

お金に関連する行動の違いは他者に異なる印象をもたらすか？
—同性を想定した場合と異性を想定した場合の比較—

渡辺 伸子

東北公益文科大学総合研究論集第36号 抜刷

2019年7月30日発行

研究論文

お金に関連する行動の違いは他者に異なる印象をもたらすか？ —同性を想定した場合と異性を想定した場合の比較—

渡辺 伸子

Do differences in monetary behaviors give different impressions on others?
Comparison depending on the gender of the stimulus person

Nobuko WATANABE

summary

Differences in the impression on others depending on the monetary behaviors were examined through a questionnaire. Four types of stimulus sentences were developed based on the four types of monetary behaviors suggested by Watanabe (2018). Participants were requested to rate the impression of an imaginary stimulus person. University students ($N=117$, 46 men and 71 women) participated in Study 1, and undergraduate and graduate students ($N=178$, 88 men and 90 women) participated in Study 2. In Study 1, the gender of the stimulus person was presented as identical to the rater, whereas, in Study 2, the gender of the stimulus person was presented as different from the rater. The results of the analysis indicated that the rating of impressions was different depending on the stimulus person. A person having moderate attitudes toward money transactions with others were rated as preferable and honest. These results indicated the usefulness of monetary behaviors as information for forming impressions.

Keywords: Monetary behaviors, impression formation, money beliefs, university students

キーワード：お金に関連する行動，印象形成，お金に対する信念，大学生

問題

「お金に対する態度」(money attitudes; Yamauchi & Templer, 1982)とは、お金に対する認知，行動，感情の個人差と概括されている(渡辺・佐藤, 2010)。お金に対する態度は、職業満足感との関連(Tang & Gilbert, 1995)や購買行動との関連(Robert & Jones, 2000)など、個人の経済活動との関連が検討されている。お金に対する態度の中でも、特に認知に焦点を当てたものは「お金に対する信念」と呼ばれ、尺度化が行われている。大学生用お金に対する信念尺度(渡辺, 2014a)は、「ネガティブな影響源」, 「ポジティブな影響源」, 「労働の対価」, 「獲得困難性」, 「重要性」の5下位尺度から構成されており、職業意識との関連が検討されている(渡辺, 2017)。

お金は社会的資源であり、人はお金を払うことによって、モノやサービスを得、社会生活を有利に進めることが可能となる。逆に、お金を持っていない場合は身近な他者に頼るほかない。そのため、お金と対人関係の関わりに着目した研究が行われてきた。たとえば、Wang & Krumhuber (2017)は、お金に対する態度を測定する尺度と物象化(objectification)の関連を検討している。物象化とは、他者をモノのように見なしたり、扱ったりする傾向である(Nussbaum, 1999; 尺度はGruenfeld, Inesi, Magree, & Galinsky, 2008)。Wang & Krumhuber (2017)では、物象化傾向とお金に対する態度のいくつかの下位尺度が正の関連を示していた。具体的には、強迫的にお金について考え行動する傾向や、お金を権力の象徴と見なす傾向、お金を達成の象徴と見なす傾向、そしてお金に関する不安を感じる傾向が物象化傾向と正の関連を示していた。つまり、これらの傾向が高いほど、他者をモノのように見なす傾向があった。このように、お金に対して強迫的であることとお金を権力や達成などの社会的指標と見なす傾向は、他者をモノのように見なすことと関連が深い。

Vohs, Mead, & Goode (2008)は、お金を用いたプライミング実験を行っている。お金の画像を見た実験参加者は、お金以外の画像を見た実験参加者と比べ、目の前で困っているサクラを助けられない傾向を示した。また、お金の画像を見た実験参加者は、お金以外の画像を見た実験参加者と比べ、実験参加謝礼か

ら出す寄付金の割合が少なかった。同様に、お金の画像を見た実験参加者は、お金以外の画像を見た実験参加者と比べ、読書などの一人で行う余暇活動を選ぶ傾向にあった。類似の観点からの研究として、「お金」をプライミングした群と「時間」をプライミングした群を比較したReutner & Greifeneder (2018)では、お金をプライミングされた人々は、文脈や隠れたメッセージを汲み取ることが難しくなることが示されている。これらの実験から、お金という刺激に接することによって、対人行動が抑制される現象が確認された。

渡辺 (2014b) は、お金に対する信念と震災への募金行動の経験の関連を検討している。募金行動の有無を判別する際に、「ネガティブな影響源」および「ポジティブな影響源」が他の下位尺度と比較してやや強い効果を持っていることが報告されている。募金行動は援助行動の一種であり、お金に対する信念の中でも「ネガティブな影響源」や「ポジティブな影響源」は向社会的行動を促進したり抑制したりする効果があるものと考えられる。

また、竹尾ら (2009) は、お金を親や友人と関係を結ぶ道具と捉え、小中高校生を対象とした調査を行っている。その結果、発達に伴い、お金を手に入れる方法が親に依存しなくなっていくことが見出された。加えて、発達に伴い、友人関係を尊重する形で、親の価値観から逸脱した購買行動についても子どもが許容し、実行していることが明らかになった。

