

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 6 月 9 日現在

機関番号：34507

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2014～2016

課題番号：26780350

研究課題名（和文）環境介入型のリスク消費行動変容のためのデザイン・コミュニケーション研究

研究課題名（英文）Designed communication to intervene environmental contexts that induce risk behaviors of consumption

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） 2,900,000円

研究成果の概要（和文）：本計画では、リスク消費行動を生じさせる文脈的環境に応じた行動変容のコミュニケーション・デザインを提唱することを目的としている。節電行動、不健康な食品消費行動、買い控え行動の行動変容に導くフィールド研究を実施した結果、環境手掛かりが行動と誘発し、プライミングやプロンプトによる行動文脈への介入が行動変容を生じさせることを指摘した。本計画では、心理的なデザインを用いて行動文脈の影響力を変容させる新たな介入アプローチ法を提案した。

研究成果の概要（英文）：The research project studied the new communication design to intervene the behavioral contexts that induce risk behaviors of consumption. The research implemented field experiments that changed energy saving behavior, unhealthy eating behavior and conservative buying. Results indicated that environmental cues induced unwanted behaviors and context changes by goal priming or prompt reduced the behaviors. The project suggests a new intervention approach that psychological designed cues modify the influences of behavioral context.

研究分野：リスク心理学

キーワード：行動変容 消費行動 節電行動 健康行動 買い控え行動 プライミング ステigma フィールド研究

1. 研究開始当初の背景

電気の浪費や不健康な食品消費は、社会や健康を脅かすリスク消費行動である。例えば、福島原発事故後、日本の電力が逼迫しており、恒久的な電力消費の抑制が求められているが現状は程遠い。また、世界的規模での肥満の蔓延に WHO が警鐘を鳴らしているが、その原因である高カロリーな食品を多く摂取するライフスタイルを多くの人々が取り続けている。このようなリスク消費行動に対して、個人の意志にはたらしめて行動変容に導く従来のリスク・コミュニケーションでは限界があることが最近の心理学の課題として議論されてきた(Sheeran et al., 2013)。

したがって、行動変容を実現させるためには、個人の意志を変えるのではなく、リスク消費行動を誘発している環境の影響を変容する新たなコミュニケーションの提唱が必要となる。本研究では、環境が個人に消費行動を誘発する影響プロセスそのものを変える『デザイン・コミュニケーション』という新たな行動変容の介入理論として進展させるフィールド研究を行うことを目的とする。具体的には、1)リスク消費行動を生じさせる文脈的環境にアセスメントを行い、2)ゴール・プライミングやプロンプトといった心理的手掛かりを導入して文脈的環境の影響をデザインし直すことで行動変容に導く、人々の反応プロセスを生じさせる環境そのものに心理学的な介入を行う新たな理論的枠組を提唱する。

2. 研究の目的

(1) 電力消費行動の変容のためのデザイン・コミュニケーションのフィールド研究

日常場面にある電化製品は、使うことを誘発するが使わないことは誘発しない。そのため電化製品の存在自体が電気の浪費を招いている。そこで、電気の使用を誘発する環境要因の影響を変容させるため、心理的なデザイン刺激を導入し、電力消費を抑制するフィールド実験を行う。近年、プライミングを用いたデザイン刺激は、従来の態度変容のアプローチで困難であった非意図的なプロセスによる行動変容として有効的であると考えられている。その一方で、プライミングとなる刺激が一貫した効果を生かせない懸念も示唆されている。例えば、食べ物の刺激のプライミングは、食事の節制がうまくできている人には効果があるが、節制がうまくできていない人には効果がないことが指摘されている(Papies et al., 2008)。このようにプライミングによる介入を行ったとしても、効果が一律に生じない可能性が想定できる。そのため、有効的な行動変容アプローチとして発展させるためには、プライミング効果を作用する調整変数を明らかにすることが重要である。

