

日米に於ける対人間説得：¹⁾ 説得方法の好みに関する比較研究

Interpersonal Persuasion in Japan and the U. S. : Preferences for Persuasive Strategies

(1992年4月8日受理)

佐 生 武 彦
Takehiko Saiki

Key words: 対人間説得, 方法類型

はじめに

前稿では、米国で行われた「対人間説得 (interpersonal persuasion)」に関する日米の比較研究を認識論と方法論の両方から批判的に考察した。検討した諸研究は、説得方法の好みに関する日米の比較調査を目的としながら、一様にアメリカ的な“persuasion”の理解のみに立脚し、「説得」の概念に関しては一切これに触れることはなかった。この欠陥を補う為に、筆者は「説得」と“persuasion”の2つの用語に見られる概念上の相違を整理・検討し、彼我の説得観を概観するとともに、日米の比較調査に必要な通文化的な『説得』の定義を試みた。また、上述した認識論的欠陥から、諸研究に使用された説得方法の類型に含まれる諸方法が文化的に米国に偏ったものになっている等、異文化比較の作業にとってはいささか不適當であることも指摘した。²⁾

本稿の第二部である小論では、第一章で筆者が同様の比較調査に用いた説得方法の類型とその作成手順を紹介する。この類型の特徴としては、米国の諸研究が説得の方法として一様に「言語メッセージ」を主体にしているのに比べ、それに含まれる諸方法がより行動を志向したものであること。³⁾ 更に、これらの諸方法は、日本人とアメリカ人との面接調査の結果から得られたものであり、過去の諸研究に見られた文化的な偏向が最小限に抑えられていることである。続く第二章では、筆者が行った比較調査の結果から説得方法の好みに関する日米の相違点及び類似点を検討する。

1-1 方法類型の作成：面接調査

説得の方法類型を作成するに先だって、日米双方から15名づつの中間管理職を対象に面接調査を実施し、両文化で用いられる説得方法を集めた。⁴⁾ 面接では、各管理職に上司及び部下を相手にして過去に起こった説得体験を以下の8つの項目に時間を追って答えてもらう格好で語ってもらった。

- 1) 説得課題の内容
- 2) 課題に関する「歴史的」背景
- 3) 説得の必要性を感じてから実際に説得を始めるまでの時間差
- 4) 説得力を高める為にその時間差 (もし在れば) を利用して行ったこと
- 5) 言語メッセージの内容 (出来るだけ詳しく)

- 6) その時の態度
- 7) その他に行った行為・行動
- 8) 振り返ってみて、「言えた」と思うメッセージ、或いは「出来た」と思う行動

但し、説得の経験を「思い出せない、或いは覚えがない」という数名（約半数に上る）の日本人には、1) あなたと上司或いは部下の間で起こり得る説得の課題は何か、2) その課題であなたは如何にして相手を説得するか、3) 使用されると思われる言語メッセージは、という3つの質問に答えてもらった。この為、面接調査からは「実際に用いられた方法」及び「用いる可能性のある方法」という2種類の説得方法が得られた。しかし、方法の性格として前者のグループに属する諸方法の枠を越えるものが後者のグループからは提出されなかった為に、以下で見る方法類型にはすべて「実際に用いられた方法」が組み込まれている。面接に当っては、日本人は筆者が、アメリカ人に関しては同僚のアメリカ人が行った。面接調査に参加した管理職は日米共に全員男性である。

1-2 方法類型の作成：説得方法の選択基準

面接調査から得られた諸方法から、「何を方法類型に組み入れるか」を決定する際の基準として、1) アメリカ人から提出されたもので、日本人からは報告されなかったもの、2) 日本人から提出されたもので、アメリカ人から報告されなかったもの、そして3) 日米双方から提出されたものという3種類の説得方法を均等に列挙し、可能な限り文化的な偏りを避けることが当初の予定であった。これらの基準は面接調査に於て多数の説得方法が報告され、方法類型に組み入れる際に幾つかの方法は捨てる必要が生じるという予測の下で設定された。しかしながら、実際に得られた説得方法にこれらの基準を採用した場合に、説得方法の数及びその性格に於て、方法類型が極めて限定されたものになり、調査での使用が著しく困難になるため、上述した基準の採用は避け、報告された諸方法を全て方法類型に組み入れることにした。従って筆者が用いた方法類型は、この決定に沿って得られたものであり、大きく23の説得方法から構成されている。方法類型の作成に当っては、文化的なバイアスを最小限に押さえる必要上、筆者と前述のアメリカ人面接員との共同作業で行った。

表1- 対人間説得の方法類型

- 1) 依頼事項に関して相手の意向を打診する。
- 2) その人にしか出来ないことだという様なことを言って、相手に相手自身が重要視されていると感じるようにしむける。
- 3) 単に、して欲しいことをするように命ずる。
- 4) あなたの頼むことをしてくれたら、その引き換えに相手の頼むこともするというふうに申し出る。
- 5) 応ずる以外に道のないことを指摘する。
- 6) あなたの依頼をバックアップしてくれる上層部の助力を積極的に求める。
- 7) 依頼事項について相手に相談を持ちかける。
- 8) 既成事実を作り、好むと好まざるとに係わらず相手がしなければならぬようにする。
- 9) 好機の到来を待つ。
- 10) 賛辞、或るいは世辞を言ったり、好感を持たれる様に振る舞うことによって相手に好印象を与える。
- 11) 個人的に相手と接する時間を持つ。

