

心理特性の違いにおける個人情報提供と金銭寄付行動のサーベイ実験

高屋葵^a 黒島大夢^b 貞廣瞳奈^c 西谷陽佳^d 横井恵人^e

要約

本研究は、リスク選好と寄付行動の関係に焦点を当てた研究である。本研究の特徴は、個人情報の提供をある種の寄付行動とみなして研究することであり、金銭の寄付行動に加え、情報の寄付行動の両者を比較する。本研究ではリスク愛好的な人ほど寄付行動をするという仮説をもとに重回帰分析の分析に加えて、個々人における寄付行動の理由等の記述回答を用いて検証・考察を行った。結果、情報の提供においては利他性に、金銭の寄付においてはリスク選好に有意差が見られた。以上の結果から、情報の提供に関しては個人情報の特定されにくさ、提供のしやすさが提供度合いに影響し、金銭の寄付に関してはリスク愛好的であるほど、見返りを求めず金銭を寄付しやすいと解釈できる。

JEL 分類番号 : D91

キーワード : 行動経済学, 寄付行動, リスク選好, 利他性, フレーミング効果

^a高屋葵 同志社大学商学部 tagulabo@gmail.com

^b黒島大夢 同志社大学商学部

^c貞廣瞳奈 同志社大学商学部

^d西谷陽佳 同志社大学商学部

^e横井恵人 同志社大学商学部

1. イントロダクション

本稿は、情報の提供と金銭の寄付行動に焦点を当て、それらの行動に違いをもたらす要素の分析を目的としたものである。

近年、日本の寄付市場は年々大きくなってきている(日本ファンドレイジング協会 2017)。また、日本では熊本地震、大阪北部地震、豪雨による被害など、自然災害による被害を大きく受けており、金銭や物資の寄付を求められる機会も多いと言えるだろう。しかし、善教・坂本(2017)によると、「日本の寄付行動は活発ではなく、ゆえにしばしば被災地でNPOなどが十分な活動を展開することが困難となる」と述べられている。さらに、Charities Aid FoundationのWORLD GIVING INDEX(2018)によると、日本の寄付行動は144カ国中128位であることが明らかにされている。

情報の提供については、近年、AIの発達は著しく、AIを用いた労働や生活の改善がなされている。この背景より、これからの時代においてはよりAIと共に生きていくことが必要である。そのためには、多くのデータを効率的に取り扱うことが重要になってくるため、膨大なデータを一括で管理できる情報銀行の存在が不可欠となるだろう。その情報銀行が発達していくためには、より多くのデータを収集する必要がある、より多くの人から情報を提供してもらわなければならない。しかし、情報銀行を「知っている」人のうち、43.2%が「情報銀行への個人情報提供に抵抗感がある」と答えている(株式会社ジャストシステム2019)。これらの結果から、人々には「個人情報の提供に抵抗がある」ことが推察される。

以上より、金銭の寄付と情報の提供に抵抗があることが明らかになったので、我々は「金銭の寄付と情報の提供時の人間の心理特性とは何か」をリサーチクエストンとして調査を進めていく。

日本ファンドレイジング協会(2018)より、リスクを冒すことを恐れない人は、リスクを回避して安全策に走る人よりも、より金銭の寄付を行いやすいことがわかっている。一方、情報は黒島・貞廣・高屋・西谷・横井・柴田・坪田(2020)より、「情報を提供したくない」と答えた人の割合が少なかったため、個人情報に関連しない情報であれば、金銭の寄付が活発ではない日本でも、多くの人に提供してもらえないのではないかと考えた。よって、個人のリスク選好が違くと両者の提供度合いに差が生まれると考えられるので仮説を下記のように設定する。

仮説：リスク愛好型ほど金銭の寄付行動をし、リスク回避型ほど情報の提供行動をする

2. 調査方法

2.1. 実験

Google フォームを用いたアンケート調査において、場面想定法を用い、寄付行動に関する質問と性格特性に関する質問、個人属性に関する質問によるサーベイ実験を行った。期間は、2020年9月13日～9月25日であり、126名からの回答を得られた。回答者の年齢層は、18歳～61歳である。

