu, et al. (2022)* は、なぜ、創造的活動が寄付行動を促進するのかということについて 2 つの理由があると主張した。

1 つ目の理由は、創造的活動に参加することによって生起するポジティブな感情を維持するためである。創造的活動に参加することによってポジティブな感情になる理論的背景として、*Xu, et al. (2022)* は、独創的な作品を生み出す創造的活動は、ルールに縛られることなく自由に思考することが求められる (*Dietrich, 2004*) ので、自由を知覚し、それがポジティブな感情につながり (*Stuckey and Nobel, 2010*)、そのポジティブな感情を長続きさせるために、人助けである寄付を行う (*Clark and Isen, 1982*)、と主張している。

2 つ目の理由は、創造的活動に参加することによって向上する自己効力感を介して、ポジティブな感情が生起するためである。創造的活動に参加することによって自己効力感が高まる理論的背景として、*Xu, et al. (2022)* は、自身の好みに合わせて何かを作る創造的活動は、作品を自身が制御していると知覚させるので、参加者の自己効力感を高め、それがポジティブな感情につながり (*Kim, et al., 2015*)、参加者が寄付によるポジティブな結果を予想しやすくなるために、寄付を行う (*Cryder, Loewenstein, and Scheines, 2013*)、と主張している。さらに、特筆すべきことに、*Xu, et al. (2022)* は、自己効力感が寄付行動にポジティブな感情を媒介する場合にのみ正の影響を及ぼすということを示唆した。

Xu, et al. (2022) は、創造的活動と寄付行動のつながりを見出したという点において、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、彼らは、第 1 章において議論したとおり、創造的活動によって向上する自己効力感が寄付行動に正の影響を及ぼすのは、ポジティブな感情を媒介する場合のみであって、自己効力感が直接的に影響を及ぼすことがない理由について検討していない。具体的には、自己効力感をもたらす活動によって寄付行動が強化された寄付者と強化されなかった寄付者がいたために、自己効力感と寄付行動の関係に直接効果が存在しないのであろうということを考慮していない。

第 3 章 概念モデルの構築

3-1. 創造的活動が自己効力感に与える影響

第 2-2 節において議論したとおり、*Xu, et al. (2022)* は、重要な研究課題を残したと考えられるであろう。その課題とは、自己効力感をもたらす活動によって寄付行動が強化された寄付者と強化されなかった寄付者がいたために、自己効力感が直接的に寄付行動に正の影響を及ぼすことはない可能性があるということである。そこで、本論は、第 2-1 節において概観した自己効力感と寄付行動の関係に関する知見を援用して、寄付によって寄付者が得られるベネフィットがあるかどうかということ、および、寄付を行

う際に感じるコストに寄付者が耐えられるかどうかということの 2 つの要因を、寄付行動に影響を与える要因として考慮する。そして、第 2-2 節において概観した Xu, *et al.* (2022) が提唱した創造的活動と寄付行動の関係に、上述の 2 つの要因を加えた概念モデルを構築することを試みる。

まず、第 2-2 節において議論したとおり、創造的活動に参加することは、参加者の好みに合わせて何かを作ることが許されているので、参加者に作品に対する制御感をもたらし、自身には状況を変えられるだけの力があるという考え、すなわち自己効力感を高めることにつながるという (Xu, *et al.*, 2022)。Xu, *et al.* (2022) の主張は、創造的活動に参加することによって自己効力感が向上する、と言い換えることができるであろう。したがって、次の仮説を提唱する。

仮説 1 「創造的活動」は、「自己効力感」に正の影響を与える。

3-2. 自己効力感が寄付行動に与える影響

第 2-1 節において議論したとおり、自己効力感が低い寄付者は、誰かを助けることができる可能性がある寄付を行うことによって自身の自己効力感を高めることができるというベネフィットを知覚する、すなわち「寄付ベネフィット」を知覚することによって、寄付を行うという (Costello and Malkoc, 2022)。Costello and Malkoc (2022) の主張は、高水準の自己効力感が「寄付ベネフィット」の知覚を妨げる、および、高水準の「寄付ベネフィット」の知覚が寄付行動を強化する、と言い換えることができるであろう。一方、自己効力感が高い寄付者は、慈善団体による苦痛のアピールに耐えることを苦に思わない、すなわち「寄付コスト」をあまり知覚しないため、現状に目を背けず寄付を行うという (Xu, *et al.*, 2020)。Xu, *et al.* (2020) の主張は、高水準の自己効力感が「寄付コスト」の知覚を妨げる、および、高水準の「寄付コスト」の知覚が寄付行動を弱化する、と言い換えることができるであろう。したがって、次の仮説を提唱する。

仮説 2 「自己効力感」は、「寄付ベネフィット」に負の影響を与える。

仮説 3 「寄付ベネフィット」は、「寄付行動」に正の影響を与える。

仮説 4 「自己効力感」は、「寄付コスト」に負の影響を与える。

仮説 5 「寄付コスト」は、「寄付行動」に負の影響を与える。

3-3. 創造的活動がポジティブな感情を介して寄付行動に与える影響

さらに、第 2-2 節において議論したとおり、創造的活動に参加することは、ルールに縛られることなく自由に思考することが許されているので、参加者が自由を知覚することを促進し、それがポジティブな感情につながり、そのポジティブな感情を長続きさせるために、人助けである寄付を行うという (Xu, *et al.*, 2022)。Xu, *et al.* (2022) の主張は、創造的活動に参加することによってポジティブな感情が生起する、および、ポジティブな感情が寄付行動を強化する、と言い換えることができるであろう。したがって、次

