

あなたに手術の必要があるとき・・・

同じ内容でも**表現の違い**によって
人の意思決定に影響を与える



フレーミング効果

言葉の落とし穴 ～フレーミング効果～

上宮ゼミナール
Teamユニック

発表者
渡辺 裕介
松田 有生
南 健斗

「600人を死に至らしめる特殊な病気が発生したとします。
この病気を治すため2種類の対策が提案されました。
あなたなら、どちらの対策を採用しますか。」



307人



生存

死亡

第1グループ

もしこの対策を採用すれば・・・

対策 A 「600人中200人が**生存**」

対策 B 「600人が**生存**する確率は3分の1、
誰も**生存**しない確率は3分の2」

第2グループ

もしこの対策を採用すれば・・・

対策A' 「600人中400人が**死亡**」

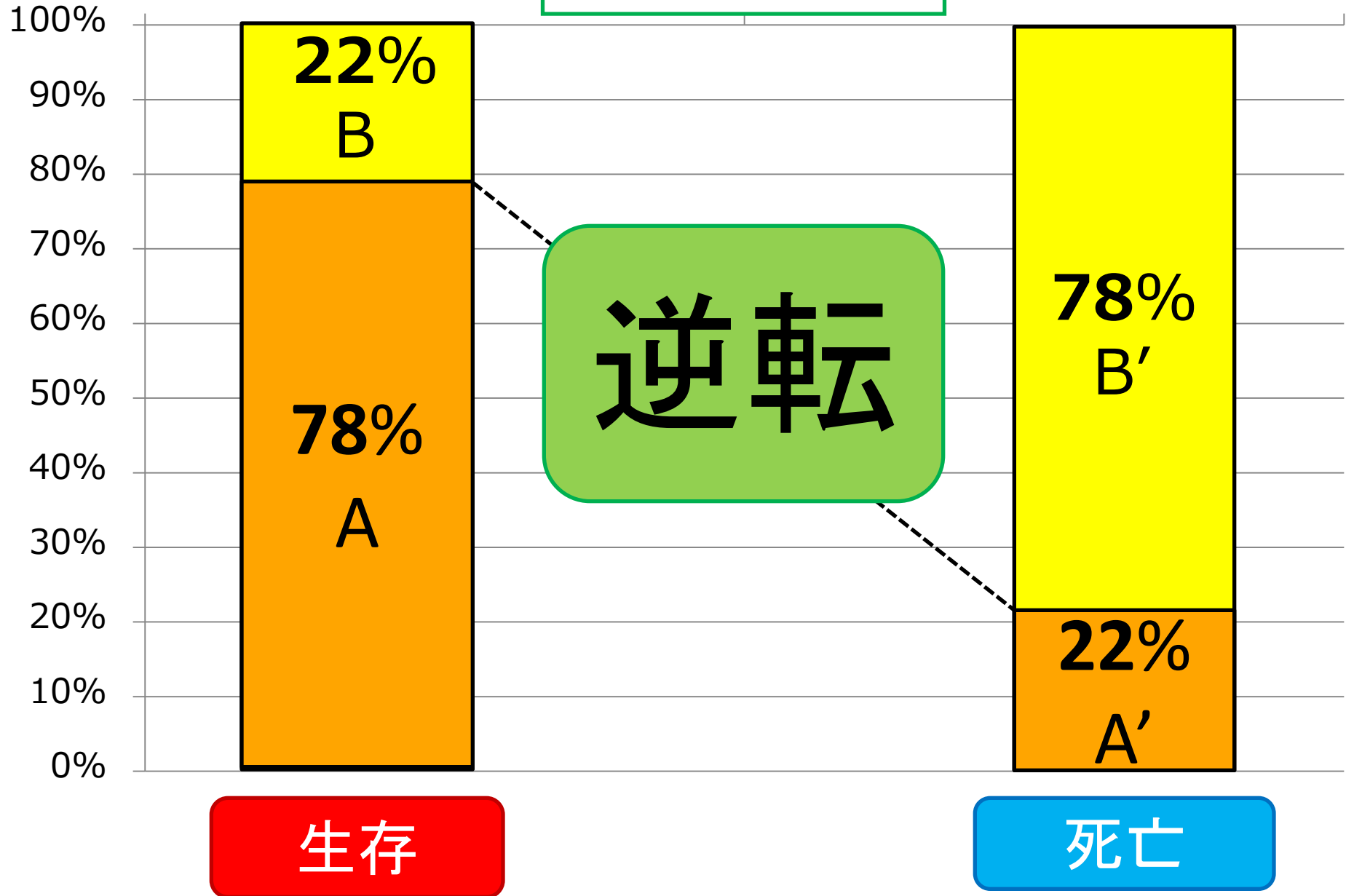
対策B' 「誰も**死亡**しない確率は3分の1、
600人が**死亡**する確率は3分の2」

