

嗜好品に対する選好とリスク認知の関係

小川 和真¹・工藤 大介¹・李 楊²

(1:東海学院大学, 2:名古屋大学)

要 約

本研究では、リスクのある嗜好品について、従来のタバコやアルコールに、新しくエナジードリンクを加えて、リスク認知や健康への影響認知を比較し、その選好の規定因を検討することを目的とした。ネットを用いた調査を実施し、306名を対象とした。各嗜好品について、嗜好品への選好、健康への影響認知、リスク認知、フードファディズム傾向を問う質問紙調査を行った。分析の結果、嗜好品への選好、健康への影響認知、リスク認知それぞれについて、各嗜好品間で有意差が見られる結果となった。さらに、リスクを伴う嗜好品に対する選好について、健康への影響認知、リスク認知が関連し、タバコに限ってはフードファディズム傾向が関連していることが示唆された。

キーワード: 嗜好品, エナジードリンク, リスク認知, フードファディズム

(2022.9.7 受稿 査読審査を経て 2022.11.22 受理)

背景と問題

社会と嗜好品

近年、日本の消費者行動は日々変化している。日本フランチャイズチェーン協会(2021)によると、国内コンビニにおける、全店ベースの2020年の年間売上高は10兆6608億円(前年比-4.5%)であり、年間来店客数は159億173万人(前年比-10.2%)であった。その年間平均客単価は670.4円(前年比+6.4%)であり、2020年は全店で売上高が前年を下回っている。同調査(日本フランチャイズチェーン協会,2021)によると、背景として、新型コロナウイルス感染症の拡大による外出自粛・在宅勤務が影響を与えているとされ、一方で、巣籠り需要等の生活様式の変化により、客単価は上昇したとの考察がなされている。このように、2020年以降は新型コロナウイルス感染症の拡大による影響を大きく受けたが、コンビニの普及、サービスや幅広い商品の提供など、コンビニは日常生活の中に浸透しているといえるだろう。そして、本研究では、コンビニで気軽に購入することのできる嗜好品、特に経口で摂取することのできる嗜好品に対して着目していく。

では、次にその嗜好品の売上について見ていく。日本たばこ協会(2021)によると、2020年(2019年4月~2020年3月)の1年間の紙巻きタバコの販売数量は988億本(前年比-16.3%)で、直近30年間で初の1000億本割れとなった。さらに、国税庁(2018)によると、成人1人当たりの酒類消費量は、1989年以降は、1992年度の

101.8Lをピークとして減少傾向にあり、2016年度には80.9Lとなった。飲酒量は減少しているが、リキュールおよびその他の醸造酒等を合計した構成比率は増加していることから、ビールやチューハイ、ビールに類似した低価格の酒類に消費が移行したと考えられる。また、近年では、上記の嗜好品に加え、新たな嗜好品としてエナジードリンクが登場した。エナジードリンクの市場規模は年々増加傾向にあり(JMR生活総合研究所,2021)、今後も増加や拡大が予想されている。

タバコの健康へのリスク

タバコのリスクとして、厚生労働省(2021a)によると、まずは喫煙者本人の健康影響が挙げられる。喫煙はがんをはじめ、脳卒中や虚血性心疾患などの循環器疾患、慢性閉塞性肺疾患(COPD)や結核などの呼吸器疾患、2型糖尿病、歯周病など、多くの病気と関係しており、予防できる最大の死亡原因であることが分かっている。また、喫煙を始める年齢が若いほど、がんや循環器疾患のリスクを高めるだけでなく、総死亡率が高くなる。

他にも、喫煙による妊娠出産などへの影響が挙げられる。女性、特に妊婦の喫煙は、妊娠する能力の低下、早期破水、前置胎盤、胎盤異常、早産や妊娠期間の短縮、胎児の成長が制限され、低出生体重などの原因となる。また、出生後に、乳幼児突然死症候群(SIDS)を引き起こす可能性が示されている。

