

令和 2 年 6 月 18 日現在

機関番号：34507

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2017～2019

課題番号：17K04334

研究課題名(和文) インフォグラフィックスによるデザインを応用した不健康な行動習慣変容の実践研究

研究課題名(英文) Intervention studies for application of infographics design to change unhealthy eating habits

研究代表者

大友 章司(Ohtomo, Shoji)

甲南女子大学・人間科学部・准教授

研究者番号：80455815

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,800,000円

研究成果の概要(和文)：肥満などの問題では、個人の意志に基づいて行動変容することが極めて困難であることが大きな障害となっていた。本研究では、不健康な食品消費行動を生じさせる行動文脈の影響を視覚化するフィールド研究を行った。その結果、行動文脈として、食習慣、動機、状況といった3つ側面があることが分かった。その中でも、誘惑的な環境を示す、食品のストックの多さやフードアウトレット効果といった食生活に関する状況的文脈が不健康な食品消費行動に強く影響を及ぼしていることが明らかになった。本研究では、これらの日常生活におけるさまざまな行動文脈の不健康な消費行動への影響とその変動を、モデル推定により視覚化することを可能にした。

研究成果の学術的意義や社会的意義

現代社会は「肥満を誘発する環境」と呼ばれているように、肥満人口の増加が大きな健康問題となっている。本研究では、個人が取り巻く行動文脈の日常的な変動を心理学的なモデルを用いて、実際の生活環境そのものが不健康な食品消費行動に及ぼす影響を視覚化することで検討を行った。その成果として、不健康な食品消費行動は、意図的動機よりも衝動的動機によって生じていることが明らかにされた。従来の研究では、明確にされていなかった日常変動における状況依存的な衝動性の影響プロセスを示すことができた。このように本研究では、心理学の立場から、日常場面での不健康な食品消費行動を生じさせるメカニズムの解明を行っている。

研究成果の概要(英文)：The intention-behavior gap is a big barrier against behavioral change for reducing obesity. This study implemented field studies to visualize the influences of behavioral contexts that form unhealthy eating behaviors. As a result, behavioral contexts were based on three aspects, i.e. dietary habits, motivational factors, situational factors. Especially, food tempting situations, such as stored foods and food outlets effects, had strong effects on unhealthy eating behavior. The study enables us to visualize the influence of variations of relationships between behavioral context and unhealthy eating behavior with a psychological model.

研究分野：リスク心理学

キーワード：食品消費行動 衝動的動機 意図的動機 習慣 行動文脈 行動変容 食物摂取頻度調査 菓子

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

現代社会は“肥満を誘発する環境”と呼ばれており(Townshend & Lake, 2017)、肥満の増加は世界規模の重要課題として WHO が警鐘を鳴らしている。国際的な研究機関による世界肥満実態調査(GDB, 2014)によれば、過去 33 年間に、肥満人口の減少に成功した国は日本も含めて皆無であった。最近では、肥満防止の対策として、不健康な飲料や食品に砂糖税や脂肪税などを課す構造的方略の導入が推奨されているが、健康的な食品の消費も同時に減少するため栄養摂取に偏りが生じたり、税が導入されていない他の地域へ消費が流出するなどさまざまな悪影響が報告されている(BBC, 2016)。環境を規制する施策はさまざまな反発が生じるだけでなく、問題を生じさせている人間の心理的な影響要因にアプローチしなければ、根本的な問題解決につながらないと考えられる。

申請者は、心理学の立場から、このような構造的方略ではなく、人々の行動を規定している動機的メカニズムを解明し、自発的な行動変容をデザインする方略研究を行ってきた(e.g. 大友, 2016; Ohtomo, 2013)。行動変容のデザインで大きな課題となるのが、既に人々に形成されている行動習慣の影響である。行動が習慣化すると、意識的なコントロールを介せず自動的に生じるようになる。そのため、不健康な消費行動から新たに健康的な消費行動への変容の機会を妨げる心理的要因として習慣が課題となっており、介入研究の主要なテーマとして現在でも検討されている。これまで申請者は、プライミングなどによる潜在的な動機プロセスにアプローチするフィールド研究を行い、不健康な食品消費などの行動習慣の変容に成果を上げてきた(Ohtomo, 2016; Ohtomo & Ohuma, 2014)。その一方で、習慣の悪影響を一時的に抑制できるものの、悪習慣そのものの解消には限界があり、長期的な行動変容の方略としては不十分であった。そこで、本研究では、悪習慣そのものを解消するため、習慣を形成している行動文脈からの人々への認知的影響を変容させる、原因刺激→認知→行動反応のメカニズムを解明し、このプロセスに基づいた“包括的な介入理論”の提唱をするための実証的研究と当初の目標としている。このように、本研究は、行動心理の予測モデルとしての理論的な研究としての位置づけだけでなく、不健康な食品消費行動の解消という現実社会の問題解決という社会的要請に応えるべく計画された。

