

テーマパークにおけるセルカ棒使用の迷惑認知に関する研究

An psychological study about selfie stick.

北 折 充 隆

Mitsutaka KITAORI

小 嶋 理 江

Masae KOJIMA

【問題と目的】

多様な余暇活動が楽しめる場に対し、民間事業者の活用に重点をおいた総合的機能の整備と、リゾート産業の振興と国民経済の均衡的発展の促進させるため、総合保有地域整備法が1987年に制定された（総務省、2011）。通称リゾート法と呼ばれるこの法律がきっかけとなり、日本中にゴルフ場やリゾートホテル、テーマパークなどが構想されるようになった。

もっとも、こうした構想はバブルの崩壊と共に頓挫し、計画が白紙撤回されたものも多い。同じようなホテルやゴルフ場が日本中に林立し、環境破壊やずさんな見通しが批判され、破綻したものも多かった。

同じことはテーマパークについても同様で、田中（2004）によれば、85－94年のピーク時に41にのぼった開業テーマパーク数は、95年以降は1桁で推移し、90年代後半以降は、シーガイア・オーシャンドームといった大型施設の休園・倒産が相次いだ。

テーマパークは今や、日本中に様々な行楽施設群として設置されているが、東京ディズニーランド（1983年開園）とユニバーサル

スタジオジャパン（2001年開園）が、2大大型テーマパークと認知されている。オリエンタルランド（2015）によれば、2014年度の来園者数は約3138万人で、1983年の開業時（993万人）の3倍となっており、ユニバーサルスタジオジャパンも2015年2月に、開業初年度の1102万人を上回る入場者数を達成している（ユニバーサルスタジオジャパン、2015）。

こうした大型テーマパークは、「夢と魔法の国」等と比喻され非日常を楽しむ空間であるが、そこでは多くの人が集う公共空間であるため、マナーやルールを守ることが求められる。

ところが、2013年3月、ユニバーサルスタジオジャパンで、大学生のグループが、上半身裸でコースターに乗るなどの迷惑行為を繰り返し、さらにネットで公開する等したことが、大きな注目を浴びた。この学生は、友人たちと来園し、ボートのアトラクションから身を乗り出したり、わざと傾けて転覆させたりしていた。このような迷惑行為を何度も繰り返し、安全確認のためにアトラクションが運休に追い込まれる事態も、実際に起きていた（北折、2013）。

こうした迷惑行為について、社会心理学の領域では社会的迷惑として研究が進められてきた。社会的迷惑とは、「当該行為が、本人を取り巻く他者や集団・社会に対し、直接的または間接的に影響を及ぼし、多くの人が不快を感じるプロセス」と定義される（齋藤、1999）。

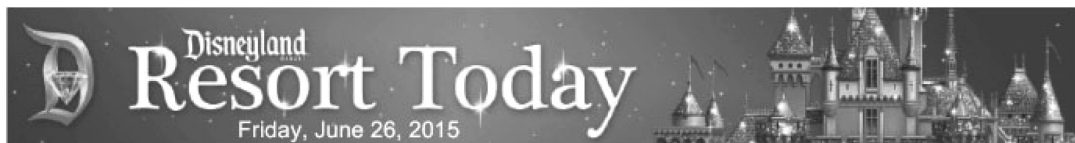
北折・小嶋（2014）は、テーマパークにおける迷惑行為に対する許容度について検討し、“アトラクションを待っている時に割り込みをする”“パレードを見ている時、後ろの人が押してくる”などが、許されないと評価される傾向が高かったことを見いだしている。つまり、スペースの侵害行為が、重大な迷惑行為であると見なされていた。

ここ数年急速に問題がクローズアップされてきたのが、セルカ棒（自撮り棒）と呼ばれる、写真撮影器具の使用マナーである。齋藤・吉浜（2015）によれば、セルカ棒の発明自体は1983年にさかのぼる。当時は流行することもなかったが、他者に撮影を依頼しなくとも良い上、自分で確認をしながら撮影できるというスマートフォンの特徴とマッチし、2014年になって流行してきたという背景がある。問題点は、撮影に夢中になるあまり、周囲へ