具体的には、本研究では、節電行動を対象に、日常場面の節電行為を連想させるプロンプト型の閾上のプライミング刺激を用いた

フィールド実験を行い、プライミング効果を左右する心理的な調整変数を検討する。とくに、本研究では、習慣から行動に至る意図的および非意図的プロセスがどのような調整効果を生じさせるのかを明らかにするため、2 重動機モデルの枠組(Ohtomo, 2013)を用いて検討する。2 重動機モデルは、習慣が先行要因として、意図的な節電行動を取ろうとする行動意図と、日常の繰り返しとして非意図的に電気を使用する行動受容の2つの動機プロセスを介して行動を規定すると仮定されている。本研究では、習慣から行動に至る意図的及び非意図的な動機のプロセスのどちらにより節電プライミングの効果が調整されるのか検討を加える。

(2) 不健康な食品消費行動の変容のためのデザイン・コミュニケーションのフィールド研究

いつでも不健康な食品が直ぐに手に入る状況や、CM などの広告との接触度も不健康な食品消費行動を誘発する文脈的環境である。このような文脈的環境下では、ダイエットの意図があっても不健康な食品消費行動を抑制することはますます困難になる。実際に、意図と行動の乖離は、個人の意志に基づかない非意図的なプロセスによって行動が生じている。そのため、ダイエットの意図を強めたとしても、意図とは無関係なプロセスによって行動が生じ、思うように変えることができない。とくに、行動が習慣化した場合、個人の内的な行動コントロールが行動文脈となる環境に委譲されて自動的に行動が生じるため、意識的に行動をコントロールすることが困難になることが指摘されている(Ohtomo, 2013)。また、ダイエットをプライミングするポスターを行動場面に設置することで、消費行動が一次的に抑制できることが示唆されている(Papies & Hamstra, 2010)。本研究では、個人の意図ではなく個人の潜在的な反応を生起させるダイエット・プライミングより、外的な刺激を用いて習慣の非意図的な影響プロセスを抑制し、不健康な食品消費行動を減少させる環境デザイン型アプローチによる行動変容の検討を目的とした。

具体的には、スナックの消費行動を対象に、ダイエットを連想させる刺激を環境に導入することで、非意図的にお菓子を消費してしまう習慣の影響を抑制し、消費行動の変容に導くプロセスを仮定した。とくに、本研究では、プライミングは、個人の意識的なダイエットの意図とは独立して、習慣の非意図的な影響を抑制できることを明らかにする。

(3) 福島産の農産物の買い控え行動の解消のデザイン・コミュニケーションのフィールド研究

福島原発事故によって引き起こされた大規模な放射線災害によって、福島県をはじめとして東北地方の農水産物が一時的に出荷

停止となる事態が生じた。残留放射性物質の検査が行われ、放射性物質の基準値を超えた食品は市場に出荷されない体制がとられているにもかかわらず、事故直後だけでなくその後も消費者による買い控え行動が続いたことが問題となっていた(e.g. 消費者庁, 2016)。

このような買い控え行動を生じさせている背景には、人々の放射性物質汚染に対する漠然とした忌避的な反応が考えられる。とくに、消費者の健康に対する正しくない反応は、シンボリックな心的表象がヒューリスティックとして生じさせていることが示唆されている(Sütterlin, & Siegrist, 2015)。本研究では、産地に対するシンボリックな心的表象が買い控えの忌避的な反応のプライミング源として作用するプロセスを検討するため、農産物の産地の情報を操作したフィールド実験を行う。具体的には、生鮮食品である桃を対象に、肯定的な印象を抱きやすい国産、原発事故後に不安な印象を抱きやすい福島産、食品全体の不信感が強い中国産の3つを比較する。まず、研究1は、生鮮食品として桃に対する感情的評価、購買意図や健康評価を従属変数として3つの産地の影響を検討する。次に、研究2では、産地の情報のシンボリックな心理特性は本来の食品が持つ価値と独立して生じることを検討するため、生鮮食品そのものではなく、加工品の一部に対象地域の農産物を含んだ食品を対象にする。具体的には、健康的な食品であるオーガニック・グラノーラに、ドライフルーツとして、国産、福島産、中国産のいずれかの果物を含んだ設定にする。一連の研究により、忌避的な反応を生じさせる文脈的環境へアプローチするためのコミュニケーション・デザインの検討を行う。