以下が寄付行動に関する質問の手順である。

①シナリオを理解する
②寄付先を NPO 法人とボランティア団体，病院から選択する
③健康情報を寄付しようと思ったかを 10 段階から選択する
④提供したい健康情報(性別・年齢・1 日の運動量・食生活・睡眠時間・健康診断結果・病歴・提供したくない)を選択する
⑤なぜ④を選択したのかを記述回答する
⑥金銭を寄付しようと思ったかを 10 段階から選択する
⑦どのくらいの金額を寄付したいかを回答する
⑧なぜ⑦を選択したのかを記述回答する

シナリオは以下の通りである。

(シナリオ)

「ある提供先団体が治療法が確立していない疾患などの医療問題を解決することを目的として、健康情報の提供と金銭の寄付を求めています。集めたデータは医療の解決のみに利用し、それ以外の目的では一切利用致しません。また、データの使用時に個人の回答内容やプライバシーが明らかになることはありません。寄付金のうち、管理運営費として使用させていただく割合は 0%です。あなたが健康情報を提供したり金銭を寄付することで、新しいサービスが生まれ、未解決だった医療があなたのおかげで解決されるかもしれません。」

次に、性格特性に関する質問を行い、個人のリスク選好と利他性を測った。リスク選好では池田・筒井(2006)より、リスク愛好的・中立的・回避的かを区別した。利他性では小田・大・丹羽・五百部・清成・武田・平石(2013)より、7つの項目を 10 段階で選択し、個人の利他性の尺度を測った。最後に、性別と年齢、職業という個人属性に関する質問を行った。

2.2. 分析方法

Google フォームによるアンケートから得られたデータを用いて、重回帰分析を行った。

重回帰分析

独立変数…リスク選好，利他性に関する 7 つの質問項目，性別

従属変数…情報の提供(10 段階尺度)，金銭の寄付(10 段階尺度)

3. 結果

表(1)から、情報の提供に関しては『利他性の合計』において p 値が 0.022 であり、5%

水準で統計的有意差がみられた。また表(2)に関しては『リスク選好』において p 値が 0.004 であり、1%水準で統計的有意差がみられた。

表 1. 情報の提供 分析結果

		係数	標準誤差	P 値
1	(定数)	6.188	0.955	0.000 ***
	性別	-0.477	0.376	0.207
	利他性の合計	0.036	0.015	0.022 **
	リスク選好	0.243	0.283	0.392
モデル	調整済み R2 乗	サンプル数		
個人情報	0.034	126		

表 2. 金銭の寄付 分析結果

		係数	標準誤差	P 値
1	(定数)	3.569	1.128	0.002 ***
	性別	-0.526	0.444	0.238
	利他性の合計	0.022	0.018	0.238
	リスク選好	0.977	0.334	0.004 ***
モデル	調整済み R2 乗	サンプル数		
金銭	0.074	126		

4. 考察

4.1. 金銭の寄付に関する考察

金銭の寄付に関しては、「リスク愛好的な人ほど金銭を寄付する」という仮説が支持され、金銭の寄付に関してリスク選好の有意差がみられた。これに関して研究の初段階ではリスク愛好的な人ほど利他性が高いのではないかという考察があった。しかし、アンケート項目に利他性を測る尺度を組み込んだ結果、統計的有意差が見られなかった為、この考察は当てはまらないことが今回わかった。一方でリスク回避的な人の記述回答に着目すると、金銭を寄付することには、損失するというリスクがあり損した気分になる、見返りが欲しいなどの意見が得られた。以上より、金銭の寄付に関して、利他性と直接的な関係はないことが考えられ、リスク愛好的であるほど、見返りを求めず金銭を寄付しやすいという結論に至った。

4.2. 情報の提供に関する考察

情報の提供に関しては、リスク選好、性別との統計的有意差はみられなかった。そのため、「リスク回避的な人ほど情報を提供する」という仮説は支持されなかった。一方で、

利他性に関しては 5%水準で統計的有意差が見られた。情報提供は金銭の寄付と違い、提供時点で自分自身が直接不利益を被ることはない。同様に利他性の尺度として採用した行動も、自分自身が直接不利益を被るわけではないため、有意差がみられたと考えられる。

記述回答に着目すると、「役に立ちたい」「損をしないから」という回答よりも、「健康情報を提供することに対する抵抗が少ない」「個人情報の特特定されにくさ」に関する回答が多く見られた。回答から考察すると、情報は金銭と異なり提供しても損はしないため、提供することに抵抗がないとする人が多かったと考えられる。加えて、「すぐに回答できるから」など、提供のしやすさに関する記述が「損をしないから」という回答と同程度見られた。以上より、情報の提供度合いに影響を与える要素は、個人情報の特定されにくさ、提供のしやすさの2つであると考えられる。

