

他者への金銭使用は人を幸せにするのか？ 向社会的支出と幸福感の相互影響関係

小野 拳^{1*} 三船 恒裕²

(受領日：2022年4月4日)

¹ 新潟こども医療専門学校
〒950-0084 新潟県新潟市中央区明石 1-3-5

² 高知工科大学経済・マネジメント学群
〒780-8515 高知県高知市永国寺町 2 番 22 号

* E-mail: grun15@gmail.com

要約：先行研究において、向社会的支出行動を想起すると幸福感が高まり、その高まった幸福感が向社会的支出行動を促進するという結果が報告されている。本研究の目的はこの先行研究で見られた向社会的支出と幸福感の相互影響関係が日本人サンプルにおいても見られるか否かを検討することにある。日本人学生 90 名に対して行った実験の結果、向社会的支出想起は SPANE のポジティブ感情のみを高め、他の指標には有意な影響が見られなかった。また、向社会的支出想起と向社会的支出行動との関連や、幸福感の媒介効果も有意には見られなかった。先行研究との違いとして、測定に用いた幸福感の指標や、向社会的支出行動を測定する状況に関して議論された。

1. 問題

人々の幸福感^{注1}が状況や場面に依りてどのように変化するかに関しては行動経済学や心理学において様々な研究がなされている (Clark, Diener, Georgellis, & Lucas, 2008; Diener, Suh, Lucas, & Smith, 1999; 大竹・白石・筒井, 2010; 大石, 2009)。例えば、物質的・経済的な豊かさというマクロレベルの変数や、個人の支出行動といったミクロレベルの変数と幸福感の関連などが検討されている (Biswas-Dinner, 2007; Frank, 2004; Kahneman, Krueger, Schkade, Schwarz, & Stone, 2006)。本研究ではミクロレベルの変数のひとつとして、個人が他者のために金銭を使用する向社会的支出行動に着目し、幸福感との関連を検討する。

多くの先行研究によって、向社会的支出行動がその行動を行った本人の幸福感を高めることが報告されている (Curry, Rowland, van Lissa, Zlotowitz, McAlaney, & Whitehouse, 2018)。寄付や他人へプレゼントを購入することのような向社会的支出行動

は、自分へプレゼントを購入することのような利己的支出行動よりも幸福感を上昇させる (Dunn, Aknin, & Norton, 2008; Nelson, Layous, Cole, & Lyubomirsky, 2016)^{注2}。このような向社会的支出行動と幸福感との関連は、様々な社会環境において一貫して見られており (Aknin, Barrington-Leigh, Dunn, Helliwell, Burns, Biswas-Dinner, Kemeza, Nyende, & Ashton-James, 2013a; Aknin, Broesch, Hamlin, & van de Vondervoort, 2015; Aknin, Dunn, Sandstrom, & Norton, 2013b)、メタ分析によって小から中程度の効果量が認められている (Curry et al., 2018)。さらに、過去の向社会的支出行動を想起すること (向社会的支出想起) によっても幸福感が上昇することが報告されている (Aknin, Sandstrom, Dunn, & Norton, 2011; Aknin et al., 2013a)。これらの研究は、向社会的支出行動およびその想起が高い幸福感をもたらすことを示している。

向社会的支出行動が幸福感を高めるだけでなく、幸福感が向社会的支出行動を促進する可能性があることも、いくつかの研究で報告されている

(Aknin, van de Vondervoort, & Hamlin, 2018; Konow & Early, 2008)。例えば、菓子や硬貨をもらうことでポジティブな気分になると、その後、高い確率で援助行動を行う (Isen, 1970; Isen & Levin, 1972)。したがって幸福感と向社会的支出行動の間には、向社会的支出行動が幸福感を高めると共に、幸福感が向社会的支出行動を促進するという、双方向の影響関係があると考えられる。ただし、幸福感の高まりが向社会的行動を促すことを示した研究の多くは、向社会的行動によってではなく、自分が利益を得たという体験や課題の成功体験など、個人的な体験として幸福感の高まりを操作している (Aderman, 1972; O'Malley & Andrews, 1983; Rosenhan, Salovey, & Hargis, 1981)。

