

店員の勧めを断れない心理について

1210492 中重 知哉

高知工科大学 経済・マネジメント学群

1. 概要

現代の若者は特に、相手に自分自身の気持ちを適切に伝えられないという問題がある。そのような問題から、買い物場面においても店員の勧めを断りたいが断れないという人が少なからずいるのではないかと考えた。そこで本研究では、「相手を尊重しつつ、自分自身の意見も明確に表現するスキル」のことであるアサーション（玉瀬他、2001）と自尊心が店員の勧めに対する断りやすさに関係しているのではないかと考え、それらの関係をアンケート調査にて検討した。分析の結果、アサーション尺度と断りやすさの間に正の相関関係が見られ、自尊心尺度と断りやすさの間には有意な相関関係が見られなかった。本研究の結果より、アサーションのスキルが高い人は、店員に自分が本当に欲しいものではない商品勧められた際にきちんと断る事ができるという事が分かった。そのため、アサーションは適切な自己表現をするために必要不可欠なスキルの1つである事が分かった。

2. 背景

近年、対人関係における人々のコミュニケーションは様々な課題に直面している。インターネットやSNSが普及し、スマートフォン1つでコミュニケーションを容易に取ることができるため、実際に人と対面した際に、適切に自分自身の気持ちを伝えられないという傾向にあるということが指摘されている（李、2018）。また、若者の対人関係において、相手と直接的なコミュニケーションに苦手意識を持つ傾向にあることが示されている（酒井、2010）。さらに、日頃の親とのコミュニケーションや友人とのコミュニケーションにおいても自己主張できない若者は増加しているとされている（佐野、2015）。加えて、現代の大学生において、他者と自分を区別し、相手と価値観や考えが違ったときに、それについて話し合ったり自己表現したりしないということも指摘されている（堀川、柴山、2006）。このような自己主張できない若者は、買い物を行う場面でも同様に自己主張する事ができな

い可能性がある。買い物を行う際、自分が本当に欲しいものでなかったとしても、店員の勧めに従って自分の意見を押し殺してしまい、結果的に断ることが出来ないという人が少なくないのではないだろうか。

店員の勧めを断りたいが断れない人というのは、非主張的な自己表現をしているといえる。非主張的な自己表現とは、自分自身の考えや感情を表現しないということである。このような自己表現をする人は、自分の考えは二の次で相手の意見を受け入れてしまう特徴がある（平木、2000）。そのため、相手から誘いがあったときに、断りたくても断れないということになってしまう。

玉瀬他（2001）によると、対人関係における自己表現行動は大きく分けて3つに分かれる。1つ目は非主張行動である。これは「自分の要求を相手に伝えられず、自分を殺して相手に合わせる行動」のことである。2つ目は攻撃的行動である。これは「自分を尊重し自己主張するが、自分のことを優先させ相手への配慮に欠けているという行動」である。3つ目は、アサーション行動である。これは、「相手の立場を尊重し自分の言い分を明確に表現する行動」である。

日本人の人間関係では、相手を尊重したいという考えや、相手との関係性を悪化させたくないという考えから必要な自己表現が制御されてしまうという傾向があることが明らかになっている（玉瀬他、2001）。また、日本人は海外と比較した際に「説得力」が欠如しており、アサーションのスキルや自己表現力が欠点であると言える（園田、2014）。相手の立場を尊重することができるという点で日本人は優れているが、結果的にそれが対人関係をあやふやにしていると言える。日本人の青年は西洋人の青年に比べて、自分は他者とは違い、独自の存在であるという価値観が低く、他者と結びついている人間関係の中に自分がいるという価値観が高い傾向にある（高田、1999）。これらの結果より、日本人の意思決定に他者が少なからず関係してくるということが分かる。

上に述べた3つの自己表現行動が、店員と客というコミュニティでどのような働きをするのかについて考える。非主張行動では、自分を殺して相手に合わせるということから、自分の意見を押し殺し店員の意見を優先させると考えられるため、店員の勧めを断りづらい行動であると言えるだろう。また、攻撃的行動では、自分のことを優先させ相手への配慮に欠けているということから、店員の意見よりも自分の意見を尊重すると考えられるため、店員の勧めを断りやすい行動であると言えるだろう。それに対しアサーション行動は「相手の立場を尊重しつつ自分の言い分を明確に表現する行動」である(玉瀬他、2001)。そのため、「相手の立場を尊重する」という側面と、「自分の言い分を明確に表現する」という側面が店員の勧めを断る場面で葛藤が生じる可能性がある。前者が優先される場合には店員の勧めを断れない。一方で、後者が優先されると店員の勧めを断る事ができるのではないかと考えた。これらのことから、アサーション行動は対人場面における自己表現行動の中で、店員の勧めを断るような自己表現と正の関係にあるか負の関係にあるか最も予想がつきにくいと感じた。そのため本研究では、このアサーションに着目した。

