

## 離島における情報と食品の購買行動との関係

大妻女大大学院, \*大妻女大文学, \*\*大妻女大人間生活科学研究所

○浅川雅美, 馬場優子\*, 大澤清二\*\*

(目的) 現代のように情報と食品の双方が過剰な社会において, 情報は人間の食品の購買行動に多大な影響を及ぼしている. しかし, 都市部と同じ情報を受信しても商品が存在しない場合はどうであろうか. 本研究は, そのような環境下における食品の購買行動と情報との関係を明らかにすることを目的とした.

(方法) 情報の中でとりわけ電気通信系メディアの情報は内地と大差なく受信できるにも係わらず, 市場が限られている離島「青ヶ島」においてフィールド調査を実施した. 調査は1992年8月10日から21日, 1993年5月9日から25日の延べ28日間, 現地に滞在して行なった. 島民と生活を共にして, 参与観察および聞き取り調査を行なう形式をとった.

(結果) (1) 食品の選択基準は「新鮮さ」および「手に入りやすさ」等, 食品の市場に遠い離島の地理性を反映している項目が主たる基準となっていた.

(2) この地域における購買行動と, 都市部と同じ情報との関係は以下のものであった.

1) 初期の段階では, 食品のテレビコマーシャルなどの情報を受信した時, 購買意欲は湧くが, 購買行動には結び付かない.

2) 1の状態が続くと徐々に, 情報を受信しても, 購買意欲さえ湧かなくなる.

(3) 彼らの食品の購買行動に影響を与える情報は, 地域特有の情報であった.