

内閣府食品安全委員会事務局
平成18年度食品安全確保総合調査報告書

食品の安全性に係る リスクコミュニケーション等に関する調査 報告書

平成19年3月

 株式会社 三菱総合研究所

目 次

I. 調査概要	1
II. 調査目的	6
1. 調査の目的	6
2. 調査項目	7
III. 諸外国のリスクコミュニケーション手法に係る調査	9
1. 欧米諸国の食品安全関連機関におけるマスメディア対応に関するヒアリング等	12
1.1 調査の目的	12
1.2 ヒアリング調査の方法	12
1.3 ヒアリング調査結果	14
1.4 まとめ	25
2. 欧米諸国から有識者を招いた国際ワークショップの運営、提言等の取りまとめ	27
2.1 開催目的	27
2.2 参加者	28
2.3 プログラム	29
2.4 各発表者からの発表内容と質疑	30
2.5 提言（ディスカッション要旨）	52
2.6 まとめ	53
IV. 食品安全委員会のリスクコミュニケーションの手法の評価・改善	55
1. はじめに	59
2. フォーカス・グループ・インタビュー	59
2.1 FGI の概要	59
2.2 本調査における FGI の実施目的	60
2.3 調査項目設定の要点	60
2.4 第 1 回 FGI の実施	62
2.5 第 2 回 FGI の実施	86
2.6 調査結果の考察	120
2.7 評価結果の検証	125
2.8 今後の課題	125
3. 市民パネル	127

3.1	市民パネルの特徴.....	127
3.2	事例調査.....	128
3.3	市民パネルの課題.....	136
3.4	参加可能性に関する調査.....	137
3.5	市民パネル利用の可能性.....	139
4.	リスクコミュニケーション手法評価検討会での議論.....	140
4.1	リスクコミュニケーション手法評価検討会の委員構成.....	140
4.2	リスクコミュニケーション手法評価検討会の実施状況.....	140
4.3	リスクコミュニケーション手法評価検討会での議論.....	142
5.	今後の課題.....	143

V. マスメディアを通じた情報発信態勢の強化・改善に係る調査.....145

1.	はじめに.....	148
2.	メディア・トレーニングに係わる評価項目の作成.....	148
3.	メディア・トレーニングに係わるテスト・評価の実施.....	150
3.1	テストの実施.....	150
3.2	評価の実施.....	151
4.	評価結果の取りまとめ.....	152
4.1	伝えたいメッセージを強調する.....	152
4.2	話の長さを短くする.....	153
4.3	相手の関心事、理解度に合わせて話を構成する.....	153
4.4	資料を活用する.....	154
4.5	ノンバーバル表現を活用する.....	154
4.6	食品安全委員会委員と専門家としての立場を区別して話す.....	154
5.	今後の課題.....	155
5.1	一般的に行われているメディア・トレーニング等.....	155
5.2	今後のメディア・トレーニング等の実施について.....	156

VI. マスメディア報道とその影響分析に係る調査.....159

1.	はじめに.....	162
2.	過去事例の調査.....	162
2.1	調査の概要.....	162
2.2	調査結果.....	165
3.	平成18年度上半期掲載記事の調査.....	183
3.1	調査の概要.....	183
3.2	調査結果.....	185

4. 調査結果のまとめ	201
5. 今後の課題	202

VII. 消費者の意識調査.....205

1. はじめに.....	208
2. 意識調査の方法.....	208
2.1 スケジュール	208
2.2 質問項目	208
2.3 インターネットアンケート調査の実施方法	209
3. 調査結果.....	210
3.1 第1回調査の結果.....	210
3.2 第2回調査の結果.....	214
3.3 第3回調査の結果.....	234
3.4 第4回調査の結果.....	243
3.5 第5回調査の結果.....	253
3.6 第6回調査の結果.....	269
3.7 第7回調査の結果.....	278
4. 調査結果の総合的な分析.....	291
4.1 世論調査結果等との比較	291
4.2 マスメディアと消費者意識	291
4.3 消費者の食品選択行動やリスク認知の規定要因	292
4.4 フォーカス・グループ・インタビューとの関係	293
4.5 リスクコミュニケーションの効果・影響	296
5. 今後の課題	296

