西日本インカレ（合同研究会）2015　専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学･学部･所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）オオサカケイザイダイガク	フリガナ）ケイザイガクブ	フリガナ）ハットリケイスケゼミ
大阪経済大学	経済学部	服部圭介ゼミ

※申込書に記入したチーム名から変更する場合は、新旧両方の名称を記入してください。

※企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
フリガナ）シャチホコ	フリガナ）ナカノ　モモコ	５人
しゃちほこ	中野　桃子	

研究テーマ（発表タイトル）
アンカリング効果が意思決定に及ぼす影響～RCT を用いた検証実験より～

※必ず＜企画シート作成上の注意＞を確認してから、ご記入をお願いいたします。

１．研究概要（目的･狙いなど）

◆認知バイアスの一種「アンカリング効果」◆

私たち人間は何かを判断する際に、特定の特徴や情報の断片をあまりにも重視する傾向にあります。

この傾向は、行動経済学では**「アンカリング効果」**と呼ばれ、様々な研究がなされています。

◆「アンカリング効果」に関する先行研究を通して◆

私たちは 2002 年にノーベル経済学賞を受賞したダニエル･カーネマンが行った先行研究をさらに発展させ、**様々な分野において私たちの意思決定や行動に、「アンカリング効果」がどのような影響を及ぼしているのか、またその影響を回避する方法はないのか**といった事を研究します。

２．研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

◆先行研究の分析◆

「アンカリング効果」に関する実験は、ダニエル･カーネマンの実験等、多数発表されてきました。

しかし、**「アンカリング効果と意思決定」に関する幅広い分野**を対象にした研究は多くありません。

また、「アンカリング効果」によって発生する認知バイアスが、どの程度持続するかについての研究は、私たちの知る限り行われていないのが現状です。

3．研究テーマの課題

◆ダニエル・カーネマンが行った実験◆

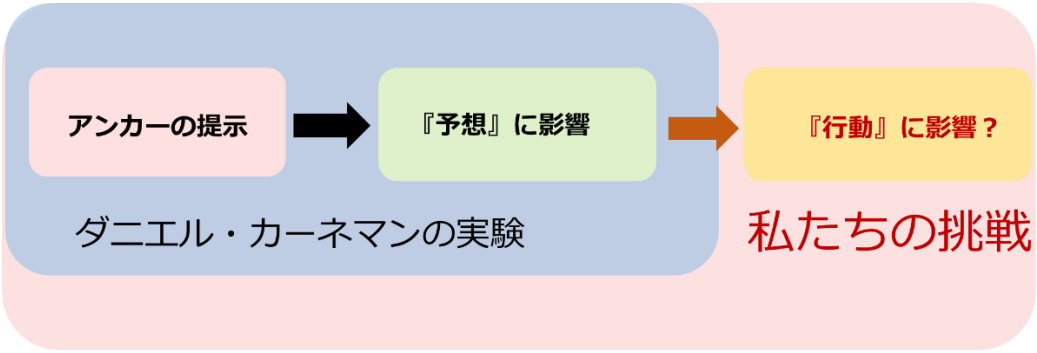
被験者自身の生活にはあまり**関係のない内容の予想**に対しての「アンカリング効果」の影響を検証しました。

