

思いやりの境界線：

米国・ドイツ・シンガポール・マレーシア・香港・韓国・日本の社会的割引

佐々木 周作^a 奥山 尚子^b 大垣 昌夫^c 大竹 文雄^d

要約

人は、家族や友人など関係性や物理的距離の近い人には思いやるが、外国人など遠い人には思いやりにくい。それは、関係性や距離の遠近と親近感が負に相関するからである。ただ、関係性や距離の近い人にとどの程度強く親しみを感じるかは国により異なる可能性がある。よって、関係性や距離の遠近に伴う思いやりの変化も国により異なるはずだ。本研究では、日本を含む7ヶ国で実施した相互比較可能な全国規模調査を用いて2つの結果を明らかにした。1つ目は、日本人の思いやりの水準は、相手が家族の場合には高いが、家族外の者に対しては低いというものである。この傾向は韓国でも観察されるが、他5ヶ国では顕著ではない。2つ目の結果として、日本人の家族外の者に対する思いやりの低さは、宗教の信仰心の低さや一般的信頼感の低さ、他者配慮の姿勢の乏しさなど価値観の分布の差で約23%を説明できることがBlinder-Oaxaca分解から明らかになった。

JEL 分類番号：D64, Z10

キーワード：社会的割引, 国際比較, 宗教観, 価値観, 世界観

^a 大阪大学大学院経済学研究科博士後期課程, 日本学術振興会 ssasaki.econ@gmail.com

^b 神戸大学大学院経済学研究科 okuyama@econ.kobe-u.ac.jp

^c 慶應義塾大学経済学部 mogaki@econ.keio.ac.jp

^d 大阪大学社会経済研究所 ohtake@iser.osaka-u.ac.jp

本予稿の作成にあたり、佐々木・奥山・大垣・大竹は大阪大学社会経済研究所・共同利用・共同研究費を受けている。また、佐々木は文部科学省科学補助金（特別研究員奨励費 14J04581）を受けている。大垣・大竹は文部科学省科学補助金（基盤(A) 26245041: 大竹）（基盤(B) 25285063: 大垣・大竹）、サントリー文化財団研究助成金を受けている。最後に、香港のデータに関わる部分の本研究はJSPS 課題設定による先導的人文学・社会科学研究推進事業の委託を受けたものである。

1. イントロダクション

人は他人に対して思いやりの気持ちを持つ。しかし、一方で、誰にでも思いやるわけではないようだ。Jones and Rachlin (2006) は、実験室実験から、自分自身と他人との間の社会的距離の拡がりに伴い、他人に自己資源を分配するかどうかの意向の強さが低下することを明らかにした。

ここで、社会的距離とは、自分自身と他人の間の親近さや疎遠の程度を指すが、その測定方法には2種類あることに留意したい。1つは、親近さを直接的に尺度づけすることで測る方法である。これは心理的な距離を表している。もう1つは、家族や同じ地域に住む他人、見知らぬ外国人のように社会的関係の区分や物理的距離の遠近で測る方法である。これは客観的な距離を表している。

次に、他人に自己資源を分配するかどうかの意向の強さは、他人が受け取るはずの金額を自分自身が受け取る金額を基準にどの程度割り引くかで測られる。これを社会的割引率と呼び、その逆数を取ったものを社会的割引因子と呼ぶ。Jones and Rachlin (2006) は心理的距離を用いて、冒頭の結果を示した。つまり、親近感を感じる人に対しては社会的割引因子が高くなり、疎遠に感じる人に対しては社会的割引因子が低くなることを明らかにした¹。

社会的割引因子の水準や、社会的距離の拡がりに伴う社会的割引因子の変化は、多くの人々の間で共通しているのだろうか。Strombach et al. (2014) は、ドイツ人と中国人の大学生を被験者とした実験室実験で、それらが国によって異なる可能性を示した。

何故、社会的割引因子は国によって異なるのだろうか。この問いに対しては、まず心理的距離の指標を使うことで、直接的な答えを用意することが可能である。その答えとは、誰をどの程度心理的に近く感じ、遠く感じるかが国によって異なるからだというものだ。

