

家庭の食品廃棄における消費者の意思決定プロセスの解明

— 発話思考プロトコル分析法を用いて —

京都大学大学院農学研究科 野々村真希

1. 問題意識と課題

日本では毎年 500~800 万トンもの食品が廃棄されている[1]。このように廃棄される食品は食品ロスと呼ばれ、大きな問題となっている。中でも家庭から発生する食品ロスは全体の半数と大きな割合を占める。家庭の食品ロスを削減するためにはその実態と原因を明らかにする必要があるが、関連研究は少なく、特に食品ロスの原因となる消費者行動についてはまだあまり研究がなされていない。そこで本稿では家庭の食品ロスの原因となる消費者行動の解明を行う。しかし食品ロスに関わる消費者行動は調達行動、使用行動、廃棄行動といった複数の行動が関わっており、それらを一つの枠組みで捉えるのは難しい。そこで本稿ではまずそのうち廃棄行動に焦点を当て分析を行う。

2. 研究方法

1) 食品廃棄の意思決定プロセス仮説モデル構築

消費者の廃棄行動は、消費者行動研究では処分方法の選択という意思決定と捉えられており、食品廃棄行動も同様に捉えることができる。消費者の食品廃棄の意思決定に関しては野々村[2]でも分析を行ったが、本稿ではそこで検討できなかった、食品廃棄の意思決定プロセスそのものを明らかにすることを目的とする。そのためにまず、購買行動研究の知見 ([3][4]など) を援用し、消費者の食品廃棄の意思決定プロセスの仮説モデルを構築した (図 1)。

2) 評価段階の分析枠組み—決定方略

食品廃棄の意思決定プロセスの中の評価段階の

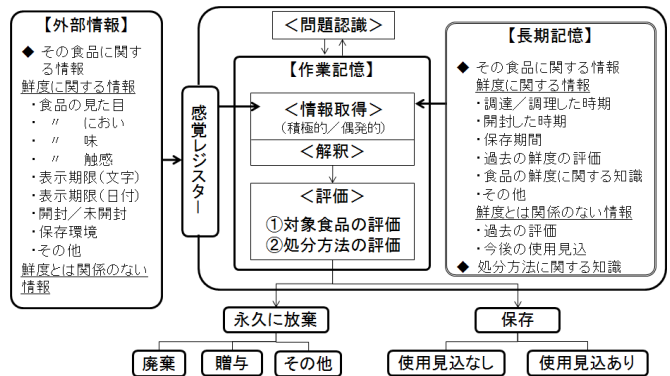


図 1 消費者の食品廃棄の意思決定プロセス 仮説モデル

表 1 廃棄対象の食品の評価における決定方略

決定方略	詳細
感情依拠型	評価対象にある食品に対し、態度や全体評価がすでに明白に形成されており、記憶からそれらの態度が引き出され、その態度に基づいて選択が行われる。
分離型	廃棄または保存 (または譲渡など) する十分条件が食品について設定され、ひとつでも条件を満たす場合には他の属性に関わらずその処分方法が選択される
連結型	廃棄または保存 (または譲渡など) する必要条件が設定され、すべての条件が満たされた場合のみ、その処分方法が選択される
加算型	評価対象にある食品の全属性が検討され、各属性の評価が合算され、全体評価がなされる
限定的加算型	評価対象にある食品の限定された属性が検討され、各属性の評価が合算され、全体評価がなされる
辞書編纂型	もっとも重要な属性の評価値で決定される。もっとも重要な属性では評価ができない場合、次に重要な属性で判定が行われる。

分析のために、購買意思決定について解明されている「決定方略」を援用した([4][5])。ただし、食品廃棄の意思決定における評価は「食品の評価」と「処分方法の評価」がある。前者の食品の評価については、評価対象となる食品は 1 つであり、複数の商品の評価を前提とする購買意思決定における評価とは異なる。その点をふまえて決定方略を表 1 のように修正した。

