

研究成果報告書（研究要旨）

研究課題名	食品災禍時のリスクコミュニケーションの実態調査（風評被害含む） 及び災禍の性格分類
主任研究者名	所属： 奈良県立医科大学 氏名： 今村 知明(研究課題番号：0508)

○研究要旨

(1) 研究目的

- ・過去に発生した食品災禍に係る消費者の過剰反応や風評に、マスメディアが与えた影響は多大である。
- ・例えば、BSE 事件では、実害（国内感染牛の摂食による変異型クロイツフェルトヤコブの発病）が未だ発生していないにもかかわらず、発生から1年間に酪農家、食品加工業、公務員など、多くの関係者が事件を理由に自殺した。これらの自殺者は、報道情報を直接的な理由としていないものの、過熱した報道等に起因した消費者の過剰な買い控えや、事件の社会問題化等が波及的に影響したと推測される。
- ・これらの経験より、関係府省によるリスクコミュニケーションでは、マスメディアに対して適切な対応することが必要不可欠である。
- ・このような問題認識から、本研究は、次を明らかにすることを目的に行った。
 - ① 過去の食品災禍事件における報道の傾向分析
 - ② 食品リスクが社会・経済に与えた影響の定量化
 - ③ 報道機関、消費者等が食品リスクに過剰反応するメカニズムの把握
 - ④ 報道機関、消費者等の過剰反応や風評防止・抑制のためのリスクコミュニケーション方策

(2) 研究方法

- ・研究目的に示した事項を明らかにするために、以下の方法により研究を行った。
 - ① 食品災禍事件の新聞報道の記事・文字数の総量、推移の分析、及び記事内容の傾向分析（BSE、鳥インフルエンザ（山口等）、アクリルアミド、メチル水銀等の報道内容を分析）
 - ② 食品リスクに対する消費者意識を把握するためのアンケート調査の実施、及び分析（BSE、中国産食品を対象に3回調査を実施）
 - ③ 報道関係者を対象としたインタビュー調査の実施、及び分析（全国紙、全国ネットのTV局の記者を対象にインタビュー調査を実施。）

(3) 研究成果

- ・この研究の結果、今後の食品安全におけるリスクコミュニケーションの方策を検討する上で、非常に有用な知見として、次に示す成果を得ることができた。
 - 報道機関、消費者が食品リスクに対し過剰反応する要因となる「ゴースト効果」という概念を発見
 - 食品リスクが社会に与える影響の大きさを定量的に示す指標として、新聞の報道量を活用して作成する指数を新たに開発（社会影響度指数）
 - 報道機関が食品リスクに過剰反応し、報道量が増加したり、継続的に報道する状況に至るメカニズムを解明
 - 「安全な食品を購入するための支払意思額(WTP)」、「食品に対する不信感」など、ゴースト効果の大きさや発生可能性を捉えるための指標を新たに開発

研究成果報告書（本体）

研究課題名	食品災禍時のリスクコミュニケーションの実態調査（風評被害含む） 及び災禍の性格分類 (研究期間：平成17年度～19年度)
主任研究者名	所属： 奈良県立医科大学 氏名： 今村 知明(研究課題番号：0508)

1. 研究の概要

(1) 研究の目的、必要性

- ・ 過去に発生した食品災禍に係る消費者の過剰反応や風評に、マスメディアが与えた影響は多大である。
- ・ 例えば、BSE 事件では、実害（国内感染牛の摂食による vCJD 発病）が未だ発生していないにもかかわらず、発生から1年間に酪農家、食品加工業、公務員など、多くの関係者が事件を理由に自殺した。これらの自殺者は、報道情報を直接的な理由としていないものの、過熱した報道等に起因した消費者の過剰な買い控えや、事件の社会問題化等が波及的に影響したと推測される。
- ・ これらの経験より、関係府省によるリスクコミュニケーションでは、マスメディアへの適切な対応が必要不可欠であり、その方策を検討するためには、マスメディアの行動特性や報道に対する消費者の過剰反応の傾向を把握するとともに、このような事態を招きやすい食品リスクの特徴やマスメディア等の過剰反応を早期に察知する手法を明らかにしておくことが望まれる。
- ・ 平成17年度より開始した本研究は、まず基礎的な検討として、食品災禍に係る報道情報の質的・量的分析によりその特性を把握するとともに、報道情報と風評被害の連関図の作成を試みた。
- ・ 平成18年度の研究では、風評被害の前兆として観察される、報道機関や消費者における不明確なリスクや不可視なリスクに対する過剰な反応（「見えないものに過剰に怯える」様子から「Ghost effect(幽霊効果)」と呼称）の存在を指摘するとともに、発生メカニズムを把握するために、次の事項について研究を行った。
 - ① 過去の食品災禍における報道機関の対応の実態把握と検証（平成17年度より継続実施）
 - ② 食品リスクに対する報道機関等の反応とその発生要因・過程

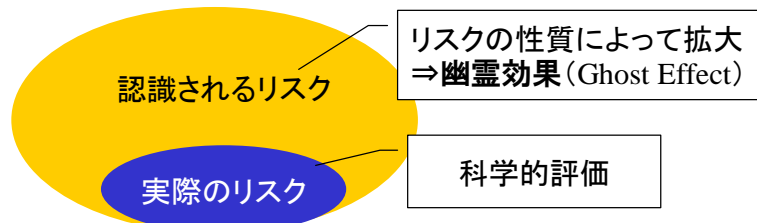


図 1 リスクにおける幽霊効果

- ・ 最終年度の平成19年度の研究では、昨年度までの研究成果を踏まえ、本研究の集大成として次の事項について研究を行った。
 - ① 報道機関における幽霊効果の発生メカニズムの精緻化（平成18年度より継続実施）
 - ② 報道に対する消費者の反応の把握
 - ③ 報道機関、消費者等の過剰反応や風評防止・抑制のためリスクコミュニケーション方策の提言