このように、対人関係においてお金に対する態度やお金に関連する思考の影響が示されているにも関わらず、お金の使用が他者にどのような印象を与えるのかについての研究は筆者の知るところでは行われていない。しかし、個人がお金に対してどのように振る舞うかを他者が観察する場面は様々に想定できる。例えば、外食における支払いでは、おごりや割り勘などの行動が想定可能であるし、給料などのお金についての会話なども他者によって観察可能な行動である。お金は社会的資源の源泉であるため、その扱い方はある人物についての重要な情報であると考えられる。よって、本研究では、お金に関連する行動が異なることによって、他者に与える印象が異なるかどうかを検討する。

ところで、他者に与える印象を検討した研究には様々なものがあるが、印象を与える側の要因として、外形的な要因を扱った研究が複数ある。例えば、廣兼・吉田 (1984) は顔・声・体型・服装などの手がかりについて、磯・木村・

桜木・大坊（2004）は視線行動について、塚脇・新入・平川・深田・樋口（2010）はメガネの着用について、伊藤（2014）は接客場面における定員の言い間違いについて扱っているが、いずれも印象の受け手が明確に認識することが可能な外形的な特徴や行動について扱っているという共通点がある。本研究はこれらの研究に共通する、印象の受け手が具体的に認識することが可能な情報としてお金に関連する行動の情報を用いる。

一方で、印象には受け手の要因も関連する。他者を認知する際に、自己の長所や短所の情報が用いられること（北岡，1998）や、自己スキーマのあり方が影響を与えていること（池上・大塚，1997）が示されているように、印象の受け手の要因は無視することができない。本研究では、お金に関連する行動の情報を用いることから、受け手のお金に対する信念の影響についても分析する。

さらに、本研究では相手との関係や相手に期待する役割にも注目する。私的な対人関係であっても、関係が深まることにより、友人、恋人、結婚相手といったように関係が進展していく。また、複数人で対人関係を持った場合には、旅行や飲食の際に幹事の役割が必要になることもある。そのため、本研究では、相手との関係や相手に期待する役割にお金に関連する行動が影響を与えるか検討する。本研究では印象評定を行うが、印象評定に加えて相手との関係についても検討することで、お金に関連する行動の情報の用いられ方を多角的に検証することが可能となる。加えて、相手に期待する役割についても、印象評定の結果の解釈に活用することが可能である。

本研究では、お金に関連する行動が異なることによって、他者に与える印象が異なるか、質問紙実験により、架空の人物への印象評定を求めることによって検討する。印象評定に用いる刺激は、渡辺（2018）で得られた大学生の類型に基づいて作成する。渡辺（2018）は、大学生を対象にお金に関連する行動について調査を行い、10の行動を用いたクラスター分析から大学生を次の4類型に分類した。第1は「やりとり活発群」で、他者との金銭のやりとりが活発であることが特徴であった。第2は「やりとり抑制群」で、他者との金銭のやりとりが抑制的であることが特徴であった。第3は「全般的抑制群」で、全般的にお金に関連する行動が少ないことが特徴であった。第4は「接近・不節制群」で、お金の接近的でありながら、お金をコントロールできていないことが特徴

であった。4類型の中では「接近・不節制群」が最も多く、大学生において多く見られる行動様式であると考察されている。本研究では上記の4類型に基づき印象評定に用いる刺激を作成する。実際の大学生の行動様式に近い刺激文を提示することで回答者が文章から人物をイメージしやすく回答が容易になることが期待される他、結果の解釈をより実際の対人関係場面に応用しやすいという利点がある。なお、刺激人物への評定により対人認知を検討する方法は福田・廣岡（2006）でも行われている。

調査1 対人場面で用いられるお金に関する行動が同性からの印象評定に与える影響の検討

目的

渡辺（2018）で示された4つの典型的な人物に関する刺激文を作成し、印象評定を求めることで、対人場面でのお金に関連する行動の情動的有用性を確認することを目的とする。なお、調査1では、人物の性別は調査協力者と同性とした。

方法

調査時期 2010年12月に調査を実施した。

調査対象 関東地方の国立大学に所属する学生117名が調査に協力した。男性が46名、女性が71名であった。年齢の平均は18.97歳（ $SD=0.61$ ）であった。

調査内容 (a)刺激文およびSD法の印象評定項目：各刺激人物として提示した内容をTable 1に示した。刺激文中では、渡辺（2018）で抽出された4群について、「やりとり活発群」をもとにした人物を人物A、「やりとり抑制群」をもとにした人物を人物B、「全般的抑制群」をもとにした人物を人物C、「接近・不節制群」をもとにした人物を人物Dと命名した。各刺激人物に関する文章を読んだ後、13項目のSD法による印象評定に回答を求めた。SD法による印象評定の項目は、井上・小林（1985）から、対人印象評定の項目として適切と考えられた「明るい—暗い」「暖かい—冷たい」「好きな—嫌いな」「良い—悪い」「親切な—不親切な」「まじめな—ふまじめな」「きちんとした—だらしない」「責任感のある—無責任な」「理性的な—感情的な」「思いやりのある—わがままな」「慎重な—軽率な」「感じのよい—感じのわるい」「親しみやすい