3. 研究の方法

(1) 電力消費行動の変容のためのデザインド・コミュニケーションのフィールド研究

プロンプト型の閾上のプライミング刺激を作成し、その効果を検討した予備実験に基づき、フィールド実験を行った。日常場面の節電行動は生活習慣と密接に結びついているため、短期的に行動を変容させることは難しい。そこで、フィールド実験ではプライミングの操作を1ヶ月間隔で2回行うことで、中期的な行動変容を生じさせるように計画した。参加者は、同じ居住地域内で、一般的な電気の消費者を想定しているため、インターネット調査会社の関西圏内の登録モニターを対象にした。フィールド実験は、画像刺激により節電プライミングの操作が行われる実験群($n = 188$)と、操作が行われない統制群($n = 176$)とに、無作為に配置する1要因2水準のデザインで実施された。実験条件で、年

齢($F(1, 360) = .258, p = .611$)および性別($\chi^2(1) = 1.14, p = .285$)に違いは見られなかった。

実験はweb上で行われ、第1回目と1ヶ月後の第2回目の時点は、変数の測定後にプライミングの画像刺激が提示された。さらに1ヶ月後の第3回目の時点では、従属変数となる節電行動の測定が行われ、その後にデブリーフィングが実施された。フィールド実験の測定変数として、電気の利用習慣(SRHI)、節電の行動意図、電気使用の行動受容、節電行動が用いられた。

(2) 不健康な食品消費行動の変容のためのデザインド・コミュニケーションのフィールド研究

実験1では、ダイエット・プライミングがスナックの消費行動における習慣を抑制し、行動変容に導く効果を検討するため、実際の消費行動を対象にしたフィールド実験を行った。フィールド実験は、大学生139名を対象にした集団場面で、ダイエット・プライミング操作が行われる実験群($n = 67$)と統制群($n = 72$)に無作為に配置された。実験では、まず、最初にダイエット意図や習慣が測定され、次に、プライミングの操作として、実験群ではスリムな女性のポスター画像が提示され、統制群では猫の画像が提示された。そして、その2週間後に、スナックの消費行動が測定され、その後にデブリーフィングが実施された。フィールド実験の測定変数として、スナック消費の習慣(SRHI)、ダイエット意図、スナックの消費行動(FFQ)が用いられた。

実験2では、ダイエット・プライミングが、日常の誘惑的な場面で効果を及ぼしているのかを検討するため、2重動機モデル(Ohtomo, 2013)における衝動的な消費を生じさせる行動受容の影響についても検討を加える。フィールド実験は、大学生100名を対象にした集団場面で、ダイエット・プライミング操作が行われる実験群($n = 50$)と統制群($n = 50$)に無作為に配置された。実験では、まず、最初にダイエット意図、行動受容や習慣が測定され、次に、プライミングの操作として、実験1と同様に、実験群ではスリムな女性のポスター画像が提示され、統制群では猫の画像が提示された。そして、その2週間後に、スナックの消費行動が測定され、その後にデブリーフィングが実施された。フィールド実験の測定変数として、スナック消費の習慣(SRHI)、ダイエット意図、行動受容、スナックの消費行動(FFQ)が用いられた。

(3) 福島産の農産物の買い控え行動の解消のデザインド・コミュニケーションのフィールド研究

実験 1 は、生鮮食品として桃を対象に、産地情報の 3 条件(国産 vs 福島産 vs 中国産)のシナリオ設定を比較する 1 要因 3 水準の参加者間要因をデザインしている。実験参加者は、インターネット調査会社の首都圏在住の調査モニターのうち、主に家庭で家事を担当している人を対象にした。産地情報の 3 条件に各 100 名程度を、20 代から 50 代以上の年代を層から抽出して無作為に配置した。3 条件の間の年齢($F(2, 297) = .02, p = .985$)および性別($\chi^2(1) = .22, p = .894$)に差がないことは確認されている。実験では、産地の条件のシナリオ画像を提示し、その後に感情的評価を測定した。次に、従属変数となる購買意図等を測定し、最後にデブリーフィングを行った。測定変数として、感情的評価(SD 法)、購買意図、WTP(12 段階)、食品の健康評価、食品安全検査の信頼(能力および誠実性)、三浦ら(2016)の放射線災害地域の食品に対する態度および放射線・放射性物質影響不安を用いた。

