

無農薬・有機栽培野菜の購入を規定する要因

JGSS-2002 を用いた分析

山本 理子

京都大学大学院文学研究科博士後期課程

An Analysis Using JGSS-2002 Data of the Determinants of Purchasing Organic Vegetables

Michiko YAMAMOTO

Graduate School of Letters

Kyoto University

This paper discusses the factors that influence how often organic vegetables are purchased. Analysis of JGSS-2002 data with logistic regression shows that respondents who are environmentally conscious, even those who buy home electrical appliances, buy organic vegetables more frequently. The elderly, and people who belong to groups which gather for citizen action or for consumer movements often buy them as well. However there are several differentiating factors for men and women. Women who often buy organic vegetables, tend to be university graduates, upper-white-collar workers, lower-white-collar workers, or engaged in agriculture, forestry and fisheries; they often prepare dinner, their household income is higher than average, and they are conservative. On the other hand, men who often buy organic vegetables are high-school graduates, upper-white-collar workers; they are married, live in the Kinki region or the Chugoku and Shikoku regions, and are innovative. Whether or not they have a child and whether or not they or anyone in their family is allergic to certain food do not show significant influence for men and women, nor does city size.

Key Words: JGSS-2002, purchasing organic vegetables, logistic regression

本稿では、JGSS-2002 のデータを用いて、近年広がりつつある無農薬や有機栽培野菜の購入を「よくする」という行為を規定する要因をロジスティック回帰分析によって男女別に検討している。男女ともに、環境配慮意識の高い人、高年層や消費者運動のグループに所属している人がよく購入している。しかし、その他の要因については、男女で効果が異なる。女性では、大卒、上層ホワイト、下層ホワイト、農林漁業従事者、夕食の用意の頻度が高い、世帯収入が平均より多い、保守的であるような場合に有機野菜をよく購入する。男性の回答には、本人以外が購入する場合でも「よくする」と回答しているケースが多く含まれると思われ解釈が難しいものの、男性では、高卒、上層ホワイト、配偶者あり、近畿または中国・四国に居住、革新的である場合に有機野菜をよく購入する。18歳未満の子どもの有無、居住地の規模、食物アレルギーの有無については影響を確認できなかった。

キーワード：JGSS-2002、有機野菜の購入、ロジスティック回帰分析

1. はじめに

近年、日本は OECD 諸国において 1、2 を争う農薬・化学肥料の大量使用国である (OECD 2004)。日本の戦後の農業政策が単位面積当たりの収穫量の向上や経営規模の拡大を重視してきたからである。

しかし、農業従事者が農薬を散布する際に直接に毒性にさらされる危険があるほか、消費者のあいだでは残留農薬が食の安全を脅かすことが心配されている。さらに、残留農薬による化学物質過敏症に悩まされる患者もいるという。こうした状況のなかで、厚生労働省の 2002 年度「食品中残留農薬一日摂取量調査」では、食品を通じた残留農薬の摂取は現在のところ問題はないとされている。一方で、海外で使用されている農薬で基準値が設定されていなかったものについて、その農薬の残留性を懸念し、2006 年 5 月にポジティブリスト制度を導入、農薬使用に対する規制・監視を強化している。

環境保全という点でも、農薬・化学肥料の使用はさまざまな問題を生じさせることが明らかになっている。例えば、農薬による生態系の破壊、化学肥料による土壌の疲弊や水質汚染などの環境汚染である。そのため、農林水産省は 1999 年より、エコファーマー制度を設けて環境保全型農業を推進に乗り出した。毎年その認定件数は著しく伸びており、2006 年 3 月では 10 万件弱が認定されている。

このように、経済性を優先する農業経営では見失われやすい「安全性」「環境保全」という価値が見直されている。その過程で、生産者・消費者の生活実感に基づいて環境保全型農業が注目される。

しかし、農薬や化学肥料を使わない(または少量しか使わない)環境保全型農業は、農薬や化学肥料を使う慣行栽培に比べて手間や労力がかかり、生産効率の劣る方法でもある。環境保全型農業に対する生産者の関心を高め、その取り組みを今後さらに推進するには、どのような人々が環境保全型農業によって栽培された農産物を積極的に購入しているのかを知ることがまず重要である。また、購入を通じて環境保全型農業による農産物の購入層の特徴を明らかにすることは、すでに環境保全型農業に取り組んできた生産者にも励みになることと思われる。

本稿は、以上のような理由から、無農薬や有機栽培の野菜(以下、有機野菜)をよく購入する層の特徴を明らかにする。具体的には、JGSS-2002⁽¹⁾のデータについて、回答者の属性や家族状況のほか、居住地、夕食の用意の頻度、主観的な世帯収入のレベル、市民運動・消費者運動グループへの所属、保革意識、家電製品購入時の環境配慮意識、食物アレルギーの有無、といった諸変数が有機野菜の購入にどのような効果をもつのかを男女別に分析する。

2. 有機栽培などの野菜に関する計量分析を用いた先行研究

計量的な先行研究では、有機野菜の購入経験や購入頻度、有機栽培や無農薬栽培などの表示ラベルの参照度を分析している。主に、回答者の性別、年齢、就労形態、世帯規模、子どもの有無、居住地や地域性、経済階層、情報へのアクセス、食物アレルギーの有無などの効果が報告されている。

有機野菜の購入経験や購入頻度を従属変数にした研究では、クロス表分析が多い。北崎(1999)によると、1998 年に行った鹿児島市における意識調査(N=753、女性 82.6%)では、有機農産物等を「購入したことがある」人は 84.2%で、その購入頻度は 60 代以上や 50 代の中高年層で高かった。また、世帯別では 2 人世帯の購入頻度が最も高い。峯木・坂本・石井・藤井・新澤・川井・金谷(2001)は、1999 年に札幌・東京・金沢・神戸・姫路・和歌山で実施した調査(N=719、女性 97.8%)の結果として、63.4%の回答者が有機農産物等を購入したことがあり、年齢別では、年齢が高いほど購入経験が有意に多いことを報告している。購入経験がある人を就労形態別にみると専業主婦、自営業、パート勤務が多く、忙しい常勤勤務者、学生では有意に少なかったという。また、生協に加入している人はそうでない人よりも有機農産物等を有意に多く購入していた。また、札幌および和歌山では購入経験のある人が 70%以上であったのに対し、神戸や金沢では低く、地域による有意な差が見られた。石田・會田(2005)は、本稿と同じく JGSS-2002 のデータを用いているが、男性より女性が、若年層より中高年層が有機野菜の購買頻度が高いと報告している。また消費者運動のグループに所属している場合、世帯所得が高い場合、さらに回答者本人あるいは家族の中に食物アレルギーが有する人がいる場合には、購買頻度が高まる傾向があるという。地域別では、東山(長野県・山梨県)と九州・沖縄地域が相対