「親しみにくい」の13項目を選定し使用した。7件法で実施した。4人の刺激人物の提示順は、複数用意し、カウンターバランスをとった。(b)役割選択に関する項目：「幹事にするならばA～Dのどの人物がよいか」（以下、「幹事」と「これからもっと友人づきあいをしていくならばA～Dのどの人物がよいか」（以下、「友人）」を尋ねた。各設問について1人、選択を求めた。(c)お金に対する信念：大学生用お金に対する信念尺度（渡辺，2014a）を用いた。「ネガティブな影響源」，「ポジティブな影響源」，「労働の対価」，「獲得困難性」，「重要性」の5下位尺度，全30項目について，5件法で回答を求めた。(d)デモグラフィックな変数：年齢，性別等を尋ねた。

調査方法 授業時間内に実施した。

倫理的配慮 調査は，筆者の当時の所属機関に設置された研究倫理委員会の承認を受けて実施された。

Table 1 渡辺（2018）の4類型を元に作成し使用した刺激文

【共通部分】Xはあなたと同性の，大学で出会った友人です。いまは知り合って1カ月が経ったところです。Xと知り合って1カ月のうちに，あなたはXが次のような人物であることに気づきました。（注：X部分が実際にはA～Dに置き換えられていた。）

Aはアルバイトに熱心です。Aは，よく人からお金を借りたり，人にお金を貸したりしています。また，衝動買いをすることがあります。みんなで食事をするもありますが，その場合は割り勘にするのが好きなようです。一緒に出かけた時に，何度か，道で募金箱を持った人を見かけましたが，よく募金をしていました。

Bは，人からお金を借りたり，人にお金を貸したりはしません。また，衝動買いをしたりすることがなく，計画的にお金を使っているようです。さらに，みんなで食事に行ったときなどに，たとえBは値段の高いお店に行きたかったとしても，持ち合わせの少ない人に合わせて店を決めても文句を言いません。

Cは，アルバイトをしていませんし，アルバイトを探してもいないようです。Cは，人からお金を借りるようなことはありません。みんなで食事に行くこともありますが，Cは割り勘にするのはあまり好きではないようです。また，どの店に食事に行くか決めるときも，Cは持ち合わせの少ない人に合わせずに，値段の高い店に行きたいと言うこともあります。あるとき，一緒に歩いているときに，道端に小銭が落ちていましたが，Cは見向きもしませんでした。Cの口から，お金に関する話題が出たことはありません。

Dは、事前に考えずに、無計画にお金を使ってしまうことがあるようです。みんなで食事に行くこともあります。どの店に食事に行くか決めるときも、Dは持ち合わせの少ない人に合わせずに、値段の高い店に行きたいと言うこともあります。あるとき、一緒に歩いているときに、道端に落ちていた小銭を拾って、自分の財布に入れていました。また、一緒に歩いているときに何度か、募金箱を持った人を見かけましたが、Dは募金したことがありません。Dはよく、人に対してバイト代や貯金の額を尋ねるなど、お金の話をしています。

結果

印象評定の得点化 最初に、各人物への印象を得点化するため、各刺激文のSD法の印象評定項目について因子分析（主因子法、プロマックス回転）を行い、ほぼ共通の2因子構造が得られたため、2因子解を採用した。刺激文によって負荷を示す因子が定まらなかった「まじめな—ふまじめな」の1項目を削除し、再度各刺激文について因子分析を行い、2因子解を採用した。第1因子には「感じのよい—感じのわるい」「親しみやすい—親しみにくい」「良い—悪い」「好きな—嫌いな」「親切な—不親切な」「暖かい—冷たい」「明るい—暗い」の7項目が高い負荷を示していた。項目の内容から、第1因子は「好ましさ」因子と命名した。第2因子には、「きちんとした—だらしない」「慎重な—軽率な」「責任感のある—無責任な」「まじめな—ふまじめな」「理性的な—感情的な」の5項目が高い負荷を示していた。そのため、第2因子は、「誠実さ」因子と命名した。それぞれ、高得点であるほど、好ましさや誠実さが高くなるように得点化した。分析には、合計得点を項目数で除した値を用いた。各刺激人物への「好ましさ」の α 係数は.82～.90、「誠実さ」の α 係数は.78～.88であり、信頼性は十分であった。

同性の刺激人物が印象に与える影響 4種類の刺激人物が、「好ましさ」と「誠実さ」の評定に与える影響について検討するため、1要因4水準の被験者内計画の分散分析を行った。なお、回答の際、男性の回答者には「男性」を、女性の回答者には「女性」を想像するように教示したため、回答者の性別ごとに分析を行った。

分散分析の結果をTable 2に示した。男性回答者の評定はいずれも有意であったため（好ましさ： $F(2.57, 113.06)=51.45, p<.01$ ；誠実さ： $F(3, 135)=110.28,$

