

論文要旨説明書

報告論文のタイトル：

「行動経済学と法」に関する一考察 ～イメージ動機のクラウディングアウト～

報告者氏名：青谷 賢一郎 所属：(株) ニトリホールディングス 法務室長（弁護士）

論文要旨（800字から1200字、英文の場合は300から450語）

いかにして寄付等の社会的・利他的行動（Pro-social Behavior）を促進するかについて、我が国の法制度は苦心しているように見える（最近のふるさと納税など）。本研究は、様々な動機の中でも、「イメージの動機（Image Motivation、自分が周囲から持たれるイメージを少しでも向上させたいという動機）」に焦点を当て、それが社会的行動の意思決定にどのような影響を及ぼすのかについて、先行研究をレビューし、仮説を設定し、実験によって検証したものである。

社会的行動の背後にある動機としては、イメージの動機のほか、内発的な動機や、外的な誘因などがあるが、内心における動機と外的な誘因との関係については、クラウディングアウト（Crowding out）と呼ばれる現象（内心の動機に基づいた行動に対し、金銭のような外的誘因が与えられると、かえってその行動が阻害されてしまう現象）が知られている。

イメージの動機のクラウディングアウトについては、次のように考えることができる。すなわち、寄付等の社会的活動には、「無償の善行」というイメージが伴う。そのため、これらの活動をした人に対して現金のような外的報酬が与えられることが公に知られると（＝周囲に「可視化」されると）、その人へのイメージも悪化すると懸念してしまう。かような懸念のため、人は、せっかくの善行を躊躇してしまうのである。先行研究でも、このような仮説の妥当性が確認されている。

では、外的誘因が現金ではなくモノであった場合、イメージの動機がクラウディングアウトするのだろうか。先行研究によれば、現金とは異なり、お菓子のようなモノによる誘因は、市場原理の世界、厳密な損得勘定の取引を想起させることはないという。そうであれば、善行に対しモノによる報酬が付与されることが周知になっても、人はイメージ悪化を懸念することはなく、善行を躊躇することも無いはずである。そこで本研究は、モノによる外的誘因の場合には、社会的行動に向けられたイメージの動機はクラウディングアウトしない、という仮説をたて、ラボ実験で検証した。

実験では、現金以外の有形報酬としてミニチョコレートを用い、社会人と大学生を対象とした二度にわたる実験を、質問紙を用いて実施した。実験参加者には、質問紙に○×を記入すればするほど、多くの金額を慈善団体に寄付できると伝えた。実験参加者は、3つの条件（○×の記入に対して報酬無し群、現金報酬あり群、チョコ報酬あり群）のいずれかにランダムに振り分けられた。さらに、イメージの動機にとっては、寄付に対し報酬が与えられることが周知されている（可視性）という条件が重要である。そのため、3群すべてにおいて、○×の記入数と（報酬ありの場合には）報酬の額・数量を、実験後に参加者全員の前で発表してもらおうと参加者に伝えた。

「○×の記入数」について、実験結果を検定したところ、チョコ報酬あり群と現金報酬あり群とのあいだに、統計上有意な差が認められた。仮説は支持されたと考えてよいと思われる。このことからすると、たとえば東京オリンピックのボランティア活動に対しては、金銭報酬よりもモノの報酬のほうが効果があるかもしれない。

以上