VIII. まとめ及び今後の課題.....297

資料編

マスメディア報道とその影響分析に係る調査	299
1. 過去事例の調査資料.....	302
1.1 露出量評価資料（ELNET を使用した場合）	302
1.2 露出量評価資料（日経テレコン 21 を使用した場合）	313
1.3 露出内容評価資料.....	323
2. 平成 18 年度上半期掲載記事の調査に関する参考資料.....	334
2.1 露出量評価資料	334
2.2 露出内容評価資料.....	343
 消費者の意識調査	 357
第 1 回調査 2006 年 7 月	361
第 2 回調査 2006 年 9 月	368
第 3 回調査 2006 年 10 月	374
第 4 回調査 2006 年 12 月	380
第 5 回調査 2006 年 12 月	384
第 6 回調査 2007 年 3 月	387
第 7 回調査 2007 年 3 月	390

I 調査概要

本調査の方法および結果の概要を以下に示す。

1. 諸外国のリスクコミュニケーション手法に係る調査

■ 調査方法

- アメリカ、カナダ、ベルギー、イギリス、ドイツ、EU の食品安全に関係する機関を対象としたヒアリング調査を行い、各国のメディア対応の状況を把握した。
- 平成 19 年 1 月 29 日から 31 日にかけて、カナダ、オランダ、EU の食品安全機関から食品安全のリスクコミュニケーションに実務経験を有する有識者を招いて「第 3 回食品安全のリスクコミュニケーションに関する国際ワークショップ」を開催し、メディア対応を始めとした最新のリスクコミュニケーションの状況について意見交換や議論を行った。

■ 調査結果

- ヒアリング調査を通じて各国のメディア対応に関して以下の点を把握した。
 - ✧ メディア対応部署の概要・業務内容
 - ✧ メディア対応部署のスタッフのバックグラウンド
 - ✧ メディア・トレーニングの実施状況
 - ✧ メディア対応のポイント
 - ✧ リスク評価の透明性の確保食品安全を扱う機関のメディア対応の大きな課題の一つに、科学的な情報をどのようにわかりやすく伝えるかという共通した課題がある。各機関ともに、この点を重要課題と認識しており、トレーニングの実施や事務側と科学者が協力体制を強化することで、改善を目指していることが分かった。このような取組みに関しては、今後も情報収集、意見交換を継続的に行っていく必要がある。
- 今回のワークショップでは主に以下の 3 点を中心に意見交換と議論が行われた。
 - ✧ リスクコミュニケーションに関して、諸外国の政府機関と共通の課題を明確化し、課題解決のための国際的な対応の必要性について議論する。
 - ✧ 海外での先進的な取り組みについて、国内での導入の可能性を議論する。
 - ✧ 今後のリスクコミュニケーションの進め方について議論する。3 日間のワークショップを通じて上記を中心とした活発な意見交換と議論が行われた。最終日には以下の点に関して提言がまとめられた。
 - リスクコミュニケーションの評価
 - 「安全」と「安心」
 - 情報のサマライズ
 - リスクコミュニケーションとコーポレートコミュニケーション
 - リスクコミュニケーター育成

2. 食品安全委員会のリスクコミュニケーションの手法の評価・改善

■ 調査方法

- 食品安全委員会が実施するリスクコミュニケーションについて、その手法の有効性・改善を要するポイントを抽出するための調査を行った。具体的には、将来的に導入する可能性のあるリスクコミュニケーション手法として、以下の2種類の手法を調査した。

☆ フォーカス・グループ・インタビュー

☆ 市民パネル

- また、手法等を検討するために「リスクコミュニケーション手法評価検討会」を設置して、今後のリスクコミュニケーション手法のあり方等について検討を行った。

■ 調査結果

- フォーカス・グループ・インタビューを2回試行することで、一般消費者の食品安全に関する意識を把握した。その理解に基づいて効果的な情報提供とメディアリレーションのあり方について検討した。その結果、今後取り組むべき食品安全委員会のリスクコミュニケーション方策に資する課題を得ることができた。今後、フォーカス・グループ・インタビューとインターネットアンケートを相補的に組み合わせ定型的に実施できる方法論を構築することにより、効率的に消費者の意識調査を行えることが明らかになった。
- 市民パネルについて検討を行った結果、現状で食品安全委員会が実施するリスクコミュニケーションの手法の1つとするには様々な課題があることが分かった。一方、将来的には、食品の安全に関して、専門的な知識を伴うテーマについて、専門的な情報を集約するツールとして市民パネルによる議論が利用できる可能性があることも分かった。
- 「リスクコミュニケーション手法評価検討会」において今回の調査項目全般にわたる議論を実施して様々な分野の専門家の視点を本調査に反映させた。

