

# ギャンブル行動理論と 責任ギャンブリング戦略

IR カジノ訪問客の行動を中心に

梁 亨 恩

## 1. 序

### 1) IR カジノの発展と学術研究

世界経済不況下においてもカジノ産業は拡大成長している<sup>1)</sup>。最大の理由は観光資源の一つとして国際観光客を自国に呼び入れる効果が高いからである。古くからギャンブルのメッカと呼ばれたラスベガスが世界から注目を浴びる国際観光都市へ変身し、その影響は大きい。ラスベガスの変革はアジアにも刺激を与えギャンブルの盛んだったマカオからモラル国家のシンガポールまで IR カジノ (Integrate Resort、統合リゾート) を容認させたのである。いまやラスベガスのスタイルが世界に新娯楽産業のモデルとして認められている。IR カジノとはカジノ施設以外にホテル、ショッピングモール、シアター、レストラン、コンベンションホール、娯楽施設などで構成された大型コンプレックスである。こうした IR カジノが域内の観光客を呼びその収入から地域や国家の経済活性化に貢献することは実績で既に証明されている。現在では IR カジノを発展させるために先行国は積極的なギャンブリング戦略に取り込んでいる。

一方、カジノ産業の社会に与える否定的影響も指摘されてきた。カジノ先行国ではこうした影響を低減するために学術研究が行われている。ただし1990年代後半から本格的に始まったものでその歴史は長くない。初期段階の研究テーマは主に犯罪、中毒、家庭破綻のような社会影響的現象にカジノの影響があるかないかといった研究が多く持続発展可能な側面での戦略的な研究までには至らなかった。いまや社会学や心理学を活用した多様な研究を取り扱うようになり、そのテーマもカジノ施設の周辺環境や人間行動に焦点を合わせている。研究内容の一例としては、カジノ施設に対する地域住民の認識

(Carmichael, 1996; Lee & Back, 2007; Long, 1996; Pizam, 1985; 李忠基, 2001<sup>2)</sup>)、参加者のギャンブルモチベーション (Lee et al, 2006<sup>3)</sup>; Loroz, 2004<sup>4)</sup>) が挙げられる。このような多様な研究活動がカジノ産業の健全化や娯楽産業を新たなステージに導く役割を果たしたことは高く評価されている。

## 2) 学術研究の最新動向

世界カジノ産業の発展ぶりは日本にも経済不況の打開策の一つとして IR カジノを提案している。超党派で構成されたカジノ議員連盟の活躍や各マスコミの肯定的記事などは合法化へのスピード感を増やしている。その背景にはマカオやシンガポールの影響があることは言うまでもない。カジノ産業がもたらす税収増大や雇用増加という効果はだれの眼にも明らかで、カジノ産業が重要な観光資源であることが分かる。すでに10年以上も検討されてきたことを踏まえればカジノ合法化(法制化)は時間の問題であろう。もし日本でカジノができれば後発的なスタートになるが、むしろ良いものを作れるチャンスにもなる。カジノ先行国の経験や研究を生かしてユニークなジャパンスタイルが作れるからだ。周知のように日本でのカジノの研究は経済効果試算に重点を置く場合が多い。ギャンブル産業の研究でも依存症をテーマにしたものがおおく研究範囲は狭く、人間行動に焦点を合わせた研究はあまり見られない。こうした状況から本稿では筆者がいままで進めてきた研究報告書の一部を紹介したい。カジノ先行国の手法を用いて日本における仮説を検証した研究で、統計的に有意で今後の先行事例としても活用できると思われる。それから次の最新の研究動向に対して述べたい。

一つ目は、カジノ施設のある地域の住民が持っているカジノの影響に対する認識と態度をテーマにした研究(2006<sup>5)</sup>、2011<sup>6)</sup>、2012<sup>7)</sup>)である。2000年代初めに日本各地でカジノを合法化する動きが旺盛な時に、仮説を設定してそれに合致した地域を選定した後、地域住民に及ぼすカジノ影響を調べた。その結果、経済・社会・文化面に与える6つの影響が確認された、カジノ先行国の影響と比較した結果でも統計的に有意な結果が得られた。これでカジノ産業に対する地域住民の認識が非常に似ていることが分かった。こうした調査方法は日本でも客観性をもつことを意味しカジノ法案が成立した後に次のテーマとして有用である。カジノ施設に選定される地域住民を時系列に調査する際に地域住民の認識と態度の変化に対する研究を通じて住民意見を政策に反映することができると思われる。

## ギャンブル行動理論と責任ギャンブリング戦略

二つ目は、カジノの経験を持つ国際観光客のカジノモチベーション (casino motivation) をテーマにした研究 (2009<sup>8</sup>) で、国際観光客の認識は海外カジノに対し肯定的イメージを持っていることと、観光資源として評価していることが分かった。カジノモチベーションでは、楽しみや興奮という娯楽志向の側面と友人同行や冒険という社会性の側面が発見された。夜間に楽しめる観光資源が少ない日本で都心カジノの必要性を物語っている。こうした調査法はカジノを含めた公営ギャンブルに活用できることを意味し、ギャンブル産業別のモチベーションに対する研究を通じてギャンブル行動を理解することができると思われる。

三つ目は、パチンコの経験を持つサラリーマンのギャンブル行動をテーマにした研究 (2010<sup>9</sup>) である。日本ではカジノがないためにパチンコプレイヤーのギャンブル行動から先行研究の手法が検証できるかを確認した。ギャンブル行動に重要な要因である熱情 (passion) を強迫的パッションと調和的パッションの2つに分けてギャンブル依存症の関係を研究した結果、統計的に有意であった。こうした調査法は日本でも適用可能な研究手法であることを意味する。ギャンブルパッションに対する研究を通じてより健全な産業育成に寄与できると思われる。

最新の研究動向では、人間行動理論に基づいたテーマの報告書が確認される。大半がIRカジノの拡大による訪問客のギャンブリング行動の変化を理解する目的であるという。すなわち、訪問客が持つ態度・信念・価値などの人間行動を体系的に把握することでギャンブル行動を改善できるとみている。こうした研究からギャンブルの社会弊害や副作用を低減させる戦略が生まれた。これが責任ギャンブル戦略である。政策立案者やオペレーター側が取るべき社会的責任の戦略である。いままでギャンブル行動を自己責任とみなした視点とは違って、その周辺環境を改善する側面から人間行動に影響を及ぼそうという考えである。本稿はこうした戦略を考察するためにその関係理論と実例を考察するつもりである。それから示唆を探りたい。ただし、先行国の研究も初期段階であるためにデータの数は十分ではない。そのためにギャンブル行動を理解する理論から考察を始めたい。

## 2. 行動理論とギャンブル行動

### 1) 合理的行動理論と計画行動理論

「行動理論 (behavior theory) とは、特定の理論というより心理学の課題<sup>10)</sup>をいずれも物理的単位で測定される刺激と反応との関係の決定にある<sup>11)</sup>。」

Pavlov の条件反射学理論を心理学に取り入れて体系化を計った Watson (1878 - 1958) は、心理学は行動の科学であって意識の科学ではないとみて、心理学の目的が人間および動物の行動の予測と統制にあるためと主張する。そして心理学における概念は、すべて刺激・反応・習慣などの行動的概念にあるという。こうした刺激-反応パラダイムに変換プロセスを入れて発展させた概念が「認知心理学 (cognitive psychology)」である。これは結果による選択という考えから生まれて、反応 - 結果パラダイムともよばれる。すなわち、認知心理学とは反応という認知プロセスに関心を持つ心理学の分野である。いわば認知理論は知っていること、知識を意味する認識と理解、知っている姿を意味する認識が人間の感情と行動に影響を及ぼすと見ている。