タバコは喫煙者本人だけでなく、他者への影響も指摘されている（厚生労働省, 2021a）。喫煙者が吸っている煙だけではなく、タバコから立ち上る煙や喫煙者が吐き出す煙にも、ニコチンやタールはもちろん、多くの有害物質が含まれている。受動喫煙との関連が「確実」と判定された肺がん、虚血性心疾患、脳卒中、乳幼児突然死症候群（SIDS）の4疾患について、超過死亡数を推定した結果によると、わが国では年間約1万5千人が受動喫煙で死亡していることになり、健康被害は深刻であるといえよう。

加えて、未成年を含め若者の喫煙の問題として、「1.健康被害が大きい」「2.より高度なニコチン依存症に陥りやすい」「3.喫煙以外の薬物依存の入り口となる」ことが挙げられる。若者の喫煙には、喫煙に関する知識や態度、自己イメージなどの心理的要因が関わるほか、保護者等の周囲の喫煙状況、学校での喫煙規制、タバコの価格、タバコ広告の規制など、若者を取り巻く環境の影響が大きいことが分かっている（厚生労働省, 2021a）。

お酒（アルコール）の健康へのリスク

アルコールには、メリットとして、少量なら気持ちをリラックスさせる、コミュニケーションを円滑にする、循環器疾患の予防になる、HDL コレステロールを増加させるといった効果がある（厚生労働省, 2021b）。

一方で、アルコールの摂取にはリスクが伴う。厚生労働省（2021c）によると、飲酒は意識状態の変容を引き起こす。そのため、交通事故等の一因となるほか、短時間内の多量飲酒による急性アルコール中毒は、死亡の原因となることがある。他にも、慢性影響による臓器障害、肝疾患、脳卒中、がん等多くの疾患と関連する。さらには依存性も指摘されており、長期にわたる多量飲酒は、アルコールへの依存を形成し、本人の精神的・身体的健康を損なうとともに、社会への適応力を低下させ、家族等周囲の人々にも深刻な影響を与える。

加えて、未成年者への影響や妊婦を通じた胎児への影響が示されており、アルコールの心身に与える影響は、精神的・身体的な発育の途上にある未成年においては大きいとされている。このため、未成年飲酒禁止法によって、未成年の飲酒が禁止されている。また、妊娠している女性の飲酒は、胎児性アルコール症候群などの妊娠に関連した異常の危険因子である。アルコールに関する問題は健康に限らず交通事故等、社会的にも及ぶため、世界保健機関（WHO）では、これらを含め、その総合的対策を講じるよう提言している。

エナジードリンクの健康へのリスク

新たな嗜好品であるエナジードリンクは、含有するカフェインにより集中力を高める、眠気を飛ばす等の効果が謳われている。しかし、農林水産省（2015）や Blankson et al.（2013）によると、カフェインを過剰に摂取することにより、中枢神経が刺激され、めまい、心拍数の増加、興奮、不安、震え、不眠などを引き起こしたり、消化器官の刺激により下痢や吐き気、嘔吐等を引き起こしたりするとされている。また、糖分の過剰摂取による、糖尿病のリスクも指摘されている（Al-Shaar et al., 2017）。さらに、暴力行為や薬物乱用といった問題行動への繋がりも指摘されている（Miller, 2008）。

以上のように、嗜好品はリスクを伴うが、小売店、特にコンビニにおいて手軽に購入できてしまう。特にエナジードリンクのリスクに関しては検証が進んでおらず、未知数な点があり、タバコやアルコールと比較して積極的に告知されることもない。そのため、消費者が知らないことが多い。先述のように、リスクを伴う嗜好品の購買に関する研究は、アルコールやタバコでは行われてきたが、エナジードリンクについてはほとんどなされていない（e.g., 栗原 2016; 梅田, 2016; 吉野・小塩, 2020）。

目的と仮説

以上より、本研究では、リスクのある嗜好品について従来のアルコール、タバコに加え、新しくエナジードリンクを加えて、リスク認知を比較し、その選好の規定因を検討することを目的とする。