$p < .01$), 多重比較 (Bonferroni法) を行った。その結果, 「好ましさ」はAとBが同等に高く, 次にC, 最後にDであった。一方, 「誠実さ」では, B, A, C, Dの順になっていた。同様に, 女性回答者についても分析を行ったところ, いずれも男性回答者と同様の結果が得られた (好ましさ: $F(2.62, 183.35)=103.09$, $p < .01$; 誠実さ: $F(2.69, 188.11)=199.87$, $p < .01$; 多重比較の結果は男性と同様)。

Table 2 各人物の印象得点の分散分析の結果 (同性)

		刺激人物				F値	多重比較
		A	B	C	D	(<i>df</i>)	(Bonferroni法)
《男性回答者》							
好ましさ	<i>M</i>	5.32	4.92	3.84	3.45	51.45**	A,B>C>D
	(<i>N</i> =45)					(2.57,113.06)	
誠実さ	<i>M</i>	4.00	5.91	3.87	2.96	110.28**	B>A>C>D
	(<i>N</i> =46)					(3.135)	
《女性回答者》							
好ましさ	<i>M</i>	4.96	4.85	3.66	3.34	103.09**	A,B>C>D
	(<i>N</i> =71)					(2.62,183.35)	
誠実さ	<i>M</i>	3.97	5.92	3.73	2.73	199.87**	B>A>C>D
	(<i>N</i> =71)					(2.69,188.11)	

注) ** $p < .01$ 。

役割選択に関する分析 各刺激人物が, 「幹事」に選ばれた割合と, 「友人」に選ばれた割合を算出し, Table 3に示した。回答者の性別ごとに分析を行った。「幹事」選択の結果に対して χ^2 検定を行ったところ, 4群の選択率に差が見られた (男性回答者: $\chi^2(3)=36.55$, $p < .01$; 女性回答者: $\chi^2(3)=139.47$, $p < .01$)。残差分析の結果, 両性とも, B > A > C, D順で選択率が有意に高かった。「友人」選択においても4群の選択率に差が見られた (男性回答者: $\chi^2(3)=31.71$, $p < .01$; 女性回答者: $\chi^2(3)=54.85$, $p < .01$)。残差分析の結果, 両性とも, A, B > C, Dの順で選択率が有意に高かった。

お金に対する信念と印象評定の関連 評定者のお金に対する信念と, 「好ましさ」および「誠実さ」の評定しやすさに関連があるか検討を行った。分析のため, 4人分の「好ましさ」および「誠実さ」をそれぞれ合算し, 「好ましさの感じやすさ」と「誠実さの感じやすさ」の指標とした。相関分析の結果, 男性評定者において, 「誠実さの感じやすさ」得点が, 「ネガティブな影響源」, 「ポジティブな影響源」, 「労働の対価」と有意な正の相関を示した ($r=.30 \sim .43$,

$p < .05$)。女性評定者では、「好ましさの感じやすさ」が「ネガティブな影響源」と有意な負の相関を示した ($r = -.26, p < .05$)。

Table 3 各人物の役割選択の度数と χ^2 分析の結果 (同性)

刺激人物	A	B	C	D	合計	χ^2 値	多重比較
《男性回答者》							
幹事	12 (26.09)	27 (58.70)	2 (4.35)	5 (10.87)	46 (100.00)	36.55**	B>A,C,D
友人	23 (51.11)	18 (40.00)	3 (6.67)	1 (2.22)	45 (100.00)	31.71**	A,B>C,D
《女性回答者》							
幹事	8 (11.43)	60 (85.71)	1 (1.43)	1 (1.43)	70 (100.00)	139.47**	B>A,C,D
友人	33 (50.00)	30 (45.45)	1 (1.52)	2 (3.03)	66 (100.00)	54.85**	A,B>C,D

注) ** $p < .01$ 。カッコ内の数字は割合 (%)。

考察

4人の刺激人物に対する印象評定には差が見られ、好ましさの評定では人物Aと人物Bが、誠実さの評定では人物Bが、評定者の性別に関係なく、最も評定が高かった。これらの結果からは、お金に関連する行動の違いが同性の他者への印象を形成する際、影響を与える可能性が示されたと考えられる。人物Bは渡辺(2018)で示された「やりとり抑制群」をもとに作成された刺激人物であり、他者との金銭のやりとりが抑制的であることが特徴であった。よって、他者との金銭のやりとりが抑制的であることが、相手に好ましさと誠実さの印象を与えると考えられる。一方、人物Aも好ましさを高く評価されていた。人物Aは「やりとり活発群」をもとに作成された刺激であり、他者との金銭のやりとりが活発であることが特徴であった。よって、他者との金銭のやりとりが活発であることも、相手に好ましさの印象を与えると考えられる。

4人の刺激人物から1人を「幹事」と「友人」として選択させた場合、異なる傾向が見られた。「幹事」はお金に関係する役割であり、「友人」はお金に特には関係しない役割であると考えられるが、「幹事」では人物AとBの差が有意であったのに対し、「友人」では人物AとBの間に有意な差が見られなかった。このことから、お金に関する行動についての情報は、同性を対象とした場