的に有機農産物の購買頻度が高いと述べている。

表示ラベルの参照度を従属変数に分析した研究もある。田村(2001)は、1998年に福岡市およびその周辺で実施した調査で(N=130、女性のみ)野菜購入時の表示利用に関して回帰分析を行っている。それによると、年齢が高いほど購入時に産地表示や有機・低農薬の表示ラベルを参照し、都市の住民はその他の地域の住民よりも、また世帯規模が大きいほど、野菜購入時には表示にこだわっていると報告している。佐藤・坂上・鈴木・植田・高月(2005)は、2003年に京都市で実施した調査(N=834、女性82%)をもとに、ほうれん草1把の事例についてコンジョイント分析および擬制的評価法を用いて、野菜の鮮度や産地、有機野菜のラベルに対する評価を分析している。男性よりも女性の方が、また年齢が高いほど環境や健康に配慮して安全な野菜を求めており、学生層や低所得者は無農薬農産物に対する支払意思額は低く、専業主婦層は鮮度と安全性を重視していることが目立ったと報告されている。さらに、子どものいる人の方が支払意思額は高く、そこに子どもの健康に対する配慮が反映されていると考察されている。

以上の先行研究では、有機野菜の購入や有機栽培等のラベルについての評価・参照に対して諸変数の影響が示唆されている。しかし、JGSS-2002を用いている石田ほか(2005)以外の研究では、無作為抽出ではない標本に基づいており、また田村(2001)以外の研究では説明変数間の影響はコントロールされていない。したがって、本稿では、次節でこれらの先行研究の結果と次節でとりあげる有機野菜にまつわる諸言説をもとに分析枠組みを構成し、有機野菜の購入頻度の規定要因について、全国規模・無作為抽出の調査データであるJGSS-2002を用いて諸変数の影響をコントロールしながら検証していく。

3. 分析枠組み

3.1 従属変数の設定

本稿は、有機野菜の購入を「よくする」と回答した人々に注目する。なぜなら、戦後、食糧増産のかけ声とともに農薬・化学肥料の使用が急速に広がるなかで、安全性と環境保全を求めて展開された有機農業運動・産消提携運動によって有機野菜が広がってきたという歴史を重視するからである。

1950年代は地力の低下や信仰・宗教上の信念から「自然農法」に取り組む人々は存在したが、少数であった。しかし、政府が農業の近代化路線を推し進めるなかで、1960年代後半にBHCやDDTなどの農薬の毒性や残留性が次々と明らかになり、深刻な農薬汚染が報告されるようになる。こうしたなか、1971年には有機農業研究会が発足した。その後、化学物質の毒性に強い不安を感じた一部の消費者が生産者と協力して、無農薬・堆肥による安全な農産物を、生産から消費にいたる過程を直接結んで(つまり市場外で)流通させるという有機農業運動・産消提携運動が展開された。

1970年代半ばには、有吉佐和子氏の小説『複合汚染』が農民と都市の消費者に農薬による環境汚染についての警鐘を与え、第一次有機農業ブームが起きた。この時期、食品公害や環境汚染が深刻な問題だと考えた消費者グループは、有機農業に取り組む生産者とのあいだで直接提携運動を行い、産直・共同購入方式で有機農産物を手に入れるようになった。1986年のチェルノブイリ原発事故では、輸入食品の放射能汚染が大きな社会問題となり、第二次有機農業ブームが生じた。この時期には、それまで消費者運動に関与していなかった消費者のあいだでも環境問題と食の安全に対する意識が急速に高まり、有機野菜の需要は急増した。しかし、当時もまだ「顔の見える信頼関係」が維持できる共同購入・産直・自然食品店・一部の生協・専門流通業者など、流通ルートは限定されていた(足立1997)。

1992年、農林水産省は「有機農産物等に係る青果物等特別表示ガイドライン」⁽²⁾を制定した。認証制度が誕生したことで一般の農産物と同じように市場でも扱われるようになり(永松1997)、それが第三次有機農業ブームにつながった。有機農産物は高付加価値商品として流通が多様化し(足立1997)、量販店や外食・中食産業、商社が参入した(古沢1997)。他方、連作障害による品質・収穫量の低下など、根本的な危機意識から有機野菜の栽培に取り組む生産者も増えていった(枅淵1993)。

このように有機農産物は生産者と消費者の提携運動から一般の消費者へと広がってきた。この歴史

を考えると、近年はスーパーでも有機野菜が購入できるとはいえ、生協などの宅配や共同購入を通して有機野菜を定期的に購入する人は今も多いのではないだろうか。農産業奨励振興会(2003)の調査でも、生協加入世帯は有機農産物の購入頻度が「週1回」に集中していたのに対し、非加入世帯では幅広く分散していたという。また、コープこうべ・生協研究機構(2006)が生協利用者を対象に行った調査では、「安全性への配慮」「表示の確かさ」について「非常に重要」と考える回答者が8割を占め、特に宅配利用者はその傾向が強い。

つまり、おそらく生協などの共同購入や近年伸びてきている個別宅配によって定期的に(週1回)購入している人が中心になって有機野菜の購入を「よくする」と回答している可能性が高い⁽³⁾。

したがって、本稿では有機野菜の購入を「よくする」と回答した層の分析を進める。

3.2 分析枠組みの設定

先行研究では、男性より女性の方が有機野菜を購入する傾向が強いという指摘があるが、普通の買い物という行為そのものの頻度に男女で大きな差がある⁽⁴⁾ことを考慮する必要がある。したがって、本稿では有機野菜の購入を「よくする」という回答を規定する要因について男女別に分析を行う。

《**回答者の属性：年齢・学歴・職業**》 先行研究では、属性および家族状況と有機野菜の購入や表示ラベルの参照度について関連が指摘されている。「年齢」では中高年層が(北崎 1999、峯木ほか 2001、田村 2001)、「就労形態」では無職・専業主婦層において(峯木ほか:2001) 有機野菜の購入頻度や表示ラベルへの参照度が相対的に高いことが報告されている。本稿では回答者の属性に関するこれらの知見(仮説[1]中高年層がよく購入する、仮説[2]無業がよく購入する)に加え、学歴についても、環境や食の安全に関する情報をより多く収集・検討できる可能性を考えて、高学歴であれば、有機野菜の購入をよくする(仮説[3])と仮定し、「学歴」の効果も検証する⁽⁵⁾。

《**家族状況：配偶者の有無・18歳未満の子どもの有無**》 「世帯規模」については、2人世帯が最も有機野菜の購入頻度が高いという(北崎 1999)。2人世帯とは、親子の場合と夫婦の場合とが考えられる。本稿は、婚姻によって新しい家族を形成することが将来の世代を考慮した長期的な視点から環境問題を意識する契機になるのではないだろうかと考え、「配偶者の有無」を分析に加える。つまり配偶者がいれば有機野菜をよく購入する(仮説[4])。また子どもがいない人よりも子どもをもつ人の方が有機などの表示ラベルを相対的に高く評価するという指摘がある(佐藤ほか 2005)。本稿でも、世話が必要な子どもがいる親は安全な食物を選ぶと仮定して、18歳未満の子どものいない人は有機野菜をよく購入するという仮説[5]を検証する。

