

初頭効果・イケア効果によるタイムパフォーマンスへの影響*

山木結菜^a中井美則^b大賀宗吾^c河村壮馬^d中俣真菜美^e

要約

本研究は、近年、若者を中心として広がっている価値観であるタイムパフォーマンス（タイパ）と初頭効果・イケア効果の関連性を明らかにすることを試みた。タイムパフォーマンスを測るアンケート調査とイケア効果・初頭効果を計る実験に基づいて、それぞれ点数化し、可視化することで分析を行った。分析の結果、初頭効果が強く働く人は、時間管理能力関連のタイパ志向が低く、また、イケア効果がよく働く人は、メディア・コンテンツ消費関連のタイパ志向が弱いといった特徴を持つことが明らかとなった。

JEL 分類番号： D91, J32, I26

キーワード： タイムパフォーマンス, タイパ, イケア効果, 初頭効果

* なお、本論文に関して、開示すべき利益相反関連事項はない。

a 同志社大学経済学部和田美憲ゼミ・cgej0954@mail3.doshisha.ac.jp

b 同志社大学経済学部和田美憲ゼミ・cgej0512@mail3.doshisha.ac.jp

c 同志社大学経済学部和田美憲ゼミ・cgej0585@mail3.doshisha.ac.jp

d 同志社大学経済学部和田美憲ゼミ・cgej0287@mail3.doshisha.ac.jp

e 同志社大学経済学部和田美憲ゼミ・cgej0519@mail3.doshisha.ac.jp

1. イントロダクション

1.1. 研究の背景と目的

本論文は、初頭効果やイケア効果の働きやすさが人々のタイパ志向をどのように影響するかを分析することを目的とする。多くの人間は、初頭効果やイケア効果といった心理的な働きに無意識のうちに影響されることが多いとされている¹。

近年、若者を中心として「タイムパフォーマンス（以下、タイパ）」という時間の使い方に対する価値意識が広まっている（BBT 大学院, 2025）。特に IT 技術の進化によって可能となったタイパを意識した行動、例えば動画の倍速視聴やオンラインショッピングは今では多くの若者にとって一般的な行動となっている。そこで、一般的に働くと考えられている心理的現象が人々のタイパ志向にどのように影響するのかについて興味を持った。

我々が最初に注目した心理的現象の一つが初頭効果である。音楽の例を挙げると、2010 年のヒットチャート上位 10 曲では、イントロの長さは平均 16.3 秒であった（Billboard JAPAN, 2010）。それに対して、2025 年のイントロ平均は 8.9 秒と 15 年前と比べて短くなっていることが分かった（Billboard JAPAN, 2025）。このことから、近年では序盤の印象が良い曲がヒット曲になる傾向にあると考えられる。つまり、近年タイパ志向の人が増加していると考えられるならば、序盤の印象に影響される人々はタイパ志向であると考えられる。

もうひとつがイケア効果である。時代の変化に伴い多くの人がフードデリバリーサービスを利用するようになった（日本経済新聞, 2021）。人々は、時間効率を重視するタイパ意識からこのようなサービスを利用する可能性がある。しかし、この傾向は自分で作る料理への愛着よりも時間効率を重視していることから、イケア効果が働きにくい人はタイパ志向であると考えられる。以上より、本論文では、一般的な心理現象とされる初頭効果やイケア効果の働きやすさが人々のタイパ志向をどのように形成するのかについて論じる。

<タイムパフォーマンスの定義>

タイパとは、「費やした時間に対する効果の満足度」を意味する概念である。すなわち、短時間で高い満足度や成果を得られた場合には「タイパが高い」とされ、逆に長時間を費やしても満足が得られなかった場合には「タイパが低い」と評価される。

本研究では、実験参加者のタイパ傾向を測るため、日常行動や性格の具体例を提示したアンケートを実施した。その際、以下の 3 点にタイパ志向の人々の特徴を整理した。

第一に、効率性を重視していることである。タイパの定義上、短時間で高い成果や満足を得ようとする姿勢が重要である。このことから、タイパを重視する人は、限られた時間を最大限に活用しようとする傾向、すなわち「効率性志向」が強いと考えられる。

¹ ここで、初頭効果とは「最初の印象にその後も影響を受けること（阿部, 2023）」イケア効果とは「自分が苦労して手を加えたものに対して価格以上の価値と愛着を感じる」（阿部, 2023）」と定義し、本研究ではこの定義に則って議論を展開する。

第二に、時間管理能力が高いことである。効率性を実現するには、計画的に時間を配分・管理する能力が必要となる。したがって、タイパが高い人ほど、日常的にスケジュールを立てて行動したり、時間の使い方に自覚的であったりする傾向があると予想される。

第三に、飽き性であることである。近年、倍速視聴や短尺コンテンツ（例：ショート動画）の人気の高まっている背景には、長時間同じ行動を続けることの耐性の低下があると考えられる。これは、より短時間で満足を得られる選択肢を好む傾向を示しており、「飽きやすさ」という性格特性がタイパ志向と関連する可能性があるかと推察される。

