

# トレーサビリティが購買意図に及ぼす影響

森本孝平

## < 要約 >

BSE、無登録農薬問題、食品の虚偽表示など、ここ数年に起こった食品の安全性に関する問題が、食に由来する健康リスクへの消費者の関心を著しく高めている。こういったことを背景に、近年、トレーサビリティが注目され始めている。このトレーサビリティの導入は、消費者の製品購買意図にどのような影響を及ぼすのであろうか。トレーサビリティの消費者にとってのメリット、デメリットをあげ、トレース可能製品の購買意図モデルを構築し、そのモデルの実証分析を試みる。

## 1. はじめに

わが国では、2001年のBSE感染牛の確認を受けて、消費者が最も安全性を懸念している牛肉についてトレーサビリティ・システムを導入することが法令化された。この法令により、国内で使用され、2004年12月以降に食肉処理された鶏肉などについて牛の個体識別番号の表示が義務づけられた。消費者は家畜のWebサイトにアクセスし、この番号を入力すれば、当該牛の性別や種別に加え、出生から肥育を経て、と殺、その後の流通過程に至る情報を得ることができる。現在、農林水産省では、他の農産物に対してもこのようなトレーサビリティ・システムの導入を検討しており、特に、2005年度からは新たに「ユビキタス食の安全・安心システム開発事業」として8つの事業課題が進行中である。

以上のようにトレーサビリティ・システムは、BSE対応で失墜した消費者からの信頼を取り戻すために手段として期待されている。そして、今後トレーサビリティ・システムを導入する企業はますます増えるであろう。このトレーサビリティ・システムの導入によって消費者の購買行動はどのように変化するのであろうか。本論では、いかなら要因がどのようなプロセスを経ることでトレース可能な製品が選好されるのか、そのメカニズムを検討する試論である。

## 2. 概念定義

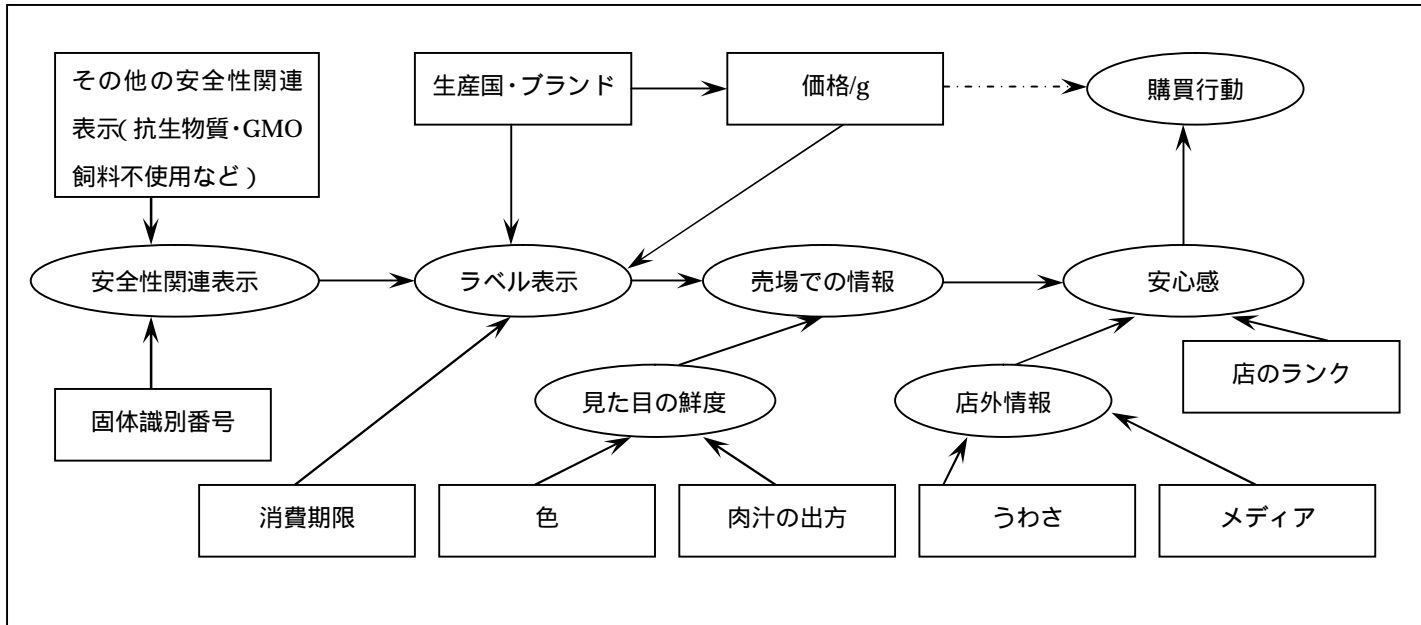
梅沢(2004)に従い、トレーサビリティを「安全を保証し安心できる社会システムを構築するために、生産から流通そして消費までの全ての段階におけるモノとサービスの流れを追跡し、そして遡及できるシステム」と定義する。