《**居住地：市郡規模・地域ブロック**》 先行研究では、都市部の消費者はその他の地域よりも有機栽培などの表示ラベルに対する参照度が高く、生産地から離れた都市部の消費者の方がより食への安全に対して敏感であること(田村 2001)、有機野菜の購入に地域差があること(石田ほか 2005)が報告されていた。石田たちの研究(2005)では、環境保全型農業が盛んで農産物の地場消費が盛んな東山(長野県・山梨県)と九州が相対的に有機農産物の購買頻度が高いと報告されている。本稿では先行研究にならい、食の安全に敏感とされる都市に居住する人は有機野菜をよく購入する(仮説[6])、また、有機野菜の購入には地域による差がある(仮説[7])と仮定して検証する。

《**食の安全を意識する契機の有無：夕食の用意の頻度**》 日常生活で食材の安全性を意識する機会が多い人は有機野菜をよく購入するのではないだろうか。たとえば、夕食の用意とは自分や家族の口に入るものを調理するという作業であり、食材の鮮度だけでなく食材の安全性にも思いをめぐらせる機会になりうる。したがって、本稿では、食材としての野菜を扱う機会が多い人は食の安全に敏感であり、夕食の用意の頻度が高い人は有機野菜をよく購入するという仮説[8]を検証する⁽⁶⁾。また、職業として農業を営む場合にも、直接農薬を扱うために農薬の毒性についての知識をもっている可能性が高く、安全という視点から有機野菜を評価し、よく購入するかもしれない。したがって、農林漁業従事者は有機野菜を食の安全という視点からよく購入するという仮説[9]も検証する。

《**経済的な要因：主観的な世帯収入のレベル**》 先行研究ではさらに経済的な要因による表示ラベルへの評価についての効果も指摘されている。低所得層は有機野菜に対する支払意思額が相対的に低く（佐藤ほか 2005）、階層帰属意識が高いほど有機農産物の購買頻度は高かった（石田ほか 2005）。実際に、有機野菜の販売価格は、販売形態や流通ルートで異なるとはいえ、一般栽培の野菜よりも高く、有機野菜を頻繁に購入することは家計に影響すると予想される。逆に、経済的に裕福な人は、やや高価な有機野菜を比較的躊躇せずに購入できるのではないだろうか。本稿では経済的要因の指標として「主観的な世帯収入のレベル」を用い、世帯収入が高いという認識をもつ人は有機野菜をよく購入するという仮説[10]を検証する。

《**有機野菜の流通の歴史と関連する要因：市民運動・消費者運動のグループへの所属、保革意識**》先に述べたように、有機農業運動は消費者と生産者の提携運動から始まっている。80年代以降、専門流通業者やデパート・スーパーなどによる有機農産物の流通が増大したなかでも、有機農業のもつ環境保全機能や産消提携の交流は、消費者側から有機農業および生産地域を支えるという一定の役割を果たした（久保田 1992）。つまり、有機野菜の購入は、単なる経済活動ではなく消費者運動という側面が含まれている。現在でも生協加入者はそうでない人に比べて有機野菜の購入をしたことがある人が多いことはいくつかの調査で指摘されている（峯木ほか 2001；農業奨励振興会 2002；石田ほか 2005）。本稿では「市民運動・消費者運動のグループへの所属」を代替指標として、消費者運動のグループに所属している人は有機野菜をよく購入するという仮説[11]を検証する。

またこのように消費者運動の一環として、産消提携運動および有機農業運動が展開してきたことを考えると、革新的な意識をもった人は消費者運動を通じて有機野菜への関心が高く、よく購入している（仮説[12]）可能性が高い。したがって、本稿では保革意識の効果も独立変数に加える。

《**環境配慮意識：家電購入時の環境配慮意識**》有機農業運動は、農薬や化学肥料による環境・生態系への汚染に対する懸念、そこから生じた食の安全性に対する不安から始まっている（西村・三上・三上 1999）。つまり、有機野菜の購入を「よくする」こととは、自然をできる限り損なわないような方法で「共生」するための持続可能な環境保全型農業を間接的に支持することでもある。普段から環境配慮意識が高い人が有機野菜を積極的に購入していることが考えられる。したがって、本稿では、家電を購入する際などにも資源・エネルギーの浪費やリサイクル可能かどうかを気に配って商品を選択している人を環境配慮意識の高い人とみなし、そのような人は土壌に対する配慮や生態系の存続を意識して有機野菜の購入をよくするという仮説[13]を検証する。

《**食物アレルギーの有無**》食物アレルギーとは、食物中の特定の成分に対し、体の免疫機能が間違った機能を起こしたり過剰に反応したりすることにより、下痢や嘔吐、アトピー性皮膚炎などの症状を引き起こすことを指す。食物アレルギー患者はその症状から食への関心が比較的高いと想定される。また食物アレルギーのほかに残留農薬に反応する化学物質過敏症の回答も潜在的に含まれている可能性がある。さらに本人や同居家族がこのようなアレルギー症状をもつことをきっかけに、食の安全性や環境問題にまで関心がおよぶことも考えられ、有機野菜の購入に影響しているかもしれない。石田ほか(2005)は、回答者本人あるいは家族に食物アレルギーの症状を有する者がある場合には有機農産物の購買頻度が高まる傾向があると報告している。本稿では石田ほか(2005)の知見にならい、本人あるいは同居家族に「食物アレルギー」の症状があるとき、有機野菜をよく購入するという仮説[14]を再検証する。

3.3 データ

本稿では、「日本版 General Social Survey <JGSS-2002>」（大阪商業大学比較地域研究所・東京大学社会科学研究所）の個票データを分析に用いる。JGSS-2002 の有効回収数は 2,953 ケース、回収率は 62.3%である。このうち、後述するロジスティック回帰分析に用いる変数すべてに対して回答が有効であった、20歳から 89歳までの男女 2,641 ケース（男性 1,234 人、女性 1,407 人）を分析に用いる。また、友人と同居しているケースは除いた。

3.4 分析に用いる変数

従属変数は「あなたは、以下の事項をどのくらい行いますか F：無農薬や有機栽培の野菜を買う」（JGSS-2002、留置調査票 Q45F）に対する回答を用いる。回答の選択肢は、「よくする」「時々する」「あまりしない」「全くしない」であるが、分析にあたっては「全くしない」「時々する」「あまりしない」を0、「よくする」を1に置き換えて二値変数とした。

独立変数は、上述した仮説に対応するように、以下の変数の影響に注目した。本人の属性に関する変数として「年齢」⁽⁷⁾「学歴」⁽⁸⁾「職業」、家族状況の変数として「配偶関係の有無」⁽⁹⁾「18歳未満の子どもの有無」⁽¹⁰⁾、居住地の変数として「市郡規模」「地域ブロック」を用いる。さらに、「夕食の用意の頻度」⁽¹¹⁾「主観的な世帯収入のレベル」「市民運動・消費者運動のグループへの所属」「保革意識」「家電製品購入時の環境配慮意識」⁽¹²⁾「食物アレルギー」⁽¹³⁾を用いる。

4. 分析結果

4.1 有機野菜の購入を「よくする」層

表1はロジスティック分析で用いる各変数について、有機野菜をよく購入するかどうかを従属変数としたクロス表分析の結果（有機野菜の購入をよくする人の割合と²値）を示す。