の配慮がおざなりになることである。さらに普及が進めば、使用に絡む事故が起きる恐れも懸念される。

この問題に対して興味深いのが、2大テーマパークのセルカ棒に対する対応である。ディズニーリゾート（千葉県浦安市）では、使用が禁じられており（東京ディズニーリゾート、2016）、カリフォルニアのディズニーワールドでも、公式HPに使用の禁止が告知されている（Disneyland, 2015）。Figure 1 に示すように、この禁止措置は安全性・礼儀・ショー的な観点・効率性に基づく。対してユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ、大阪市）は、液晶（ビデオ）やカメラ付き携帯電話での撮影、三脚を使用しての撮影を禁止するにとどまり、セルカ棒での撮影は特に禁止されていない（ユニバーサルスタジオジャパン、2016）。

現状では、セルカ棒の禁止を明示しているテーマパークはほとんどなく、ディズニーリゾートが目立つ形となっている。これを Cialdini, Kallgren, & Reno（1991）の、二つの社会規範の枠組みで解釈すると、セルカ棒での撮影については、異なる影響プロセスが働いていることになる。



Operational Notes - Share with your Cast

Selfie sticks are now prohibited at Disneyland Park and Disney California Adventure Park

We strive to provide a great experience for the entire family, and unfortunately selfie sticks have become a growing safety concern for both our Guests and Cast.

- ❖ The use of selfie sticks also compromises our ability to deliver on the Four Keys: Safety, Courtesy, Show and Efficiency.
- ❖ Therefore, like many other venues, Disneyland and Walt Disney World theme parks, water parks and DisneyQuest Indoor Interactive Theme Park will no longer permit selfie sticks* effective June 30.
- ❖ Disneyland Paris and Hong Kong Disneyland theme parks also will be included in this policy change, effective July 1.
- ❖ Share with Cast using the attached Team Talk for more information.

Figure 1 ディズニーランド公式HP上におけるセルカ棒禁止の周知

Cialdini *et al.*によれば，社会規範は命令的規範（injunctive norm）と，記述的規範（descriptive norm）の，二つに分けて捉えることができる。

彼らの定義に基づけば，命令的規範は，多くの人々によって適切・不適切が一義的に知覚される。さらに，社会的報酬や罰をもって行動が志向され，法律の形成とも密接に関連するものである（Staub, 1972）。よって，社会的に望ましい行為という点で当為的（ought to）であり（小林, 1991），ディズニーリゾートでのセルカ棒撮影禁止のルールが，これに対応する。

もう一つの記述的規範とは，多くの人々が実際にとる行動によって示される。つまり，周囲の他者がとる行動を，その状況における適切な行動の基準であると知覚することに基づく（Cialdini, 1988）。こうした行動判断は，考える時間や手間を省かせ，高い確率で効果的な結果を得ることができる。よって，他者の行動に依拠する点で状況依存적であり，「みんなセルカ棒を使っている」とか「セルカ棒が流行っている」といった認知が，記述的規範に対応する。

2大テーマパークをこの枠組みで捉えると，東京ディズニーリゾートは，命令的規範として使用の禁止が明示され，事実使用する人も多くないという，記述的規範が醸成されている。対してユニバーサルスタジオジャパンでは，セルカ棒の禁止ルールは存在しないため，命令的規範が存在せず，かつゲストの多くがセルカ棒を使って撮影していることが，セルカ棒利用を促進する形での記述的規範として左右する。

そのように考えると，セルカ棒が邪魔でパレードが見づらかったり，立ち止まっている人が邪魔になるといった迷惑行為に遭遇したとき，この二つのテーマパークでは，迷惑だ

と認知する程度に差があると予測できる。命令的規範が明示されているディズニーリゾートでは，ルールにも反しているという認知が，より不快感や迷惑認知を高める可能性もある。その反面で，記述的規範の影響力は命令的規範をしのぐため（北折, 2007），多くの人たちがセルカ棒を使っていることで，「こんなもの使わせるな！」という認知が不快感を高めるとも解釈できる。どちらが正しいのかは不明であり，本研究で明らかにする。

以上を踏まえ本研究では，テーマパークにおけるセルカ棒使用に関する迷惑認知，不快感の程度を比較検討する。併せて，セルカ棒利用禁止の認知がどの程度広がっているかなど，その実態についても明らかにする。

【方法】

調査対象 K女子大学の学生108名に回答を求めた。

調査時期 2015年10月に授業内で実施した。

手順 まず，セルカ棒の所持について回答を求め，所持していると答えた人に，「どのぐらいの頻度で使用しているか」「主にどのような場所で使用するか」について回答を求めた。その後，セルカ棒での自己撮影で迷惑を感じたかについて，各個人の経験を訪ねた。その後，「東京ディズニーリゾートでの，セルカ棒禁止を知っていましたか？」「ユニバーサルスタジオジャパンが，セルカ棒OKなのを知っていましたか？」について回答を求め，テーマパークによってセルカ棒使用の認識差を検討した。また，セルカ棒を所持していないと回答した場合，購入しない理由や欲しいと思うかについて回答を求めた。最後に，東京ディズニーリゾート・ユニバーサルスタジオ・その他のテーマパークの3場面それぞれについて，「歩いて移動中に急に立ち止まって撮影をはじめる」「歩きながら動画

