

元で考えてしまうようである。特定の食物の栄養プロフィールと、その食物の継続的摂取が及ぼす(かもしれない)健康への効果・影響の問題とを混同しているのである。もし「ホウレンソウ」を選んでおれば、日々どれほど大量のホウレンソウを食べる必要が出てくるだろうか。もし「バナナ」を選んでおれば、どのようにしてタンパク質とアミノ酸を得るのだろうか。先に、第4の特徴として、「良い」と分類されたものは、あらゆる側面で「良い」と見なされる傾向にあり、同様に「悪い」と分類されたものは、あらゆる側面で「悪い」と見なされる傾向があると述べた。学生らの「ホットドッグ」あるいは「チョコレート」を選ぶ比率が低いということは、この第4の特徴を示すものであろう。

### 3. フードファディズムの背後にある心理

さて、このようにフードファディズムの心理的特徴を見ていくと、ヒトはいかに合理的でな

い考え方をしている存在であるかということに気がかされる。ヒトは、限られた情報から何らかの判断を行うと、以降はその判断を信じ、その判断に都合の良い情報は取り込むが、都合の悪い情報は取り込まない傾向にある。表-5の問題に答えて頂きたい。多くの方は誤り、また「答え」に納得されることと思う。

我々は、何らかの判断を迫られたとき、冷静に現実を分析し、可能性の一つ一つを検証していくということはせず、これまで得てきた知識や経験に合うように、さらに未来の自分についてのより良い可能性を反映させるように、判断を行う。このような思考様式を心理学では「ヒューリスティックス」と言う。例えば、表-5の問題1は、ルーレットに限らずあらゆる賭けごとに共通する心理である。どんなに「赤」が続いても、その次が「黒」である確率は一定である。しかし「赤」が10回も続くと、次は「黒」だと思いたくなる。勝負に勝つという可能性(勝ちたいという動機)が、次は「黒」だという思い込みを正当化するのである。問題2の場合は、男女の生まれる確率はほぼ等しい、

表-5 ヒトの非合理的思考(ヒューリスティックス)の例

#### 問題

- あなたは、海外へ行き、カジノを楽しんでいる。ポーカーをしていたあなたは、ルーレットで「赤」が連続して10回も出ていることに気付いた。あなたは急いでルーレットに移り、「黒」に賭け始めた。あなたは儲けることができるだろうか。
- 大きな病院と小さな病院がある。大きな病院では赤ちゃんが1日平均45人生まれ、小さな病院では1日平均15人生まれる。それでは、この1年間で生まれた赤ちゃんの60%以上が男子だった日数は、どちらの病院が多いだろうか。それとも同じだろうか。
- 31歳の独身女性がいる。頭がよく、大学では社会学を専攻していた。学生の頃は、民族問題や社会主義に関心を持ち、反核デモにも参加していた。それでは、現在の彼女は、次のうちどちらがより可能性があるだろうか。(1) 彼女は今、銀行の現金出納係である。(2) 彼女は今、銀行の現金出納係であり、同時に女性解放運動にも取り組んでいる。

#### 答え

- 損をする可能性が高い。ルーレットは、「赤」「黒」以外に「0」「00」があるので、「黒」が出る可能性は $18/38=0.473$ である。何千何万という回数ならば「赤」「黒」の出現回数も平均化するが、ある時点で10回連続「赤」が出たとしても、それは、そのとき以前の「黒」出現頻度を相殺(平均化)するものにすぎないかもしれない。けっして、以降の「黒」出現の可能性を予測させるものではない。
- 小さな病院である。人数の多い方が平均化されやすい。例えば1日3名しか生まれない病院を想定してみよう。半分の日数が「60%以上が男子」となる。
- (1) である。「現金出納係」である確率(可能性)と、その確率に他の条件(女性解放運動に取り組んでいる)を加重した確率では、当然前者の方が高くなる。

病院の大小でその比が変わるはずがない、という判断を行ってしまうと、以降はその判断が優先し、出生人数という、その判断に都合の悪い情報を考慮しなくなるケースである<sup>8)</sup>。問題3は、代表性ヒューリスティックスと言われるもので、確率の問題を「あるべき姿」という問題にすり替えてしまうものである。空港の待合室で背広を着ている人がいると、多くの人は、その人は出張に行く（から帰る）サラリーマンだと考えるだろう。しかし、その人が小柄で、派手な服装をして、サングラスをかけた女性のカバンを持っていたとしよう。我々はその人を、単なるサラリーマンではなく、芸能人のマネージャーだと考えたい。外見からの判断は、代表性ヒューリスティックスの典型的なものである。

フードファディズムを支えているのは、ヒューリスティックスと言えよう。ヒトはもともと曖昧で不確実な状況に耐えられない。知らず知らずのうちに、不可解なものを意味付け、何らかの解釈を行ってしまう。現代は、飽食の時代と言われる。選択肢が豊富に用意されており、日々、何を食べ、何を食べないかの判断が求められている。1日のなかで何度も、食べるということに関する意志決定が求められている。その一方で、食物に関する情報は錯綜し、溢れかえっている。もしコンピュータの作動原理でもあるアルゴリズムに従い、手にした情報の一つ一つを順番に検討していけば、永遠に食べることなどできなくなる。それゆえに現代人は、ヒューリスティックスを用いて、問題を労少なく、即時に解決しようとするのである。このような状況は、情報社会と「飽食」が続く限り、とどまることはないであろう。食物を「良い」か「悪い」かに類型化し、(摂取)量のこと考え

