

学生ボランティア活動のインセンティブ

－先行研究の概観と試行フィールド実験からの教訓－

福井 秀樹, 青木 理奈, 石坂 晋哉

愛媛大学法文学部

On the incentives of students to volunteer:

Literature review and lessons from trial field experiments

Hideki FUKUI, Rina AOKI and Shinya ISHIZAKA

Faculty of Law and Letters, Ehime University

1. はじめに

本研究¹の目的は、ボランティア活動にかかわる学生のインセンティブの解明を試みた先行研究を概観しそれらの問題点を整理すること、及び、先行研究の問題点に対処し実施した試行フィールド実験²から得られた結果と教訓を報告することにある。

学生を対象とするボランティア募集のフィールド実験では相対立する結果が得られている。一方では金銭的インセンティブのほうがより強くボランティア活動への関与を促すという結果が得られたのに対して、他方ではインセンティブなし、もしくは、非金銭的インセンティブのほうが金銭的インセンティブよりも強くボランティア活動への関与を促すという結果が得られているのである。

これらの先行研究には、3節で説明する問題点が認められる。そこで、本研究では、先行研究の問題点に対処した試行フィールド実験を行った。

本稿の構成は以下の通りである。第2章で研究の背景を説明する。第3章で先行研究を概観し問題点を解明する。第4章では試行フィールド実験のデザインと結果を説明する。第5章で本研究の限界、限定的ながら得られた知見と教訓、及び今後の課題を考察する。

2. 背景

近年相次ぐ激甚災害からの復旧・復興の過程等において、ボランティアの果たす役割に改めて注目が集まっている。

もっとも、ボランティアは激甚災害直後の復旧過程のみに必要とされるわけではない。それは、災害後の長期にわたる復興過程においても必要である。また、社会において弱い立場にあり、日常的に行政サービスの網からこぼれ落ちている人たち（野宿者や広義のホームレス等）への支援においても、ボランティアの果たす役割は同じくらい大きい。

しかし残念なことに、我々のボランティア精神は、激甚災害直後の衝撃的な刺激には比較的応じやすいようであるが、災害後の長期にわたる復興過程で必要とされる支援の要請や行政サービスの網からこぼれ落ちた社会的弱者が発する日常的には見えにくい支援要請には必ずしも容易に反応しないようである。

そもそも、ボランティア活動へと人々を向かわせるインセンティブとなるものは何か。本研究では、ボランティア活動に関する先行研究、特に学生ボランティア募集のフィールド実験研究を概観し問題点を整理した上で、それらの問題点に対処した試行フィールド実験を行う。

3. 先行研究

近年、経済学、社会学、教育学等の分野で積み重ねられてきている慈善寄付活動の研究は、人をそのような活動へと促す動機や要因は何かという観点から行われているものが多い。同情 (sympathy)、共感 (empathy)、自尊心 (pride)、名声 (prestige)、心地よく満たされた気持ち (warm glow)、罪の意識 (guilt)、恥の意識 (shame)、互惠性 (reciprocity)、公正性 (fairness)、社会的圧力 (social

pressure) などが慈善寄付活動を促す動機や要因と考えられている(青木他, 2005; 荒井, 2016; 谷田, 2001; Houle et al., 2005; Mason, 2016; List, 2011; Matsumoto et al., 2005)。

ボランティア活動も、こうした動機等を背景とする慈善寄付活動の一種である。その特徴は、寄付の受け手(活動の担い手)に、金銭や物資ではなく自らの時間と労力を提供する点にある。経済学的観点から見たときに興味深いのは、慈善寄付を行う際、金銭の提供または時間と労力の提供のどちらかに限定するほうがより効果的・効率的な寄付になる場合でも、少なからぬ人がその両方を行うことである(Handy & Katz, 2008; Lilley & Slonim, 2014)。このような選択はどのようなメカニズムで生じているのか。ボランティアと金銭的寄付は補完関係にあるのか、それとも、代替関係にあるのか。これらの問題については、多くの理論的・実験的研究が積み重ねられてきている(Apinunmahakul et al., 2009; Bauer et al., 2013; Brown and Lankford, 1992; Duncan, 1999; Feldman, 2010; Lilley and Slonim, 2014)。