3. マスメディアを通じた情報発信態勢の強化・改善に係る調査

■ 調査方法

- マスメディアを通じた情報発信を強化・改善することを目的として、メディア・トレーニングの導入についてテストを実施した。また、その評価と今後の課題をまとめた。
- 具体的には、メディア対応スキルとコミュニケーションスキルの双方に注目して、食品安全委員会委員 6 名を対象としたメディア・トレーニングを実施した。

■ 調査結果

- メディア・トレーニングの評価結果から、食品安全委員会委員 6 名に対しては以下の 6 点が今後強化すべき重要なポイントであることが分かった。
 - ✧ 伝えたいメッセージを強調すること。
 - ✧ 話の長さを短くすること。
 - ✧ 相手の関心事、理解度に合わせて話を構成すること。
 - ✧ 資料を活用すること。
 - ✧ ノンバーバル表現を活用すること。
 - ✧ 食品安全委員会委員と専門家としての立場を区別して話すこと。
- また食品安全委員会全般については、以下の点が今後のマスメディアを通じた情報発信態勢の強化・改善にとって重要であることが明らかになった。
 - ✧ 役割・任務に配慮したプログラム化
 - ✧ ノンバーバル表現の強化
 - ✧ 継続的なメディア・トレーニングの実施
 - ✧ 事務局との連携体制を視野に入れたトレーニング

4. マスメディア報道とその影響分析に係る調査

■ 調査方法

- 食品安全委員会に係るマスメディア報道の現状について、メディアへの露出状況とプレスリリースや食品安全委員会との関連を分析することにより、マスメディア対応における課題を抽出し、今後の食品安全委員会の情報発信のあり方を提示することを目的とした調査を行った。
- 本調査では、過去事例および平成 18 年度上半期の食品安全委員会に関連する記事に対して、メディアカバー分析として露出量評価、および露出内容評価を実施した。
- 分析対象の媒体は新聞および雑誌掲載記事とし、記事検索データベースを用いて記事抽出を行った。代表的な新聞記事検索データベースとしては日経テレコン、ELNET があるが、収載記事の網羅性を調査した結果、日経テレコンを用いることが適当であると判断し、これを用いることとした。露出量と露出内容の 2 つの側面から評価を実施した。

■ 調査結果

- 過去事例としては、これまでのリスク評価事例である「魚介類等に含まれるメチル水銀に関するリスク評価(平成 17 年 6 月 8 日)」、「我が国における牛海綿状脳症(BSE)対策に係る食品健康影響評価の結果の通知について(平成 17 年 5 月 6 日)」、「米国及びカナダ産牛肉等に係る食品健康影響評価の結果の通知について(平成 17 年 12 月 8 日)」の 3 件を採り上げた。
- 露出量評価では、記事のレイアウト情報(記事掲載面、記事文字数、図表の有無)も考慮した計算式から定義される露出量ポイントを提案し、新聞発行部数で与えられる単純到達読者数での評価結果と比較した。その結果、露出量ポイントと単純到達読者数では露出量の傾向が異なる場合があることが確認された。
- 露出内容評価では、評価対象の 3 件の事例それぞれについて、リスクメッセージとの整合性および事実との整合性をチェックした結果、リスクメッセージが掲載されるようにプレスリリースを改善する余地があることがわかった。
- 平成 18 年度上半期は露出量ポイントの高いものから順に、①BSE、②食品安全委員会、③残留農薬、関連の記事が掲載されたことがわかった。また、論調分析の対象となる何らかの見解を述べた記事については、プリオン専門調査会委員交代に関するものが最も多く、全体として食品安全委員会へ批判的な記事が多い傾向が見られた。大豆イソフラボンのリスクメッセージとの整合性では、過去事例と同様に評価結果を網羅的に掲載した記事は少なかった。

5. 消費者の意識調査

■ 調査方法

- 食品の安全性に関する消費者意識を機動的に把握するため、国民の関心の高い対象や食品健康影響評価を行った個別テーマについてインターネットを通じた意識調査を行った。調査は合計 7 回実施した。得られた調査結果については、同分野の世論調査結果等との比較も行った。

