

# 数値情報が防災マニュアルの 説得プロセスに及ぼす影響

島田英昭 (信州大学教育学部)

# 問題と目的

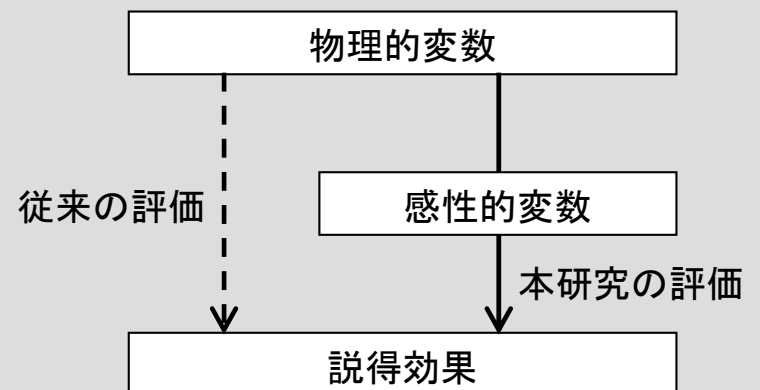
## ■ 防災(防犯)マニュアルの問題点

- 事前準備のマニュアルを読んでも、行動してくれない。
  - 地震に備えて水を備蓄しておくこと
  - 犯罪に備えて防犯ブザーを持ち歩くこと
- 行動が喚起されなければ、防災マニュアル本来の目的を達成したとは言えない。

## ■ 本研究の目的

- 防災マニュアルによる事前準備の説得に有効な変数として、数値情報(予測的確率情報)を取り上げ、その効果を検証する。
  - 「ある機関の調査によれば、〇〇をしておけば、□□%の確率で役立ちます」
- 安心感、信頼感などの感性的変数を媒介とした説得プロセスについて検討する。
  - 説得に有効な感性的媒介変数を明らかにすることで、そこから説得に有効な手段を予測できる。

### ■ 説得プロセスの評価モデル



# 方法(1)

## ■ 実験参加者

- 大学生18名

### ■ 材料の例

#### 防災への心がけ

---

##### ■ 水の備蓄をしておきましょう

万が一の地震が起きたときに備え、非常用持ち出し袋をあらかじめ準備しておくことが重要です。特に、水分補給は命にかかわります。災害時では、水の補給がなされる光景をよく目にしますが、大きな地震が起きれば、水の補給までに何日もかかるでしょう。阪神・淡路大震災級の大きな地震が起きたとして、水の備蓄を十分にしていなければ、命の危険が訪れます。ある機関の調査によれば、地震に備え水を十分に備蓄していれば、81.3%の人が助かるそうです。万が一の災害に備え、水の備蓄をしておきましょう。

確率文

# 方法(2)

## 材料

- 文章による防災情報を12種作成
- 個々の文章の構成
  - (1)タイトル(〇〇をしましょう)
  - (2)導入(災害に備え、〇〇をしましょう)
  - (3)確率文(ある機関の調査によれば、〇〇をしておけば、□□%の確率で役立ちます)
  - (4)行動明示文(〇〇をしましょう)
- 〇〇には、たとえば「非常用持ち出し袋の準備」などのテーマを設定
- 確率文の有無と□□に入れる数値を操作し、以下の条件を設定
  - (1)高確率条件:行動が役立つ可能性が高い(平均80%)
  - (2)低確率条件:行動が役立つ可能性が低い(平均20%)
  - (3)数値なし条件:数値情報がない
- 合計36種の材料