(2) 研究に期待される効果

- ・本研究の成果により、緊急事態発生時の情報提供において次の効果が期待される。
 - ① 食品災禍の特性に応じた的確なリスクコミュニケーションの実施
 - ② リスクコミュニケーションによる過剰反応や風評の未然防止・拡大抑制効果の向上

2. 研究の成果

(1) 研究の成果と概要

1) 過剰反応、風評の関連被害の実態把握【H17～18】

①研究方法

- ・近年、公的機関より公表された食品リスクのうち、消費者等の過剰反応が発生したリスク（BSE、鳥インフルエンザ(山口)、及び過剰反応が懸念されたにも関わらず、顕在化しなかった3事例（鳥インフルエンザ（茨城・2005年、宮崎・2005年）、香港新型インフルエンザ（1997年）、魚介類に蓄積したメチル水銀、素揚げのジャガイモで発生するアクリルアミド）に関する公的情報提供と報道情報を比較した。
- ・両事件に係る報道情報は、5大紙（朝日、読売、毎日、産経、日経）の朝刊・東京版の記事より収集した。

②研究結果

i) 過剰反応、風評の関連被害の実態把握

ア) 自殺者

- ・BSE事件（2001年）、鳥インフルエンザ事件（2004年）では、実害（vCJD、新興インフルエンザ患者）が未発生にもかかわらず、BSE事件では感染牛発見から1年間に5名の関係者、鳥インフルエンザ事件（2004年(京都府)）では2名の関係者が事件を理由に自殺した。
- ・これらの自殺者は、報道情報を直接的な理由としていないものの、報道情報による買い控えの発生、事件の社会問題化等が波及的に影響したと推測される。

イ) 株価

- ・BSE事件では、農水省が焼却処理したと発表した感染牛がレンダリング処理されていたことが判明した日（9月14日）、「スクリーニング検査で陽性牛を発見したことを東京都が公表した日」（10月11日）の直後に、牛肉関連業の大手企業（日本ハム、松屋、吉野家）の株価が下落した。
- ・鳥インフルエンザ事件では、タイで死者の確認（1月26日）直後に、鶏肉関連業の大手企業（ケンタッキーフライドチキン）では株価が下落した。

ii) 公的情報提供と報道情報の時系列比較

ア) 過剰反応が発生した食品リスク [BSE事件、鳥インフルエンザ事件(山口)]

■報道量（量的分析）

【累積報道量】

- ・BSE事件では発生後約1ヶ月半（46日※）の間に1,148件（1紙当たり約5.0件/日）、鳥インフルエンザ事件では発生後約1ヶ月半（39日※）間に921件（1紙当たり約4.7件/日）の記事が掲載された。

表 1 各事件の報道量（記事数・文字数）

事件	対象期間	記事数	文字数
BSE	2001/9/11～10/27	1,148 件(約 5.0 件/日・紙)	760,939 字
鳥インフルエンザ	2004/1/21～2/21	921 件(約 4.7 件/日・紙)	538,481 字

(注) ただし、新聞休刊日である2001年10月15日と2004年2月9日を除く。

【報道量の推移】

- ・ 事件発生後に、国内で大きな出来事が発生していなかった日にも何らかの報道があり、報道の持続性が見られた。(図 2)
- ・ ただし、これらの記事の件数・文字数は、毎日平均的に推移するのではなく、曜日（日曜日には件数等が減少）等の影響を受け、波動する傾向が見られた。
- ・ また、BSE 事件では、その後誤報に繋がったスクリーニング検査における偽陽性発見（を契機に報道量が急激に増加しており、公的機関の情報提供が報道の過熱を招く可能性を示唆している。

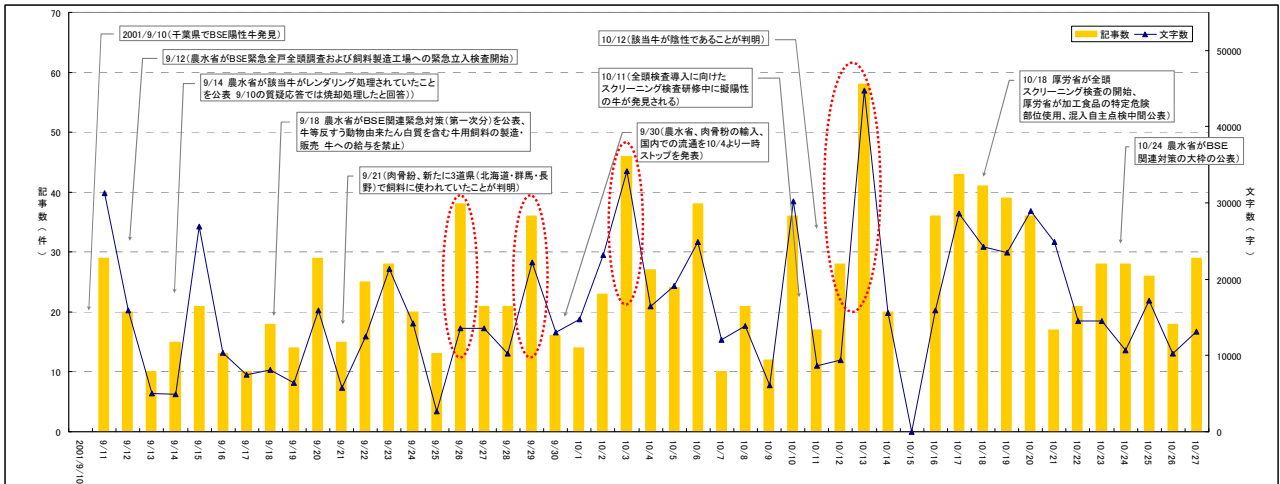


図 2 BSE 事件発生から BSE 関連対策の大枠の公表までの報道量（記事件数、文字数）の推移

■報道内容（質的分析）

- ・ 各紙の 1 面、社説、30 面前後（社会面）の記事について、その内容が「事件に対する不安に偏ったものか」、「対策等に対して安心しているものか」、「何れにも偏らず中立的な立場のものか」を判別し、その量の集計、分析を試みた。
- ・ BSE 事件では、農水省の誤発表（9 月 14 日）、肉骨粉を使用していた都府県が新たに判明したこと（9 月 21 日）等を契機に不安記事数が増加した。（なお、「スクリーニング検査で陽性牛発見を東京都が公表した日」以降には、不安記事の増加が顕著ではないが、これらの記事の多くは、他の面（生活面等）に掲載されていたものと推測される。これについては、今後の研究において検証する予定。）
- ・ 鳥インフルエンザ事件では、タイで 2 人目の鳥インフルエンザによる死者の確認（1 月 26 日）、大分県での鳥インフルエンザの発生（2 月 16 日）などを契機に不安記事が増加した。