表1 有機野菜の購入を「よくする」と答えた回答者の割合と²値

独立変数	カテゴリー	男性		女性	
		「よくする」 (N)	(N)	「よくする」 (N)	(N)
年齢	20代	3.2% (157)		7.6% (157)	
	30代	6.9% (173)		9.0% (221)	
	40代	12.6% (206)		15.8% (265)	
	50代	13.3% (293)		26.9% (290)	
	60代	17.5% (240)		35.3% (249)	
	70歳以上	18.8% (165)		25.3% (225)	
		2=28.86, d.f.=5, P=.000		2=79.33, d.f.=5, P=.000	
学歴	中卒	13.0% (261)		24.8% (347)	
	高卒	13.9% (518)		19.6% (680)	
	短大卒	9.8% (82)		19.5% (241)	
	大卒	11.0% (373)		22.3% (139)	
		2=2.32, d.f.=3, P=.509		2=4.29, d.f.=3, P=.232	
職業	上層ホワイト	13.5% (170)		20.9% (129)	
	下層ホワイト	10.1% (318)		19.8% (343)	
	ブルーカラー	11.9% (388)		19.2% (214)	
	農林漁業従事者	13.2% (38)		30.8% (39)	
	無業	15.3% (320)		21.8% (682)	
		2=4.35, d.f.=4, P=.361		2=3.24, d.f.=4, P=.519	
配偶者の有無	配偶者なし	4.7% (277)		18.4% (386)	
	配偶者あり	14.8% (957)		22.1% (1021)	
		2=20.13, d.f.=1, P=.000		2=2.35, d.f.=1, P=.125	
18歳未満の子どもの有無	子どもなし	13.3% (911)		24.1% (1025)	
	子どもあり	10.5% (323)		13.1% (382)	
		2=1.65, d.f.=1, P=.199		2=20.25, d.f.=1, P=.000	
市郡規模	13大市	10.9% (221)		19.3% (259)	
	その他の市	11.9% (712)		22.1% (823)	
	町村	15.3% (301)		20.0% (325)	
		2=2.86, d.f.=2, P=.239		2=1.25, d.f.=2, P=.536	
地域ブロック	北海道・東北	12.0% (166)		18.2% (181)	
	関東	11.3% (337)		20.5% (391)	
	中部	9.4% (276)		21.8% (289)	
	近畿	15.1% (192)		24.8% (214)	
	中国・四国	16.8% (119)		20.5% (146)	
		2=7.08, d.f.=5, P=.215		2=2.88, d.f.=5, P=.719	
本人・家族の食物アレルギー	該当しない	12.4% (1159)		21.1% (1296)	
	該当する	14.7% (75)		21.6% (111)	
		2=0.32, d.f.=1, P=.570		2=0.02, d.f.=1, P=.890	
市民運動・消費者運動グループへの所属	所属していない	12.0% (1193)		20.2% (1360)	
	所属している	29.3% (41)		46.8% (47)	
		2=10.78, d.f.=1, P=.001		2=19.29, d.f.=1, P=.000	
保革意識	保守的 1	18.6% (102)		29.3% (92)	
	2	10.6% (293)		21.1% (261)	
	中間 3	11.3% (533)		19.4% (823)	
	4	12.7% (236)		22.8% (193)	
	革新的 2	21.4% (70)		28.9% (38)	
		2=10.31, d.f.=4, P=.036		2=6.86, d.f.=4, P=.144	
夕食の用意(週平均)	全くなし(0.00)	12.9% (513)		15.4% (78)	
	年に1回程度(0.02)	10.2% (59)		0.0% (6)	
	年に数回(0.10)	10.7% (178)		21.2% (33)	
	月に1回程度(0.25)	10.4% (96)		8.6% (35)	
	週に1回(1.00)	11.1% (108)		8.5% (59)	
	週に数回(3.50)	13.5% (104)		11.5% (139)	
	ほとんど毎日(7.00)	15.9% (176)		24.0% (1057)	
		2=3.41, d.f.=6, P=.176		2=25.21, d.f.=6, P=.000	
主観的な世帯収入のレベル	平均よりかなり少ない 1	14.8% (122)		20.1% (144)	
	平均より少ない 2	12.2% (449)		19.7% (442)	
	ほぼ平均 3	12.4% (518)		20.4% (662)	
	平均より 4	10.8% (130)		28.9% (149)	
	平均よりかなり多い 5	26.7% (15)		30.0% (10)	
		2=3.69, d.f.=4, P=.449		2=6.67, d.f.=4, P=.154	
家電購入時の環境配慮意識	0	7.1% (14)		12.5% (8)	
	1	0.0% (4)		0.0% (5)	
	2	0.0% (24)		6.7% (15)	
	3	5.7% (53)		12.5% (32)	
	4	5.2% (174)		14.3% (182)	
	5	3.7% (188)		14.1% (192)	
	6	9.8% (295)		20.0% (350)	
	7	12.7% (150)		24.0% (208)	
	8	26.2% (332)		28.4% (415)	
		2=86.99, d.f.=8, P=.000		2=30.51, d.f.=8, P=.000	
全体(N)		12.6% (1234)		21.1% (1407)	

p<.10, * p<.05, **p<.01, ***<.001

まず、回答者の属性についてみると、「年齢」では男女ともに、20歳代が有機野菜をよく購入する人の割合が最も低い。男性は、年代があがるにつれてその割合は高くなる。女性では60歳代が最も高く、70歳以上では再び低下する。男女ともに中高年層が有機野菜をよく買っているといえる。なお、男女ともに「学歴」「職業」と購入手動には有意な関連は見られなかった。

次に家族状況についてみると、男性では、配偶者のいる人の方が有機野菜をよく購入する($p < .001$)、女性では関連はない。「18歳未満の子どもの有無」では、女性では18歳未満の子どものいない人が有機野菜をよく買っている($p < .001$)。男性では関連はない。

居住地については、男女ともに「市郡規模」「地域ブロック」の関連はいずれも見いだせない。「夕食の用意の頻度」について、女性では有意な関連があり($p < .001$)、ほとんど毎日夕食を作る人では、有機野菜を購入する人の割合が24.0%で最も高い。男性では有意な関連はない。

「主観的な世帯収入のレベル」については、男女ともに有意な関連はない。

「市民運動・消費者運動のグループの所属」については、男女ともに所属している場合はそうでない場合よりも有機野菜を購入する頻度は有意に高い(男性： $p < .01$ 、女性： $p < .001$)。

「保革意識」については、男性では有意な関連があり($p < .05$)、革新的21.4%が最も高く、保守的18.6%がそれに続く。中間は11.3%と最も少ない。女性では有意な関連はみられないものの、男性と同じように政治意識が明確な人が有機野菜をよく購入しているという形で分布している。

「家電購入時の環境配慮意識」については、男女ともに環境への配慮が家電を購入するときにも重要な指標ととらえている人ほど、有機野菜をよく購入している(男性： $p < .001$ 、女性： $p < .001$)。

「食物アレルギー」については、男女ともに有意な関連はなかった。

以上の結果をふまえ、次節では諸変数間の影響をコントロールしたうえで、属性・家族状況、居住地、夕食の用意の頻度、主観的な世帯収入のレベル、市民運動・消費者運動のグループへの所属、保革意識、家電購入時の環境配慮意識、食物アレルギーの有無の各変数が、有機野菜の購入を「よくする」ということにどのように影響しているのか、ロジスティック回帰分析によって明らかにする。