- 12) 依頼事項に関する手にはいるだけの事例や数字を提示する。
- 13) あなたの代わりに話しをしてくれるしかるべき第三者をたてる。
- 14) 相手が引き受けたことによって不都合が生じた場合は、あなたがすべての責任を負うことを明らかにする。
- 15) 依頼する時に、謙虚に振る舞う。
- 16) 相手が断ることによって被る難儀困却に気付かせて、あなたのことを「気の毒」だと思わせる。
- 17) 相手を励ますことによって頼んだことが出来るという自信を与える。
- 18) 依頼を断ることは道義やプロとしての規範等に反する、という様なことを言って相手が自身に対して罪悪感を抱く様にしむける。
- 19) 相手の承諾に対して有形・無形のお礼、報償を約束する。
 - a) 含みを持った言い方で
 - b) はっきりと
- 20) 相手が断った時に起こる好ましくない結果を指摘する。
 - a) 含みを持った言い方で
 - b) はっきりと
- 21) 過去に与えた恩義や貸しを思い起こさせる。
 - a) 含みを持った言い方で
 - b) はっきりと
- 22) 依頼の背後にある理由を説明する。
 - a) 書面にて
 - b) 話すことによって
- 23) 依頼に応ずることが a) 相手自身に b) 会社にとって 益することだと指摘する。

1-3 方法類型の作成：説得方法の使用採点基準と説得シナリオ

前出の方法類型にある1から23の説得方法は、調査に用いられたアンケートに記載された順序で列挙してある。それぞれの説得方法の「使用見込み度」は、次の6つの基準を用いて採用されている。

1) 決して使わない, 2) たぶん使わない, 3) どちらかと言えば使う, 4) たぶん使う, 5) 必ずと言ってよいほど使う, 6) 使用には不適當。最後の6)に関して一言すれば、幾つかの説得方法は被説得者との関係上、「使う VS 使わない」という二元論的な尺度では「採点しにくい」という理由(例えば、上司に対する(命令)で採点の対象から外された、というテスト調査の結果を考慮しての措置である。「使用見込み度」の採点に当っては、アンケート調査が行われた時点での実際の上司及び部下、または過去に於てその様な関係にあった者を説得の相手と想定し、以下の4つのシナリオにて擬似説得を行ってもらった。

- 1) あなたは上司から会社の来る年の目標について書面を受け取りました。その目標を検討したあなたは、その中の幾つかは達成するには高すぎると思い、目標調整の必要性を感じています。この件で、あなたは上司にあたってみることにしました。
- 2) 目下あなたは、大変おもしろいと思われる新しいプロジェクトについて思案中です。そのプロジェクトを施行するにあたり、あなたは上司の承諾を得る必要があります。この件で、あなたは上司にあたってみることにしました。
- 3) あなたの部下が、次の仕事の目標について書面化したものを提出しました。ところが、部下の示した目標の幾つかは余りに低いものとあなたは判断しました。この件で、あなたは部下に話してみることになりました。

4) あなたの勤める会社は、最近、地方に支店を設けました。あなたは経営陣からあなたの課からその支店に送る為の人選を頼まれています。この件で、あなたの部下にあたってみることにしました。これら4つの説得シナリオは、面接調査の結果、及び日本生産性センターが行った「日米管理職行動比較研究調査」(1984)⁵⁾の調査結果を参考に、日米両国の会社組織に於て同様に起こり得る状況として、筆者とアメリカ人面接員とで作成した、尚、上司及び部下に対するそれぞれの説得状況は、1) 社会や組織での行動規範、或いは被説得者に対して説得者が抱いている期待感等に反した場合に、相手の態度や行為に反応する形で行われる「違反反応型」の説得、2) 相手に非はなく、主に自己の要求を申し入れる「依頼申請型」の説得、という一般に見られる2つの説得状況に対応している。

上記した4つのシナリオには、それぞれ「開始段階」と「継続段階」という2つの段階が設けられている。過去の諸研究はすべて前者に於ける方法選択の好みを比較したわけであるが、本調査では前稿で提出した『説得』の定義に沿うように、更に後者を設定し、被説得者からの「反対」に対処する為の方法選択の機会にしている。

1-4 本比較調査の研究課題

第1章を締めくくりにあたって、本比較調査に於ける調査事項を以下に列挙する。

- 1) 対人間の説得に際して、相手が上司の場合、日本人及びアメリカ人は如何なる方法を好んで用いるか。
- 2) 対人間の説得に際して、相手が部下の場合、日本人及びアメリカ人は如何なる方法を好んで用いるか。
- 3) 「説得段階」の違いは、日本人及びアメリカ人の方法選択に如何なる影響を及ぼすか。