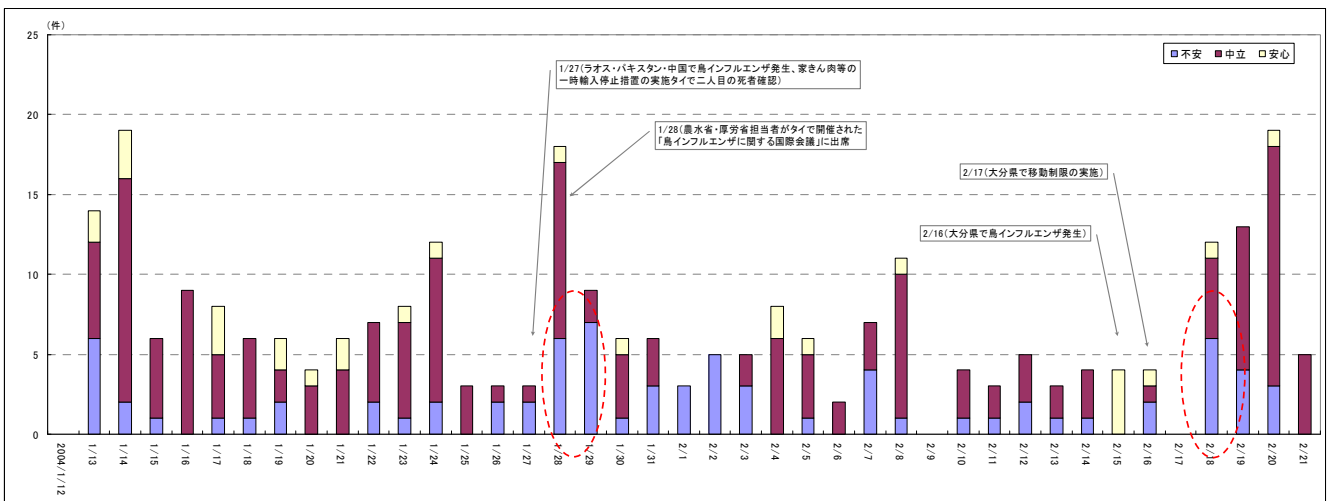


図 3 鳥インフルエンザ事件(山口県)に係る記事の論調の推移（1 面、社説、30 面前後（社会面））

■公的情報と報道情報の差異の発生プロセス

- BSE 事件、鳥インフルエンザ事件における公的情報と報道情報の差異が拡大した出来事について、報道内容の詳細を分析した結果、差異（誤報）の発生には以下の2パターンがあることが分かった。

パターン1：報道機関の理解に課題があるパターン（BSE 事件）

- BSE では、「偽陽性（スクリーニング検査陽性）を『疑陽性』とした報道」、「この一部誤解に基づいた過剰な行政不信や不安を煽るような報道」が発生した。
- これらの報道では、偽陽性に対する報道側の誤解により、「スクリーニング検査の研修中に陽性反応が出たことの公表が遅れたこと」が批判対象となり、報道の過熱を助長した。
- 報道における取り扱いを大きくした誤解の発生要因として、次の三点が考えられる。
 - 「偽陽性」反応に対する報道の理解不足
 - 公的機関からの第一報での情報提供不足(スクリーニング検査や偽陽性の情報提供不足)
 - 事件以前の関係機関の不適切な対応（農水省の誤発表等）に由来する先入観、不信感

パターン2：情報源に課題があるパターン（鳥インフルエンザ事件）

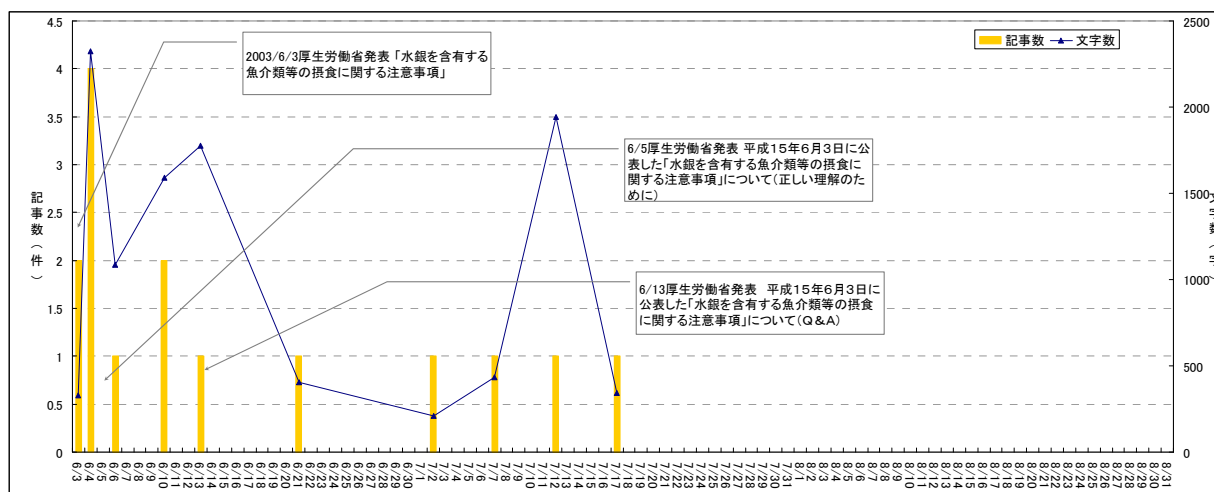
- 国内では大きな出来事が発生しない日の報道内容は、出来事が発生した日と比較し、相対的に統一性が見られず、テーマ・内容とも多岐に広がり、「トキの感染予防」など事件との関係性が乏しく、不安を煽る内容の記事が多く見られた。
- このことから、独自取材に基づき作成された記事であったと類推される。また、これらの記事では、同一の内容について各紙の報道が異なるケースが多かったことから、誤報が発生する可能性も高いと考えられる。