◆私たちの行う実験◆

被験者の社会的関心や**広範囲の問題に対する意思決定や行動**などに対しての「アンカリング効果」の影響を検証します。

実験にはランダム化比較試験（RCT）という手法を用い、アンカリング効果の適用可能性を探ります。

さらに、従来の研究では明らかにされることのなかった**「アンカリング効果の持続性」を検証するための実験**を設計して、その解明に挑戦します。



4．課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

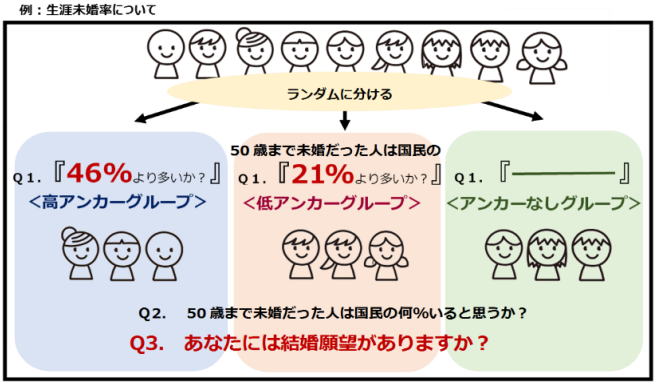
私たちは上記の研究課題の遂行のために、医学の世界では最も信頼のおける実験手法といわれるランダム化比較試験（Randomized Controlled Trial: RCT）という手法を用いました。この実験方法は、因果関係を推測するのに最も適しているといわれるものです。この手法を応用した実験を、以下で述べる 2 つの研究目的を検証するために、9 月 30 日から 10 月 14 日までの 15 日間、本学学生 446 名を対象に行いました。

5．研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

◆2 つの研究目的◆

1．「アンカリング効果による意思決定の変化」を探る

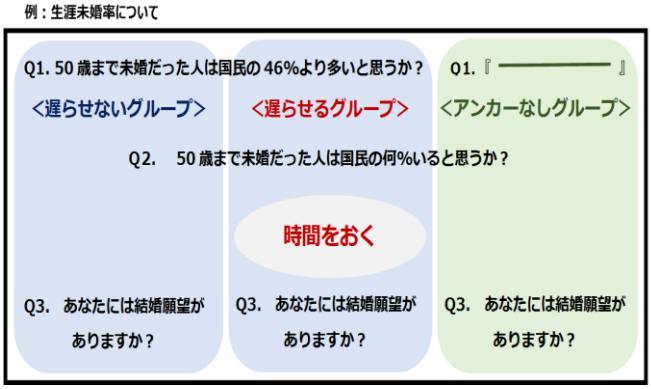
商品の購買意思や結婚への意識など 8 種類の多様な分野に関して、それぞれランダムに分けられた被験者グループに、全く同じ質問を行うのにもかかわらず、異なるアンカー（基準となるもの）を提示するだけで、被験者の意思決定や選好がどのように変化するのかを検証しました。



2．「アンカリング効果の持続期間」つまり「賞味期限」を探る

アンカリング効果によって、被験者の行動がある程度操作可能であるならば、それはどの程度持続するのだろうかという疑問を解決することが狙いです。

上記のグループにもう一つのグループを作成し、アンカーを提示してから時間を置くことで被験者の意思決定に変化は起きるのかを検証しました。



６．結果や今後の取り組み

◆実験結果◆

１．「アンカリング効果」が意思決定にも影響を及ぼすことが検証された。

従来の研究では、被験者に関わりのない分野における予想にのみ適用可能であると考えられていた「アンカリング効果」が、**社会問題への関心や被験者と関わりのある問題における意思決定に関しても、適用可能である**という可能性を示唆しました。

２．「アンカリング効果」の持続時間が検証された。

先程検証された「アンカリング効果」の持続時間つまり、**「アンカリング効果の賞味期限」は短時間である**ことが今回の研究により明らかになりました。

◆結果から期待できるポイント◆

「アンカリング効果」の応用の可能性がわかる。

「アンカリング効果はどのような種類の問題にまで適用可能であるのか」または、**「アンカリング効果は、ビジネスを促進させる方法としてどの程度有効なのか」**といった問題を考える上で、重要な発見を与えてくれることが期待されます。

７．参考文献

1. 『ファスト&スロー(上) あなたの意思はどのように決まるか?』(ダニエル・カーネマン著・早川書房・2014 年 6 月)
2. 『ファスト&スロー(下) あなたの意思はどのように決まるか?』(ダニエル・カーネマン著・早川書房・2014 年 6 月)
3. 『行動経済学 図解雑学』 (筒井義郎 著・ナツメ社・2011 年 12 月)

西日本インカレ事務局への連絡事項

＜企画シート作成上の注意＞

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。
※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
※本企画シートは、西日本インカレ事務局への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までを渡します。
※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「西日本インカレ事務局への連絡事項」に記入してください。なお、本企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限ります。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。
※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。
※その他、注意点については「企画シート・パワーポイントの作成および提出について」をご参照ください。