2-1 調査結果：調査参加者

アンケート調査には、日本人84人、アメリカ人78人が参加した。(参加者の年齢、所属部門、学歴等に関するデータは末項を参照。)日本からは在阪の4つの企業(商社、建設、機械製造、銀行)、米国からはサンフランシスコ周辺の9つの企業(機械製造〔2〕、リサーチ〔2〕、商社、交通、サービス、銀行)を調査対象とした。参加者の性別の比率に関しては、アメリカ人側からは19名の女性管理職が参加しているのに対し、日本人側からの女性参加者がゼロというサンプリング上の問題が見られるが、性差を独立変数としてアメリカ人の方法選択に関して平均値の差を検定したところ、説得方法の好みに及ぼす性別の影響は無視し得るという結果が出ている(末項のデータを参照)。

2-2 調査結果：因子分析

説得方法の好みに関する日米の比較作業に先だって、23の各方法に対してアンケート調査から得た「使用見込み度」に関するデータの因子分析を行った。この分析では、23の諸方法の潜在因子構造を抽出することが狙いである。初めに、日米の各サンプルに対して個別に因子分析を実施したが、統計的に見ても、また因子に見られる説得方法の特性の上からも明確な因子構造が得られなかった為、日米双方のデータを合併して、両文化に共通の因子構造を獲得するに至っている。

表-2 対人間説得の方法

バリマックス回転後の因子負荷量

因子	説 得 方 法	因子負荷量
第Ⅰ因子 《社会的操作》	4) あなたの頼むことをしてくれたら、その引き換えに相手の頼むこともするというふうに出る。	0.6169
	10) 賛辞、或いは世辞を言ったり、好感を持たれる様に振る舞うことによって相手に好印象を与える。	0.6721
	16) 相手が断ることによって被る難儀困却に気づかせて、あなたのことを「気の毒」だと思わせる。	0.6720
	19) 相手の承諾に対して有形・無形のお礼、報償を約束する。 a) 含みを持った言い方で	0.8293
	19) 相手の承諾に対して有形・無形のお礼、報償を約束する。 b) はっきりと	0.7985
	21) 過去に与えた恩義や貸しを思い起こさせる。 a) 含みを持った言い方で	0.8633
	21) 過去に与えた恩義や貸しを思い起こさせる。 b) はっきりと	0.8468
第Ⅱ因子 《論理・因果関係》	12) 依頼事項に関する手に入るだけの事例や数字を提示する。	0.6168
	20) 相手が断った時に起こる好ましくない結果を指摘する。 a) 含みを持った言い方で	0.8293
	20) 相手が断った時に起こる好ましくない結果を指摘する。 b) はっきりと	0.7985
	22) 依頼の背後にある理由を説明する。 a) 書面にて	0.7340
	22) 依頼の背後にある理由を説明する。 a) 話すことによって	0.7178
	23) 依頼に応ずることが a) 相手自身にとって 益することだと指摘する。	0.7144
	23) 依頼に応ずることが b) 会社にとって 益することだと指摘する。	0.6741
第Ⅲ因子 《威圧・強行》	3) 単に、して欲しいことを命ずる。	0.5863
	5) 応ずる以外に道の無いことを指摘する。	0.7313
	8) 既成事実を作り、好むと好まざるとに係わらず相手がしなければならない様にする。	0.6670
	18) 依頼を断ることは道義やプロとしての規範等に反する、という様なことを言って相手が自己に対して「罪悪感」を抱くようにしむける。	0.6180
第Ⅳ因子 《社会的支持》	1) 依頼事項に関して相手の意向を打診する。	0.4821
	2) その人にしか出来ないことだという様なことを言って、相手に相手自身が重要視されていると感じる様にしむける。	0.5863
	11) 個人的に相手と接する時間を持つ。	0.5071
	14) 相手が引き受けたことによって不都合な事が生じた場合には、あなたがすべての責任を負うことを明らかにする。	0.4179
	17) 相手を励ますことによって頼んだことが出来るという自信を与える。	0.5876
第Ⅴ因子 《対決回避》	7) 依頼事項について相手に相談を持ちかける。	0.6777
	9) 好機の到来を待つ。	0.6670
	15) 依頼をする時には、謙虚に振る舞う。	0.3857
第Ⅵ因子 《他者介入》	6) あなたの依頼をバックアップしてくれる上層部の助力を積極的に求める。	0.4666
	13) あなたの代わりに話してくれるしかるべき第三者をたてる。	0.4459

分析の結果、解釈可能な6つの因子が抽出された。前項にある様に、第I因子は《社会的操作》、第II因子は《論理・因果関係》、第III因子は《強行・威圧》、第IVは《社会的支持》、第V因子は《対決回避》、第VI因子は《他者介入》と命名した。以下で行うt検定の結果報告に際しては、これら6つの因子を中心に考察する。