### 3. 関連研究のレビュー

栗原らによる研究(2006)

栗原らは、以下の図1に示されるような牛肉購買行動と安全性に関する情報の因果モデルを提唱した。

【図1：牛肉購買行動と安全性に関する情報の因果モデル】



この図は、最終的に「購買意図」に影響を与える変数が「安心感」と「価格/g」であると、この安心感を規定しているのは、安売り店なのか高級食材店なのかという店のランク、「うわさ」や「メディア」から構成される「店外情報」、そして「見た目の態度」や食品に貼られている「ラベル表示」から構成される「売場での情報」の3つの要因であるという考えを表している。なお、「見た目の鮮度」は「色」と「肉汁の出方」から構成され、「ラベル表示」は抗生物質不使用など「その他の安全性関連ラベル」と「個体識別番号」から構成される「安全性関連表示」と「価格」、「生産国・ブランド」、「消費期限」から構成されるものとした。以上が、このモデルの構造の簡単な説明であるが、変数間の共変関係を始めた矢印の本数や方向は、分析の過程において、モデルの適合度などを修正していく必要がある。いずれにせよ、この分析から、安全性に関するどのような情報が、どのような仕組みによって消費者の「安心感」に結びつき、最終的には消費行動となって表れるのかを解明できると、栗原は締めている。

### 4. 仮説

#### 4-1. 流通情報が製品への信頼に及ぼす影響

流通情報とは、製品がどのような流通経路を通過してきたかに関する情報をさす。

Petty, Cacioppo(1983)によると、提供されている情報が消費者にとって高い関与を示すものであれば、中心的ルートをとることになる。中心的ルートとは、消費者の購買意欲が高く、かつ当該商品カテゴリーに対する知識が豊富な場合にたどるルートで、例えば、ビールならば喉ゴシ、キレといった当該商品の物

理的属性で評価する場合はそれに該当する。

流通情報が詳細に記載されると、製品情報に関心のある消費者は、その製品に対して信頼を高めると考えられる。したがって、以下の仮説を提唱する。

仮説1 流通情報は、製品への信頼に正の影響を及ぼす。

#### 4-2. 流通情報が企業への信頼に及ぼす影響

Petty, Cacioppo(1983)によると、提供されている情報が消費者にとって低い関与を示すものであれば、周回的ルートをとることになる。周回的ルートとは購買意欲や当該商品に対する知識が少ない場合にたどるルートとされ、イメージなどの感情的要因で製品を評価し、態度を決める。

流通情報が詳細に記載されると、製品情報にさほど関心のない消費者は、製品情報を多く記載しているという事実のみで、その製品を生産しているメーカーを信頼すると考えられる。したがって、以下の仮説を提唱する。

仮説2 流通情報は、企業への信頼に正の影響を及ぼす。

#### 4-3. 流通情報が金銭的成本に及ぼす影響

梅沢(2004)によると、情報開示にかかるコスト負担は、消費者・生活者の負担となる。彼らは、安心のコストが高いことを認識することが必要となる。

流通情報を詳細に記載するようになると、コストがかかり、製品の価格が上がると考えられる。したがって、以下の仮説を提唱する。

仮説3 流通情報は、金銭的成本に正の影響を及ぼす。

#### 4-4. 流通情報が消費者にとって不利益な情報に及ぼす影響

流通情報を詳細に記載するようになると、消費者にとって不利益な情報も増加すると考えられる。したがって、以下の仮説を提唱する。

仮説4 流通情報は、消費者にとって不利益な情報に正の影響を及ぼす。

#### 4-5. 安全性管理情報が製品への信頼に及ぼす影響

安全性管理情報とは、流通経路の各フェイズにおいて安全性が確保されていることを表す情報である。

Petty, Cacioppo(1983)によると、提供されている情報が消費者にとって高い関与を示すものであれば、中心的ルートをとることになる。中心的ルートとは、消費者の購買意欲が高く、かつ当該商品カテゴリーに対する知識が豊富な場合にたどるルートで、例えば、ビールならば喉ゴシ、キレといった当該商品の物理的属性で評価する場合はそれに該当する。

