

東日本大震災後の「買いだめ」及び「買い控え」行動の要因分析

グループ演習1班

幸晋之介 侘美怜 水本佑樹
アドバイザー教員 谷口綾子

1. はじめに

2011年3月11日に発生した東日本大震災の影響で、首都圏など被災地以外の小売店において食料品や日用品の品薄・品不足が問題となった。これは、工場の被災や流通の遅延等の他に、被災地以外の一部の消費者による「買いだめ」が原因である。この買いだめ行動によって、本当に必要としている消費者に広く物資が行き届かなくなり、ひいては被災地への物資の調達に支障を来すということが懸念されたため、買いだめの自粛が呼びかけられた^[1]。

一方で、東日本大震災に伴う福島第一原子力発電所事故の影響で、福島県や栃木県、茨城県の一部の農畜産物から暫定基準値を超える放射性物質が検出され出荷が制限されたことにより、制限対象となっていない農畜産物についても市場や小売店で風評による「買い控え」が広まった。この買い控え行動は、生産者に大きな経済的損失を与えるだけでなく、日本経済に影響を及ぼすと言われている^[2]。

広瀬^[3]は1973年の石油危機の際に発生した買いだめ行動の発生プロセスを明らかにしている。また、関谷^[4]は過去の様々な風評被害の実態とそのメカニズムについて論じている。しかし、買いだめ及び買い控え行動の抑制方を検討するうえで、消費者がこれらの行動に至る要因を特定することが必要である。

そこで、本研究では、震災後の購買行動や個人のリスク認知、性格、情報入手等に関するアンケート調査を行い、消費者が買いだめ及び買い控え行動を引き起こす要因を特定することを目的とする。

2. 買いだめと買い控えの定義

一般的に、買いだめとは「物資の不足、物価の値上がりを見越して、さしあたって必要以上の品物を買っておくこと」を言い、買い控えとは「適当な時期が来るのを待って品物を買わないでいること、または買入れる数量を少なめにすること」を言う^[5]。

そこで、本研究では定量的に、普段の購入量と比較して震災後の購入量が多かった場合を「買いだめ」、普段の購入量と比較して震災後の購入量が少なかった場合を「買い控え」と定義する。また、最も買いだめされた「カップ麺」「水」^[6]を買いだめ対象商品とし、実際に出荷停止指示がなされた「野菜」「牛乳」を買い控え対象商品とする。

3. アンケート調査

3.1 調査方法

アンケート調査は、①仮説の決定；買いだめ及び買い控え行動に至る要因について仮説を設定（図1）、②アンケート項目・内容の検討；仮説に基づいた項目を既往研究から抽出（表1）、③プレアンケート実施；プレアンケートの結果を基にアンケート内容を再検討・修正、④本アンケート実施；本アンケート仮説の検証という順序で実施した。

また、アンケート調査対象は筑波大学の学生及び大学教職員とした。学生には、2011年6月17日～7月5日の期間に無作為に選んだ授業の終了後にアンケートを配布し、その場で回収した。また大学職員には、2011年7月11日に第一学群、第二学群及び第三学群の各支援室にアンケートを配布し、7月15日及び7月22日に回収した。

アンケートの回収数は、学生476部（回収率100%）、大学教職員63部（回収率39.3%）となった。

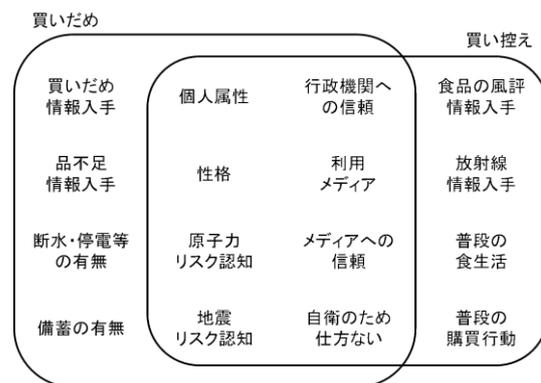


図1 買いだめ及び買い控え行動に至る要因の仮説項目

3.2 調査項目

アンケート調査項目は、実際に買いだめ及び買い控えを行ったかどうかを問う質問項目と、仮説を検証するための質問項目から構成されている。

質問項目は、設定した仮説の項目（図1）を基に、アンケート調査項目を既往研究^{[7]-[9]}から引用して作成した。リスク認知に関しては、災害や事故に対する質問からリスクイメージの構成要素として「恐ろしさ」と「未知性」の2つの因子を抽出した Slovic^[7]の質問文を引用した。また、性格に関しては、「慎重」、「無謀」、「チャレンジ」、「安全第一」、「運命享受」の5つの性格に分類した吉野ら^[8]のリスクへの対応行動に関する質問文を引用した。そして、その他の普段の食生活や購買行動、利用メディア等に関する質問文は、株式会社ノルド社会環境研究所^[9]によるリスク認知の形成要因等に関する調査を参考にして作成した。