そこで、次のような仮説が考えられる。一つ目は、従来からリスクが喧伝されているアルコールやタバコと比較して、新規の嗜好品であるエナジードリンクに対するリスク認知は低くなるだろうと予測される。そして、二つ目は食品に対するリスク認知が購買意図を低下させるという知見から（e.g., 工藤・中谷内, 2014; 元吉, 2010）、嗜好品も同様にリスク認知が高いほど、選好は低下するだろうと予測される。

方法

調査期間と参加者

調査は2021年10月に実施した。インターネットリサーチ企業に登録する一般成人モニタ306名（男性141名、女性164名、その他1名）を対象に、オンライン上で実施した。参加者の平均年齢は39.16歳（ $SD = 9.92$ 歳）であった。

評価項目

調査はタバコやお酒, エナジードリンクといった嗜好品に対する印象・態度についての調査として実施した。質問紙は, まずデモグラフィック変数として性別, 年齢, 最終学歴, 婚姻状況, 子供の有無, 世帯年収の回答を求めた。

そして, 各嗜好品 (タバコ・アルコール・エナジードリンク) への選好を問う 1 項目 (e.g., あなたは普段タバコをどれくらいの頻度で吸われますか: 5 件法), 各嗜好品へのリスク認知 2 項目 (e.g., タバコによって害が生じた時その被害は大きいと思いますか, タバコによって害が発生する可能性は高いと思いますか: 5 件法, cf. 土田ら, 2009), 各嗜好品の健康への好影響認知 3 項目 (e.g., タバコは有益だと思いますか・タバコは身体的健康の増進に役に立つと思いますか・タバコは精神的健康の増進に役に立つと思いますか: 5 件法) への回答を求めた。また, 嗜好品の中でもエナジードリンクに関しては, その健康への効果を信奉し購入する傾向がうかがえる。これについては, Kanarek & Marks-Kaufman (1991) や

高橋 (2007) が指摘するフードファディズムであると言えるだろう。フードファディズムとは, 何らかの食品や栄養が健康と病気に与える影響を誇大に信奉することを指す (Kanarek & Marks-Kaufman, 1991)。このフードファディズム傾向と嗜好品の選好との関連を見るために, フードファディズム尺度 (土岐, 2013, 2014) 27 項目 (6 件法) への回答を求めた。

研究倫理

なお, 本研究は東海学院大学「人を対象とする研究」に関する倫理審査委員会の承認を得て実施された (ID: 2021-15)

結果

単純集計結果

まず, 各要因について単純集計を行い, 結果を Table 1 に示す。項目分析の結果, 十分な内的整合性が確認された ($\alpha \geq .60$)。

Table 1 各要因に関する単純集計結果

	<i>M</i>	<i>SD</i>	α
年齢	39.16	9.92	—
タバコへの選好	0.53	1.50	—
タバコのリスク認知	4.47	0.68	.89
タバコの健康への影響	1.78	0.69	.60
アルコールへの選好	5.32	13.46	—
アルコールのリスク認知	3.61	0.86	.78
アルコールの健康への影響	2.83	0.81	.77
エナジードリンクへの選好	1.40	5.70	—
エナジードリンクのリスク認知	2.92	0.96	.86
エナジードリンクの健康への影響	2.88	0.80	.72
フードファディズム傾向	2.66	0.64	.91

各嗜好品に対する選好の比較

タバコ, アルコール, エナジードリンクに対する選好について比較するために, 嗜好品の種類を独立変数, 各嗜好品への選好得点を従属変数とした, 1 要因参加者内計画の分散分析を行った。嗜好品の種類の主効果が有意であったため ($F(2, 610) = 84.84, p < .001$), Holm 法による多重比較を行った。その結果, タバコとアルコール ($t(305) = -11.47, p < .001$), タバコとエナジードリンク ($t(305) = -3.37, p < .01$), アルコールとエナジードリンク ($t(305) = 8.98, p < .001$) の間にそれぞれで有意な差が

確認された。選好得点としては, アルコールが一番高く, 次にエナジードリンク, タバコが一番低い結果であった (Figure 1: エラーバーは標準誤差を表す)。