2. 研究の目的

習慣を形成している行動文脈への“包括的な介入理論”を提唱するため、その実現方法として、習慣の行動文脈となる生活環境の影響を心理学的なメカニズムに基づき視覚化する“インフォグラフィックス”への応用可能な研究を目的とした。インフォグラフィックスとは、情報を視覚化するコミュニケーションのデザインを示し、本研究では日常の生活環境が悪習慣の形成に及ぼす影響力を習慣プロセスモデルの枠組(Ohtomo, 2013)に基づき図示化する。この図示化より悪習慣を活性化させている影響要因を同定し、その認知的活性化を抑制する状況刺激型のへ発展させるための研究を行う。本研究の主な目的として、行動変容を妨げる原因となっている、日常の生活環境場面で習慣的行動を引き起こす心理的手掛かりの同定とその影響力を明らかにする。また、不健康な食品消費の習慣的行動を対象に、その行動文脈の影響力を申請者の習慣プロセスモデルの枠組を応用し数値化する。さらに、生活環境が不健康な消費習慣に及ぼす影響力を視覚化し、行動変容の介入のためのインフォグラフィックとして応用可能なモデルを提唱する。本研究のこれらの目的を達成するため、次の3つの実践研究を行った。

(1) 不健康な消費の行動習慣の文脈となる生活環境の研究

本研究では、菓子の消費行動を対象に、行動を取り巻く状況的文脈や、習慣といった行動の起点となる動機的な文脈の影響について検討を行う。具体的には、不健康な消費行動の場面を検討した質的研究の知見を応用し、菓子の消費行動を対象に、状況的手掛かりや動機的手掛かりといった消費を誘発する心理的手掛かりの共通カテゴリーの抽出と、消費行動との関連性を検討する質的および量的な観点からの包括的な調査を実施した。

まず、本研究では、Ohtomo(2017)で仮定されている習慣や、誘発的な場面での衝動的な動機である行動受容、食品の消費意図を動機的な文脈として考えた。次に、不健康な消費行動の状況的文脈として、個人の肥満度の指標である BMI、一人か複数での食事といった摂食形態、食べ物のストックの有無といった要因を仮定した。社会的認知の分野では、行動文脈が人々の行動を潜在的に規定していることが指摘されているものの、その具体的な影響については十分に議論されてこなかった。本研究では、消費行動として、日本食品標準成分表に基づく食物摂取頻度調査(FFQg)の測定方法を用いることで、より客観的な行動指標との関連で、文脈的要因の影響について、行動予測モデリングの観点から検討を加える。

(2) 生活環境が不健康な消費の行動習慣に及ぼす影響を数値化する量的研究

これまで日常の健康生活と関わりが強い都市環境が肥満と関連していることが議論されている。また、消費者心理の分野では、一人か複数人かの食事をする状況によって、食事時間や消費量が左右されることが指摘されている。このような文脈的環境の影響を解明するためには、行動を取り巻くさまざまな状況的文脈や、既に形成されている日常的な食生活の習慣的文脈を包括的に検討していくことが必要である。

そこで、本研究では、これまでの研究成果を発展させ、不健康な消費行動である菓子の消費量

を対象に、状況的文脈として、菓子のストックの量と、ファストフードのアクセシビリティとしての利用環境、習慣的文脈として、食品を味わうといった味覚傾向、間食は決めた時間にとりといった間食コントロールを仮定した。さらに、これらを媒介する動機的要因として、衝動的動機である行動受容、意図的動機である摂食意図、自動的な行動習慣である消費習慣を変数として仮定した。以上を用いて、環境的文脈が動機的要因を媒介して影響を及ぼすプロセスを計量的なモデリングにより数値化する量的研究を実施した。