一方、この答えを用意した後すぐに次の問いが想起される。他人を心理的に近く感じたり、遠く感じたりする認識は何から影響を受けるかという問いだ。この問いに対しては、他人に対する認識や他人との関係構築の姿勢は、本人の考えや嗜好など個人的な要因だけでなく、宗教観、価値観、世界観のように、彼らが生まれ育った国や文化圏に共通する環境的な要因に影響を受ける可能性がある、という答えが考えられる。

1つ目の問いと2つ目の問いを結合すれば、社会的割引因子の国による違いは、宗教観、価値観、世界観のような環境的な要因の違いによって説明できるのではないかと、という仮説が生まれる。実際、Strombach et al. (2014) は、ドイツ人が個人主義的価値観に、中国人が集団主義的価値観に影響を受けていると想定することで、両国の社会的割引因子の違いが説明できるとした。ただし彼らの研究は、個人主義、集団主義という価値観のみに着目して

¹ 彼らの結果は、独裁者ゲームを用いた追従研究でも支持された (Leider et al. 2009, Branas-Garza et al. 2010, Goeree et al. 2010)。

いるという特徴と、それら価値観を変数化するなどして直接的に捉えているわけではなく、仮定として用いることで議論しているという特徴がある。また、大学生を被験者とした実験研究であるので、結果を国全体に適用できるかどうかには議論の余地がある。

以上を受けて本研究では、米国・ドイツ・シンガポール・マレーシア・香港・韓国・日本の7ヶ国で実施した相互比較可能な全国規模調査のデータを用い、以下2つの仮説を検証した。1つは、社会的割引因子の水準は7ヶ国間で異なるのではないかという仮説である。もう1つは、社会的割引因子の水準に7ヶ国間で差があるとするなら、その差は、宗教観、価値観、世界観などの違いによって説明できるのではないかという仮説である。

2. データ

2.1. 調査概要

本研究では、日本及び米国、ドイツ、シンガポール、マレーシア、香港、韓国の7ヶ国で実施したインターネット・アンケート調査のデータを使用する。日本調査は2013年3月に実施し、米国・ドイツ・シンガポール・韓国の4ヶ国調査は2014年3月に実施した²。マレーシアおよび香港調査³は2015年1月から2月に実施した⁴。

2.2. 社会的割引因子の測定方法

図1 質問例

	選択肢1 あなたが…	選択肢2 あなたの家族が…
Case 1	0円もらう	7,500円もらう
Case 2	10円もらう	7,500円もらう
Case 3	100円もらう	7,500円もらう
Case 4	500円もらう	7,500円もらう
Case 5	1,000円もらう	7,500円もらう
Case 6	3,000円もらう	7,500円もらう
Case 7	7,500円もらう	7,500円もらう
Case 8	9,000円もらう	7,500円もらう

社会的割引因子の測定には、図1に示した質問の回答を使用する。回答者は、図の8つの仮想的な状況において、選択肢1か2のどちらか一方のみ選ぶことを求められる。例えば、ケース4では、あなたが500円受け取るか、あなたの家族が7,500円受け取るかを選ぶこと

² 日本および米国、ドイツ、シンガポール、韓国調査はサントリー文化財団から助成を受けた。

³ マレーシアおよび香港調査は文部科学省から助成を受けた。

⁴ 各国調査で得られた有効回答数は、以下の通り：日本 10,047、米国 1,283、ドイツ 1,294、シンガポール 1,290、マレーシア 1,000、香港 2,000、韓国 1,284。

になる。仮に選択肢 1 を選んだ場合、回答者はあなたの家族が 7,500 円受け取ることを諦めなければならない。

本調査では、同形式の質問を、客観的な社会的距離の異なる他人 5 名に対して設定した。一人は、図 1 に提示した「あなたの家族」であり、加えて「同じ地域（市町村など）に住む他人」「同じ都道府県・州に住む他人」「同じ国に住む他人」「見知らぬ外国人」である⁵。