各嗜好品に対する健康への好影響認知の比較

次に, タバコ, アルコール, エナジードリンクの健康への好影響認知について比較するために, 嗜好品の種類を独立変数, 各嗜好品の健康への好影響認知を従属変数とした, 1 要因参加者内計画の分散分析を行った。嗜好品の種類の主効果が有意であったため ($F(2, 610) =$

嗜好品に対する選好とリスク認知の関係

288.31, $p < .001$), Holm 法による多重比較を行った。その結果, タバコとアルコール ($t(305) = -20.35, p < .001$), タバコとエナジードリンク ($t(305) = -21.16, p < .001$) の間にそれぞれ有意な差が確認された。アルコールとエナジードリンク ($t(305) = -1.01, n.s.$) の間には有意差は見られなかった。健康への好影響認知としては, アルコールとエナジードリンク同程度であり, タバコはそれらよりも低い結果であった (Figure 2 : エラーバーは標準誤差を表す)。

各嗜好品に対するリスク認知の比較

タバコ, アルコール, エナジードリンクへのリスク認

知について比較するために, 嗜好品の種類を独立変数, 各嗜好品へのリスク認知を従属変数とした, 1 要因参加者内計画の分散分析を行った。嗜好品の種類の主効果が有意であったため ($F = (2, 610) = 390.33, p < .001$), Holm 法による多重比較を行った。その結果, タバコとアルコール ($t(305) = 16.60, p < .001$), タバコとエナジードリンク ($t(305) = 27.17, p < .001$), アルコールとエナジードリンク ($t(305) = 11.97, p < .001$) の間にそれぞれで有意な差が確認された。リスク認知については, タバコが一番高く, 次にアルコール, エナジードリンクが一番低い結果であった (Figure 3 : エラーバーは標準誤差を表す)。

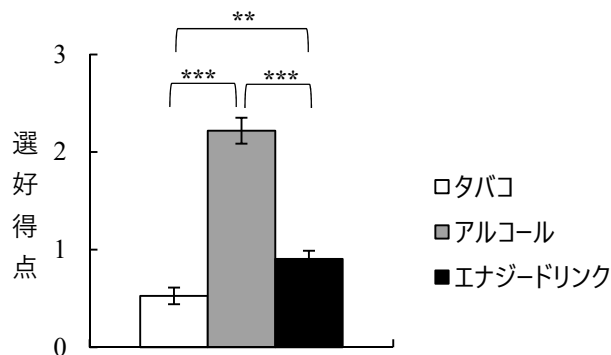


Figure 1 各嗜好品に対する選好

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

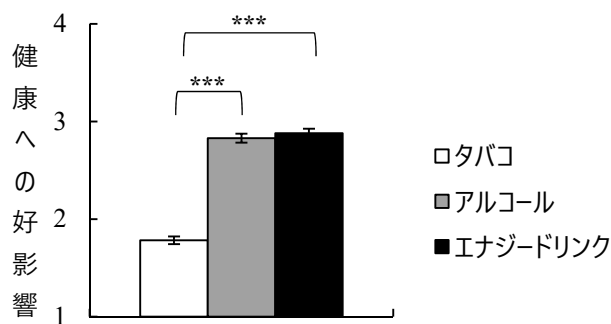


Figure 2 各嗜好品の健康への好影響認知

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

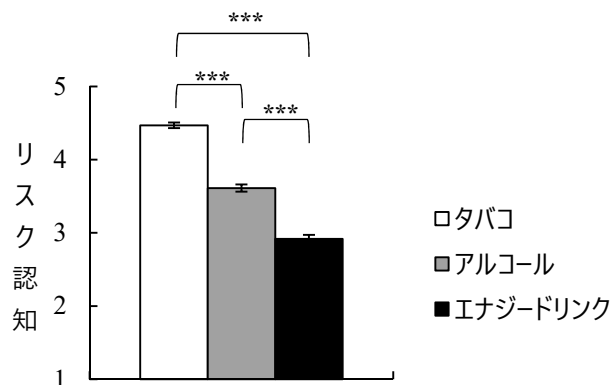


Figure 3 各嗜好品に対するリスク認知

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

タバコの選好に対する各要因との関連

タバコの選好に対する各要因の影響を検討したところ、男性で ($\beta = .20, p < .01$)、年齢が高く ($\beta = .13, p < .05$)、既婚者 ($\beta = .13, p < .10$) ほどが選好しやすく、また、健康へ良い影響があると認知している人 ($\beta = .29, p < .01$) ほど選好得点と正の関連があるという結果であった。一方で、学歴が高く ($\beta = -.28, p < .01$)、フードファディズム傾向が高い ($\beta = -.12, p < .05$) 人は選好得点と負の関連が見られた (Table 2)。