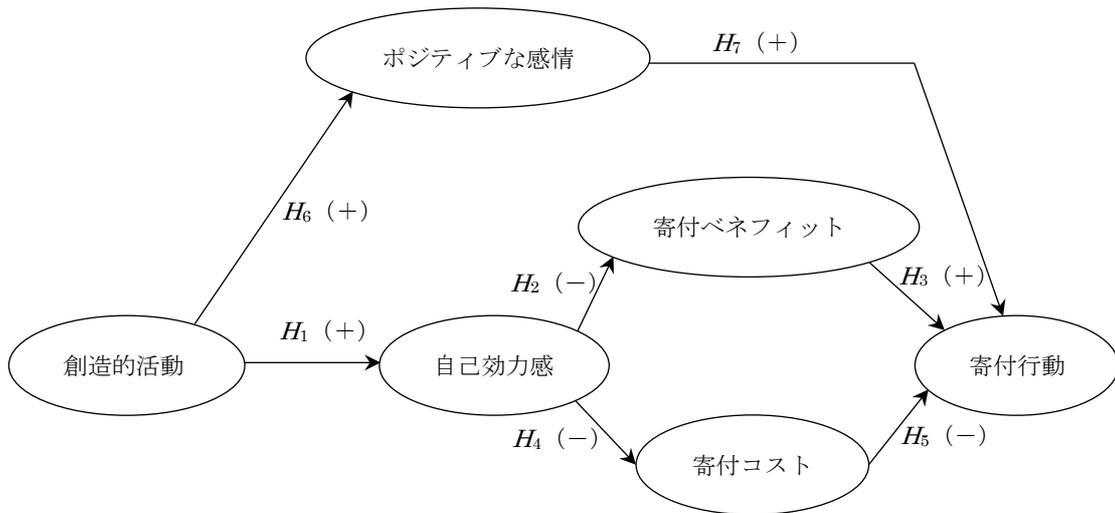
の仮説を提唱する。

仮説 6 「創造的活動」は、「ポジティブな感情」に正の影響を与える。

仮説 7 「ポジティブな感情」は、「寄付行動」に正の影響を与える。

以上の仮説群から構成される概念モデルは、図表 1 に要約される。

図表 1 自己効力感—寄付行動モデル



ただし、パスに付された番号は、仮説番号を示す。
また、括弧内の符号は、符号仮説を示す。

第 4 章 実験

4-1. 実験の概要

被験者は、220 名（うち男性 105 名、女性 115 名、年齢の中央値は 22 歳）であった。この実験においては、第 1 に、被験者に創造的活動に参加してもらった。創造的活動としては、俳句を詠む活動を採用した。吉田（2005）によると、俳句は、言語的な創造性を調べるための課題として良く用いられる詩の一種であり、一定のルールを満たした独自の新しい言語的な表現の模索を要求することから、創造的活動であるという。そのため、創造的活動として俳句を詠む活動を採用することは、妥当であると考えられるであろう。第 2 に、被験者に「創造的活動」、「ポジティブな感情」、および「自己効力感」という構成概念を測定するための質問群に回答するように依頼した。第 3 に、被験者に高齢者の孤独死を減らすための定期的な見守りサービスを行うための架空の寄付を呼び掛けた。寄付を呼び掛ける際の文言は、Xu, *et al.* (2020) を参考にして、日本の現状に即した内容を考えた。第 4 に、被験者に「寄付行動」、「寄付ベネフィット」、および「寄付コスト」という構成概念を測定するための質問群に回答するように依頼した。

第5に、デブリーフィングを行った。

4-2. 構成概念と観測変数・1

寄付者心理に関する諸概念間の因果的關係は、直接的には測定できないため、本論においては、多変量解析技法として共分散構造分析を用いる。分析に際しては、各構成概念を因子とするような観測変数を測定尺度としてそれぞれ複数個設定しなければならない。

「創造的活動」および「ポジティブな感情」については、本論の趣旨に合わせて修正を加えたうえで、Xu, *et al.* (2022) の尺度を用いた。具体的には、「創造的活動」という構成概念を測定するために、「創造性について考えさせられた。」、「自身の創造性が顕著になった。」、「創造性があなたにとって重要な概念になった。」、「創造性を思い起こさせた。」、および「創造性の優先度が高くなった。」という尺度を用いた。「ポジティブな感情」という構成概念を測定するために、「俳句を詠むことは楽しかった。」、「俳句を詠むことに満足した。」、「俳句を詠むことは愉快だった。」、「俳句を考える時間は良い時間だった。」、「俳句を詠むことにワクワクした。」、「ポジティブな気持ちである。」、「満足している。」、「愉快的な気持ちである。」、および「良い気持ちである。」という尺度を用いた。「自己効力感」については、Schwarzer and Jerusalem (1995) の尺度を用いた。具体的には、「私は、予期していないことに上手く対処する自信がある。」、「必要な努力を行うことで、私は多くの問題を解決できる。」、「困ったことがあった時、私はたいてい解決策を考えることができる。」、「一生懸命取り組むことで、私は難題を解決することができる。」、「誰かに反対されたとしても、私は目標達成のための方法を見つけることができる。」、「目的を見失わず目標を達成することは容易である。」、「問題解決能力があるので、私は予期していない状況に対処することができる。」、「問題解決能力があるので、私は問題に直面した際、落ち着いた状態であることができる。」、「問題に直面した際、私は複数の解決策を思いつくことができる。」、および「私はたいてい人生に降りかかってくることは何でも対処することができる。」という尺度を用いた。