本研究では、タイパが高い人は以上3点の特徴を持つと考え、以下の仮説を検証する。

仮説1 初頭効果特性はタイパ志向を助長する

仮説2 イケア効果特性はタイパ志向を抑制する

2. 実験

2.1. 手法

まず、大学生43人を対象に、2025年7月25日から8月の30日の期間で初頭効果とイケア効果を測るための実験とタイパ志向が高いかどうかを測るアンケートを実施した。

<初頭効果測定実験>

初頭効果を測るため、実験参加者には、カタカナ2文字の単語20語を3秒間隔で提示し、記憶できた単語を書き出させた。書き出された単語は採点対象となり、点数化基準は、最初に提示された前半10語のみを対象にした。前半10語に対して、1番目に提示された単語を10点、2番目を9点...10番目を1点とした。以上の方法で各参加者の得点を算出し、得点が高い参加者ほど初頭効果が強く表れていると評価した。（橋本・荘島, 2023）

<イケア効果測定実験>

図1 実験者模倣用シーサー



イケア効果を測るため、参加者に事前に私たちが制作した見本を元に紙粘土でシーサーを約10分で制作してもらった。1～10段階で評価してもらった自己評価と第三者6人の評価平均を比較し、自己評価が平均より高ければイケア効果あり、低ければイケア効果なしと判断した。（アリエリー, 2010）

タイパを測るアンケート調査ではGoogle formsを用いて実施した。19の質問を用意し、それぞれ5段階で、最もあてはまるものを選択してもらった。設問1,2,4,5,6,8,9,10～12,17,18,19では効率性を重視しているか、設問3,4,7では時間管理能力の高さを、設問13～16,19では飽き性であるかをそれぞれ尋ねてい

る。5段階のうち、タイパ行動によくあてはまった場合には5点、全くあてはまらない場合には1点と1から5点で点数をつけた。合計点が高い者ほどタイパ志向であると判断した。

そして、実験で得られた初頭効果とイケア効果の結果とアンケート調査で得られたタイパ志向に関する回答を集計し、SPSS Ver. 30 を用いて分析した。

2.2. 分析

仮説1を検証するために、初頭効果の点数に基づきサンプル全体の平均点(28.62)を上回ったか否かにより、初頭効果強グループと弱グループの二つに分類した。タイパを測るアンケートの合計点を従属変数とする正規性検定(K-S検定)の結果、P値=0.851となり正規性が仮定できるため、対応のないt検定を行った。

表1 t検定の結果

	F値	有意確率	t値	自由度	片側p値	両側p値
等分散性を仮定する	1.591	0.214	1.647	41	0.054	0.107
等分散性を仮定しない			1.677	40.456	0.051	0.101

その結果、平均値差が5%水準で有意ではなかった。よって、初頭効果を2つにグループ分けしたものを因子、タイパ合計点を従属変数とした、初頭効果特性はタイパ志向を助長するという仮説は、本実験において立証することができなかった。

以上の検証プロセスで、タイパ志向を構成する性格や行動には内的一貫性のないさまざまな要素が含まれることが分かったため、次に、各質問項目の結果を従属変数とした分析を行った。その結果、質問14についてはP値=0.036、質問19についてはP値=0.010と、2つの質問項目のみが5%水準で有意であった²。

表2 質問14、19の記述統計

		度数	タイパの合計平均値			度数	タイパの合計平均値
質問14	初頭効果弱	20	3.3	質問19	初頭効果弱	20	3.7
	初頭効果強	23	2.521		初頭効果強	23	2.652

質問14 ずっと同じものにはまるより新しいものに興味がある

質問19 作業が効率でないと感じると途中でやめる

質問14、19は回答者が飽き性かを測る質問項目であった。以上の結果から、初頭効果が強く働く人ほど継続力がない(飽き性)と結論付けた。

次にタイパの共通の属性を持つアンケート項目をグルーピングし、それらの合計得点を従属変数とする分析を行った。(ex.飽き性、効率性、ネット関連、時間管理能力など)その結果、時間管理能力に関する質問項目のグループでのみ、初頭効果の強い群、弱い群間でタイパ志向値に統計的に、P値が0.035と有意な差が認められた。³

² 正規性の検定(K-S検定)より、質問14はP値が0.014、質問19はP値が0.003となり、どちらも正規性が仮定出来ないためノンパラメトリック検定(Mann-WhitneyのU検定)を行った。

³ 質問項目3、4、7、の正規性検定(K-S検定)が0.035だったため、正規性が仮定できずノンパラメトリック検定であるKruskal-Wallisの検定を行った。

質問3 大学の課題の提出はいつもギリギリである

質問4 旅行に行く際、時間単位で計画を立てる

質問7 友人との待ち合わせに遅刻する

表3 質問3, 4, 7の記述統計

	度数	タイパの合計平均値		度数	タイパの合計平均値
初頭効果強	23	7.17	初頭効果弱	20	8.9

よって、初頭効果が強く働く人はタイパ志向（時間管理能力要素）が低いと結論付けた。

次に、仮説2を検証するために、イケア効果の点数が正か負かにより、イケア効果ありとなしの2つの群に分類した。タイパを測るアンケートの合計点を従属変数とし、対応のないt検定を行ったが、初頭効果と同様、イケア効果あり群となし群の間に合計点の平均値に有意な差があるといえない結果であった⁴。

