

消費者の食品への不安と購買行動

明治大学 廣政 幸生 ・ 中嶋 晋作
武腰 翔子 ・ 長尾 真弓

1. はじめに

昨年3月に発生した福島第一原発事故による放射能汚染は消費者の食品購買に多大な影響を与えている。政府の(暫定)基準や安全に関する情報、自治体、生産者の安全宣言などの情報提供にも関わらず、風評や福島県産農畜産物に関する忌避行動は収まったとは言えない。このような状況を鑑み、食品の放射能汚染と消費者のリスク認知、購買行動に関しては既に幾つかの研究報告がなされている。消費者が規制値をクリアしていると認識していても、購入をためらうのは、不安が様々な情報により喚起されており、食品に関する安心が確保されていないと判断していることに他ならない。本報告は食品の放射能汚染に対する消費者不安に焦点を当て、不安の構成する要素について検討を加える。また、不安が購買行動に影響を与えていることを検討する。

2. 不安の要素

消費者が感ずる不安は様々である。ここでは、山岸 [1]、山崎・吉川・堀井 [2]、山崎・吉川 [3] を参考にして、食品の放射能汚染に関する不安の喚起要因とそれが購買行動に影響を与えるモデル構築を試みる。簡潔に述べれば、各メディアからの情報の入手→自己判断→不安要素ごとの喚起→不安醸成→購入判断→購買行動、のルートとしている。

不安の要素は1)不安は情報によって喚起される。2)放射能という未知性・恐怖による不安。3)健康に影響を及ぼすという不安。4)自身の信じやすい性格によると大きく分類し、それぞれ①情報源の信頼、②放射能に対する未知性と恐怖の不

安、③安全性に関する情報への信頼、④自分の健康への不安、⑤子供の健康への不安、⑥信頼の性格に小分類した。

3. 調査概要

アンケートの項目として、不安要素の小分類に対応させ、1)情報源への信頼について5項目(新聞、インターネット、政府、東電、友人・家族)、2)放射能に関する未知性・恐怖について5項目、3)情報としての安全性への信頼について6項目(政府、県、市町村、スーパー、農家等)、自分の健康不安について2項目、子供の健康不安について2項目、山岸 [1] に基づく信頼度の6項目を設定した。回答は「該当する」から「該当しない」までの5段階評価である。購入意思については「暫定規制値を下回っているあるいは検出されていない、福島県産などの農畜産物が普段購入している店にあったとすれば、購入しようと思いませんか」の設問と同じく5段階評価。それに加え、購入時の表示確認について3項目、放射能に関する情報入手先の設問を加えている。

調査は、2011年10月下旬から11月下旬に実施した。調査対象は首都圏西部在住、世帯で主に買い物をする人。調査方法は留め置き後回収で、学生が配布、回収した。サンプル数は129である。調査対象者の内訳は、男38.8%、女61.2%。既婚47.3%、未婚52.7%。同居子供あり43.4%、同居子供なし56.6%である。

4. 分析結果および考察

1) 情報に関して

表1は情報源の信頼性を表している。新聞、テレビニュースの信頼性は高く、政府、東京電力は

低い。予想通りであるが、友人・家族の情報も比較的高く評価されている。

情報源	平均値
新聞	3.57
テレビニュース	3.57
情報番組	3.36
インターネット	3.11
政府	2.92
東京電力	2.70
友人・家族	3.36

2) 不安の要因・要素

不安に関する 26 項目について、要素を抽出するために、因子分析を適用した。回転後の因子負荷量の高い (0.5 以上) 項目を上げると、

因子 1 : 政府の情報信頼、政府の安全基準信頼、政府の安全性呼びかけ信頼、市町村の安全性呼びかけ信頼

因子 2 : 新聞情報信頼、情報番組信頼、インターネット情報信頼

因子 3 : 前例がない不安、放射能用語の不安、放射能が分からない不安、放射能が目に見えない恐怖、実感がない恐怖

因子 4 : 現在の自分の健康不安、将来の自分の健康不安

因子 5 : 現在の子供の健康不安、将来の子供の健康不安

であった。順に、①行政への信頼、②情報への信頼、③未知・恐怖の不安、④自分の健康不安、⑤子供の健康不安の因子だとすることができる。これらに加え、信頼度を表す 6 項目に対し因子分析を実施した。第 1 因子は全ての項目と負荷量が高く、⑥信頼の性格を示す因子と判断することができた。以上の 6 因子を不安の要素と解釈する。

表 2 は、性別、同居子供有無別の因子得点 (不安要素の得点) の平均である。女性の方が信頼、不安ともに大きい傾向にある。また、子供がいる方が子供の健康不安をより強く感じていることが

表2 性別、同居子供有無別による因子得点平均

	行政への信頼	情報への信頼	未知・恐怖の不安	自分の健康不安	子供の健康不安	信頼の性格
男	-0.042	-0.014	-0.175	-0.017	-0.268	-0.131
女	0.027	0.009	0.112	0.011	0.171	0.081
同居子供なし	-0.048	-0.080	-0.107	0.167	-0.245	-0.238
同居子供あり	0.062	0.103	0.138	-0.215	0.315	0.306

分かる。

3) 購買行動への影響

不安要素と購買行動との関係は、6 因子の得点と福島県産などの農畜産物の購入意向 5 段階評価との関係であり、前者を独立変数、後者を従属変数とする回帰式で求める。方法は順序プロビット法を用いる。表 3 に計測結果を示した。行政への信頼が低下、未知・恐怖への不安の高まり、子供の健康不安の高まり、不信感の高まりが購入意欲を低くしていることを示している。

表3 福島県産等の農畜産物を購入するか否かの要因

行政への信頼	0.270 (2.68)***
情報の信頼	-0.103 (-0.99)
未知・恐怖への不安	-0.332 (-2.99)***
自分の健康不安	-0.113 (-1.16)
子供の健康不安	-0.315 (-3.16)***
信頼の性格	0.200 (1.77)*
定数項	—
R^2	0.08
対数尤度	-162.93
尤度比検定量	$\chi^2(6) 26.91$ ***
サンプル数	127

註 1) ***, **, *はそれぞれ1%、5%、10%の有意水準を示す。

2) 尤度比検定の()内は自由度。

参考文献

- [1] 山岸俊男『信頼の構造』東京大学出版会、1998
- [2] 山崎瑞紀・吉川筆子・堀井秀之「社会事象に関する不安喚起モデル構成の試み」、社会技術研究論文集、Vol.2.379-388,2004
- [3] 山崎瑞紀・吉川筆子「鳥(新型)インフルエンザに関する不安要因の構造」、心理学研究、第 80 巻、第 6 号、476-484、2010