全ての質問に採用された尺度は7点リカート尺度であり、被験者には7段階の度合いによって示された「1: 全くそう思わない」から「7: 非常にそう思う」までの中から1つの段階を選択してもらった。以上の尺度を用いた質問には、被験者たちに創造的活動としての俳句を詠む活動に参加してもらった後に、回答するように依頼した。

この俳句を詠む活動は、「日々の生活の中で感じたことを題材にして、俳句を一句詠んでください。」という呼び掛けの後に、「うつくしや 障子の穴の 天の川」という俳句の例を提示し、さらに、「5・7・5のリズムにする。」、「季語（その季節らしい語）を一語入れる。」、および「切れ字（「や」、「かな」、および「けり」など）を俳句に用いることで、「!」や「?」といったニュアンスを出すことができる。」という俳句独自のルールを提示するという内容であった。

4-3. 構成概念と観測変数・2

「寄付ベネフィット」については、Costello and Malkoc (2022) を参考にして独自の尺度開発を行っ

た。具体的には、「私は、自信を取り戻すために何か良いことをしたいと思う。」、「私は、自信がなくなっているのに、何かを達成することで現状を変えたいと思う。」、および「私は、自身の能力への自信を回復するために何かを行いたいと思う。」という尺度を用いた。「寄付コスト」については、Xu, *et al.* (2020) の尺度を用いた。具体的には、「私は、苦しいという気持ちを対処することができない。」、「私は、他の人よりも苦しいという気持ちに耐えることができない。」、「苦しいという気持ちは私にとって大きな試練である。」、「苦しいという気持ちを怖がる。」、「苦しいという気持ちを抑えるために行動する。」、および「苦しいという気持ちだけに集中してしまう。」という尺度を用いた。「寄付行動」については、Xu, *et al.* (2022) を参考にして独自の尺度開発を行った。具体的には、「当慈善団体にお金を寄付したいと思う。」および「当慈善団体にお金を寄付する可能性があると思う。」という尺度を用いた。

全ての質問に採用された尺度は7点リカート尺度であり、被験者には7段階の度合いによって示された「1: 全くそう思わない」から「7: 非常にそう思う」までの中から1つの段階を選択してもらった。以上の尺度を用いた質問には、架空の寄付を呼び掛けた後に、回答するように依頼した。

この寄付企画は、「私たちは、一人暮らしをしているために、自宅で孤独死してしまう高齢者の方々の数を少しでも減らすために、定期的な見守りサービスが無償で提供することを目的に活動しております。現在、日本において、高齢化が急速に進んでおり、孤独死する高齢者の数は増え続けております。悲しいことに、ペットに食べられてしまった状態で見つかる方もいらっしゃいます。このような状況を少しでも改善するために寄付してくださると幸いです。」という内容であった。

なお、実際に被験者に対して回答するように依頼した調査票は、補録に示されるとおりであった。

4-4. 観測変数の信頼性と妥当性

分析に先立って、各構成概念に関して採用された観測変数の信頼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、および合成信頼性 (CR)、収束妥当性を判断するための指標である平均分散抽出度 (AVE)、弁別妥当性を判断するための指標である最大結合平方分散 (MSV) および平均結合平方分散 (ASV) を算出した。これらの数値の算出に際しては、SAS for Windows, Ver. 9.4 の CORR プロシジャおよび CALIS プロシジャを用いた。各構成概念の因子負荷量は 0.860~0.977 という値を示しており、Bagozi and Yi (1988) が推奨する 0.50 以上という基準値を満たしていた。また、クロンバックの α 係数は 0.946~0.983 という値を示しており、Nunnally (1978) が推奨する 0.70 以上という基準値を満たしていた。また、CR は 0.946~0.983 という値を示しており、Fornell and Larcker (1981) が推奨する 0.60 以上という基準値を満たしていた。これは、観測変数の信頼性の高さを示唆していると思なうであろう。また、AVE は 0.814~1.000 という値を示しており、Fornell and Larcker (1981) が推奨する 0.50 以上という基準値を満たしていた。これは、観測変数の収束妥当性の高さを示唆していると思なうであろう。また、MSV は 0.207~0.642 という値を示しており、Fornell and Larcker (1981) が推奨する $AVE \geq MSV$ という基準を満たしていた。また、ASV は 0.115~0.492 という値を示しており、Fornell and Larcker (1981) が推奨する $AVE \geq ASV$ という基準を満たしていた。これは、観測変数の弁別妥当性を示唆していると思なうであろう。それゆえ、採用された観測変数は、高い信頼性と妥当性を有して