尚、入手したデータの入力の際には、前章で紹介した6つの選択基準を、それぞれ「決して使わない」は0、「たぶん使わない」は1、「どちらかと言えば使う」は2、「たぶん使う」は3、「必ずと言ってよほど使う」は4、そして「使用には不適當」は0、という具合にすべて数値に置き換えている。最後の項目に関して説明を加えれば、厳密には「使用見込み度」のスケールに属する選択基準ではないが、「使う VS 使わない」の尺度で判断すれば、必然的に「使わない」を示す基準だと考えられる。更に、この基準が上司を被説得者とするシナリオでの方法3（命令）に対する「使用見込み度」として特に頻繁に使用された結果を考慮すれば、6つ目の基準が「使わない」よりはむしろ「使えない」と被調査者が判断した方法に対して使用されたものと考えられる為、「決して使わない」に相当する0の数値は妥当な判断かと思われる。

2-3 調査結果：日米比較—上司

日本人、及びアメリカ人は上司（パワー、ステイタスに於て上位にある者）を説得するに際して、如何なる方法を好んで用いるであろうか。以下でこの問題を検討しよう。

表3—日米比較：上司の場合

因 子	平均値	標準偏差	t 値
1) 社会的操作 (Social Manipulation)			
日 本 人	0.53	[0.43]	-3.30***
アメリカ人	0.73	[0.66]	
2) 論理・因果関係 (Rationale/Cause & Effect)			
日 本 人	2.14	[0.97]	-10.51***
アメリカ人	3.03	[0.72]	
3) 強行・威圧 (Social Coercion)			
日 本 人	0.80	[0.58]	6.91***
アメリカ人	0.38	[0.51]	
4) 社会的支持 (Social Support)			
日 本 人	2.00	[0.70]	1.23***
アメリカ人	1.73	[0.78]	
5) 対決回避 (Non-Confrontation)			
日 本 人	2.32	[0.71]	1.47***
アメリカ人	2.85	[0.59]	
6) 他者介入 (Intervension)			
日 本 人	1.54	[0.84]	1.10***
アメリカ人	1.19	[0.88]	
日本=166(N) アメリカ=152(N) df=316 ⁹⁾			

* P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

0.1%レベルでの有意差が6つの因子すべてに認められるものの、「使用見込み度」を示す平均値に関しては、〈論理・因果関係〉、〈強行・威圧〉及び〈対決回避〉の3つの因子に多少の差が見られるだけである。〈論理・因果関係〉に見られる平均値に関して一言すると、この因子に含まれる7つの全方法に対するアメリカ人の「使用見込み度」が、日本人のそれを大幅に上回った結果であり、中でも次の5つの説得方法に日米の差が顕著に観察される。つまり、「好ましくない結果を指摘する（はっきりと）」が日本人の1.16に対してアメリカ人の2.21。以下同様に、「理由説明（文書）」で日本人2.12に対しアメリカ人3.22。「理由説明（口頭）」で日本人2.83に対しアメリカ人3.68、「利益（自己）」で日本人

1.94に対しアメリカ人2.92、そして「利益（組織）」では日本人2.83に対しアメリカ人3.42である。

上の結果から、上司を説得するに際し、アメリカ人は〈論理・因果関係〉、及び〈対決回避〉とい

う2つの因子を重要視する傾向にあることが判る。同じ様に、日本人もこれら2つの因子を好みの説得方法とするが、「使用見込み度」に関して言えば、アメリカ人との間に少なからず差が認められる様である。また、日米双方が、上司の説得にあたって、〈社会的操作〉及び〈強行・威圧〉の2つの因子を用いる可能性は極めて低いことが判る。

2-4 調査結果：日米比較一部下

部下を被説得者とする場合、〈他者介入〉を除く5つの因子に0.1%レベルでの有意差に加え、「使用見込み度」の平均値に関しても相当な差が見られる(表2参照)。後者のこの傾向は、〈対決回避〉で特に顕著に認められる。つまり、他の4つの因子に見られる平均値の差は、上司の場合と同様に、いずれも「量的な違い」を示すだけで、「使用 VS 不使用」という「質的な違い」に係わるものではなかった。しかしながら、「説得方法は2.00以上の場合に『使用される』ものとする」という筆者の評価基準に従えば、〈対決回避〉に見られる平均値の差は、アメリカ人がこの因子を「使用する」(2.77)一方で、日本人は「使用しない」(1.73)とする「質的な違い」を生み出すに至っている。

日本人が部下の説得に際しては、表4に見られる様に、〈社会的支持〉及び〈論理・因果関係〉の2つの説得方法を重視することが判る。更に、部下の性格もしくは状況の必要性等によっては、〈対決回避〉と〈強行・威圧〉という正反対の性格を持つ2つの因子を援用することも十分考えられる。アメリカ人の場合は、〈論理・因果関係〉に属する説得方法を中心に、〈対決回避〉と〈社会的支持〉という2つの因子を併用する傾向にあると言えよう。加えて、アメリカ人が他の3つの因子を使用する見込み度は極めて低い。