向社会的支出行動によって高まった幸福感が向社会的支出行動を促進するという、向社会的支出行動と幸福感の相互影響関係を直接検討した研究として Aknin, Dunn, and Norton (2012) の実験研究がある。この研究では参加者に、自分のために金銭を支出した利己的支出場面か、他者のために支出した向社会的支出場面かのどちらかを想起させた後に幸福感を回答させ、さらに実験者が与えたお金を自分自身のために使うか他者のために使うかを選択させた。その結果、利己的支出想起条件と比較して向社会的支出想起条件の方が幸福感が高まり、その高まった幸福感は利己的支出行動よりも向社会的支出行動を促進した。この結果から Aknin et al. (2012) は、向社会的支出行動と幸福感の間にはお互いがお互いを促進し合う、相互影響関係があると主張している。

向社会的支出行動と幸福感との相互影響関係が成立するという研究 (Aknin et al., 2012) は、幸福感と行動との因果関係を理解する上で重要な意義を持つと思われる。しかし、この相互影響関係を直接検討した研究は Aknin et al. (2012) 以降、報告されていない。先述のように、向社会的支出行動が幸福感を高めるという知見は多いが (Curry et al., 2018)、向社会的支出想起が幸福感を高めることを示した研究や (Aknin et al., 2011, 2012)、向社会的支出想起によって高まった幸福感が向社会的支出行動を促進することを示した研究は少ない (Aknin et al., 2012)。さらに、日本人サンプルを用いた同様の研究は、管見の限り、報告されていない。よって、向社会的支出行動と幸福感との相互影響関係が頑健に示されるかはまだ検討の余地があるだろう。

本研究では、日本人サンプルを用いて幸福感と向社会的支出行動との相互影響関係を検討する^{注3}。

まず、支出想起の操作を用いて向社会的支出が幸福感に与える影響を検討する。具体的には、自分のお金を他者のために使用した場面を想起させる向社会的支出想起条件、自分のお金を自分のために使用した場面を想起させる利己的支出想起条件、さらに、それらとは関係のない場面を想起させる統制条件を設定する。この時、先行研究と同様に (Aknin et al., 2013a, b; Zhang, Chen, Xie, & Zhao, 2018)、想起の前後で幸福感を測定する。ただし、先行研究と同様の主観的幸福感尺度 (Lyubomirsky & Lepper, 1999) だけでなく、Scale of Positive and Negative Emotion 尺度 (SPANE: Diener, Wirtz, Tov, Kim-Prieto, Choi, Oishi, & Biswas-Diener, 2010) も用いて幸福感を測定する。これは、感情的な側面における幸福感においても同様の結果が見られるかを検証するためである。先行研究では、幸福感の増加は向社会的な支出を想起した場合に見られ、利己的な支出や何も想起しない条件では見られていない (Aknin et al., 2013a)。本研究でもこれと同様の結果が見られると予測する。具体的には、以下の仮説を検証する。

仮説1 想起による幸福感の高まりは、統制条件や利己的支出想起条件と比較して、向社会的支出想起条件において最も大きくなるだろう。

次に、実験参加者に与えられた元手となるお金を参加者自身のために使用するか、他者のために使用するかを選択させ、以下の仮説を検証する。

仮説2 向社会的支出想起条件では、それ以外の想起条件と比較し、利己的支出よりも向社会的支出を選択する割合が高いだろう。

先行研究では向社会的支出と幸福感の循環関係を示す知見として、向社会的支出想起によって高められた幸福感が、向社会的支出想起と向社会的支出行動を媒介することを示している (Aknin et al., 2012)。本研究でも向社会的支出想起と向社会的支出行動との関連が見られた場合は以下の仮説を検証する。