(3)不健康な消費の行動を生じさせる生活環境の影響力のインフォグラフィックス化のためのフィールド研究

個人の意志に基づいて健康的な方向へ行動変容することが極めて困難であると考えられている。このような乖離を生じさせる要因として、フードアウトレットと呼ばれる不健康な食品との近接性や欲求を喚起させる刺激との接触といった環境的文脈の影響が指摘されている(Elliston et al., 2017)。しかしながら、近年、意図と行動の乖離は個人内の意図の変動を反映できていないための測定上の疑似無相関である可能性が示唆され(Inausen et al., 2016)、新たな論争を招いている。生活環境の影響力をインフォグラフィックス化するためには、状況的・習慣的文脈と意図などの動機的動機に対する影響を明確にする必要がある。本研究では、“肥満を誘発させる環境”の問題に対して、状況的・習慣的文脈と動機的動機との多面的な行動変数を用いることで、不健康な消費を生じさせるプロセスを体系的に検討するだけでなく、日々の個人内の変動現象としてとらえることでより生態的な妥当性の高い研究成果を目指している。

そこで、本研究では、これまでの研究成果を発展させ、状況的・習慣的文脈と動機的動機との影響によって生じる日常的な変動を測定し、不健康な消費行動を生じさせる関連性を視覚化するためのフィールド研究を行った。具体的には、不健康な消費行動における習慣的文脈として、食品を味わうといった味覚傾向、間食は決めた時間にとりといった間食コントロール検討した。動機的動機として、衝動的動機である行動受容、意図的動機であるダイエット意図や摂食意図、自動的な行動習慣である消費習慣を検討した。さらに、状況的文脈として、BMI、菓子のストックの量と、ファストフードのアクセシビリティとしての利用環境について検討を加えた。

3. 研究の方法

(1) 不健康な消費の行動習慣の文脈となる生活環境の研究

共通カテゴリの抽出に際して、多様な層からのサンプル抽出が求められる。年代(20代、30代、40代、50代以上)×性別(男性、女性)の層別を対象に web 調査会社の登録モニターから、合計 400 サンプル以上を目標の回答者を募集した。最終的に、 $n = 486$ のデータが得られた。調査は 1 週間間隔の縦断的調査でデザインした。測定に関して、日本食品標準成分表に基づく菓子の消費行動頻度 FFQg(和菓子類、菓子パン・ケーキ類、スナック・揚げ菓子類、せんべい類・クッキー類、アイスクリーム類、チョコレート類、キャンディ・キャラメル類、ゼリー・プリン類)による消費行動や、買い置きしている菓子の種類、買い物の頻度といった状況要因、誘発的場面での行動受容といった動機的手掛かりを用いた。調査では、状況的文脈として、性別、年齢、BMI、スーパーの利用頻度、コンビニの利用頻度、摂食形態(一人、複数)、食品ストックの有無の質的・量的変数が測定された。動機的動機として、消費意図、行動受容、消費習慣(SRHI)を測定した。

(2) 生活環境が不健康な消費の行動習慣に及ぼす影響を数値化する量的研究

人口統計学的変数による交絡を統制するため、web 調査会社の登録モニターから、年代(20代、30代、40代、50代、60代以上)×性別(男性、女性)の層で、2 時点の縦断的調査のデザインで、各層 30 名程度を目標に参加者が募集した。最終的に 310 サンプルのデータが得られた。調査は、状況的文脈として、性別、年齢、BMI、菓子のストック、ファストフードの利用環境を測定した。習慣的文脈として、味覚傾向、間食コントロール(自制変数)が測定された。動機的動機として、行動受容、消費意図、消費習慣(SRHI)を測定した。これらの変数を測定した 2 週間後に、菓子の消費行動を日本食品標準成分表に基づく菓子の消費頻度 FFQg の測定を行い、合計の摂取量の kcal を算出した。