合、相手に期待する役割や対人印象に影響を与える情報であると考えられる。

お金に対する信念と好ましさおよび誠実さの感じやすさの関連では、男性評定者においては、誠実さの感じやすさがお金に対する信念の「ネガティブな影響源」、「ポジティブな影響源」、「労働の対価」と正の関連を示していた。よって、お金は人に悪い影響および良い影響を及ぼすもので、労働の結果手に入るものだと考えているほど、お金に対する行動の情報で同性の他者を誠実であると判断しやすいことが示唆された。

女性評定者では、好ましさの感じやすさが「ネガティブな影響源」と負の関連を示しており、お金を悪いと考えているほど、お金に対する行動の情報によって同性他者を好ましいと判断しにくいことが明らかになった。

調査2 対人場面で用いられるお金に関する行動が異性からの印象評定に与える影響の検討

目的

刺激文の人物が異性の場合にも、調査1と同様の結果が得られるか検討することを目的とする。

方法

調査時期 2014年6月に実施した。

調査対象 関東地方の国立大学2校および東海地方の私立大学1校の大学生および大学院生合計178名が調査に協力した。男性88名、女性90名であった。年齢の平均は19.92歳 ($SD=1.23$) であった。

調査内容 (a)刺激文およびSD法の印象評定項目：各刺激人物の性別を「異性」と教示した文章を用いた他は、全て調査1と同様であった。(b)役割選択に関する項目：調査1と同様に、「幹事」と「友人」について選択を求めた。加えて、刺激人物を異性としたことから、新たに「今後、恋人にしたいと一番強く思う人物」（以下、「恋人」と「将来、結婚相手にしたいと一番強く思う人物」（以下、「結婚相手」）も尋ねた。各設問について1人、選択を求めた。(c)お金に対する信念：調査1と同様の尺度（渡辺，2014）を用いた。(d)デモグラフィックな変数：年齢、性別等を尋ねた。

調査方法 授業時間中に配布し、回収した。

倫理的配慮 調査は、筆者の当時の所属機関に設置された研究倫理委員会の承認を受けて実施された。

結果

異性の刺激人物が印象に与える影響 4種類の刺激人物が、「好ましさ」と「誠実さ」の評定に与える影響について検討するため、1要因4水準の被験者内計画の分散分析を行った。なお、回答の際、男性の回答者には「女性」を、女性の回答者には「男性」を想像するように教示したため、それぞれ別に分析を行った。得点化は調査1と同様とした。

分散分析の結果をTable 4に示した。男性回答者の評定はいずれも有意であったため（好ましさ： $F(3, 249)=89.20, p<.01$ ；誠実さ： $F(3, 252)=156.00, p<.01$ ），多重比較（Bonferroni法）を行った。その結果、「好ましさ」はAとBが同等に高く、次にC，最後にDとなっていた。一方、「誠実さ」では，B，A，C，Dの順になっていた。女性回答者についても男性回答者と同様の結果が得られた（好ましさ： $F(2.57, 228.73)=190.66, p<.01$ ；誠実さ： $F(3, 264)=356.83, p<.01$ ；多重比較の結果は男性と同様）。

Table 4 各人物の印象得点の分散分析の結果（異性）

		刺激人物				F値	多重比較
		A	B	C	D	(df)	(Bonferroni法)
《男性回答者》							
好ましさ	M	4.97	4.96	3.87	3.46	89.20**	A,B>C>D
	(N=84)					(3,249)	
	SD	0.74	0.83	0.74	0.68		
誠実さ	M	4.15	5.80	3.80	3.04	156.00**	B>A>C>D
	(N=85)					(3,252)	
	SD	0.94	0.82	0.82	0.86		
《女性回答者》							
好ましさ	M	5.14	5.19	3.56	3.22	190.66**	A,B>C>D
	(N=90)					(2.57,228.73)	
	SD	0.74	0.77	0.56	0.73		
誠実さ	M	4.21	6.07	3.64	2.66	356.83**	B>A>C>D
	(N=89)					(3,264)	
	SD	0.79	0.61	0.76	0.70		

注) ** $p < .01$ 。

役割選択に関する分析 役割選択について分析を行った。「幹事」，「友人」，「恋人」，「結婚相手」の4つの役割について，それぞれ1人の刺激人物を選択するよう求めた結果を男女それぞれでクロス集計表にした（Table 5）。4人の人物の選択のされ方に偏りがあるか検討するため，それぞれの役割について， χ^2

検定を行った。その結果、男性回答者、女性回答者ともに、すべての役割において有意な結果が見られた。「幹事」、「恋人」、「結婚相手」で刺激人物Bが最も多く選択されていた。「友人」においてのみ、AとBが同程度に多く選択されていた。

お金に対する信念と印象評定の関連 評定者のお金に対する信念と、「好ましき」および「誠実さ」の評定しやすさに関連があるか検討を行った。2指標は調査1と同様に算出した。相関分析の結果、男性評定者では有意な相関は見られなかった。女性評定者では、「好ましきさの感じやすさ」と「誠実さの感じやすさ」が「ネガティブな影響源」と有意な負の相関を示した（好ましきさの感じやすさ： $r=-.26, p<.05$ ；誠実さの感じやすさ： $r=-.21, p<.05$ ）。