1) 過剰反応が発生しなかった食品リスク [鳥インフルエンザ（茨城・宮崎・香港）、魚介類に蓄積したメチル水銀、素揚げのジャガイモで発生するアクリルアミド]

■報道量（量的分析）

【報道量の推移】

- 公的機関が食品リスクを公表した直後は、リスクを報道した記事が各紙に掲載されたが、それらの件数、文字数は、BSE 事件や鳥インフルエンザ(山口)事件を大きく下回っている。
- これらの記事は、公表から日数を経る毎に件数・文字数ともに減少し、BSE 事件で見られた報道の持続性を確認できなかった。



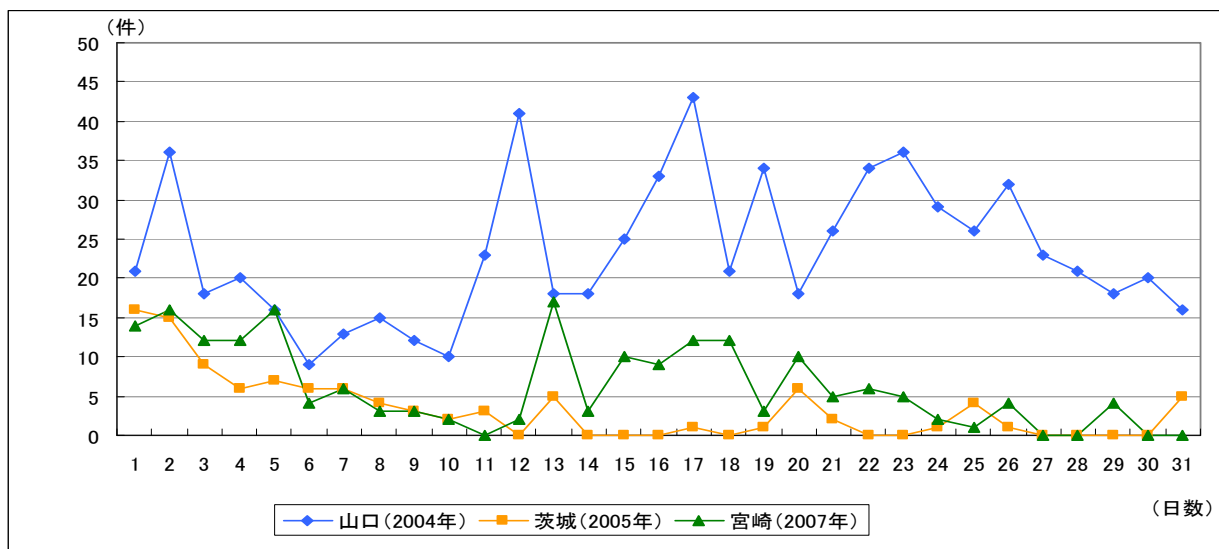


図 5 鳥インフルエンザ事件の報道量（記事件数、文字数）の比較

【累積報道量】

- ・ 累積報道量は、リスクの大きさと比例していないことが分かった。（リスクの大きさ：香港新型インフルエンザ＞メチル水銀・アクリルアミド＞鳥インフルエンザ＞BSE）

■報道内容（質的分析）

- ・ 全ての食品リスクにおいて、公表後 1 ヶ月間に報道された「不安」の記事は、数件に留まり、BSE 事件を大幅に下回った。

表 2 各事件の報道量（記事数・文字数）[公表より 1 ヶ月(31 日間)以内]

分析項目 [単位]	BSE (2001)	鳥インフルエンザ ² (新型インフルエンザ ³ 含む)				メチル水銀 (2003)	アクリルアミド ⁴ (2002)
		山口(2004)	茨城(2005)	宮崎(2007)	香港(1997)		
記事数[件]	680	709	103	131	71	8	5
不安記事	110	60	7	1	8	2	3
文字数[文字]	464,856	416,278	61,413	66,348	36,837	5,581	2,760
不安記事	87,852	47,664	7,162	2,895	6,905	1,297	1,326
掲載日数[日]*	31	30	20	23	23	4	1
不安記事	23	24	5	1	8	1	1

*新聞休刊日を除く。

iii) 社会影響度指数の開発【H19】

■指数の考案

- ・ 昨年度までの研究結果をもとに、「新聞報道量」がリスクに対する社会的な関心の高さやそれによる影響の大きさを示すと考え、これを用いた新たな指標（社会影響度指数）を考案した。
- ・ 具体的には、事件発生から 1 ヶ月の間に 5 大紙（全国版・朝刊）で報じられた記事量（文字数・記事数）を用い、次の式により算出する指数である。

【計算式】

指数①＝記事の平均文字数/日 ÷ 新聞当り全文字数

指数②＝掲載記事の文字数_(a)＋掲載記事数×係数_(b) [単位：Imp]

(a) 量を表す指数

(b) 頻度を表す指数 ((a)と等価化するために係数(過去の事件(BSE)の平均文字数/記事)を乗じる)

- ・ この指標を用いることにより、食品健康被害リスクの社会的影響の大きさを定量的に示すことが可能となり、更には複数のリスクの影響の大きさを相対的に比較することも可能となる。