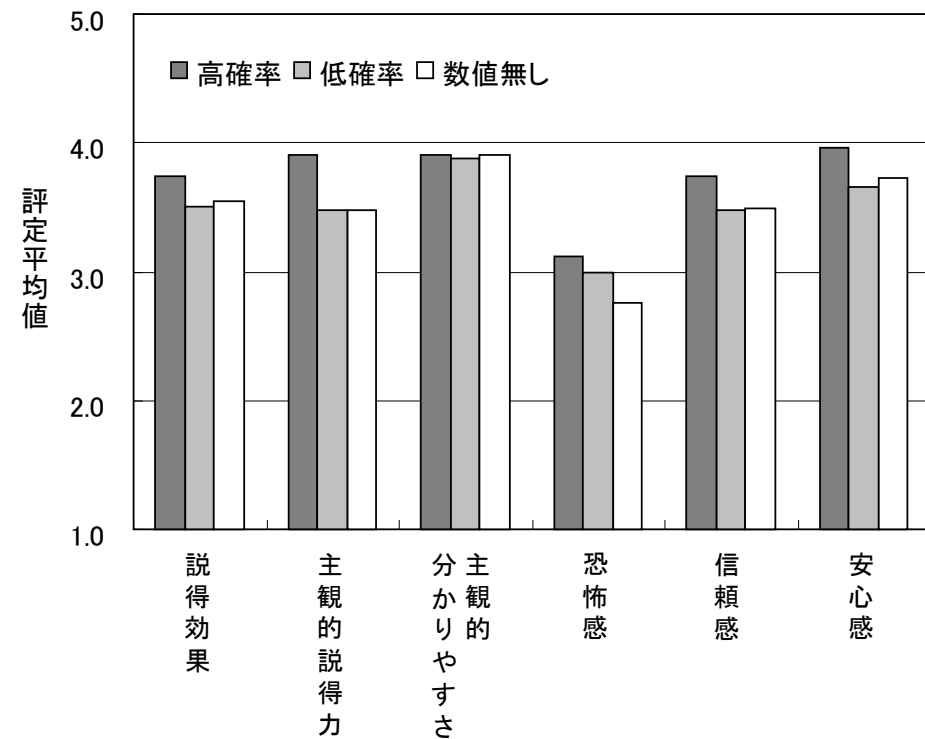
## 手続き

- 36種の材料について、次の6つの質問に答えることを求めた。
  - 説得効果に関する変数
    - (1)説得効果:あなたは自分自身でこの対策をしようと思えますか?
    - (2)主観的説得力:この説明は、説得力があると思えますか?
  - 感性的媒介変数
    - (3)主観的分かりやすさ:この説明は、分かりやすいと思えますか?
    - (4)恐怖感:この説明は、恐怖感を喚起すると思えますか?
    - (5)信頼感:この説明は、信頼できると思えますか?
    - (6)安心感:この説明の内容を実行することで、安心を感じると思えますか?
- それぞれの質問には、「1:全くそう思わない~5:とてもそう思う」の5段階で評価することを求めた。