(3)不健康な消費の行動を生じさせる生活環境の影響力のインフォグラフィックス化のためのフィールド研究

日常の個人内の変動を測定するため、1 週間を連続して測定するダイアリー法による web 縦断的調査のデザインにより実施した。具体的には、1 回目(1 日目)では、最初に研究説明と同意の画面を提示し、次に、菓子の消費行動頻度、習慣的文脈、動機的動機の測定を行う。2 回目(2 日目)~6 回目(6 日目)の調査では、同様の画面を提示し、菓子の消費行動、動機要因みの測定を行う。7 回目(7 日目)の調査では、2 回目(2 日目)以降と同様の変数の測定に加え、1 週間の状況的文脈の変数、個人属性の測定をした。サンプリングは、年代(20代、30代、40代、50代以上)×性別(男性、女性)の層ごとに抽出した。最終的に 260 サンプルの回答者のデータが得られた。菓子の消費行動は日本食品標準成分表に基づく菓子の消費頻度 FFQg を用いて測定を行い、1 日の合計の摂取カロリーが算出された。

4. 研究成果

(1) 不健康な消費の行動習慣の文脈となる生活環境の研究

各菓子の消費量を従属変数とした回帰分析を行った。その主な結果として、習慣といった動機的要因の菓子の消費行動への影響は、和菓子類、スナック・揚げ菓子類、アイスクリーム類で確認されたものの、それ以外ではほとんどみられなかった(表 1)。一方、摂食形態の影響は、全ての消費行動においてほぼ確認され、とくに一人で食事をする形態からの方が強かった。その次に、スーパーの利用頻度は、スナック類、アイスクリーム類で影響が確認された。コンビニの利用頻度は、菓子パン類、アイスクリームとチョコレート類で影響が確認された。次に、自宅にストックがあることは、いずれのお菓子においても消費行動を高めていた。このように、消費行動を直接規定する影響としては、動機的文脈よりも状況的文脈の方が多く関連をしていた。

さらに、習慣もしくは行動受容→摂食形態→消費行動の媒介プロセスの分析(Hayes, 2013)を行った。その結果、習慣→摂食形態→消費行動の媒介プロセスが全ての食品で確認された。いずれにおいても、習慣の菓子の消費行動への間接的な影響は、一人摂食の場面で影響が強かった(例えば、和菓子類の一人摂食; $b = .34$, 95%CI = .22 ~ .47, 複数摂食; $b = .16$, 95%CI = .08 ~ .26)。次に、行動受容→摂食形態→消費行動の媒介プロセスについては、ゼリー・プリン類ではいずれの摂食形態でも関連はみられなかったものの(一人摂食; $b = .07$, 95%CI = -.02 ~ .17, 複数摂食; $b = .02$, 95%CI = -.01 ~ .06)、それ以外の他の食品ではすべて確認された。行動受容の菓子の消費行動の間接的な影響は、習慣の媒介プロセスよりも弱いものの、同様に一人摂食の場面の方が複数摂食の場面よりも、プロセスによる効果が強かった(例えば、和菓子類の一人摂食; $b = .15$, 95%CI = .04 ~ .27, 複数摂食; $b = .09$, 95%CI = .02 ~ .19)。

以上、菓子の消費行動は状況的文脈に左右されて生じやすいことが示唆された。また、菓子によって状況的文脈の影響パターンに違いがあることが明らかになった。加えて、一人で食事をする人ほど、消費行動が高くなる関連も確認された。動機的文脈である習慣や衝動的な行動受容は、消費と結びついている摂食形態を通じて、消費行動を促進しているように、状況依存の現象があることが指摘された。以上の研究成果により、実際のお菓子の消費行動と結びついている状況的および動機的文脈カテゴリを明らかにすることができた。本研究成果の一部は、2018年のヨーロッパ健康心理学会 (Ohtomo, 2018)や日本心理学会(大友, 2018)において発表が行われた。

(2) 生活環境が不健康な消費の行動習慣に及ぼす影響を数値化する量的研究

菓子の摂取量を従属変数に、状況的文脈、習慣的文脈、動機的文脈の変数とその交互作用項を独立変数とする、ベイズ推定による一般線型モデルの分析を行った。その主な結果として、年齢、以前の菓子の摂取量、菓子のストック、ファストフードの利用環境の主効果が確認された。さらに、菓子のストック×味覚傾向($b = .51$, 95%CI = .03 ~ .99)、消費習慣×味覚傾向($b = -1.58$, 95%CI = -3.07 ~ -.08)、以前の菓子の摂取量×間食コントロール($b = .18$, 95%CI = .06 ~ .29)、菓子のストック×間食コントロール($b = -.50$, 95%CI = -.90 ~ -.10)、ファストフードの利用環境×間食コントロール($b = -.50$, 95%CI = -.87 ~ -.13)の交互作用が確認された。具体的には、菓子のストックが多くなると菓子の摂取量が増えるが、味