実験 2 は、実験 1 と同様に、対象地域の農産物を含んだオーガニック・グラノーラを対象に、産地情報の 3 条件(国産 vs 福島産 vs 中国産)のシナリオ設定を比較する 1 要因 3 水準の参加者間要因をデザインしている。実験参加者は、インターネット調査会社の首都圏在住の調査モニターのうち、主に家庭で家事を担当している人を対象にした。産地情報の 3 条件に各 100 名程度を、20 代から 50 代以上の年代を層から抽出して無作為に配置した。3 条件の間の年齢($F(2, 297) = .01, p = .993$)および性別($\chi^2(1) = .84, p = .657$)に差がないことは確認されている。実験手続きおよび測定変数は、実験 1 と同様である。

4. 研究成果

(1) 電力消費行動の変容のためのデザインド・コミュニケーションのフィールド研究

まず、操作前の変数にプライミングの実験条件による差がないかの無作為化の検討を行った。その結果、操作前(第 1 回目)の電気の利用習慣、節電の行動意図、電気使用の行動受容に違いがないことが示唆され($F_s < 1.68$)、無作為化の妥当性が確認された。次に、節電プライミングに対する調整効果を探査的に検討するため、節電行動(第 3 回目)を従属変数に、プライミング(実験群 vs. 統制群) × 習慣(第 1 回目) × 行動意図(第 2 回目) × 行動受容(第 2 回目)を独立変数とする一般線型モデルによる分析を行った。その結果、行動意図および行動受容の主効果、プライミング × 行動受容 × 習慣の交互作用が確認された(図 1; $F_s > 5.47, p < .05$)。この交互作用について検討するため、Hayes(2013)のプロセス分析(model 3)を行ったところ、行動受容低群におけるプライミング × 習慣の単純交互作用が有意であった($B = .60, p = .04, 95\%LLCI = .12, ULCI = 1.08$)。具体的には、行動受容低群の、習慣低群と習慣中群においてのみプラ

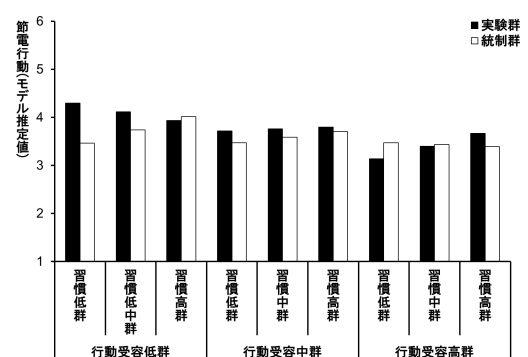


図 1 節電プライミングに対する習慣 × 行動の調整効果

イミング操作による節電行動の促進効果がみられた。

以上の結果から、中期的な行動変容を目標にした節電プライミングは、電気の利用習慣や行動受容といった非意図的なプロセスの要因に左右されることが確認された。つまり節電プライミングの効果は一貫して人々の節電行動を促進するのではなく、電気の利用習慣の強さや反動的な電気使用の行動受容の強さにより減弱するといえる。そのため、プライミングによる行動変容の介入の際は、人々の心理的な変数が表す状態に応じたアプローチが重要であることが示唆された。一連の研究成果の一部は、大友(2015)において研究発表されただけでなく、エネルギー・資源誌(大友, 2016)に掲載された。