■ 指数の試行的作成

- ・ 指数①の作成を試みたところ、全紙面ベースでは BSE の値が最大であり、2.23Imp に達した。この値は、香港で発生した新型インフルエンザの 10 倍以上の規模である。
- ・ 他方、1 面ベースでは、山口県で発生した鳥インフルエンザ(2004 年)の値が最大であり、9.23Imp に達した。この値は、BSE の 2 倍以上であり、1 面だけに限れば同事件が社会に与えた影響は極めて大きかったと言える。
- ・ また、指数②においても、山口県で発生した鳥インフルエンザ(2004 年)の値が最大であり、929,712Imp²に達した。
- ・ 社会的影響度を「新聞紙面の占有率」で表す指数①では BSE 事件が上回ったのに対し、「掲載文字・回数」で表す指数②では鳥インフルエンザ(山口県)が上回った。社会的影響度を表現する上でどちらの指数が適しているか(または上手く組み合わせることで分かることはないか)については、今後の検討課題である。

表 3 報道機関等の過剰反応があったリスクの特性

指数		BSE (2001)	鳥インフルエンザ 山口(2004)	鳥インフルエンザ 宮崎(2007)	鳥インフルエンザ 茨城(2005)	新型インフルエンザ 香港(1997)	メチル水銀 (2003)	アクリルアミド (2002)
指数①	全紙面	2.23% (1.00)	2.07% (0.93)	0.32% (0.14)	0.30% (0.14)	0.18% (0.08)	0.03% (0.01)	0.01% (0.01)
	1面	4.57% (1.00)	9.23% (2.02)	1.88% (0.41)	0.80% (0.18)	0.34% (0.08)	0.07% (0.02)	0.00% (0.00)
指数②		900,959 Imp (1.00)	929,712 Imp (1.03)	155,901 Imp (0.17)	131,825 Imp (0.15)	85,373 Imp (0.09)	11,050 Imp (0.01)	6,178 Imp (0.01)

注) 下段のカッコ内の数値は、BSE 事件のデータを 1 とした場合の当該事件のデータの比率

※全紙面の文字数：朝日新聞の換算値(40 面・17 万 9000 字(広告、写真、見出しを考慮)から、関連記事が掲載されない 10 面分(TV・ラジオ(1)・商況(2)・スポーツ(2)・文化(1)・投書(1)・地域(2))を除いた文字数

※1 面の文字数：朝日新聞の上記換算値をもとに設定

2) 報道機関、消費者における過剰反応の発生要因・過程の把握【H18～H19】

①研究方法

ア) 報道機関

- ・ 全国紙の記者、TV の報道関係者にインタビューを行い、過剰反応の発生要因・過程の把握を試みた。

イ) 消費者

- ・ 消費者を対象としたアンケート調査を実施し、食品リスクやその報道に対する反応や要因の把握を試みた。

②研究結果

ア) 報道機関における過剰反応の発生要因・過程

■ 報道機関が過剰反応した食品リスクの特性

- ・ 分析対象とした食品リスクの性質を定性的に比較した結果、報道機関等が過剰反応した食品リスクは、次の 9 つの特性を有することが分かった。

表 4 報道機関等の過剰反応があったリスクの特性

リスクの特性	リスクの比較	
	過剰反応有り	過剰反応無し
①原因が未解明	・ 人への伝達メカニズムが不明(BSE)	・ アクリアミド、メチル:発生過程・原因が判明
②新規性が高	・ 79年振りの発生(鳥インフル・山口)	・ 記憶に残るうちに再発生(鳥インフル・茨城)
③身近に存在	・ 国内で発生(鳥インフル・山口)	・ 国外で発生(新型インフル・香港)
④致死率が高	・ vCJDに罹った場合、死亡率100%(BSE)	・ 蓄積すると健康に被害をもたらす可能性があるが、致死率は低(アクリアミド、メチル)
⑤短期で被害が発現	・ 短期で死に至る可能性有り(鳥インフル)	・ 短期の致死率は低(アクリアミド、メチル)
⑥発生時の被害規模が大	・ ウィルスのため、全国に拡大する可能性あり(鳥インフル)	・ 国の対策等により被害の拡大を回避可能(アクリアミド、メチル)
⑦発生確率が高	・ 新型インフルエンザに発展(リスクが顕在化)する可能性有り(鳥インフル)	・ 発症する可能性はあるが、その確率は低(アクリアミド、メチル)
⑧自己防御が不可	・ 製造過程の不備でリスクに曝される可能性あり(BSE)	・ 摂食を控えることでリスクを回避できる(アクリアミド、メチル)
⑨対処方法無し	・ ワクチンや治療法が未確立(鳥インフル)	・ 癌治療の方法は確立(アクリアミド)

1) 食品リスクに対する報道機関等の過剰反応の発生要因・過程の把握

- ・ 新たに明らかになった食品リスクについて、報道関係者、及び報道機関がどのように評価・判断し、どのように対応するのか(過剰反応に至るのか)、その実態を把握するために、新聞記者を対象にインタビュー調査を実施した。
- ・ インタビューでは、全国紙、全国ネットのTVの記者を対象に、本調査で分析対象とした食品リスクを例示し、これらの報道がどのように行われたかについて質問を行った。
- ・ この結果、過剰反応した食品リスクに対する、報道関係者における評価、及びこれに基づいた行動について、下表に示す傾向が明らかになった。

表 5 食品リスクに対する報道機関の評価・判断、及び行動の傾向(記者へのインタビュー結果)

