

# 沈黙は金，金額は壁： 寄付における“最低いくら”のアンカリング効果 Silent is gold, seeing is better: a further exploration of an anchoring effect of minimum payment information.

中村國則，下田幸樹  
Kuninori Nakamura, Koki Shimoda

成城大学社会イノベーション学部  
Faculty of Social Innovation, Seijo University.  
knaka@seijo.ac.jp

## Abstract

Stewart (2009) found evidences for anchoring effect of minimum payment information that decisions about repayments are “anchored” (Tversky & Kahneman, 1974) upon minimum payment information and people would repay less than they otherwise would and incur greater interest charges. On the basis of Stewart’s (2009) study, this study examined whether anchoring effect of minimum payment information would differ between “affect rich” and “affect poor” situation (e. g., Rottenstreich & Hsee, 2001). To accomplish this, the current study required participants to answer payment value for donation to save stray dogs under conditions where the affect rich/poor situations were manipulated by presentation of pictures of the dogs (Experiment 1) Results indicated that the anchoring effect occurred both in the affect rich and poor conditions.

**Keywords — Anchoring and adjustment, minimum payment,**

## 1. はじめに

募金活動やクラウドファンディングといった不特定多数からの寄付は有効な資金調達の方法の1つとして定着している。この寄付を募る際、支払金額を少しでも多くするために“最低〇〇円から”といった形で最低金額を明示して寄付を募ることがしばしばある。しかし Stewart (2009)は、クレジットカードの返済という場面では、この最低金額の設定が意図に反して逆に支払いの額を下げってしまうことを明らかにした。彼の研究によれば、最低金額として設定される値(“£ 5.42”)が、逆に支払う側にとっては額を決めるアンカー (Tversky & Kahneman, 1974)となり、この値に引きずられて結果的に最低金額を表示しない場合よりも支払い金額が低めてしまうという。このような最低金額のアンカリング効果は頑健で, Navarro-Martinez, Salisbury, Lemon, Stewart, Mathews, & Harris (2011)は、返済に関する詳細な情報を付け加えたとしても弱まらないことを報告している。では、このよう

な最低金額のアンカリング効果が寄付という行為にも当てはまるのだろうか。本研究の第一の目的はこの点を検討することにある。

そして本研究のもう一つの目的は、画像といったような寄付対象の情報が寄付金額にどう影響するかを、この最低金額のアンカリング効果との関連で検討することである。Hsee & Rottenstreich (2004)による思考の二重過程理論(Kahneman, 2011)からの説明によれば、画像といった情報を付け加えると判断対象に対する感情移入を高め、判断が数値ベースではなく感情ベースになるとされる。もしこのような説明が本研究で扱うアンカリング効果にも該当するならば、寄付対象の情報を画像などによって詳細に呈示すると、“最低金額”のような数値情報の影響は弱められることが予測できる。同時に、寄付金額を高めるための方法としての“最低金額”が、画像の提示といった手法と比較してどの程度大きいか、といった定量的な面の分析も可能となる。そこで本研究は、寄付対象に画像を提示して説明する条件とそうでない条件を設定し、条件間で寄付金額がどう変動するか、そして最低金額の値の影響がどう働くかを検討した。

## 2. 方法

同種の実験経験のない私立大学生 196 名 (男性 86 名、女性 110 名) が実験に参加した。刺激として“動物の殺処分をゼロにするために設立された架空のプロジェクトに対する寄付金額のアンケート”を用いた。このアンケートは保健所の内部と殺処分の現状についての文章を添付した質問紙(“資料あり条件”)と、添付されていない質問紙(“資料なし条件”)の2種類、およびアンカーについてはアンカー無し条件、低アンカー (500 円) 条件、高アンカー (1000 円) 条件の3条件、都合 6 種類の質問紙を用意し、実験参加者はこれらのうちの1つを受け取るようにした。Figure 1に実際に



・年間約30万頭の犬や猫が保健所や動物愛護センターなどで公に殺されている  
 ・殺す方法は二酸化炭素による窒息死である  
 ・窒息死させる装置には「ドリーム・ボックス」という皮肉な名前がついている  
 ・迷子になった犬や猫が保健所や動物愛護センターに引き取られた場合、最短3日で殺されてしまい、飼い主が探せないうちに殺される愛犬・愛猫もいる

- ・これは動物殺処分をゼロにするために設立されたプロジェクトです
- ・寄付して頂いたお金は保護シェルターや譲渡スペースの建設に使われます
- ・最低1円から受け付けます
- ・寄付していただいた方（希望者のみ）には名前を完成した施設に掲載させて頂きます（特典の内容は寄付額に因らず同じです）

Figure 1 資料ありアンカーなし条件の質問紙

提示した刺激の例を示す。資料なしアンカーなし条件には27人、資料なし低アンカー条件には27人、資料なし高アンカー条件には26人に協力してもらった。資料ありアンカーなし条件には39人、資料あり低アンカー条件には38人、資料あり高アンカー条件には39人割り当てられた。

参加者は、Figure 1に示された架空のクラウドファンディングのプロジェクトに関する文章を読んだのち、“あなたはこのプロジェクトにいくら寄付しますか？”という問いに対して具体的な金額を記入する形で回答した。