■ 調査結果

- 各回の主な調査のテーマを以下に示す。
 - ✧ BSE, 大豆イソフラボン, 危害要因, 情報入手の手段等
 - ✧ 購買行動 (牛肉), リスクコミュニケーションの認知度等
 - ✧ 食品の消費行動, 新聞記事の重み付け等
 - ✧ 第 1 回フォーカス・グループ・インタビューの仮説検証等
 - ✧ 購買行動 (アクリルアミド)
 - ✧ 第 2 回フォーカス・グループ・インタビューの仮説検証等
 - ✧ 第 1 回調査結果の時間的な変動の確認, 鳥インフルエンザ等
- 各回の調査結果をまとめるとともに、調査全体を通じて、以下の点について注目したまとめを行った。
 - ✧ 世論調査結果等との比較
 - ✧ マスメディアと消費者意識
 - ✧ 消費者の食品選択行動やリスク認知の規定要因
 - ✧ フォーカス・グループ・インタビューとの関係
 - ✧ リスクコミュニケーションの効果・影響
- 特に、いくつかの調査結果から、インターネットによる調査の結果と世論調査の結果の間には、差が認められるものの概ね同様の傾向を示すことがわかった。また、同一の質問を何度か実施したが結果が大きく変動することは無かった。このことからインターネットによる調査の回答にもある程度安定性があると考えられる。今後、インターネットによる調査の特性に留意しつつ、継続的な調査の実施が必要である。
- 概ね 1 ヶ月程度で 1 回の調査を実施することが可能であることから、食品安全に係る問題が発生した場合には、インターネットによる調査により 1 ヶ月程度以内に消費者の意識を確認することも今後検討すべきである。

Ⅱ 調査目的

1. 調査の目的

食品安全委員会は、食品に関するリスク評価とともに、リスクコミュニケーションを行うことも主要な任務としている。我が国のリスクコミュニケーションに関する取組を一層推進していくためには、信頼される食品安全行政を確立するとともに、食品安全分野のリスクコミュニケーションの進め方を検討し、その手法を開発する必要がある。

上記の検討を行う場であるリスクコミュニケーション専門調査会における検討材料を収集するため、国内外におけるリスクコミュニケーションの詳細な事例把握等による知識情報等の蓄積、リスクコミュニケーションの効果の評価、情報発信態勢の評価、消費者意識の把握を行うことを目的として本調査を実施した。特に本調査においては、マスメディアを通じた情報提供と、一般的な消費者の食品安全に関する意識の把握に注目した。