4.2 ロジスティック回帰分析の結果

表2では、有機野菜の購入を「よくする」という回答者の特徴を明らかにするために、回答者の属性(年齢・学歴・職業)、家族状況(配偶者の有無・18歳未満の子どもの有無)、居住地(市郡規模・地域ブロック)、夕食の用意の頻度、主観的な世帯収入のレベル、市民運動・消費者運動のグループへの所属、保革意識、家電購入時の環境配慮意識、本人および同居家族の食物アレルギーの有無の順に投入してロジスティック回帰分析を行った結果を男女別(男性M1~M8、女性F1~F8)に示したものである。M8(男性)およびF8(女性)が本稿で用いるすべての変数を投入した結果を示す。Nはモデルにおいて分析に使用したケース数であり、欠損ケースは抜いている。「夕食の用意の頻度」「家電購入時のエコロジー意識」は共変量として、その他の変数はカテゴリー変数として扱っている。

《回答者の属性：年齢・学歴・職業》 先行研究では中高年層の購入頻度が高い、あるいは年齢があがるにつれて有機栽培等の表示ラベルへの参照度が高まると述べられていた。本稿の結果においても、諸変数の影響をコントロールしても、20歳代と比べて、男性では70歳以上、女性では60歳代が最も高い。すなわち男女ともに中高年層で有機野菜をよく購入しており、先行研究の知見と一致し、仮説[1]が支持された。現代の中高年層は公害や環境汚染に注目が集まり、有機農業運動が進展した70年代に子育てをしてきた世代である。主観的な世帯収入のレベルをコントロールしても有意な効果が見られることを考慮すると、食の安全のためなら多少高価でも有機野菜をよく購入するコーホートなのかもしれない。

学歴については、男女ともにクロス表分析では有意な関連は認められなかった。しかし、女性では属性をコントロールすると(F2)、中卒に比べて短大卒および大卒はよく購入する。ただし、「主観的な世帯収入のレベル」をコントロールすると(F5)、学歴の効果は弱まり、さらに「消費者運動グループへの所属」「保革意識」をコントロールすると(F6)、短大卒の影響は消える。すべての変数をコントロ

ールすると(F8)、中卒に対して大卒のみが有意な効果をもつ(p<.05)。大卒の女性は比較的、食の安全や環境問題についての情報を入手・吟味しやすいのかもしれない。男性では属性変数をコントロールすると(M2) 中卒に比べ高卒がよく購入する(p<.05)。さらに家庭状況の変数をコントロールすると(M2) 高卒の影響は弱まる(p<.10)。女性では、高学歴の場合に有機野菜をよく購入するという仮説[3]を支持する結果だが、男性ではあてはまらない。

職業については、男女ともにクロス表分析では有意な関連が認められなかった。しかし、女性では

表2 ロジスティック回帰分析結果

独立変数 (基準カテゴリー)	男性								
	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	
年齢 (20代)	30代	2.29	1.76	1.81	1.81	1.75	1.74	1.65	1.67
	40代	4.46 **	3.14 *	3.16 *	3.06 *	2.99 *	3.07 *	2.81 *	2.81 #
	50代	4.80 **	2.93 *	3.01 *	2.79 #	2.69 #	2.79 #	2.46 #	2.48 *
	60代	7.97 ***	4.59 **	4.63 **	4.25 **	4.15 *	4.47 **	4.20 *	4.24 *
	70歳以上	9.68 ***	5.58 **	5.51 **	5.25 **	5.24 **	5.29 **	5.66 **	5.73 **
学歴 (旧制小学・新制中学)	旧制中学・新制高校	1.64 *	1.59 #	1.55 #	1.55 #	1.59 #	1.58 #	1.55 #	1.55 #
	高専・短大	1.07	1.06	1.08	1.08	1.10	1.03	0.88	0.87
	大学・大学院	1.37	1.35	1.32	1.33	1.38	1.37	1.40	1.40
職業 (無業)	上層ホワイト	1.45	1.33	1.32	1.37	1.50	1.52	2.00 #	2.00 #
	下層ホワイト	1.08	1.01	1.01	1.02	1.04	1.02	1.34	1.35
	ブルーカラー	1.28	1.24	1.22	1.26	1.31	1.29	1.51	1.51
	農林漁業従事者	1.03	1.00	0.91	0.97	1.01	0.98	1.16	1.15
18歳未満の子どもの有無 (子どもなし)			0.85	0.84	0.82	0.82	0.88	0.96	0.96
配偶者の有無 (配偶者なし)			2.40 *	2.41 *	2.74 **	2.82 **	2.59 *	2.27 *	2.25 *
地域ブロック (中部)	北海道・東北			1.27	1.24	1.22	1.28	1.36	1.35
	関東			1.42	1.41	1.41	1.41	1.58	1.58
	近畿			1.95 *	1.95 *	1.87 *	1.76 #	2.16 *	2.16 *
	中国・四国			1.77	1.77	1.77 #	1.80 #	2.10 *	2.10 *
	九州			1.57	1.58	1.55	1.49	1.55	1.54
市郡規模 (13大市)	その他の市			1.06	1.06	1.07	1.09	1.06	1.06
	町村			1.40	1.42	1.43	1.41	1.58	1.58
夕食の用意(週平均) (共変量)					1.07 *	1.07 #	1.06	1.05	1.05
世帯収入のレベル (平均よりかなり少ない)	平均より少ない					0.79	0.79	0.87	0.87
	平均					0.81	0.82	0.89	0.90
	平均より多い					0.62	0.61	0.70	0.70
	平均よりかなり多い					1.48	1.46	1.38	1.40
市民運動・消費者グループへの所属 (所属していない)							2.19 *	2.12 #	2.13 #
保守意識 (3 中間)	保守的 1						1.44	1.33	1.33
	2						0.87	0.89	0.89
	4						1.20	1.08	1.08
	革新的 5						2.28 *	2.28 *	2.28 *
家電購入時の環境配慮意識 (共変量)								1.64 ***	1.64 ***
本人・家族に食物アレルギーがある (該当しない)									1.10
定数		0.02 ***	0.02 ***	0.01 ***	0.01 ***	0.01 ***	0.01 ***	0.00 ***	0.00 ***
N		1234	1234	1234	1234	1234	1234	1234	1234
HosmerとLemeshowの検定	カイ2乗	5.50	11.82	6.62	4.41	11.48	8.83	0.64	7.20
	自由度	8	8	8	8	8	8	8	8
	有意確率	0.060	0.160	0.578	0.819	0.176	0.357	0.607	0.516
独立変数 (基準カテゴリー)	女性								
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	
年齢 (20代)	30代	1.43	1.25	1.30	1.11	1.13	1.17	1.15	1.15
	40代	2.60 **	2.23 *	2.37 *	1.85	1.83	1.88 #	1.78	1.78
	50代	6.37 ***	6.00 ***	6.28 ***	4.60 ***	4.45 ***	4.39 ***	4.17 ***	4.17 ***
	60代	11.54 ***	11.18 ***	12.17 ***	9.10 ***	9.23 ***	9.03 ***	8.56 ***	8.57 ***
	70歳以上	7.67 ***	7.81 ***	8.45 ***	7.02 ***	7.07 ***	6.53 ***	6.76 ***	6.83 ***
学歴 (旧制小学・新制中学)	旧制中学・新制高校	1.15	1.13	1.13	1.10	1.06	1.07	1.06	1.06
	高専・短大	1.75 *	1.74 *	1.73 *	1.68 *	1.57 #	1.42	1.44	1.44
	大学・大学院	2.42 **	2.45 **	2.45 **	2.42 **	2.17 *	2.06 *	1.93 *	1.93 *
職業 (無業)	上層ホワイト	1.42	1.45	1.45	1.67 #	1.63 #	1.67 #	1.71 #	1.71 #
	下層ホワイト	1.53 *	1.58 *	1.62 *	1.75 **	1.74 **	1.75 *	1.68 *	1.68 *
	ブルーカラー	1.13	1.14	1.16	1.19	1.24	1.24	1.21	1.21
	農林漁業従事者	1.80	1.78	1.84	2.30 *	2.29 *	2.34 *	2.42 *	2.44 *
18歳未満の子どもの有無 (子どもなし)			1.15	1.17	1.03	1.04	0.94	1.02	1.02
配偶者の有無 (配偶者なし)			1.19	1.19	1.02	0.99	1.02	0.93	0.93
地域ブロック (中部)	北海道・東北			0.85	0.79	0.80	1.28	0.82	0.81
	関東			1.00	0.95	0.93	1.13	0.91	0.91
	近畿			1.40	1.37	1.35	0.81	1.37	1.36
	中国・四国			1.03	1.00	0.98	0.91	0.99	0.99
	九州			0.99	0.94	0.92	1.37	0.89	0.90
市郡規模 (13大市)	その他の市			1.27	1.25	1.27	1.00	1.25	1.25
	町村			1.07	1.10	1.12	0.91	1.08	1.08
夕食の用意(週平均) (共変量)					1.13 **	1.13 **	1.13 **	1.12 **	1.12 **
世帯収入のレベル (平均よりかなり少ない)	平均より少ない					1.06	1.08	1.08	1.08
	平均					1.18	1.23	1.20	1.21
	平均より多い					1.67 #	1.75 #	1.71 #	1.71 #
	平均よりかなり多い					1.68	1.52	1.49	1.46
市民運動・消費者グループへの所属 (所属していない)							2.83 **	2.61 **	2.63 **
保守意識 (3 中間)	保守的 1						1.52	1.55	1.56 #
	2						1.02	1.02	1.02
	4						1.15	1.10	1.10
	革新的 5						1.71	1.61	1.63
家電購入時の環境配慮意識 (共変量)								1.24 ***	1.23 ***
本人・家族に食物アレルギーがある (該当しない)									1.16
定数		0.04 ***	0.03 ***	0.03 *	0.02 **	0.02 ***	0.02 ***	0.00 ***	0.00 ***
N		1407	1407	1407	1407	1407	1407	1407	1407
HosmerとLemeshowの検定	カイ2乗	4.80	2.39	3.87	5.19	4.15	3.97	7.76	4.93
	自由度	8	8	8	8	8	8	8	8
	有意確率	0.779	0.967	0.868	0.737	0.843	0.859	0.457	0.765