これに対して、管見の限りでは、ボランティア活動それ自体への関与を促す要因・動機に関する実験研究は、未だ十分な蓄積を見ていない。もちろん、慈善寄付活動とそれを促す要因・動機との因果関係の解明に取り組む実験研究は少なくないが、その多くは金銭的寄付に関するものである(Anik et al., 2014; Croson & Shang, 2013; Eckel & Grossman, 2003; Gneezy, et al., 2011; Karlan & List, 2007; Martin & Randal, 2008; Shang & Croson, 2009)。また、ボランティア活動への関与を促す要因・動機に関する質的研究やサーベイ・データによる研究は数多い(荒井, 2016; Francis, 2011; Handy et al., 2010; 三谷, 2016; Sundeen et al., 2007; 谷田, 2001; Van Ingen & Dekker, 2011)。もっともそれらの研究は、実験研究とは異なり、観察不可能な交絡因子のコントロールがなされていないため、要因・動機とボランティア活動との因果関係を解明できているとは言いがたい。

ボランティア活動への関与を促す要因・動機の解明を試みた実験研究は、管見の限りでは、これまでのところAbeler & Nosenzo (2015), Brown et al. (2019), Conrads et al. (2016), Jakobsen (2013), John et al. (2019), Krawczyk (2011), McCarty et al. (2018), Moseley et al. (2018) などが³。

これらのうちBrown et al. (2019)は金銭的寄付のほうがボランティア活動の提供よりも受け手にとっては効果的・効率的である場合でも、個人がしばしばボランティア活動を選択するメカニズムを心地よく満たされた気持ち(warm glow)仮説により改めて理論化した上で、実験室実験によりその裏付けを得ている。

Jakobsen (2013)は、フィールド実験により、政府の働

きかけが公共サービスにおける市民の協働を向上させうることを解明している。これに対して、同じくフィールド実験を行ったJohn et al. (2019)とMoseley et al. (2018)は、それぞれ、著名人による推奨と他者のボランティア活動に関する情報が個人のボランティア活動を促進するか否かを検証し、いずれも促進効果はほとんどないという結論を得ている。また、McCarty et al. (2018)は、ボランティア活動を義務づけられると、その後、ボランティア活動への参加が抑制されることを、実験室実験により確認している。

これらとは異なり、Abeler & Nosenzo (2015), Conrads et al. (2016),そしてKrawczyk (2011)は、いずれも学生を対象とするフィールド実験により、金銭的インセンティブがボランティア活動への関与を促すか否かを検討している。英国、ポーランド、ドイツと国は違えども比較的年齢層が共通している被験者を対象とし、金銭的インセンティブを用いたこれらのフィールド実験は、相対立する結論に至っている。Abeler & Nosenzo (2015)とKrawczyk (2011)では、前者が実験研究への協力ボランティア募集実験を、後者が実験経済学協力ボランティア登録サイトへの登録勧誘実験を行い、金銭的インセンティブのほうがより強くボランティア活動への関与を促すという結果を得ている。これに対して、Conrads et al. (2016)では、学会開催支援ボランティア募集実験を行い、非金銭的インセンティブ(参加証書の付与)のほうがより強くボランティア活動への関与を促すという結果となったのである。

金銭的インセンティブが、慈善寄付活動やボランティア活動といった利他的な社会的行動を阻害しうることは、つとに指摘されている(Ariely et al., 2009)。利他的な社会的行動は、純粋に内在的な利他的動機や「他者からよく思われたい」というイメージ動機(image motivation)に基づいていることがある。そうした動機を有する人が例えば寄付への見返りとして税控除のような金銭的「報酬」を得るという状況に直面すると、その人は内在的な利他的動機に基づいて寄付を控えるかもしれない。あるいは、その人は他者に与えるイメージが悪化することを恐れて寄付を控えてしまうかもしれない。つまり、利他的な社会的行動が、金銭的インセンティブにより、押し出される(crowd out)わけである(以下、クラウドイングアウト効果)。

Conrads et al. (2016)は、金銭的インセンティブのクラウドイングアウト効果により、非金銭的インセンティブのほうがより強くボランティア活動への関与を促す結果になったと示唆している。これに対して、Abeler & Nosenzo (2015)とKrawczyk (2011)の結果は、クラウドイングアウト効果の影響がほとんどなかったことを示唆している。

本研究では、金銭的インセンティブによりボランティア活動への参加がクラウドアウトされるか否かを、試行フィールド実験により改めて検証した。その際、先行研究

の3つの問題点に対処し、因果関係のより厳密な解明を試みた。

先行研究の第1の問題点は、Abeler & Nosenzo (2015)、Conrads et al. (2016) 及び Krawczyk (2011) のいずれも処置群、対照群の無作為抽出が厳密ではない点である。彼らがボランティア募集の電子メールを送る際に得られた学生の情報が、性別等の不明な限定的なものであったためである。その結果、性別等の指標による部分母集団に照らして見たとき、処置群、対照群の構成に大きな偏りが生じていた可能性を否定できない。これに対し、筆者は愛媛大学法文学部より学生の性別、学年、年齢、所属コース、専攻情報を入手できたため、層化無作為抽出により、性別等の分布に生ずる群間の偏りを可能な限り小さくすることを試みた。