### 3. 結果および考察

本研究の主要な知見は大きくまとめると(1)寄付という行為についても最低金額のアンカリング効果を確認し、“最低幾ら”と強調することがかえって支払金額を低くする働きがあること、(2)この最低金額のアンカリング効果は、刺激に画像を用いている場合にも生じること、の2点となろう。これらの知見はStewart (2009)の知見を再現すると同時に、最低金額のアンカリング効果が寄付対象を画像で提示するといった、寄付者の対象への感情移入を高めた状況でも生じることを示した点で、現象の成立範囲を拡大したものと位置づけることができる。

一方で、本研究結果ではアンカー要因と資料要因の交互作用は有意にはならなかった。このような結

果は、アンカーの様な数値情報の影響が画像の有無によらないことを示し、Hsee & Rottenstreich (2004)の知見とは合致しないといえる。無論、今後のより詳細な検討を要するものの、二重過程モデルにおける“数値”“感情”といった概念の整理を促す知見と位置づけられるかもしれない。

### 4. 引用文献

- [1]Hsee, C. K., & Rottenstreich, Y. (2004). Music, mugger, and panda. on the affective side of psychology. *Journal of Experimental Psychology: General*, 133, 23-30.
- [2]Kahneman, D. (2012). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- [3]Navarro-Martinez, D., Salisbury, L. C., Lemon, K. L., Stewart, N., Mathews, W. J., & Harris, A. J. (2011). Minimum required payment and supplemental information disclosure effects on consumer debt repayment decisions. *Journal of Marketing Research*, 48, S60-S77.
- [4]Stewart, N. (2009) The Cost of Anchoring on Credit-Card Minimum Repayments. *Psychological Science*, 20, 39-41.
- [5]Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: heuristics and biases. *Science*, 185, 1124-1131.

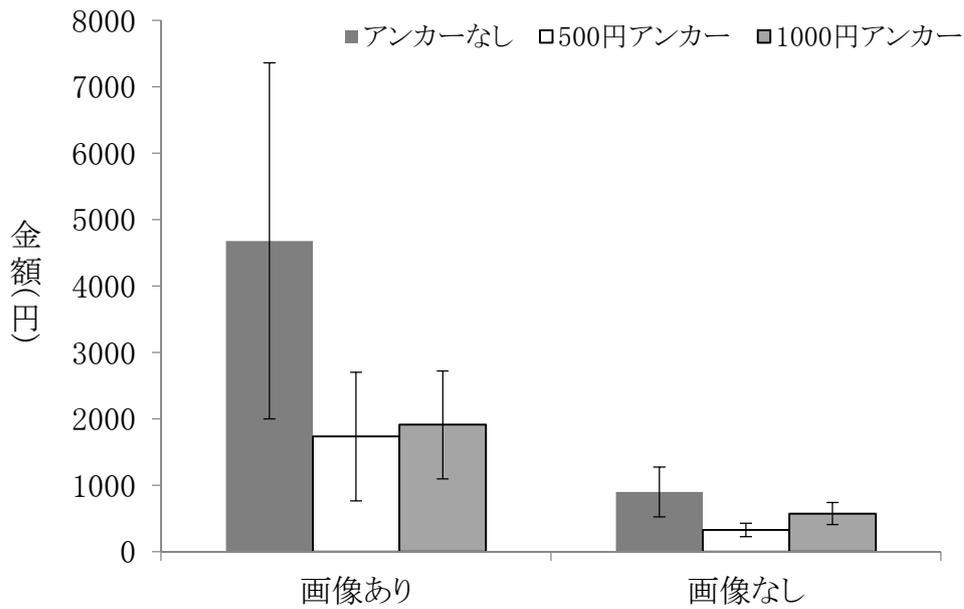


Figure 2 各条件の平均寄付金額

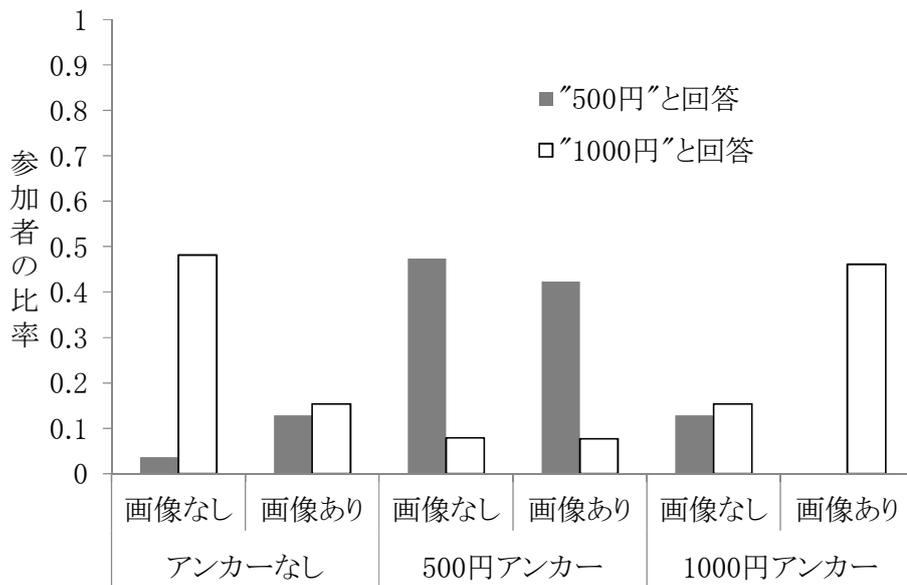


Figure 3 各条件でアンカーの値を回答した参加者の比率