仮説3 向社会的支出想起が向社会的支出行動を促進する効果は幸福感によって媒介されるだろう。

2. 方法

2.1 倫理的配慮

本研究は高知工科大学倫理審査委員会の承認を受けて実施された。

2.2 参加者

先行研究 (Aknin et al., 2012) から、本研究のサンプルサイズは各想起条件 30 人と設定した。実際にも大学生 90 名 (男性 40 名、女性 50 名) が各条件 30 人ずつ参加した。平均年齢は 20.46 歳 (SD = 1.22) であった。募集の際には金銭的報酬が得られることが強調された。

2.3 実験デザイン

支出想起条件 (利己的支出・向社会的支出・統制) を参加者間で配置した。従属変数は幸福感 (主観的幸福感と SPANE) と、支出行動 (利己的支出を行うか、向社会的支出を行うか) であった。

2.4 手続き

実験手順は Aknin et al. (2012) を参考にした。実験は全て匿名性が保たれた個室にて実施された。参加者は実験室到着後、匿名性を保つための ID カードを受け取り、カードの番号は他の参加者にも対面する実験者にも見せないように教示された。個室に入室後、同意書に記入し、第一課題が開始された。第一課題ではパソコンを使用して幸福感 (主観的幸福感尺度と SPANE) が測定された。第二課題 (支出想起の操作) では最近行った向社会的支出、利己的支出、もしくは最近の出来事の記憶を想起した。第三課題では第一課題と同じ尺度に質問紙形式で回答した。第四課題 (支出行動の測定) では、全ての参加者が 1000 円を実験者から受け取り、それを自分に使うか他者に使うかを選択した。参加者は参加謝礼の 1000 円に、第四課題の元手となる 1000 円を足した 2000 円を受け取り、実験室を退室した。全体の所要時間は 1 人あたり約 30 分であった。

2.5 幸福感尺度

先行研究では (Aknin et al. 2012, 2013a; Dunn et al., 2008) 幸福感の測定尺度として人生全般 (長期的視点) の幸福感を測定する主観的幸福感尺度 (Lyubomirsky & Lepper, 1999) が用いられている。そこで本研究でも幸福感を測定する尺度として主観的幸福感尺度の日本語版 (島井・大竹・宇津木・池見・Lyubomirsky, 2004) を用いた。「全般的に見て、わたしは自分のことを () であると考えている」のカッコ内に当てはまる言葉として、「1: 非常に不幸な人間」から「7: 非常に幸福な人間」の 7 点尺度で回答させるなど、4 項目で構成されていた。また、幸福感にはポジティブやネガティブな感情を持つ程度という側面もある (Diener, 1984; Diener et al., 1999)。

そこで本研究では SPANE (Diener et al., 2010) の日本語版 (Sumi, 2014) も使用した。SPANE では、最近の経験として「前向きな気持ち」や「良い気持ち」などのポジティブ感情 6 項目と、「後ろ向きな気持ち」や「悪い気持ち」などのネガティブ感情 6 項目に対し、「1: ほとんどなかった」から「5: ほぼいつもあった」の 5 点尺度で回答させた。先行研究 (Aknin et al., 2011, 2012) と同様に、主観的幸福感尺度でも SPANE でも、向社会的支出想起による幸福感の促進効果が見られると予測する。

2.6 支出想起

向社会的支出想起条件では参加者に、直近で最後に誰か他人のために 2000~5000 円を使った事例を思い出させ、その内容を出来るだけ詳しく記入用紙に書かせた。利己的支出想起条件では同じ金額を自分のために使った事例を思い出させ、記入させた。統制条件では通学路の信号の数、昨日の昼食の内容、先週コンビニに行った回数を思い出させ、記入させた。いずれの条件でも課題時間は 5 分に設定された。

2.7 支出行動

参加者は実験謝礼とは別に 1000 円を受け取り、自分が今、一番幸せになる使い方として「A: 今日 1000 円を自分自身へのプレゼントに使うもしくは自分自身の生活費 (例:家賃や請求書など) に使う」(利己的支出) か、「B: 今日 1000 円を誰かへのプレゼントに使うもしくは慈善団体への寄付に使う」(向社会的支出) のどちらかを選択した。