(2) 不健康な食品消費行動の変容のためのデザインド・コミュニケーションのフィールド研究

実験 1 では、実験条件の無作為化の確認を行うため、実験操作前の年齢、ダイエット意図、習慣について、1 要因(実験群 vs. 統制群)の分散分析を行った。その結果、実験条件による違いがないことが示唆され($F_s < .27$)、無作為化の妥当性が確認された。次に、ダイエット・プライミングの零食の消費行動への効果を検討するため、ダイエット・プライミングの条件(実験群 vs. 統制群)を質的変数、ダイエット意図および習慣を量的変数の独立変数とする一般線型モデルを実施した。その結果、ダイエット・プライミングの主効果($F(1, 133) = 5.23, p = .024, \eta_p^2 = .04$)および、習慣の主効果($F(1, 133) = 6.84, p = .010, \eta_p^2 = .05$)、ダイエット・プライミング × 習慣の交互作用が確認された($F(1, 133) = 5.95, p = .016, \eta_p^2 = .04$)。交互作用について、単純傾斜の分析の結果、統制群では習慣の影響がみられたのに対し($\beta = .89, p = .001$)、実験群では影響がみられなかった($\beta = .03, p = .874$)。

したがって、習慣が消費行動を規定しており、その習慣の影響はダイエット・プライミングに抑制されることが示唆された。つまり、ダイエット・プライミングは、習慣の影響を調整することで、行動変容に導く効果があることが指摘された。

実験 2 では、実験条件の無作為化の確認

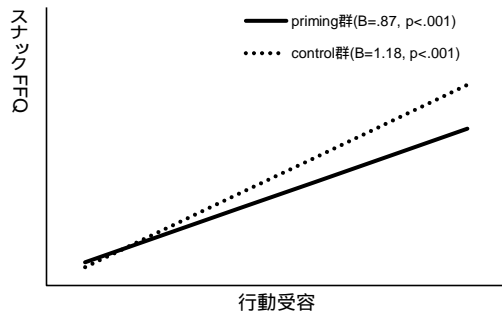


図 2 ダイエット・プライミングの条件の行動受容の単純傾斜

を行うため、実験操作前の年齢、ダイエット意図、行動受容、習慣について、1要因(実験群 vs. 統制群)の分散分析を行った。その結果、実験条件による違いがないことが示唆され ($F_s < 2.28$)、無作為化の妥当性が確認された。次に、ダイエット・プライミングの零食の消費行動への効果を検討するため、ダイエット・プライミングの条件(実験群 vs. 統制群)を質的変数、ダイエット意図、行動受容、習慣を量的変数の独立変数とする一般線型モデルを実施した。その結果、行動受容の主効果 ($F(1, 84) = 10.01, p = .002, \eta_p^2 = .11$)、習慣の主効果 ($F(1, 84) = 9.80, p = .002, \eta_p^2 = .11$)が確認された。さらに、ダイエット・プライミング×行動受容の交互作用 ($F(1, 84) = 4.18, p = .044, \eta_p^2 = .09$)、ダイエット・プライミング×ダイエット意図の交互作用 ($F(1, 84) = 7.88, p = .006, \eta_p^2 = .09$)が確認された。ダイエット・プライミング×行動受容の交互作用について、単純傾斜の検定を行ったところ(図 2)、統制群の習慣の影響力($\beta = 1.18, p = .001$)の方が、実験群の習慣の影響力($\beta = .87, p = .001$)よりも強いことが示唆された。次に、ダイエット・プライミング×ダイエット意図の交互作用について、単純傾斜の検定を行ったところ、実験群のダイエット意図による零食の消費行動の抑制効果がみられたのに対し ($\beta = -.68, p = .001$)、統制群ではその効果がみられなかった($\beta = .10, p = .719$)。

したがって、ダイエット・プライミングは、行動受容の影響力を減弱し、行動意図の影響力を促進することで、消費行動の変容を導いている可能性が示唆された。つまり、ダイエット・プライミングは、零食の消費行動を規定するような衝動的なプロセスを抑制するような調整効果あることが考えられる。

以上の研究成果の一部は、EHPS & BPS Annual Conference(Ohtomo, 2016)や 31st ICP (Ohtomo, 2016)の研究発表だけでなく、Appetite 誌(Ohtomo, 2017)に掲載された。

(3) 福島産の農産物の買い控え行動の解消のデザイン・コミュニケーションのフィールド研究

実験 1 では、ランダムイズの確認もかねて、日本の食品安全検査の信頼および放射線災害地域の食品に対する態度や不安について、産地条件による 1 要因分散分析を行った。