調査項目の全体像を図 1 に示す。また、食品安全委員会からのメッセージの流れと本調査項目の関係を図 2 に示す。

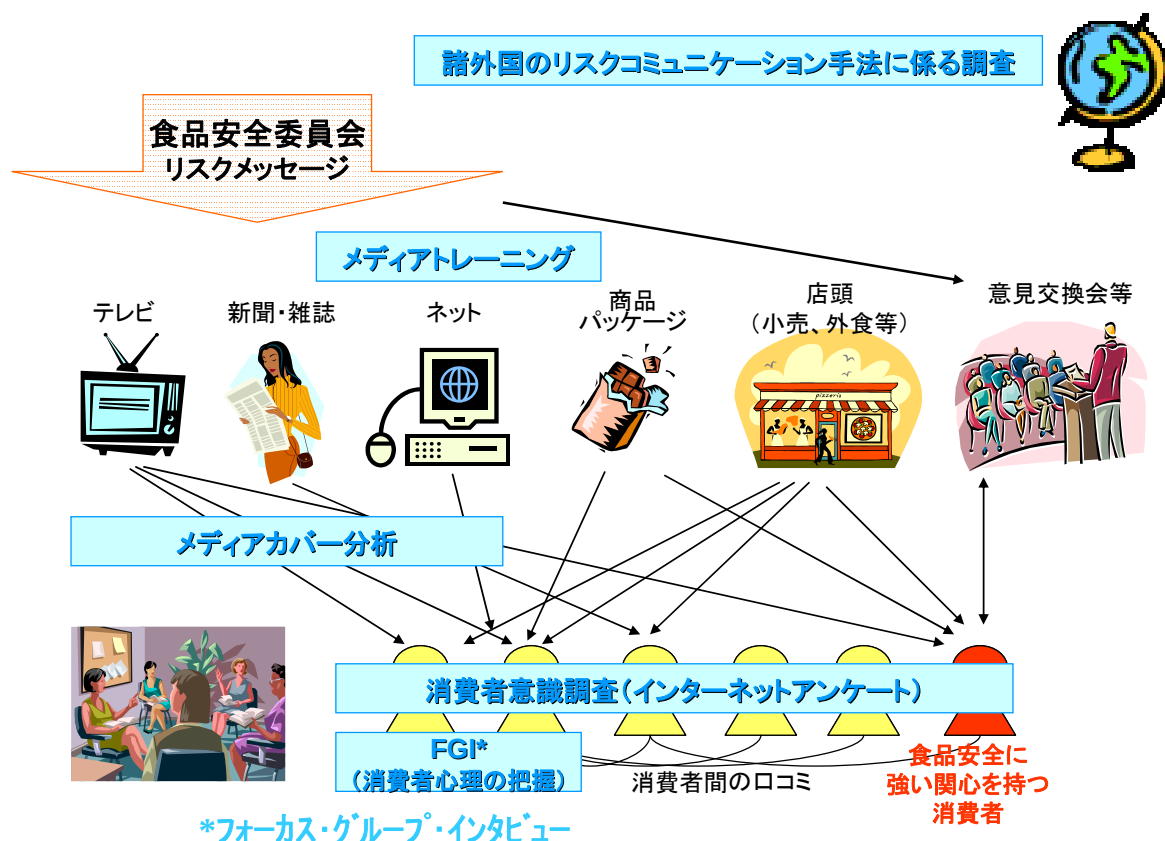


図 1 調査の全体概要

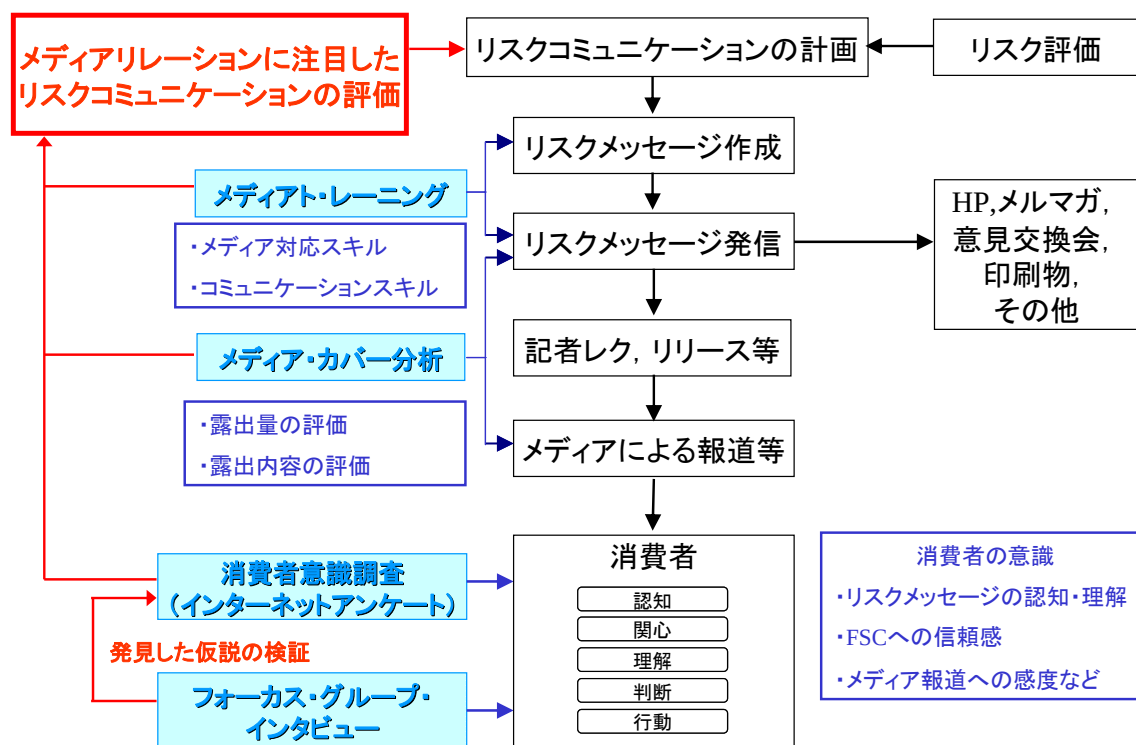


図 2 食品安全委員会からのリスクメッセージの流れと本調査項目の関係

2. 調査項目

(1) 諸外国のリスクコミュニケーション手法に係る調査

英国・ベルギー・ドイツなどの EU 加盟国の他、食品の安全性について我が国との関係が深い米国、カナダを対象として、各国の食品安全関連のメディア対応業務の概要、組織、対応態勢（通常時の調査分析及び緊急時対応）、予算配分、食品関連危害要因報道への主たる対応事例等を調査した。