先行研究の第2の問題点は、ボランティア募集において「報酬額」を明記している点で、Krawczyk (2011) と Conrads et al. (2016) に見いだされる。ボランティア活動は一般に無償の活動と理解されている⁴⁾。そのため、学生が提示された「報酬額」を「労働の対価」と受け取った場合、この募集実験は「労働者」を極端に低い賃金で募集しているものと見なされてしまうかもしれない。仮にそうであるとしたら、Krawczyk (2011) と Conrads et al. (2016) の実験はボランティア募集実験として成立していないことになる。本研究では、この問題を回避するため、Abeler & Nosenzo (2015) に倣い、金銭的インセンティブのメッセージに報酬額を明示せず、「買い物券／ギフトカードが提供される」とのみ記した。これにより、買い物券またはギフトカードが、あくまでボランティア活動への「謝礼」であって、「労働の対価」ではないことが、明確に伝わるようにした。

第3の問題点は、Abeler & Nosenzo (2015)、Conrads et al. (2016) 及び Krawczyk (2011) は、いずれもボランティア活動の受入主体が大学教員であるため、一種の観察者効果が生じている可能性が否定できない点である。これは非常に大きな額の報酬を金銭的インセンティブとして提示した Conrads et al. (2016) において、特に問題となりうる。大学という環境の中で、学生は教員に評価される対象である。そのため学生は、教員に与える自己イメージを向上させ教員からの評価を上げることを、意識的もしくは無意識的に考慮し、ボランティア応募の行動を変化させるかもしれない。例えば、高い金銭的インセンティブが付加された募集メッセージを受け取った学生は、ボランティア活動の対価として高額な「報酬」を享受することが教員に与えるイメージを無意識のうちに考慮して、応募を控えたかもしれない。逆に、金銭的インセンティブが全く付されていない募集メッセージを受け取った学生は、文字通り無償のボランティア活動を買って出ることが教員に与える正のイメージを無意識のうちに考慮して、積極的に応募したか

もしれない。このような一種の観察者効果が生じているとしたら、Conrads et al. (2016) の実験における金銭的インセンティブのクラウドディングアウト効果は過大に推定されている可能性を否定できない。本研究では、ボランティア活動の受入主体を、教員ではなく、学生組織及び大学外の組織とすることにより、観察者効果の緩和を試みた。(もっとも、募集には教員がかかわっているため、観察者効果を完全に排除できたわけではない。)

4. 試行実験のデザイン及び結果

本研究では、2種のボランティア募集につき3回（実験1を2回、実験2を1回）の試行実験を実施した。

4.1 実験1

実験1は、ファーマーズマーケット運営支援のボランティア募集である。このファーマーズマーケット（愛媛大学法文学部の学生が、えひめ中央農業協同組合及び組合員農家との協力により2016年に設立し、JA えひめ中央直売所太陽市の駐車場にて年に4回開催している（安宅他、2017））。ボランティアはマーケット開催当日のみブースの設営、接客、撤収を手伝う。活動時間は1回につき約6時間である。

本研究では、2019年9月22日及び2019年12月8日に開催されたファーマーズマーケットのボランティア募集にあたり試行フィールド実験を行った。1回目は2019年9月6日に募集を開始し2019年9月15日に締め切った。2回目は2019年11月9日に募集を開始し、2019年11月29日に締め切った。従って募集期間は1回目が10日間、2回目が約2倍の21日間である。後述するように、1回目の応募者数が非常に少なかったため、2回目は募集期間を約2倍にした。

ボランティア募集実験の対象は、愛媛大学法文学部の学生1～4年生、合計1547名である。実験実施の事実を知るファーマーズマーケット運営スタッフ19名は募集実験の対象から除いている。事前に大学の教育支援課から得た名簿により、性別、学年、年齢、コース（昼間、夜間）、専攻という5変数により構成される層において無作為抽出を実行し、性別等、上記5変数の分布が群間で大きく偏らないよう工夫した上で、1547名の学生を対照群、処置群1、処置群2の3群に分けた。表1の標準化差（望ましいとされるのは10%未満）が示すように、対照群と処置群1及び処置群2の各層における性別等の分布の差は非常に小さく、5変数の分布という観点から見たとき、3つの群がおおむね同質的であることが分かる。