第1グループと第2グループに提案された対策は
内容は全く同じものである。

つまり…

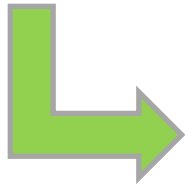
採用される割合は**近い**はずである！

実験結果



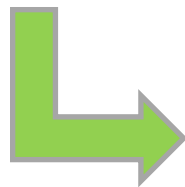
実験結果から・・・

ポジティブな表現を使用



確実性の高い選択をする

ネガティブな表現を使用



リスク性の高い選択をする

本当にフレーミング効果は
実在するのか？



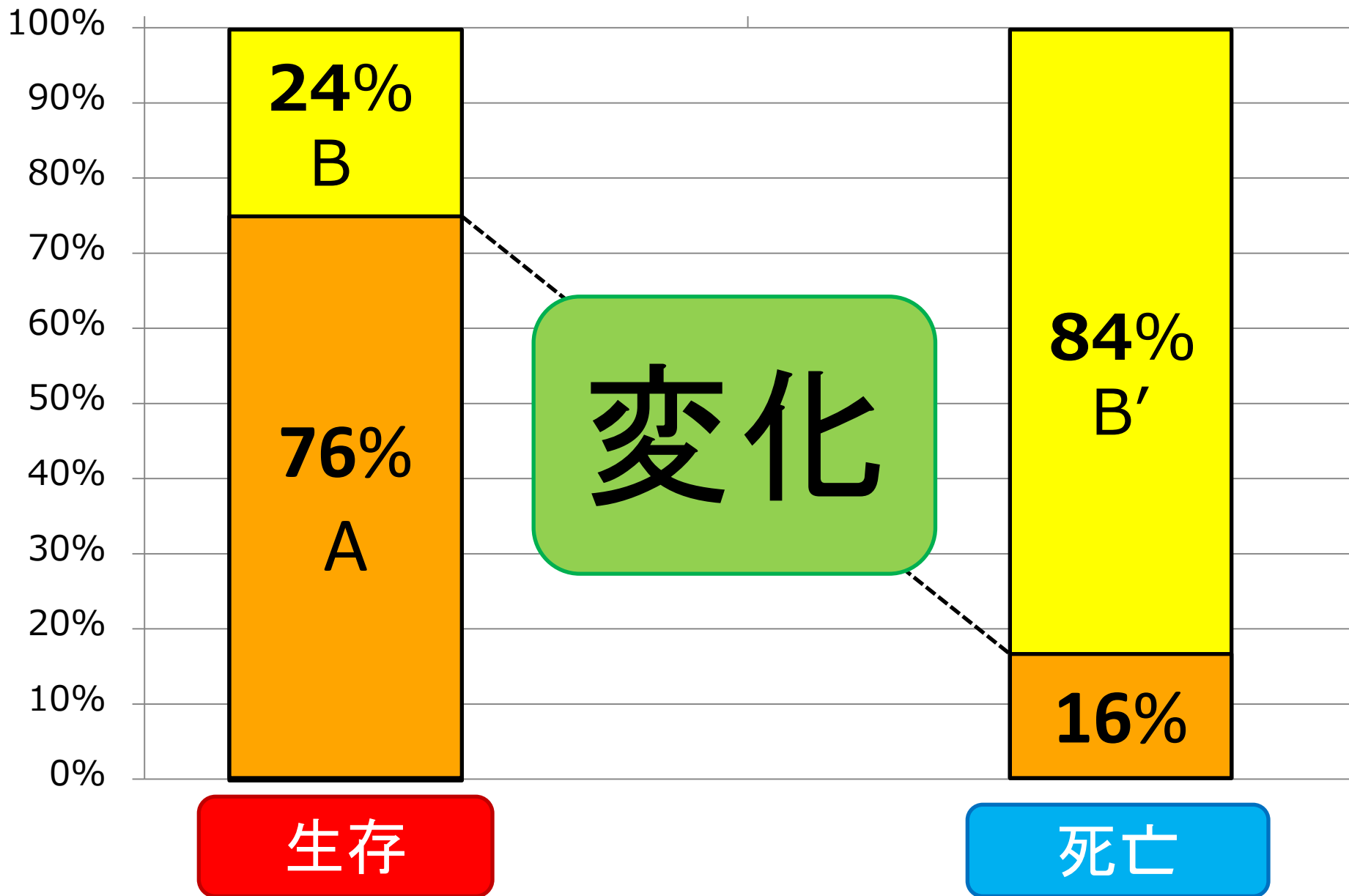
アンケート①概要

実施場所 : 大阪経済大学

対象 : 学生50名
(男40名 女性10名)

実施期間 : 11月4日 (月) ~ 11月11日 (月)

アンケート結果



600人という設定が変化すれば
結果に違いがでるのでは？



アンケート②概要

実施場所 : 大阪経済大学

対象 : 学生200名
(男149名 女性51名)

実施期間 : 6月24日 (火) ~7月1日 (月)
10月1日 (火) ~10月18日 (金)

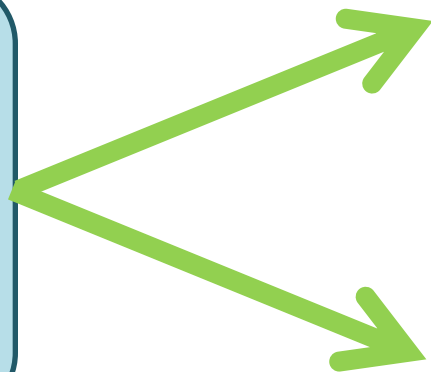
「●●人を死に至らしめる特殊な病気が発生したとします。
この病気を治すため2種類の対策が提案されました。
あなたなら、どちらの対策を採用しますか。」