表4-1 日米比較：部下の場合

因子	平均値	標準偏差	t 値
1) 社会的操作 (Social Manipulation)			
日本人	0.60	[0.56]	-7.09***
アメリカ人	1.11	[0.73]	
2) 論理・因果関係 (Rationale/Cause & Effect)			
日本人	2.36	[0.74]	-9.95***
アメリカ人	3.07	[0.52]	
3) 強行・威圧 (Social Coercion)			
日本人	1.34	[0.74]	6.73***
アメリカ人	0.81	[0.65]	
4) 社会的支持 (Social Support)			
日本人	2.78	[0.70]	5.92***
アメリカ人	2.32	[0.71]	
5) 対決回避 (Non-Confrontation)			
日本人	1.73	[0.85]	-12.72***
アメリカ人	2.32	[0.62]	
6) 他者介入 (Intervension)			
日本人	1.00	[0.74]	-2.49*
アメリカ人	1.24	[0.98]	
日本=166(N) アメリカ=154(N) df=318			

* P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

2-5 調査結果：上司 VS 部下

説得方法の選択に際して、パワー・ステータスの違いが如何なる

影響を日本人及びアメリカ人に与えるか。この問いに答えるために、上司と部下に対する説得方法の好みを日米の双方を個別に分析してみた。

被説得者の相対的な地位が方法選択に及ぼす影響は、日本人の場合、〈強行・威圧〉、〈社会的支持〉、〈対決回避〉及び〈他者介入〉の4つの因子で0.1%レベルでの有意差が見られるに加え、「使用見込み度」の平均値にも少なからず差が観察される。平均値に関するこの傾向は〈社会的支持〉に於て特に著しい。〈社会的操作〉及び〈論理・因果関係〉の2つの因子にある数値を見れば、日本人の間で

表5－上司 VS 部下：日本人

因子	平均値	標準偏差	t 値
1) 社会的操作 (Social Manipulation)			
上司	0.53	[0.43]	1.31*
部下	0.60	[0.56]	
2) 論理・因果関係 (Rationale/Cause & Effect)			
上司	2.14	[0.79]	2.63**
部下	2.36	[0.74]	
3) 強行・威圧 (Social Coercion)			
上司	0.80	[0.58]	7.39***
部下	1.34	[0.74]	
4) 社会的支持 (Social Support)			
上司	2.00	[0.70]	10.13***
部下	2.78	[0.70]	
5) 対決回避 (Non-Confrontation)			
上司	2.32	[0.71]	-6.88***
部下	1.73	[0.85]	
6) 他者介入 (Intervension)			
上司	1.54	[0.84]	-6.17*
部下	1.00	[0.74]	
上司=166(N) 部下=166(N) df=330			

* P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

表6－上司 VS 部下：アメリカ人

因子	平均値	標準偏差	t 値
1) 社会的操作 (Social Manipulation)			
上司	0.73	[0.66]	4.76***
部下	1.11	[0.73]	
2) 論理・因果関係 (Rationale/Cause & Effect)			
上司	3.03	[0.51]	0.57***
部下	3.07	[0.52]	
3) 強行・威圧 (Social Coercion)			
上司	0.38	[0.51]	6.64***
部下	0.81	[0.65]	
4) 社会的支持 (Social Support)			
上司	1.73	[0.78]	6.96***
部下	2.32	[0.71]	
5) 対決回避 (Non-Confrontation)			
上司	2.85	[0.59]	-1.19 有意差なし
部下	2.77	[0.62]	
6) 他者介入 (Intervension)			
上司	1.19	[0.88]	0.52 有意差なし
部下	1.24	[0.98]	
上司=156(N) 部下=156(N) df=310			

* P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

は相手が誰であるかに係わらず、常に〈社会操作〉の使用は避けられる傾向にあり、逆に〈論理・因果関係〉は使用可能性の高い説得方法であることが判る。

翻って、アメリカ人の場合は、被説得者のパワーの違いによって大きく影響を受けることはなく、上司及び部下に対して日本人よりも比較的一貫した方法選択を行う様である。確実にこの独立変数の影響を受けるとされる説得方法は、唯一〈社会的支持〉だけである。

2-6. 日米比較 VS 継続

日本人及びアメリカ人が他者を説得するにあたって、説得を開始する際に用いる方法と相手からの「反対」を受けた後で説得を継続する際に用いる方法とに如何なる相違が見られるであろうか。この問いに答える為に、「開始」及び「継続」の説得段階に於ける各因子の「使用見込み度」の平均値を t 検定にかけた。

2-7 日米比較：開始 VS 継続－上司の場合

日本人が上司の説得を継続する場合、4つの因子に於て0.1%レベルでの有意差が観察され、「使用見込み度」を示す平均値にも多少の増加が見られる(表6)。〈社会的支持〉の因子に有意差は認められなかったが、平均値の推移はこの因子を、開始段階では「使わない」方法に属するものの、継続段階で「使う」方法に変化することは注目し得る。また、平均値を見る限り、確実に「使用する」方法とまでは言えないが、〈他者介入〉の因子が状況次第では使用され得るといふ推論もあながち無理

ではないだろう。

アメリカ人の場合、説得方法に関する「使用見込み度」の推移は日本人ほど一貫していない様だ。つまり、相手の反対を克服するにあたって、〈論理・因果関係〉がより強調されるものの、〈社会的支持〉は横ばい、そして〈対決回避〉にあっては多少ではあるが減少する傾向にある。アメリカ人に見られるこの〈対決回避〉の減少は、この因子に含まれる方法の一つである「依頼する時に、謙虚に振る舞う」に於ける「使用見込み度」が「継続段階」で20%ほど低下したところに原因がある（開始2.53及び継続2.00）。日本人の場合では〈対決回避〉が両説得段階を通して使用される確率が最も高いこととは対称的な結果である。

