

「災害からの復興のための実践活動及び研究」成果報告書

1. 実践活動・研究の名称

「福島県産」に対する消費者の買い控えと潜在的態度の関係についての研究

2. 実践活動・研究の成果

(1) グループ代表者

①氏名：有賀敦紀

②所属・職名：広島大学大学院総合科学研究科・准教授

③構成メンバー（3）人

氏名：Tsegmed Otgonchimeg

所属・職名：広島大学大学院総合科学研究科・大学院生

氏名：姜 琦

所属・職名：広島大学大学院総合科学研究科・大学院生

氏名：田岡大樹

所属・職名：京都大学大学院教育学研究科・大学院生

(2) 実践活動・研究の成果

- ・4000字程度で記してください。図表を入れる場合は、数点程度としてください。
- ・復興にどのような貢献をしたか（する可能性があるか）を明確に記述してください。
- ・成果に基づいて論文投稿や学会発表を行った場合は、そのリストを付してください。
- ・学会ホームページで公開しますので、著作権やプライバシーの保護にご留意ください。

本成果報告は、2011年に発生した福島第一原発事故に伴ういわゆる「風評被害」に着目し、消費者行動の背景にある消費者の潜在的態度に関する心理学研究の成果をまとめたものである。

目的

福島第一原発事故によって福島県産の農水産物（以下、「福島県産」）が放射線に汚染されているという噂が広まり、いわゆる「風評被害」が発生した。そして、それは今なお続いている。例えば、自治体が行っている放射性物質モニタリングによって、「福島県産」は安全であることが科学的に証明されているが、実際の市場では低い価格で取引されている。しかし、様々な質問紙調査において、消費者は「福島県産」に対してポジティブな評価をしているという結果も報告されている。ポジティブな評価をしてい

るにもかかわらず、なぜ消費者は「福島県産」を買わないのであろうか。本研究は、このパラドクスの解明を目的とした。

仮説

人間の態度には、顕在的態度と潜在的態度がある。顕在的態度は、主に質問紙調査によって測定されるものである。つまり、目的で紹介した「福島県産」に対する消費者のポジティブな評価は、顕在的態度を反映していると考えられる。一方、潜在的態度は、社会心理学の分野で開発された潜在連合テスト（Implicit Association Test: IAT）によって測定可能である。多くの場面で、顕在的態度と潜在的態度は乖離するため、消費者行動を理解するためには、顕在的態度だけでなく潜在的態度も測定する必要がある。本研究は、消費者の潜在的態度がネガティブであり、それが「福島県産」に対する買い控えを生み出している、という仮説を立てた。

研究 1

研究 1 では、広島および東京に居住する 40 名の日本人を対象に、「福島県産」に対する消費者の顕在的態度および潜在的態度を測定した。

IAT の刺激として、12 枚のカラー画像（米や魚など）および 10 個のポジティブ/ネガティブ単語（「平和」や「苦悩」など）を用意した。半数の画像には「福島県産」のラベルが付記され、残りの半数の画像には福島県と特産物が類似している「佐賀県産」のラベルが付記された。実験参加者は IAT の一般的な実験手順に沿って、画像については「福島県産」と「佐賀県産」の弁別課題、単語についてはポジティブかネガティブかの属性分類課題を行った。これにより、「福島県産」とネガティブ属性（「佐賀県産」とポジティブ属性）の結びつきが強いのか、「福島県産」とポジティブ属性（佐賀県産）とネガティブ属性）の結びつきが強いのかを検討した。

IAT 後の質問紙では、「福島県産（佐賀県産）の農水産物をどの程度好ましいと思いますか？」（absolute likeability, 図 2A）, 「福島県産と佐賀県産のどちらの産地をどの程度好みますか？」（relative likeability, 図 2B）といった質問に対して、参加者は心理尺度で回答した。

IAT および質問紙調査を組み合わせた実験を行った結果、「佐賀県産」との比較において、「福島県産」に対する参加者の顕在的態度はポジティブであるのに対し（図 2）, 潜在的態度はネガティブであること（図 1）, その傾向は、広島よりも東京に居住する参加者において顕著に見られること、が明らかにされた。