これによって作成したアンケート質問文を表1に示す。

表1 アンケート質問文

個人属性

Q. あなたの所属をお答えください。(大学生/大学院生/その他)
 Q. あなたの性別をお答えください。(男/女)
 Q. あなたの所属する(していた)学類、専攻をお答えください。(文系/理系)
 Q. あなたの出身地をお答えください。
 Q. あなたが自分が自由に使用できる車やバイクを持っていますか？(持っている/持っていない)
 Q. あなたは誰と同居していますか？(一人暮らし/家族・兄弟/友人・恋人/その他)

※以下は「とてもそう思う」「全くそう思わない」を両端とする7件法で測定した

ライフライン

Q. 東日本大震災発生後のライフラインの状況についてお答えください。
 1 あなたの家は震災による断水がありましたか？
 2 あなたの家は震災による停電がありましたか？
 3 あなたの家は震災によりガスが止まりましたか？
 Q. 東日本大震災発生前のあなたのカップ麺と水の備蓄状況について、お答えください。
 4 カップ麺(インスタント麺)
 5 水
 Q. 現在のあなたのカップ麺と水の備蓄状況について、お答えください。
 6 カップ麺(インスタント麺)
 7 水

備蓄

Q. 東日本大震災直後のカップ麺(インスタント麺)と水の購買意識と実際の購入量についてお答えください。
 【カップ麺(インスタント麺)】
 8 普段どのくらい買っていますか？
 9 震災直後、普段より多く買おうと考えましたか？
 10 震災直後、実際の購入量は普段と比較してどれくらいでしたか？
 【水】
 11 普段どのくらい買っていますか？
 12 震災直後、普段より多く買おうと考えましたか？
 13 震災直後、実際の購入量は普段と比較してどれくらいでしたか？

震災後の購買行動

Q. 福島原発の事故による放射線情報を受けて、野菜と牛乳の購買意識と購入量についてお答えください。
 【野菜】
 14 普段どのくらい買っていますか？
 15 放射線情報を受けて、買わないでおこうと考えましたか？
 16 実際の購入量は普段と比較してどれくらいですか？
 【牛乳】
 17 普段どのくらい買っていますか？
 18 放射線情報を受けて、買わないでおこうと考えましたか？
 19 実際の購入量は普段と比較してどれくらいですか？
 Q. 普段の食料品の購買行動についてお答えください。
 20 自炊のための食材の購入をどの程度行っていますか？
 21 外食をどの程度行っていますか？
 Q. 震災発生前、食料品を購入する際にあなたが重視していたことをお答えください。
 22 価格の安さ
 23 おいしさ
 24 安全性
 25 簡便性(手間のかからない)
 26 産地(都道府県、国産、海外産等)
 Q. 現在、食料品を購入する際にあなたが重視していることをお答えください。
 27 価格の安さ
 28 おいしさ
 29 安全性
 30 簡便性(手間のかからない)
 31 産地(都道府県、国産、海外産等)

メディア信頼と利用

Q. 食の安全に関する次のことについて、普段あなたがどの程度不安を感じているかをお答えください。
 32 食品添加物
 33 農薬
 34 遺伝子組み換え食品
 35 食中毒
 36 BSE(狂牛病)
 37 偽装(産地、食材等)
 38 食品への放射線影響

情報入手

Q. 東日本大震災発生後の品不足についてお答えください。
 39 実際に店頭で特定の商品が不足していることを目撃することがありましたか？
 40 友人や家族から品不足の情報を耳にすることがありましたか？
 41 テレビや新聞などメディアの報道で品不足の情報を耳にすることがありましたか？
 42 他人が「買いだめ」を行っているのを目撃することがありましたか？
 43 「買いだめ」は自衛のためやむを得ないことだと思いますか？

情報入手

Q. 食品への放射線影響についてお答えください。
 44 実際に店頭で風評被害防止のためののぼりやセールの実施を目撃することがありましたか？
 45 友人や家族から食品への放射線影響を耳にすることがありましたか？
 46 テレビや新聞などメディアの報道で食品への放射線影響の情報を耳にすることがありましたか？
 47 「買いだめ」は自衛のためやむを得ないことだと思いますか？
 Q. 地震及び原子力に対するリスク認知についてお答えください。
 【地震】
 48 地震は人々が自発的に接する災害だと思いますか？
 49 地震による被害はすぐに発生すると思いますか？
 50 人々は地震の危険性について正確な知識を持っていると思いますか？
 51 地震による危険性は科学的にどの程度説明されていると思いますか？
 52 地震による被害は個人の技術や努力でどの程度避けられる(制御する)ことができると思いますか？
 53 地震は新しく馴染みのないリスクだと思いますか？
 54 地震は一度にどの程度の人命を奪うと思いますか？
 55 地震は直感的に恐ろしいと感じるリスクだと思いますか？
 56 地震が発生した結果、与える影響はどのくらいの可能性で致命的だと思いますか？
 57 地震における公的機関が行っている対策についての程度満足していますか？
 【原子力】
 58 原子力は人々が自発的に接する災害だと思いますか？
 59 原子力による被害はすぐに発生すると思いますか？
 60 人々は原子力の危険性について正確な知識を持っていると思いますか？
 61 原子力による危険性は科学的にどの程度説明されていると思いますか？
 62 原子力による被害は個人の技術や努力でどの程度避けられる(制御する)ことができると思いますか？
 63 原子力は新しく馴染みのないリスクだと思いますか？
 64 原子力は一度にどの程度の人命を奪うと思いますか？
 65 原子力は直感的に恐ろしいと感じるリスクだと思いますか？
 66 原子力が発生した結果、与える影響はどのくらいの可能性で致命的だと思いますか？
 67 原子力における公的機関が行っている対策についての程度満足していますか？