表1：対照群と処置群1及び処置群2の標準化差

パネル	対照群 (N=516)		処置群1 (N=516)		標準化差 (%)
	平均	標準偏差	平均	標準偏差	
A					
性別	0.568	0.496	0.581	0.494	-2.741
学年	2.533	1.108	2.533	1.108	0
年齢	20.457	3.613	20.409	3.549	1.353
コース	0.75	0.433	0.746	0.436	0.892
専攻	1.329	0.989	1.318	0.967	1.189
B					
性別	0.568	0.496	0.573	0.495	-1.00626
学年	2.533	1.108	2.536	1.107	-0.269
年齢	20.457	3.613	20.427	3.029	0.905
コース	0.75	0.433	0.72	0.449	6.708
専攻	1.329	0.989	1.33	0.964	-0.0655

注：性別は女性が1, 男性が0。コースは昼が1, 夜が0。専攻は未定(1年生)が0, 法政が1, 人文が2, グローバルが3である。

対照群への募集メッセージには特別なメッセージを付加していない。これに対して、処置群1には金銭的インセンティブを刺激するメッセージ「当日マーケット内で使用可能なお買物券をお渡しします。(あまり大きな期待はしないで頂きたいのですが、多分よるこんで頂ける額です。)」を加えた。募集メッセージには明記していないが、実際の額面価格は200円である。これに対して、処置群2には他者への貢献を強調するメッセージ「出店農家さんは高齢の方が多いため、来場客への対応の際に、学生の皆さんのお手伝いを頼りにされている方も少なくありません。」を加えた。これらの付加メッセージ以外の部分は、3群全く同じである。募集メッセージ(詳細は付録1を参照)は電子メールにて学生に送付した。

4.2 実験1の結果

表2：ファーマーズマーケット・ボランティア募集結果

群	対照	処置1	処置2	計
メッセージ	なし	金銭	他者貢献	
1回目				
標本数	516	516	515	1547
応募者数	0	1	3	4
応募率 (%)	0	0.194	0.583	0.259
2回目				
標本数	516	516	515	1547
応募者数	1	1	1	3
応募率 (%)	0.194	0.194	0.194	0.194

表2は実験1の結果を示している。残念ながら、1回目の応募者数は合計4名と少なかった。そこで、2回目の募集は期間を1回目の約2倍に増やした。しかし2回目の応募者数も合計3名にとどまった。

1回目の応募結果は、一見すると、他者への貢献を強調

するメッセージがより多くのボランティア応募を促したかのようである。しかし、2回目の応募結果は、対照群、処置群1、処置群2のいずれの応募者数も同じ1であり、金銭的インセンティブを付加したメッセージ、他者への貢献を強調するメッセージのいずれも、応募をより強く促す効果がなかった可能性を示唆している。

4.3 実験2

ファーマーズマーケット・ボランティア募集実験では、1回目の結果で既に低い検定力という問題が明確になっていた。そこで、この1回目の募集が締め切られた2019年9月15日の2日後に募集を開始したもう1つのボランティア募集実験では、応募者数の増加を図るために、金銭的インセンティブに若干の工夫を施した。

この実験2は実験1とは活動内容が異なっている。また、実験2では、募集メールの発信者が教員となっているため、観察者効果がより強く生じた可能性がある。これらの違いが示唆することは次項(4.4)で説明する。

実験2では、福岡正信自然農園(所在地:愛媛県伊予市)にて2019年10月5日に開催された稲刈り作業支援のボランティアを募集した。活動時間は約6時間である。

募集は2019年9月17日に開始され2019年9月30日に締め切られた。募集期間は14日間である。

募集実験の対象となったのは、実験1と全く同じ、愛媛大学法文学部の学生1~4年生、合計1547名である。実験1と同様、性別、学年、年齢、コース、専攻という5変数により構成される層において無作為抽出を実行した上で、1547名の学生を、実験1のそれとは異なる構成で、対照群、処置群1、処置群2の3群に分けた。表3の標準化差が示すように、今回も3つの群はおおむね同質的となすことができる。

表3：対照群と処置群1及び処置群2の標準化差

パネル	対照群 (N=516)		処置群1 (N=515)		標準化差 (%)
	平均	標準偏差	平均	標準偏差	
A					
性別	0.572	0.495	0.571	0.495	0.168
学年	2.533	1.108	2.536	1.107	-0.269
年齢	20.461	3.435	20.346	2.471	3.864
コース	0.723	0.448	0.746	0.436	-5.15
専攻	1.333	0.976	1.326	0.972	0.731
B					
性別	0.572	0.495	0.579	0.494	-1.567
学年	2.533	1.108	2.533	1.108	0
年齢	20.461	3.435	20.486	4.112	-0.665
コース	0.723	0.448	0.748	0.435	-5.709
専攻	1.333	0.976	1.318	0.973	1.591