6000人
パターン



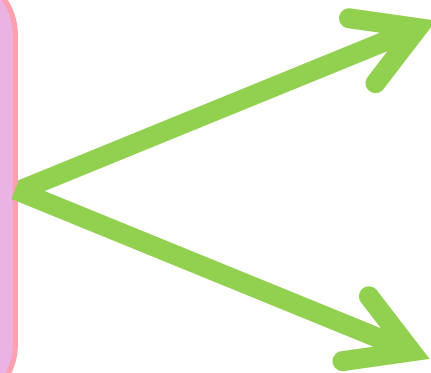
60人
パターン



①



②

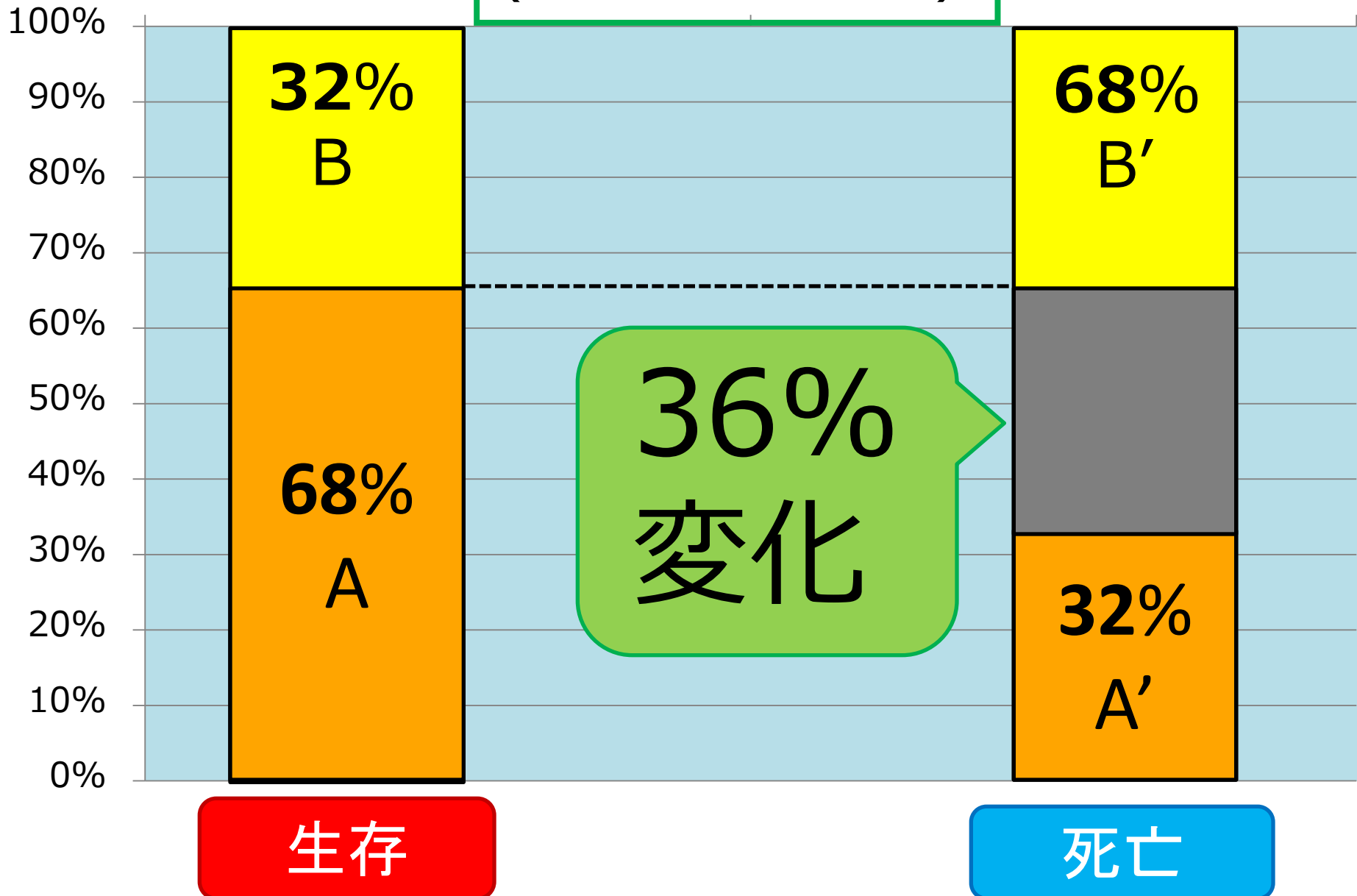


③

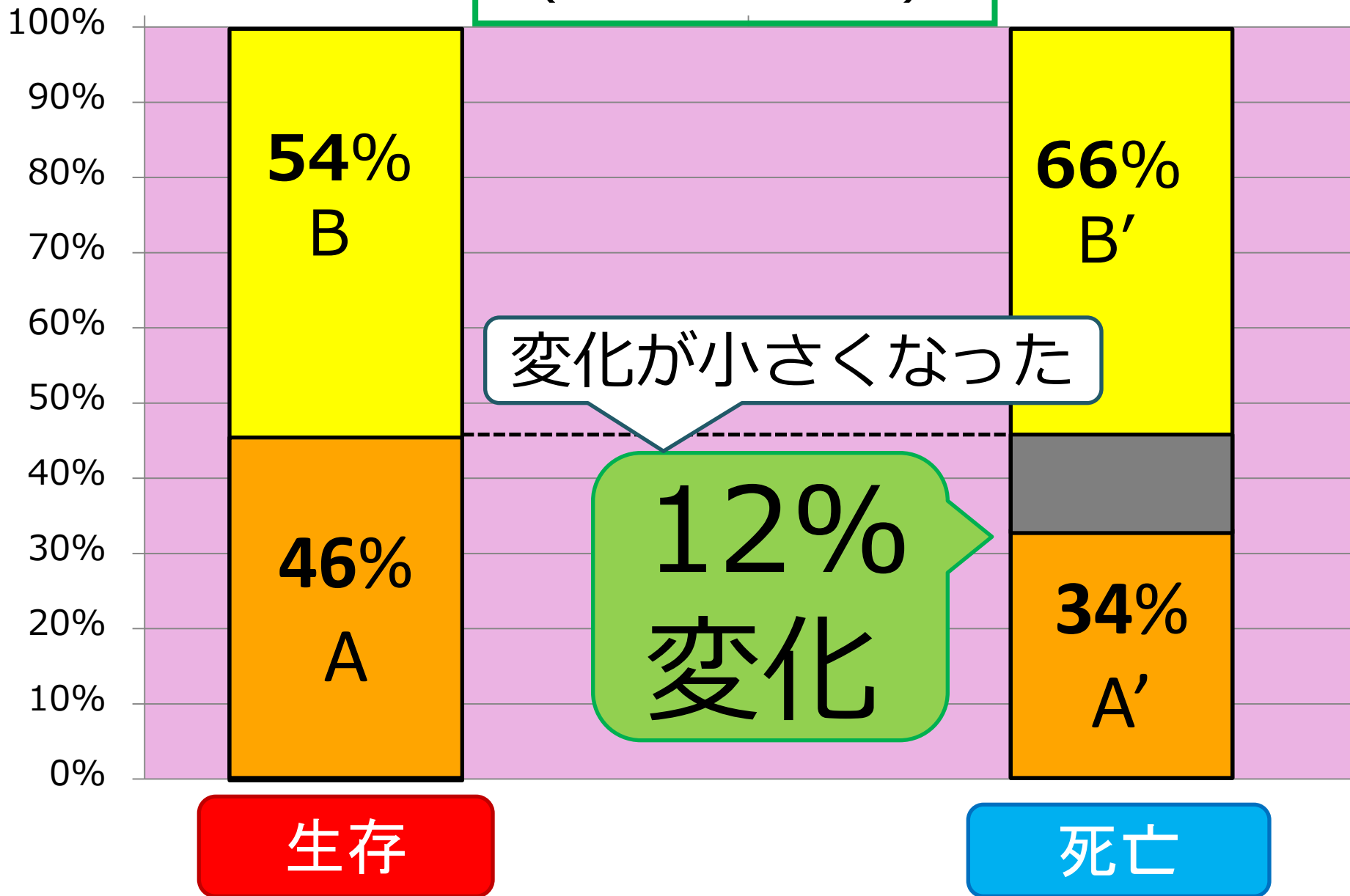


④

アンケート結果
(6000人パターン)



アンケート結果