ない、というヒューリスティックスを採用することによって、現代人は現在の食環境に適応しているのである。

#### 4. 健康ヒューリスティックス

表一6は、米山<sup>9)</sup>からの出題である。(2)の「からだを鍛える」は、どの程度鍛えるかという程度の問題と思えるが、疫学研究から得られた解答は「(4)のみ正解」ということである。米山は、「健康」のために過度な運動を行うことはかえって健康を害すると力説している。スポーツという健康行動のパラドクスである。

日本は世界でも有数の清潔社会であり「無菌」社会とも言われる。細菌を嫌悪し、食物はむろんのこと手に触れるあらゆるものを滅菌しようとする。今や、抗菌グッズは当たり前の商品である。藤田<sup>10)</sup>は、このような滅菌の行き過ぎが、耐性菌による院内感染(MRSA)、O157感染、花粉症、アレルギーなどを生み出す温床となっていると論じている。「細菌(ばい菌)は悪である」「健康のために細菌を排除すべきである」というヒューリスティックスが採用され、結果として、健康を害することとなっているのである。清潔という健康行動のパラドクスである。

このように見ていけば、食行動も、健康行動のパラドクスの一部を構成していることが分かる。「健康に良い食物を食べ、健康に悪い食物を食べない」という健康行動は、先に見てきたように、健康を阻害する可能性を常にもっている。健康に関する信念は、健康教育の内容により変容し得る。それゆえに、現代人の健康ヒューリスティックスがどのように変容していくか

表一6 文献9)で用いられた設問

##### 問題

正しいものを選びなさい。

- (1) オリンピック選手は長生きする。
- (2) からだを鍛える方が病気になりにくい。
- (3) コレステロールは運動で減らせる。
- (4) 過度な運動により活性酸素が発生し、病気にかかりやすくなる。
- (5) 運動量が多いほど長生きする。

をモニターすることが、近未来の消費者の食行動を予測させることとなるであろう。現代人の食行動が変わるとすれば、それは健康に関するヒューリスティックス、すなわち健康ヒューリスティックスが変容するときである。

## 5. 「自然（天然）は良い」というヒューリスティックス

表一7は、筆者がRozinらとともにに行った食態度の国際比較調査で用いた質問項目の一つである<sup>11)</sup>。「自然・有機 (natural/organic)」というラベルが、欧米日本を通じてほぼ一様に、健康に好ましく、また味もよいという認識を導いていることが分かる。調査技術的なことを述べれば、偶数の選択肢、特に2件法の場合は差が出やすくなる。この項目も回答様式を3件法とし「どちらとも言えない」という項目を付加していれば、これほどまでに顕著な結果は得られなかったであろう。しかし「どちらとも言えない」という選択肢があると、回答者に迷いを生じさせ、本設問がその測定を意図しているような、人々が無意識のうちに行っているであろうところのバイアスのある認知判断の測定が難しくなる。

多少の専門知識をもつ人ならば、この設問に対しては、かなりの人が「同意しない (NO)」にチェックを入れるのではないだろうか。畜産農作物はすべて人為的なもの、すなわち自然の

一部を拡大し、生態系を大きく変化させることによって得られるものである。農業、化学肥料、遺伝子組換え種子、ホルモン剤、抗生物質の使用は、科学の発展によってもたらされたものである。これらの「人為」ゆえに、我々は、恒常的に安定した食糧を確保してきたのである。現在の地球人口の維持はこれらの「人為」なくしてはあり得ない。批判は、これらの「人為物質」を過度に使用すること（摂取すること）に対して向けられるべきであり、「人為」のすべてを批判・非難の対象とするべきではない。しかしながら多くの人は「自然（天然）は良い」というヒューリスティックスを採用する。さらに、すでに述べたように、「良い」ものは他の側面においても「良い」ゆえに、「味もよい」という判断を行うようである（アメリカ人は「自然/有機食品は味がよい」という意見に同意する人が多くない。この点に関する議論は本稿では行わない。文献4)を参考にされたい）。

21世紀の消費者は、「自然（天然）は良い」というヒューリスティックスをこれまで以上に維持するであろう。その予想に立って近未来の消費者行動について考えてみよう。筆者は、「自然（天然）は良い」というヒューリスティックスの背後にあるものは、大量生産により必然的にもたらされる味、におい、食感の規格化、均一化に対する消費者の不満ではないかと考えている<sup>12)</sup>。人間は、慣れ親しんだ味、においの食物を求めると同時に、そこに多様性、変動性、新奇性を求める。そのように考えれば、商品開

表一7 文献11) で用いられた設問とそれに対する回答結果

### 設問

1. 加工された食品よりも自然・有機食品を食べる方がより健康的だと思います。(I think natural/organic foods are healthier than processed foods.)
2. 加工された食品よりも自然・有機食品の方が味がよいと思います。(I think natural/organic foods are better tasting than processed foods.)