3. 結果

仮説 1 および仮説 3 の検証では、3 つの幸福感尺度に対してそれぞれ検定を繰り返す為、3 回の検定全体で有意水準が 5% に保たれるようにボンフェローニ調整を行い、有意確率が .0167 を下回った場合に有意だと判断した。

3.1 尺度の因子分析

因子分析の結果、想起前後ともに、主観的幸福感尺度 (最尤法) では 1 因子、SPANE (最尤法・プロマックス回転) では 2 因子と、先行研究と同じ因子構造が確認されたため、以降の分析ではそれぞれの平均値を用いた。各変数の平均値と標準偏差、信頼性係数および相関を Table 1 に示す。

Table 1. Descriptive statistics and correlations between Happiness, SPANE, and Prosocial Choice

	M (SD)	α	1	2	3	4	5	6
1. Pre-Happiness	4.64 (1.05)	0.80	1					
2. Post-Happiness	4.68 (0.98)	0.80	0.93**	1				
3. Pre-Positive	3.35 (0.75)	0.89	0.62**	0.59**	1			
4. Pre-Negative	2.79 (0.77)	0.84	-0.47**	-0.45**	-0.4**	1		
5. Post-Positive	3.41 (0.77)	0.92	0.6**	0.61**	0.9**	-0.45**	1	
6. Post-Negative	2.73 (0.82)	0.87	-0.5**	-0.45**	-0.46**	0.91**	-0.44**	1
7. Prosocial choice	0.09 (0.29)	n.a	0.14	0.16	0.24*	0.01	0.26*	-0.06

Note. Prosocial choice: prosocial choice = 1, proself choice = 0

** $p < .01$, * $p < .05$

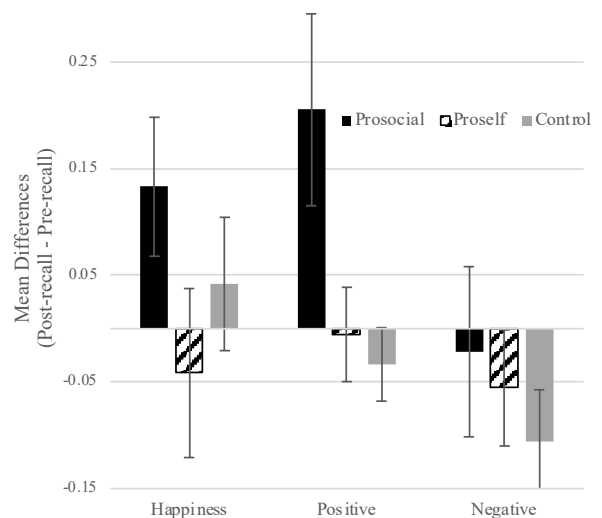
3.2 支出想起による幸福感の変化

3つの幸福感得点それぞれにおいて、想起後の得点から想起前の得点を引いた差得点の平均値を条件別に Figure 1 に示す。支出想起を独立変数、主観的幸福感の差得点を従属変数とした分散分析の結果、想起条件の有意な効果は見られなかった ($F(2, 87) = 1.59, p = .211, \text{partial } \eta^2 = 0.035$)。SPANE のネガティブ感情の差得点を従属変数とした分散分析の結果、有意な主効果は見られなかった ($F(2, 87) = 0.45, p = .637, \text{partial } \eta^2 = 0.01$)。SPANE のポジティブ感情の差得点を従属変数とした分散分析の結果、主効果が有意であった ($F(2, 87) = 4.57, p = .013, \text{partial } \eta^2 = 0.095$)。多重比較 (Bonferroni 法) の結果、ポジティブ感情の差得点は向社会的支出想起条件 ($M = 0.21, SD = 0.49$) が利己的支出想起条件 ($M = -0.01, SD = 0.242$) や統制条件 ($M = -0.03, SD = 0.19$) よりも有意に高かった。利己的支出想起条件と統制条件の間に有意差は見られなかった^{注4}。よって、仮説1はSPANEのポジティブ感情においてのみ支持された。