性格

Q. 次に挙げるメディアについて、あなたの普段の利用状況をお答えください。
 68 テレビ(NHK)
 69 テレビ(民放)
 70 ラジオ
 71 新聞
 72 インターネット
 73 SNS(ツイッター、Mixii等)
 Q. 次に挙げるメディアや機関の情報についてあなたが信頼できるものをお答えください。
 74 テレビ(NHK)
 75 テレビ(民放)
 76 ラジオ
 77 新聞
 78 雑誌(週刊誌等)
 79 インターネット
 80 SNS(ツイッター、Mixii等)
 81 政府(国)
 82 東京電力
 83 大学・研究機関
 84 家族・友人

Q. あなたの性格についてお答えください
 85 失敗しないように何事も慎重に物事を進める
 86 難しい問題は全体を見通してからでないと始まらない
 87 何事にも用心深く対応する
 88 自分の力量を考えずに冒険してしまう
 89 冒険で生き抜くことがあると、気づいた時には始めている
 90 向こう見ずだと人に言われることがある
 91 困難な問題ほどやりがいがある
 92 新しいことにチャレンジするのが好きである
 93 うまいいなくても最後まであきらめずに冒険したい
 94 危ないところへは絶対近づかない
 95 何ごととも安全第一である
 96 怖いことは何でも嫌いだ
 97 危険と上手につき合うのが人生である
 98 危険と安全がまじりあっていることで世の中は成り立っている
 99 世の中のあらゆる出来事には、危険がつきまとうのは仕方ない
 100 神経質であると思いますか
 101 楽天的であると思いますか
 102 究極的には「自分がどれだけ得をするか」が一番重要であると思う

4. 分析結果と考察

4.1 単純集計

実施したアンケート調査対象者の属性を表2に示す。

また、「買いだめようと考えたか」という質問に対する回答のヒストグラムを図2に、「買い控えようと考えたか」という質問に対する回答のヒストグラムを図3示す。それぞれ「5」以上の回答者を「買いだめを考えた層」「買い控えを考えた層」とすると、カップ麺は24.7%、水は38.2%が買いだめを考えたということが示され、野菜は16.3%、牛乳は9.7%が買い控えを考えたということが示された。

表2 調査対象者の属性

	男	女	無回答	計
学生	336	92	48	476
教職員	22	40	1	63
無回答	1	0	7	8
理系	316	74	41	431
文系	29	37	9	75
無回答	14	21	6	41
東日本	260	95	31	386
西日本	48	13	6	67
外国	5	3	4	12
無回答	46	21	15	82

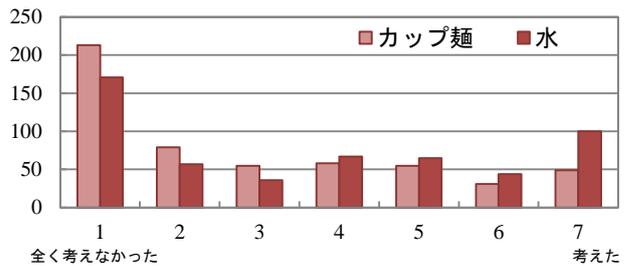


図2 「買いだめようと考えたか」に対する回答のヒストグラム

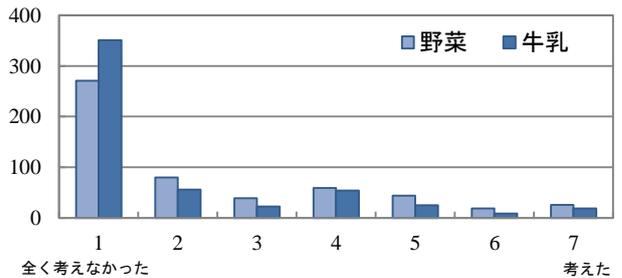


図3 「買い控えようと考えたか」に対する回答のヒストグラム

4.2 属性別クロス集計

次に、「買いだめようと考えたか」及び「買い控えようと考えた」について、表2に挙げた属性別にクロス集計を行った結果を図4、5に示す。

なお、以降の分析については紙面の都合上、「買いだめ」は「水」、「買い控え」は「野菜」に関する結果を紹介する。

まず、男性と女性を比較すると、女性の方が買いだめ・買い控えを行おうとする傾向があることが分かる。これは、女性の方が男性よりも自炊等を行う機会が多いためと考えられる。また、学生と教職員を比較すると、教職員の方が買いだめ・買い控えを行おうとする傾向があることが分かる。これは、家庭の有無が関係していると考えられる。さらに、日本出身と外国出身を比較すると、外国出身の方が買いだめ・買い控えを行おうとする傾向があることが分かる。これは外国人に対する情報の少なさや、地震、原子力へのイメージが強く影響していると考えられる。