認知理論と行動理論を組み合わせたものが「認知行動モデル (cognitive-behavioral model)」である。このモデルは Piaget<sup>12)</sup> の認知主義理論へ発展し、再び Skinner<sup>13)</sup> によって行動主義理論が作られた。その中でも行動主義理論は、「学習理論」とも言われ、その後 Bandura<sup>14)</sup> によって社会的学習理論へ発展した。こうした行動主義理論は、人間の行動を最も合理的に説明すると見て合理的行動理論を誕生させた。

「合理的行動理論 (theory of reasoned action、以下 TRA)」は、人間の行動を理解するための理論的体系として態度 (attitude) と主観的規範 (subjective norm) の二つの要因に定義される。TRA を観光分野に適用した Lam & Hsu (2006)<sup>15)</sup> によれば、観光客は思考プロセスによって訪問意図を形成され実質的な観光行動を起こす決定的な役割を果たすと主張している。IR カジノが新しい娯楽産業のモデルとして位置づけていく点から見れば、観光行動の一つと見做すことができ、そうであれば IR カジノ訪問客の行動が一部でも説明できる理論である。

一方、TRA は訪問客すべての行動を予測するのに足りない指摘された。人間がある行動をするために自分の能力や資源が十分にあるかを認識するかである。そこで行動決定に重要な要因を合理的行動理論に導入して修正した理論が「計画行動理論 (theory of planned behavior、以下 TPB)」である。Ajzen & Fishbein (1980)<sup>16)</sup> によって提

示されたこの理論は、時間、資金、資源や機会の限界が存在する状況下で TRA から説明することは難しいと見做した。Ajzen (1991)<sup>17)</sup> はこうした限界を補完するために、TRA とは異なって行為者の行動意図を態度、主観的規範、知覚された行動制御感の三要因による相互作用の産物として説明できる理論が TPB だと主張する。すなわち、この三要因は行動意図との相互作用で決められるものである。

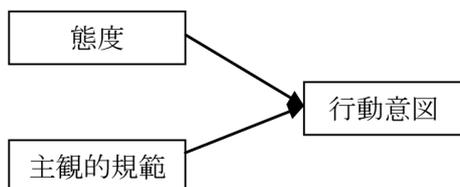


図1 . TRA (合理的行動理論)

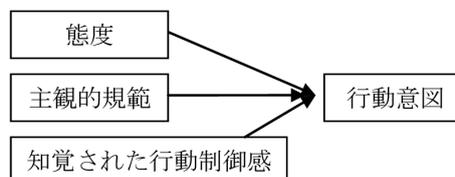


図2 . TPB (計画行動理論)

図1の TRA (合理的行動理論) では、二要因の態度と主観的規範で、図2の TPB は知覚された行動制御感が追加されて三要因となる。行動意図とは、個人がどのような行為をどれだけ喜んで行動したいかに関するもので、行動にモチベーションを与える重要な要因である。図1と2の下部要因の態度とは、特定状況下での行動に対する個人の主観的な評価を意味し、行動を実行するために直接的な影響を与える。すなわち、態度は行為者が特定の行為をどれだけ支持、または反対するかである。これはある行為がもたらす様々な肯定的、または否定的な結果が如何に起こるのかと、行為者がこれをどれだけ大切に考えているかの相互心理的作用を通じて態度が形成されることを前提とする。

図2の TPB で提示された「主観的規範 (subjective norm)」とは、個人が特定行動を行う際に他人の意見を積極的に受容し条件なしに従う傾向があることを意味する。すなわち、行為者が社会的規範の遵守と関連して受ける心理的圧力に個人が自分にとって重要な準拠的個人や集団が自分の特定行動をどれだけ支持するかについての規範的な信念と行為者がこうした準拠単位の期待を如何に重要に考えているかを前提する。そして、「知覚された行動制御感 (perceived behavioral control)」とは、ある行動に対する個人の資源と機会を通じて生まれる自信や能力を意味する。すなわち、人間がある行動をする際に直面する難しさや容易さに対することで、行為者が行動をするために必要な資源や機会を自分がどれだけ持っているかを認識することと、こうしたものが如何に重要であるか考えるかの相互作用によるものと説明する。すなわち、TPB は行動主

体が特定の状況で行動する際に外部の影響を受ける状況を考慮する知覚された行動制御感という新しい概念が追加導入された。その結果、TPBは人間行動や意図を説明するために最も有効な理論と言われる。Hsu & Sheu (2010)<sup>18)</sup>は、TPBは認知心理的な要因が行動に及ぼす影響をよく説明することができる理論として多分野でも優秀性が立証されたと評価している。

一方、Ajzen (1991)は、実際行動や行動意図の変化をより明確に説明できる重要な要因を導入しTPBの変数間の影響関係を修正し拡張したE-TPB(延長された計画行動理論、Extended-TPB)を提示した。特定状況で拡張されたE-TPBは人間行動の理解と予測のための理論的体系の完成度を高めると見た。そして自己アイデンティティ(self-identity)、自己効能感(self-efficacy)と障害(barriers)、技術的規範(descriptive norms)、予想された後悔感(anticipated regret)、ギャンブリングパッション(gambling passion)などを追加してE-TPBが作られた。こうした研究結果は感情的な要因の重要性を認識させて、目標志向行動モデルが作られた。

## 2) 目標志向行動モデル

目標志向行動モデル(Model of Goal-directed Behavior、以下MGDB)は、Perugini & Bagozzi (2001)<sup>19)</sup>によって初めて提案された。複雑な人間行動を理解するための理論的体系として学界で注目している理論である。人間行動を説明するTRAやTPBの短所を補完する統合的な社会心理モデルとしてその優秀性が証明された。その理論的な重要性と実務的な価値は観光客の行動を理解するために理論的体系として観光分野でも採用する頻度が多い。こうした側面からMGDBはギャンブルをする人間行動を理解するために適すると思われる。

TPBでは、人間行動に影響を及ぼす認知要因に焦点を合わせたのに対し、実行行動を決める感情という要因は考慮していなかった。図3のMGDBではTPBで扱う要因に感情的な要因を追加した。新しい要因の一つとして熱望(desire)によって行動意図に間接的影響を与えると再定義された。さらに、過去の行動や感情要因の影響力を考慮するために、予想情緒(anticipated emotion)と過去行動(past behavior)も追加した。

また、予想情緒には肯定的予想情緒(positive anticipated emotion)、否定的予想情緒(negative anticipated emotion)、そして過去行動には過去行動の頻度(frequency)