3. 目的・仮説

本研究は、店員と客という距離感の人間関係について検討した。この人間関係は、友人のように普段からコミュニケーションを取っているわけではなく、客が店に行くことによって初めて生まれる人間関係である。このような人間関係の場合どのような人が自己表現を制御されるのかについて調査した。本研究で着目した服屋では顧客とのコミュニケーションに費やす時間が多く、店員は商品の良さを顧客に最大限に伝えるため、高いコミュニケーションスキルやプレゼン能力が求められる。いわば接客のプロである。そのような接客のプロに商品を勧められたときに、自己表現を制御され店員の勧めを断れない人はどのような人であるのかについて研究した。

仮説として、店員の立場を尊重しているが、自分をおろそかにしている人が自己表現を制御され、店員の勧めを断れないのではないかと仮説を立てた。上記のとおり、アサーションのスキルが高い人は、店員に欲しい商品でないものを

勧められた場合に、相手の立場を尊重する側面と、自分自身の言い分を明確に表現する側面の2つの側面が葛藤する可能性があるが、自分を大事にするかどうかでこれらの関係が変わる可能性がある。仮説にある「自分を疎かにしている人」というのは自尊心が低い人を意味している。自尊心が低い人は自分自身を好きになれないという人が多く、適切な対処を取らない傾向にあるなどの特徴がある(脇本、2008)。自尊心が低い人は、買い物の場面でも自分自身の意見や考えに自信が持てず、適切な自己表現を行えないため、店員の勧めを断れないのではないかと考えた。

本研究では上記の仮説を検討するために、アサーション・自尊心・断りやすさの関係性を調べる。アサーション尺度と断りやすさについては予測がつきにくい、自尊心尺度と断りやすさに正の相関が見られると考えられる。

4. 研究方法

4-1. 研究対象者

高知工科大学の学生、他大学性、その他100名(男性45名、女性55名)にGoogleフォームを用いて、アンケート調査を実施した。平均年齢は21.7歳、標準偏差は1.57だった。調査の目的を読んだうえで、回答を研究のために使用して良いと考える場合に「同意する」を選択してもらい、そのように選択した人のみが調査に回答した。

4-2. 質問項目

初めに、アサーションは玉瀬他(2001)の青年用アサーション尺度の16項目を使用した。この尺度では、各項目に対し1(全くそうしない)~5(必ずそうする)の5件法で回答を求めた。次に、自尊心尺度はMimura and Griffiths(2007)の10項目を用いた。各項目に対し1(強くそう思わない)~4(強くそう思う)の4件法で回答を求めた。

それらを測ったうえで、店員に商品を勧められた場面が書かれているシナリオを提示して、その状況でどのくらい店員の勧めを断りづらいかを1(極めて断りづらい)~7(極めて断りやすい)の7件法で回答を求めた。その後年齢、性別の回答を求めた。本研究で使用したシナリオは以下のとおりである。

【あなたは服屋さんに行きました。現在使ってい

るコートは防寒性は高いのですが、その分生地が分厚く重たいので、軽量感のあるコートを購入する予定です。

コート売り場を見ていると、店員さんが「コートをお探しいですか？」と声をかけてきました。店員さんの見た感じは、あなたと同性で同年代の人ようです。あなたは「今使っているコートは重たいので軽いコートを探しています」と伝えました。店員さんはさらにどのような色が良いか、どのような材質のものが良いか尋ねてきました。

それらに答えている間、ふとした話題で店員さんはあなたと同じ大学の別の学部に通っている同学年の人で、さらにあなたと同じ趣味を持っていることが判明しました。そこから、あなたと店員さんは大学や趣味の話で盛り上がりました。

店員さんはとてもいい人で、話をしていてとても楽しい気分になりました。30分ほど楽しく会話した後に、店員さんから「おすすめのコートがあります」とあるコートを差し出してくれました。そのコートは確かに軽量感はあるのですが、あなたの好みのコートとは全くかけ離れているものでした。