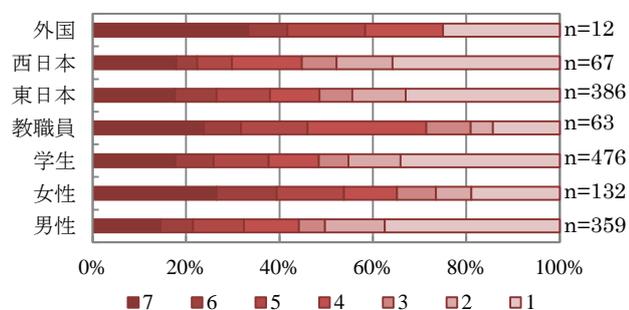


図4 「水を買いだめようと考えたか」に対する属性別回答割合

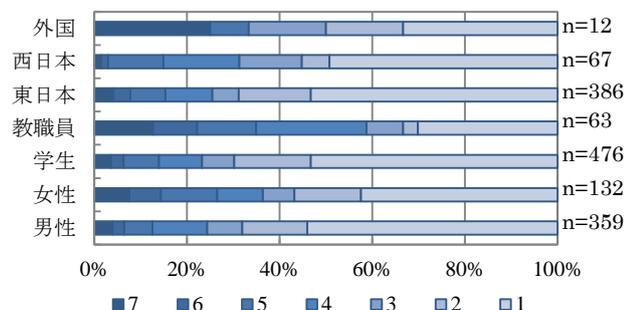


図5 「野菜を買い控えようと考えたか」に対する属性別回答割合

4.3 パス解析

次に、情報源及び性格・リスク認知との因果関係を分析するため、買いだめ及び買い控え行動に至るまでの過程を6段階に分け、それぞれ一段階左のレベルから右のレベルにそれぞれ全てパスを設定した。このモデルについてAmos17.0を用いて共分散構造分析を行い、有意であったパスのみを残した分析結果及び考察を以下に示す。

4.3.1 情報源と買いだめ行動

情報源と買いだめ行動に関するモデルを図6に示す。まず、メディア信頼とメディア利用の関係について見てみる

と、インターネット、NHK、民放、新聞への信頼については、それぞれのメディア利用に対し正の影響を及ぼしていることが示された。このことは、基本的に人々は信頼するメディアを普段利用していることを意味している。また、NHK信頼は「インターネット利用」に正の影響を及ぼすが、民放信頼と雑誌信頼は「インターネット利用」に負の影響を及ぼすことが示されたほか、SNS信頼は「NHK利用」に負の影響を及ぼし、新聞信頼は「民放利用」に正の影響を及ぼすことが示された。なお、SNS利用とラジオ利用については行動意図等に対し有意差がないため省略している。次に、メディア利用と買いだめ情報との接触の関係を考察する。インターネット利用、民放利用、NHK利用については「メディアから品不足情報」に正の影響を及ぼしており、インターネット利用と新聞利用は「品不足状況目撃」に正の影響を及ぼしている。さらに、民放利用は「買いだめ行動目撃」にも正の影響を及ぼし、新聞利用は「家族・友人から品不足情報」に正の影響を及ぼしている。このことから、主にインターネットや民放、NHKで品不足情報が報道され、さらに民放では買いだめ行動も報道されていたと考えられる。続いて、メディアから品不足情報については、「家族・友人から品不足情報」「品不足状況目撃」に正の影響を及ぼしており、さらに品不足状況の目撃は「買いだめ行動目撃」に正の影響を及ぼしている。これは、メディアからの品不足情報が広まり、友人や家族との話題に繋がったことや、メディアからの情報を受けて、実際にスーパーなどで品不足状況を目撃し、さらに他人の買いだめ行動を目撃していたことが読み取れる。家族・友人から品不足情報入手については、「買いだめは自衛のため仕方がない」「水を多く買おう」に正の影響を及ぼしており、家族・友人からの口コミが買いだめは自衛のため仕方がないという自己防衛意識や水買いだめの行動意図に直接結びついたと考えられる。買いだめ行動目撃については、「買いだめは自衛のため仕方がない」「家族友人から品不足情報」と正の影響を及ぼしており、実際にスーパー等で買いだめを目撃したことが、自己防衛意識に結び付いたほか、家族・友人間でのさらなる話題へと繋がったことが示唆された。買いだめは自衛のため仕方がないについては、「水を多く買おう」に正の影響を及ぼしており、自己防衛意識は水買いだめの行動意図に直接結びつくものと考えられる。水を多く買おうについては「水を多く買った」「水を備蓄している」に、さらに、水を多く買ったは「水を備蓄している」にそれぞれ正の影響を及ぼしており、水買いだめの行動意図が普段よりも多い水の購入や現在の備蓄に結び付いていたことが示唆された。

以上より、メディアからの情報は直接、買いだめの行動意図には結びつかず、家族・友人からの口コミや他人の買いだめ行動の目撃、さらには自己防衛意識を経由して結び付いていたことが明らかになった。