いると言いうるであろう。

以上の議論は、図表 2 に要約されるとおりである。

図表 2 構成概念と観測変数

構成概念	観測変数 (因子負荷量)	α 係数	CR	AVE	MSV	ASV
ζ_1 : 創造的活動	<p>X_1 : 創造性について考えさせられた。 (0.93)</p> <p>X_2 : 自身の創造性が顕著になった。 (0.91)</p> <p>X_3 : 創造性があなたにとって重要な概念になった。 (0.92)</p> <p>X_4 : 創造性を思い起こさせた。 (0.92)</p> <p>X_5 : 創造性の優先度が高くなった。 (0.93)</p>	0.97	0.97	0.85	0.64	0.46
η_1 : 自己効力感	<p>X_6 : 私は、予期していないことに上手く対処する自信がある。 (0.92)</p> <p>X_7 : 必要な努力を行うことで、私は多くの問題を解決できる。 (0.92)</p> <p>X_8 : 困ったことがあった時、私はたいてい解決策を考えることができる。 (0.93)</p> <p>X_9 : 一生懸命取り組むことで、私は難題を解決することができる。 (0.91)</p> <p>X_{10} : 誰かに反対されたとしても、私は目標達成のための方法を見つけることができる。 (0.94)</p> <p>X_{11} : 目的を見失わず目標を達成することは容易である。 (0.92)</p> <p>X_{12} : 問題解決能力があるので、私は予期していない状況に対処することができる。 (0.93)</p> <p>X_{13} : 問題解決能力があるので、私は問題に直面した際、落ち着いた状態であることができる。 (0.92)</p> <p>X_{14} : 問題に直面した際、私は複数の解決策を思いつくことができる。 (0.92)</p> <p>X_{15} : 私はたいてい人生に降りかかってくることは何でも対処することができる。 (0.94)</p>	0.98	0.98	1.00	0.64	0.48

図表 2 構成概念と観測変数（つづき）

構成概念	観測変数（因子負荷量）	α 係数	CR	AVE	MSV	ASV
η_2 : 寄付ベネフィット	<p>X_{16} : 私は、自信を取り戻すために何か良いことをしたいと思う。(0.91)</p> <p>X_{17} : 私は、自信がなくなっているので、何かを達成することで現状を変えたいと思う。(0.95)</p> <p>X_{18} : 私は、自身の能力への自信を回復するために何かを行いたいと思う。(0.91)</p>	0.95	0.95	0.85	0.21	0.12
η_3 : 寄付コスト	<p>X_{19} : 私は、苦しいという気持ちを対処することができない。(0.92)</p> <p>X_{20} : 私は、他の人よりも苦しいという気持ちに耐えることができない。(0.91)</p> <p>X_{21} : 苦しいという気持ちは私にとって大きな試練である。(0.92)</p> <p>X_{22} : 苦しいという気持ちを怖がる。(0.93)</p> <p>X_{23} : 苦しいという気持ちを抑えるために行動する。(0.88)</p> <p>X_{24} : 苦しいという気持ちだけに集中してしまう。(0.91)</p>	0.97	0.97	0.83	0.64	0.49
η_4 : 寄付行動	<p>X_{25} : 当慈善団体にお金を寄付したいと思う。(0.94)</p> <p>X_{26} : 当慈善団体にお金を寄付する可能性があると思う。(0.98)</p>	0.96	0.96	0.92	0.58	0.42
η_5 : ポジティブな感情	<p>X_{27} : 俳句を詠むことは楽しかった。(0.90)</p> <p>X_{28} : 俳句を詠むことに満足した。(0.94)</p> <p>X_{29} : 俳句を詠むことは愉快だった。(0.90)</p> <p>X_{30} : 俳句を考える時間は良い時間だった。(0.86)</p> <p>X_{31} : 俳句を詠むことにワクワクした。(0.92)</p> <p>X_{32} : ポジティブな気持ちである。(0.93)</p> <p>X_{33} : 満足している。(0.89)</p> <p>X_{34} : 愉快的な気持ちである。(0.88)</p> <p>X_{35} : 良い気持ちである。(0.90)</p>	0.98	0.98	0.81	0.63	0.45

第5章 分析結果

5-1. モデルの全体的妥当性評価

共分散構造分析に際して、パス係数の推定には最尤推定法が用いられた。最適化計算は正常に終了し、モデルの全体的評価に関して、 χ^2 値は 1724.056、 χ^2 値の自由度 (d.f.) は 553、 $\chi^2/d.f.$ は 3.119 という値を示し、 p 値は 1%水準で有意であった。 $\chi^2/d.f.$ は Malhotra (2009) が推奨する 4.00 以下という基準を満たしているため、このモデルの信頼性は高いと考えられるであろう。

適合度指標 (GFI) は 0.707、自由度調整済適合度指標 (AGFI) は 0.666 であった。GFI および AGFI はともに Malhotra (2009) が推奨する 0.90 以上という基準を満たしておらず、問題点として指摘されるであろう。