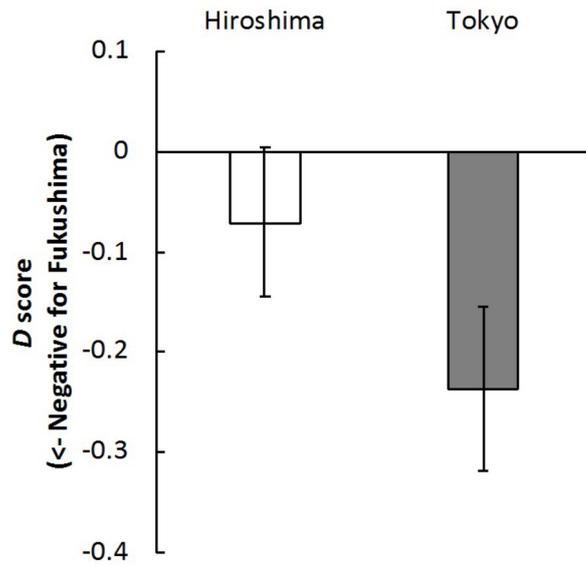


図1 研究1のIATの結果

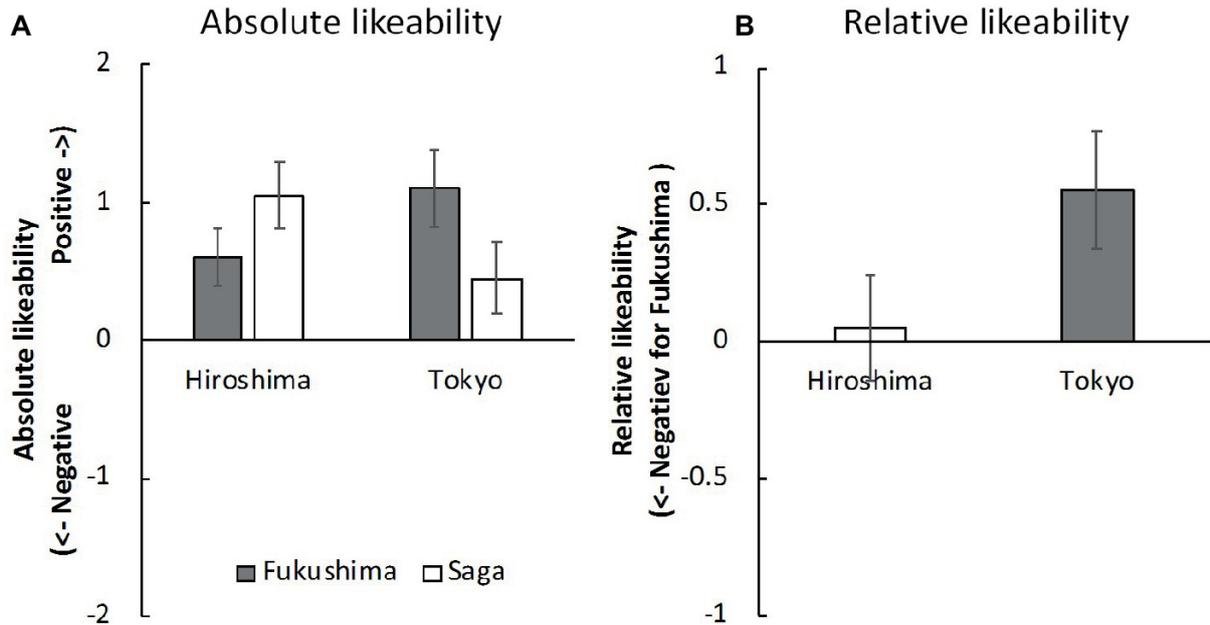


図2 研究1の質問紙の結果

研究2

研究2では、東京に居住する60名の日本人を対象に、個人差に注目した実験を行った。実験参加者の感染脆弱意識（perceived vulnerability to disease）を質問紙調査によって測定し、研究1と同様の方法で測定されたIATの結果と併せて検討した。

その結果、「佐賀県産」との比較において、「福島県産」に対する参加者の顕在的態度はポジティブであるのに対し（図は省略）、潜在的態度はネガティブであること（図3）が示され、研究1の結果が再現された。加えて、「福島県産」に対するネガティブな潜在的態度は、感染脆弱意識、特に感染嫌悪（germ aversion）の得点が高い参加者において強く見られること、が明らかにされた（図3B）。

