

Title	Studies on Route Choice and Food Choice
Author(s)	青木, 恵子
Citation	大阪大学, 2010, 博士論文
Version Type	
URL	https://hdl.handle.net/11094/54282
rights	
Note	著者からインターネット公開の許諾が得られていないため、論文の要旨のみを公開しています。全文のご利用をご希望の場合は、 〈a href="https://www.library.osaka-u.ac.jp/thesis/#closed"〉 大阪大学の博士論文について 〈/a〉 をご参照ください。

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

Osaka University

氏名	青木 恵子
博士の専攻分野の名称	博士（経済学）
学位記番号	第 23532 号
学位授与年月日	平成22年3月23日
学位授与の要件	学位規則第4条第1項該当 経済学研究科経済学専攻
学位論文名	Studies on Route Choice and Food Choice (交通選択と食品選択の研究)
論文審査委員	(主査) 教授 大竹 文雄 (副査) 教授 福重 元嗣 准教授 佐々木 勝

論文内容の要旨

本博士論文は、大きく2章からなる。1章は、Route Choiceに関する実験研究である（タイトル：Effects of Prior Investment and Personal Responsibility in a Simple Network Game）。ここでは、Braess Paradoxに基づくNetwork Gameを用いて、集団での意思決定やゲームを行うための支払いの有無がNash均衡行動に影響を与えるかどうかを実験で検証した。実験の結果は、意思決定や支払いの有無は、統計的にNash均衡行動に影響を与えないことが分かった。

2章は、2本の論文を用いてFood Choiceに関する研究である。1本目の“Consumer Reaction to Information on Food Additives: Evidence from an Eating Experiment and a Field Survey”では、亜硝酸入りハムサンドイッチと入っていないハムサンドイッチの選択行動を、実際に買って食べる実験と仮想的な調査のそれぞれを用いて検証した。ここでは、途中で、食品添加物の一種である、亜硝酸ナトリウムが健康被害はないという情報、あるという情報、そして風味の情報をすべて同時に与え、情報の効果も検証した。結果は、(1) Hypothetical biasの発生が確認された；(2) 実験では風味の情報が、調査では健康被害があるという情報が、一番選択行動に影響を与えることが分かった。

次に、2本目の“Do consumers select food products based on carbon dioxide emissions? Evidence from a buying experiment in Japan”は、日本の環境政策の一つである「見える化」を背景に、カーボンフットプリントで表示される二酸化炭素排出量に対する消費者の選好を、このカーボンフットプリントが実施される前に、実験環境下で測定した。結果は、1gあたり二酸化炭素量削減のための支払い意志額（WTP）は0.417円であった。これは、実験で使用したみかんの価格の0.09%-1.7%であり、他の研究結果と比べて、かなり小さい値となった。また、エコラベルの知識や環境意識のアンケート結果から、相対的に環境意識は高いものの、食品選択の際に二酸化炭素排出量に基づいて食品選択を行う可能性の低さが明示された。

論文審査の結果の要旨

〔論文内容の要旨〕

本博士論文は、交通選択と食品選択に関して、経済実験の手法を用いて分析したものである。全体は4章から構

成されている。第1章は、論文全体を要約している。第2章は、Route Choiceに関する実験研究である。ここでは、Braess Paradoxに基づくNetwork Gameを用いて、集団での意思決定やゲームを行うための支払いの有無がNash均衡行動に影響を与えるかどうかを実験で検証されている。実験の結果、意思決定や支払いの有無は、Nash均衡行動に統計的には影響を与えないことが明らかにされた。この章のもとになった論文は、“Effects of Prior Investment and Personal Responsibility in a Simple Network Game”という題名で、*Current Research in Social Psychology* に掲載された。

第3章と第4章は、Food Choiceに関する研究である。第3章の“Food Safety Information in Food Choice”では、亜硝酸入りハムサンドイッチと入っていないハムサンドイッチの選択行動を、実際に買って食べる実験と仮想的な調査のそれぞれを用いて検証している。ここでは、途中で、食品添加物の一種である、亜硝酸ナトリウムが健康被害はないという情報、あるという情報、そして風味の情報をすべて同時に与え、情報の効果も検証されている。その結果、(1) Hypothetical biasの発生が確認された(2) 実験では風味の情報が、調査では健康被害があるという情報が、一番選択行動に影響を与える、ということが明らかにされた。本章の内容は、“Consumer Reaction to Information on Food Additives: Evidence from an Eating Experiment and a Field Survey”というタイトルで、*Journal of Economic Behavior and Organization*に掲載予定である。

第4章は、“An Eco-Label in Food Choice”というタイトルで、日本の環境政策の一つである「見える化」に関する消費者への影響について、実験研究で明らかにしている。具体的には、カーボンフットプリント政策が実施される前の時点で、カーボンフットプリントで表示される二酸化炭素排出量に対する消費者の選好を、実験環境下で測定している。その結果、1gあたり二酸化炭素量削減のための消費者の支払い意志額（WTP）は0.417円であることが示された。このWTPは、実験で使用したみかんの価格の0.09%-1.7%であり、他の研究結果と比べて、かなり小さい。また、エコラベルの知識や環境意識のアンケート結果から、人々は相対的に環境意識は高いにも関わらず、食品選択の際に二酸化炭素排出量に基づいて食品選択を行う可能性が低いことが示された。

〔審査結果の要旨〕

本論文は、経済実験を用いて人々の戦略的意志決定行動の特性と食品の選好について分析した研究である。ルート選択における意志決定と食品に関する情報が食品選択に与える影響が巧みな経済実験で分析され、この分野における経済実験の手法の有効性を示すことに成功している。したがって、本論文は博士（経済学）として価値があると判断する。