注：性別は女性が1, 男性が0。コースは昼が1, 夜が0。専攻は未定(1年生)が0, 法政が1, 人文が2, グローバルが3である。

対照群への募集メッセージに特別なメッセージを付加していない点、処置群2には他者への貢献を強調するメッセージ「農業は後継者不足、人手不足に悩まされていますので、学生の皆さんのお手伝いはとても歓迎されています。」を加えている点は、実験1と同じである。異なるのは、処置群1向けの募集メッセージに含まれる金銭的インセンティブを刺激するメッセージを、よりインパクトの強いものに変更した点である。具体的には、実験2では金銭的インセンティブ・メッセージを「些少ですがギフトカードを進呈します」とした。今回も募集メッセージには明記していないが、実際の額面価格は500円である。より汎用的に利用可能なギフトカードを「謝礼」として提示することにより、応募者数の増加を期待できるのではないかと考えた。なお今回も、募集メッセージ（詳細は付録2を参照）は電子メールにて学生に送付した。

4.4 実験2の結果

表4は稲刈り作業支援ボランティアの募集実験結果を示している。応募者数は合計13名と増加した。これは実験1と実験2では活動内容が異なるためかもしれない。但し、この増加が金銭的インセンティブ・メッセージ変更の結果であるかは定かではない。事実、最も増加したのは他者貢献強調メッセージを付加した処置群2なのである。

表4：稲刈り作業支援ボランティア募集結果

群 メッセージ	対照 なし	処置1 金銭	処置2 他者貢献
標本数	516	515	516
応募者数	3	3	7
応募率 (%)	0.581	0.583	1.357

なお、上述の通り実験2では募集メール発信者が教員であるため、観察者効果がより強く生じた可能性がある。金銭的インセンティブにクラウドディングアウト効果があるとしたら、観察者効果が増大した場合、金銭的インセンティブ・メッセージを受け取った学生は、「報酬」を享受することが教員に与えるイメージを考慮し、応募をより強く控えるだろう。逆に、他者貢献強調メッセージを受け取った学生は、無償のボランティア活動へのかかわりが教員に与える正のイメージを考慮し、より積極的に応募することになるかもしれない。

実験2で他者貢献強調メッセージを受け取った学生の参加が増えたのは、観察者効果がより強くなったためかもしれない。しかし、金銭的インセンティブ・メッセージを受け取った学生の参加は、対照群学生の参加と変わらない。この結果は、観察者効果が増大した可能性にもかかわらず、金銭的インセンティブ・メッセージを受け取った学生の参加がより強くクラウドアウトされることにはならなかった可能性を示唆している。

実験2の結果は、学生の行動に対する観察者効果の作用は学生が受け取るメッセージにより異なる可能性があることを示唆するものと言えるかもしれない。この点については、今後の実験で一層の解明が必要である。

5. おわりに：本研究から得られる知見・教訓と今後の課題

今回の実験では、先行研究に欠けている3つの工夫を施した。第1に、層化無作為抽出により、処置群、対照群のより厳密な無作為抽出を行った。第2に、金銭的インセンティブがボランティア活動への「謝礼」であって「労働の対価」ではないことを強調するために、募集メッセージにはその額面価格を記さないという工夫を施した。そして第3に、ボランティア活動の受入主体を学生組織及び大学外の組織とすることにより、観察者効果の緩和を試みた。

その結果、実験1では金銭的インセンティブ・メッセージを受けた処置群1からの参加は、他者貢献強調メッセージを受けた処置群2からの参加と同じかそれを下回った。実験2では金銭的インセンティブを変更し、利用範囲が極めて限定的な「買い物券」から、より汎用的に利用可能な「ギフトカード」に変えたところ、金銭的インセンティブ・メッセージを受けた処置群1からの参加は、実験1の場合よりも増えたものの、同時に対照群にも同じ数の参加増加が観察された。先行研究に欠ける3つの工夫が、先行研究のそれとは異なる結果につながった可能性が考えられ、今後の実験でもこれらの工夫の効果を継続的に検証する必要があると考えられる。

なお、実験1と実験2ではボランティア活動の内容と予想される観察者効果が異なる。そのため単純比較はできないが、両実験は、同じ被験者を対象としつつ、募集条件がかなり大きく変わった場合でも、類似の応募結果が得られたことを示している。この類似の応募結果も3つの工夫によりもたらされた可能性があり、その意味においても、今後の実験でこれらの工夫の効果を検証する必要がある。

最後に、学生ボランティア活動のインセンティブ解明という点では、ボランティア活動への参加・不参加という決定に至る学生の行動解析も重要である。もっとも、参加・不参加という決定につながる各学生の事情（日程の問題、活動内容への関心の有無等）は、募集実験それ自体においては明らかにすることが困難だと思われる。今後の実験では、募集実験後の面接調査等により参加・不参加に至る学生の行動の解析も行うことも課題として取り組む。

参考文献

- (1) Abeler, J., & Nosenzo, D. (2015) "Self-selection into laboratory experiments: pro-social motives versus monetary incentives", *Experimental Economics*, 18 (2), 195-214.