(60人パターン)



リスクの差

※ここでいうリスクとは
60人や6000人といった人数のこと

6000人

大きいリスク

対策B 「**6000人**が生存する確率は3分の1、
誰も生存しない確率は3分の2」

60人

小さいリスク

対策B' 「**60人**が生存する確率は3分の1、
誰も生存しない確率は3分の2」

まとめ

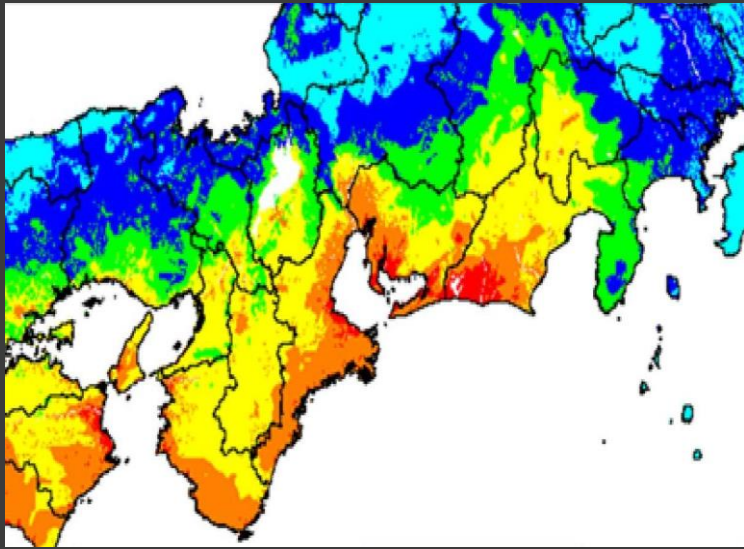
重要度が高い問題では

フレーミング効果影響

大

些細な表現の違いで

左右されてしまう...



重要度が高い問題では簡単に左右されてしまう・・・

正しい判断ができなくなる

参考文献

- 竹村和久（2009）日本評論社
「行動意思決定論」
- 中川宏道、守口剛（2012）
「リスク型プロモーションにおける
フレーミング効果の検証」

ご静聴ありがとうございました