表7－開始 VS 継続：日本人－上司の場合

因子	平均値	標準偏差	t 値
1) 社会的操作 (Social Manipulation)			
開始	0.50	[0.44]	3.01**
継続	0.55	[0.49]	
2) 論理・因果関係 (Rationale/Cause & Effect)			
開始	2.05	[0.76]	5.67***
継続	2.22	[0.88]	
3) 強行・威圧 (Social Coercion)			
開始	0.74	[0.58]	5.26***
継続	0.86	[0.67]	
4) 社会的支持 (Social Support)			
開始	1.98	[0.70]	1.91 有意差なし
継続	2.03	[0.77]	
5) 対決回避 (Non-Confrontation)			
開始	2.27	[0.73]	3.80***
継続	2.37	[0.77]	
6) 他者介入 (Intervension)			
開始	1.36	[0.82]	11.26***
継続	1.72	[0.94]	
日本=166(N) アメリカ=152(N) df=316 ⁶⁾			

* P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

表8－開始 VS 継続：アメリカ人－上司の場合

因子	平均値	標準偏差	t 値
1) 社会的操作 (Social Manipulation)			
開始	0.67	[0.58]	3.51***
継続	0.76	[0.71]	
2) 論理・因果関係 (Rationale/Cause & Effect)			
開始	3.07	[0.52]	2.25*
継続	3.12	[0.62]	
3) 強行・威圧 (Social Coercion)			
開始	0.31	[0.42]	2.43**
継続	0.37	[0.62]	
4) 社会的支持 (Social Support)			
開始	1.72	[0.77]	0.00 有意差なし
継続	1.72	[0.84]	
5) 対決回避 (Non-Confrontation)			
開始	2.96	[0.60]	-7.27***
継続	2.75	[0.78]	
6) 他者介入 (Intervension)			
開始	0.86	[0.81]	16.76***
継続	1.52	[1.06]	
日本=166(N) アメリカ=152(N) df=318			

* P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

2-8 日米比較：開始 VS 継続一部下

部下の説得を継続するにあたって、日本人の場合、5つの因子に0.1%レベルの有意差が見られ、上司の場合と同様にすべての平均値に若干の増加が観察される。ただし、上司を被説得者とする際に見られた使用方法に関する質的な変化は認められず、〈論理・因果関係〉及び〈社会的支持〉という説得を開始するにあたって用いられた2つの因子が更に強調されるという結果が得られた。また、〈強行・威圧〉という因子が使用される見込みはさして高くはないが、この因子にある「依頼に応ずる以外に道がないことを指摘する」という方法に於て平均値の大幅な増加（開始1.46と継続1.99）を考慮すれば、日本人が反対する部下に対しては潜在的に強行策を取り得ることが推測できる。但し、確実に使用される因子ではないとしても、〈論理・因果関係〉及び〈社会的支持〉に続く第3の説得

表9－開始 VS 継続：日本人一部下の場合

因子	平均値	標準偏差	t 値
1) 社会的操作 (Social Manipulation)			
開始	0.56	[0.53]	3.78***
継続	0.64	[0.62]	
2) 論理・因果関係 (Rationale/Cause & Effect)			
開始	2.23	[0.75]	9.64***
継続	2.49	[0.79]	
3) 強行・威圧 (Social Coercion)			
開始	1.18	[0.72]	10.98***
継続	1.49	[0.83]	
4) 社会的支持 (Social Support)			
開始	2.68	[0.74]	6.35***
継続	2.88	[0.91]	
5) 対決回避 (Non-Confrontation)			
開始	1.70	[0.84]	1.94 有意差なし
継続	1.76	[0.91]	
6) 他者介入 (Intervension)			
開始	0.85	[0.70]	9.61***
継続	1.15	[0.89]	
上司=166(N) 部下=166(N) df=330			

* P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

表10－開始 VS 継続：アメリカ人一部下の場合

因子	平均値	標準偏差	t 値
1) 社会的操作 (Social Manipulation)			
開始	1.02	[0.69]	4.85***
継続	1.15	[0.76]	
2) 論理・因果関係 (Rationale/Cause & Effect)			
開始	2.87	[0.58]	17.55***
継続	3.23	[0.50]	
3) 強行・威圧 (Social Coercion)			
開始	0.58	[0.69]	15.69***
継続	0.98	[0.70]	
4) 社会的支持 (Social Support)			
開始	2.28	[0.69]	2.15**
継続	2.34	[0.79]	
5) 対決回避 (Non-Confrontation)			
開始	2.89	[0.58]	-4.08***
継続	2.78	[0.74]	
6) 他者介入 (Intervension)			
開始	1.02	[0.97]	11.23***
継続	1.46	[1.11]	
上司=156(N) 部下=156(N) df=310			