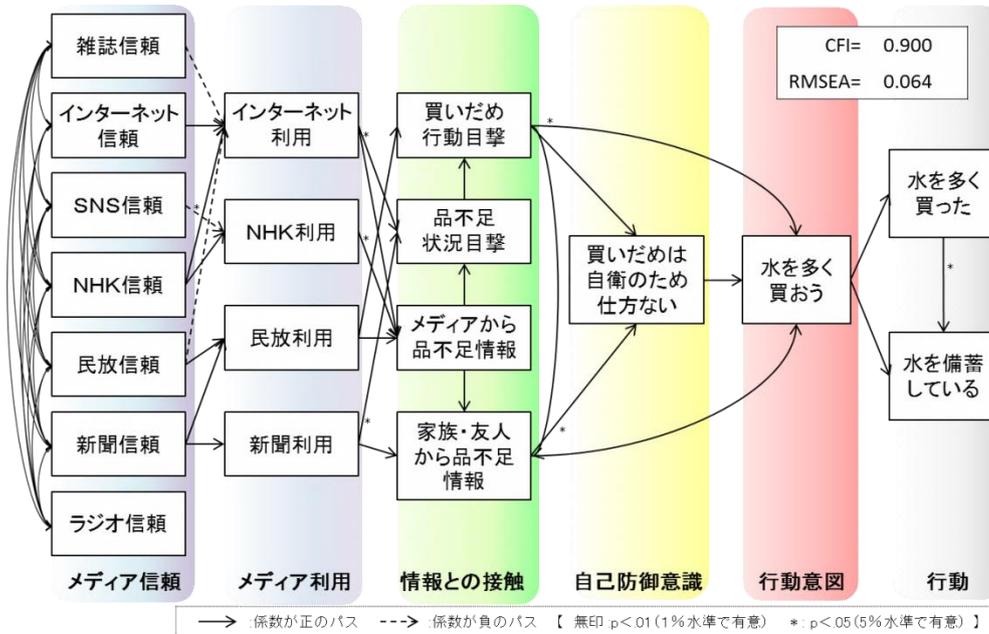


図6 情報源と買いだめ行動に関するモデル

表3 情報源と買いだめ行動に関するモデル分析結果表

従属変数	独立変数	係数	p
インターネット利用	← 雑誌信頼	-0.16	<.001
インターネット利用	← インターネット信頼	0.25	<.001
NHK利用	← SNS信頼	-0.10	<.05
NHK利用	← NHK信頼	0.31	<.001
インターネット利用	← NHK信頼	0.17	<.001
インターネット利用	← 民放信頼	-0.19	<.001
民放利用	← 民放信頼	0.35	<.001
民放利用	← 新聞信頼	0.16	<.01
新聞利用	← 新聞信頼	0.21	<.001
品不足状況目撃	← インターネット利用	0.09	<.05
メディアから品不足情報	← インターネット利用	0.24	<.001
メディアから品不足情報	← NHK利用	0.09	<.05
メディアから品不足情報	← 民放利用	0.18	<.001
買いだめ行動目撃	← 民放利用	0.18	<.001
品不足状況目撃	← 新聞利用	0.09	<.05
家族・友人から品不足情報	← 新聞利用	0.11	<.01
家族・友人から品不足情報	← メディアから品不足情報	0.46	<.001
品不足状況目撃	← メディアから品不足情報	0.45	<.001
買いだめ行動目撃	← 品不足状況目撃	0.32	<.001
家族・友人から品不足情報	← 買いだめ行動目撃	0.23	<.001
水を多く買おう	← 買いだめ行動目撃	0.10	<.05
買いだめは自衛のため仕方ない	← 買いだめ行動目撃	0.22	<.001
水を多く買おう	← 家族・友人から品不足情報	0.15	<.001
買いだめは自衛のため仕方ない	← 家族・友人から品不足情報	0.09	<.05
水を多く買おう	← 買いだめは自衛のため仕方ない	0.20	<.01
水を多く買った	← 水を多く買おう	0.56	<.001
水を備蓄している	← 水を多く買おう	0.22	<.001
水を備蓄している	← 水を多く買った	0.12	<.05

4.3.2 情報源と買い控え行動

情報源と買い控え行動に関するモデルを図7に示す。メディアの信頼と利用の関係等については、前述のとおりである。メディア利用と買い控え情報との接触の関係について見てみると、インターネット利用、民放利用、NHK利用は「メディアから放射線情報」に正の影響を及ぼしており、さらに民放利用と新聞利用は「風評被害防止セール目撃」に正の影響を及ぼしていることから、主にインターネット、NHK、民放で放射線の食品への影響が報道され、さらに民放や新聞では風評被害防止セール等も報道されていたと考えられる。メディアから放射線情報は「家族・友人から放射線情報」「風評被害防止セール目撃」「買い控えは自衛のため仕方ない」に正の影響を及ぼしており、メ