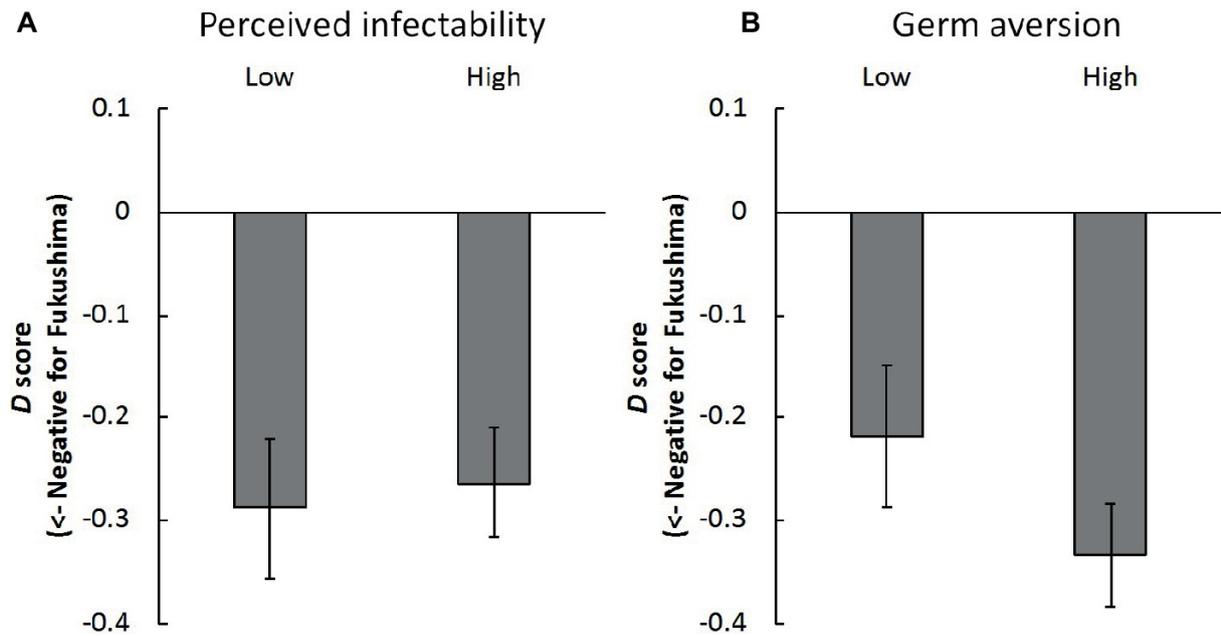


図3 研究2のIATの結果

結論

実験の結果は、「福島県産」に対する実験参加者の顕在的態度と潜在的態度は乖離していることを示しており、「福島県産」に対する買い控えを生み出しているのが、消費者のネガティブな潜在的態度である可能性が示され、本研究の仮説は支持された。

復興への貢献

本研究は、消費者の買い控えを引き起こす心理的要因を検討した。その結果、実験参加者の潜在的態度は顕在的態度と乖離し、それが買い控えを生み出す可能性があることを明らかにした。潜在的態度が直接的に買い控えに結びついているのか、については今後検討すべき課題として残されているが、本研究は消費者行動を生み出す心理的要因に関して新知見を与えるものである。また本研究は、福島県における放射線災害の問題に限らず、いわゆる「風評被害」から回復するための科学的手法の提案につながるものであり、この点でも社会的意義は大きい。

本研究で得られた知見に基づき、今後は消費者の潜在的態度を修正する手法の開発、および効果的な消費者教育の実践を目指す予定である。

なお、本研究で得られた成果は以下の学術論文および学会発表において公刊・公表された。

学術論文

Tsegmed, O., Taoka, D., Jiang, Q., & Ariga, A. (2019). Implicit attitudes about agricultural and aquatic products from Fukushima depend on where consumers reside. *Frontiers in Psychology, 10*: 515. DOI: 10.3389/fpsyg.2019.00515

学会発表

Tsegmed, O., Taoka, D., Jiang, Q., & Ariga, A. (2018). Residential areas modulate implicit attitudes on Fukushima agricultural products 日本認知心理学会第16回大会 立命館大学.

以上

年 月 日

「災害からの復興のための実践活動及び研究」会計報告書

活動・研究名称	「福島県産」に対する消費者の買い控えと潜在的態度の関係についての研究	
代表者 氏名・所属	有賀敦紀	広島大学総合科学研究科

1. 助成額	¥500,000
2. 支出合計	¥500,000
(1) 機器・備品	¥0
1)	
2)	
3)	
(2) 消耗品	¥0
1)	
2)	
3)	
(3) 旅費・交通費	¥135,105
1) 有賀敦紀(広島市-吹田市)	¥39,520
2) 有賀敦紀(広島市-茨木市)	¥54,320
3) TSEG MED OTGONCHIMEG(広島市-茨木市)	¥34,040
4) 有賀敦紀(広島市-大阪市)	¥7,225
(4) 謝金	¥0
1)	
2)	
3)	
(5) その他	¥364,895
1) 日本認知心理学会第16回大会参加費(有賀敦紀)	¥6,000
2) 日本認知心理学会第16回大会参加費(TSEG MED OTGONCHIMEG)	¥4,000
3) 英文校正費	¥21,363
4) 論文掲載費	¥333,532

※ 領収書は各費目ごとにA4用紙に貼付し、通し番号を付けてください。