調査国	人数	結果（設問に同意した人数とその百分比）				
		実数(%)	アメリカ	ベルギー	日本	フランス
アメリカ	276					
ベルギー	438	設問1「健康」	233 (84.4)	431 (98.4)	145 (93.0)	226 (84.0)
日本156		設問2「味」	141 (51.0)	375 (85.6)	102 (65.5)	203 (75.5)
フランス	269					

発の一案として、食材産地、加工工場の違い、保存状態などを前面に出す差異化という戦略が考えられる。例えば、ワインブームを支えてきたものは、少なくとも部分的には、このような差異化であろう。また、最近のインスタントラーメン市場では、「御当地ラーメン」から「御当店ラーメン」へと差異化が進んでいる。「自然（天然）は良い」というヒューリスティックスは、部分的に、このような差異化商品の購買行動を促進しているように思われる。

## まとめ

生物、特にヒトのような雑食動物は、何を食べ、何を食べないかという問題の解決に日夜直面している。本来は、何を食べないかという問題を処理しておれば残る選択肢はそう多いものではない。それゆえにヒトは、主に、何を食べないかという問題解決にあたる心的機構を発達させてきたのである<sup>13)~15)</sup>。現代の食環境は、「食べるべきでないもの」を排除しても、無数の「食べてもよさそうなもの」が残る。選択肢が多すぎて、「何を食べるか」という決定が容易でない時代である。それゆえに、ヒトはヒューリスティックスを用いて、決定に要する労力（精神的負担）を軽減しようとする。

今後とも多くの消費者は、「何を食べるか」という問題をヒューリスティックスを用いて決定するであろう。一見すると不可解で、短絡的、非合理的な消費者行動も、彼らがどのようなヒューリスティックスを用いているかが分かれば、かなりの部分が説明される。ヒューリスティックスのより詳細な分析が、近未来の消費者行動の予測をより確実なものとする。

[今田純雄]

## 文 献

1) Huon, G. F., et al.: Improving childrens

eating patterns: intervention programs and underlying principles. *Australian Journal of Nutrition and Dietetics*, 56, 156~165 (1999).

- 2) マーヴィン・ハリス：食と文化の謎（板橋作美訳）（岩波書店、1994）。
- 3) 高橋久仁子：「食べもの情報」ウソ・ホント（講談社、1998）。
- 4) 船瀬俊介ら：買ってはいけない（株式会社金曜日、1999）。
- 5) Rozin, P., et al.: Lay american conceptions of nutrition: Dose insensitivity, categorical thinking, contagion, and the monotonic mind. *Health Psychology*, 6, 438~447 (1996).
- 6) 今田純雄：肥満という痛み（ヒューマン・ケア心理学シリーズ「病気と痛みの心理」）、現代のエスプリ別冊, 126~134 (2000)。
- 7) 足立己幸ら：食塩選択行動と環境要因の関連に関する研究：女子大生の食塩摂取、食行動、ライフスタイルからの検討、「食塩選択行動と環境要因の構造に関する食生態学的研究」助成研究報告書、ソルト・サイエンス研究財団, 131~162 (1999)。
- 8) 斉藤 勇：自己チュウにはわけがある：対人心理学で分かったこと（文藝春秋、2001）。
- 9) 米山公啓：「健康」という病（集英社、2000）。
- 10) 藤田紘一郎：清潔はビョーキだ（朝日新聞社、1999）。
- 11) Rozin, P., et al.: Attitudes to food and the role of food in life in the U. S. A., Japan, Flemish Belgium and France: Possible implications for the diet-health debate. *Appetite*, 33, 163~180 (1999)。
- 12) 今田純雄：子どもの食行動心理：心理学的側面から、小児保健研究, 60, 201~204 (2001)。
- 13) Rozin, P.: The selection of food by rats, humans and other animals. In J. Rosenblatt, R. A. Hinde, C. Beer & E. Shaw (Eds.), *Advances in the study of behavior*, volume 6, 21~76 (Academic Press, 1976)。
- 14) 今田純雄：食行動の心理学（培風館、1997）。
- 15) 長谷川智子、今田純雄：食物嗜好の発達心理学的研究第1報：幼児と大学生における食物嗜好の比較と嗜好の変化の時期、小児保健研究, 60, 472~478 (2001)。



# フードデザイン21

書籍コード No.0271

2002年5月20日 第1版第1刷発行

ISBN4-916164-59-8 C3058 ¥38000E

編集委員 荒井 綜一、  
川端 晶子  
茂木信太郎  
山野井昭雄

発行人 元山 裕孝

発行所 株式会社 **サイエンスフォーラム**

〒113-0033 東京都文京区本郷 2-40-14

TEL 03-5689-5611 FAX 03-5689-5622

Print in Japan

禁複製

価格 38,000円

©2002

制作協力・印刷・製本／モリモト印刷

落丁・乱丁本はお取り替えいたします。