その結果、どの変数においても産地条件の違いはみられなかった($F_s < 1.36$)。したがって、条件による信頼や態度における偏りは確認されなかった。

次に、食品に対する感情的評価、健康評価、購買意図、WTP を対象に産地条件による同様の分析を行った(表 1)。まず、感情的評価に関して、産地条件による違いが確認された($F(2, 297) = 92.79, p < .001, \eta_p^2 = .39$)。具体的には、国産>福島産>中国産の順で肯定的な感情的評価に差がみられた。次に、食品に対する健康評価に関して、産地条件による違いが確認された($F(2, 297) = 21.52, p < .001, \eta_p^2 = .13$)。具体的には、国産および福島産よりも、中国産の健康評価が低かった。その次に、購買意図に関して、産地条件による違いが確認された($F(2, 297) = 35.82, p < .001, \eta_p^2 = .19$)。具体的には、国産および福島産よりも、中国産の購買意図が低かった。最後に、WTP に関して、産地条件による違いが確認された($F(2, 297) = 22.99, p < .001, \eta_p^2 = .13$)。具体的には、国産および福島産よりも、中国産の購買価格が低かった。そのため、中国産に比べて、国産と福島産の購買に関する評価は同等であると考えられる。しかし、感情的評価において全ての産地で違いがみられたように、間接的な影響として、感情レベルでの行動への差異が生じている可能性が考えられる。

実験 2 では、ランダムイズの確認もかねて、放射線災害地域の食品に対する態度や不安について、産地条件による 1 要因分散分析を行った。その結果、どの変数においても産地条件の違いはみられなかった($F_s < 1.89$)。

次に、食品に対する感情的評価、健康評価、購買意図、WTP を対象に産地条件による同様の分析を行った。まず、感情的評価に関して、産地条件による違いが確認された($F(2, 297) = 20.09, p < .001, \eta_p^2 = .12$)。具体的には、国産と福島産よりも、中国産は肯定的な感情的評価が低かった。次に、食品に対する健康評価に関して、産地条件による違いが確認された($F(2, 297) = 14.25, p < .001, \eta_p^2 = .09$)。具体的には、国産と福島産よりも、中国産の健康評価が低かった。その次に、購買意図に関して、産地条件による違いが確認された($F(2, 297) = 8.65, p < .001, \eta_p^2 = .06$)。具体的には、国産および福島産よりも、中国産の購買意図が低かった。最後に、WTP に関して、産地条件による違いが確認された($F(2, 297) = 22.99, p < .001, \eta_p^2 = .13$)。具体的には、国産および福島産よりも、中国産の購買価格が低かった。以上、対象地域の農産物を含んだオーガニック・グラノーラの研究に関しては、中国産に比べて、国産と福島産の購買に関する

表 1 感情的評価、健康評価、購買意図、WTP の平均(SD)

	感情的イメージ		健康評価		購買意図		WTP	
国産	4.08	(.63)	3.34	(.90)	3.57	(1.12)	6.23	(2.32)
福島産	3.76	(.81)	3.09	(.90)	3.31	(1.17)	5.74	(2.53)
中国産	2.60	(.95)	2.52	(.90)	2.33	(1.00)	3.98	(2.54)

評価は同等であることが示唆された。そのため、産地に対するシンボリックな表象のプライミング効果があるものの、国産と福島産には大きな違いが生じないことが示唆された。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計8件)

Ohtomo, S. 2017年2月. Exposure to diet priming images as cues to reduce the influence of unhealthy eating habits. *Appetite*, 109, 83-92. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2016.11.022 (査読有)

野波寛・田代豊・坂本剛・大友章司 (2016) NIMBY 問題における公平と共感による情動反応：域外多数者の無関心は立地地域少数者の怒りを増幅する？ 実験社会心理学研究 56(1) 23 - 32. DOI: 10.2130/jjesp.1518 (査読有)