アルコールの選好に対する各要因との関連

アルコールの選好に対する各要因の影響を検討した

ところ、年齢が高く ($\beta = .09, p < .10$)、健康へ良い影響があると認知している人 ($\beta = .31, p < .01$) ほど選好得点と正の関連があるという結果であった (Table 3)。

エナジードリンクの選好に対する各要因との関連

エナジードリンクの選好に対する各要因の影響を検討したところ、男性で ($\beta = .22, p < .01$)、子供がいる人 ($\beta = .15, p < .10$) ほどが選好しやすく、また、健康へ良い影響があると認知している人 ($\beta = .17, p < .01$) ほど選好得点と正の関連があるという結果であった。一方で、年齢が高い ($\beta = -.15, p < .05$) 人は選好得点と負の関連が見られた (Table 4)。

Table 2 タバコの選好に対する各要因との関連

	β		95%下限	95%上限	VIF
性別	.20	**	0.08	0.32	1.27
年齢	.13	*	0.01	0.26	1.14
学歴	-.28	**	-0.40	-0.16	1.06
婚姻状況	.13	+	-0.01	0.27	1.88
子どもの有無	-.10		-0.22	0.03	1.95
年収	.04		-0.05	0.13	1.20
リスク認知	-.06		-0.20	0.09	1.34
健康への好影響認知	.29	**	0.15	0.43	1.30
フードファディズム傾向	-.12	*	-0.23	-0.01	1.03
R^2	.29	**			

** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$

嗜好品に対する選好とリスク認知の関係

Table 3 アルコールの選好に対する各要因との関連

	β		95%下限	95%上限	VIF
性別	-.01		-0.13	0.11	1.28
年齢	.09	+	-0.01	0.20	1.14
学歴	.04		-0.07	0.15	1.07
婚姻状況	.01		-0.16	0.18	1.90
子どもの有無	-.02		-0.18	0.14	1.99
年収	.05		-0.07	0.16	1.21
リスク認知	-.09		-0.03	0.18	1.05
健康への好影響認知	.31	**	-0.21	0.02	1.17
フードファディズム傾向	.07		0.21	0.42	1.15

R^2 .16 **

** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$

Table 4 エナジードリンクの選好に対する各要因との関連

	β		95%下限	95%上限	VIF
性別	.22	**	0.10	0.34	1.25
年齢	-.15	*	-0.26	-0.03	1.14
学歴	-.08		-0.20	0.04	1.06
婚姻状況	.01		-0.160	0.17	1.60
子どもの有無	.15	+	-0.01	0.30	1.98
年収	.07		-0.04	0.18	1.19
リスク認知	-.04		-0.05	0.16	1.06
健康への好影響認知	.17	**	-0.17	0.10	1.19
フードファディズム傾向	.06		0.06	0.28	1.11

R^2 .10 **

** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$

考察

各嗜好品に対するリスク認知の差について

本研究では、リスクのある嗜好品について、従来のアルコールやタバコにエナジードリンクを加えて、リスク認知を比較し、その選好の規定因を検討することを目的とした。仮説として、従来からリスクが喧伝されているアルコールやタバコと比較して、エナジードリンクに対するリスク認知は低くなるだろうと予測した。分析の結果、リスク認知はタバコが一番高く、次にアルコール、そしてエナジードリンクが一番低く評価されていた。つまり、タバコやアルコールと比較し、エナジードリンクについては、リスクが低く評価されていた。