Table 5 各人物の役割選択の度数と χ^2 分析の結果（異性）

刺激人物	A	B	C	D	合計	χ^2 値	多重比較
《男性回答者》							
幹事	17 (19.54)	61 (70.11)	4 (4.60)	5 (5.75)	87 (100.00)	99.25**	B>A>C,D
友人	36 (42.35)	35 (41.18)	8 (9.71)	6 (7.06)	85 (100.00)	38.34**	A,B>C,D
恋人	23 (27.38)	46 (54.76)	12 (14.29)	3 (3.57)	84 (100.00)	49.24**	B>A,C,D
結婚相手	14 (16.47)	58 (68.24)	9 (10.59)	4 (4.71)	85 (100.00)	87.94**	B>A,C,D
《女性回答者》							
幹事	16 (17.78)	66 (73.33)	1 (1.11)	7 (7.78)	90 (100.00)	117.20**	B>A,C,D
友人	32 (36.78)	49 (56.32)	1 (1.15)	5 (5.75)	87 (100.00)	71.67**	A,B>C,D
恋人	19 (23.46)	58 (71.60)	1 (1.23)	3 (3.70)	81 (100.00)	103.44**	B>A>C,D
結婚相手	11 (12.94)	70 (82.35)	0 (0.00)	4 (4.71)	85 (100.00)	152.04**	B>A,C,D

注) ** $p < .01$ 。カッコ内の数字は割合 (%)。

考察

4人の刺激人物に対する印象評定には差が見られ、好ましきさの評定では人物Aと人物Bが、誠実さの評定では人物Bが、評定者の性別に関係なく、最も評定が高かった。これは、同性を想定して回答を求めた調査1と同様の結果であ

った。よって、他者との金銭のやりとりが抑制的であることが、相手に好ましさと誠実さの印象を与えると考えられる。また、他者との金銭のやりとりが活発であることも、相手に好ましさの印象を与えると考えられる。お金に関連する行動の情報は、評定者の性別に関係なく、異性に対して同様の印象を与えていることが示された。

4人の刺激人物から1人を「幹事」、「友人」、「恋人」、「結婚相手」として選択させた場合、それぞれにおいて異なる傾向が見られた。「幹事」と「友人」では調査1と同様であった。一方、異性を対象としたため新たに設けた「恋人」と「結婚相手」では、男女評定者ともに、人物Bが最も多く選択され、次いでAが選択される傾向にあり、「恋人」と「結婚相手」は、「幹事」と類似した選択傾向であった。これらのことから、お金に関する行動についての情報は、異性を対象とした場合でも、有益な情報と考えられる。

お金に対する信念と、好ましさおよび誠実さの感じやすさの関連では、女性評定者において、好ましさの感じやすさおよび誠実さの感じやすさが「ネガティブな影響源」と負の関連を示しており、お金を悪いものと考えているほど、お金に対する行動の情報によって、異性の他者を好ましい、誠実であるとは判断しにくいことが明らかになった。

総合考察

本研究では、異なる行動特徴を示す刺激人物が異なる印象を獲得するかどうかについて、渡辺（2018）の4類型から作成した刺激人物を提示して検討した。刺激人物が評定者と同性的の場合と異性的の場合の2つの条件を想定し、調査を実施したところ、いずれの条件においても、刺激人物によって印象評定に差が見られた。また、異なる行動特徴を示す刺激人物に対し、その後期待する役割が異なるか検討したところ、刺激人物によって差が見られた。以下、刺激人物と印象の対応関係、役割選択、評定者の性別、評定者のお金に対する信念の影響の順に考察する。

まず、刺激人物と印象の対応関係について述べる。本研究の結果からは、4人の刺激人物は、好ましさと誠実さの点で異なる印象を評定者に与えることが明らかとなった。このことから、人物の評価におけるお金に関連する行動の情

報的有用性が示された。以下、好ましさと誠実さのそれぞれについて、最も高く評価された刺激人物の特徴を中心に考察する。

好ましさの面では、4つの刺激人物の中では、他者との金銭のやりとりが抑制的である人物Bと、他者との金銭のやりとりが活発であることが特徴である人物Aが最も好まれていた。人物Bの刺激文では、お金の貸し借りをしないことが示され、人物Aの刺激文では、割り勘を行うことが記されていた。呉(2016)は、日本ではお金のやりとりを行わない人間関係が好まれると指摘しているが、本研究において、渡辺(2018)の「やりとり抑制群」をもとに作成された人物Bと、「やりとり活発群」をもとに作成された人物Aが好ましさの点で同程度に高く評価された理由は、人物Bについては割り勘の記述が、人物Aについてはお金の貸し借りをしないという記述があり、いずれもお金のやりとりを行わない人間関係の方法として評定者に認識されたためと考えられる。また、人物Aに関しては、刺激文において募金に協力的であることが記述されており、この点から、向社会的行動の活発さが連想されて好ましさの高評定につながった可能性もある。

