

令和 4 年 5 月 18 日現在

機関番号：21301

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2018～2021

課題番号：18K01880

研究課題名(和文) The Perceived Risk of Radio-Contamination and its Influence on Purchase Intention of Foods

研究課題名(英文) The Perceived Risk of Radio-Contamination and its Influence on Purchase Intention of FoodsD

研究代表者

都 世蘭 (DOH, Saeran)

宮城大学・食産業学群・准教授

研究者番号：90599193

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,400,000円

研究成果の概要(和文)：放射能汚染を受けた関連地域からの食品に対する韓国人の知覚リスクと購買意図を調べた。ソウル地域の韓国人210人を対象にオンライン調査を実施し、日本食品に対する韓国人の現在の意識を調査した。得られた結果からは、原産地効果が食品への知覚リスクと購買意図に大きく影響することが示された。並行して行った神経活性化の分析での機能的磁気共鳴画像法(fMRI：functional magnetic resonance imaging)の結果からも、放射能により汚染された福島地域から遠くなればなるほど食品への好みが高まること示された。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究は、2011年3月福島第一原子力発電所事故以降に放射能汚染された可能性のある日本食品に関する韓国人の知覚リスクと購買意図を調査したものである。ソウル地域の韓国人210人を対象にオンライン調査を実施し、日本食品に対する韓国人の現在の意識を調査し、構造方程式モデルを使用して得られた結果は、原産地効果が食品への知覚リスクと購買意図に大きく影響することが示された。その後、調査結果を補足するために神経画像検査を実施した。神経活性化の分析での機能的磁気共鳴画像法は、原点である福島地域からの距離が遠くなるにつれて、食品の好みが高まることを示した。

研究成果の概要(英文)：Findings obtained using the structural equation model, indicate that the country of origin highly influences perceptions of food risk and purchase intentions. Subsequently, a neuroimaging study was conducted to supplement the survey findings. The analysis of neural activations using fMRI showed that food preference rises with an increase in distance from the origin, which is the Fukushima area. The fMRI showed that the left inferior frontal gyrus and right hippocampus, which are related to semantic memory retrieval and spatial information processing, were activated during the evaluation of food preference and the distance from Fukushima.

研究分野：Marketing

キーワード：country of origin purchase intentions neuroimaging study

1. 研究開始当初の背景

東日本大震災が発生した 2011 年 3 月 11 日まで、日本で生産された食品のブランドイメージは、安全・信頼・品質のどれもが高いものであった。しかし、福島原発事故後、日本の食品ブランドイメージは低下した。その原因として、国内および海外の多くの人々に、日本のどの地域で安全かつ信頼できる食品が生産されているのかという情報が十分に周知されていないことが挙げられる。海外の消費者は特に懸念しており、これは国境を越えた消費者の購買決定に影響を与える最も重要な要因の 1 つである。

国際的な消費者の好みは、あらゆる食品の供給源(原産地)に強く影響されやすいのである。「メイド・イン・ジャパン」は、かつて高品質な食品のブランドイメージを表していたが、2011 年 3 月の震災以降、特に農産物や加工食品に関してはブランドイメージが低下し続けている。

そのようなことから日本産食品ブランドのイメージを再評価することが必要である。そこで、日本人の自国産食品ブランドに対する購買行動を検討することを提案する。その後、韓国をはじめとする国際比較研究プロジェクトを実施する。

2. 研究の目的

本研究では、消費者が放射性汚染関連地域の食品を購入する際に潜在的なリスクをどの程度認識しているかを調査し、2011 年 3 月の震災以降の日本の食品ブランドイメージを調査する。消費者の心理的影響に関する科学的な情報は、質問票の回答だけでは十分とはいえない。

そのような理由から構造方程式モデリング (SEM: Structural Equation Modeling) と機能的磁気共鳴画像法 (fMRI: functional Magnetic Resonance Imaging) を用いて、脳で描かれる食品イメージと購買意図との関係を調べた。

3. 研究の方法

この分野のほとんどの既存研究は、行動分析のために質問票を使用していた。本研究では質問票の回答による SEM と、追加で fMRI を用いて、脳で描かれる食品イメージと購買意図との関係を調べた。

4. 研究成果

最初に、福島第一原発事故後に放射能汚染関連地域の食品に対する日本国内の消費者の懸念が、購買意図にどのように影響したかを調べた。結果、原産地のイメージが消費者の購買意図に影響を与えるということが判明した。消費者の不安を払拭させるために、ソーシャルメディアやマスメディアなどを通じて、外国はもちろん国内の消費者にも、放射能汚染地域の食品に関する正確で詳細な情報を提供することは、将来の日本の食産業の発展にもつながるとことを示唆した。

次に、原発事故後の日本食品への知覚リスクが購買意図に与える影響について、韓国と日本の消費者を対象として日本食品に対する態度を調査した。両国の消費者とも、放射能に汚染された地域の食品に対する懸念を抱いていた。その不安を払拭させるため、放射能汚染地域についての正確で信頼できる情報を提供するというコミュニケーション戦略の重要性を提案した。

さらに、放射能汚染を受けた関連地域からの食品に対する韓国人の知覚リスクと購買意図を調べた。ソウル地域の韓国人 210 人を対象にオンライン調査を実施し、日本食品に対する韓国人の現在の意識を調査した。得られた結果からは、原産地のイメージが食品への知覚リスクと購買意図に大きく影響することが示された。並行して行った神経活性化の分析での fMRI の結果からも、放射能により汚染された福島地域から遠くなればなるほど食品への好みが高まることが示された。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計4件（うち査読付論文 4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 Doh, S., T. Yang, J. Kim, SP. Kim	4. 巻 20
2. 論文標題 Korean Perceptions of Japanese Foods: A Neuroscience Perspective	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Journal of Culture Industry Studies	6. 最初と最後の頁 11-19
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 Saeran Doh	4. 巻 2
2. 論文標題 The Effect of Country-of-Origin on Purchase Intentions: The State of Japanese Food in Korea and Japan	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Journal of Contents and Industry	6. 最初と最後の頁 13-17
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 Doh, Saeran	4. 巻 5
2. 論文標題 The Effects of Perceived Risk of Radioactive Contamination on	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Journal of Business	6. 最初と最後の頁 1-5
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 Saeran Doh	4. 巻 19
2. 論文標題 Origin Effects of Made-in Japan Food Products on the Korean Retail Market	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Journal of Culture Study	6. 最初と最後の頁 1-7
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0件

〔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
--	---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------