表 1 各菓子の消費頻度を従属変数とした回帰分析の結果(標準偏回帰係数)

	和菓子類	菓子パン・ケーキ類	スナック・揚げ菓子類	せんべい類・クッキー類
性別	.09*	.04	.02	.01
年齢	.09*	.01	-.03	.13**
BMI	-.03	-.01	.04	.00
消費意図	-.06	.05	.03	-.02
行動受容	.08†	.07	.06	.00
習慣	.11**	.06	.16**	.02
スーパー利用頻度	.04	.00	.12**	.02
コンビニ利用頻度	.07	.09*	.07	.08†
一人での摂食	.32**	.31**	.23**	.19**
複数での摂食	.20**	.15**	.08†	.09*
ストック	.21**	.22**	.26**	.40**
F	24.71**	17.69**	20.28**	20.14**
R ²	.36	.29	.32	.32

	アイスクリーム類	チョコレート類	キャンディ・キャラメル類	ゼリー・プリン類
性別	-.12**	.09*	.01	-.02
年齢	.02	.01	.06	-.01
BMI	-.01	.08†	.01	-.03
消費意図	-.05	.03	-.09*	-.06
行動受容	-.01	-.01	.00	-.01
習慣	.09*	.07	.05	.03
スーパー利用頻度	.09*	.04	-.01	.06
コンビニ利用頻度	.09**	.11**	.05	.07
一人での摂食	.22**	.27**	.33**	.33**
複数での摂食	.18**	.16**	.10*	.07†
ストック	.38**	.29**	.32**	.37**
F	26.47**	24.04**	25.95	25.43**
R ²	.38	.36	.38	.37

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

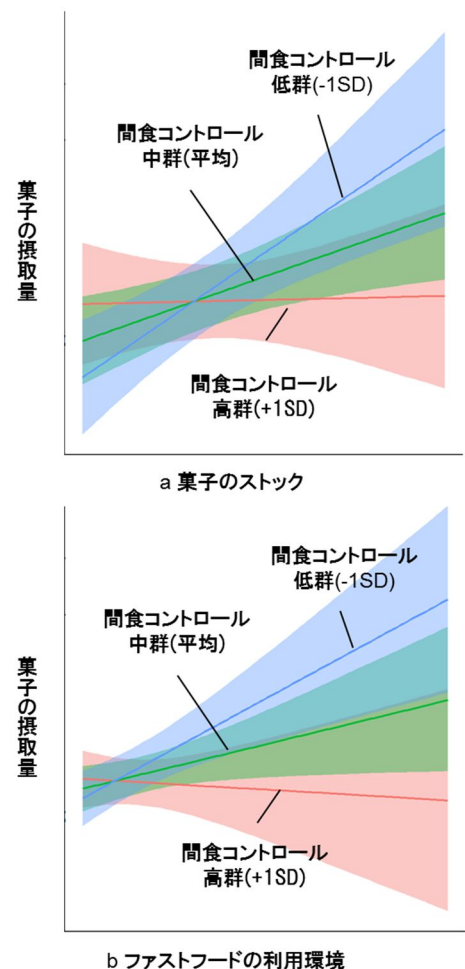


図 1 間食コントロール×菓子のストック、ファストフードの利用環境の交互作用効果

覚傾向が高いとその影響が緩和される。また、消費習慣が強くなると菓子の摂取量が増えるが、味覚傾向が高いとその影響が緩和されていた。間食コントロールが高い人ほど、以前の菓子の摂取量とその後の摂取量に及ぼす影響は強くなっていた。さらに、間食コントロールが低いと、菓子のストックがその後の菓子の摂取量に及ぼす影響が強くなっていた(図 1a)。同様に、間食コントロールが低いと、ファストフード利用環境が菓子の摂取量を増加させる影響が強くなっていた(図 1b)。