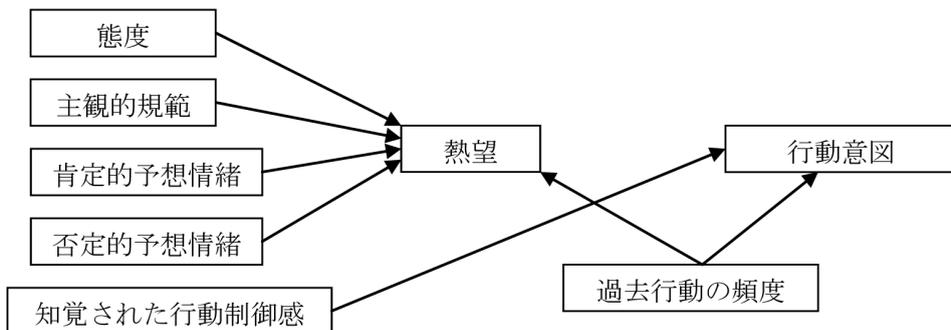


図3 . MGDB (目標志向行動モデル)

of past behavior) 過去行動の最新性 (recency of past behavior) という新しい概念が提示された。このような新概念から熱望 (desire) をみると行動主体が人、事物、そして行動を含む目標対象に感じられる強烈な感情状況で説明することができる。尚且つ、MGDB (目標志向行動モデル) での熱望 (desire) とは、行動意図と TPB の要因である態度、主観的規範、知覚された行動制御感と MGDB で追加された概念の肯定的予想情緒、否定的予想情緒、過去行動の頻度と最新性を媒介することで、目標行動の意思決定プロセスを完成する重要な役割を果たしている。

ここで予想情緒 (anticipated emotion) の場合、ある行動をする前の不確実な状況下で個人がある行動について持っている事前の感情 (Carrus et al, 2008<sup>20</sup>)、予想情緒の概念を導入することで、MGDB (目標志向行動モデル) は TPB (計画行動理論) で説明できなかった人間行動を決める肯定・否定的な情緒を考慮するようになった。過去行動 (past behavior) の場合、頻度と最新性に分けられる。過去行動頻度とは、ある行動を認識した時から現在までの総行動頻度の回数を意味し熱望、意図、実際行動に影響を与える。過去行動の最新性とは、ある行動の最近頻度を意味し実際の行動に直接に影響を与える。

このような過去行動の概念を導入した MGDB は、TPB で見過した目標行動への繰り返す人間の習慣が、その行動に対する行動意図や実際行動に及ぼす影響を考慮するようになったのである。すなわち、MGDB では実際行動に影響を与える要因として行動意図、過去行動の頻度、過去行動の最新性、そして認識された行動制御感である。熱望、過去行動の頻度、認識された行動制御感 は行動意図に影響を与える。また、TPB

の独立変数である態度、主観的規範、知覚された行動制御感はMGDBで新たに提示された肯定的予想情緒、否定的予想情緒、過去行動の頻度と共に熱望に影響を及ぼすことになる。すなわち、MGDBはTPBに熱望、予想情緒、過去行動という概念を包括した統合的な社会心理学モデルである。

こうした三つの新しい概念を導入することによって、MGDBの説明力は大きく向上した。例えばこのモデルを用いた研究では、ブランドに関連する消費行為、飲酒行為、デジタル著作権の侵害、情報探索などの様々な行動を理解しようとした。すなわち、MGDBで習慣または感情的な要因によって決定される人間行動をテーマにする研究ができる。カジノ訪問客の行動はお金を得るための高い期待で参加する特性がある（Piatz & Millar, 2001<sup>21</sup>）という点から考慮すれば、カジノを楽しむ行動が習慣、感情的な要因によって決定されやすいことで、人間行動の認知的、習慣的、感情的な要素を取り入れたMGDBを用いて理解できるのである（Lee, 2010）。

要約すれば、TRA（合理的行動理論）は態度と主観的規範を用いて観光客の行動意図を説明することができるが、カジノ訪問客の場合には時間、資源、機会の限界が存在する状況下で知覚された行動制御感を追加したTPB（計画行動理論）が適合する理論である。それに感情的な要因の観点から人間のギャンブル行動が理解できる理論がMGDB（目標志向行動モデル）ということである。

### 3) 責任ギャンリング戦略

カジノ産業は両面性を持っているために多くの国で議論されている。娯楽もしくはレジャー活動として見做される反面、政府の財政あるいは個人に否定的な結果を与えるからである。Hing（2003<sup>22</sup>）は、最近政府とオペレーター側はカジノ産業の持続的な発展のために多様な活動を通じて望ましくない結果やリスクを減らす努力を続けているという。カジノ先行国ではゲーミングコントロールボードにカジノ免許証を許可する権限と規制政策、オペレーターを監視する機能を強化している。問題性ギャンブルのような悪影響を低減するための有効な活動としてガイドラインも設定している。カナダのアルバータヘルスサービスでは問題性ギャンブラーのための短長期カウンセリングや治療、住民のケアをしている。予防のための教育プログラムも強化している。韓国でもギャンブル産業を管理監督する委員会を設立して厳しい姿勢で臨んでいる。全国に賭博中毒センターを設けギャンブル依存症センターを直営し弊害を減らす努力をしている。

その結果、新しい倫理として責任ギャンブリング戦略 (responsible gambling strategy、以下 RGS) がもうけられた。RGS はカジノ訪問客と地域住民にギャンブル弊害を最小化するためである (Hing、2003)。すなわち、RGS とはカジノオペレーター側に与えられた基本的な方針、もしくは活動指針でギャンブルからの利益を最大化させカジノ訪問客には有害な影響を最小限に抑えることができる (Monaghan、2009<sup>23)</sup>) と言う。このような RGS を持続発展可能な戦略の一つとして認識した各国政府はカジノを含めて公営ギャンブル産業に積極的に活用することを奨励している。

オペレーター側が訪問客に知識や情報、そしてその経験を提供することによってオペレーター側の肯定的な社会活動を認識させることができる。例えばカジノ訪問客がオペレーター側の RGS を知れば信頼はもちろん疑問視したカジノ運営方式についても態度が変わり肯定的な興味や意見が形成しやすいと思われる。Oliver (1997)<sup>24)</sup> は目標と行動、そして事件に対する認識のレベルが特別な行動に関する個人の意思決定プロセスと深い関係があるという。RGS に対するオペレーター側と訪問客の両方が持つ認識が何よりも重要であることが分かる。

本稿では RGS (責任ギャンブリング戦略) の認知と個人の行動的要因との関係を研究した報告書を中心に考察する。世界カジノ産業で新しい潮流として登場しているオペレーター側の責任を考えることは、日本にカジノ産業の肯定的な認識を誘導し合法化に役立つと思われる。

### 3. ギャンブル行動に関する研究

ギャンブル行動の研究事例から RGS (責任ギャンブリング戦略) のコンセプトを考えたい。TPB (計画行動理論) のフレームでギャンブリングパッション (gambling passion)、MGDB (目標志向行動モデル) のフレームで事前知識 (prior knowledge) とカジノオペレーター側の RGS (責任ギャンブリング戦略) の要因などを用いた研究事例を取上げることとする。

#### 1) ギャンブリングパッション (gambling passion)

最近の社会心理学では人間行動を理解する基本要因として情熱 (passion)、または熱望 (desire) の概念を用いて研究が行われている。人間が目標を達成するために持って

いる特別な感情的要因であるからである。情熱とはオブジェクトに対する強烈な感情や夢中にする感情的な状況を、熱望とは人やオブジェクトに対する渴望する感情やある結果に対する個人の感情的な期待を意味することから、情熱の方が熱望よりギャンブル行動を説明することができると思われる。こうした情熱を二つの概念に分けてギャンブル行動を研究した事例がある。

