

消費者の環境配慮行動の規定因分析

—目標フレーミング効果を与える影響の検討—

朝日 遥子

キーワード：環境配慮行動、心理的方略、情報提供、目標フレーミング効果、規定因分析

1. 背景と目的

地球温暖化問題の深刻化に伴い、消費者一人一人が環境に配慮した行動をとることが求められている。消費者の行動を環境に配慮したものに促す公共政策が講じられており、「構造的方略」と「心理的方略」の二つに大別することができる(藤井 2003)。適切な施策に関する示唆を得ることを動機として、心理的方略に関する認知科学的な定量分析を行う。環境配慮行動と情報の関係について取り上げた研究の多くは、情報の接触度にのみ着目している。そこで本研究では、情報提示の仕方に着目し、目標フレーミング効果について取り上げる。目標フレーミング効果の研究は、欧米を中心に多くなされているが、その効果の有無および効果的なフレームについては見解が分かれている。また、既存研究ではフレーミング効果が人々の意識に与える影響について、構造的に検討しているものはない。そこで本研究の目的を、目標フレーミング効果による環境配慮行動に対する意識の変化を明らかにすることとし、主に社会心理学で用いられている規定因とパスを使用した構造把握モデルを用いて、目標フレーミング効果の影響について検証を試みた。なお、本研究では、環境配慮行動としてグリーン購入を取り上げ、より具体的な行動としてLED電球の購入と再生紙ノートの購入について調査を行った。

2. 研究方法

広瀬 (1994)が提唱した規定因分析モデルは、国内の研究で多く使用されており、それを部分的に改良した分析モデルをもとにアンケート調査を行い、分析に必要なデータを収集した。まず、t検定を行い、目標フレーミング効果の有無を検証した。その後、共分散構造分析を行い、目標フレーミング効果によるグリーン購入に対する意識の変化を明らかにした。

3. 結果と考察

分析結果より、「温暖化問題解決に貢献したい」、「グリーン購入を行いたい」という一般的な意識に対して目標フレーミング効果が存在することを示し、損失フレームの方が効果的との結果を示した。しかし、LED電球や再生紙ノートの購入といった具体的な行動に対して目標フレーミング効果が検証されなかった。また、フレームの違いによって、一般的意識や具体的な行動への意欲に影響を与える認知や評価に変化がみられた。このことから、目標フレーミング効果自体は存在するが、その効果は直接的に具体的な行動を促すほど大きくはないと示唆された。しかしながら、その効果は、一般的意識や具体的な行動に影響を与える認知や評価に対して影響を及ぼす可能性が示唆された。今後は、本研究で得られた示唆を検証するために、この結果をより細分化した分析を行うことが望まれる。

参考文献

- 広瀬幸雄, 1994. 「環境配慮的行動の規定因について」『社会心理学研究』第10巻1号, 44-55.
藤井聡, 2003. 「合意形成問題に関する一考察：フレーミング効果と社会的最適化の限界」『オペレーションズ・リサーチ』第48巻11号, 3-8.