

都合の良さがアドバイス受容に及ぼす影響

Influence of Convenience on Advice Taking

5119E019-2 遠山 和杜 指導教員 渡邊 克巳 教授

TOYAMA Kazuto

Prof. WATANABE Katsumi

概要：本研究では、意思決定者によるアドバイスの受諾行動において、与えられるアドバイスの情動的要因が及ぼす影響について検討した。特に本研究では課題として意思決定者の数値的な初期判断を外部からの情報によって自ら更新するという JAS (Judge-Advisor-System) に基づいた価格推定課題を採用し、アドバイスの数値的な情報がアドバイス受容に及ぼす影響を検討した。実験 1 ではアドバイスの数値的極性に注目し、負の極性を持つアドバイスは高い受容を示すことが明らかにされた。実験 2, 3 ではアドバイスの都合の良さに注目し、アドバイスの数値的極性が説明する利得的な都合の良さがアドバイス受容に影響を及ぼすこと、主観的に高い合理性を評価されたアドバイスは高い受容を示すことが明らかにされた。以上の結果から、アドバイスの受諾行動において、アドバイスの持つ情報は外部から見た客観性ではなく、意思決定者による主観的な解釈が優位に影響し受容される可能性が示唆された。

キーワード：意思決定、アドバイス、Weight of Advice、アドバイス受容

KeyWords：decision making, advice, Weight of Advice, advice taking

1. 序論

アドバイスは日常レベルの問題から専門性の高い複雑な問題まで、多岐に渡って使用される重要な意思決定の方略の 1 つである。アドバイス受容についての非常に頑健な知見として、人間は与えられたアドバイスの正確性を見極めることが困難であり [1]、アドバイスを受容し判断を修正すべき状況においても自身の判断を過大評価しアドバイスを軽視する傾向があることが知られている [2]。従来研究の多くは、意思決定者、アドバイザー、課題という事前決定的要因を変化させることで、アドバイス受容の向上を検討してきた。対して本研究はアドバイスの意味する情報という事後決定的要因がアドバイス受容に及ぼす影響に注目し、動的にアドバイス受容を向上させる手法の可能性について、JAS を採用した価格推定課題を用いて検討を行なった。

2. 実験 1：アドバイスの数値的極性の影響

アドバイスの数値的情報が受容に及ぼす影響について、意思決定者の判断とアドバイザーの判断の数値的距離の乖離は逆 U 字型の曲線を描くように変化

することが知られている。これらの知見から、実験 1 は意思決定者の判断に対するアドバイスの数値的極性がアドバイス受容に及ぼす影響について検討した。

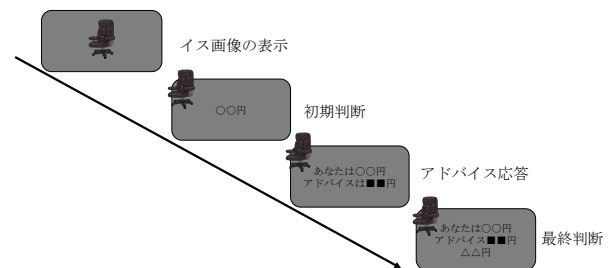


図 1 実験 1 手続き

JAS を採用した価格推定課題 (図 1) の結果、初期判断に対し負の極性を持つアドバイスは正の極性を持つアドバイスに比べ有意に高い受容を示すことが明らかにされた。以上の結果を受けて事後調査を行なった結果、本課題に対し実験参加者は有意に購入者の立場を想定した価格推定を行なったことが明らかにされた。従って、アドバイスの数値的極性と

はそれが意味する都合の良さを媒介してアドバイス受容に影響を及ぼす可能性が示唆された。

3. 実験2：アドバイスの都合の良さの影響

実験2では、アドバイスの都合の良さがアドバイス受容に及ぼす影響について検討した。実験1の事後調査によって本課題は有意に購入者目線での価格推定を促すことが明らかにされた。そこで実験2では利害関係の対立する立場（購入者 / 販売者）を想定させ、アドバイスの数値的極性の示す意味的情報を逆転させることで、アドバイスの都合の良さが受容に及ぼす影響について検討した。

教示：これらの椅子を販売する立場と想定して考えてください
or
購入

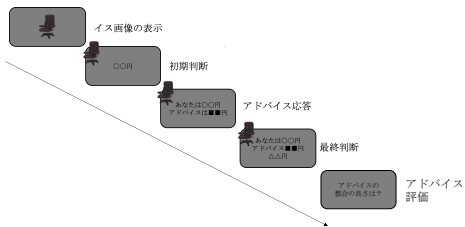


図2 実験2手続き

結果として、アドバイスの数値的極性の示す経済的利得に基づいた都合の良さがアドバイス受容に影響を及ぼすこと、実験参加者が主観的に高い合理性を認識したアドバイスは高い受容を促すことが明らかにされた。一方で、アドバイスの客観的な都合の良さが一貫して高い受容を示すかについては、実験1と同様に実験参加者が購入者を想定した場合のみ認められた。

4. 実験3：アドバイスの意味的情報の影響

実験2では、実験参加者が販売者を想定した価格推定を求められた条件について、正しくアドバイスの都合の良さが認識されなかった可能性が示唆された。そこで実験3では販売者としての経験を持つ個人を対象に追加検証を行い、アドバイスの数値的極性がその極性の示す意味的情報としてアドバイス受容に影響を及ぼしている可能性を検討した。

教示：これらの椅子を出品する状況(メルカリ等)を想定してください

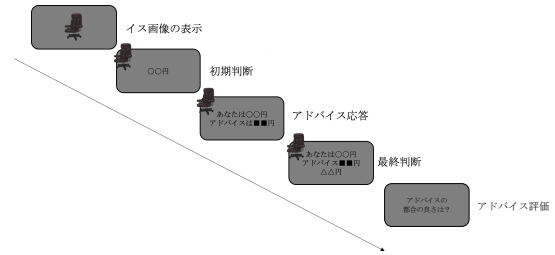


図3 実験3手続き

結果として、実験3では販売条件においても経済的利得の多寡によって客観的に都合の良いアドバイスは高い受容を示すことが明らかにされた。また、実験2同様に主観的な合理性評価の高いアドバイスは高い受容を示すことが認められた。

5. まとめ

本研究では、意思決定者に与えられるアドバイスという情報が、アドバイスの受諾行動に及ぼす影響を検討した。その結果、アドバイスの数値的極性がアドバイス受容に影響を及ぼすこと（実験1）、アドバイスの都合の良さがアドバイス受容に影響を及ぼすことが明らかにされた（実験2）。実験3ではアドバイスの数値的極性がその極性の示す都合の良さという意味的情報を媒介してアドバイス受容に影響を及ぼす可能性が示された。本研究は、設定された状況で動的に変化し得る事後決定的要因を用いてアドバイス受容の促進を促す手法の可能性を提唱する、新たな知見を示したものであると考える。

6. 引用文献

- [1] Soll, J. B., & Larrick, R. P. (2009). Strategies for revising judgment: How (and how well) people use others' opinions. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 35(3), 780.
- [2] Yaniv, I., & Kleinberger, E. (2000). Advice taking in decision making: Egocentric discounting and reputation formation. *Organizational behavior and human decision processes*, 83(2), 260-281.