平均二乗誤差平方根 (RMSEA) は 0.098、標準化後残差平方平均平方根 (SRMR) は 0.082 であった。RMSEA および SRMR は Malhotra (2009) が推奨する 0.08 以下という基準を満たしていないため、問題点として指摘されるであろう。

基準化適合指標 (NFI) は 0.862、比較適合度指標 (CFI) は 0.902 であった。NFI は Malhotra (2009) が推奨する 0.90 以上という基準を満たしておらず、問題点として指摘されるであろうが、CFI は Malhotra (2009) が推奨する 0.90 以上という基準を満たしており、データがこのモデルによく適合していると考えられるであろう。

総合的に見ると、モデルの全体的妥当性は高く、部分的評価の段階に進みうると判断できるであろう。

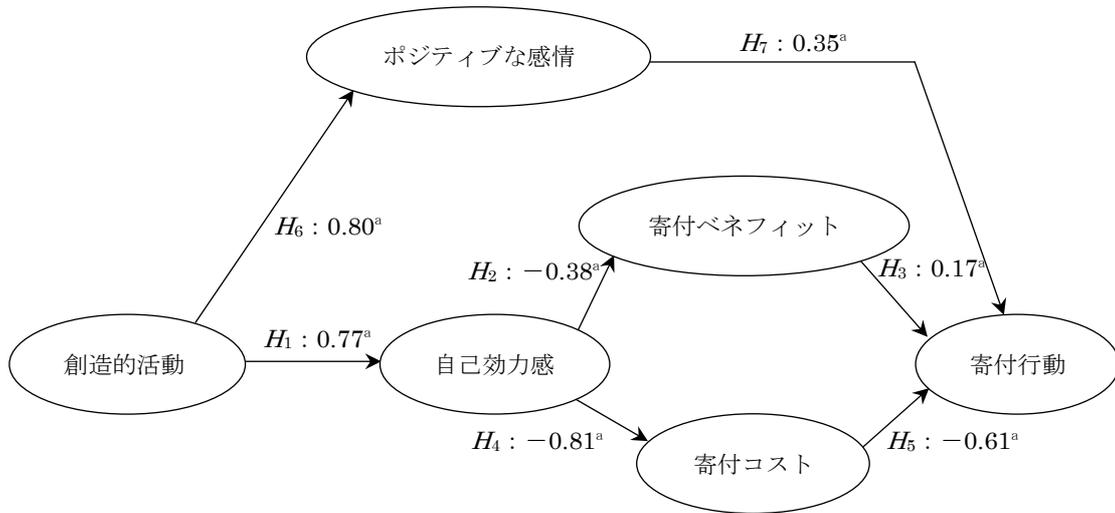
図表 3 モデルの全体的妥当性評価

χ^2 値	1724.06
d.f.	553
χ^2 値 / d.f.	3.12
GFI	0.71
AGFI	0.67
RMSEA	0.10
SRMR	0.08
NFI	0.86
CFI	0.90

5-2. モデルの部分的妥当性評価

構成概念間の関係を示す構造方程式のパス係数については、全ての仮説のパスは、1%水準で有意であった。これらの t 検定の結果は、標準係数推定値とともに、図表 4 のパス・ダイアグラムに記載されている。

図表 4 標準係数推定値



ただし、パスに付された番号は、仮説番号を示す。
また、aは1%水準で有意であることを示す。

5-3. 仮説 1 の分析結果に対する考察

分析の結果、創造的活動は、自己効力感に正の影響を及ぼしていた (H_1 ($\gamma_{11}=0.765$, $t=25.769$, $p<0.01$))。したがって、仮説 1 は支持されたと言いうるであろう。この分析の結果からわかるように、俳句を詠む活動という創造的活動に参加したことによって、自身が詠んだ俳句に対する制御感を知覚した被験者が、自己効力感を高めるという知見が得られた。

5-4. 仮説 2～仮説 5 の分析結果に対する考察

分析の結果、自己効力感は、寄付行動に対して、寄付ベネフィットおよび寄付コストを媒介して影響を及ぼしていた (H_2 ($\beta_{21}=-0.379$, $t=-6.307$, $p<0.01$) ; H_3 ($\beta_{42}=0.167$, $t=3.598$, $p<0.01$) ; H_4 ($\beta_{31}=-0.810$, $t=-32.550$, $p<0.01$) ; H_5 ($\beta_{43}=-0.615$, $t=-13.333$, $p<0.01$))。したがって、仮説 2～仮説 5 は支持されたと言いうるであろう。この分析の結果からわかるように、高水準の自己効力感が寄付ベネフィットの知覚を妨げ、高水準の寄付ベネフィットの知覚が寄付行動を強化する一方、高水準の自己効力感が寄付コストの知覚を妨げ、低水準の寄付コストの知覚が寄付行動を強化するという知見が得られた。

5-5. 仮説 6 および仮説 7 の分析結果に対する考察

分析の結果、創造的活動は、寄付行動に対して、ポジティブな感情を媒介して影響を及ぼしていた (H_6 ($\gamma_{51}=0.805$, $t=31.200$, $p<0.01$) ; H_7 ($\beta_{45}=0.352$, $t=7.138$, $p<0.01$))。したがって、仮説 6 および仮説 7 は支持されたと言いうるであろう。この分析結果からわかるように、俳句を詠む活動という、一定のルールはあれど自由に思考することが許されている創造的活動に参加したことによって、自由を知覚した被験者が、ポジ