一方で、誠実さの面では、人物Bが最も誠実と考えられていた。好ましさの面では人物Bと人物Aが同程度であったが、誠実さでは人物Bの方が高く評価されていた。人物Bの刺激文では、お金の貸し借りをしないことが記されていたが、人物Aの刺激文では、お金の貸し借りをすることが記されていたことが理由であると推察される。お金の貸し借りをしないことが他者に誠実と思われることが示される結果であった。加えて、人物Bの刺激文では、お金のつかい方を他者に合わせる行動も記されており、この点も誠実なイメージにつながったのかもしれない。

次に、役割選択について述べる。本研究では、お金に関連する行動の情報の用いられ方を多角的に検討するため、相手に期待する役割への回答も求めた。分析の結果、刺激人物によって任せたい役割が異なることが明らかになった。「幹事」役割は、同性条件でも異性条件でも、人物Bが最も多く選択されていた。「友人」役割は、同性条件でも異性条件でも、人物AとBが最も多く選択されていた。異性条件のみで設けた「恋人」と「結婚相手」項目は、人物Bが最も多く選択されていた。人物Bは誠実さが最も高い特徴を持っていたことを

勘案すると、誠実さの高い人物は「幹事」のような金銭管理を担う役割だけでなく、「友人」、「恋人」、「結婚相手」のような親密な相手としても選ばれやすいことが示された。金銭的な行動から判定された誠実さが、人格全体の判断に波及した可能性があり、お金に関連する行動が対人関係において注意を払うべき重要な行動であることが伺える結果であった。

評定者の性別の影響について述べる。本研究では、評定者と刺激人物が同性である条件（調査1）と異性である条件（調査2）を設定した。その結果、刺激人物が同性であるか異性であるかに関係なく、好ましさの高いお金に関連する行動および誠実さの高いお金に関連する行動は同じであった。よって、自分や相手の性別に関係なく、好まれやすいお金に関連する行動や、誠実と思われやすいお金に関連する行動があると考えることが可能である。

最後に、評定者のお金に対する信念の影響について述べる。4人の刺激人物に対する「好ましさ」および「誠実さ」をそれぞれ合算し、「好ましさの感じやすさ」と「誠実さの感じやすさ」の指標として分析したところ、一部で関連が見られた。刺激人物として同性を想定させた条件において、男性評定者は、お金は人に悪い影響および良い影響を及ぼすもので、労働の結果手に入るものだと考えているほど、お金に対する行動の情報で同性の他者を誠実であると判断しやすかった。しかし、刺激人物として異性を想定させた条件では、男性評定者においてお金に対する信念と好ましさおよび誠実さの感じやすさは関連を示さなかった。男性評定者においては、関連は刺激人物が同性の条件だけで見られ、誠実さの認知を強める効果が見られた。

一方で、刺激人物として同性を想定させた条件において、女性評定者は、お金を悪いと考えているほど、お金に対する行動の情報によって同性他者を好ましいと判断しにくくなっていた。女性評定者では、刺激人物として異性を想定させた条件でも関連が見られ、女性評定者は、お金を悪いものと考えているほど、お金に対する行動の情報によって異性の他者を好ましい、誠実であると判断しにくくなっていた。女性評定者においては、いずれの条件でも関連が見られ、いずれの条件でも好ましさや誠実さを抑制する方向の効果であった。

これらを総合すると、男性は同性である男性を評価する場合に、自身の持つお金に対する信念の影響を受ける一方で、女性は男性を評価する場合でも女性

を評価する場合でも、自身の持つお金に対する信念の影響を受けると考えられる。また、影響の方向性については、男性は促進的、すなわち誠実さをより感じやすくなるお金に対する信念があったが、女性は抑制的、すなわち好ましさや誠実さを感じにくくするお金に対する信念があった。特に、お金に対する信念の「ネガティブな影響源」は、男性では同性の人物の誠実さを高める役割を果たす一方で、女性では同性への好ましさや異性への誠実さと好ましさを抑制する役割を果たしており、真逆の影響力を示していた。「ネガティブな影響源」が表しているお金が人に悪い影響を与えるという考え方は、女性においては、目の前の人物はお金によって良くない気持ちを持ち、嘘をついてこのような行動をとっているのではないかと推測する基盤となっているのかもしれない。男性で示された誠実さへの促進的な影響は解釈がやや難しいが、お金は人に悪い影響を与えるという考えを強く持つ場合、目の前の同性の人物はお金の効果を受けないほど誠実な人物だと感じるのかもしれない。

本研究では、大学生を対象として調査を行った。発達段階において青年期の後に続く成人期では、結婚生活の開始と維持が大きな課題となる。夫婦関係の研究において、神谷（2016）はお金に関する意識が夫婦関係に与える影響についての研究が必要であると指摘している。青年期の対人関係において、対人関係上での適切なお金の扱い方を学ぶことで、成人期の結婚生活におけるスキルが形成される可能性がある。