社会的割引因子は、回答者の選択のうち、選択肢 2 から選択肢 1 に回答が切り替わった点の金額を、他人が受け取ることができたはずの 7,500 円で除すことで計算する。選択肢 2 から 1 への切替え点に着目するのは、次の理由に拠る。本質問の性質を鑑みた場合、選択肢 1 の受け取り金額が低いケースでは選択肢 2 を選ぶこと、受け取り金額が高くなると選択肢 1 を選ぶことが、回答者の選択の傾向として予想できるからである。

計算例を 1 つ提示しよう。例えば、ある回答者がケース 4 までは選択肢 2 を選び、ケース 5 以降は選択肢 1 を選んだとする。この回答者の切替え点はケース 4 と 5 の間にある。中間値はケース 4 及びケース 5 の回答者の受け取り金額の平均値を充てることにした。社会的割引因子は、切替え点の金額 750 円を 7,500 円で除すことで求められる 0.10 になる⁶。

社会的割引因子は、選択肢 1 の受け取り金額が低いケースでも選択肢 1 を選ぶ場合に、低い値を取る。逆に、受け取り金額が高いケースでも選択肢 2 を選ぶような場合は高い値を取る。思いやりについては、社会的割引因子が低い人ほど思いやりの水準が低く、一方で、それが高い人ほど思いやりの水準も高いと考えることができる。

3. 結果

3.1. 記述結果

図 2 は、5 種類それぞれの他人に対する社会的割引因子を測定した結果を、7 ヶ国で比較可能なように提示したものである。棒グラフの色でそれぞれの国を区別している。また、棒グラフの上の数値は社会的割引因子の水準を表している。

図 2 から大きく 3 つの結果を得ることができる。1 つ目の結果は、社会的割引因子の水準は、ペアとなる相手が、家族から同じ地域の他人、同じ都道府県・州の他人、同じ国の他人、見知らぬ外国人に移り変わるにつれて下降するというものだ。この結果は、全ての国に共通の結果である。

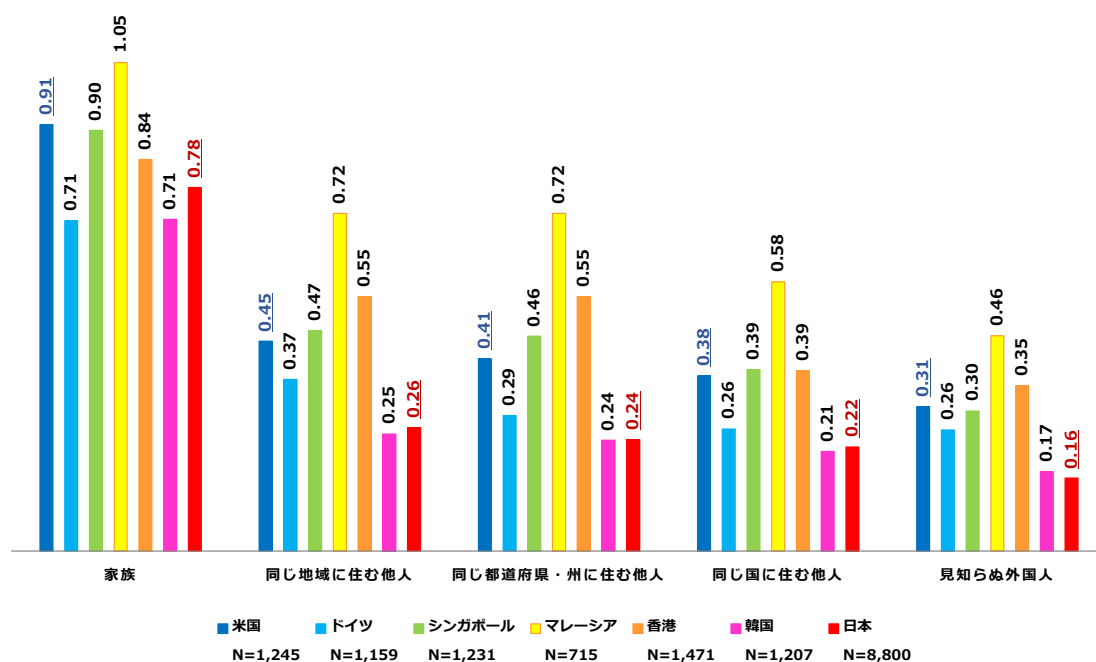
2 つ目の結果は、日本及び韓国の社会的割引因子に着目したものである。日本及び韓国の社会的割引因子の水準は、家族を除いた 4 つの関係性において他の 5 つの国の水準よりも