3.3 支出想起と支出行動との関連

向社会的支出行動を選択した人数は各条件30人中、向社会的支出想起条件で2人、利己的支出想起条件で6人、統制条件で0人であった。 χ^2 検定の結果、支出想起と支出行動の間に有意な関連が見られた ($\chi^2(2, N = 90) = 7.68, p = .022, \text{Cramer's } V = 0.29$; Fisher の正確検定 $p = .003$)。しかし、事後比較の結果、支出行動の差が有意であったのは統制条件と利己的支出想起条件の間であり ($\chi^2(1, N = 60) = 6.67, p = .01, \text{Cramer's } V = -0.33$; Fisher の正確検定 $p = .01$)、統制条件と向社会的支出想起条件 ($\chi^2(1, N = 60) = 2.07, p = .15, \text{Cramer's } V = -0.19$; Fisher の正確検定 $p = .246$) および向社会的支出想起条件と利己的支出想起条件

Figure 1. Mean differences between pre-recall and post-recall well-being scores



Note. Happiness: subjective happiness score. Positive: positive emotions in SPANE. Negative: negative emotions in SPANE. Error bars mean standard errors.

($\chi^2(1, N = 60) = 2.31, p = .129, \text{Cramer's } V = 0.20$; Fisher の正確検定 $p = .974$) の差は有意ではなかった。したがって、仮説2は支持されなかった。

3.4 幸福感の媒介分析

仮説3の検証のため、想起条件における利己的支出想起条件と統制条件を0、向社会的支出想起条件を1としたダミー変数を独立変数とし、利己的支出を0、向社会的支出を1とした支出行動を従属変数としたロジスティック回帰分析の結果、向社会的支出想起は向社会的支出行動を有意に説明しなかった ($b = -0.44, p = .603$)。したがって、仮説3として設定した媒介効果を検証するには不適切な結果が得られた。探索的に、主観的幸福感、SPANEの

ポジティブおよびネガティブ感情の想起前後の差得点による媒介効果を検討したところ（Bootstrap 法、2000 回）、いずれにおいても 95% 信頼区間は 0 を含んでおり、媒介効果は見られなかった。

4. 考察

本研究では向社会的支出と幸福感の相互影響関係が日本人サンプルにおいても見られるかを検証した。実験の結果、向社会的支出想起が幸福感を高めるといふ仮説 1 は一部支持されたが、向社会的支出想起が向社会的支出行動を促進するといふ仮説 2、および向社会的支出想起が向社会的支出行動を促進する効果が幸福感によって媒介されるという仮説 3 は支持されなかった。

想起後から想起前の得点を引いた差得点において、SPANE のポジティブ感情得点のみ、向社会的支出想起条件の得点が他の条件よりも上回った。一方、先行研究 (Aknin et al., 2012) と異なり、主観的幸福感得点において想起条件の有意な差が見られなかった。結果が一貫しなかった理由として 2 つの可能性が考えられる。ひとつは、尺度の種類の問題である。想起前後で幸福感を測定している先行研究では、想起前では全般的な（特性的なものも含めた）主観的幸福感尺度を、想起後では感情面での幸福感を測定し、想起前の得点を統制した上で向社会的支出想起の効果を検出している (Aknin et al., 2013a, b)。また、向社会的支出想起の効果は感情的な幸福感だけで見られ、主観的幸福感尺度 (Lyubomirsky & Lepper, 1999) や人生満足感尺度 (Diener, Emmons, Larsen, & Griffin, 1985) ではその効果が見られないことを報告する研究もある (Hanniball, Aknin, Douglas, & Viljoen, 2019)。さらに近年発表された事前審査付き大規模追試研究では (Aknin, Dunn, Proulx, Lok, & Norton, 2020)、効果量は小さいが、SPANE で測定された幸福感が向社会的想起によって高まることが報告されている^{注 5}。これらは、向社会的支出想起による幸福感の高まりが、感情面での幸福感で特に生じやすい可能性を示している。