ディアから放射線の食品への影響情報が広まり、友人や家族との話題に繋がったことや、実際にスーパーなどで風評被害防止セール等を目撃したこと、さらには、買い控えは自衛のため仕方ないという自己防御意識に直接結びついていたことが示唆された。風評被害防止セール目撃は「家族・友人から放射線影響情報」「野菜を買わない」に正の影響を及ぼしており、実際にスーパー等で風評被害防止セール等の目撃が買い控え行動の実感に繋がり、野菜買い控えの行動意図に直接結びついたほか、家族・友人間のさらなる話題に繋がったと考えられる。家族・友人から放射線情報は「野菜を買わない」「買い控えは自衛のため仕方ない」に正の影響を及ぼしており、家族・友人からの口コミが野菜買い控えの行動意図や自己防御意識に結びついたことが読み取れる。買い控えは自衛のため仕方ないは「野菜を買わない」に正の影響を及ぼしており、自己防御意識は、野菜買い控えの行動意図に直接結びつくものと考えられる。野菜を買わないは「野菜を多く買った」に負の影響を及ぼし、野菜買い控えの行動意図が野菜の買い控えに結び付いたことが示唆された。

以上より、買いだめ行動と少し異なり、メディアからの情報や家族・友人からの口コミが直接、又は自己防御意識を経由して、買い控えの行動意図に結びついていたことが明らかになった。

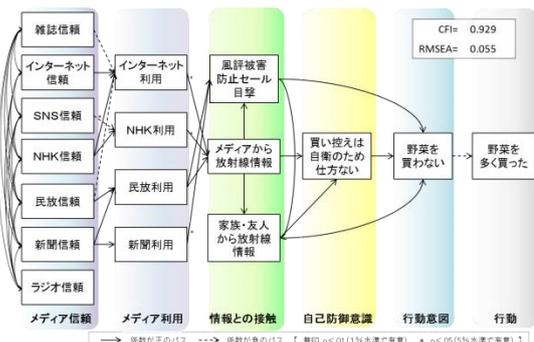


図7 情報源と買い控え行動に関するモデル

表 4 情報源と買い控え行動に関するモデル分析結果表

従属変数	独立変数	係数	p
インターネット利用	← 雑誌信頼	-0.16	<.001
インターネット利用	← インターネット信頼	0.25	<.001
NHK利用	← SNS信頼	-0.10	<.05
NHK利用	← NHK信頼	0.31	<.001
インターネット利用	← NHK信頼	0.17	<.001
インターネット利用	← 民放信頼	-0.19	<.001
民放利用	← 民放信頼	0.35	<.001
民放利用	← 新聞信頼	0.16	<.01
新聞利用	← 新聞信頼	0.21	<.001
メディアから放射線情報	← インターネット利用	0.19	<.001
メディアから放射線情報	← NHK利用	0.11	<.01
メディアから放射線情報	← 民放利用	0.13	<.01
風評被害防止セール目撃	← 民放利用	0.13	<.01
風評被害防止セール目撃	← 新聞利用	0.09	<.05
風評被害防止セール目撃	← メディアから放射線情報	0.19	<.001
家族・友人から放射線情報	← メディアから放射線情報	0.32	<.001
買い控えは自衛のため仕方がない	← メディアから放射線情報	0.14	<.01
野菜を買わない	← 風評被害防止セール目撃	0.12	<.01
家族・友人から放射線情報	← 風評被害防止セール目撃	0.29	<.001
買い控えは自衛のため仕方がない	← 家族・友人から放射線情報	0.22	<.001
野菜を買わない	← 家族・友人から放射線情報	0.14	<.01
野菜を買わない	← 買い控えは自衛のため仕方がない	0.30	<.001
野菜を多く買った	← 野菜を買わない	-0.29	<.001

4.3.3 性格・リスク認知と買いだめ行動

性格・リスク認知と買いだめ行動に関するモデルを図8に示す。まず性格について考察する。楽天的は「公的機関の地震対策信頼」に正の影響を及ぼしており、楽天的な性格の人々は、公的機関の地震対策を信頼していると考えられる。安全第一と無謀（先のことを考えない）は「買いだめは自衛のため仕方がない」に正の影響を及ぼしており、安全第一な性格や先のことを考えない性格の人々は、直接自己防衛意識を感じたと考えられる。また、安全第一は「地震は恐ろしい」に正の影響を、運命享受は「原子力は恐ろしい」に負の影響を与えており、安全第一の性格の人々は地震を恐ろしいと感じており、運命を受け入れる性格の人々は、原子力への恐怖をも受容していると考えられる。次に、公的機関の原子力対策信頼は「公的機関の地震対策信頼」に正の影響を与えており、公的機関の原子力対策を信頼している人々は地震対策についても信頼をしていることを示している。また、公的機関の地震対策信頼は「地震は恐ろしい」に、公的機関の原子力対策信頼は「原子力は恐ろしい」「原子力は未知である」に負の影響を及ぼしており、公的機関の対策への信頼が、地震や原子力に対するリスク認知を緩和させることが読み取れる。なお、リスク認知の地震に対する未知性は行動意図等に対し有意差がないため省略している。続いて、地震への恐怖は「水を多く買おう」に正の影響を及ぼしており、地震に対する恐怖が水買いだめの行動意図に直接影響していたことが示唆された。原子力への恐怖は「買いだめは自衛のため仕方がない」に正の影響を、原子力に対する未知性は負の影響を及ぼしており、原子力への恐怖や原子力に対する既知性が、自己防衛意識に働きかけたと考えられる。さらに、先述のとおり、自己防衛意識は、買いだめの行動意図に直接結びつき、実際の買いだめ行動等に結び付くこととなる。

