

食品の健康効果に対する信奉と意思決定過程の関係

—フードファディズム促進要因に関する二重過程理論からのアプローチ—

○工藤 大介¹・李 楊²(¹東北学院大学, ²名古屋大学)

mail: dkudo@mail.tohoku-gakuin.ac.jp, URL: http://dicek.net/, X: @kddisk

Background

- フードファディズムとは、科学が実証した事実に関係なく、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(Knanarek & Marks-Kaufman, 1991)
- これまで特定の食品(e.g., 納豆, トマト, 白いんげん豆)が「健康に良い」とメディアで取り上げられることで、健康被害や経済的損失が発生した(e.g., 井上ら, 2018; 左巻, 2014, 高橋, 2007)
- これまでのフードファディズム研究は社会学や家政学からの論考であった(e.g., 松永, 2007; 高橋, 2007)
- 心理学では認知特性に着目した関連要因の検討が行われてきたが、その数は少ない(e.g., 井上ら, 2018; 工藤, 2020)

Objectives

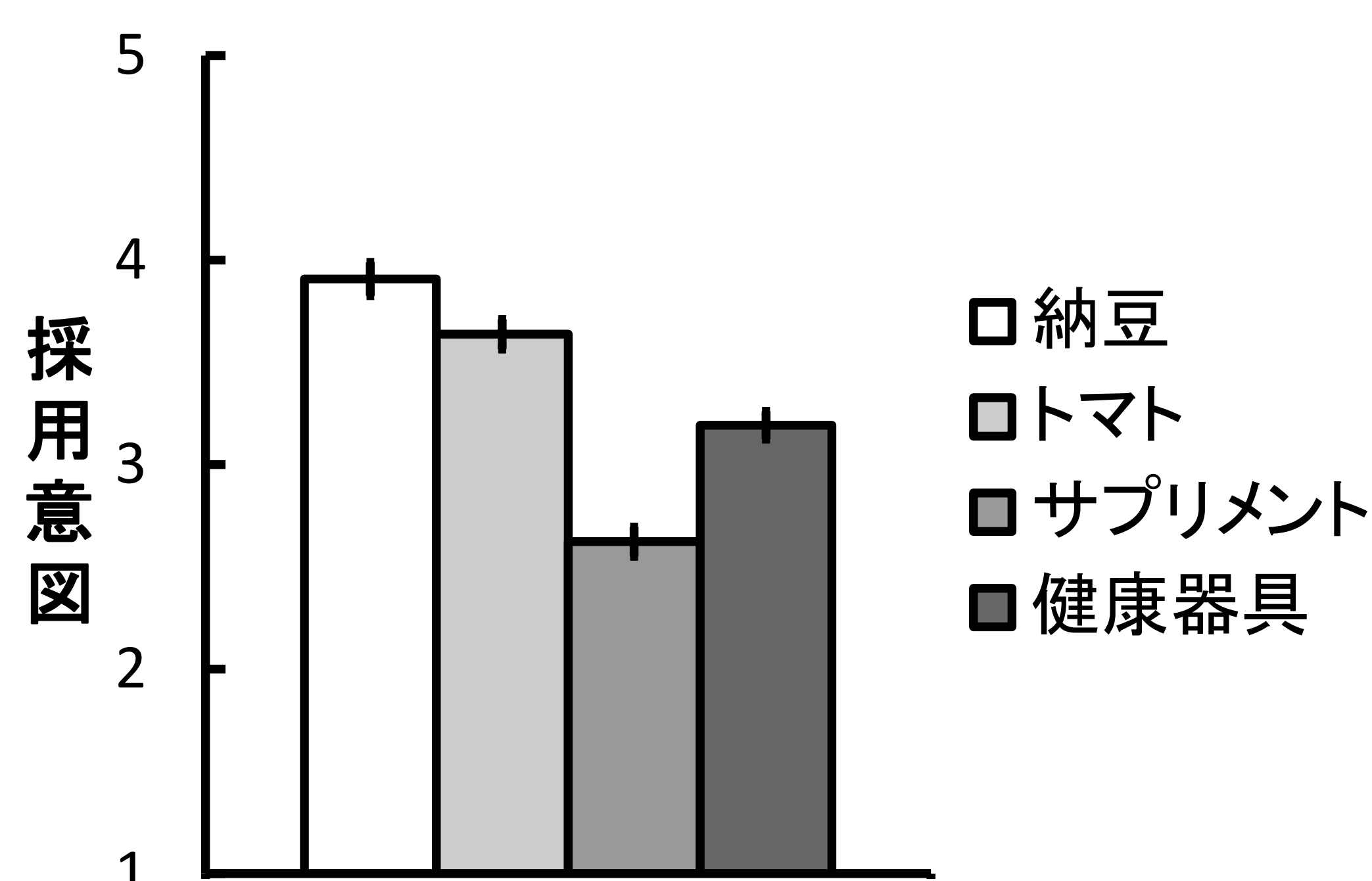
- フードファディズムについて、食品に対する誇大な信奉や過剰な忌避という特徴を消費者の不合理な意思決定と捉えた
- 消費者の不合理な意思決定については、直感や感情を元にした意思決定との関連が指摘され(e.g., Hubert et al., 2013; 工藤・中谷内, 2014)、二重過程理論(e.g., Stanovich & West, 2000)との関連が示唆されている
- 本研究では二重過程理論に着目し、人の二つの意思決定過程がどのようにフードファディズムと関連するか検討する
- 先行研究(井上ら, 2018; 工藤・中谷内, 2014)から、直感的意思決定過程がフードファディズムと関連すると予測される