ティブな感情を知覚し、そのポジティブな感情を長続きさせるために、人助けである寄付を行うという知見が得られた。

第6章 おわりに

6-1. 学術的貢献

本論は、次の2点の学術的貢献を内包している。第1の貢献は、2つの既存研究が自己効力感と寄付行動の関係に関する相反する研究結果を示唆していたのに対して、本論は、前者2つの既存研究とは異なる既存研究の主張を組み込んだ新たな概念モデルを構築することによって、前者2つの既存研究の間に生じた矛盾を解消したということである。具体的には、高水準の自己効力感が寄付ベネフィットの知覚を妨げ、それが寄付行動の強化を妨げると同時に、高水準の自己効力感が寄付コストの知覚を妨げ、それが寄付行動の強化につながるということを新たに見出した。

第2の貢献は、自己効力感をもたらす活動、とりわけ創造的活動が寄付行動に正の影響をもたらすということを見出したということである。具体的には、寄付者が創造的活動に参加することによって、その寄付者にポジティブな感情が生起し、それが寄付行動を強化するということが、および、Xu, *et al.* (2022) が検討しなかった自己効力感と寄付行動の関係に直接効果が存在しなかった理由が、高水準の自己効力感が寄付ベネフィットの知覚を妨げると同時に、寄付コストの知覚を妨げるため、前者が寄付行動に負の影響を及ぼすと同時に、後者が寄付行動に正の影響を及ぼすからであるということ、新たに見出した。以上のような取り組みを通じて、本論は、自己効力感と寄付行動の関係性における研究の前進に大きな貢献を成したと言いうるであろう。

6-2. 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。それは、世界中の資金集めに苦勞している慈善団体に対して、効果的な寄付金を集める方法に関する知見を提供したということである。具体的には、慈善団体は、寄付者に、俳句を詠む活動のような、寄付者の自己効力感およびポジティブな感情を生起させる創造的活動に参加してもらい、その後、寄付者が寄付コストを知覚することを妨げて、寄付ベネフィットを知覚することを促進する寄付の呼び掛け、すなわち、大変な現状を伝えることよりも寄付者が寄付を行うことによって困っている人がどのように助かるかを伝えることに重きを置く寄付の呼び掛けを行うことによって、寄付者から高額の寄付金を集めることができるであろう。

6-3. 本論の限界

本論は、次のような限界を抱えている。第1は、モデルの全体的妥当性の低さである。GFI、AGFI、

RMSEA、SRMR、および NFI が推奨基準を満たしていないという実証分析の結果は、問題視されるべきであり、本論において見られるような大規模なモデルについては、単にサンプルを増加させることによって上記の数値を改善することが必要だったであろう。

第 2 は、本論の実験において使用した創造的活動の限定性である。本論は、吉田 (2005) を参考にして、俳句を詠む活動を創造的活動として採用した。しかしながら、今後の研究においては、実際に慈善団体において用いられている、クッキー作りのような活動を対象として実験を行うことによって、本論の主張の外部妥当性を吟味することが望まれるであろう。

6-4. 今後の課題

本論は、複数の創造的活動の比較については、研究の対象にしなかった。今後は、創造的活動の種類によって寄付者が自己効力感やポジティブな感情を覚悟するかどうか異なり、それが寄付者の寄付行動に影響を及ぼすということを概念モデルの構築によって探究するというのも、有意義であろう。

とはいうものの、本論は、自己効力感をもたらす活動が寄付行動に及ぼす影響を検討するに際して、第 1 に、創造的活動が自己効力感を高め、寄付ベネフィットおよび寄付コストを媒介して寄付行動に正の影響を及ぼすことを見出した点、第 2 に、創造的活動がポジティブな感情を媒介して寄付行動に正の影響を及ぼすことを見出した点において、今後の寄付行動に関するマーケティングの発展に対して有意義な貢献を成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全ての方々に対して、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からは、テーマの案出から論文執筆に至るまで、数多くのご指導を賜りました。小野先生がいつも温かく丁寧にご指導してくださったおかげで、一人では到底成し遂げられないような有意義な研究を行い、その研究成果を論文に綺麗にまとめ上げることができたと思っております。誠にありがとうございました。この経験を今後も活かし頑張っていきたいです。また、ゼミ生の皆さんは、多くのアドバイスと激励をくださり、俳句作成を伴う面倒な実験の参加を快く引き受けてくださいました。とりわけ、第 16 期 OB の北澤涼平さんは、仮説の提唱や論文執筆において多くの助言をくださいました。自身の研究活動だけでなく、第 21 期生のディベートや三田祭論文指導および第 20 期生の卒業論文指導もあるなか、丁寧にご指導していただきありがとうございました。第 19 期 OB・OG の皆さん、第 21 期生の皆さんは、それぞれ仕事や研究で忙しいなか、実験に参加していただき、励ましの言葉をくださいました。本当にありがとうございました。第 20 期生の皆さんは、三田祭論文を執筆した経験および自身の卒業論文を執筆している経験を元に数多くのアドバイスや激励をくださり、実験に参加していただきました。第 20 期生の同期生というお互いを鼓舞し合える仲間がいたからこそ、楽しく大変な研究に向き合い続けることができたと思っております。本当にありがとうございました。ゼミ生以外の多くの方々にも実験に協力していただきました。私の研究は、大規模なデータを必要とするものであったので、大変助かりました。ありがとうございました。最後に、本論の執筆に際して、お力添えくださった全