Rousseau et al (2002)<sup>20)</sup>は情熱 (passion) を10項目に構成しギャンブリングパッションスケール (gambling passion scale、以下 GPS) を考案した。その研究結果で下部要因として強迫的パッション (obsessive passion、以下 OP) と調和的パッション (harmonious passion、以下 HP) が分けられた。OP とは個人的には特定活動を実行するように強制する内部圧力をいう。HP とは特定活動に自由に参加するように誘導するモチベーションをいう。すなわち、調和的パッションを持つ層のギャンブル行動を理解することによって、ギャンブル産業を健全な娯楽に導くことができる。こうした GPS を用いた梁亨恩 (2011) の研究で、パチンコの経験を持つサラリーマンの方が比較的に高い HP を持っていることが分かった。統計的に有意であった結果として日本でもギャンブル行動を熱情の観点から説明することができると思われる。これは GPS を用いて多様な層を研究することで健全な消費層が発見できることを意味する。公営ギャンブル産業をより健全な娯楽に導く尺度であると思われる。要約すれば、OP は罪悪感や不安などの否定的な結果と関連があり、HP は楽しむ肯定的な結果と関連があることがわかった。すなわち、二つのパッション概念からギャンブラーの感情的な行動が理解できる。

Lee & Song (2010)<sup>26)</sup>は、TPB (計画行動理論) に GPS を追加して延長したモデルを考えた。韓国カンウォンランドカジノの訪問客を対象に訪問客の行動意図に及ぼす構造関係を明らかにする目的であった。つまり、ギャンブラーには OP と HP が同時に存在し、情熱という概念が態度、主観的規範、知覚された行動制御感から如何に影響を受けるか、それと訪問する行動意図にどのような影響を与えるかを究明しようとした。分析の結果、カジノ訪問客のギャンブル行動に対する肯定的な要因と見られる HP は、主にカジノ訪問客の周辺の人々が自分のギャンブル行動に肯定的な支持をしたり、訪問客自身もギャンブル行動について肯定的に考えれば形成されることが分かった。

一方、否定的な要因としての OP もカジノ訪問客の周囲の人々が自分のギャンブル行動について肯定的に支持したり、訪問客自身もギャンブル行動について肯定的に認識す

る場合に形成されることが分かった。しかし、OP では HP とは異なり、主に過去行動によって大きな影響を受けることが分かった。すなわち、OP が高い人々はギャンブルを習慣的に繰り返す傾向が高いためだと思われる。

また、OP と HP の両方がギャンブル行動意図に肯定的な影響を及ぼすが HP の方がギャンブル行動意図に大きな影響をより及ぼすことが分かった。これは、不確実な状況下で金銭的な価値獲得のためにギャンブラーがの経済的機会と資源を投資するギャンブル行動という側面から見れば、知覚された行動制御感がギャンブリングパッションには統計的に有意ではなかったが、ギャンブル行動意図に比較的大きな影響を及ぼすことが明らかになった。つまり、こうした相反された GPS の概念がカジノ訪問客の態度と主観的規範、行動意図の間に構造関係の説明ができ、GPS が TPB（計画行動理論）の拡張要因として効果があることが分かった。

## 2) 事前知識 (prior knowledge) と RGS (責任ギャンブリング戦略)

MGDB (目標志向行動モデル) は、TPB (計画行動理論) の認知要因のほかに感情的要因を追加した理論である。熱望によって間接的に行動意図に影響を及ぼすと定義された。こうした MGDB に、カジノに対する事前知識 (prior knowledge) とカジノオペレーター側の RGS (責任ギャンブリング戦略) を追加し延長した研究がある。

### ① 事前知識 (prior knowledge)

事前知識とは消費者が購買前に獲得して自分の記憶のなかに保存した情報をいう。Brucks (1986)<sup>27)</sup> は、事前知識を、製品について消費者の記憶に貯蔵された情報の量と認識であるとして、客観的知識と主観的知識の四つに分けて説明する。消費者の事前知識のレベルが高ければ製品に対する分類の基準が細分化・洗練化されて、製品購入について評価能力が向上するという。さらに、製品に対する評価プロセスがセットされ購入段階に至るまで意思決定も早くする (Bettman & Sujan, 1987<sup>28)</sup>)。こうした事前知識と関連した研究事例では、情報の探索活動に及ぼす影響、製品の評価に及ぼす影響、消費者の意思決定プロセスに及ぼす影響などがある。ギャンブル行動研究では、IR カジノ訪問客が持っている事前知識のレベルとギャンブル行動との影響を調べた Song & Lee (2010) の報告書がある。韓国カンウォンランド訪問客を対象に、「私は他人にカジノについて説明できる知識がある」、「私はカジノをする十分な知識がある」、「私はカジノ全体的な知識がある」、「私はカジノのルールを具体的に知っている」の事前知識を

カテゴリ化した。

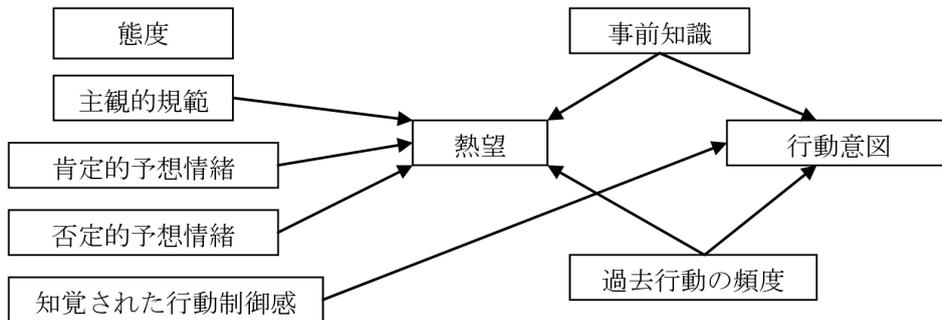


図4 . Song & Lee の延長した E-MGDB

この研究で、統計的に有意な E-MGDB の結果を得ることができた。IR カジノを訪問するための熱望 (desire) に影響を与える要因は否定的予想情緒、カジノ事前知識、肯定的予想情緒、主観的規範、過去行動頻度の順であった。また、行動意図に影響を与える要因は熱望、カジノ事前知識、そして過去行動頻度の順であった。一方、知覚された行動制御感 は熱望と行動意図の両方に影響を及ぼさないことが分かった。これはカジノ訪問客が直面した経済社会的な周辺状況を考慮していない傾向があるからである。また、IR カジノへ訪問する行動に対する態度も熱情に統計的に有意な影響を及ぼさなかった。それは、MGDB で追加された予想情緒と過去行動の頻度が IR カジノ訪問客の態度と自分自身の経済社会的な周辺状況を判断する能力を弱くした理由であると思われる。

こうした結果で IR カジノを訪問する行動意図に大きな要因である熱望は、主に IR カジノ訪問行動に対する感情が強く、カジノに対する知識レベルが高く、周囲の人々がギャンブル行動を肯定的に支持し、過去に IR カジノを訪れた回数が多い場合に形成されることが判明された。つまり、カジノに対する事前知識の要因で延長した MGDB (Extended-MGDB) の結果で、カジノについてよく知っていると確信すれば熱望と行動意図に影響を与えるという仮説を検証したのである。

## ② RGS (責任ギャンプリング戦略)

オペレーター側の RGS (責任ギャンプリング戦略) を MGDB に追加した研究がある。Hak-Jun Song et al (2012)<sup>29)</sup> は、韓国カンウォンランドカジノの訪問客を対象に「カンウォンランドは賭博中毒センターでカウンセリングサービスをしている」、「カ

ンウォンランドは地域住民に月一回のみ出入りを許可している」、「カンウォンランドカジノ訪問客に月15回以上は禁じられている」、「カンウォンランドは一日に数時間をクローズしている」のRGSをカテゴリ化した。