主観的幸福感尺度において向社会的支出想起の効果が見られなかったもうひとつの可能性としては、全く同じ尺度に 2 度回答させたという理由が考えられる。先行研究では想起前と想起後の回答尺度を変えている (Aknin et al., 2013a, b, 2020; Hanniball et al., 2019)。したがって、回答を一貫させようとする心理が向社会的支出想起の効果が現れるのを妨げた可能性がある。今後、これらの可能性について検討する必要があるだろう。

本研究で、向社会的支出想起によって高められた幸福感が向社会的支出行動を促進するという影響が見られなかった結果も、先行研究 (Aknin et al., 2012) とは異なる結果である。ただし、統制条件と比較すると向社会的支出想起によって向社会的支出行動が促進されるという方向の差異は、非常に小さく非有意であるながらも、生じていた。これらは 2 つの可能性を示唆している。ひとつ目は利己的支出想起によって向社会的支出行動が促進された可能性である。日本という文化の要因や、他の何らかの要因によって、過去の利己的な支出を想起することが罪悪感あるいは恥などのネガティブな社会的感情を喚起し、それが向社会的支出行動を引き起こした可能性が考えられる (cf., Giguère, Lalonde, & Taylor, 2014; Roos, Hodges, & Salmivalli, 2014)。そのため、統制条件との比較を主としてサンプルサイズを設計し、追試を行う必要があるだろう。

向社会的支出想起によって向社会的支出行動が有意に高まらなかった理由の二つ目としては実験状況の匿名性が考えられる。先行研究 (Aknin et al., 2012) では、参加者が利己的支出行動をしたのか向社会的支出行動をしたのか実験者にはわからない状況であったが、参加者の行動そのものは実験者に見られている状況であった。本研究では参加者は個室内で意思決定を行ったため、行動そのものも実験者に見られない状況であった。この匿名性の高さが向社会的支出行動を抑制した可能性がある (Dana, Cain, & Dawes, 2006; Hashimoto, Mifune, & Yamagishi, 2014; Hoffman, McCabe, Shachat, & Smith, 1994)。ただし、匿名性の高さによって向社会的支出想起ないし幸福感が向社会的支出行動を促進する効果が弱められたのか、幸福感が向社会的支出行動を促進する効果はあったもののそれよりも匿名性の高さによる抑制効果が大きかったのかは定かではない。今後、匿名性の高さを操作し、向社会的支出想起が向社会的支出行動を高める状況を特定した上で、幸福感による媒介効果を検討する必要があるだろう。

文献

- Aderman, D. (1972). Elation, depression, and helping behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 91–101.
- Aknin, L. B., Barrington-Leigh, C. P., Dunn, E. W., Helliwell, J. F., Burns, J., Biswas-Dinner, R., Kemeza, I., Nyende, P., & Ashton-James, C. E. (2013a). Prosocial spending and well-being: Cross-cultural evidence for a psychological universal. *Journal of Personality*