安全管理情報が詳細に記載されると、製品情報に関心のある消費者は、その製品に対して信頼を高めると考えられる。したがって、以下の仮説を提唱する。

仮説5 安全性管理情報は、製品への信頼に正の影響を及ぼす。

#### 4-6. 安全性管理情報が企業への信頼に及ぼす影響

Petty, Cacioppo(1983)によると、提供されている情報が消費者にとって低い関与を示すものであれば、周辺のルートをとることになる。周辺のルートとは購買意欲や当該商品に対する知識が少ない場合にたどるルートとされ、イメージなどの感情的要因で製品を評価し、態度を決める。

安全性管理情報が詳細に記載されると、製品情報にさほど関心のない消費者は、自社の製品を多く掲載しているという事実のみで、その製品を生産しているメーカーに対する企業への信頼が高まると考えられる。したがって、以下の仮説を提唱する。

仮説6 安全性管理情報は、企業への信頼に正の影響を及ぼす。

#### 4-7. 安全性管理情報が金銭的成本に及ぼす影響

梅沢(2004)によると、トレーサビリティにかかるコスト負担は、消費者・生活者の負担となる。彼らは、安心のコストが高いことを認識することが必要となる。

安全性管理情報を詳細に記載するようになると、コストがかかり、製品の価格が上がると考えられる。したがって、以下の仮説を提唱する。

仮説7 安全性管理情報は、金銭的成本に正の影響を及ぼす。

#### 4-8. 安全性管理情報が消費者にとって不利益な情報に及ぼす影響

仮説8 安全性管理情報は、消費者にとって不利益な情報に正の影響を及ぼす。

#### 4-9. 製品への信頼がトレース可能製品購買意図に及ぼす影響

仮説9 製品への信頼は、トレース可能製品購買意図に正の影響を与える。

#### 4-10. 企業への信頼がトレース可能製品購買意図に及ぼす影響

仮説10 企業への信頼性は、トレース可能製品購買意図に正の影響を与える。