坂本剛・野波寛・アラムス・大友章司・田代豊 2016年6月, 草原管理における管理権の正当性と手続きの公正の効果-内モンゴル・バガエレン・ガチャの共有地管理を事例として- 人間環境学研究, 14(1), 55-64. doi:10.4189/shes.14.55 (査読有)

大友章司・田代豊・野波寛・坂本剛 2016年5月, 海岸管理政策における関与アクター相互の正当性の承認プロセスモデル 社会技術研究論文集, 13, 77-85. (査読有)

大澤英昭・大友章司・大沼進・広瀬幸雄 2016年5月. フランスにおける高レベル放射性廃棄物地層処分施設の立地受容の規定因 社会技術研究論文集, 13, 86-95. (査読有)

大友章司 2016年3月, 環境配慮のゴール・プライミングを用いた心理的方略による節電行動の促進, エネルギー・資源, 37(2), 38-44. (査読有)

Nonami, H., Hirose, Y., Ohnuma, S., Midden, C., & Ohtomo, S. 2015年9月. Effects of voice and similarity on procedural fairness and trust: A dual process model of public acceptance based on representatives' participation. *Asian Journal of Social Psychology*, 18(3), 216-224, doi: 10.1111/ajsp.12097. (査読有)

大友章司・大澤英昭・広瀬幸雄・大沼進 2014年6月, 福島原子力発電所事故による高レベル放射性廃棄物の地層処分の社会的受容の変化, 日本リスク研究学会誌, 24, 49-59. (査読有)

[学会発表](計9件)

大友章司・広瀬幸雄・大澤英昭・大沼進, 2016年9月, 指定廃棄物の処分場立地調査受容の規定因への感情の調整効果, 日本社会心理学第57回大会, 関西学院大学 p31

Ohtomo, S. 2016年8月, Reduction of unhealthy eating behavior by diet priming, European Health Psychology Society & BPS Division of Health Psychology Annual Conference 2016, 23-27th, August, Aberdeen,

Scotland, p100.

Ohtomo, S. 2016年7月, Why do people fail to change their unhealthy eating habit?, Thematic Session Title: TS27-21 Health Psychology Integrated theory-informed research as a means to develop an evidence base for the development of effective health behavior change interventions: Multiple perspectives (Organizers: Hagger, M. S.), Speaker, 31st International Congress of Psychology, 24-29th, July, Yokohama, Japan.

大友章司, 2015年9月, 節電行動のプライミング効果を減弱させる調整変数の検討, 日本心理学会第79回大会, 名古屋大学

Ohtomo, S. 2015年9月, Moderation effect of BMI on unhealthy eating habits, 29th Conference of European Health Psychology Society, 1st-5th September, Limassol, Cyprus.

Ohtomo, S. 2015年8月, Moderating effect of energy usage habit on behavioural change by eco-friendly priming, 11th Biennial Conference on Environmental Psychology, 24-26th, September, Groningen, The Netherlands.

大友章司, 2014年9月, ダイエット・プライミングによる不健康な食習慣の変容, 日本心理学会第78回大会, 同志社大学

Ohtomo, S. 2014年8月, A field experiment of diet priming for changing unhealthy eating habits, 28th Conference of European Health Psychology Society, 26-30th, August, Innsbruck, Austria, p70-71.

大友章司 2014年7月, 電力使用習慣の節電行動への影響～2重動機モデルによる検討～, 日本社会心理学会55回大会, 北海道大学 p90.

[図書](計1件)

大友章司, 2016年3月, 14章 社会心理学：社会を個人はどうみているのか? 水原幸夫(編) 入門心理学 実験室からフィールドまで, ナカニシヤ出版, pp. 174-193.

[産業財産権]

出願状況(計0件)

取得状況(計0件)

[その他]

6. 研究組織

(1)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

(2)研究分担者

(3)連携研究者

(4)研究協力者

Cees Midden

Technische Universiteit Eindhoven・Full Professor emeritus

広瀬幸雄(HIROSE Yukio)

関西大学・社会安全学部・教授

楠見孝(KUSUMI Takashi)

京都大学・大学院教育学研究科・教授