- and *Social Psychology*, 104, 635–652.
- Aknin, L. B., Broesch, T., Hamlin, J. K., & van de Vondervoort, J. W. (2015). Prosocial behavior leads to happiness in a small-scale rural society. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144, 788–795.
- Aknin, L. B., Dunn, E. W., & Norton, M. I. (2012). Happiness runs in a circular motion: Evidence for a positive feedback loop between prosocial spending and happiness. *Journal of Happiness Studies*, 13, 347–355.
- Aknin, L. B., Dunn, E. W., Proulx, J., Lok, I., & Norton, M. I. (2020). Does spending money on others promote happiness? A registered replication report. *Journal of Personality and Social Psychology*, 119, e15–e26.
- Aknin, L. B., Dunn, E. W., Sandstrom, G. M., & Norton, M. I. (2013b). Does social connection turn good deeds into good feelings? On the value of putting the ‘social’ in prosocial spending. *International Journal of Happiness and Development*, 1, 155–171.
- Aknin, L. B., Sandstrom, G. M., Dunn, E. W., & Norton, M. I. (2011). It’s the recipient that counts: Spending money on strong social ties leads to greater happiness than spending on weak social ties. *PLoS ONE*, 6, e170187.
- Aknin, L. B., van de Vondervoort, J. W., & Hamlin, J. K. (2018). Positive feelings reward and promote prosocial behavior. *Current Opinion in Psychology*, 20, 55–59.
- Biswas-Diener, R. M. (2007). Material wealth and subjective well-being. In M. Eid & R. J. Larsen (Eds.), *Handbook of Subjective Well-being* (pp.307–322). New York: Guilford.
- Clark, A. E., Diener, E., Georgellis, Y., & Lucas, R. E. (2008). Lags and leads in life satisfaction: A test of the baseline hypothesis. *The Economic Journal*, 118, F222–F243.
- Curry, O. S., Rowland, L. A., van Lissa, C. J., Zlotowitz, S., McAlaney, J., & Whitehouse, H. (2018). Happy to help? A systematic review and meta-analysis of the effects of performing acts of kindness on the well-being of the actor. *Journal of Experimental Social Psychology*, 76, 320–329.
- Dana, J., Cain, D. M., & Dawes, R. M. (2006). What you don’t know won’t hurt me: Costly (but quiet) exit in dictator games. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 100, 193–201.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95, 542–575.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71–75.
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125, 276–302.
- Diener, E., Wirtz, D., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi, D., Oishi, S., & Biswas-Diener, R. (2010). New well-being measures: Short scales to assess flourishing and positive and negative feelings. *Social Indicators Research*, 97, 143–156.
- Dunn, E. W., Aknin, L. B., & Norton, M. I. (2008). Spending Money on Others Promotes Happiness, *Science*, 319, 1687.
- Falk, A., & Graeber, T. (2020). Delayed negative effects of prosocial spending on happiness. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117, 6463–6468.
- Frank, R. H., (2004). Human nature and economic policy: Lessons for the transition economies, *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 33, 679–694.
- Giguère, B., Lalonde, R. N., & Taylor, D. M. (2014). Drinking too much and feeling bad about it? How group identification moderates experiences of guilt and shame following norm transgression. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40, 617–632.
- Hanniball, K. B., Aknin, L. B., Douglas, K. S., & Viljoen, J. L. (2019). Does helping promote well-being in at-risk youth and ex-offender samples? *Journal of Experimental Social Psychology*, 82, 307–317.
- Hashimoto, H., Mifune, N., & Yamagishi, T. (2014). To be perceived as altruistic: Strategic considerations that support fair behavior in the dictator game. *Letters on Evolutionary Behavioral Science*, 5, 17–20.
- Hoffman, E., McCabe, K., Shachat, K., & Smith, V. (1994). Preference, Property Rights and Anonymity in Bargaining Games, *Games and Economic Behavior*, 7, 346–380.
- Isen, A. M. (1970). Success, failure, attention and reaction to others: The warm glow of success. *Journal of Personality and Social Psychology*, 15, 294–301.
- Isen, A. M., & Levin, P. F. (1972). Effect of feeling good on helping: Cookies and kindness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 21, 384–388.
- 伊藤 裕子・相良 順子・池田 政子・川浦 康至 (2003).

主観的幸福感尺度の作成と信頼性・妥当性の検討, 心理学研究, 74, 276–281.

Kahneman, D., Krueger, A. B., Schkade, D., Schwarz, N., & Stone, A. A. (2006). Would you be happier if you were richer? A focusing illusion, *Science*, 312, 1908–1910.

Konow, J., & Earley, J. (2008). The hedonistic paradox: Is homo economicus happier? *Journal of Public Economics*, 92, 1–33.

Lyubomirsky, S., & Lepper, H. S. (1999). A measure of subjective happiness: Preliminary reliability and construct validation. *Social Indicators Research*, 46, 137–155.

Nelson, S. K., Layous, K., Cole, S. W., & Lyubomirsky, S. (2016). Do unto others or treat yourself? The effects of prosocial and self-focused behavior on psychological flourishing. *Emotion*, 16, 850–861.