エナジードリンクのリスクが低く評価された理由を検証していく。例えば、栗原（2016）はカフェインに対して選好が生じる理由について、カフェインが我々の生活にとって有益であったからに他ならないと論じてい

る。さらに、カフェインにおけるリスク（e.g., Blankson et al., 2013; 農林水産省, 2015）がベネフィットを上回っているのであれば、社会の中で自然と淘汰されていたはずとしている。つまり、カフェインに対するベネフィット認知が、リスク認知を上回っている社会的背景による影響が考えられるだろう。

加えて、タバコやアルコールと比較すると時代の新しい嗜好品であるエナジードリンクは、その身体的・精神的・心理的リスクについて検証が不十分であり、リスクの啓発や法律による規制もタバコやアルコールに比べてほとんど行われていない。以上から、エナジードリンクのリスクがあまり知られていないことに加え、エナジードリンクのリスクを知っていたとしても、CM等でベネフィットが魅力的に訴求されているために、リスク認知が相対的に低く評価される傾向にあると考えられる。

各嗜好品に対する

健康への好影響認知の差について

健康への好影響認知については、エナジードリンクが一番高く、次にアルコール、そしてタバコが一番低く評価されるという結果となり、エナジードリンクとアルコールは、身体的・精神的健康の増進に有益・役に立つという評価であった。このことから、人々において、アルコールとエナジードリンクは嗜好品の中でもリスクよりも、身体的・精神的に有益・役に立つという位置づけにあると考えられる。健康への好影響認知には、自己肯定化・自己肯定感が深く関わっていると考えられる。下田(2019)は、効果的な自己肯定化の手法を検討する上で、文化的な要因を考慮する必要があることを示している。今後は、先行研究の知見を参考に、日本でのより効果的な自己肯定化の手法を開発、検討することも重要な課題であると考えられる。

現在、コンビニの普及やエナジードリンクの市場の拡大で様々なエナジードリンクやカフェインを含むものが手軽に購入できるようになっている。このことから、日本での市場、日本の文化などを考慮した研究がなされることが課題であると考えられ、健康への影響に文化的要因のみならず他にも要因が存在すると考えられる。

各嗜好品の選好に対する諸要因の影響について

各嗜好品の選好について、まずデモグラフィック変数の主な影響を見ていく。タバコの選好には男性と年齢が高いほど、アルコールの選好には年齢が高いほど、エナジードリンクの選好には男性と年齢が若いほど関連するという結果であった。つまり、嗜好品において、これまでのタバコやアルコールについては、年齢の高い男性が選好する傾向にあることが示唆された。一方で、エナジードリンクについては、若い男性の間で普及していることが示唆され、これまでの嗜好品とは異なるクラスタによって選好されていることが示唆された。

次に、リスク認知については、食品安全の文脈(e.g., 工藤・中谷内, 2014; 元吉, 2010)のように、選好を低減させるような関連は見られなかった。つまり、嗜好品の文脈である場合、ベネフィット認知も大きくなり、リスク認知と拮抗すると考えられる。すなわち、嗜好品では、食品に類似しているとはいえ、リスク認知の影響過程は異なることが示唆された。

フードファディズム傾向との関連について

さらに、フードファディズム傾向の影響について見ていく。フードファディズムとは何らかの食品や栄養が健康と病気に与える影響を誇大に信奉することを指す(Kanarek & Marks-Kaufman, 1991)が、その一端として、「健康に害があるとされる食品や栄養を避ける」という分類がなされている(高橋, 2007)。タバコについて、フードファディズム傾向が高いと選好を低減する関連が見られた。タバコは経口で摂取する嗜好品ではあるが、それ自体に何かしらの栄養を含んでいるわけではない。しかし、一方で喫煙により体内のビタミンCが破壊されるといった、栄養に対する影響は大きく(e.g., 神奈川県衛生研究所, 2010)、フードファディズム傾向と関連は深いといえるだろう。さらに、嗜好品の中で最もリスク認知が高く評価されたことを踏まえると、健康に害があると考えられる嗜好品を避ける、心理的過程が働いたと考えられる。フードファディズムに関しては、食品や栄養への過信により、健康被害や専門家の知見を蔑ろにするといった問題も生じている(高橋, 2006, 2007)が、実害のある食品や健康を回避するという点では、適応的な意味を持つ可能性がある。

