

外国語効果が社会的選好に与える影響*

王 一凱^a

要約

本研究は、言語（母語 vs. 外国語）が個人の社会的選好に与える影響を実験経済学的手法を用いて検証することを目的とした。Charness and Rabin (2002) の課題を用いたオンライン実験を実施し、母語（英語）で意思決定を行うグループと、外国語（中国語）で意思決定を行うグループを比較した。ロジスティック回帰分析の結果、外国語を使用するグループは、母語グループに比べて社会厚生タイプに分類される確率が有意に低く、競争タイプに分類される確率が有意に高いことが明らかになった。また、性別は利己タイプ・平等タイプ・競争タイプと有意な関係が見られた。本研究の結果は、外国語効果は人の社会的選好に影響を与える。行動経済学における言語効果の理解に新たな知見を提供するものである。これらの発見は、異文化コミュニケーションや国際交渉における意思決定の特性を理解することで重要なことである。

JEL 分類番号：D90, D91

キーワード：外国語効果，社会的選好，意思決定

* 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 王 一凱 関西学院大学経済学部 ito03346@kwansei.ac.jp

1. はじめに

近年、グローバル化の進展に伴い、非母語環境で意思決定を行う場面が増加している。トランプ大統領は英語をアメリカの「公用語」とする大統領令に署名し、これにより英語がグローバル化における重要な役割を果たしていることが強調された（日本経済新聞 2024）。先行研究では「外国語効果」の存在が実証されており、母語に比べ、外国語を使用する際には感情的反応が抑制され、より合理的かつ功利的な意思決定が促されることが報告されている（Keysar et al., 2012; Costa et al., 2014）。しかし、公平性や利他性といった社会的選好という領域において、外国語が個人の選択行動にどのような影響を及ぼすかについては、未だ明らかされていない。例えば、Li (2017) は、外国語の使用が信頼や利他性に影響を与える可能性を指摘しているものの、標準化された実験課題を用いた体系的な検証は不足している。そこで本研究では、この空白を埋めることを目的として、Charness and Rabin (2002) の社会的選好課題を採用し、外国語の使用が選好に与える影響を実験的に検討する。

2. 実験デザイン

本研究では、Prolific を利用してオンライン実験を実施した。本研究は実験実施前に AsPredicted にて事前登録を行った (#240118)。参加者の条件として、アメリカ在住であること、母語が英語であること、そして中国語を流暢に使用できることを設定し、合計 148 名が参加した。すべての参加者は事前に同意し、実験終了後に 0.6 ドルの報酬を受け取った。アンケートは Google フォームを使用して作成された。148 名の参加者をランダムで二つの条件に分け、96 名が母語条件（英語）、52 名が外国語条件（中国語）に割り当てられた。外国語条件における性別の割合は男性 56.3%、女性 41.7%であり、母語（EN）における性別の割合は男性 54.8%、女性 44.1%であった。

実験では、Charness and Rabin (2002) に基づく 6 つの意思決定課題を用いた。この課題では、参加者は「プレイヤーX」と「プレイヤーY」の 2 人一組のペアとなっている。参加者はプレイヤーX として、提示される 2 つの選択肢のうちいずれかを選択するという意思決定を行う。表 1 に示したように、選択肢によって両者の利得が異なる。これらの選択の組み合わせから、参加者の潜在的な社会的選好タイプを推定することができる。なお、各選択自体が特定の選好を直接示すわけではなく、6 つの課題全体の選択パターンに基づいて理論上の選好タイプが対応付けられる。選択の意味づけおよび対応関係は Martinsson et al. (2011) に従って符号化した。

各参加者の 6 つの選択結果に基づき、その選択パターンが Martinsson et al. (2011) で提示された標準的な分類にどの程度一致するかを判定し、「公平（difference-aversion）」「自己利益（self-interest）」「社会厚生（social-welfare）」「競争（competitive）」のいずれかに分類し

表 1 実験デザイン

	Payoff		Prediction				Percentage choosing right	
	Left	Right	Self-interest	Social-welfare	Difference-aversion	Competitive	Foreign language (CN)	Native Language (EN)
Game 1	(4, 4)	(4, 7.5)	Left, Right	Right	Left	Left	37.5%	62.4%
Game 2	(4, 4)	(3.7, 7.5)	Left	Left, Right	Left	Left	25.0%	25.8%
Game 3	(0, 0)	(2, 8)	Right	Right	Left, Right	Left, Right	85.4%	94.6%
Game 4	(5, 7)	(6, 3)	Right	Left, Right	Left, Right	Right	68.8%	66.7%
Game 5	(7, 2)	(6, 6)	Left	Left, Right	Left, Right	Left	50.0%	62.4%
Game 6	(8, 0)	(4, 4)	Left	Left, Right	Left, Right	Left	41.7%	50.5%