リスクの特性	報道関係者の評価・判断等	報道関係者の行動
①原因が未解明	・ 原因究明に対する読者・視聴者の関心は高い ・ リスク管理者(行政)の対応が不十分	・ 取材を継続し、定期的に報道する ・ 専門家にコメントを求める
②新規性が高	・ 他社より先に報道をする必要がある ・ 内容に広がりがある	・ スピードを優先して報道する ・ 他社との差別化を図る ・ 継続的に報道できる話題として記事にする
③生活に密着	・ 身近(国内)であり、読者・視聴者の関心が高い	・ 読者の接触率が高い紙面や視聴率が高い場面で報じる
④社会・経済との関わりの広さ	・ 社会・経済の広範な分野に影響をもたらす	・ リスクを警鐘する報道を行う
⑤致死率が高 ⑥短期で被害が発現	・ リスクがあれば、一部不明確であっても、読者・視聴者の注意を喚起する必要がある	・ 安全最優先の姿勢で報道する
⑦印象が強烈	・ 視覚的に訴えられるリスクはわかりやすく、読者・視聴者の関心を引き易い(例:BSEにおける「へたり牛」)	・ 記事・報道の素材として活用する

- ・ 報道機関の過剰反応を誘発する食品リスク以外の要因として、次の2点が指摘された。
 - ①行政機関における不適切な情報提供(情報公表の不十分さ、専門用語の解説不足)
 - ②報道機関内における記事作成過程(報道の横並び意識、新たな内容を報道しなければならないプレッシャー、他の事件とのバランス(目立った事件が他に無ければ大規模に報道))

・以上の結果より、報道機関の過剰反応の発生メカニズムを図 6 のとおり整理できた。この図に示すとおり、食品リスクにおいて次のような事態が生じると、報道機関の過剰反応を招き易いことが分かった。また、報道機関も事態を制御できず、意図せずこのような状況に陥る可能性があることが分かった。

- ▶ 行政機関に対する不信任、食品事件が社会・経済に与えるインパクトの大きさ等により、被害や発生確率を過大評価した不安記事が報道されるようになる
- ▶ 「強烈な印象を与える映像がある」、「生活に密着している」などニュースになり易い条件が整っており、報道量が増加する
- ▶ 報道量の増加を受け、多数のメディアが取り上げたり、記事の特集が組まれたりするなど、継続に報道されるようになる

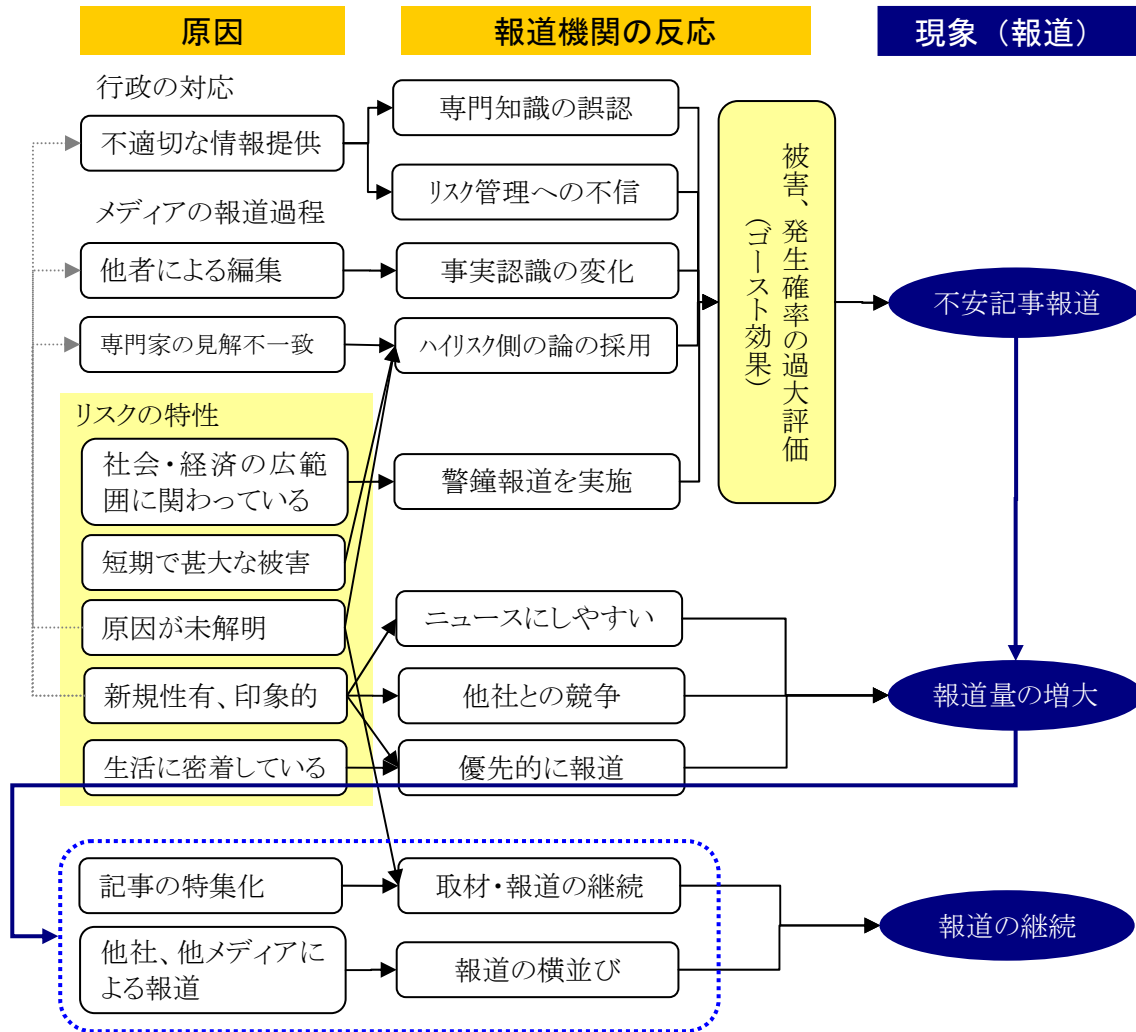


図 6 報道機関の過剰反応の発生メカニズム

1) 報道に対する消費者における過剰反応の発生要因・過程

【BSE 事件】

■ アンケートの実施

- ・ 過剰な報道による消費者の意識変化を定量的に把握するための調査手法を確立するために、一般消費者（20 歳以上の女性、993 人）を対象に、Web アンケートを実施した。
- ・ 回答者を 3 グループに分け、BSE 事件の記事（①事件発生、②レンダーリング誤発表、③偽陽性誤報の事件報道と対策報道）を提示し、接触後の国産牛肉の購買回数、支払意思額の変化を把握

