

食品の「応援消費」の行動決定要因の分析

—3.11 被災地で作られた食品の購買行動を例に—

宮城大学 谷口 葉子・大竹 秀男

1. はじめに

東日本大震災後、被災地復興支援を目的に被災地で作られた商品やサービスを利用する応援消費の広がりが注目を集めた。時間の経過と共に消費者の関心が漸減していく中で、いかにして支援行為を継続できるのかが問われている。そこで本研究では、被災地で生産された商品の購買動機や購買意思決定プロセスを分析し、継続的な購買を促すための方策を検討することとした。

2. 本研究における課題と方法

本研究では2014年3月に実施したWebアンケート調査の回答を基に、被災地で作られた食品の購入に関わる要因および購入意思決定プロセスの構造について、ロジスティック回帰分析と共分散構造分析により考察した。調査は全国の20代～60代の男女に対し実施し、1000件の回答を回収した。

3. 応援消費のロジスティック回帰分析

「応援消費の有無」を従属変数とする二項ロジスティック回帰分析を行い、応援消費の実施の有無に影響する要因について検討した。

分析では主に次の2つの仮説を検証することとした。

仮説① 災害復興支援の方法に対する考え方は応援消費の実施に影響を与える。

仮説② 自らが将来、災害に遭遇するリスクを

どの程度と見積もっているかによって、応援消費の実施に影響を与える。

推定の結果、モデルの χ^2 値は有意水準0.05で棄却限界を超えており、Cox-Shell R^2 は0.212、Nagelkerke R^2 は0.283、HosmerとKemeshowの適合度検定の結果は $P=0.614$ であり、的中率は全体で69.4であり、本推定結果を分析に用いて差支えないと判断した。

推定された係数の一覧は表1の通りである。本分析の結果、「公助重視」の係数が負で有意であったことから、公助を重視している場合は応援消費の実施の可能性が低まることが確認できた（仮説①）。また、「災害遭遇リスク」の係数が正で有意であったことから、災害に遭遇するリスクを高く見積もっている場合は応援消費の実施の可能性が高まることが確認できた（仮説②）。加えて、東日本大震災でのボランティアの経験や、被災地での半年以上の居住経験も、応援消費の実施の可能性を高めることがわかった。さらに、被災地で作られた食品への評価の影響を見てみると、有意に影響を与えていたのは「調理のしやすさ」と「品質のよさ」、「買い求めやすさ」であった。いずれも係数の符号は正であり、評価の程度が高いほど、応援消費の実施の可能性が高まることを示していた。デモグラフィック変数は年齢を除いて有意な結果とはならなかった。

4. 応援消費の購買意思決定プロセス

次に、応援消費の購買意思決定プロセスをAjzen (1991) の計画的行動理論 (TPB) の枠組みに基づきモデル化し、共分散構造分析を用いて

分析を行った。計画的行動理論では、消費者が購買という「行動」を起こす前提となる「購買の意図」には、①行動の結果に対する評価（態度）、②行動に対する他者の評価（主観的規範）、③行動の達成可能性（行動のコントロール感）の3種の要因が関連していると考えられている（図1）。そこで、本分析ではそれらの因果関係が成立するかどうかを検証すると共に、購買の意図が実際の購買行動に及ぼす影響力についても検討した。

モデルの適合度を見ると、GFIは0.968、CFIは0.990、RMSEAは0.052であった。これらの指標より本モデルの採用は許容範囲内であると考えた。潜在変数間の因果関係を見ると（表2）、主観的規範と購買意図の関係を除き、すべてのパス係数は有意にプラスの値を示していた。

結果より、購買への態度は購買意図へほとんど影響を与えていないのに対し、行動コントロール感が購買意図に大きく作用を及ぼしていることがわかった。また、購買意図から購買行動に向けてのパス係数は比較的大きく、影響の大きさが確認できたものの、やはり行動のコントロール感も少なからず影響を及ぼしていた。

5. 考察

倫理的な消費の意思決定であっても、消費者は自らの災害遭遇時のリスク緩和等、少なからず利己的な動機を背景に購買を行っている可能性がある。購買の継続を促すには利己的な便益を高める努力も継続していく必要があることを示しているといえよう。

購買意図を高めるには、行動の結果に対する知識レベルを上げるための教育的活動よりも、個々の消費者が直面している購買の制約に着目し、自らの行動に対する楽観的見通しを高める方が、功を奏する可能性がある。

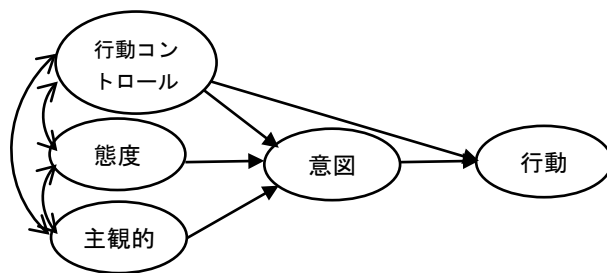


図1 計画的行動理論のフレームワーク

資料：Ajzen(1991)よりアレンジを加えて作成。

表1 ロジスティック回帰分析の結果

変数	係数	変数	係数
災害遭遇リスク	0.200**	見つけやすい	0.126
共助重視	0.081	被災地居住経験	0.936**
自助重視	0.010	ボランティア経験	1.730**
公助重視	-0.149**	学歴	0.072
調理しやすい	0.295*	年収	0.028
価格が安い	0.040*	性別	0.284
品質がよい	0.555**	年齢	0.154**
買い求めやすい	0.209*	定数	-7.207**

表2 共分散構造分析の結果

変数名	変数名	標準化係数
購買意図 <---	購買態度	0.076**
購買意図 <---	行動コントロール感	0.786**
購買意図 <---	主観的規範	0.025
購買行動 <---	購買意図	0.51**
購買行動 <---	行動コントロール感	0.323**

参考文献

- [1] Ajzen, Icek, "The Theory of Planned Behavior," Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50, 1991, pp.179-211.