p<.10, * p<.05, **p<.01, ***<.001, ()は基準カテゴリー

他の属性変数をコントロールすると(F1)、下層ホワイトが無業に対して有機野菜をよく購入する($P < .05$)。さらに「夕食の用意の頻度」をコントロールすると(F4)、下層ホワイト($p < .01$)だけでなく、上層ホワイト($p < .10$)、農林漁業者($P < .05$)についても、無業より有機野菜をよく購入する。すべての変数をコントロールしても(F8)、上層ホワイト($p < .10$)、下層ホワイト($p < .05$)、農林漁業者($P < .05$)は、無業に比べて有機野菜をよく購入する。一方、男性では「環境配慮意識」をコントロールすると(M7)、上層ホワイトが無業より有機野菜をよく購入する傾向が見られた($p < .10$)。

女性の回答比率が高い先行研究では、専業主婦層は鮮度と安全性を重視し、学生層は無農薬農産物に対する支払意思額は低い(佐藤ほか 2005)あるいは購入経験は専業主婦、自営業、パート勤務で多く、忙しい常勤勤務者、学生では少ない(峯木ほか 2001)。本稿の結果はこのような先行研究の知見と異なり、男女ともに仮説[2]は支持されなかった。本稿は有機野菜の購入を「よくする」という回答者に対象を絞り、宅配などを利用して定期的に購入すると想定される層に注目したことが異なる分析結果につながった一因と考えられる。つまり、本稿のホワイトカラー層の影響は、買い物に十分な時間を割くことが難しく宅配で野菜を購入している層のもつ特徴が表れていると考えられる。

《家族状況：配偶者の有無・18歳未満の子どもの有無》 女性においては、クロス表分析でも有意な関連はなかったが、諸変数の影響をコントロールしても購入行動に対して有意な効果はなく、仮説[4]は支持されない。一方、男性では、諸変数をコントロールしても配偶者がいる場合には、有機野菜を有意によく購入する($p < .05$)。ただし、「よくする」と回答した既婚男性の約半数の46.8% ($N=66$)は週1回も「日常の買物」をしていない。どうやら、男性の回答者のなかには、妻が(宅配や共同購入で)有機野菜を購入していることを自分の回答に反映させている場合が多く含まれ、それが結果として有意な効果として現れているようである。したがって、男性に関しては「配偶者がいれば有機野菜をよく購入する」という仮説[4]は支持されているが、その関連性の解釈については注意を要する。

18歳未満の子どもの有無については、女性の場合、クロス表分析では子どもがいない方が有機野菜をよく購入していたが、他の変数をコントロールすると有意ではない。年齢の効果の方が強いようである。子どもの有無の影響は男性でも有意ではない。したがって、世話が必要な年齢の子どもがいる親は安全な野菜を子どもに食べさせようと有機野菜をよく購入するという仮説[5]は男女とも支持されない。

《居住地：市郡規模・地域ブロック》 市郡規模は、男女ともにクロス表分析の結果と同様に、ロジスティック回帰モデルでも有意な効果は見られない。都市部の方が有機栽培等の表示ラベルに対する関心が高いとする田村(2001)の結果と異なり、都市部の人の方が有機野菜をよく購入するという仮説[6]は支持されない。

地域ブロックの効果は、女性では見られず、有機野菜の購入に地域差があるという仮説[7]は支持されない。一方、男性では他の変数の影響をコントロールすると、中部に比べて近畿($p < .05$)、中国・四国($p < .05$)で有機野菜をよく購入している。この結果は東山(長野県・山梨県)と九州で有機野菜がよく購入されると指摘した石田ほか(2005)と異なる。本稿が有機野菜の購入を「よくする」と回答した層(主に宅配などを利用して定期的に購入していると思われる層)に注目しており、また男性の回答には先述の通り、妻が宅配などを利用しているケースが多いと考えられるため、地域ブロックの効果は、生協における共同購入などの活動が盛んな地域を反映しているのかもしれない。例えば、日本生活協同組合連合会(2003)によると、2002年度の生協の班加入率が、中国・四国は50.6%と最も高く、次いで近畿の44.6%である(全国平均は31.4%)。