ての方々に対する感謝の意を、重ねて表します。本当にありがとうございました。

参考文献

- 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.
- Bandura, Albert (1978), "Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change," *Psychological Review*, Vol. 84, No. 2, pp. 191-215.
- Clark, Margaret S. and Alice M. Isen (1982), "Toward Understanding the Relationship between Feeling States and Social Behavior," in Albert H. Hastorf and Alice M. Isen, eds., *Cognitive Social Psychology*, New York, NY: Elsevier, pp. 73-108.
- Costello, John P. and Selin A. Malkoc (2022), "Why Are Donors More Generous with Time Than Money? The Role of Perceived Control over Donations on Charitable Giving," *Journal of Consumer Research*, Vol. 49, No. 4, pp. 678-696.
- Cryder, Cynthia E., George Loewenstein, and Richard Scheines (2013), "The Donor Is in the Details," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 120, No. 1, pp. 15-23.
- Dietrich, Arne (2004), "The Cognitive Neuroscience of Creativity," *Psychonomic Bulletin & Review*, Vol. 11, No. 6, pp. 1011-1026.
- Folkman, Susan (1984), "Personal Control and Stress and Coping Processes: A Theoretical Analysis," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 46, No. 4, pp. 839-852.
- Fornell, Claes and David F. Larcker (1981), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, Vol. 18, No. 1, pp. 39-50.
- Kim, Keunyeong, Michael G. Schmierbach, Saraswathi Bellur, Mun-Young Chung, Julia Daisy Fraustino, Frank Dardis, and Lee Ahern (2015), "Is It a Sense of Autonomy, Control, or Attachment? Exploring the Effects of In-game Customization on Game Enjoyment," *Computers in Human Behavior*, Vol. 48, pp. 695-705.
- Landau, Mark J., Aaron C. Kay, and Jennifer A. Whitson (2015), "Compensatory Control and the Appeal of a Structured World," *Psychological Bulletin*, Vol. 141, No. 3, pp. 694-722.
- Nunnally, Jum C. (1978), *Psychometric Theory*, New York, NY: McGraw-Hill.
- Schwarzer, Ralf and Matthias Jerusalem (1995), "Generalized Self-Efficacy Scale," in Marie Johnston, Stephen C. Wright, and John Weinman, eds., *Measures in Health Psychology: A User's Portfolio*, Windsor, UK: Nfer-Nelson, pp. 35-37.
- Stuckey, Heather L. and Jeremy Nobel (2010), "The Connection between Art, Healing, and Public Health: A Review of Current Literature," *American Journal of Public Health*, Vol. 100, No. 2, pp. 254-263.

- Xu, Lidan, Ravi Mehta, and Darren W. Dahl (2022), “Leveraging Creativity in Charity Marketing: The Impact of Engaging in Creative Activities on Subsequent Donation Behavior,” *Journal of Marketing*, Vol. 86, No. 5, pp. 79–94.
- Xu, Qian, Canice M. C. Kwan, and Xinyue Zhou (2020), “Helping Yourself before Helping Others: How Sense of Control Promotes Charitable Behaviors,” *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 30, No. 3, pp. 486–505.
- 吉田 靖 (2005), 「俳句の創造性とアイデア探索空間の関係」, 『立命館人間科学研究』(立命館大学), 第 9 号, pp. 59–72.

参考資料

- 季語と歳時記 HP, 5000 季語一覧, <https://kigosai.sub.jp/001/27701-2> (最終アクセス 2023 年 12 月 22 日)。
- 日本ユニセフ協会 HP, <https://www.unicef.or.jp/> (最終アクセス 2023 年 12 月 22 日)。
- PR EDGE HP, 世界の慈善団体が手掛けたクリエイティブな募金活動 10 選, <https://predge.jp/89927/> (最終アクセス 2023 年 12 月 22 日)。
- Washington Business Journal HP, “Ice Bucket Challenge Has Raised \$220 Million Worldwide,” <https://www.bizjournals.com/washington/news/2014/12/12/ice-bucket-challenge-has-raised-220-million.html> (最終アクセス 2023 年 12 月 22 日)。

調査票

自己効力感をもたらす活動が寄付行動に及ぼす影響 に関する消費者意識調査

<ご挨拶>

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することは決してございません。また、ご回答頂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、上記の旨をご理解頂きまして、本調査へのご協力の程、何卒宜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 坪井 梨紗

【0】 あなたの年齢と性別を教えてください。

歳	男 ・ 女
---	-------

【1】 あなたは、とある慈善団体が主催する「俳句を詠む会」に参加することになりました。以上の点を踏まえて以下の質問にお答えください。

日々の生活の中で感じたことを題材にして、俳句を一句読んでください。(記述式)