したがって、不健康なお菓子の消費行動は、環境要因と習慣要因に強く規定されるだけでなく、食生活に関する状況的文脈に大きく左右されて生じることが示唆された。以上の研究成果により、さまざまな文脈的要因の中でも不健康なお菓子の消費行動に影響を及ぼす環境要因を数理的に特定化することができた。本研究成果の一部は、2019年のヨーロッパ健康心理学会(Ohtomo, & Hamaguchi, 2019) や日本心理学会(大友・濱口, 2019)において発表された。

(3)不健康な消費の行動を生じさせる生活環境の影響力のインフォグラフィックス化のためのフィールド研究

菓子の消費行動と動機的文脈の日常の個人内の変動の視覚化を行った。その主な結果として、菓子の消費行動と衝動的な動機である行動受容の関連を、図 2(a)に示した。菓子の消費行動と行動受容の関連は相関分析で検討したところ、1日目の相関は $r = .37, p < .001$ 、2日目の相関は $r = .22, p < .001$ 、3日目の相関は $r = .27, p < .001$ 、4日目の相関は $r = .20, p < .001$ 、5日目の相関は $r = .32, p < .001$ 、6日目の相関は $r = .27, p < .001$ 、7日目の相関は $r = .31, p < .001$ であった。いずれも日においても、菓子の消費行動と行動受容の関連が確認された。次に、菓子の消費行動とダイエット意図の関連を、図 2(b)に示した。菓子の消費行動とダイエット意図の関連は相関分析で検討したところ、1日目の相関は $r = -.02, p = .78$ 、2日目の相関は $r = -.10, p = .11$ 、3日目の相関は $r = -.10, p = .10$ 、4日目の相関は $r = -.14, p = .03$ 、5日目の相関は $r = -.14, p = .02$ 、6日目の相関は $r = -.11, p = .07$ 、7日目の相関は $r = -.04, p = .55$ であった。いくつか、菓子の消費行動とダイエット意図との関連がみられたものの、限定的であった。その次に、菓子の消費行動と摂食意図の関連を、図 2(c)に示した。菓子の消費行動と摂食意図の関連は相関分析で検討したところ、1日目の相関は $r = .13, p = .04$ 、2日目の相関は $r = .04, p = .52$ 、3日目の相関は $r = .14, p = .03$ 、4日目の相関は $r = .10, p = .13$ 、5日目の相関は $r = .14, p = .03$ 、6日目の相関は $r = .18, p = .004$ 、7日目の相関は $r = .22, p < .001$ であった。菓子の消費行動と摂食意図の関連が確認された日の方が多く、一定の関連性があることが示唆された。

さらに、他の文脈的要因との関連について検討を加えた。主な相関として、消費習慣と消費行動との関連が見られた。習慣的文脈である、味覚傾向と消費行動との関連はみられなかった。間食コントロールと消費行動との関連が限定的であった。状況的文脈である、菓子のストックと消費行動との関連は見られた。ファストフードの利用環境と消費行動との関連も確認された。BMIと消費行動との関連は見られなかった。

以上、菓子の消費行動の日常の個人内の変動として、比較的関連をしていたのは、衝動的な動機である行動受容であった。意図的な動機との関連は、摂取意図に関して若干の関連が確認された。そのため、意図的に消費が生じる場面があるものの、日常的な菓子の消費は、主に衝動的な動機の変動によって左右され行動が規定される可能性が考えられる。さらに、菓子の消費行動と状況的文脈との関連が強くみられた。菓子のストックやファストフードの利用環境とした、誘惑的な状況にある人ほど、菓子の消費行動が高くなる傾向にある。本研究では、日々の変動を視覚化し、実際の菓子の消費行動の変化とその文脈的要因による予測を行った。このように、生活環境のさまざまな影響をインフォグラフィックスとしてデザインするための数値化を実現することができた。これまえの一連のモデリング研究の成果を応用したアプローチは、Ohtomo et al.(2020)などの研究に反映されただけなく、本年度の研究成果の一部は、2020年の日本心理学会等において発表予定である。