カナダ、オランダ、EU において、リスクコミュニケーションの実務経験を有する有識者を日本に招聘し、3 日間の日程で国際ワークショップを実施した。

(2) 食品安全委員会のリスクコミュニケーション手法の評価・改善

食品安全委員会が実施するリスクコミュニケーションについて、その手法の有効性・改善を要するポイントを抽出するための調査を行った。具体的には、将来的に導入する可能性のあるリスクコミュニケーション手法として、「フォーカス・グループ・インタビュー」及び「市民パネル」に注目して、その導入の有効性を検討した。また、手法等を検討するため「リスクコミュニケーション手法評価検討会」を設置して、今後のリスクコミュニケーション手法のあり方等について検討を行った。

(3) マスメディアを通じた情報発信態勢の強化・改善に係る調査

マスメディアを通じた情報発信を強化・改善することを目的として、メディア・トレーニングの導入についてテストを実施した。また、その評価と今後の課題をまとめた。なお、情報発信手法・体制の有効性・改善のポイント等については、本調査で設置した、「リスクコミュニケーション手法評価検討会」においても検討課題として議論した。

(4) マスメディア報道とその影響分析に係る調査

マスメディア報道は一般消費者への影響力が強く、リスクコミュニケーションにおいてもその役割は重要である。そこで、食品安全委員会に係るマスメディア報道の現状について、メディアへの露出状況とプレスリリースや食品安全委員会との関連を分析することにより、マスメディア対応における課題を抽出し、今後の食品安全委員会の情報発信のあり方を提示することを目的とした調査を行った。

(5) 消費者の意識調査

我が国における食品の安全性に関する消費者意識を機動的に把握するため、国民の関心の高い対象や食品健康影響評価を行った個別テーマについてインターネットを通じた意識調査を行った。調査結果については、リスクコミュニケーションの効果並びに今後の方向性への指標とする観点から検討を行った。

III 諸外国のリスクコミュニケーション手法 に係る調査

目次

1. 欧米諸国の食品安全関連機関におけるマスメディア対応に関するヒアリング等	12
1.1 調査の目的	12
1.2 ヒアリング調査の方法	12
1.2.1 調査時期・ヒアリング項目	12
1.2.2 調査対象	12
1.3 ヒアリング調査結果	14
1.3.1 カナダ食品検査庁 -Canadian Food Inspection Agency (CFIA) -	14
1.3.2 カナダ保健省 -Health Canada-	15
1.3.3 ベルギー連邦フードチェーン安全局 -AFSCA-	15
1.3.4 英国食品基準庁 - Food Standards Agency (FSA) -	16
1.3.5 独連邦リスク評価研究所 -BfR-	17
1.3.6 欧州食品安全機関 -European Food Safety Authority(EFSA)-	18
1.3.7 サイエンス・メディア・センター -Science Media Centre (SMC)-	20
1.3.8 ハーバード公衆衛生大学院 デイビッド・ロピーク氏 - Harvard School of Public Health, David Ropeik -	22
1.3.9 その他の食品安全機関	23
1.4 まとめ	25
2. 欧米諸国から有識者を招いた国際ワークショップの運営、提言等の取りまとめ	27
2.1 開催目的	27
2.2 参加者	28
2.3 プログラム	29
2.4 各発表者からの発表内容と質疑	30
2.4.1 第1日目（平成19年1月29日）	30
2.4.2 第2日目（平成19年1月30日）	36
2.5 提言（ディスカッション要旨）	52
2.6 まとめ	53

1. 欧米諸国の食品安全関連機関におけるマスメディア対応に関するヒアリング等

1.1 調査の目的

本調査の目的は、欧米諸国の食品安全関連機関におけるメディア対応に関する先進的な体制作りや取り組みなどを調査、整理し、食品安全委員会のメディア対応の強化・改善のための検討の材料となるデータを収集することである。