た。最終的に割り当てられた選好タイプは、本研究における主要な従属変数として用いた。

3. 仮説

先行研究に基づき、外国語を使用すると感情的反応が抑制され、合理性に基づく判断が強まると考えられる。したがって、外国語条件の参加者は母語条件に比べて、公平志向の割合が低下し、利己的または社会厚生を重視する傾向が高まると予想される。一方で、競争的な選好タイプについては、母語条件と外国語条件の間で大きな差は生じないと考えられる。

4. 結果

実験の結果、参加に同意しない 1 人と母語が英語ではない 6 人を除外して、有効回答者 141 名を分析対象とした。そのうち、外国語条件 (CN) は 48 名、母語条件 (EN) は 93 名である。すべての分析とグラフは RStudio を使用して作成されている。参加者を 4 つの社会的選好モデルに分類した結果は図 1 の通りである。

社会厚生タイプは両群間で最も大きな差が見られたタイプである。母語条件では 62.4% が社会厚生タイプに分類されたのに対し、外国語条件ではわずか 25.0% にとどまった。この差は統計的に有意であった (χ^2 検定, $p < 0.001$)。この結果は、母語条件の参加者が社会全体の厚生を最大化しようとする意識をより強く持っていることを示唆している。

競争タイプは 2 番目大きな差が見られたタイプである。外国語条件では 29.2% が「競争」タイプに分類され、母語条件の 12.9% を大きく上回る。この差は統計的に有意であった (χ^2 検定, $p < 0.05$)。この結果は、外国語条件の参加者が相手を上回ることを目的とした意思決定をより選好する傾向を示している。

平等タイプは両グループの割合は比較的近く、母語条件が 36.56%、外国語条件が 31.25% と、外国語条件の方がわずかに高い結果となった。この差は統計的に有意ではなかった (χ^2 検定, $p > 0.05$)。

利己タイプは両グループの差は比較的小さかった。外国語条件は 37.5% であり、母語条

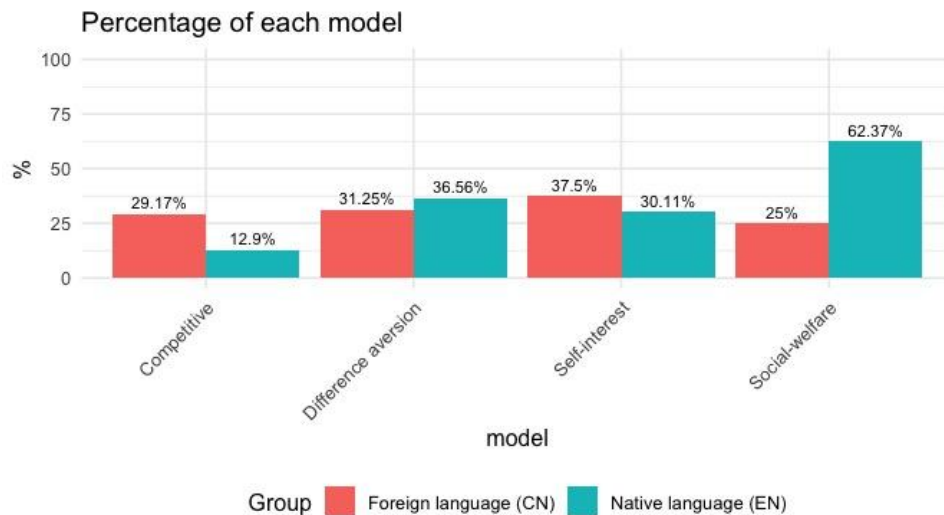


図1 各分類の割合

件の30.11%をやや上回るにとどまった。この差は統計的に有意では無かった (χ^2 検定, $p > 0.05$)。

次に、性別、年齢といった個人属性を統制した上、外国語効果が選好タイプに与える影響を探求するため、各4つの選好タイプダミーを従属変数として、ロジスティック回帰分析を行った(表2)。母語条件と比べて、外国語条件であれば、競争タイプである確率が有意に高く、社会厚生タイプである確率は有意に低い。また、外国語条件の方が利己的タイプの確率は高いが有意ではなく、平等タイプの確率が低いが有意ではない。個人属性について見ると、女性と比べて男性であれば、競争タイプや利己的タイプの確率が有意に高く、平等タイプの確率が有意に低い。年齢については有意な関係は見られなかった。