あなたはこのような状況において、どのくらいその店員さんのおすすめを断りづらいと思いますか。】

5. 結果

5-1. 各尺度の内的一貫性

結果の分析にはHADを使用した(清水, 2016)。初めに、自尊心尺度とアサーション尺度の α 係数を算出した。アサーション尺度は関係形成因子と説得交渉因子の2因子に分かれているため(玉瀬他, 2001)、それぞれ別に α 係数を算出した。関係形成因子は、「好きな人には率直に愛情や好意を示す」「自分に分からないことがあれば、説明を求める」「友達に頼み事をしたいときは率直にいう」などの8項目からなっており、人との関係をより良いものにしていくために使われる。また、説得交渉因子は、「買った商品に欠陥があったら交換してもらおう」「貸していたお金を友達が返してくれない時は催促する」「親に反対されそうなことでも必要なら親に言う」などの8項目からなっており、自分自身が苦慮している場面において、相手に交渉したり説得したりする時に使われる。しかし、説得交渉因子の値が著しく低くなったため(関係形成因子: α

=.811 説得交渉因子: α =.426)、全16項目で α 係数を算出した。なお、玉瀬他(2001)でもこれらの2因子を1因子にまとめて全16項目で得点を出している。

自尊心尺度は、Miura and Griffiths(2007)では2因子構造をとっていたが、内田・上埜(2010)では因子分析を行なった結果、第1因子の固有値と第2因子の固有値の差が大きかったため、1因子構造を採用している。本研究では、内田・上埜(2010)に従い1因子構造を採用した。自尊心尺度とアサーション尺度の α 係数はそれぞれ(自尊心尺度: α =.831、アサーション尺度: α =.753)となった。 α 係数が問題なかったため、各尺度を1因子構造として、各尺度に含まれる項目得点の平均値を算出して尺度得点とした。

5-2. 相関分析

アサーション尺度、自尊心尺度の2つの尺度と断りやすさの記述統計を算出した。そして、この2つの尺度と断りやすさの3変数の相関分析を行った。

アサーション尺度と断りやすさでは有意な正の相関が見られた(図1: $r = .255$, $p = .012$)。相手の立場を尊重し自分の言い分を明確に表現することが出来る人は、店員の立場を尊重しつつ、自分の意見を述べる事が出来るため、店員の勧めを断ることが出来るということである。

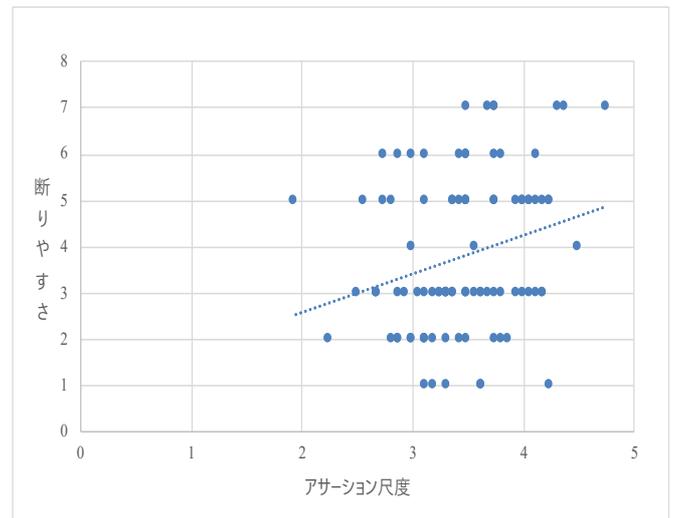


図1 アサーション尺度と断りやすさの関係

自尊心尺度と断りやすさでは有意な相関が見られなかった(図2: $r = .092$, $p = .370$)。自尊心の高低が店員の勧めを断ることが出来るかできないかに関しては関係性が低いとい