# 結果(1)

## ■ 従属変数ごとの3条件の比較

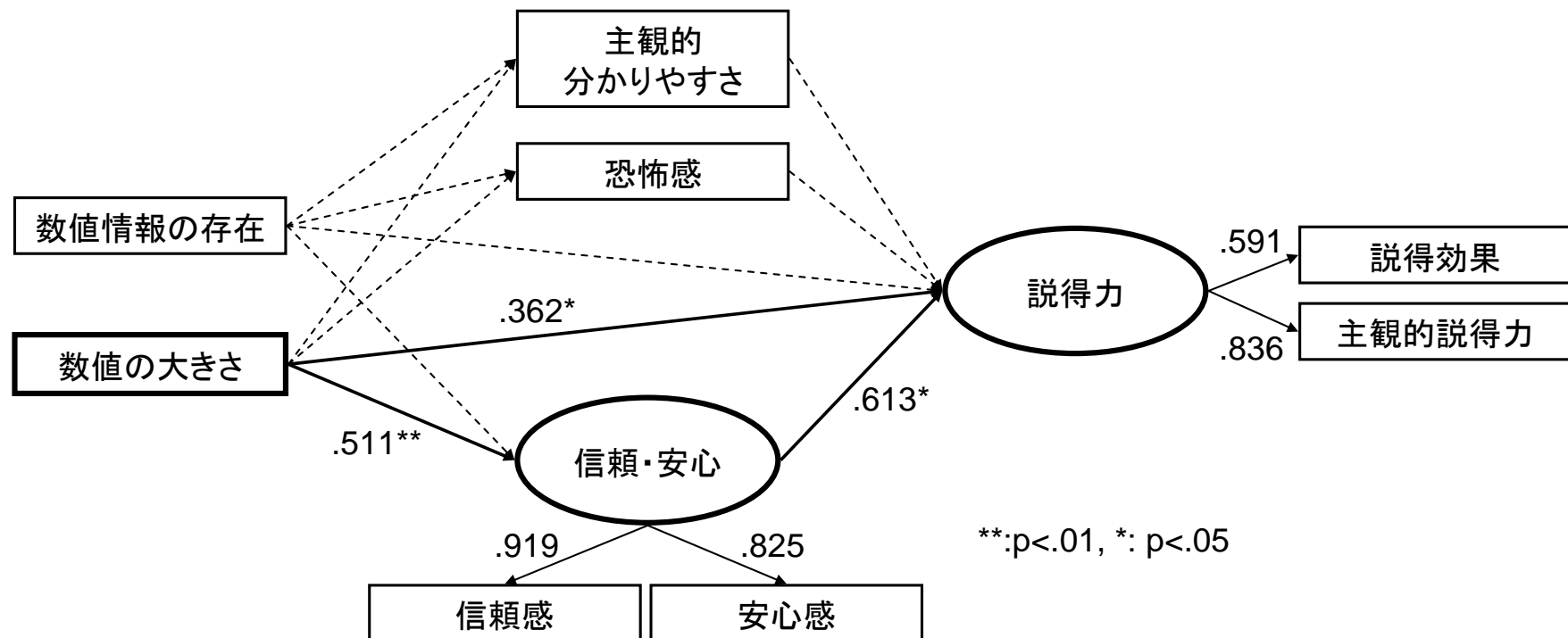
- 1要因分散分析、多重比較(LSD法)により比較
  - 説得効果:
    - 高確率 > 低確率 = 数値なし
  - 主観的説得力:
    - 高確率 > 低確率 = 数値なし
  - 主観的分かりやすさ:
    - 有意差なし
  - 恐怖感:
    - 高確率条件 = 低確率条件 > 数値なし
  - 信頼感:
    - 有意差なし
    - ただし、安心感に類似
  - 安心感:
    - 高確率 > 低確率 = 数値なし



## 結果(2)

### ■ 共分散構造分析

- 共分散構造分析により、感性的変数を介した説得力効果を検証した。
- 36種の材料をサンプルとした(参加者の評定値を平均)。
- 説得力因子の誤差分散が負に推定されたが、この値を0に制約して分析
- $\chi^2(9)=15.340$  ( $p=.082$ ),  $GFI=.899$ ,  $CFI=.954$ ,  $RMSEA=.124$
- 「数値の大きさ」から「説得力」へ、2つの効果
  - 直接効果: 数値の大きさ→説得力
  - 間接効果: 数値の大きさ→信頼・安心→説得力



## ■ 結論

- 説得力には、数値情報の単なる存在ではなく、その内容が影響する。
- 数値情報の内容により、信頼感、安心感が高まり、それを介して説得力が高まる。
- 数値情報から主観的分かりやすさ、恐怖感を介した説得効果はない。
- 数値情報からの説得効果において、信頼感、安心感を介す以外の直接効果がある。

## ■ 今後の課題

- 従来の説得研究との比較
- 感性的変数を仮定する手法の妥当性と有効性
- 防災(防犯)マニュアルの説得に関わる変数の予測と検証
  - 特に、安心・信頼という観点から

## ■ 謝辞

- 本研究は、平成20年度三菱財団社会福祉事業並びに研究助成の支援を受けました。ここに感謝いたします。