した。

- ・この結果、記事接触による購買行動の変化が最も大きかったグループは、①と②の記事に接触した回答者のグループであった。②の記事が読者に「安全管理の不備」を強く印象付けたことが影響していると推察した。
- ・他方、③の記事は「行政に対する不信」を高めたものの、検査は実施していることから、購買行動に与える影響は小さかったものと推察した。

表 6 食品リスクに関する記事による消費者の意識変化 (Web アンケート結果、2007 年 3 月実施)

区分	接触記事			調査結果					
	初期報道	農水省誤発表	偽陽性公表	記事接触後の牛肉の消費行動				支払意思額の変化※	
				①変わらない	②買う量を減らす	③安全な別の肉を購入	④買うことを止める	額 (円)	変化率 (%)
グループ1(N=330)	○			36.1%	21.8%	20.3%	21.8%	+109	36.6%
グループ2(N=333)	○	○		33.9%	27.0%	21.0%	18.0%	+157	44.5%
グループ3(N=330)	○	○	○	39.4%	26.1%	17.3%	17.3%	+83	24.7%

※記事接触により「不安を感じた」と回答した被験者のうち、「安全な別の肉を購入」を選択した回答者における牛肉購入の支払意思額の増減額。変化率は、平常時の購入額（記事接触前）に対する増減額の比率。なお、サンプル数は、グループ1 = 58名、グループ2 = 63名、グループ3 = 51名。

■アンケート結果の統計分析

- ・上記のアンケート結果について3群間比較を行なった。
- ・多重比較 (Tukey, Scheffe, Bonferroni) を実施した結果、グループ①と②の間で10%水準の有意差が見られたが、グループ①と③、②と③の間では有意差が見られなかった (表 7)。
- ・同様の方法で、年収によるWTPの群間比較を行なった結果、highとlowの間で10%水準の有意差が見られたが、highとmedium、mediumとlowの間では有意差が見られなかった (表 8)。
- ・このため、さらにWTPを従属変数、income、group、Q1 (牛肉が好きですか?) を独立変数に投入したカテゴリカル回帰分析を実施した結果、いずれの独立変数も有意差が見られた (表 9)。
- ・これにより、「年収が高いほどWTPが高い」、「牛肉が好きの人ほどWTPは高い」、「グループ②のWTPは①、③のWTPと比べて有意に高い」という結果が示された。

表 7 グループ①～③のWTPの群間比較

	N	平均 WTP	標準偏差
グループ①	67	390.96	265.78
グループ②	70	490.51	255.52
グループ③	57	400.04	229.77
一元配置分散分析; F 値=3.226, p 値=0.042			

} p<0.10

表 8 年収によるWTPの群間比較

	N	平均 WTP	標準偏差
Low income	50	369.12	286.46
Medium income	105	435.70	226.74
High income	39	490.46	273.12
一元配置分散分析; F 値= 2.592, p 値=0.077			

} p<0.10

表 9 カテゴリカル回帰分析結果

	F 値	P 値
income	4.815	0.009
グループ	5.627	0.004
牛肉好き	3.049	0.030

【中国産食品】

- ・ 中国産食品（農産物、水産物（鰻）、ウーロン茶等）から農薬や有害化学物質が検出された事件が数年来続けて発生したが、このような中国産食品に対する消費者意識を定点調査した。
- ・ 第1回調査（n=1,052人）を実施した後に、「冷凍ギョーザ事件」が発生したことから、事件発生1ヵ月後に第2回目の調査（n=1,090）を実施した。
- ・ 第1回調査では、中国産食品に関する報道に接触し「中国産食品を怖いと感じている消費者の比率」、「中国産食品を買い控えている」と回答した消費者の比率ともに7割前後の高い結果であったが、第2回調査では、更にそのポイントが上がった。
- ・ 第1回調査と第2回調査の間に中国産の農産物等に関する事件が発生していなかったにも関わらず、このような変化が現れたことから、「冷凍ギョーザ事件」の余波、すなわちゴースト効果が発生した影響であると推察した。
- ・ この過程として、中国産食品を「余り信用できない」という「素地」がある状況下で、不信感を裏付けるような事態（冷凍ギョーザ）が発生することにより、消費者は漠然とした不信感を「やはり信用できない」と「確信」するようになったと推察した。
- ・ このような推察を踏まえ、このような食品に対する「漠然とした不信感」は、食品事件に対する過剰反応を察知する上で有用な指標となりうると思った。
- ・ なお、今後は、本調査結果をもとに、消費者の過剰反応の兆しを事前察知するためのモニタリング指標を開発する予定である。