* P<0.05 ** P<0.05 *** P<0.001

方法として〈対決回避〉が控えていることは明記すべきであろう。

アメリカ人の場合にも0.1%レベルでの有意差が5つの因子で観察される。日本人と同様に、〈強行・威圧〉に大幅な平均値の増加が認められるが、継続段階にあっても「使用見込み度」の低い方法であることに変わりはない。説得段階の相違にも係わらず、アメリカ人が確実に用いる方法としては、〈論理・因果関係〉、〈対決回避〉及び〈社会的支持〉という3つの因子に限定される様だ。ここで注目すべきこととしては、上司の場合と同様に、反対する部下の説得を継続する際には、開始段階で最も「使用見込み度」の高かった〈対決回避〉に若干の減少が見られ、〈論理・因果関係〉がより強調されることによって両者の順序が逆転していることである。更に、この逆転を可能にした原因として、「依頼の時に、謙虚に振る舞う」という方法の「使用見込み度」が、上司の場合と同様に、約20%の減少が見られることは注目に値する。この結果から、アメリカ人が反対する他者の説得を継続するにあたっては、相手との力関係の相違に係わらず、より「クール」なアプローチを取ることが予測できる。

2-9 まとめ

表11に見られる様に、上司を被説得者とする場合に限り、日米双方が好んで用いる因子が非常に類似していることが判る。つまり、両文化グループが「どの因子を優先するか」に関して相違が見られるものの、両者共に〈論理・因果関係〉及び〈対決回避〉という2つの因子を使用する様である。但し、日本人が〈社会的支持〉を継続段階で用いる傾向にあるのに対して、アメリカ人の同因子の使用

は少なくとも「決定的」とは言えない。

表11- 使用される可能性の高い説得方法

	日 本 人	ア メ リ カ 人
上 司	1) 対決回避, 2) 論理・因果関係, 3) 社会的支持	1) 論理・因果関係, 2) 対決回避
部 下	1) 社会的支持, 2) 論理・因果関係	1) 論理・因果関係, 2) 対決回避, 3) 社会的支持
上司開始	1) 対決回避, 2) 論理・因果関係	1) 論理・因果関係, 2) 対決回避
上司継続	1) 対決回避, 2) 論理・因果関係, 3) 社会的支持	1) 論理・因果関係, 2) 対決回避
部下開始	1) 社会的支持, 2) 論理・因果関係	1) 対決回避, 2) 社会的支持, 3) 論理・因果関係
部下継続	1) 社会的支持, 2) 論理・因果関係	1) 論理・因果関係 2) 対決回避, 3) 社会的支持

部下を被説得者とする場合には、日米の説得方法の好みに少なからず相違が見られる。日本人が使用する因子が、説得段階の相違に係わらず〈社会的支持〉及び〈論理・因果関係〉の2つに限定され、両因子に於ける優先順位にも変化がないのに対して、アメリカ人の場合には更に〈対決回避〉が加えられ、使用する因子の優先順位も説得段階の違いに大きく影響を受ける傾向にあることが判る。

2-10 むすび

第1章では、筆者が日米の説得方法の好みに関する比較調査に用いた説得方法の類型をその作成手順と共に紹介した。冒頭で述べた様に、この類型には日米双方から採集した説得方法が組み込まれている為、日米の比較研究に於ては過去の諸研究に使われた類型に比べ、より「通文化」的なものになっていると思われる。

第2章で検討した日米の説得方法の好みに関しては、「使用見込み度」に於て多少の差が両文化グループに観察されたものの、使用する説得方法（或いは因子）に於ては非常に似通っているという結果が出された。好みの説得方法について言えば、日米の差は「質」よりはむしろ「量」と見られ、「文化の差は、ひっきょう、“Kind”よりは“Degree”の問題である。」という命題を支持する結果が得られた様だ。但し、この結論は、あくまで説得方法の好みに限定されるものであって、中間管理職を対象に実施した面接調査から得たもう一つの結果、つまり「日本人は他者の説得を避ける傾向にある。」という事実を説明するわけではない。次稿では、日本人に支配的なコミュニケーション型を考えながら、日本人と説得の関係を考察したい。

表11— 男性 VS 女性：アメリカ人

因 子	平均値	標準偏差	t 値
1) 社会的操作 (Social Manipulation)			
男 性	0.98	[0.58]	1.28 有意差なし
女 性	0.97	[0.56]	
2) 論理・因果関係 (Rationale/Cause & Effect)			
男 性	3.04	[0.37]	-1.10 有意差なし
女 性	3.15	[0.54]	
3) 強行・威圧 (Social Coercion)			
男 性	0.56	[0.41]	-0.74 有意差なし
女 性	0.61	[0.62]	
4) 社会的支持 (Social Support)			
男 性	2.02	[0.62]	-0.25 有意差なし
女 性	2.07	[0.73]	
5) 対決回避 (Non-Confrontation)			
男 性	2.80	[0.54]	-0.09 有意差なし
女 性	2.81	[0.47]	
6) 他者介入 (Intervension)			
男 性	1.19	[0.77]	-0.83 有意差なし
女 性	1.35	[0.68]	
男性=54(N) 女性=17(N) df=71			