大竹文雄・白石小百合・筒井義郎(編)(2010). 日本の幸福度: 格差・労働・家族, 日本評論社.

大石繁宏(2009). 幸せを科学する: 心理学からわかったこと, 新曜社.

O'Malley, M. N., & Andrews, L. (1983). The effect of mood and incentives on helping: Are there some things money can't buy? *Motivation and Emotion*, 7, 179–189.

Roos, S., Hodges, E. V. E., & Salmivalli, C. (2014). Do guilt- and shame-proneness differentially predict prosocial, aggressive, and withdrawn behaviors during early adolescence? *Developmental Psychology*, 50, 941–946.

Rosenhan, D. L., Salovey, P., & Hargis, K. (1981). The joys of helping: Focus of attention mediates the impact of positive affect on altruism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 899–905.

島井哲志・大竹恵子・宇津木成介・池見陽・Sonja Lyubomirsky (2004). 日本版主観的幸福感尺度 (Subjective Happiness Scale: SHS) の信頼性と妥当性の検討, 日本公衆衛生雑誌, 51, 845–853.

Sumi, K. (2014). Reliability and validity of Japanese versions of the flourishing scale and the scale of positive and negative experience. *Social Indicators Research*, 118, 601–615.

Zhang, W., Chen, M., Xie, Y., & Zhao, Z. (2018). Prosocial spending and subjective well-being: The recipient perspective. *Journal of Happiness Studies*, 19, 2267–2281.

脚注

1. 幸福感 (subjective well-being) は様々な種類のポジティブ感情を抱いている状態という側面や、自身の人生に対する肯定的な認識といった側面など、非常に多義的な概念である (e.g., Diener, Suh, Lucas, & Smith, 1999; 伊藤・相良・池田・川浦, 2003)。本研究では概念の厳密な区別をせず、自身の人生に対する満足度やポジティブな感情を抱いている状態、あるいは一般的に「幸せだ」と感じている状態といった、主観的な幸福感という意味で用いる。
2. ただし近年、向社会的な支出行動を行った1ヶ月後に測定した幸福度は利己的な支出を行った場合よりも低下するという知見も報告されている (Falk & Graeber, 2020)。
3. 本研究は当初、Aknin et al. (2012) の概念的追試と位置付けていたが、追試研究として位置付けるのは不適切と考え、フレームしなおして論文化した。
4. なお、Holm 法による調整をすると、ポジティブ感情得点における想起前後の差は向社会的支出想起条件のみで有意となり ($p < .05$)、利己的支出想起条件や統制条件では有意な差が見られなかった。
5. Hanniball et al. (2019) および Aknin et al. (2020) は本研究の計画時には発表されていなかったため、これらの知見に基づく仮説 (主観的幸福感尺度と SPANE で向社会的支出想起の効果が異なるとする仮説) は設定しなかった。

謝辞

匿名の査読者2名から有益なコメントをいただいたことに感謝申し上げます。

Does Spending Money for Others Make People Happy? Investigating a Positive Feedback Loop Between Prosocial Spending and Well-being

Aguru Ono^{1*} Nobuhiro Mifune²

(Received: April 4th, 2022)

¹ Niigata Kodomo Iryo College
1-3-5 Akashi, Chuou-ku, Niigata City, Niigata 950-0084, JAPAN

² School of Economics and Management, Kochi University of Technology
2-22 Eikokuji, Kochi City, Kochi 780-8515, JAPAN

* E-mail: gruun15@gmail.com

Abstract: Previous research has shown that recalling prosocial spending behavior increases well-being, and increased well-being promotes future prosocial spending behavior. The current study aims to examine the positive feedback loop between prosocial spending and well-being among a Japanese sample. An experiment with 90 Japanese students found that recalling prosocial spending significantly enhanced a positive affect, measured by SPANE (Scale of Positive and Negative Experience: Diener, et al., 2010), but not with other well-being measures. Neither the association between prosocial recall and prosocial spending behavior nor the mediation effect of well-being was significant. We discuss the differences between previous and current studies, including the measurements of well-being and the situation in which prosocial spending is measured.