本論文の限界を2点挙げる。第一は、対人領域での印象評定において、個別の行動の印象の差を扱わなかったことである。本論文では、典型例として、クラスター分析の結果を利用したため、個別の行動に評定を求めることはしなかった。しかしながら、本論文で刺激文として整理した行動の中で、特に影響力の強い行動が含まれていた可能性もある。そのため、今後は個別の行動に印象評定を求める方法を用いて、個別の行動の影響力を比較検討することも必要であろう。第二として、対人領域において、実際関係を扱わなかったことが挙げられる。本論文では、質問紙実験の形式を用いたため、実際の対人関係で類似の結果が得られるか検討する必要がある。今後は、より実際に即した対人関係を扱い、対人関係にお金の果たしている機能を明らかにしていくことが必要である。

付記

本論文は、筆者が2010年度に筑波大学大学院人間総合科学研究科に提出した修士論文の一部および、日本パーソナリティ心理学会第21回大会で発表した内容を併せ、加筆・修正したものである。なお、日本パーソナリティ心理学会第21回大会での発表は、優秀大会発表を受賞した。

謝辞

本論文の作成にあたり、筑波大学人間系の佐藤有耕教授よりご助言を賜りました。厚く御礼申し上げます。

引用文献

- 福田真知・廣岡秀一(2006). 初対面状況の違いがパーソナリティ認知に及ぼす効果 三重大学教育学部研究紀要, 57, 135-143.
- Gruenfeld, D. H., Inesi, M. E., Magree, J. C., & Galinsky, A. D.(2008). Power and the objectification of social targets. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95, 111-127.
- 廣兼孝信・吉田寿夫(1984). 印象形成における手がかりの優位性に関する研究 実験社会心理学研究, 23, 117-124.
- 池上知子・大塚友加里(1997). 自己スキーマの望ましさの相違が印象形成過程に及ぼす影響 社会心理学研究, 12, 172-182.
- 井上正明・小林利宣(1985). 日本におけるSD法による研究分野とその形容詞対尺度構成の概観 教育心理学研究, 33, 253-260.
- 磯友輝子・木村昌紀・桜井亜季子・大坊郁夫(2004). 視線行動が印象形成に及ぼす影響：3者間会話場面における非言語的行動の果たす役割 対人社会心理学研究, 4, 87-95.
- 伊藤君男(2014). 言い間違いによる接客者の印象と購買意志への影響 東海学園大学研究紀要, 19, 151-154.
- 神谷哲司(2016). 第4章第1節 乳幼児期から児童期にかけての子どもの成長と夫婦関係 宇都宮博・神谷哲司(編著). 夫と妻の生涯発達心理学 福村出版.

- 北村英哉(1998). 自己の長所, 短所は他者認知によく用いられるか 教育心理学研究, 46, 403-412.
- Nussbaum, M. C.(1999). *Sex and social justice*. New York, NY: Oxford University Press.
- 呉宣児(2016). 第3章 お金を媒介にする友だち関係の構図 高橋登・山本登志哉(編) 子どもとお金 東京大学出版会.
- Reutner, L. & Greifender, R.(2018). It takes time(not money) to understand: Money reduces attentiveness to common ground in communication. *Journal of Experimental Social Psychology*, 74, 212-217.
- Robert, J. A. & Jones, E.(2001). Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students. *Journal of Consumer Affairs*, 35, 213-240.
- 竹尾和子・高橋登・山本登志哉・サトウタツヤ・片成男・呉宣児(2009). お金の文化的媒介機能から捉えた親子関係の発達的变化 発達心理学研究, 20, 406-418.
- Tang, T. L. P. & Gilbert, P. R.(1995). Attitudes toward money as related to intrinsic and extrinsic job satisfaction, stress and work-related attitudes. *Personality and Individual Differences*, 19, 327-332.
- 塚脇涼太・新入智哉・平川真・深田博己・樋口匡貴(2010). メガネの着用が対人印象に及ぼす影響 広島大学心理学研究, 10, 321-327.
- Vohs, K. D., Mead, N. L., & Goode, M. R.(2008). Merely activating the concept of money changes personal and interpersonal behavior. *Current Directions in Psychological Science*, 17, 208-212.
- 渡辺伸子(2014a). 大学生用お金に対する信念尺度の作成 応用心理学研究, 40, 11-22.
- 渡辺伸子(2014b). 東日本大震災における大学生の募金行動とお金に対する信念および共感性, 援助規範意識の関連 応用心理学研究, 40, 71-81.
- 渡辺伸子(2017). お金に対する態度から捉えた大学生の職業意識 青年心理学研究, 28, 87-98.
- 渡辺伸子(2018). 大学生のお金に関連する行動の分類および類型化 東北公益

文科大学総合研究論集, 34, 55-70.

渡辺伸子・佐藤有耕(2010). お金に対する態度に関する心理学的研究の動向 筑波大学心理学研究, 40, 61-71.

Wang, X. & Krumbhuber, E. G.(2017). The love of money results in objectification. *British Journal of Social Psychology*, 56, 354-372.

Yamauchi, K. T., & Templer, D. I.(1982). The Development of a Money Attitude Scale. *Journal of Personality Assessment*, 46, 522-528.