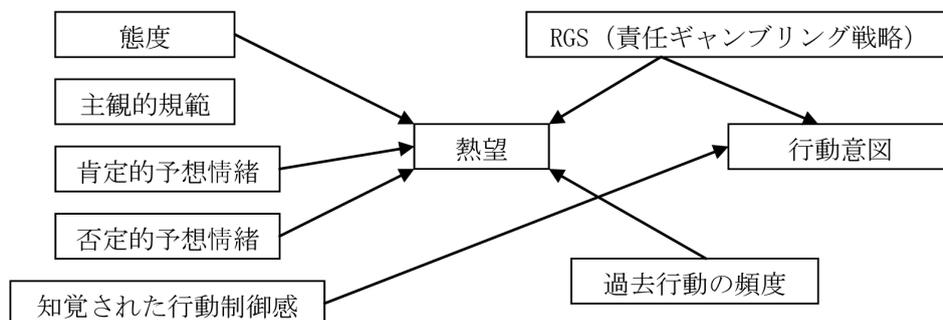


図5 . Songの延長したE-MGDB

この研究で、RGSを追加したMGDBを延長して統計的に有意な結果を得ることができた。図5のようにIRカジノを訪問するための熱望に影響を与える要因は行動意図、肯定的予想情緒、知覚された行動制御感、RGS（責任ギャンブリング戦略）、否定的予想情緒、態度の順であった。一方、主観的規範は熱望と行動意図の両方に影響を及ぼさないことが分かった。理由はRGSの追加によって主観的規範に対する意見を弱くしたためと見られる。こうした研究結果でRGSがギャンブルをする行動意図と熱望を増やせることが確認できたのである。カジノ訪問客がオペレーター側の社会的責任を果たす姿勢について肯定的なイメージが形成することも分かった。

#### 4 . RGS（責任ギャンブリング戦略）の先行研究と適用事例

##### 1) 先行研究事例

###### ① Hing（2004）<sup>30)</sup>

2000年オーストラリアニューサウスウェールズ州政府はオペレーター側にRGS措置をすることを義務とする法案を通過させた。これを受け州政府は多様なアイデアを実施してきたがその効果があまり確認できなかった。その理由についてHing（2004）はRGSの効果測定するツールがなかったためと判断した。そして各オペレーター側が行

なった RGS 措置について認知レベルを評価する研究を始めた。訪問客が今までの措置を如何に認知しているのか、ギャンリング感情、頻度、消費支出、ギャンブル時間の観点からギャンブル行動の変化があるかを調べた。そのために問題性と余暇性のギャンブラーに分けて比較した。そしてオペレーター側の RGS 措置が行動制約に明らかに効果があったことが判明された。参考に、調査地域のニューサウスウェールズ州では1956年ゲームマシン法が制定され1,400個以上のギャンブルクラブがある。マシンだけで75,000台を全世界の8%を占め、オーストラリアでも40%という高いシェアを持つ。州政府はこのような状況を規制するために RGS 措置法を制定するまでに至った。その内容を要約すれば次の通りである。

(1)カウンセリングサービスを提供中の客にゲーム機の説明、勝率、過度なギャンブル行動から問題が起きる事実の公示。(2)小切手の現金化の制限。(3)現金による賞金の上限を設ける。(4)ポーカーマシン付近から ATM などのマシンを遠くに置く。(5)ギャンブルと関係のある広告の制限。(6)ギャンブルへの誘導を禁止。(7)従業員に責任ギャンブル行動ができる公認された訓練コースを受けさせる。(8)自己排除計画のために最小限の要求書を広報する。加えて、各オペレーター側の独自に多方面のコントロール実施を指示した。

Hing の調査では、頻度について週1回以上が53%、あまりしない人が37%で、たった10%がギャンブルをしないというものだった。週1回以上のギャンブラーの73%がポーカーマシンを選択した。45.7%が問題性ギャンブラーに近いことが分かった。問題性ギャンブラー19.5%、強迫性ギャンブラーが26.2%であった。RGS については、回答者の44%がギャンブル行動に影響があったと答えた。12%の人が RGS のためにギャンブルの楽しみをなくしたと答えた。また頻度を減らす効果が18%、ギャンブル時間の減少は17%、消費支出の減少にも19%が答えた。

ギャンリング感情については、問題性ギャンブラー23.2%、強迫性ギャンブラー15.9%、余暇性ギャンブラー5.3%の順であった。頻度にもそれぞれ26.2%、26.3%、8.6%、ギャンブル時間はそれぞれ23.1%、26.8%、9.9%の順であった。さらに、消費支出についても問題性ギャンブラー24.2%、強迫性ギャンブラー28.4%、余暇性ギャンブラー12.1%であった。すなわち、オペレーター側の RGS 措置についての認知は、強迫性あるいは問題性ギャンブラーの方が余暇性ギャンブラーの方より強く認識していることが分かった。また、問題性ギャンブルに近い方がクレジット規定を制限する方針につ

いて認識の差が目立つ。例えば、「小切手を内部では現金化できないこと」、「ポーカーマシンで大金を獲得した場合はすべて現金で支払わない」という規定に認識の差があった。

## ② Monaghan (2009)

Monaghan はインターネットによってギャンブル産業が急速に拡大し、増加する問題性ギャンブラーに適切な規制がない実情を指摘し、オンラインギャンブルでの弊害を減らすために、ポップアップメッセージ (pop-up message) がより効果があるとみて文献調査を行った。そしてポップアップメッセージの活性化が問題性ギャンブラーを減少させる効果があると見て、オンラインでの RGS 措置を考えた。Monaghan はオンラインについて個人が没入するギャンブルで自分の人生にマイナスの影響を与えると見て、インターネットギャンブルサイト側は可能な限り最善の方法を使って顧客を保護する社会責任を果たすべきだと主張している。実に Monaghan の研究が特別に扱われるテーマではない。これはオンラインで見られるポップアップメッセージがギャンブラーにとっては効果があることを確認してくれる。

2005年にイギリスで制定された法律では、現時刻を必ず知らせる時計やデジタルタイマーの設置を義務化し、金額の支出やその勝敗について通知するようにした。COGRA (2007)<sup>31)</sup> の調査によると、ポップアップメッセージが管理費用の増加や実収入の減少に影響がない非常に有効な RGS と見ている。一方、インターバルに関する研究 (Schellink & Schrans, 2002<sup>32)</sup>) では、30分と60分のインターバルが有効であることが分かった。60分インターバルの方は、高額を賭けるギャンブラーに支出金額の減少やギャンブル時間を減らす影響を与え、30分インターバルの方は多くのギャンブラーや高額を賭けるギャンブラーに予算範囲から超える頻度を減らす影響があるとみている。すなわち、ポップアップメッセージはプレイ中に表示され彼らの思考や行動に意味のある影響を及ぼすものである。ギャンブルに集中する際にしばらく休息を取らせて消費支出にも減らす影響をもたらしギャンブル時間も意識させることができる。

## 2) 各国の適用事例

### ① イギリス

イギリスギャンブリングコミッション (UK Gambling Commission) は2008年末、10人で構成された責任ギャンブリング戦略ボード (Responsible Gambling Strategy

Board、以下 RGSB) を設立した。それまでの消極的なカジノ政策から姿勢を変えて違法ギャンブルの拡大を防ぐために積極的となった。ギャンブルに関する研究や教育や問題性ギャンブラーを取り扱う資金の分配に優先順位を確立するために戦略的枠組みを発展させ基金の必要性と国家的 RGS 措置について議論する目的であった。2012年6月に RGSB<sup>33)</sup> にこれから考慮すべき項目を設定し、今後発生する問題を予測してこれに対する有効な根拠を探り、より多くのデータを集めてその中から戦略的な優先順位を測定するためであった。またボードメンバーにはギャンブル産業について規制の枠組みの基礎を持続的に提供するためでもあった。