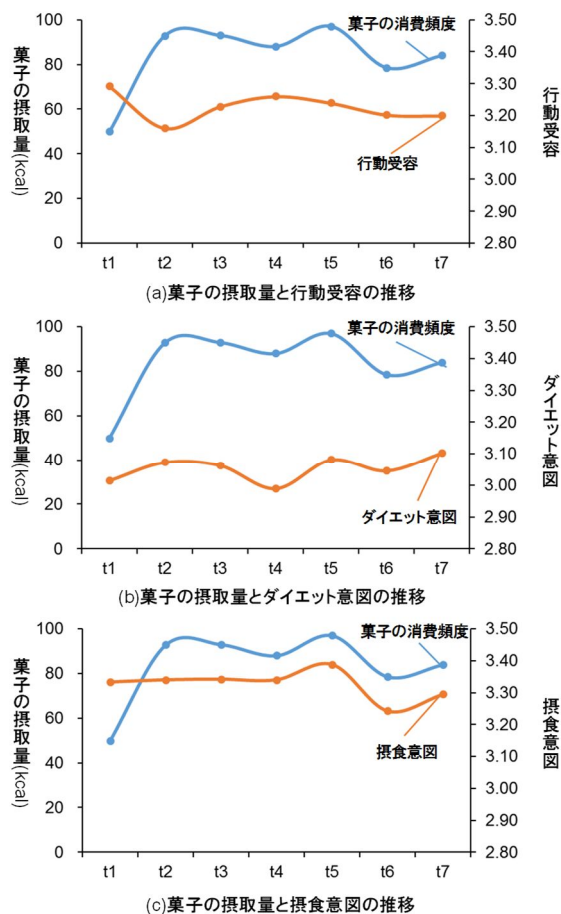


図 2 菓子の消費頻度と動機的文脈の日常の変動

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計3件（うち査読付論文 3件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 1件）

1. 著者名 Ohtomo, S., Hirose, Y., & Ohnuma, S.	4. 巻 -
2. 論文標題 Public acceptance model for siting a repository of radioactive contaminated waste	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Journal of Risk Research	6. 最初と最後の頁 1-13
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） doi:10.1080/13669877.2020.1750457.	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 大友章司・広瀬幸雄・大沼 進	4. 巻 9
2. 論文標題 放射性廃棄物の長期管理施設の立地調査受容における感情、手続きの公正、信頼が及ぼす影響	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 社会安全学研究	6. 最初と最後の頁 177-186
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 Ohtomo, S., Kimura, R., & Hirata, N.	4. 巻 12(6)
2. 論文標題 The Influences of Residents' Evacuation Patterns in the 2016 Kumamoto Earthquake on Public Risk Perceptions and Trust Toward Authorities.	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 Journal of Disaster Research	6. 最初と最後の頁 1139-1150
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.20965/jdr.2017.p1139	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計8件（うち招待講演 0件/うち国際学会 3件）

1. 発表者名 大友章司・瀧口郁枝
2. 発表標題 環境的文脈が不健康な消費行動を規定する媒介モデルの検討
3. 学会等名 日本社会心理学会第60回大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 大友章司・木村玲欧
2. 発表標題 心理的復興感から考える災害復興，松井豊(企画)『日本心理学会企画シンポジウム2 災害復興と心理学』
3. 学会等名 日本心理学会第83回大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Ohtomo, S., & Hamaguchi, I.
2. 発表標題 The influence of eating life environment on unhealthy snacking
3. 学会等名 33rd Annual Conference of the European Health Psychology Society (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 大友章司・木村玲欧
2. 発表標題 心理的復興感から考える災害復興，松井豊(企画)『日本心理学会企画シンポジウム2 災害復興と心理学』
3. 学会等名 日本心理学会第83回大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 大友章司
2. 発表標題 状況的および動機的な文脈がお菓子の消費行動頻度に及ぼす影響～食物摂取頻度調査(FFQg)を用いた予測モデルの検討～
3. 学会等名 日本心理学会第82回大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Ohtomo, S.
2. 発表標題 Behavioral context effect on goal-priming intervention for reducing unhealthy eating
3. 学会等名 32nd Annual Conference of the European Health Psychology Society (国際学会)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 大友章司
2. 発表標題 食品産地に対する買い控え反応の心理的プロセスの検討～国産、福島産、中国産の生鮮食品を対象にしたシナリオ実験～
3. 学会等名 日本心理学会第81回大会
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 Ohtomo, S.
2. 発表標題 Moderator factors on diet priming intervention to reduce unhealthy snacking
3. 学会等名 31st Conference of European Health Psychology Society (国際学会)
4. 発表年 2017年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
---------------------------	-----------------------	----