一方で、アルコールとエナジードリンクの選好については、フードファディズム傾向とは有意な関連は見られなかった。つまり、健康への好影響を過信し、アルコールやエナジードリンクを選好する傾向は確認されなかったといえる。しかし、タバコの選好で見られたような、「健康に害があると考えられる嗜好品を避ける」という傾向も確認されなかった。つまり、アルコールやエナジードリンクに関しては、そのリスクについて十分に認知されていない可能性が示唆された。特にエナジードリンクに対するリスク認知は、他の嗜好品よりも低く、Al-Shaar et al. (2017) や Miller (2008) が示すような、強いリスク(e.g., 糖尿病リスク、暴力行為や薬物乱用といった問題行動のリスク)は周知されていない可能性が考えられる。

今後の課題と展望

本研究では、嗜好品のタバコ、アルコール、エナジードリンクの3種を比較し、検討を行ったが、エナジードリンクに特に着目した研究、エナジードリンクだけでなくカフェインを含む様々な商品のカフェインに対して着目した研究を行っていくことが課題となる。

さらに、カフェインについては、身体的・精神的リスク

(e.g., Al-Shaar et al., 2017; Blankson et al., 2013; 農林水産省, 2015) や行動的リスク (Miller, 2008) が指摘される中, 本研究ではエナジードリンクに対するリスク認知は低い結果であった。確かに, カフェインについては法律による規制や, リスク啓発活動が行われてはいない。タバコやアルコールといった嗜好品とは異なり, 販売元からリスクに関する注意喚起や周知が行われていない。その点から, 社会的にそのリスクについて感受性は低い状態にあるといえる。そのため, 今回の結果では, エナジードリンクのリスク認知が低くなった可能性が考えられ, 本研究における制約であるといえるだろう。しかし, 栗原 (2016) は, エナジードリンクについて, 薬物感受性に個人差があることも事実であり, 有害作用の発現をまったく無視すべきでないとして述べている。今後の課題として, エナジードリンク, 特にカフェインのリスクについて啓発や, リスクコミュニケーションの効果性検証が求められる。

注

1. 本稿は第一著者の 2021 年度卒業論文を加筆・修正したものである。
2. 本研究は, 日本私立学校振興・共済事業団 2021 年度若手・女性研究者奨励金「フードファディズムを引き起こす心理的メカニズムの検討」の助成を受け実施された。