- (2) Al-Ubaydli, O., & Lee, M. (2011) "Can tailored communications motivate environmental volunteers? A natural field experiment", *American Economic Review*, 101 (3), 323-28.
- (3) Anik, L., Norton, M. I., & Ariely, D. (2014) "Contingent match incentives increase donations", *Journal of Marketing Research*, 51 (6), 790-801.
- (4) 青木理奈, 松本美紀 & 曲田清維 (2005) 「2004 年新居浜市水害における高校生ボランティア活動に関する研究 (第 2 報) 高校生のボランティア意識の検討」, 『愛媛大学教育実践総合センター紀要』 23, 151-164.
- (5) Apinunmahakul, A., Barham, V., & Devlin, R. A. (2009) "Charitable giving, volunteering, and the paid labor market", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 38 (1), 77-94.
- (6) 荒井俊行 (2016) 「大学生のボランティア活動へのイメージが参加志向動機・不参加志向動機に及ぼす影響」, 『日本教育工学会論文誌』 40 (2), 85-94.
- (7) Ariely, D., Bracha, A., & Meier, S. (2009) "Doing good or doing well? Image motivation and monetary incentives in behaving prosocially", *American Economic Review*, 99 (1), 544-55.
- (8) Bauer, T. K., Bredtmann, J., & Schmidt, C. M. (2013) "Time vs. money-The suly of voluntary labor and charitable donations across Europe", *European Journal of Political Economy*, 32, 80-94.
- (9) Brown, E., & Lankford, H. (1992) "Gifts of money and gifts of time estimating the effects of tax prices and available time", *Journal of Public Economics*, 47 (3), 321-341.
- (10) Brown, A. L., Meer, J., & Williams, J. F. (2019) "Why do people volunteer? An experimental analysis of preferences for time donations", *Management Science*, 65 (4), 1455-1468.
- (11) Conrads, J., Irlenbusch, B., Reggiani, T., Rilke, R. M., & Sliwka, D. (2016) "How to hire helpers? Evidence from a field experiment", *Experimental Economics*, 19 (3), 577-594.
- (12) Croson, R., & Shang, J. (2013) 'Limits of the effect of social information on the voluntary provision of public goods: Evidence from field experiments', *Economic Inquiry*, 51 (1), 473-477.
- (13) Duncan, B. (1999) "Modeling charitable contributions of time and money", *Journal of Public Economics*, 72 (2), 213-242.
- (14) Eckel, C. C., & Grossman, P. J. (2003) "Rebate versus matching: Does how we subsidize charitable contributions matter?", *Journal of Public Economics*, 87 (3-4), 681-701.
- (15) Feldman, N. E. (2010) "Time is money: Choosing between charitable activities", *American Economic Journal: Economic Policy*, 2 (1), 103-30.
- (16) Francis, J. E. (2011) "The functions and norms that drive university student volunteering", *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 16, 1-12.
- (17) Gneezy, U., & Rustichini, A. (2000) "Pay enough or don't pay at all.", *The Quarterly Journal of Economics*, 115 (3), 791-810.
- (18) Gneezy, U., Meier, S., & Rey-Biel, P. (2011) "When and why incentives (don't) work to modify behavior", *Journal of Economic Perspectives*, 25 (4), 191-210.
- (19) Handy, F., & Katz, E. (2008) "Donating behavior: if time is money, which to give? A preliminary analysis", *Journal of Economic Studies*, 35 (4), 323-332.
- (20) Handy, F., Cnaan, R. A., Hustinx, L., Kang, C., Brudney, J. L., Haski-Leventhal, D., Holmes, K., Meijs, L. C. P. M., Pessi, A. B., Ranade, B., Yamauchi, N., Zrinscak, S. (2010) "A cross-cultural examination of student volunteering: Is it all about résumé building?", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 39 (3), 498-523.
- (21) Houle, B. J., Sagarin, B. J., & Kaplan, M. F. (2005) "A functional approach to volunteerism: Do volunteer motives predict task preference?", *Basic and Applied Social Psychology*, 27 (4), 337-344.
- (22) Jakobsen, M. (2013) "Can government initiatives increase citizen coproduction? Results of a randomized field experiment", *Journal of Public Administration Research and Theory*, 23 (1), 27-54.
- (23) John, P., James, O., Moseley, A., Ryan, M., Richardson, L., & Stoker, G. (2019) "The Impact of Peer, Politician, and Celebrity Endorsements on Volunteering: A Field Experiment with English Students", *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 31(3), 328-346.
- (24) Karlan, D., & List, J. A. (2007) "Does Price Matter in Charitable Giving? Evidence from a Large-Scale Natural Field Experiment", *American Economic Review*, 97(5), 1774-1793.
- (25) Krawczyk, M. (2011) "What brings your subjects to the lab? A field experiment", *Experimental Economics*, 14 (4), 482-489.
- (26) Lilley, A., & Slonim, R. (2014) "The price of warm glow", *Journal of Public Economics*, 114, 58-74.
- (27) List, J. A. (2011) "The market for charitable giving", *Journal of Economic Perspectives*, 25 (2), 157-80.
- (28) Martin, R., & Randal, J. (2008) "How is donation behaviour affected by the donations of others?", *Journal of Economic Behavior and Organization*, 67 (1), 228-238.
- (29) Mason, D. P. (2016) "Recognition and cross-cultural communications as motivators for charitable giving: A field experiment", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 45 (1), 192-204.
- (30) Matsumoto, M., Aoki, R., & Magata, K. (2005) 「2004 年新居浜市水害における高校生ボランティア活動に関する研究 (第 1 報) 防災意識形成のための高校生災害ボランティア意識と社会的役割に関する断面調査」, 『愛媛大学教育実践総合センター紀要』 23, 99-110.
- (31) McCarty, S. H., Angner, E., Scott, B., & Culver, S. (2018)