3) 調査—発話思考プロトコル分析法

調査では、意思決定の進行中のプロセスを分析する手法である「発話思考プロトコル分析法」に依拠した。具体的には、被験者に家庭の冷蔵庫の中の食品を点検し、廃棄・保存の判断をしながらその時頭に浮かんだことを発話してもらい、それを録音し、文字に起こしてデータとした。

調査は2013年8～12月に実施した。被験者は家庭で食品の管理を主に担当する者とし、機縁法により京都府・大阪府に住む7名(男性1名、女性6名)を集めた。年齢は20～50代である。

3. 結果の概要

食品廃棄の意思決定の対象となった食品は全体で452点であった。意思決定の評価段階では主に食品の評価が行われ、そこで用いられる情報は表示期限や見た目などの鮮度に関する情報が多かった。選択された処分方法は「保存」が全体の85%、「廃棄」が15%であった。

意思決定で用いられる情報の数は平均1.6個と少なかった。決定方略も、複数の情報を比較検討する熟考型の方略はほとんどとられず、全体として認知的負荷の小さい意思決定が行われていた。

「廃棄」の選択は「保存」の選択に比べ用いられた情報数がやや多く、意思決定の十分条件も、「廃棄」の場合の方が厳しく設定されていた。対象者は食品を捨てることに抵抗を感じており、「保存」へすくい取る傾向が読み取れた。

このように捨てることへの抵抗はあるものの、冷蔵庫内の一部の食品に対しては捨てるを得ない、あるいは整理のため捨ててしまいたいと被験者は感じていた。後者の場合には、心理的な抵抗緩和のためか廃棄する理由を積み重ねる決定方略が用いられていたものの、捨てるを得ない、あるいは食べる見込みがない食品が多いことが廃棄の多さにつながっていたとみることができる。

賞味期限と消費期限の意味や「開封後は期限表示は無効」という知識はあっても、それらの知識は意思決定にほとんど用いられない。期限表示の日付を主に用いており、その日付の利用は食品によって異なっていた。

意思決定では食品の鮮度に関する情報が用いら

れる場合が多いが、その情報の解釈に相当する発話は少なく、発話がある場合も「大丈夫」「古い」など漠然としている場合がほとんどであった。食品処分の意思決定における消費者の鮮度に対する解釈は非常に直観的で、品質や安全性といった具体的な機能にまで解釈は及んでいない可能性がある。

4. 結論

これらの結果から、廃棄を回避できるような情報は、食品を廃棄するかどうかの意思決定において消費者にとって有効に働く可能性があるといえる。ただしその情報は直観的で簡略な意思決定でも活用されやすいものにする必要があり、また個々の食品に関する情報にする必要がある。しかし一方で、捨てるを得ない、食べる見込みがない食品の多さが廃棄の多さにつながっていることを鑑みると、食品の廃棄行動より前の段階の調達行動や使用行動がやはり食品ロスの原因として大きく、そちらの原因の解明、対策の検討が重要であるといえる。

引用文献

- [1] 農林水産省「食品ロスの現状について(平成20年8月8日)」。
http://www.maff.go.jp/j/study/syoku_loss/01/pdf/dat_a2.pdf
- [2] 野々村真希「家庭で食品を廃棄する際の消費者認識に関する分析」、『フードシステム研究』、第20巻1号、pp.2-13、2013年6月30日。
- [3] 青木幸弘、「消費者情報処理の理論」、大澤豊他編、『マーケティングと消費者行動』、有斐閣、1992。
- [4] 新山陽子、西川朗、三輪さち子、「食品購買における消費者の情報処理プロセスの特質—認知的概念モデルと発話思考プロトコル分析—」、『フードシステム研究』、第14巻1号、pp.15~33、2007。
- [5] 竹村和久、「消費者の問題認識と購買意思決定」、杉本徹雄、『消費者理解のための心理学』、福村出版、1997。