以上より、買いだめの行動意図は、地震への恐怖が直接、

又は安全第一や先のことを考えない性格や原子力への恐怖・既知性が自己防衛意識を経由して影響していたことが明らかになった。

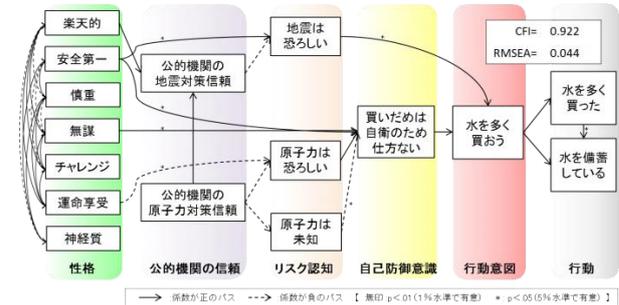


図 8 性格・リスク認知と買いだめ行動に関するモデル

表 5 性格・リスク認知と買いだめ行動に関するモデル分析結果表

従属変数	独立変数	係数	p
公的機関の地震対策信頼	← 楽天的	0.10	<.01
地震は恐ろしい	← 安全第一	0.11	<.05
買いだめは自衛のため仕方がない	← 安全第一	0.11	<.05
買いだめは自衛のため仕方がない	← 無謀	0.10	<.05
原子力は恐ろしい	← 運命享受	-0.11	<.05
地震は恐ろしい	← 公的機関の地震対策信頼	-0.17	<.001
原子力は恐ろしい	← 公的機関の原子力対策信頼	-0.28	<.001
原子力は未知	← 公的機関の原子力対策信頼	-0.26	<.001
公的機関の地震対策信頼	← 公的機関の原子力対策信頼	0.51	<.001
水を多く買おう	← 地震は恐ろしい	0.11	<.05
水を多く買おう	← 原子力は恐ろしい	0.13	<.01
買いだめは自衛のため仕方がない	← 原子力は恐ろしい	0.17	<.001
買いだめは自衛のため仕方がない	← 原子力は未知	-0.09	<.05
水を多く買おう	← 買いだめは自衛のため仕方がない	0.22	<.001
水を多く買った	← 水を多く買おう	0.55	<.001
水を備蓄している	← 水を多く買おう	0.22	<.001
水を備蓄している	← 水を多く買った	0.12	<.05

4.3.4 性格・リスク認知と買い控え行動

性格・リスク認知と買い控え行動に関するモデルを図9に示す。まず性格について考察する。慎重は「地震は未知である」に負の影響を及ぼしており、慎重な性格の人々は地震を既知であると考えていることを示している。無謀（先のことを考えない）は「野菜を買わないでおう」に正の影響を、運命享受は負の影響を及ぼしており、先のことを考えない性格と運命をそのまま受け入れない性格の人々は、直接野菜買い控えの行動意図を持ったと考えられる。さらに、運命享受は「買いだめは自衛のため仕方がない」に正の影響を与えており、運命を受け入れる性格の人々は、直接自己防衛意識を感じたと考えられる。その他、楽天的、安全第一、運命享受が、公的機関の地震対策信頼、地震への恐怖、原子力への恐怖に関係していることは先述のとおりである。また、公的機関の対策への信頼が、地震や原子力に対するリスク認知を緩和させることについても先述のとおりである。なお、リスク認知の原子力に対する未知性は行動意図等に対し有意差がないため省略している。地震への恐怖と原子力への恐怖は、「買い控えは自衛のため仕方がない」に正の影響を、地震に対する未知性は負の影響を及ぼしていることから、地震や原子力への恐怖や地震に対する既知性が、自己防衛意識に働きかけたと考えられる。さらに、原子力への恐怖は、「野菜を多く買