5. 結論

本研究では、母語条件の参加者と比べて、外国語条件の参加者は、競争タイプの選好が有意に高く、社会厚生タイプの選好が低いことが示された。まず社会厚生タイプに対して、外国語条件の人は母語条件より人数が多いと仮説を立てたが、逆の結果が得られた。また、競争タイプは有意差がないと仮説を立てたが、外国語条件の方が有意に多いという結果が得られた。この差異は、外語環境下での認知的負荷による可能性がある。他言語を使用して意思決定を行う場合、認知資源が消費され、複雑な感情や協力に基づく考慮が減少することが知られている。その結果、外国語環境では競争的な判断が促される一方、母語環境では社会厚生傾向が相対的に高まることが考えられる。また、母語使用は文化的規範や社会的暗示を強く活性化させる可能性があり、意思決定戦略の違いにも影響していると考えられる。

性別の影響として、男性は利己モデルを選択する傾向が高く、平等モデルを選択する傾向

表 2 回帰分析の結果

	Competitive	Social-welfare	Self-interest	Difference-aversion
Foreign language (CN)	1.062 * (0.459)	-1.743 *** (0.417)	0.353 (0.398)	-0.199 (0.401)
Female	-0.980 * (0.463)	-0.591 (0.379)	-1.260 ** (0.386)	1.291 ** (0.403)
Prefer not say	-15.782 (1655.066)	15.659 (905.485)	-15.628 (1026.730)	-14.022 (1229.106)
Age	-0.016 (0.029)	-0.02 (0.023)	-0.024 (0.024)	0.039+ (0.023)
Constant	-0.938 (0.986)	1.457+ (0.819)	0.53 (0.825)	-2.519 ** (0.839)
Observations	141	141	141	141

注：丸括弧内の数字は標準誤差を表す。+は $p < 0.1$ ，*は $p < 0.05$ ，**は $p < 0.01$ ，***は $p < 0.001$ を表す。

が低いことが明らかとなった。この結果は、男性が一般的に競争性や利己的行動を取りやすいことを示す先行研究（Eckel and Grossman, 1998）と一致している。一方、女性は平等性や協力傾向が比較的強く表れることが確認された。

本研究にはいくつかの限界がある。まず、サンプルサイズが小さいため、統計的検出力が制約される可能性がある。また、対象言語は英語と中国語の2条件のみであり、他の外語や多言語環境における効果は検証されていない。さらに、実験課題は抽象的な意思決定場面であり、現実の社会行動への外的妥当性には制限がある。

今後の研究では、サンプルや言語条件を拡大し、他の外語や多文化背景の参加者を含めることで、外語使用による社会的選好への影響の普遍性を検証することが期待される。また、文化的要因と外語使用の交互作用や、より現実的な課題を用いた実験デザインを導入することにより、外国語効果をより詳細に理解できると考えられる。さらに、認知的負荷や感情反応など心理的指標を組み合わせることで、外語使用が意思決定に与えるメカニズムの解明が進むと期待される。

引用文献

- Charness, G., and Rabin, M. 2002. Understanding social preferences with simple tests. *Quarterly Journal of Economics*, 117(3), 817-869.
- Costa, A., Fraga, S., and Fernández, A. 2014. The influence of language on decision making. *Frontiers in Psychology*, 5, 1051.
- Eckel, C. C., and Grossman, P. J. 1998. Are women less selfish than men?: Evidence from dictator experiments. *The Economic Journal*, 108(448), 726-735.

- Keysar, B., Hayakawa, S. L., and An, S. G. 2012. The foreign-language effect: Thinking in a foreign tongue reduces decision biases. *Psychological Science*, 23(6), 661-668.
- Li, K. K. 2017. How does language affect decision-making in social interactions and decision biases? *Journal of Economic Psychology*, 61, 15–28.
- Martinsson, P., Nordblom, K., Rützler, D., and Sutter, M. 2011. Social preferences during childhood and the role of gender and age—An experiment in Austria and Sweden. *Economics Letters*, 110(3), 248-251.
- トランプ氏,英語を“公用語”に 大統領令署名. 日本経済新聞. 2024-03-02, 日本経済新聞, <https://www.nikkei.com/article/DGKKZO87059280R00C25A3NNE000/>, 最終アクセス：2025年9月12日.