

フードファディズムに対するメディア接触の影響

○工藤 大介¹, 中川 翔貴¹, 李 楊² (1東海学院大学, 2名古屋大学)

mail: dkudo@tokaigakuin-u.ac.jp, URL: http://dicek.net/



Background & Objective

- 何らかの食品や栄養が健康と病気に与える影響を誇大に信奉することを、フードファディズムという(Kanarek, 1991)
- 具体的には、「この食品はダイエットに効く」や「このサプリを飲み続けると健康でいられる」という情報等を過信すること
- フードファディズムの問題点は、食品の品切れといった社会的な騒乱以外にも、経済的損失や健康被害も挙げられる(高橋, 2007)
- フードファディズムの発生にはメディアの影響が指摘されていたが(e.g., 松永, 2007; 高橋, 2007), 具体的な検討はなされてこなかった
- 心理学でもフードファディズムの発生について検討されてきた(e.g., 井上ら, 2018; 工藤, 2020)が、メディアの影響は触れられていない
- **目的:**本研究では、フードファディズム傾向に対するメディア接触の影響を検討する
- **仮説:**先行研究(e.g., 松永, 2007)の指摘から、TVや新聞といった旧来のメディア媒体による促進的な影響が強いと予測される

Method

- **参加者:** インターネットリサーチ企業に登録する一般成人302名(男性138名, 女性159名, その他5名; 平均年齢38.88歳, SD = 9.83)
- **調査期間:** 2021年11月
- **調査項目**

デモグラフィック変数

性別, 年齢,
居住地域, 最終学歴,
婚姻状況, 子供の有無,
世帯年収

各メディアへの情報接触

テレビ, ラジオ, 新聞, 雑誌,
書籍, SNS, YouTube,
ネット記事(個人), ネット記事(専門家),
学術論文

「食の健康に対する効果に関する情報を
どのようなメディアから得ていますか」
(6件法)

フードファディズム尺度(土岐, 2013, 2014) ※下位尺度を使用

健康情報の影響, 食品のカロリー,
食品の安全性, 食生活の規律性,
食品への依存, トクホ,
ジャンクフード
(27項目, 6件法)

説明変数

従属変数

註1: 本研究は名古屋大学「被験者を用いる研究を行う際の事前承認」に関する倫理審査の承認を受け実施された(番号: NUPSY-2110270-M-01)

Results: Generalized linear model

Table 1 健康情報の影響に対する各要因の影響

	β	95%下限	95%上限	VIF
性別	-.089	-0.203	0.024	1.310
年齢	-.041	-0.166	0.084	1.479
最終学歴	.034	-0.075	0.143	1.118
結婚状況	.012	-0.117	0.141	2.105
子供の有無	.130 *	0.001	0.260	1.947
世帯収入	-.044	-0.148	0.061	1.286
テレビ	.279 **	0.179	0.379	1.145
ラジオ	-.084	-0.212	0.043	1.500
新聞	.077	-0.060	0.214	1.686
雑誌	.136 *	0.012	0.259	1.549
書籍	.068	-0.059	0.195	1.658
SNS	.068	-0.071	0.207	1.665
YouTube	.148 *	0.004	0.292	1.634
ネット記事(個人)	.097	-0.041	0.235	1.980
ネット記事(専門)	.108 +	-0.018	0.233	1.924
学術論文	-.025	-0.138	0.087	1.428
R^2	.307 **			

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

結果の要点: フードファディズム傾向に対し

- 子供がいる人ほど正の関連
- テレビや雑誌をよく視聴・購読する人ほど正の関連
- YouTubeをよく視聴する人ほど正の関連
- 専門家のネット記事を閲覧する人ほど正の関連
(10%水準)

註2: 他の下位尺度に対する各要因の影響の結果
については以下のQRコードをご参照下さい



よろしくお願ひします



Discussion & Conclusion

- テレビや雑誌等旧来のメディア媒体への接触の影響が強い → **仮説を支持, 健康情報番組・記事等の影響が已然として示唆**
- YouTubeや個人発信のネット記事の影響も強い → 健康情報が氾濫, 玉石混交の情報の中からフードファディズム的信息を選択
- 特にYouTubeからの影響が強い → 消費者は「わかりやすさ」重視の情報を選択したがる, 認知的コストの省減(工藤, 2020)
- 食品の安全性に対するこだわりをSNSの情報抑制している可能性 → 不可欠な安全情報のプレゼンスも毀損していることが示唆
- 専門家発信のネット記事や論文による, フードファディズムへの抑制的影響は小さい → 専門家のプレゼンスが小さい
- 専門家による情報のプレゼンスの小ささ → 専門家や専門機関による情報がないがしろにされている可能性(高橋, 2007)
- 論文を読む人ほど食生活が乱れ, サプリ等に頼る(10%水準) → 専門家がフードファディズム的生活を送っている皮肉な可能性
- 子供がいることにより, 健康情報や栄養へのこだわりが強くなる可能性 → メディアへの接触が高くなる媒介効果が示唆
- **まとめ: 旧来のメディアの影響に加え, SNSやYouTubeといった媒体への接触がフードファディズムを促進している**

註3: 本研究は日本私立学校振興・共済事業団 2021年度若手研究者奨励金「フードファディズムを引き起こす心理的メカニズムの検討」の助成を受け実施された