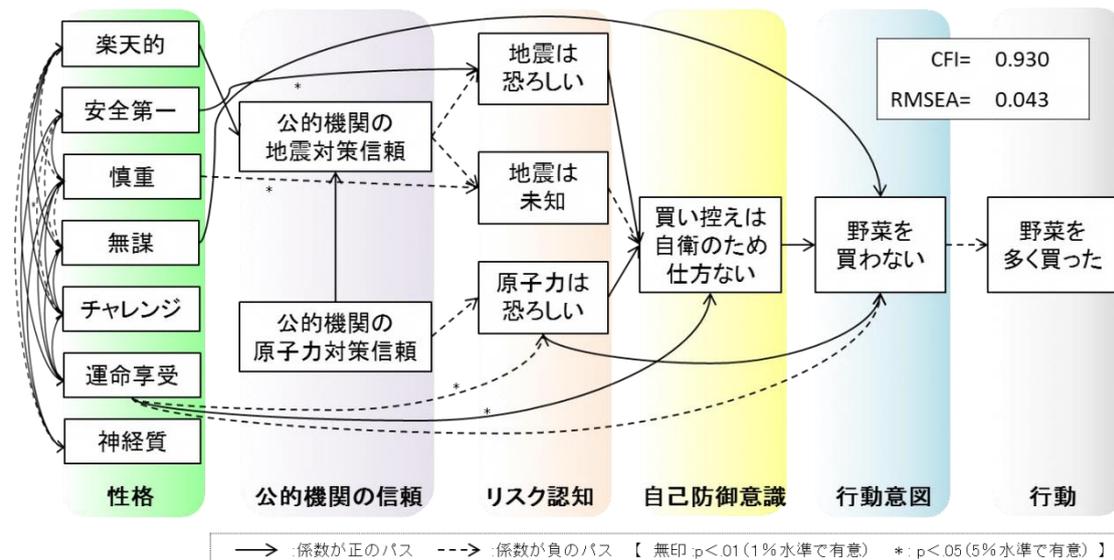


図9 性格・リスク認知と買い控え行動に関するモデル

おう」に正の影響を及ぼしており、原子力への恐怖は、買い控えの行動意図に直接結びついたことが示唆された。その後は前述のとおり、自己防御意識が買い控えの行動意図に繋がり、実際の買い控え行動に結び付くこととなる。

以上より、買い控えの行動意図は、先のことを考えない性格や運命をそのまま受け入れない性格が直接影響しているだけでなく、地震や原子力への恐怖等が直接的、又は、自己防御意識を経由して影響していたことが明らかになった。

表6 性格・リスク認知と買い控え行動に関するモデル分析結果表

従属変数	独立変数	係数	p
公的機関の地震対策信頼	← 楽天的	0.10	<.01
地震は恐ろしい	← 安全第一	0.11	<.05
地震は未知	← 慎重	-0.09	<.05
野菜を買わない	← 無謀	0.12	<.01
野菜を買わない	← 運命享受	-0.14	<.001
買い控えは自衛のため仕方ない	← 運命享受	0.09	<.05
原子力は恐ろしい	← 運命享受	-0.11	<.05
地震は恐ろしい	← 公的機関の地震対策信頼	-0.17	<.001
地震は未知	← 公的機関の地震対策信頼	-0.19	<.001
原子力は恐ろしい	← 公的機関の原子力対策信頼	-0.28	<.001
公的機関の地震対策信頼	← 公的機関の原子力対策信頼	0.51	<.001
買い控えは自衛のため仕方ない	← 地震は恐ろしい	0.12	<.001
買い控えは自衛のため仕方ない	← 地震は未知	-0.10	<.05
買い控えは自衛のため仕方ない	← 原子力は恐ろしい	0.19	<.001
野菜を買わない	← 原子力は恐ろしい	0.16	<.001
野菜を買わない	← 買い控えは自衛のため仕方ない	0.32	<.001
野菜を多く買った	← 野菜を買わない	-0.29	<.001

5. おわりに

各分析結果から、東日本大震災後に発生した買いだめ及び買い控え行動は、個人属性や性格、地震及び原子力に対する恐怖、メディアからの情報及び家族・友人のロコミ、他者の行動の目撃、自己防御意識等、様々な要因により引き起こされていたことが明らかとなった。

特に、各種要因が自己防御意識を経由し、直接的に買いだめや買い控えの行動意図に働きかけていたことは、注目すべき結果である。つまり、この自己防御意識を持つ人々に働きかければ、買いだめや買い控え行動を抑制することができる可能性があると言える。このことから、この自己

防御意識を従属変数とし、個人属性ダミーを独立変数とした重回帰分析を行ったが、いずれの属性も有意とはならなかった。すなわち、自己防御意識は、万人が持つ本能的なものと言える。この自己防御意識は、例えば防犯・防災など、トラブル対策行動の起因となるもので、存在自体が悪いものではないが、必要以上に強めないことが肝要である。

したがって、お互いに他人のことを思いやり、助け合う共助の精神が、震災時においては被災地だけでなく被災地以外の人々に対しても必要不可欠であり、このことが買いだめや買い控え行動の抑制にも繋がると考える。

また、自己防御意識を強める地震等に対する恐怖心を緩和させるためには、公的機関等の対策への信頼向上が有効であることが明らかになっており、今後の地震・原子力対策への地道な努力や適切な情報提供が求められる。

参考文献

- [1] 茨城新聞；買いだめ自粛を、総合,2011.3.17 付
- [2] 茨城新聞；食の安全広がる不安,第2 社会,2011.3.21 付
- [3] 広瀬幸雄；買いだめパニックにおける消費者の意思決定モデル,社会心理学研究第1 巻第1 号,pp.45-53,1985
- [4] 関谷直也；「風評被害」の社会心理-「風評被害」の実態とそのメカニズム, 日本災害情報学会誌, No1, pp.78-89, 2003
- [5] デジタル大辞泉
- [6] 日本経済新聞；買いだめ商品、水や電池、3割が使わず、カップ麺・お茶は消化, 2011.4.20 付
- [7] Paul Slovic；Perception of Risk, Science, New Series, Vol.236, No.4799, 1987
- [8] 吉野絹子, 木下富雄；リスク受容尺度 (SRA)構成の試み, 日本リスク研究学会第9 回発表論文集, 1996
- [9] 株式会社ノルド社会環境研究所；リスク認知の形成要因等に関する調査 調査報告書,内閣府食品安全委員会事務局平成20 年度食品安全確保総合調査報告書, 2009