を撮る」「道に広がって撮る」など、セルカ棒に関する迷惑行為を想定した10項目を作成し、“まったく迷惑と思わない～非常に迷惑である”の五件法で回答を求めた。

【結果】

セルカ棒の実態に関する集計 まず、セルカ棒の所持について集計したところ、所持している（28名）、所持していない（79名）で、直接確率検定を行ったところ、有意差が見られた（ $p<.01$ ）。そこで次に、セルカ棒を所持している28名について、利用頻度について集計をしたところ、有意差が見られた（ $\chi^2(2)=26.65, p<.01$ ；Table 1）。ただし質問項目において、“1.週に2回以上”と回答したケースがおらず除外され、“2月に4回（毎週）”も1名であるため、 χ^2 値の算出には問題がある。それでもこの結果を見る限り、購入しただけでほとんど使っていないという実態が

明らかとなったといえよう。

次に、セルカ棒を主に使う場所について、複数回答可で集計した（Table 2）。個人が重複回答しているケースも考えられるが、ディズニーリゾートにおいて、セルカ棒使用の回答はゼロであったため除外した。 χ^2 検定を実施したところ有意差が見られ（ $\chi^2(3)=18.57, p<.01$ ）、テーマパーク以外の観光地などにおいて、利用するという回答が多かった。また分析において、U S Jにおいて利用しているという回答は、5名にとどまった。

セルカ棒を持っていない群に対し、購入しない理由についても複数回答を求め、 χ^2 検定を実施した（Table 3）。有意差が見られ（ $\chi^2(3)=46.87, p<.01$ ），“必要性を感じないから”“友達が持っていて自分には必要ないと感じた”といった回答が多かった。またこの先、セルカ棒を購入したいかについては、いらないという回答が多かった（ $\chi^2(2)=$

Table 1 セルカ棒の使用頻度に関する集計結果

	月に4回	月に2回以上	買ったがほぼ使っていない	χ^2
人 数	1	5	22	26.65 **
** $p<.01$				

Table 2 セルカ棒の使用場所に関する集計結果

	ユニバーサル スタジオジャパン	飲食店 (居酒屋など)	観光地・旅行先 (テーマパーク以外)	自宅や友人の家など	χ^2
人 数	11	5	27	13	18.57 **
					** $p<.01$

Table 3 セルカ棒を購入しない理由に関する集計結果

	必要性を 感じなかったから	邪魔だと 感じたから	友達が持っており 自分は必要ない	セルカ棒で 迷惑を被ったから	χ^2
人 数	46	13	30	3	46.87 **
					** $p<.01$

TTable 4 セルカ棒を欲しいと思うかに関する集計結果

	欲しい	いらない	以前欲しかったが、 今は必要ない	χ^2
人 数	10	47	22	27.06 **

** $p < .01$

27.07, $p < .01$; Table 4)。

セルカ棒使用において、実際に迷惑を被ったかどうかについては、実際に迷惑を被ったのが49名、被ったことがないのは54名であった。直接確率計算の結果有意差は見られず、おおむね半数程度が、セルカ棒で迷惑を受けていた。

2 テーマパークにおけるセルカ棒認知の集計 セルカ棒禁止がどの程度認知されているのかについて確認するため、「ディズニーリゾートでのセルカ棒禁止を知っていましたか？」について、集計した。その結果、知っていたのは79名、知らなかったのは28名であ

り、直接確率検定についても有意であった ($p < .01$)。「ユニバーサルスタジオジャパンがセルカ棒OKなのを知っていましたか？」についても、同様に集計した。その結果、OKなのを知っていたのは66名、知らなかったのは41名であり、直接確率検定についても有意であった ($p < .05$)。

3 テーマパーク間における迷惑認知の比較 セルカ棒の迷惑行為について、ディズニーリゾート、ユニバーサルスタジオジャパン、その他テーマパークを独立変数、10の撮影状況を従属変数として、1 要因分散分析（対応あり）を実施した。その結果、「3. 道に広がっ