引用文献

- Al-Shaar, L., Vercammen, K., Lu, C., Richardson, S., Tamez, M., & Mattei, J. (2017). Health Effects and Public Health Concerns of Energy Drink Consumption in the United States: A Mini-Review. *Frontiers in public health*, *5*, 225.
- Blankson, K. L., Thompson, A. M., Ahrendt, D. M., & Patrick, V. (2013). Energy drinks: what teenagers (and their doctors) should know. *Pediatrics in review*, *34* (2), 55–62.
- JMR 生活総合研究所 (2021). 消費者調査データ No.340 エナジードリンク (2021 年 5 月版). <<https://www.jmrlsi.co.jp/trend/mranking/02-drink/mranking340.html>> (2021 年 1 月 11 日確認)
- 神奈川県衛生研究所 (2010). 衛研ニュース 女性とたばこ. <https://www.pref.kanagawa.jp/sys/eiken/005_data_box/0504_jouhou/0601_eiken_news/files/eiken_news_136.pdf> (2022 年 10 月 27 日確認)
- Kanarek, R. B., & Marks-Kaufman, R. (1991). *Nutrition and Behavior: New Perspectives*. Springer. (高橋久仁子・高橋勇二 (訳) (1994) 栄養と行動. アイビーシー.)
- 国税庁 (2018). 酒レポート 平成 30 年 3 月. <<https://www.nta.go.jp>> (2021 年 1 月 10 日確認)
- 厚生労働省 (2021a). 生活習慣病予防のための健康情報サイト e-ヘルスネット. 喫煙.<<https://www.e-healthnet.mhlw.go.jp>> (2021 年 1 月 10 日確認)
- 厚生労働省 (2021b). 生活習慣病予防のための健康情報サイト e-ヘルスネット アルコールの作用. <<https://www.e-healthnet.mhlw.go.jp>>
- 厚生労働省 (2021c). 健康 21(アルコール). <https://www.mhlw.go.jp/www1/topics/kenko21_11/b5f.html> (2021 年 1 月 10 日確認)
- 工藤大介・中谷内一也 (2014). 東日本大震災に伴う風評被害: 買い控えを引き起こす消費者要因の検討. *社会心理学研究*, *30*, 35-44.
- 栗原 久 (2016). 日常生活の中におけるカフェイン摂取-作用機序と安全性評価-. 東京福祉大学・大学院紀要, *6*, 109-125.
- Miller, K. E. (2008). Energy drinks, race, and problem behaviors among college students. *Journal of Adolescent Health*, *43*, 490-497.
- 元吉忠寛 (2010). 食の安全に対する態度と購買意図の関連. 日本心理学会第 74 回大会発表論文集, 203.
- 日本フランチャイズチェーン協会 (2021). コンビニエンスストア統計調査年間集計(2020 年 1 月から 12 月). <<https://www.jfa-fc.or.jp/particle/320.html>> (2021 年 1 月 10 日確認)
- 日本たばこ協会 (2021). 紙巻きたばこ統計データ. <<https://www.tioj.or.jp/data/index.html>> (2021 年 1 月 10 日確認)
- 農林水産省 (2015). カフェインの過剰摂取について. <https://www.maff.go.jp/j/syouan/seisaku/risk_analysis/priority/hazard_chem/caffeine.html> (2021 年 1 月 10 日確認)
- 下田俊介 (2019). 自己肯定化が健康リスク情報の受容に及ぼす効果に関する追試的研究, 東洋大学人間科学総合研究所紀要, *21*, 117-131.
- 高橋久仁子. (2006). テレビの健康情報娯楽番組における食情報の問題点, 群馬大学教育学部紀要, 芸術・技術・体育・生活科学編, *41*, 191-204.

高橋久仁子 (2007). フードファディズム メディアに惑わされない食生活, 中央法規出版.

土岐信子 (2013). 女子学生の新たなフードファディズム尺度作成の試み(1). 中京学院大学中京短期大学部研究紀要, 43, 55-60.

土岐信子 (2014). 女子学生の新たなフードファディズム尺度作成の試み(2)UPI データ分析との関係. 中京学院大学中京短期大学部研究紀要, 45, 9-17.

土田昭司・木下富雄・中谷内一也・田中豊 (2009). リスク認知・リスク判断は感情か理性か: リスクコミュニケーションにおける訴求効果. 日本リスク研究学会誌, 19, 44-55.

梅田悠太 (2016). エナジードリンクの摂取がもたらす社会心理学的効果と嗜好品文化への影響. 財団法人たばこ総合研究センター助成研究報告, 136-183.

吉野伸哉・小塩真司 (2020). 日本の大学生のエンジードリンク飲用傾向とパーソナリティ特性の関連—Big Five と刺激欲求に着目した検討—. 応用心理学研究, 45, 238-239.

The Relation Between Preference for Recreational Products and Risk Perception

OGAWA Kazuma¹, KUDO Daisuke¹ and LI Yang²

¹Tokaigakuin University, ²Nagoya University

Abstract

This study aimed to compare risk perceptions and perceived health effects of risky tobacco and alcohol with the new addition of energy drinks and to examine the determinants of preference for these products. A net-based survey was conducted on 306 subjects. A questionnaire survey was administered to each preference, asking about preference, perceived health impact, perceived risk, and tendency toward food faddism. The results of the analysis showed that there were significant differences in preference, perceived health effects, and perceived risk among the food items. Furthermore, the results suggested that health impact perception and risk perception were related to the preference for risky products, and that food faddism tendency was related only to cigarettes.

Keywords : luxury grocery items, energy drinks, risk perception, food faddism