- “Mandated volunteering: an experimental approach”, *Applied Economics*, 50 (27), 2992-3006.
- (32) 三谷はるよ (2016) 『ボランティアを生みだすもの：利他の計量社会学』, 有斐閣.
- (33) Moseley, A., James, O., John, P., Richardson, L., Ryan, M., & Stoker, G. (2018) “The Effects of Social Information on Volunteering: A Field Experiment”, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 47 (3), 583-603.
- (34) 小野晶子 (2005) 『有償ボランティアという働き方：その考え方と実態 (労働政策レポート Volume 3)』, 労働政策研究・研修機構.
- (35) 小野晶子 (2007) 「ボランティア活動の今日の問題」, 『日本労働研究雑誌』 561, 83-85.
- (36) Shang, J., & Croson, R. (2009) “A field experiment in charitable contribution: The impact of social information on the voluntary provision of public goods”, *Economic Journal*, 119 (540), 1422-1439.
- (37) Sundeen, R. A., Raskoff, S. A., & Garcia, M. C. (2007) “Differences in Perceived Barriers to Volunteering to Formal Organizations: Lack of Time Versus Lack of Interest”, *Nonprofit Management and Leadership*, 17 (3), 279-300.
- (38) 谷田勇人 (2001) 「福祉ボランティア活動をする大学生の動機の分析」, 『社会福祉学』, 41 (2), 83-94.
- (39) Van Ingen, E., & Dekker, P. (2011) “Changes in the determinants of volunteering: Participation and time investment between 1975 and 2005 in the Netherlands”, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40 (4), 682-702.
- (40) 安宅玲奈, 岡本真輝, 仙波朱梨, 武智大海, 福壽絢人 & 佐藤亮子 (2017) 「「農」とより添う地域 地域とより添う「農」: 学生が運営する愛太陽ファーマーズマーケットの挑戦」, 『地域創成研究年報』, 12, 9-27.

付録1 愛太陽ファーマーズマーケット・ボランティア募集1回目の文面 (xx 部分は伏せ字)

みなさんこんにちは！

愛媛大学法文学部人文社会学科グローバル・スタディーズ履修コースの福井秀樹ゼミのxx[学生名]です。私たちは、農家と消費者が直接出会う場を作るためにJA えひめ中央太陽市と共同で年に4回対面販売形式のファーマーズマーケット（農家市）を行っています。