例：うつくしや 障子の穴の 天の川

※俳句の決まり

①5・7・5のリズムにする。

②季語(その季節らしい語)を一語入れる。

例：おでん、冬の朝、隙間風、オリオン

参考になるサイト：<https://kigosai.sub.jp/001/27701-2>

③切れ字(「や」「かな」「けり」など)を俳句に用いることで、

「!」「?」といったニュアンスを出すことができる。

次のページへお進みください。

【問】

俳句を詠んだことを踏まえて、以下の質問にお答えください。

次の質問について、「1：全くそう思わない」～「7：非常にそう思う」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 6 7
 …全くそう思わない …そう思わない …どちらでもない …ややそう思う …そう思う …非常にそう思う

創造性に関する質問	
創造性について考えさせられた。	1 2 3 4 5 6 7
自身の創造性が顕著になった。	1 2 3 4 5 6 7
創造性があなたにとって重要な概念になった。	1 2 3 4 5 6 7
創造性を思い起こさせた。	1 2 3 4 5 6 7
創造性の優先度が高くなった。	1 2 3 4 5 6 7

ポジティブな感情に関する質問	
俳句を詠むことは楽しかった。	1 2 3 4 5 6 7
俳句を詠むことに満足した。	1 2 3 4 5 6 7
俳句を詠むことは愉快だった。	1 2 3 4 5 6 7
俳句を考える時間は良い時間だった。	1 2 3 4 5 6 7
俳句を詠むことにワクワクした。	1 2 3 4 5 6 7
ポジティブな気持ちである。	1 2 3 4 5 6 7
満足している。	1 2 3 4 5 6 7
愉快的な気持ちである。	1 2 3 4 5 6 7
良い気持ちである。	1 2 3 4 5 6 7

自己効力感に関する質問	
私は、予期していないことに上手く対処する自信がある。	1 2 3 4 5 6 7
必要な努力を行うことで、私は多くの問題を解決できる。	1 2 3 4 5 6 7
困ったことがあった時、私はたいてい解決策を考えることができる。	1 2 3 4 5 6 7
一生懸命取り組むことで、私は難題を解決することができる。	1 2 3 4 5 6 7
誰かに反対されたとしても、私は目標達成のための方法を見つけることができる。	1 2 3 4 5 6 7
目的を見失わず目標を達成することは容易である。	1 2 3 4 5 6 7
問題解決能力があるので、私は予期していない状況に対処することができる。	1 2 3 4 5 6 7
問題解決能力があるので、私は問題に直面した際、落ち着いた状態であることができる。	1 2 3 4 5 6 7
問題に直面した際、私は複数の解決策を思いつくことができる。	1 2 3 4 5 6 7
私はたいてい人生に降りかかってくることは何でも対処することができる。	1 2 3 4 5 6 7

次のページへお進みください。

【2】俳句を詠む会において、とある慈善団体は、参加者（あなた）に寄付を呼び掛けました。以下の文章が具体的な寄付の呼び掛けです。以下の文章を踏まえて、その後続く質問にお答えください。

私たちは、一人暮らしをしているために、自宅で孤独死してしまう高齢者の方々の数を少しでも減らすために、定期的な見守りサービスを無償で提供することを目的に活動しております。

現在、日本において、高齢化が急速に進んでおり、孤独死する高齢者の数は増え続けております。悲しいことに、ペットに食べられてしまった状態で見つかる方もいらっしゃいます。

このような状況を少しでも改善するために寄付してくださると幸いです。

【問】

俳句を詠んだこと、および、寄付を呼び掛けられたことを踏まえて、以下の質問にお答えください。

次の質問について、「1：全くそう思わない」～「7：非常にそう思う」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 …全くそう思わない
- 2 …そう思わない
- 3 …ややそう思わない
- 4 …どちらでもない
- 5 …ややそう思う
- 6 …そう思う
- 7 …非常にそう思う

寄付行動に関する質問	
当慈善団体にお金を寄付したいと思う。	1 2 3 4 5 6 7
当慈善団体にお金を寄付する可能性があると思う。	1 2 3 4 5 6 7

寄付ベネフィットに関する質問	
私は、自信を取り戻すために何か良いことをしたいと思う。	1 2 3 4 5 6 7
私は、自信がなくなっているので、何かを達成することで現状を変えたいと思う。	1 2 3 4 5 6 7
私は、自身の能力への自信を回復するために何かを行いたいと思う。	1 2 3 4 5 6 7

寄付コストに関する質問	
私は、苦しいという気持ちに対処することができない。	1 2 3 4 5 6 7
私は、他の人よりも苦しいという気持ちに耐えることができない。	1 2 3 4 5 6 7
苦しいという気持ちは私にとって大きな試練である。	1 2 3 4 5 6 7
苦しいという気持ちを怖がる。	1 2 3 4 5 6 7
苦しいという気持ちを抑えるために行動する。	1 2 3 4 5 6 7
苦しいという気持ちだけに集中してしまう。	1 2 3 4 5 6 7

以上で調査は終了いたしました。
今回の調査で取り上げた慈善団体はフィクションです。
実在の団体とは関係ありません。
お忙しいなかお時間をとってくださり、ありがとうございました。