Table 5 セルカ棒の迷惑行為に関するテーマパーク別に見た平均値と標準偏差

	ディズニー リゾート	ユニバーサル スタジオジャパン	テーマパーク	F
1. 歩いて移動中に急に立ち止まって撮影をはじめ る	4.02 (1.07)	3.98 (1.13)	3.94 (1.13)	.68
2. 歩きながら動画を撮る	3.37 (1.23)	3.28 (1.26)	3.34 (1.25)	.68
3. 道に広がって撮る	4.28 (.86)	4.13 (.94)	4.11 (.96)	4.30 *
4. アトラクションに並んでいる最中に撮る	2.54 (1.19)	2.56 (1.13)	2.50 (1.14)	.44
5. アトラクションの出口に向かう通路で撮る	3.67 (1.07)	3.53 (1.06)	3.56 (1.05)	2.43 †
6. 撮影スポット（シンデレラ城前など）で撮る	1.97 (1.13)	1.96 (1.04)	1.99 (1.07)	.06
7. レストランで撮る	2.33 (1.09)	2.32 (1.07)	2.37 (1.11)	.36
8. 屋外だが、確実に自分が写り込んでいると思わ れる撮り方	3.55 (1.21)	3.46 (1.22)	3.41 (1.23)	2.72 †
9. ショー・パレードの場所取りの最中に撮る	2.55 (1.19)	2.56 (1.20)	2.56 (1.11)	.01
10. ショー・パレードを後方から、自撮り棒を伸ば してショー自体を撮る	3.60 (1.29)	3.47 (1.28)	3.36 (1.28)	5.64 **

※()内は標準偏差

** $p < .01$, * $p < .05$, † $p < .10$

て撮る ($F(2, 212)=4.30, p<.05$)」「5. アトラクションの出口に向かう通路で撮る ($F(2, 210)=2.43, p<.10$)」「8. 屋外だが、確実に自分が写り込んでいると思われる撮り方 ($F(2, 210)=2.72, p<.10$)」「10. ショー・パレードを後方から、自撮り棒を伸ばしてショー自体を撮る ($F(2, 212)=5.64, p<.01$)」について、群間の有意差及び有意傾向が見られた。いずれの項目についても、東京ディズニーリゾートが、ユニバーサル・スタジオやその他テーマパークと比べ、高い値を示していた。

【考察】

本研究では、テーマパークにおけるセルカ棒使用の迷惑認知に関する調査を実施した。いかに考察を行う。

まず留意しておかねばならないのは、本調査の対象が女子大学生である点である。すなわち、テーマパークに家族で出かけるだけでなく、個人や友人・恋人と出かけるケースが多いと推定され、相対的にセルカ棒を使った写真撮影を行ったり、友人の撮影に加わったりする機会も多い。それ故、他の人がセルカ棒を使って撮影している場面が目につきやすく、また「自分はこんな所で撮影しようとも思わないのに、迷惑な人だ。」などと、セルカ棒利用に対する意識も高く、不快を感じやすいと推測される。また、高齢者世代によく見られるガラケー所有者は皆無であり、ほぼ100%のスマホ所有率であることも、セルカ棒を使いやすい空気も醸成されているといえよう。

こうした調査対象に回答を求めたにも関わらず、セルカ棒の利用実態について、所持が全体の3割弱にとどまり、その8割がほぼ使っていないかった。また、使用する場所はテーマパークよりも、観光地や旅行先に加え、自宅などでの利用が目立つ結果であった。

近年、駅構内での使用も禁止されつつあるなど、普及に合わせた規制が広がりつつあるものの、その実態とは大きく乖離していると結論せざるを得ない。今後普及していく可能性も否定できないが、セルカ棒は現状では、スマホ利用に必要なアイテムであると認識されてはいない。

スマホの普及が進んでいるとはいえ、セルカ棒が普及しない理由は、その利用状況で説明できる。すなわち多くの利用者は、ツイッターやLINEなどコミュニケーションアプリや、ゲームや動画の閲覧などが中心である。毎日の学生生活において、通学や休憩時間の使用が主流であり、カメラ撮影は副次的な機能である。こうした背景が、購入しない理由として、「必要性を感じなかったから」「セルカ棒はいらない」の選択者数が、最も多かった点に表れている。

セルカ棒は旅行や友人の家に集まる場合など、日常的な通学や大学生活で持ち歩くものではなく、集合写真や背景を含めて自分を撮影するなど、限定的な利用目的で役に立つものである。さらに、友人の一人が持っていればよい上、腕を伸ばして撮影したり、第三者に撮影依頼したりすれば済むことが、普及の広がっていない背景にあるのではないかと。