大きく二つの観点から考えると一つ目はギャンブラーの発展形態別に見えるリスクはどのようなものか、そしてリスクと言える証拠が何かについてである。これは多くの人々が問題性ギャンブルやリスクのレベルまでに影響を与えるゲーム形態を意味するか、或いはギャンブル行動につなげて問題性ギャンブルまでかの区分であろう。また、リスクのあるゲームが自己制限戦略 (self-limitation strategy) を採択したギャンブラーの能力を低減させるかという視点である。二つ目は規制措置の範囲を定めて直ちに問題を解決できるかどうか、それとその効果的な方法は何かについて検討し細分化した項目が次のように設定された。

- 技術主導による顧客との対話 (customer interaction) と弊害を防止できるツールについて。

検討背景には、個人的なギャンブリング問題の現象や発展状況を確認できるプレーヤーデータ機能に焦点を当て、果たしてプレイヤーにギャンブル行動の制御できる自己制限のツールや情報範囲が存在するかについてである。こうしたツールがギャンブリング問題への進入や発展が予防できる効果的なものかについて研究の対象となる。実際に、ギャンブル行動のパターンを理解するためにプレーヤーデータ機能の有用性について世界的な関心が集まっている。しかし、ギャンブラーが見せる行動の特性を過去のデータから確認したり、それが問題性ギャンブル行動へ発展することが予測できるツールとして信頼できるかについて初期段階であるが、プレーヤーデータの機能を予防次元で積極的に活用すべきだと強調している。

ギャンブリングコミッションは、これに関して RGSB にどのような有用な証拠がプレイヤーの追跡と行動パターンが分析できるか、また新たに生じる問題が確認できるか、タイプ別にプレイヤーの情報と調整するツールとして如何に効果的であるのかにつ

いて測定をすべきだと提案している。

●一般的な顧客との対話（customer interaction）へのアプローチについて。

政策立案者はオペレーター側に適切な社会的な責任のある政策という範囲で実施するように求めてきた。チラシ、ホームページ、マシンの画面などにもプレイヤーに情報を提供するように明確に規定している。さらに、様々な適切な顧客との対話政策を行なうように指示をした。ところが、RGSの効果について意見が分かれたり、政府の干渉と見た見解があった。しかし、今は干渉というよりも顧客との対話の観点から認識し始めた。そのためにはオペレーター側が従業員と認識を共にし問題性ギャンブルになる可能性が高い顧客を発見するための知識とテクニックを持たせる訓練をすべきである。すなわち、従業員がこうした顧客を見つけた場合のアプローチのための具体的な行動指針が必要である。

ギャンブリングコミッションは、これに関してRGSBに顧客のどのような行動、身体、言語、もしくは他の形態がギャンブル行動の問題を最も示すインジケーターであるかを探すことを勧誘している。そのためには顧客との対話は相当な部分で信頼できて、こうしてそれから獲得したデータを用いて実状況に対する調査も可能であると強調している。さらに、従業員の形態別に分けて対応する必要性を言及し、顧客との対話を如何にすれば弊害の予防という時間がかかる変化に合わせて調和できるか、問題性ギャンブラーをサポートするためのケア対策が必要であると助言している。

●自己排除（Self-exclusion）について。

自己排除は、顧客との対話と同じく問題性ギャンブラーをサポートする非常に重要なツールとして評価している。オペレーター側が問題性ギャンブラーを確認してサポートする尺度として有用であった。しかし問題は排除される時間という期間を設定する問題や特定するゲーム、あるいはすべてのゲームに適応できるかが不明確な点である。また顧客が同意したにもかかわらず約束を破った場合に、ケアの義務を何処まですべきかの問題が生じ同意自体がオペレーター側、もしくはゲーム場所からどのように離れるかが不明である点が指摘される。

ギャンブリングコミッションは、自己排除が即効という結果は得られないが顧客自身の同意に遵守する状況をモニタリングし見守るものが可能と結論付けてRGSBに自己排除の効果のための根拠が何なのか、それと自己排除を必要とする顧客のための政策を実行するのに効果的、もしくは非効果的な習慣は何で構成されているかを確認するよ

うに助言している。さらに、こうしたプロセスから得た証拠が果たして自己排除の有効性について何を言っているのか、それと如何に改善すべきかについて深層のある研究を行うように推奨している。

●ゲームマシンで情報を提示する最善策について。

一般的にオペレーター側にゲーム機の運営について情報の規定を設定してあるがその効果はそんなに大きくないことからギャンブリングコミッションでは2つの方向で検討した。最も効果的な方法として、現在の換金率に関する情報を提示するものと見て、時間当たりの潜在的な失敗率を含むことも一つの方法として提案している。それとも1つはゲームマシンの情報に今までとは違うスタイルでアプローチすることを提案している。複雑ではあるが、ゲームマシン別のリスクレベルを示す方法である。例えば、食べ物のラベルのように赤と緑を利用しその速度、任意性、変動性などのような要素を適用して報告することである。こうした方法は北ヨーロッパのスウェーデン、ノルウェー、フィンランドで施行されているという。

このような状況を考慮したギャンブリングコミッションは、顧客に情報提示する方法がどれが最善であるかを観察すべきだと見て、食品ラベルのような開発が出来ないか、そして不利な点はなにか、その要因は何なのかを把握して顧客がこうした情報を通じて得た利益とする証拠が何であるか、特に享受という観点からの証拠は何であるか、効果的に弊害を防止するツールの確認が重要だと強調している。

●ゲームとソーシャルメディアゲーミングの無料化について

規制された年齢層でも、限られたウェブサイトで無料ゲームができるようにアクセスを許可する方案と、ソーシャルネットワークサイト（SNS）を介して規制されていないギャンブルスタイルのゲームで無料に参加することである。周知のように、すべての年齢層で預金がなくてもオンラインでゲームができる。こうした状況下では、むしろ無料プレイをすることが効果的である見方もある反面、リスクをさらに増やすという指摘もある。しかし、規制された年齢層にソーシャルメディアゲーミングによって事前に露出させることでギャンブリングに関する知識の習得と財政の弊害が発生していない安全な環境を造成する点では意義があるとみられる。

ギャンブリングコミッションはRGSBに果たしてソーシャルメディアゲーミングに参加することがリスクがあるという証拠が何なのかを探してみることを勧誘している。そして、こうした参加が実際のマネーギャンブリングに移移するリスクがある場合はそ

の証拠が何なのか、それとそのような潜在的なリスクを軽減させることができる弊害予防アプローチについて助言している。

●マルチプラットフォームオンラインギャンブル（モバイル、タブレットなど）

単純に考えれば、ギャンブルアプリケーションを使用したスマートフォンやタブレットと関連してどのようなリスクがあるのか、これは最近の増加するアクセシビリティによる新しい社会現象と考えなければならない。今は友達とサッカーのようなゲームを簡単かつ迅速に繰り返して楽しんでいるが、独りでギャンブルをする危険性は排除できない。こうした背景から、若年層のための予防プログラムの開発やポップアップメッセージを使用している。これは有効ではあるが問題は規制された年齢から成長すると現実的にギャンブル空間に行きたくなくなる欲望を持つようになることは否定できない。ギャンブルコミッションは RGSB に今後の課題として扱うしかないと言及している。