⁵ 但し、マレーシア調査・香港調査では、「あなたの家族」「同じ地域に住む他人」「同じ国に住む他人」と「見知らぬ外国人」の 4 者との関係における質問項目が設けられた。

⁶ 端点の切替え点について説明する。全ケースで選択肢 1 を選んだ場合、切替え点は 0 円と -10 円の平均値とした。一方、全ケースで選択肢 2 を選んだ場合、切替え点は 9,000 円と 10,800 円の平均値とした。

低い。3つ目の結果は、2つ目の結果と関連する。ペアとなる相手が、家族から同じ地域の他人に変化した時の社会的割引因子の下落率は、日本や韓国の方が他の5つの国よりも大きい。例えば、日本の下落率は66.2%であるが、米国の下落率は50.8%である。

図2 社会的割引因子の7ヶ国間比較



これらの結果は何を意味しているのだろうか。1つ目の結果は、関係性や物理的な距離が近い人に対して思いやりの意向は強くなり、遠い人に対して弱くなる傾向にある。そして、程度の違いはあるが、その傾向はどの国でも見られるということを示している。

2つ目の結果は、日本や韓国の思いやりの水準は、家族を除いた4種類の他人に対して、他の5ヶ国に比べて低いことを意味している。続いて、3つ目の結果は、ペアとなる相手が家族から同じ地域の他人に変化することで日本と韓国の思いやりの水準が大きく低下することを意味している。このことは、日本人と韓国人の思いやりの境界線が家族か家族でないかの間に置かれている可能性を示唆している。

3.2. Blinder-Oaxaca 分解

3.1の結果から日本・韓国について次のことが分かった。それは、家族関係の外の他人に対して、日本や韓国の思いやりの水準が特に低いということだ。相手が家族かそうでないかで、彼らの思いやりの水準が大きく変わるのは何故だろう。イントロダクションで議論したように、他人に対する認識に関する何らかの要素が日本・韓国の思いやりの水準を特徴づけているのだろうか。

本節では、他人に対する認識や関係構築の姿勢に影響を与えうる宗教観・価値観・世界観を変数化し、それらが日本・韓国と他5ヶ国の思いやりの水準の違いを説明するかどうかを検証する。宗教観・価値観・世界観を捉えるものとして、宗教の熱心さの指標、一般的信頼感の指標などを使用する。また、個人の性格の違いによる影響を考慮するため、Big 5 Personality 指標と時間割引因子を共変量に含める。

分析手法には、Blinder-Oaxaca 分解を採用した。この手法を採用することで、国による差が上述の変数のそもそもの分布の違いで説明されるのか、上述の変数の限界効果の違いで説明されるのかを判別できる。また、本予稿では、同じ地域に住む他人に対する社会的割引因子の、日米間の差に着目した分析の結果を抜粋して提示することにした（表1）。