うことが分かった。

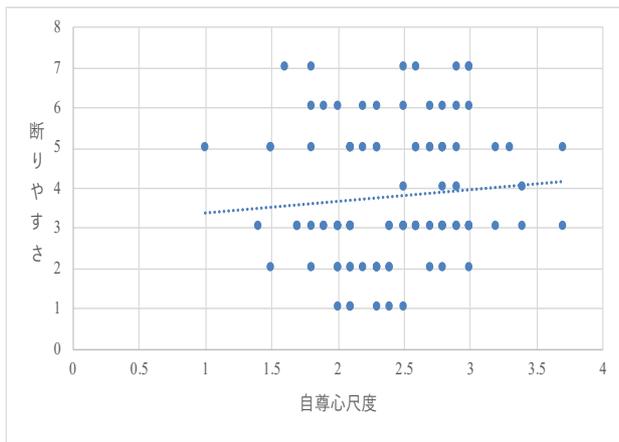


図2 自尊心尺度と断りやすさの関係

また、補足としてアサーション尺度と自尊心尺度では正の相関が見られた(図3: $r = .266$, $p = .009$)。

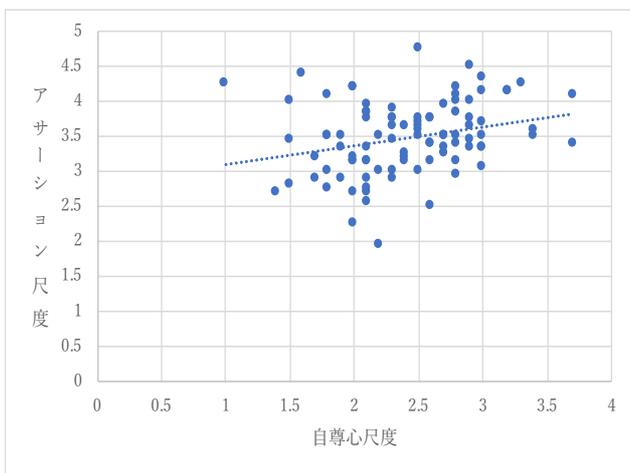


図3 アサーション尺度と自尊心尺度の関係

6. 考察

本研究は、どのような人が店員と客という比較的薄い人間関係でも、自己表現が制御されるのかについて調査した。そして、店員の立場を尊重しているが、自尊心の低い人が自己表現を制御され、店員の勧めを断れないのではないかという仮説を立てた。しかし、アサーション尺度と断りやすさでは正の相関があったものの、自尊心尺度と断りやすさでは有意な相関が見られなかった。したがって、仮説は一部のみ支持されたといえる。

まず、なぜアサーション尺度と断りやすさに正の相関があったのかについて考える。アサーション行動とは「相手の立

場を尊重し自分の言い分を明確に表現する行動」である(玉瀬他、2001)。すなわち、アサーションは相手との関係の維持や調整、その場に適した判断をする能力などの側面を含む(金子他、2010)。また、アサーションと断りやすさについての研究の例として、堂代・玉瀬(2011)の研究を挙げる。「友人からの誘いを断る場面」、「友人からの依頼を断る場面」、「友人に金銭の返還を要求する場面」の3つの場面において、自己表現を行う側からの調査である。これらの場面において、攻撃的行動、非主張的行動、アサーション行動のうち、どれが最も相手を傷つけることなく自分自身の意見を述べられるかについての調査を行った。その結果、この3つの全ての場面においてアサーション行動が最も適切であるということが分かった。これらの定義や研究から、アサーションのスキルが高い人は、店員に商品を勧められたとしても、本当に自分が欲しいものではないものを買うということは、その状況下において正しい選択ではないことと理解し、相手を傷つけることなく断るといって自分自身の意見を表現できる人であると考えられる。

次に、なぜ自尊心尺度と断りやすさに相関が見られなかったのかについて考える。自尊心が低い人は、買い物場面においてもマイナス思考になり、店員の勧めを断れないのではないかと考えていたが、そういった傾向にあるという結果は本研究では得られなかった。その原因は2つ考えられる。1つ目は、自尊心が低い人はそもそも店員と楽しく会話することが出来ないということである。調査票で提示したシナリオでは、店員と話が盛り上がり、楽しく会話した後に商品を勧められたと書いたが、自尊心が低い人はそもそもそのような経験が少なく、提示したシナリオを明確に想像し自分に当てはめることが出来なかったのではないかと考える。

2つ目は、自尊心の高低よりも他の要因が買い物場面で店員の勧めを断れるか断れないかについて関係性が高いということである。その要因の例として、親切心が関係してくると考えられる。例えば、友人から食事に誘われ、本心では断りたいが親切心から「喜んで行きます」と言うケースが考えられる。友人との関係を維持するためには、断らないことは必要な行動であり、社会的適応であると言える(佐野、2015)。自分のために、時間を割いてまで考えてくれた商品を断りづらいという思考になる人は少なく無いのではないか

と考えられる。調査票のシナリオで提示したように、店員と会話が盛り上がり、楽しく会話した後だと尚更、親切心や店員との関係について考えてしまい断りづらいのでは無いかと考えられる。

最後に、アサーション尺度と自尊心尺度の正の相関について考える。山根他（2016）の研究結果でも、自尊心が高い人はアサーションのスキルが高いと言う結果がみられている。相手の立場を尊重し自分の言い分を明確に表現する行動がアサーション行動である（玉瀬他、2001）。このアサーション行動を行うことが出来る人は、自分の言い分を明確に表現するということから自尊心が高いといえる。以上から、本研究で見られたアサーション尺度と自尊心尺度の正の相関関係は妥当であるといえる。