●オペレーター側からの外部送金統制策に（年齢を制限したクレジットカードブロック、モバイルブロッキングなど）について。

政府やオペレーター側が個人のギャンブルを統制することは容易ではない。ただし、こうした方法を活用した研究こそが発展させることと繋がる。特に、送金などの問題は政府レベルで実施すべきである。そのためには取引するクレジットカードがオペレーター側によってその機能がブロックされなければならない。

ギャンブルコミッションは、こうしたアプローチの実行を制限的に検討してきたが、RGSB にケアを希望する顧客をギャンブルから守り問題性ギャンブルへの進入やその発展を予防するために明確な証拠を見つけて、次のステップの実行を要求している。

●ギャンブル広告とプロモーション

ギャンブルコミッションは広告内容と掲載日程について確認することも、その証拠の一つとして検討すべきだと考えている。そしてマスコミ側が ISSUE として扱われる日程を考えなければならず、オンラインとモバイル広告と関係し増えたリスクと ISSUE が何か、オペレーター側が顧客にプロモーションするインセンティブの数とそのタイプに対する懸念を支持する証拠があるのかを明確にすべきと追加している。

② 韓国

2011年に設立された射幸産業監督管理委員会がオペレーター側に RGS の実行のため

に3つを強調している。

一つ目は、ギャンブル産業での危険性を警告するために(1)オペレーター側が健全な娯楽として楽しめるように様々なキャンペーンをすること。(2)顧客自身がギャンブル依存症の判断ができる方法をウェブサイトにも強制的に明示すること。(3)勝率、時間、総額などの情報をウェブサイトにも公開してギャンブルの弊害を知らせることである。

二つ目は、問題性ギャンブラーの防止のために(1)ホール内の大型スクリーン、スロットマシンのスクリーン、トイレや廊下などに予防バナーを設置してギャンブル依存を警告すること。(2)スロットマシンを設計する際に時間、ベット額、賞金支給率などを制限し持続的にプレイすることを未然に防止すること。(3)ホール内のATMの出金限度額を制限すること。(4)場外発売所をカフェ式インテリアに改善し快適な環境の助成、健全化のために標準モデルを開発しマニュアル製作する作業をすることである。

三つ目は、RGSをベースにした社会責任経営の実施のために(1)役職員がギャンブル依存症に関連したリハビリセンターで社会奉仕などの責任を強化すること。(2)従業員にRGSについて教育を強化すること。(3)ウェブサイト、広報物などの広報可能なオンラインやオフラインに情報を提供する際にRGS内容の明示を義務化すること。(4)RGSの倫理綱領を制定し、これに基盤とした営業準則を遵守しギャンブル依存症の治療や予防に関する専門部署を新設して治療、予防事業を多様に実施することである。

さらに、射幸産業監督管理委員会に公営ギャンブル産業の売上総量を毎年規制する制度、場外発売所の健全化案、電子カード制の導入、ギャンブル中毒予防および治療センターの運営や場外発売所の新規設置を抑制して無分別なギャンブル産業の拡散を防止する政策を取っている。そしてRGSを活用して健全レジャー型の標準モデルを提示するために研究している。こうした厳しい環境下で、カンウォンランドカジノのRGS措置は高い評価をされている。世界で始めて実験する電子カード制に15日間連続して出入りする訪問客に義務であり、他には自律的にも発行している。また電子カードは周辺商圏と連携してマイレージ制を運営するので地域振興にも繋がると思われる。ギャンブル中毒管理センターではギャンブル依存症の予防のために施策を考えている。

### ③ 米国

カリフォルニア州問題性ギャンブル協議会では、ギャンブル依存症の認識ウィークを設定し相談を受けることにした。学校や政府機関、オフィス、相談所オフィスにもポスターを配布している。宝くじ販売側はギャンブル依存予防バッジとパンフレットを制作

している。高速道路にも中毒に関連する語句やヘルプラインも案内している。ゲーム場では、ディーラーやマネジャーにヘルプラインと自己排除に関する知識を教育し、顧客に直接案内できるようにしている。そのために従業員の教育には教育担当者を設けて1時間ほど教育して修了カードを発行し政府側のエージェントが要求する時にすぐにも提示しなければならない。

## 5. 結び

行動理論の中で「目標志向行動モデル (Model of Goal-directed Behavior)」の方が、ギャンブル行動を説明することができることが分かった。行動意図と熱望に影響を与える要因のなかでRGS (責任ギャンブリング戦略)を設定して検証した研究結果から、肯定的なギャンブル行動と相関関係があったことも分かった。これはギャンブル行動に対する個人責任の重要性を強調した上でオペレーター側の社会的責任の側面も重要であることを示唆する。Monaghan (2009)とSongl (2012)の研究ではRGS (責任ギャンブリング戦略)が問題性ギャンブラーの認識に影響を与えることが確認できた。こうしたRGSについてカジノ先行国は、IRカジノを含むギャンブル産業からのマイナス影響を低減させ健全な娯楽産業として育成し訪問客に健全なギャンブル行動を誘導させる戦略として高く評価している。オペレーター側に訪問客に事前にギャンブル行動のリスクを認知させるための情報提供や規制実施を進めている。むしろ売上高も減少させない効果が確認された。そこでアメリカ、イギリス、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、韓国などで様々な施策がこうした効果を目論んでいる。

一方、パッションとギャンブル行動についての研究から調和的パッションがギャンブル行動意図を決める重要な要因であることが分かった。Song (2010)と梁亨恩 (2010)は調和的パッションが健全なギャンブル行動を誘導するのに効果的であるという結果を得た。こうした調和的パッションの向上はRGS (責任ギャンブリング戦略)の重要な方法だと思われる。金銭よりも楽しみや喜びを生み出すことができる内的動機 (intrinsic motivation)を満たす戦略である。このようなGPS (ギャンブリングパッションスケール)を用いた研究からRGSのヒントが見えると思われる。公営ギャンブルにも健全化の尺度として図ることは有効であろう。

最後に、本稿の意義は日本におけるギャンブル研究が不足している中で世界の最新研究の流れを考察しRGS（責任ギャンブリング戦略）を確認したことである。さらにギャンブリングパッションも健全なギャンブル行動を誘導する方法であることも分かった。こうした考察から次期の研究は日本における実証分析であろう。そして社会調査を行い目標志向行動モデルのフレームでギャンブル行動が説明できるかを分析する。またカジノを含むギャンブル産業で問題性ギャンブラーと遊戯性ギャンブラーの二つに分けてRGS（責任ギャンブリング戦略）とギャンブリングパッションの認識の差があるかを確認する。その結果として統計的なデータを得れば国家間の差の有無について比較研究が可能であろう。このような研究から日本人のギャンブル行動が理解できて、またオペレーター側にも責任ギャンブリング戦略を発展させるのに有効であると思われる。

