

第 53 回インナーゼミナール大会

研究計画書

ゼミ名	宮川ゼミ	チーム名	#友達募集中
タイトル	隠すの？隠さないの？どっちなんだい？！		
テーマ群	a)理論・情報		
メンバー	黒岡華子 桑野好日 仲美奏 長岡心大 松本寛生		
研究計画内容	<p>研究の背景</p> <p>人間関係において隠し事が占める重要度はとても大きい。嘘偽りなく全てを打ち明ける方が美德とされているが、果たして本当にそれが最良の選択なのだろうか？自身の過去の過ちや恥ずべき事等のマイナスなことはもちろん、本人が言いたくないことまでを明かす必要は必ずしもないと私たちは考えた。そこで私たちは、友人や恋人へ、自分自身のどんな情報をどれだけ明かせば、より幸福度を上げることができるのか研究したい。加えて、一般的に人々は、友人や恋人のどんな情報をどのくらい知りたいと思うのかも調べたい。さらにそこから派生して、「隠す」ということが財・サービスを購入する場合にも影響を及ぼすのではないかと考えた。一部の情報が隠されている財・サービスは、そうではない財・サービスと比べて、消費者の購買意欲にどのような差が生まれるのかを研究したい。</p> <p>研究の内容</p> <p>大学生を対象にアンケート調査を実施する。人間関係における隠し事と幸福度の関係については、まず、大竹文雄他『日本の幸福度』を参考に幸福度を聞く質問を作成した。隠し事の度合いについては、独自に質問を作成し、様々な項目について 5 段階で自身の情報の隠し度合いおよび、他人の情報の知りたい度合いを聞く質問を作成した。そして、幸福度の値を被説明変数、隠し度合いおよび知りたい度合いの値を説明変数とし、それぞれ回帰分析を行って、両者の関係を調べる。</p> <p>財・サービスにおいては、隠し要素があるものとそうでないものについて、どのくらいの額を支払うかという支払意思額、あなたはどれくらいこの商品を消費したいと思うかという購買意欲についての質問を作成した。これらの質問をランダム化比較試験で無作為に選ばれた 2 グループ（隠し要素があるグループとそうでないグループ）に分け、それぞれ答えてもらう。どちらが消費者に対して効果があるのかを分析するために、両者の支払意思額や購買意欲の平均を比較して考察する。</p> <p>期待される効果</p> <p>この研究結果により、人間関係において自分が何を打ち明けるべきで隠すべきなのかが分かるため、人と関わっていく大学生活をよりよいものにすることができる。また、販売戦略においても、消費者にとってより良い販売手法が分かるので将来的に自分がモノを売る側に回った際に効果的な戦略を立てることができる。最終的には「隠す」という行為で社会問題を解決できるような提案をしたい。</p> <p>「参考文献」</p> <p>大竹文雄・白石小百合・筒井義郎『日本の幸福度 格差・労働・家族』日本評論社、2010</p> <p>Michael L. Slepian and Edythe Moulton-Tetlock "Confiding Secrets and Well-Being" social Psychological and personality science 10(4) pp473-484</p>		