《食の安全を意識する契機：夕食の用意の頻度、農林漁業従事者》 女性では、年齢や職業をコントロールしても、夕食を作る頻度が高い人ほど有機野菜を有意によく購入しており($p < .01$)、食事を作ることが、食の安全性の検討を促す機会になるという本稿の仮説[8]を支持している。さらに女性においては、他の変数の影響をコントロールすると、農薬や化学肥料の知識をもっている農林漁業者は、無業にくらべて有機野菜をよく購入することが明らかになった(仮説[9])。つまり女性では、食の安全を意識する何らかの契機があるとそれが有機野菜の購入に影響している。しかし、男性では他の変数

をコントロールしても、これらの変数には有意な影響が見られず、仮説 [8] [9] は支持されない。

《**経済的な要因：主観的な世帯収入のレベル**》 女性では、他の変数をコントロールしても世帯収入のレベルが「平均より多い」と認識している人は「平均よりかなり少ない」と認識している人よりも、有機野菜を 1.7 倍よく購入する傾向があった ($p < .10$)。なお、岩井・宍戸 (2006) によると、階層帰属意識は世帯収入のような単なるフローではなく資産を相続・蓄積してきたストックを含めた意識であるという。「主観的な世帯収入のレベル」の変数に替えて「階層帰属意識」(1 下~5 上) をモデルに投入したところ、「下」層に比べて「中の下」層が 2.2 倍 ($p < .05$) 「中の中」層が 2.3 倍 ($p < .05$) 「中の上」層は 4.7 倍 ($p < .001$) 多く有機野菜を購入していた (結果表は略)。つまり階層帰属意識は、主観的な世帯収入のレベルよりも明確に効果を示した。多少とも高価な有機野菜を積極的に購入するという消費行動は、収入の多寡だけでなくストックを含めた階層と関連する行動のようである。ただし男性では、主観的な世帯収入のレベルでも階層帰属意識でも影響は認められない。したがって、仮説 [10] は男性では支持されず、女性では線形関係ではないものの世帯収入が「やや高い」人が有機野菜をよく購入している。

《**有機野菜の流通の歴史と関連する要因：市民運動・消費者運動グループへの所属、保革意識**》 他の変数の影響をコントロールしても、男女ともに市民運動・消費者運動のグループに所属している場合に有機野菜をよく買い (男性： $p < .10$ 、女性： $p < .01$) 仮説 [11] は支持された。有機野菜の流通は消費者運動とともに広がり、現在も生産地と消費者の信頼関係に基づいた消費者運動の側面を残しているといえる。「保革意識」については、女性ではクロス表分析では関連していなかったが、他の変数の影響をコントロールすると、政治について「保守」または「革新」的な意識をもつ人は、そうでない人に比べて、有機野菜をよく購入する傾向が見られる。この傾向は、男性では一層強く、とくに革新的な意識をもつ人は「保守でも革新でもない人」に比べて有機野菜を 2.3 倍よく購入している ($p < .05$)。革新的な意識をもつ人が有機野菜をよく購入するという本稿の仮説 [12] とは異なり、男女ともに、政治に対して明確なスタンスをもっている人の方が有機野菜をよく買う傾向があるといえる。

《**環境配慮意識：家電購入時の環境配慮意識**》 男女ともに、環境配慮意識が高いほど有機野菜をよく購入している ($p < .001$)。環境に配慮する消費者は、長期的・全体的な視点に立って、経済合理性だけでは計れない持続可能性という価値を重視して、多少高価だとしても、無農薬や有機栽培の野菜を積極的に購入している。仮説 [13] は支持された。

《**食物アレルギーの有無**》 最後に、本人や同居家族に「食物アレルギー」があることは、男女ともに有意な効果を示さず、仮説 [14] は支持されなかった。食物アレルギーの有無の影響を指摘している石田ほか (2005) と結果が異なっているのは、本稿では、有機野菜の購入を「よくする」層に注目したうえで、他の変数の影響をコントロールしているからではないかと思われる。

5. おわりに

本稿では、無農薬や有機栽培の野菜の購入を「よくする」と回答した人に注目し、その行動を規定する要因について検討した。従属変数は主観的な尺度に基づいており、どれくらいの頻度を「よくする」と意味するのかは各人によって異なっている。しかし、本稿では、有機野菜を共同購入や宅配などを利用して定期的に購入している層が「よくする」と回答していると便宜的に想定して分析を進め、次のような結果が導かれた。有機野菜は、男女ともに中高年層や消費者運動のグループに所属している人、政治に対して明確なスタンスをもっている人が、家電購入時にも環境配慮意識が高い人がよく購入する。その他の変数については男女で効果が異なる。女性では、大卒、上層ホワイト、下層ホワイト、農林漁業従事者、夕食の用意の頻度が高い、世帯収入が平均より多い人々が、有機野菜をよく購入する。男性の回答には本人以外が購入している場合でも「よくする」と回答しているケースが多く含まれると考えられ解釈が難しいものの、男性では、高卒、上層ホワイト、配偶者あり、近畿または中国・四国に居住する人々が有機野菜をよく購入している。18 歳未満の子どもの有無、居住地の規模、食物アレルギーの有無については、変数としての影響が男女ともに確認できなかった。

従来の有機農業運動の視点では、一般市場に流通する有機農産物は、市場が要求する条件に合わせて規格化され大量販売体制によって歪められてしまうと考えられてきた(柘淵 1993)。市場での流通においては、品物が本当に表示通りに生産されたものであるのかを確認することは難しいからである。しかし、市場流通は、有機野菜の購入を多くの消費者に開かれたものにし、現在では、有機野菜を取り扱うスーパーも多い。一方で消費者は、地産地消型の循環システムを志向する地場野菜をそうでない野菜よりも評価している(佐藤ほか 2005)。近年においては、有機野菜の購入ルートは「閉鎖的かつ短いチャンネル」(産消提携関係)「閉鎖的かつ長いチャンネル」(専門流通事業体)「開放的かつ長いチャンネル」(市場経由)「開放的かつ短いチャンネル」(生産者による直売)などさまざまであり(立川 2001) 購入ルートによって野菜の安全性に対する信頼度や販売価格には大きな差がある。本稿では、有機野菜の購入を「よくする」層に絞った分析を行ったが、これは立川のいう「閉鎖的なチャンネル」(参照提携、専門流通事業体)の利用者を想定したといえよう。多様な販売ルートを考慮したうえでの分析が、今後の課題である。

[Acknowledgement]

日本版 General Social Surveys (JGSS) は、大阪商業大学比較地域研究所が、文部科学省から学術フロンティア推進拠点としての指定を受けて(1999-2003年度)、東京大学社会科学研究所と共同で実施している研究プロジェクトである(研究代表:谷岡一郎・仁田道夫、代表幹事:佐藤博樹・岩井紀子、事務局長:大澤美苗)。東京大学社会科学研究所附属日本社会研究情報センターSSJ データアーカイブがデータの作成と配布を行っている。