現在、9月22日（日）に開催するマーケット当日の学生ボランティアスタッフを15～20名ほど募集しています。

■第13回愛太陽ファーマーズマーケット

日時：2019年9月22日（日）

午前8時半～正午 ※雨天決行・荒天中止

場所：JA えひめ中央「太陽市」前駐車場

■ボランティア内容（※詳細は参加者に後日説明いたします。）

日時：2019年9月22日（日）

午前7時～13時

場所：JA えひめ中央「太陽市」前駐車場

内容：販売サポート、イベントサポート、アンケート集計、会場準備、片付けなど

【処置群1：金銭的インセンティブ刺激メッセージ】

※当日マーケット内で使用可能なお買物券をお渡しします。（あまり大きな期待はしないで頂きたいのですが、多分よろこんで頂ける額です。）

【処置群2：他者貢献強調メッセージ】

※出店農家さんは高齢の方が多いため、来場客への対応の際に、学生の皆さんのお手伝いを頼りにされている方も少なくありません。

※マーケットを自由に回れる休憩時間もございます。

興味のある方はお気軽に下記の申し込みフォームからお申込みください。お申込み頂きましたら、ボランティア内容の詳細説明のご案内を後日お送りいたします。申込み後にご都合が悪くなったりした場合にはもちろん、申込み取り消しは自由です。

■申し込みフォーム ※9月15日（日）メチ

<https://xxxxxxx>

初めての方でも大歓迎です！ボランティアに興味はあるけど、なかなか参加しづらい、という方も、半日で気軽に来るボランティアですので、ぜひ参加してみてください。重ねてのお願いですが、興味のある方はお気軽に上記の申し込みフォームからお申込みください。

皆様のご参加をお待ちしています。

私たちの活動の様子は下記SNSに随時投稿しています。興味ある方はぜひチェックしてみてください！

Instagram：aitaiyo_fm [現在、更新されていない]

Facebook：http://ja-jp.facebook.com/aitaiyoufarmersmarket/

■お問い合わせ先

愛媛大学法文学部福井秀樹ゼミ xx [学生名]

xxxxxxx@gmail.com

■学生指導担当教員

福井秀樹

〒790-8577 愛媛県松山市文京町3 愛媛大学法文学部人文社会学科

研究室：法文学部本館8階804号室

E-Mail: xxxxxxxx@ehime-u.ac.jp

Tel: 089-927-xxxx (研究室直通)

<https://xxxxxxx>

大学ウェブサイト: <http://www.lleehime-u.ac.jp/faculty/xxxx>

連絡先

石坂晋哉

付録2 福岡正信自然農園稲刈り作業支援ボランティア募集の文面 (xx 部分は伏せ字)

089-927-xxxx (石坂研究室)

xxxxxxx@ehime-u.ac.jp

こんにちは。

愛媛大学法文学部教員の石坂晋哉です。

世界 30 以上の言語に翻訳された『わら一本の革命』で知られる福岡正信さんが始めた自然農法の農園(伊予市)で、春と秋に農業体験をさせていただいています。

現在、10月5日(土)の稲刈り作業お手伝い参加希望者を募集中です。

日時: 2019年10月5日(土) 8:00 ~ 16:00

場所: 福岡自然農園(伊予市大平)

<https://f-masanobu.jp/>

※小雨決行, 荒天中止

ボランティア内容

・無農薬・自然農法で育てたお米の収穫のお手伝い

注意事項

・昼食付き

【処置群1: 金銭的インセンティブ刺激メッセージ】

・些少ですがギフトカードを進呈します

【処置群2: 他者貢献強調メッセージ】

・農業は後継者不足, 人手不足に悩まされていますので, 学生の皆さんのお手伝いはとても歓迎されています

・荒天時中止

・集合時間と集合場所は後日相談の上, 決めます(愛媛大学正門前に7時20分集合し車で現地に向かう/あるいは, JR 向井原駅に集合し徒歩で現地に向かう)

お申込み

→下記申込みフォームからお申込みください

締切: 2019年9月30日(月) 15:00

¹ 本研究は JSPS 科研費 19K21723 の助成を受けたものである。

² 本研究の実験計画は, 愛媛大学法文学部研究倫理委員会の審査を受け, 承認されている。

³ Gneezy & Rustichini (2000) 及び Al-Ubaydli & Lee (2011) もボランティア活動を対象とするフィールド実験を行っている。もっともそれらは, 既にボランティア活動に携わっている者を対象として, 金銭的インセンティブ (Gneezy & Rustichini, 2000) やニーズに応じた情報の提供 (Al-Ubaydli & Lee, 2011) がボランティアの活動水準に与える影響の解明を試みたものである。

⁴ 現実には「有償ボランティア」という表現もしばしば用いられている。実際, いわゆるボランティアが一定の金銭的見返りを受け取っているケースもある。しかし, この見返りは, 「労働の対価」でなく, ボランティア活動に伴う交通費, 材料費, 食費といった実費の弁償や受入側の謝意を伝える謝礼にとどまるものでなければならない, と考えられている。見返りが「労働の対価」と解釈される場合には, この活動に携わる者はボランティアではなく労働者とみなされる (小野, 2005: 2007)。