初頭効果の分析と同様、タイパ志向にはさまざまな性格と行動が含まれていることが以上の結果となったと判断し、次に、タイパのアンケートの質問項目をいくつかのグループ（ネット・メディア関連タイパや買い物・外食関連タイパ、行動スケジュール関連タイパなど）に分類したうえで、分析を行った。しかし、これらの要素では、イケア効果あり群、なし群間でタイパ志向値に統計的に有意な差が認められなかった⁵。

本結果を受け、イケア効果あるなしの2水準では、群内のばらつきで差が平準化されていると考え、4水準にすることでイケア効果の強弱を細分化した。そこで、イケア効果を全く働かない・あまり働かない・働く・よく働くの4水準に分けた⁶。そして特に近年のタイパ志向の特徴でもあるメディア・コンテンツ消費関連のタイパ項目である質問項目

2, 5, 10, 11, 12を用いて、ノンパラメトリック検定であるKruskal-Wallisの検定を行った。質問内容は以下の通りであり、その結果が表4, 5, 6, である。

質問2 飲食店でモバイルオーダーを利用しない

質問5 好きなスポーツの試合結果をハイライトだけで見る

質問10 音楽を聴くとき、サビだけ聴く

質問11 好きなドラマをリアルタイムで見たい

質問12 もし大学周辺に住んでいるとするなら対面授業よりオンライン授業を好むか

⁴ 対応のないt検定の結果、P値が、0.337となった。

⁵ Mann-WhitneyのU検定の結果、5%水準で有意となる差が確認出来なかった。

⁶ イケア効果の4水準の分け方として（自己の評価値—他人の客観的評価値）の最大値に最も近い自然数5と0の中間値である2.5以上の値をよく働く、0.1以上2.5未満を働くにした。同様に、0～-3の中間値の-1.5未満を全く働かない、-1.5以上、0以下をあまり働かないとした。

表4 多重比較

	検定統計量	標準誤差	標準化検定統計量	有意確率	調整済み有意確率
よく働く-あまり働かない	0.308	5.599	0.055	0.956	1
よく働く-働く	12.141	4.721	2.572	0.01	0.061
よく働く-全く働かない	15.451	5.841	2.645	0.008	0.049
あまり働かない-働く	-11.833	5.455	-2.169	0.03	0.18
あまり働かない-全く働かない	15.143	6.448	2.348	0.019	0.113
働く-全く働かない	3.31	5.703	0.58	0.562	1

その結果、ノンパラメトリック検定で測った P 値は 0.007 であった。また、イケア効果がよく働く人と全く働かないのところに有意な差があり、イケア効果がよく働く人の方が、全く働かない人よりタイパ志向が弱いということが分かった。しかし、記述統計では、タイパの平均点が順に、「全く働かない」(16.29) > 「働く」(15.67) > 「よく働く」(13.23) > 「あまり働かない」(13.00) になっており、この並びが原因でイケア効果あるなしの 2 水準ではイケア効果とタイパの間に有意な差が出なかったと考えられる。

3. 結論

本研究では、初頭効果やイケア効果によってタイパ志向がどのように影響するのかについて検討した。その結果、初頭効果が強く働く人ほど時間管理能力関連のタイパ志向が低い、また、イケア効果がよく働く人は、近年のタイパの特徴であるメディア・コンテンツ消費関連のタイパ志向が弱いということが示された。

本研究の反省点として、2 つがあげられる。1 つ目は、本研究で用いたタイパ志向を測定するアンケートでは性格関連の項目が少なく、性格特性に応じた効果の働きやすさを分析できなかった点である。事前の調査でタイパ志向に共通する性格特徴を抽出するべきであった。2 つ目は、実験を複数日に分けて実施した点である。本来であれば、実験を同日に行うことで、外的要因の影響を最小限に抑え、より妥当性のある結果が出ていた可能性がある。

今回の研究では、イケア効果が高い人はタイパ志向が弱いという結果は、効率優先の現代社会において「非効率の価値」を示唆している。教育の分野では一般的に長い時間を要する、体験型学習の導入などが挙げられる。

○引用文献

- ・阿部誠, 2013. サクッとわかるビジネス教養 行動経済学. 新星出版社, 東京.
- ・BBT 大学院, 2025. 年代別タイパに関する意識.

<https://www.ohmae.ac.jp/mbaswitch/time-performance/>

- ・Billboard JAPAN, 2025 . Hot100 <https://www.billboard-japan.com/>
- ・日本経済新聞, 2021. フードデリバリーアプリ利用, 2 強以外も急増.

<https://www.nikkei.com/article/DGXKZ075649930Q1A910C2H21A00/>

- ・橋本貴充, 莊島宏二郎, 2023. 実験心理学のための統計学 2. 株式会社誠信書房, 東京.
- ・ダン・アリエリー, 2010. 不合理だからすべてがうまくいく. 早川書房, 東京.