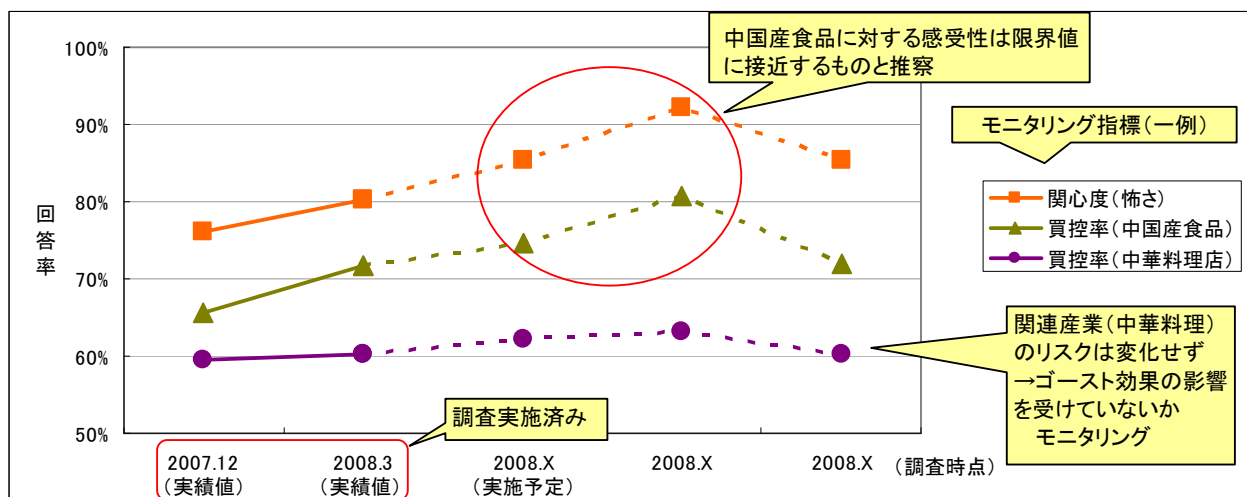


図 7 中国産食品（農産物等）に対する消費者意識のモニタリング

3) 過剰反応や風評防止・抑制のためのリスクコミュニケーション方策【H17～H19】

- ・ 3カ年の調査研究を通じて、消費者やマスメディアの過剰反応を防止・抑制するための方策として以下を考案した。

①事件前からの情報提供などの対応が重要

■方策案

- ✓ 定期的な記者会見
- ✓ 専門事項への記者懇談会の定期的実施
- ✓ 新聞社幹部と委員会幹部との定例懇談会
- ✓ 食品リスクの危険度階梯の作成、これに基づく情報提供（例：IARCの発がん性分類）
- ✓ 他のリスクの発生確率（交通事故等）を併記した情報提供
- ✓ リスク誤認の特性に配慮した情報提供方法の検討

②情報発信側の間違い等の予防策の徹底

■方策案

- ✓ 間違いの多くは紙に書いたものではなく、口頭で質問に答えたもの。裏の取れていない回答をしない等、当然であるが難しい対応の徹底
- ✓ 食い違いの多くは、口頭で質問に答えたもの。発信側で事前にすり合わせる、他部署と裏の取れていないことは慎重に回答する等、当然であるが難しい対応の徹底
- ✓ 発信側の間違い等があると、風評に移行しやすい。事件後3～10日目あたりは細心の注意が必要

③持続的な情報提供

■方策案

- ✓ 発生後は原則毎日、初動時は一日2回の記者説明を実施
- ✓ 不安を助長するだけの記事が掲載されないよう、有用な情報を常に発信
- ✓ 報道機関や一般消費者に影響を与える専門家の発言やジャンクサイエンス等のモニタリングの実施

④過剰反応の予兆を察知し、対策の早期実施

■方策案

- ✓ リスクに対する社会的な感度の変化を察知するためのモニタリング指標の開発
- ✓ 過去に発生した食品事件について、社会影響度指数を用いて分析し、大規模化したリスクを抽出するとともに、これらのリスクが大規模化した要因を把握し、今後の対応に役立つ知見として整理

(2) 本研究を基に発表した論文と掲載された雑誌名のリスト

- ・ 「健康危機における報道情報の定量化と過剰反応や風評の要因分析」, 第26回医療情報学連合大会(第7回日本医療情報学会学術大会), 2006. 11. 1-3
- ・ 「食品による健康危機事件のリスクコミュニケーションにおける情報格差に関する研究」, 日本リスク研究学会第19回研究発表会講演論文集(Vol. 19, Nov. 11-12, 2006)
- ・ 「健康危機関連事件における報道情報が消費者に与える影響の定量分析と幽霊効果」, 第27回医療情報学連合大会, 2006. 11. 23-25
- ・ 「健康危機事件における報道情報が消費者に与える影響(幽霊効果)の定量分析」, 日本リスク研究学会第20回研究発表会講演論文集(Vol. 20, Nov. 17-18, 2007)

(3) 特許及び特許出願の数と概要

なし

(4) その他(各種賞、プレスリリース、開発ソフト・データベースの構築等)

なし

3 今後の問題点等

本研究により、次の事項が明らかになった。

- ▶ 新聞等の報道量により、食品事件の社会的影響を把握できる
- ▶ 消費者意識を定点観測することにより、社会的な過剰反応を察知できる可能性がある

前者については、新聞報道であればデータベースが既に整備されており、これを用いた定量的な指数の作成が可能であることを、本年度の研究にて確認したとおりである。しかし、新聞以外にも消費者に影響を与えるメディアは数多く存在するものの、新聞報道と比較し、そのデータベースが整備されていない。特に、消費者への影響力が大きく、新聞等の他メディアにも影響を与えるTVについては、日常的に使用できるデータベースは整備されていない。このため、TVによる情報発信量を効率的・効果的に捉え、これを用いた影響の定量化手法を検討することが望まれる。例えば、事件発生後には、高視聴率時間のニュースを一定期間録画し、独自のデータベースを構築する等の方法である。他方、若年・青年世代では、TV離れが進み、Webが主たるメディアとなっていることは周知の事実である。このような動向を踏まえ、Webやブログによる情報発信量を計測し、社会的な影響度を示す指数の作成に先行的に取り組むことが望まれる。

後者については、経済における「景況判断指数」、天気予報における「降水確率」のような「先を読むための指標」として、食品産業の関係者の間で普及する可能性を秘めたものである。このような発展を遂げるためには、消費者意識等の定点観測を継続し蓄積に努めるとともに、いざ食品事件が発生した時には、「結果的にどの調査項目が先行指標として有用であったか」を検証できるように準備をしておくことが望まれる。このためには、消費者だけでなく、業界関係者とも連携しながら、食品安全に対する意識を的確に捉えるための定点観測指標、及びその効果的・効率的な調査手法を早期に開発することが望まれる。