7. まとめ

アサーション尺度と断りやすさには正の相関が見られたが、自尊心尺度と断りやすさには相関が見られなかった。そのため、相関が見られなかった原因として挙げたシナリオについて、どのような人でも情景が浮かんでくるようなシナリオを考える必要があるだろう。また将来の研究では、店員の勧めを断れない人の心理について、自尊心の高低の他にどのような要因が関係してくるのかについて研究が行われるべきであると考えられる。

本研究でアサーション尺度と断りやすさに正の相関が見られた。またアサーション尺度と自尊心尺度にも正の相関が見られた。そのため、アサーションは非常に価値の高いスキルで良好な人間関係を築いていくうえで必要不可欠なスキルであるということが分かった。本研究では店員と客という比較的薄い人間関係での行動について研究したが、色々な場面でこのアサーションのスキルが必要となることがあると言える。例えば、部活動や職場での必要性は高いと考える。部活動では、練習内容の見直しをする際、色々なメンバーの意見が必要となる。そこで自分の意見を主張しつつも他のメンバーの意見をしっかりと受け入れ、何が一番自分達にとって最適であるか考えられるという能力が必要になってくる。そういった考えを持つメンバーが増えることでより良い組織になっていくだろう。また、職場でも周りに流されるだけでなく、きちんと場を弁えて自分自身の意見を主張するという力

は必要であると考ええる。このアサーションのスキルを磨くことによって色々な場面において最善の選択をすることができるようになり、より良い人間関係を築くことができるようになると思う。

引用文献

- ① 玉瀬 耕治、越智 敏洋、才能 千景、石川 昌代（2001）「青年用アサーション尺度の作成と信頼性および妥当性の検討」奈良教育大学紀要．人文・社会科学 50 巻 1 号 p221-232
- ② 脇本 竜太郎（2008）「自尊心の高低と不安定性が被援助志向性・援助要請に及ぼす影響」東京大学大学院教育学研究科・日本学術振興会 47 巻 2 号 p 160-168
- ③ Chizu Mimura, Peter Griffiths（2007）「A Japanese version of the Rosenberg Self-Esteem Scale: Translation and equivalence assessment」, Journal of Psychosomatic Research, 62, p589-594
- ④ 李 盛熟（2018）「日本人のアサーションにおける熟慮的自己表現」金城学院大学大学院人間生活学研究科論集 18 巻 p25-34
- ⑤ 清水裕士（2016）. フリーの統計分析ソフト HAD：機能の紹介と統計学習・教育, 研究実践における利用方法の提案 メディア・情報・コミュニケーション研究, 59-73.
- ⑥ 高田 利武（1999）「日本文化における相互独立性・相互協調性の発達過程」教育心理学研究 47 巻 4 号 p480-489
- ⑦ 堂代 裕子、玉瀬 耕治（2011）「アサーティブな自己表現の受け止め方に関する研究」帝塚山大学心理福祉学部紀要 5 巻 p 97-118
- ⑧ 酒井 美子（2010）「コミュニケーションが苦手な看護学生の対人関係の特性から教育的支援を考える」群馬県立県民健康科学大学紀要 p103-114
- ⑨ 園田 智子（2014）「日本人大学生と海外大学生のアサーション度に関する調査研究」40 巻 p 128-137
- ⑩ 堀川 徳子、柴山 謙二（2006）「現代の大学生に対するアサーション・トレーニングの効果について」熊本大学教育学部紀要、人文科学 55 巻 p73-83
- ⑪ 山根 由梨、深見 俊崇、石野 陽子（2016）「児童の

アサーションと自尊感情との関連」教育臨床総合研究
15 p107-121

- ⑫ 内田 知宏、上埜 高志 (2010) 「Rosenberg 自尊心感情尺度の信頼性および妥当性の検討」東北大学大学院教育学研究科研究年報 第58集・第2号 p 257-266
- ⑬ 平木 典子 (2000) 「自己カウンセリングとアサーションのすすめ」 金子書房
- ⑭ 佐野 茂 (2015) 「若者の社会的関係における主張性行動に関する考察」大阪商業大学論集 p 15-29
- ⑮ 金子 和弘、今井 有里紗、加藤 孝央、常本 智史、城 佳子 (2010) 「アサーション行動尺度における信頼性・妥当性の検討」生活科学研究 32巻 p57-66

謝辞

本研究を進めるにあたり、担当教員である日道先生をはじめ、Google フォームで作成したアンケート調査に協力してくださった皆様から多大なご協力をしていただきました。皆様にこの場をお借りして御礼申し上げます。