#### 4-11. 金銭的成本がトレース可能製品購買意図に及ぼす影響

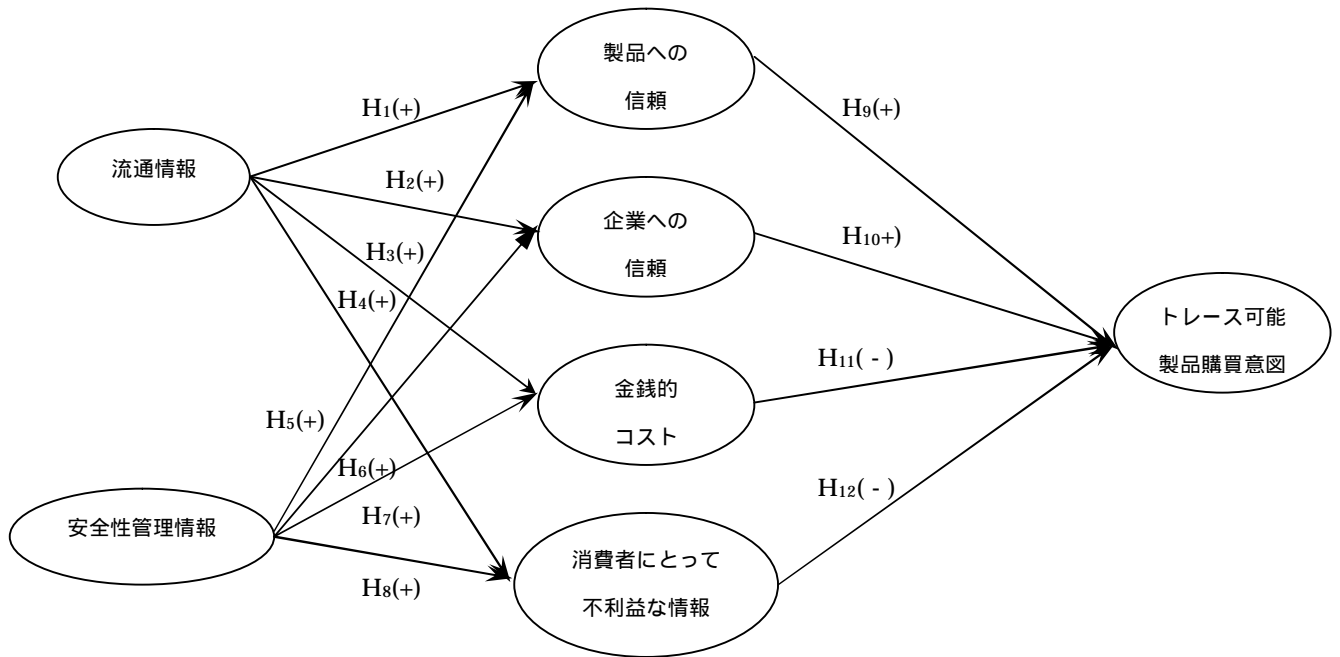
仮説11 金銭的成本はトレース可能製品購買意図に負の影響を与える。

#### 4-12. 消費者にとって不利益な情報がトレース可能製品購買意図に及ぼす影響

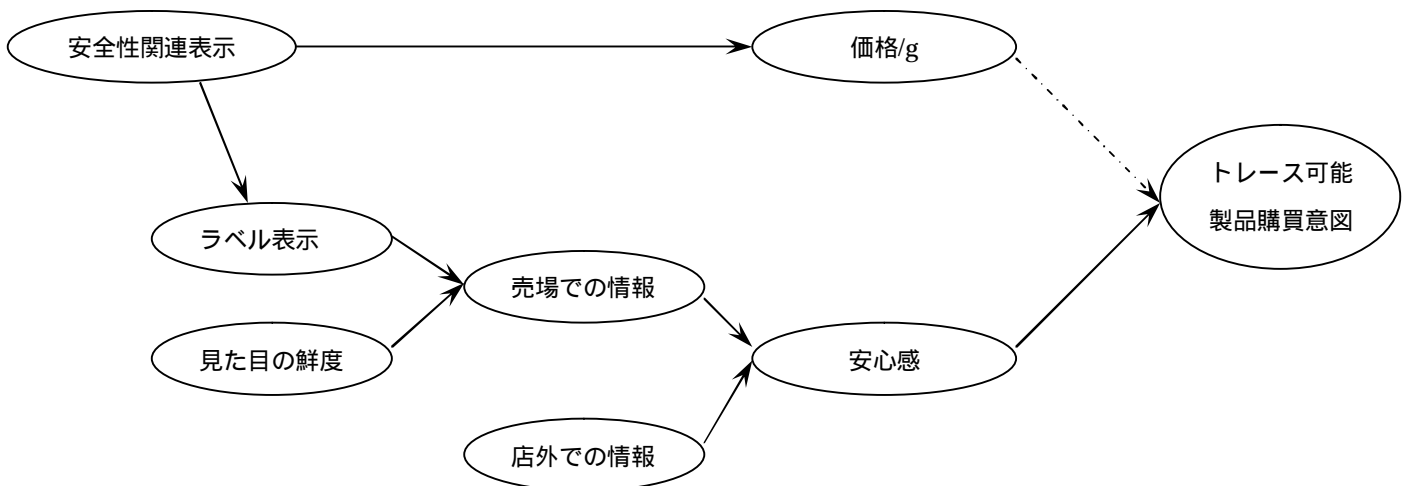
トレーサビリティのシステムを導入したことによって、製品に関する情報が詳細に記載される。この情報は消費者に製品に持っていたイメージと異なる情報が掲載される場合があり、不利益な情報が掲載された場合には消費者のトレース製品購買意図は低まると考えられる。したがって、以下の仮説を提唱する。

仮説12 消費者にとって不利益な情報はトレース可能製品購買意図に負の影響を与える。

【図表2：トレース可能製品購買意図モデル】



【図表3：トレース可能製品購買意図モデル(仮)】



## 5. 参考文献

松江宏 (2007), 『現代消費者行動論』, 創成社。

永木 正和・茂野 隆一(2007), 『消費行動とフードシステムの展開』, 農林統計協会。

中嶋康博 (2004), 『食の安全と安心の経済学』, コープ出版。

日本学術協力財団編 (2005), 『食の安全と安心を守る』, 日本学術協力財団。

坂本尚登 (2007), 『解説食品トレーサビリティ:ガイドラインの考え方/コード体系、ユビキタス、国際動向/導入事例』, 昭和堂。

澤田学(2004), 『食品安全性の経済評価 表明選好法による接近』, 農林統計協会。

清水聰 (2006), 『戦略的消費者行動論』, 千倉書房。

梅沢昌太郎 (2004), 『トレーサビリティ 食の安心と安全の社会システム』, 白桃書房。