また、セルカ棒をディズニーリゾートで利用したという回答は、本研究の調査対象者ではゼロであった。北折・吉田(2000)は、ルール違反や迷惑行為を犯す性別について、男性の方が多いことを明らかにしている。女子大学生を対象とした調査であったことが、こうした結果が見られた原因であろう。回答者が女性であれば、望ましい行動を規定する命令的規範(Cialdini & Trost, 1998)を、男性よりも遵守しようとするためである。

セルカ棒に関する迷惑行為を、テーマパーク別に比較した結果については、「3. 道に

広がって撮る」「10. ショー・パレードを後方から，自撮り棒を伸ばしてショー自体を撮る」について，ディズニーリゾートが他2群と比べ，有意に高い値を示していた。北折（2008）は，電車内の迷惑行為評価に関する検討を行ったが，中でも座席の占有や床への座り込みなど，スペースの侵害行為について，特に悪質性評価が高いことを明らかにした。本研究の結果をみても，これら2項目はスペースの侵害行為であり，セルカ棒が他者の邪魔になる様な場所においてのみ，高い数値を示していた。

このことは，セルカ棒の禁止について新たな知見を示す。集計結果より，東京ディズニーリゾートがセルカ棒利用禁止であることを知っていたのは，8割に昇っており，セルカ棒禁止が浸透していると解釈できる水準であった。有意差を規定するのは，この禁止事項の有無であり，迷惑だと認知するのには，単に自身が迷惑だと認知するだけではなく，ルールとして裏打ちされていることが必要であることになる。

そして，こうした規制が有効なのは，あくまでスペース侵害行為である，2項目のような状況に限られる。例えば，アトラクションに並んでいる間やレストラン，シンデレラ城の前などの撮影スポットにおいて，3テーマパーク間での違いは見られなかった。そのように考えていくと，パーク内の撮影を一律で禁止することは，ゲストの不満を高めてしまう可能性も懸念される。すなわち，「シンデレラ城の前など，誰の邪魔にもなっていないのに。」とか，「レストランで友人とセルカ棒を使うことの，何がいけないのだ。」といった形でのクレームである。

もっとも，ディズニーリゾートはこうしたクレームに対し，写真を撮影したい時は，気軽にキャストに依頼するようアナウンスされ

ている。パーク全体で使用が禁止されたとしても，安全性を考慮した措置が図られていることが，大きな問題となっていない背景にある。

なお本調査では，ディズニーリゾートとユニバーサル・スタジオ以外に，テーマパークという比較群を設定した。これについては，回答者が想定するテーマパークは三者三様であり，中部圏においてはナガシマリゾートや明治村，志摩スペイン村などを想定し，回答したケースが多かったと推定される。これらのテーマパークはいずれも，セルカ棒の撮影は禁止されていない。このことがいずれの項目においても，ユニバーサル・スタジオ群とテーマパーク群において，大きな差異が見られなかった原因であろう。

アトラクション乗車時以外で，テーマパークにおけるセルカ棒の規制は，ディズニーリゾートが際立って高い知名度を誇る。しかし，それ以外のテーマパークについては，禁止されていたとしてもほとんど認知されていない。また，本研究の調査対象者がよく訪れる近隣テーマパークにおいて，セルカ棒利用が規制されているパークは存在しない。今後セルカ棒が普及していくことになれば，こうしたテーマパークにおいても，迷惑だというクレームにより，規制が議論されていく可能性もあろう。そうした規制導入のプロセスを，フィールド調査の手法などを用いて検討していくことは，セルカ棒利用の是非を議論する上で，大きな示唆となろう。

最後に，本研究で明らかにできなかった問題点も多い。まず始めに述べたように，セルカ棒での撮影が禁止された場所は，ディズニーリゾートといったテーマパークだけではない。例えば棒が他の乗客にぶつかる危険性を考慮し，また車体に触れて運行に支障を来す恐れもあるため，新幹線が開業したJR金沢駅で

は、改札内でのセルカ棒撮影を禁止している。このように、明確な目的があるテーマパーク以外の場所でのセルカ棒規制について、どういった認知がされているのかを明らかにすることは興味深い。また、本調査は迷惑行為の認知者側(吉田・斉藤・北折, 2009)の視点であり、迷惑行為をする側、すなわち行為者の視点は明らかになっていない。迷惑行為は、社会的望ましさを強く反映しているため、行為者に直接回答を求めることは、非常な困難を伴う。しかし、行為者が何を意識し、他者が不快に思うような行為をしてしまうのか、それに対する抵抗感の有無や、それを上昇・低下させる要因を明らかにしていくことが、迷惑行為の抑止策を考えていく上で、非常に重要な要素となる。尽きることのない重要な検討課題であろう。