[注]

- (1) 2002 年は中国産の冷凍ホウレンソウから基準値を超える残留農薬が検出されるなど、輸入野菜の残留農薬に関連する事件があいつぎ、残留農薬への関心が高まった年である。
- (2) ガイドラインでは、無農薬栽培農産物は、前作の収穫後から栽培期間中において農薬を使用しないで収穫したもの、有機農産物は化学合成農薬・化学肥料・化学合成土壌改良資材などを使わないで3年以上を経過して堆肥等による土づくりを行った土地で収穫したものを指し、厳密に区別されている。
- (3) 本稿の分析対象者のうち、普段の買い物を「全くしない」と回答した人は男性では225 ケース(18.3%)、女性では49 ケース(3.5%)である。そのうち、有機野菜の購入を「よくする」と答えた人は男性で29 ケース(18.8%)、女性では5 ケース(1.7%)である。²検定の結果、有機野菜の購入を「よくする」かどうかは、男女ともに普段の買い物の頻度とは関連がない。つまり、男女ともに宅配や共同購入などによる定期的な購入を利用している可能性が高い。
- (4) 本稿の分析対象者のうち普段の買い物を「ほとんど毎日」「週に数回」と答えた男性はそれぞれ7.8%、19.1%、女性はそれぞれ35.9%、40.8%であり、女性の方が有意に高い($p < .001$)。
- (5) 石田・會田(2005)は食の安全性や有機についての情報量の代理変数として新聞閲読頻度をとりあげ、クロス表分析の結果、新聞をよく読む消費者ほど有機農産物の購買頻度が概して高いと報告している。しかし、新聞閲読頻度は性別や年齢に関連し(高山 2002)、学歴とも関連する。
- (6) 「夕食の用意」「日常の買物」は相関が高い(本稿の対象者は男性 $r = .614$, 女性 $r = .509$ 、共に $p < .001$)。
- (7) 学歴は、「中卒(旧制小学・新制中学卒)」「高卒(旧制中学・新制高校卒)」「短大卒(旧制高校・短大・高専卒)」「大卒(大学・大学院卒)」の4区分である。
- (8) 職業における「無業」のカテゴリーには、「学生」は含まれていない。
- (9) 「配偶関係なし」のカテゴリーには、未婚者と配偶者との離別・死別者の両方を含む。
- (10) 18歳未満の存命の子どもがいる場合のみを「子どもあり」とする。
- (11) 「夕食の用意をする頻度」は、週平均に換算した。「ほとんど毎日」(=7日)「週に数回」(=3.5日)「週に1回程度」(=1日)「月に1回程度」(=0.25日)「年に数回」(=0.1日)「年に1回程度」(=0.02日)「全くなし」(=0日)とする。

- (12)「家電購入時の環境配慮意識」の変数は、「冷蔵庫・洗たく機などを購入する時、あなたにとって次の項目はどの程度重要ですか」(JGSS-2002、留置調査票 Q47)の選択肢 F「省エネ・省資源である」および G「再利用(リサイクル)できる」の 2 項目について、0「全く重要ではない」~4「非常に重要」に置き換えたうえで、加算して作成した。つまり、環境に配慮して家電を選んでいるかどうかを本稿では環境配慮意識の変数として用いる。この合成変数は 0 (=全く重要ではない)~8 (=非常に重要)の連続変数として扱い、この 2 項目の回答についての信頼性係数()は .647(N=2641)である。
- (13)「食物アレルギー」は、本人あるいは同居家族に「食物アレルギー」の症状がある場合を「該当する」とし、本人にも同居家族にも症状がない場合を「該当しない」とした。

[参考文献]

- 足立恭一郎, 1997, 「視点: 有機農産物の基準と認証」『食の科学』227:7-10 .
- 石田章・會田陽久, 2005, 「消費者の有機農産物購買行動に関する一考察 JGSS-2002 データを用いて」『農業市場研究』14(2):45-54.
- 岩井紀子・宍戸邦章, 2006, 「JGSS 累積データ 2000-2003 にみる日本人の意識と行動の変化」大阪商業大学比較地域研究所・東京大学社会科学研究所編『JGSS 研究論文集《5》JGSS で見た日本人の意識と行動』大阪商業大学比較地域研究所:1-17.
- 北崎浩嗣, 1999, 「有機農産物への消費者意識(1) 鹿児島県市民への有機農産物・有機食品に対する意識調査からの考察」『経済学論集』50, 鹿児島大学法文学部:15-38 .
- 久保田裕子, 1992, 「提携運動の到達点と今後の課題」国民生活センター編『多様化する有機農産物の流通』学陽書房:152-214 .
- 厚生労働省, 2003, 『食品中の残留農薬の一日摂取量調査結果(平成 14 年度)』
<http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/zanryu2/dl/040621-1b.pdf>
- コープこうべ, 2006, 『06 総合評価アンケート』コープこうべ・生協研究機構.
- 佐藤真行・坂上雅治・鈴木靖文・植田和弘・高月紘, 2005, 「有機野菜に対する消費者選好分析 地域内有機物循環と認証ラベル」『環境科学会誌』18(3):243-255 .
- 高山育子, 2002, 「日本人の情報収集量 新聞・テレビ・本」岩井紀子・佐藤博樹編『日本人の姿 JGSS にみる意識と行動』有斐閣:232-238.
- 立川雅司, 2001, 「環境保全型農業の拡大と“有機”農産物のフードシステム」土井勝久・齋藤修編『フードシステムの構造変化と農漁業』, 農林統計協会:282-299 .
- 田村馨, 2001, 「生鮮野菜の表示問題と消費者選好」, 高橋正郎編『野菜のフードシステム 加工品需要の増加に伴う構造変動』農林統計協会:271-289 .
- 永松美希, 1997, 「有機農産物の認証システムについての一考察」『農業と経済』63(7):31-19 .
- 西村晃・三上美絵・三上雅朗, 1999, 『有機野菜という選択 なぜいまオーガニックなのか』きこ書房 .
- 日本生活協同組合連合会, 2003, 『2002 年度生協の経営統計』コープ出版(株) .
- 農産業奨励振興会, 2004, 『平成 15 年度農業環境調査委託事業報告書』 .
- 農林水産省総合食料局, 2001, 『食料品消費モニター調査』<http://www.maff.go.jp/work/press020125-03.pdf>
- 古沢広祐, 1997, 「有機農産物ビジネスの現状と可能性を探る」『農業と経済』63(7):28-33 .
- 栢瀧俊子, 1993, 「有機農産物流通の現状と課題」『農業と経済』59(6):136-145 .
- 峯木真知子・坂本薫・石井よう子・藤木明子・新澤祥恵・川井考子・金谷昭子, 2001, 「食環境における食市場の変化と消費者行動 有機農産物の流通と消費」『日本調理科学会誌』34(2):214-223 .
- OECD, 2004, OECD in Figures 2004 edition: <http://213.253.134.29/oecd/pdfs/browseit/0104071E.PDF>