

# パブリックコミットメントがパフォーマンスに及ぼす影響について

今井 健晟 (鹿児島大学)

## 1. 目的

本研究の目的は、パブリックコミットメントがパフォーマンスの向上に影響を与えるか検討することである。

## 2. 研究方法

1) 対象者：大学生 60 名（男性 40 名、女性 20 名）のうち、教示通りに実施した 56 名（統制群 28 名、実験群 28 名）。

2) 実験課題：テニスボール 20 球を下投げで 5 m 先のかごに投げ入れる。プレテスト後にポストテストの目標を自己で設定し、実験群には、観察者に目標得点を宣言してもらった。球数に制限を設けず練習をした後、ポストテストを実施した。

3) 分析方法：条件（統制群、実験群）と得点（プレテスト、ポストテスト）について 2 要因分散分析を行った。また、両群における練習回数の違いを調査するために t 検定を行った。

## 3. 結果と考察

条件の主効果は有意でなく ( $F(1, 54)=2.55, n.s$ )、得点の主効果は有意であった ( $F(1, 54)=22.48, p<.01$ )。また、有意な交互作用が示されたため ( $F(1, 54)=5.62, p=.021$ )、単純主効果の検定を行った。単純主効果の検定からは、プレテストでは両群に有意な差は示されなかったが、ポストテストでは、実験群の方が統制群より 1%水準で有意に高かった。また、実験群における得点は 1%水準で有意に上昇し、プレテストよりもポストテストの方が高いパフォーマンスを示した。この分析結果は、目標を宣言した実験群は、ポストテストで得点が上昇したが、統制群の得点には変化がなかったことを示している (図 1)。

また、統制群と実験群の練習回数は、条件間に有意差が認められた ( $t(46.28)=2.91, p=.005$ )。すなわち、目標を宣言した実験群の方が、統制群よりも多く練習をしたことが示された (図 2)。

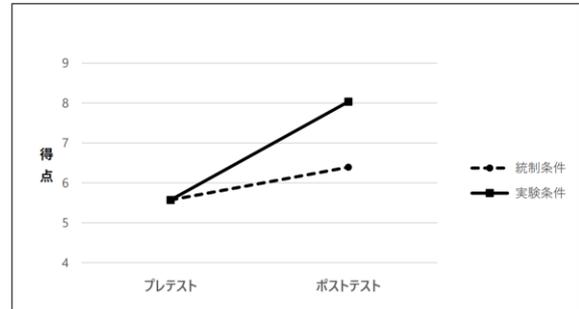


図 1 プレテストとポストテストの平均得点

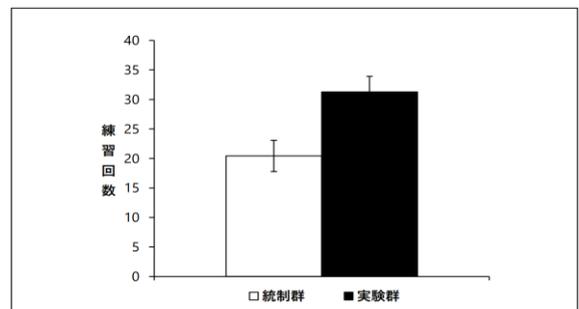


図 2 練習回数の平均値

Nyer and Dellande (2010) は、目標を公開すると、他者からの期待や評価を受けることになるため、自身の言動や行動を一貫させ、目標達成意欲が高まると主張している。このことから、目標を宣言した参加者は、目標を達成できるようになるまでより多く練習をした結果、ポストテストのパフォーマンスが向上したと考えられる。

## 4. 結論

実験の結果、目標を宣言した群はより多く練習し、プレテストからポストテストにかけて有意にパフォーマンスが向上した。このことから、目標を公にすることによって、動機づけが高められたり、コミットメントが強化されたりし、パフォーマンスの向上に影響を及ぼすことが分かった。

## 5. 主な参考文献

1) Nyer, P. U., & Dellande, S. (2010) Public commitment as a motivator for weight loss. *Psychology & Marketing*, 27(1), 1-12.