表 1. Blinder-Oaxaca 分解

	Means		Overall difference	Characteristics effect	Unexplained difference	Pooled coefficient
	米国	日本				
Blinder-Oaxaca分解	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
社会的割引因子 (同じ地域に住む他人)	0.450*** (0.013)	0.264*** (0.004)	0.186*** (0.014)	0.043* (0.025)	0.144*** (0.028)	
宗教観・価値観・世界観						
宗教を熱心に信仰している	2.709	1.544	1.165	0.029** (0.012)	0.002 (0.019)	0.028*** (0.010)
一般的に人はだいたい信用できる	5.316	4.757	0.559	0.013*** (0.003)	0.035 (0.027)	0.024*** (0.005)
自分のことよりも他者を第一に考えて行動する	3.146	2.940	0.206	0.008*** (0.003)	-0.023 (0.040)	0.037*** (0.012)
自分一人が努力しても世の中はよくなると思わない	2.847	3.225	-0.378	0.005 (0.005)	0.012 (0.043)	-0.015 (0.012)
人のことは自分とは関係のないことだと思ふ	2.035	2.640	-0.605	0.010 (0.009)	0.009 (0.045)	-0.020 (0.015)
社会問題は自分の生活とは関係のないことだと思ふ	2.350	2.213	0.137	0.001 (0.002)	0.044 (0.034)	0.012 (0.014)
苦しみは人間を成長させる面があると思ふ	3.608	3.475	0.133	0.001 (0.002)	-0.008 (0.052)	0.008 (0.014)
死後の世界は存在すると信じている	3.556	2.597	0.959	-0.004 (0.011)	-0.032 (0.032)	-0.002 (0.011)
一瞬一瞬を大切に生きていきたいと思ふ	4.165	3.750	0.415	-0.008 (0.007)	-0.051 (0.066)	-0.019 (0.016)

※分析には、属性変数および Big 5 Personality 変数や時間割引因子変数も含めているが、結果は省略している。

表1の1行目3列目によると、この社会的割引因子の日米差は0.186になる。次に4・5列目によると、この差のうち、約23%は説明変数の日米間の分布の違いで説明され、約77%は限界効果の違いで説明されることが分かる⁷。

4列目の結果にさらに注目すれば、前者の分布差による影響のほとんどの部分は、「宗教の熱心さ」「一般的信頼感」「他者配慮」の変数の日米間の分布差に拠っていることが分かる。つまり、日本人がアメリカ人と比べ宗教に不熱心なこと、他人への一般的信頼感が低いこと、他人を第一に考えて行動する姿勢に欠けることが部分的要因となって、日本人の同じ地域

⁷ 限界効果の違いの大部分は、女性ダミーや年齢層ダミーなど属性変数の限界効果の違いに拠っている。

に住む他人に対する社会的割引因子がアメリカ人に比べて低くなっているのである。

4. 結論

本研究から、家族以外の他人に対する、日本人・韓国人の社会的割引因子が、他の5ヶ国より低いことが分かった。そして、同じ地域に住む他人に対して日本人の社会的割引因子がアメリカ人よりも低いことは、日本人がアメリカ人よりも宗教的に熱心でないことや、一般的な信頼感が低いこと、他人配慮の姿勢に欠けることなど、宗教観・価値観・世界観変数のそもそもの分布の違いにより約23%を説明できることが分かった。

ただし、宗教観・価値観・世界観変数の分布の違いにより社会的割引因子の水準差を説明できるかどうかは、日本とどの国を比較するかに依存することも追加的分析から分かってきている。例えば、日本とシンガポールを比較した場合には、米国の時と同様に、宗教観・価値観・世界観変数の分布差が同じ地域の他人に対する日本人の社会的割引因子の低さを説明した。一方で、日本とドイツを比較した時には同様の結果は得られなかった。

参考文献

- Branas-Garza, P., Cobo-Reyes, R., Espinosa, M. P., Jiménez, N., Kovářik, J., & Ponti, G. (2010). Altruism and social integration. *Games and Economic Behavior*, 69(2), 249-257.
- Goeree, J. K., McConnell, M. A., Mitchell, T., Tromp, T., & Yariv, L. (2010). The 1/d law of giving. *American Economic Journal: Microeconomics*, 183-203.
- Jones, B., & Rachlin, H. (2006). Social discounting. *Psychological Science*, 17(4), 283-286.
- Leider, S., Möbius, M. M., Rosenblat, T., & Do, Q. A. (2009). Directed altruism and enforced reciprocity in social networks. *The Quarterly Journal of Economics*, 124(4), 1815-1851.
- Strombach, T., Jin, J., Weber, B., Kenning, P., Shen, Q., Ma, Q., & Kalenscher, T. (2014). Charity begins at home: Cultural differences in social discounting and generosity. *Journal of Behavioral Decision Making*, 27(3), 235-245.