4.3. 社会に役立てるためには

金銭の寄付に関しては、今回学生の回答者が多かったため、経済的に厳しい、裕福な個人が寄付をしてくれることが望ましいという記述回答が見られた。そのため金銭の寄付に関しては、社会人にアプローチできるような寄付方法を考え出すことが望ましいと思われる。そのためには寄付の手軽さ、ハーディング効果のように周りを行っているということ情報を発信するという方法が考えられる。また増井(2010)より、イメージモチベーションを活用した方法も考えられる。

一方で情報の提供に関しては、プライバシーの問題性の記述もそうだが、情報の提供することにより、本当に問題が解決するのか不安視する意見も散見された。そのため情報の提供に関しては、目標数の情報が集まれば何人が助かるというようなフレーミング効果を応用した仕組みが有効なのではないだろうか。

5. 研究の限界と今後の展望

本研究の限界は以下の2点である。1点目はアンケート回答者の割合が学生に偏ってしまったために、社会人に比べて経済的な状況があまりいいとは言えない状況の中で回答を集めてしまった点にある。そのため寄付金額のばらつきが多く見られ、従属変数に影響を及ぼした可能性がある。2点目は記述回答を用いて考察を深めていった点にある。そのため、各個人の主観的評価を基に考察を行ったため、考察の信頼性が担保されているかという点において課題が残った。

今後の展望としては、アンケート回答者の割合を均等にすることでより世代間の考えや価値観が反映されないように結果を出すことが挙げられる。

また性別、利他性、リスク選好よりも影響を与える尺度、基準の考察や寄付行動を促すための適切な場面設定、またどのようなシナリオであれば人々の寄付行動は促されるのか等が考えられる。

引用文献

馬場英朗, 石田祐, 五百竹宏明 (2013 年) 「非営利組織の財務情報に対する寄付者の選好分析」
『The Nonprofit Review』 Vol. 13, No. 1, 1-10.

Charities Aid Foundation, 2018. CAF WORLD GIVING INDEX 2018 (最終閲覧日 2020 年 10 月 5 日)

https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/caf_wgi2018_report_webnopw_2379a_261018.pdf

池田新介, 筒井義郎 (2006 年) 「アンケート調査と経済実験による危険回避度と時間割引率の
解明」 『証券アナリストジャーナル』 第 44 巻第 2 号, 70-81 頁.

株式会社ジャストシステム, 2019 「3 人に 1 人は「情報銀行」を認知。利用率は 7.2%」 (最
終閲覧日 2020 年 10 月 5 日)

<https://marketing-rc.com/report/report-monthly-20191212.html>

黒島大夢, 横井恵人, 高屋葵, 西谷陽佳, 貞廣瞳奈, 柴田惇平, 坪田凜々花. (2020 年) 「AI
の発達に向けた, 社会的意義を持つ情報銀行の普及に関する行動経済学的分析」 『人工知
能学会全国大会論文集 第 34 回全国大会』 pp. 4H2GS401-4H2GS401.

増井良啓 (2010 年) 「行動経済学から見た個人寄付の一側面」 『東京大学法科大学院ローレ
ビュー』 第 5 巻.

日本ファンディング協会, 2017 「寄付白書 2017」 (最終閲覧日 2020 年 10 月 5 日)

<https://jfra.jp/wp/wp-content/uploads/2017/12/2017kifuhakusho-infographic.pdf>

日本ファンディング協会, 2018 「リスクを好む人ほど寄付をする!!—リスク態度と寄付
行動の関係—」 (最終閲覧日 2020 年 10 月 5 日)

<https://jfra.jp/fundraisingjournal/2307/>

小田亮, 大めぐみ, 丹羽雄輝, 五百部裕, 清成透子, 武田美亜, 平石界 (2013 年) 「対象別利他行
動尺度の作成と妥当性・信頼性の検討」 『心理学研究』 第 84 巻第 1 号, 28-36 頁.

善教将大, 坂本治也 (2017 年) 「何が寄付行動を促進するのか」 『公共政策研究 17』, 96-107
頁.