Methods

- 調査は2021年11月にオンラインで実施され、参加者は302名であった($F = 159, M = 138, O = 5; M_{age} = 38.88, SD_{age} = 9.83$)
- 独立変数: 参加者の属性(性別, 年齢, 居住地域, 最終学歴, 子供の有無, 世帯年収), Cognitive Reflection Test (Kahneman, 2011; 村井 2012), 日本語版感情欲求尺度(神山・藤原, 2015), 日本語版認知欲求尺度(神山・藤原, 1991), 健康(肥満)に対する不安, コスト認知, 効果期待(工藤, 2020), フードファディズム尺度(土岐, 2013, 2014)
- 従属変数: フードファディズム対象への採用意図(工藤, 2020) (フードファディズム対象は、「ダイエットに効果がある」と教示を行った: 納豆, トマト, サプリメント, 健康器具)

Results

Fig 1. 各品目に対する採用意図の比較



Main effect: $F(3, 897) = 86.94, p < .001, \eta_p^2 = .23$

納豆 > トマト ($t(299) = 3.21, p < .01$)

納豆 > サプリ ($t(299) = 13.67, p < .001$)

納豆 > 健康器具 ($t(299) = 7.85, p < .001$)

トマト > サプリ ($t(299) = 11.73, p < .001$)

トマト > 健康器具 ($t(299) = 5.39, p < .001$)

健康器具 > サプリ ($t(299) = -8.03, p < .001$)

Table 1 諸要因と各品目の採用意図との関連性

Variables	納豆	トマト	サプリ	健康器具
Gender	.009	-.040	.055	.097
Age	-.093	-.042	-.042	-.134
Education	-.039	-.040	.056	.037
Marital Status	-.025	.087	.026	-.045
Child/Children	.142	-.054	.053	.130
Income	.013	.014	.055	.079
Food Faddism Tendency	.153	.223	.087	.173
CRT Score	.069	-.011	-.048	-.008
Health Anxiety (overweight)	-.002	.026	.095	.067
Need for Affect	.145	.007	.076	.117
Need for Cognition	-.032	-.047	-.043	-.093
Cost Perception	.276	.188	.137	.232
Effectiveness Perception	.454	.555	.657	.499
R^2_{adj}	.492	.552	.570	.482

Discussion & Conclusion

- 二重過程理論との関連について、感情欲求との関連は一部見られたが、井上ら(2018)が主張するようなCRTの得点とフードファディズム傾向との関連は確認されなかった
- CRTの妥当性については議論がなされており、例えばこれまで数多くの研究で使用されたため、参加者が正答を知っているという参加者プールの汚染が指摘されている(Thomson & Oppenheimer, 2016)
- CRTに関しては、オリジナルの3項目だけではなく、Thomson & Oppenheimer(2016)の提唱する7項目を使用し、妥当性を高め、再検討を行う必要がある
- 土岐(2013, 2014)のフードファディズム傾向尺度は採用意図と有意な関連が見られているが、女子大学生のみを対象に開発が行われた経緯や、因子構造が一貫しないといった指摘がある(Nakanishi et al., 2023)
- 工藤(2020)による防護動機理論(Rogers, 1975, 1983)をベースとした要因に関しては、一貫した結果が見られ、対象が低コスト・高効果と認知されると採用意図が高まることが示された

Acknowledgment

- 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