#### 〔注〕

- 1) 韓国ギャンブル産業の統合監督委員会報告書(2012)、「世界主要国の射幸産業の政策動向」)  
世界ギャンブル産業の2011年の純売上高の規模は4.2億ドルで、前年3.9億ドルに比べて約6%増加した。これは、経済の活性化のために、シンガポールが新規カジノを改造して、米国やヨーロッパなどの国でギャンブル産業許可をますます拡大するためである。特にギリシャとスペインなどのヨーロッパ地域のユーロ圏経済危機による不安心理拡散、中国の経済好況によるマカオ、シンガポールのカジノの規模拡大などでギャンブル産業の規模がさらに大きくなると予想している。  
ギャンブル産業種類別の割合をみると、宝くじが28.4%と最も大きくカジノ産業の規模は27.7%であり、次のようにマシンのゲーム(22.0%)、ベット(12.7%)、その他(9.2%)である。
- 2) Carmichael, B. A., Peppard, D. M., & Boudreau, F. A. (1996). Megaresort on my doorstep: Local resident attitudes toward Foxwoods Casino and casino gambling on nearby Indian Reservation Land. *Journal of Travel Research*, 34 (3), 9-16.  
Lee, C. K., & Back, K. J. (2007). Examining structural relationships among perceived impact, benefit, and support for casino development based on 4year longitudinal data. *Tourism Management*, 26 (7), 466-480.  
Long, P.T. (1996). Early Impacts of limited stakes casino gambling on rural community life. *Tourism Management*, 17 (5), 341-353.  
Pizam, A.M & Pokela, J. (1985). The perceived impacts of casino gambling on a community. *Annals of Tourism Research*, 12(2), 147-165.  
李忠基(2001) 閉鎖地域の内国人出入りカジノオープンにおけるオープン以後の地域住民の認識変化と副作用低減方案、『観光学研究』、32(1)、187-208。
- 3) Lee, C. K., Y. K.Lee., B. J, Bernhard, and Y. S, Youn, (2006), Segmenting Casino Gamblers by Motivation; A Cluster Analysis of Korean Gamblers, *Tourism Management*, 27 (5); 856-866.
- 4) Lee, C.K, Lee, Y, K., Bernahard, B.J., & Yoon, Y. S. (2006), Segmenting casino gamblers by motivation; A cluster analysis of Korean gamblers, *Tourism Management*, 27 (5), 856-866.  
Loroz, P. S. (2004), Golden-age gambling; Psychological benefits and self-concept dynamics in aging consumers' consumption experiences. *Psychology and Marketing*, 21 (5), 323-349.
- 5) 梁亨恩(2006) 「カジノインパクトと地域住民態度の研究」。大阪商業大学大学院地域政策学博士論文。

## ギャンブル行動理論と責任ギャンブリング戦略

- 6) 梁亨恩 (2011) 「地域住民が認識するカジノ影響に関する影響」－初期ステージでの認識と先行国との比較－、大阪商業大学アミューズメント産業研究所紀要 (第13号)。
- 7) 梁亨恩 (2012) 「地域住民が認識するカジノ影響に関する影響(2)」 日韓における住民認識と支持度の国際比較 (2次データ) 大阪商業大学アミューズメント産業研究所紀要 (第14号)。
- 8) 梁亨恩 (2009) 「国際観光客のカジノモチベーション研究」、大阪商業大学アミューズメント産業研究所紀要 (第11号)。
- 9) 梁亨恩 (2010) 「パチンコプレイヤーのギャンブリング・パッション・スケール (GPS) の適用」－サラリーマンのギャンブル行動を中心に、大阪商業大学アミューズメント産業研究所紀要 (第12号)。
- 10) 心理学は、人間の心理と行動を説明、予測、制御することを学術目的とする。これらの学術目的の達成を通じて、人間と社会の福祉を増進させ、真理と善を達成することが究極の目的だ。
- 11) 佐藤方哉 (1976) 『行動理論への招待』、大修館書店。
- 12) 認知心理学とは情報処理の観点から生体の認知活動を研究する学問で20世紀前半のゲシュタルト心理学やパートレット、ピアジェ、ヴィゴツキーらの認知論的研究の流れを汲む分野であり、同時にハル、トールマンらの新行動主義心理学の発展形と見ることもできる。20世紀最後の四半世紀以来、現代心理学の主流の座にあると言える。
- 13) 行動主義理論とは心理学のアプローチの一つで、内的・心的状態に依拠せずとも科学的に行動を研究できるという主張である。
- 14) 社会的学習理論とは行動主義的な連合学習とは異なる他者の行動の観察による学習のことである。
- 15) Lam, T. & C. H. C. Hsu (2006). Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism Management*, 27 (4), 589-599.
- 16) Ajzen, I. & M. Fishbein. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood-Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- 17) Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organisational Behavior and Human Decision Processes*. 50 (2). 179-211.
- 18) Han, H., L. T. Hsu & C. Sheu. (2010). Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31 (3), 325-334.
- 19) Perugini, M. & R. P. Bagozzi. (2001). The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviors: Broadening and deepening the theory of planned behavior. *British Journal of Social Psychology*, 40 (1), 79-98.
- 20) Carrus, G. P. Passafium, and M. Bonnes. (2008), Emotions, Habits and Rational Choices in Ecological Behaviors: The Case of Recycling and Use of Public Transportation. *Journal of Environmental Psychology*, 28(1) : 51-62
- 21) Platts, K., and M. Millar.(2001), Gambling in the Context of Other Recreation Activity: A Quantitative Comparison of Casual and Pathological Student Gamblers, *Journal of Leisure Research*, 33(4):383-395.
- 22) Hing, N, (2003), An Assessment of Member Awardness, Perceived Adequacy and Perceived Effectiveness of Responsible Gambling Strategies and Sydney Clubs, Centre for Gambling Education and Research, Southern Cross University, Lismore, Australia.
- 23) S. Monaghan, (2009). Review of Pop-Up Messages on Electronic Gaming Machines as a Proposed Responsible Gambling Strategy, *International Journal of Mental Health & Addiction*, Volume 6, 2008, 214-222.
- 24) Oliver, R. L. (1997), *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, New York; McGraw-Hill.
- 25) Rousseau, F. L. et al. (2002). Passion and gambling: On the validation of the gambling passion scale (GPS). *Journal of Gambling Studies*, 18 (1), 45-66.
- 26) Song, Hak-jun & Lee. Choong-ki (2010), Predicting Behavioral Intentions for Visitors to inter-

- grated Resort Casino Using Mode of Goal-directed Behavior. *Journal of Tourism & Leisure*, 22(5), 341-360.on.
- 27) Brucks, M. (1986), A Typology of consumer knowledge content. *Advances in Consumer Research*, 13(1), 58-63.
- 28) Bettman, J. R., & M. Sujan., (1987). Effects of framing on evaluation of comparable and noncomparable alternatives by expert and novice consumers, *Journal of Consumer Research*, 14(2), 141-154. .
- 29) Hak-Jun Song et al. (2012), The Role of Responsible Gambling Strategy in Forming Behavioral Intention: An Application of a Model of Goal-Directed Behavior, *Journal of Travel Research*,
- 30) Hing, N. (2003). An assessment of member awareness, perceived adequacy and perceived effectiveness of responsible gambling strategies in Sydney Clubs. Southern Cross University, Lismore: Centre for Gambling Education and Research.
- 31) Parke, J., Rigbye, J., Parke, A., Wood, R.T.A., Sjenitzer, J., & Vaughan Williams, L. (2007). *The global online gambling report: An exploratory investigation into the attitudes and behaviours of internet casino and poker players*. Commissioned by eCOGRA (e-Commerce and Online Gaming Regulation and Assurance).
- 32) Schellink, T. & Schrans, T. (2002) Atlantic Lottery Corporation Video Lottery Responsible Gaming Feature Research: Final Report. Halifax, Nova Scotia. Focal Research Consultants.
- 33) Gambling Commission. (2012), Issues for Responsible Gambling Strategy Board (RGSB) consideration for Board discussion.