【引用文献】

- Cialdini, R. B. (1988). *Influence : Science and practice*. Scott, Foresman and Company. (社会行動研究会(訳) (1991). 影響力の武器—なぜ人は動かされるのか—誠信書房)
- Cialdini, R. B., Kallgren, C. A., & Reno, R. R. (1991). A focus theory of normative conduct : A theoretical refinement and reevaluation of the role of norms in human behavior. In M. P. Zanna. (Ed.), *Advances in experimental social psychology*. Vol. 24, New York : Academic Press. Pp.201-234.
- Cialdini, R. B., & Trost, M. R. (1998). Social Influence : Social Norms, Conformity, And Compliance. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The Handbook of Social Psychology*. Vol. 2. (4th ed.) New York : McGraw-Hill. Pp. 151~192.
- Disneyland (2015). Permitted Items [FAQ] Disneyland Resort Retrieved from <https://disneyland.disney.go.com/faq/parks/permitted-items/> (2016年1月27日)
- 藤田真哉 (2015). 国内テーマパークにおけるイベント集客に関する考察 ～ハウステンボスの事例を中心に～ 早稲田大学商学研究科修士学位论文
- 北折充隆 (2007). 社会規範からの逸脱行動に関する心理学的研究 風間書房
- 北折充隆 (2008). 電車内の迷惑行為の評価に関する検討 —悪質行為はK Yか?— 金城学院大学論集 (人文科学編) 5, 16-26.
- 北折充隆 (2013). 迷惑行為はなぜなくなるのか? —「迷惑学から見た日本社会」— 光文社新書
- 北折充隆・小嶋理江 (2014). テーマパークでの迷惑行為における許容度を規定する要因に関する研究 金城学院大学論集 11, 31-40.
- 北折充隆・吉田俊和 (2000). 記述的規範が歩行者の信号無視行動におよぼす影響 社会心理学研究 16, 73-82.
- 小林久高 (1991). 社会規範の意味について 社会学評論 42, 32-46.
- オリエンタルランド (2015). 入園者数データ | 東京ディズニーリゾートについて | オリエンタルランドグループ Retrieved from <http://www.olc.co.jp/tdr/guest/> (2016年1月21日)
- 斎藤和志 (1999). 社会的迷惑行為と社会を考慮すること 愛知淑徳大学論集24, 67-77.
- 斉藤佑介・吉浜織恵 (2015). 自分を撮れる「セルカ棒」, ルーツは日本にあり!? 朝日新聞朝刊 2015年2月18日 3.
- 総務省 (2011). 総合保養地域整備法 総務省・法令データ提供システム Retrieved from <http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S62/S62HO071.html> (2016年1月19日)
- Staub, E. (1972). Instigation to goodness : The role of social norms and interpersonal influence. *Journal of social issues*, 28, 131-150.
- 田中和宏 (2004). テーマパークの動向における計量的分析 神戸大学経済学部卒業論文
- 東京ディズニーリゾート (2016). 【公式】皆様の笑顔と安全のために | 東京ディズニーリゾート Retrieved from <http://www.tokyodisneyresort.jp/guide/caution/forguest.html> (2016年1月27日)
- ユニバーサルスタジオジャパン (2015). ユニバーサル・スタジオ・ジャパン2001年度(開業初年度)に記録した、年間入場者数最高記録を更新2015年2月20日(金) 午前10時13分頃 Retrieved

from

[https://www.usj.co.jp/company/news/2015/0220.](https://www.usj.co.jp/company/news/2015/0220.html)

html（2016年1月21日）

ユニバーサルスタジオジャパン（2016）. ルールと
マナーについて | パークガイド | アトラクショ
ン パーク紹介 | USJ Retrieved from

<http://www.usj.co.jp/parkguide/rule/>（2016年1月
27日）

吉田俊和・齋藤和志・北折充隆（編）（2009）. 社
会的迷惑の心理学 ナカニシヤ出版

※ 本論文は，2015年度金城学院大学人間科学部
多元心理学科卒業生の鈴木侑香の卒業論文デー
タを，第一著者が再分析しまとめ直したもので
ある。ここに記して感謝する。