* P<0.05 ** P<0.05 *** P<0.001

表12— 調査参加者の担当部門

	日 本 人	アメリカー人
1) 研 究 ・ 開 発	1	9
2) 生 産	25	19
3) 営 業 ・ 販 売	32	14
4) 管 理	26	20
5) そ の 他	1	8
6) 無 回 答	1	9
合 計	86	79

表13— 調査参加者の年齢

	日 本 人	アメリカー人
1) 30 歳 以 下	0	13
2) 31 ~ 35	2	18
3) 36 ~ 40	10	22
4) 41 ~ 45	34	13
5) 46 ~ 50	30	2
6) 51 ~ 55	5	1
7) 56 歳 以 上	1	2
8) 無 回 答	4	8
合 計	86	79

Notes and References

- 1) 本稿は、1987年に“Interpersonal Persuasion in Japan and the United States : A Study of Persuasive Strategy Selection”と題してサンフランシスコ州立大学に提出した修士論文の一部を、発展、独立したものである。
- 2) 佐生武彦『日米に於ける対人間説得：その概念と方法』国際文化論集、創刊号、1990、桃山学院大学。
- 3) 詳細は前稿(1990)を参照。

4) 調査に際しては、一般にその達成可能性(feasibility)を重視する米国「学問文化」を反映してか、対人間説得の比較研究の殆どが、情報源として最も接近しやすい大学生をその調査対象に当てている。むろん大学生が全く不適当と言うことではないが、達成可能性を重んずるばかりに、研究課題により適切な調査対象を考慮しないというのは健全な調査態度とは思われない。筆者の比較研究では、ビジネスの世界から中間管理職をその調査対象に選んだわけであるが、以下でその選択理由を詳しく論じてみたい。

調査の対象として大学生を不適当とした理由から述べると、これは日米の大学生を対象にした面接調査の結果による。この調査結果から、日常生活に於ける「説得」経験の頻度に関して大きな違いが両文化グループに見られることが分かった。調査対象となった10人の日本人学生のうち、4人からは過去に於ける説得経験には「覚えがない」という返答があり、体験談を語った6人にしても4人までが「辛うじて」思い出したというものであった。更に、6人の説得経験が「いつ起こったか」に関して付言するなら、「ごく最近」という返答が2つあっただけで、「3ヶ月前」、「一年程前」、「一年以上前」、「3年以上前」、とかなりの過去に遡るケースが含まれていた。説得の体験を思い出すに当って、文字通り「奮闘」した日本人学生10人のうち、5人の学生から「日頃、あまり人を説得することはない」という指摘があったことを付け加えておきたい。

翻って、10人のアメリカ人学生のうち、9人までが「難無く」体験談を語ることが出来たことに加え、7件が面接調査から遡って一週間以内に起こった体験であった。

説得経験の頻度に関する日米間に見られるこの相違は、勿論、日本人の言う「説得」とアメリカ人の考える“persuasion”の間に見られる概念の違いを無視した場合の結論であり、異文化比較の研究という小論の目的からすれば有効な結論ではない(「説得」と“persuasion”の概念上の相違に関しては前稿(1990)を参照)。しかしながら、前稿で得た、筆者の調査に於ける認識論上の基盤となる『説得』の定義が限りなく日本で言う説得の概念に近いことを考慮すれば、大学生を調査対象にした場合に大きな問題が持ち上がることになる。つまり、方法類型の作成に先だって行われる、説得方法の採集を目的とする面接調査に於て、特に日本人学生の説得経験の不足から生じる極めて深刻な情報不足が予想されることである。更に、数年もの過去に遡る必要がある場合には、鮮度の低い記憶からは生き生きとした体験談は望むべくもなく、使用された説得方法に関する情報にしても少なからず「曖昧さ」を伴うことは容易に想像できることである。

従って、説得に関する日米の比較研究に求められる調査対象は、「職務上の必要性等から他者を説得しなければならない立場にある者」という条件を満足させる必要がある。更に、「被説得者の社会的パワーの差が説得方法の選択に際して如何なる影響を及ぼすか」という本比較調査の研究課題を可能にするものとして、調査対象となるサンプルは社会的ヒエラルキーの問題を解決出来ることが要求される。日本人に関する限り、「明確な上下の区別」は容易に確保できるものであろう。しかし、対人関係に於ける平等(少なくとも表面上の)を文化的な価値とするアメリカ人にとっては、パワーの序列が外部から「成文化」した形で半ば強制的に押しつけられる必要がある、と筆者は考える。この意味では、縦割りに構造化され、参加者には明確なタイトルをもって互いにパワー・ステータスの差を確認し合える場としての、ビジネスの組織が、日本の社会構造に最も類似するものと考えられる。これらの理由から、上下の双方にコミュニケーションのフローを有する中間管理職が、上記の条件を満たす者として調査の対象に決められた。

- 5) Baba Masao, Hanaoka Masao, Hara Hideyuki and Ralph Thompson (1984) : Managerial Behavior in Japan and the U. S. A. : A Cross-Cultural Survey. Tokyo : Japan Productivity Center, P. 45.