1.2 ヒアリング調査の方法

1.2.1 調査時期・ヒアリング項目

ヒアリング調査の実施時期、調査日程は以下に示す通りである。

- 実施時期：平成 18 年 10 月 3 日～10 月 17 日

- 調査日程

10 月 3 日	出国
10 月 4 日	アメリカ（ボストン）
10 月 5 日	カナダ（オタワ）
10 月 6－7 日	アメリカ（ワシントン D.C.）
10 月 8－9 日	ベルギー（ブリュッセル）
10 月 10－11 日	イギリス（ロンドン）
10 月 12－13 日	イタリア（パルマ）
10 月 14－16 日	ドイツ（ベルリン）
10 月 17 日	帰国

今回訪問したのは、主に直接のメディア対応を日常的に行っている部署の担当者であり、大きく分けて下記の 5 点について各国、各機関における体制作りや具体的な取り組みについてのヒアリングを実施した。

- メディア対応部署の概要・業務内容
- メディア対応部署のスタッフのバックグラウンド
- メディアトレーニングの実施状況
- メディア対応のポイント
- リスク評価の透明性（リスク評価を行っている機関のみ）

また、行政機関以外にも、食品安全に関わる情報を、メディアを通じて効果的に伝える方法について、行政機関以外の専門機関（サイエンス・メディア・センター）、専門家（ディビッド・ロピーク氏）にもヒアリングを実施した。

1.2.2 調査対象

調査対象となった国、機関、面談者を表 1-1 に示す。

表 1-1 ヒアリング訪問先一覧

国	機関	面談者	役職・所属	日時
アメリカ	Harvard School of Public Health ハーバード公衆衛生大学院	David Ropeik	Director of Risk Communication for the Harvard Center for Risk Analysis	10/4 9:00-11:00
	FDA/CFSAN 米国食品医薬品庁	Johnny E. Braddy	Director, International Visitors Program	10/6 10:00-12:00
		Elisa L. Elliot	Microbiologist, Emergency Response Expert	
		John M. Hicks, Jr.	Risk Assessment Project Manager	
	USDA/FSIS 米国農務省	Diane Van Lonkhuyzen	Public Affairs Specialist	10/6 13:00-15:00
		Kathy Bernard	Food Safety Specialist	
カナダ	CFIA カナダ食品検査庁	Sandra Lavigne	Executive Director, Public Affairs	10/5 10:00-12:00
		Debbie Cunningham	Director, Issues Communications	
		Mark Van Dusen	Manager, Media Relations	
		Alain Charette	Media Relations Advisor	
	Health Canada カナダ保健省	Jirina Vlk	Acting Chief, Media Relations	10/5 15:00-17:00
ベルギー	AFSCA ベルギー連邦フードチェーン安全局	Pascal Houbaert	Spokesperson	10/9 10:00-12:00
イギリス	FSA 英国食品基準庁	Justin Everard	News Manager	10/10 15:30-16:30
		Gabrielle Owtram	Media Relations Manager	
	SMC サイエンス・メディア・センター	Nancy Mendoza	Press Officer	10/10 13:00-14:00
ドイツ	BfR 独連邦リスク評価研究所	Dr. Rolf Hertel	Head of Unit, Risk Assessment and Impact Assessment	10/16 10:00-12:00
		Jürgen Their-Kundke	Communication and Public Affairs	
		Ariane Girndt	Communication and Public Affairs	
EU (イタリア)	EFSA 欧州食品安全機関	Ann-Laure Gassin	Director, Communications	10/12 14:00-16:00
		Carola Sondermann	Senior Press Officer, Communications	10/12 16:15-17:15
		Alun Jones	Press Officer (Science)	
		Irene Van Geest-Jacobs	Communication Advisor	10/12 17:15-18:15
		Lucia de Luca	Press Officer (Corporate)	10/13 9:30-10:30
		Sarah Weatherley	Web Manager, Communications	10/13 11:00-12:00
		Ingera Söderlund	International Liaison, International and Institutional relations	10/13 12:00-13:00

1.3 ヒアリング調査結果

1.3.1 カナダ食品検査庁 -Canadian Food Inspection Agency (CFIA) -

(1) 組織概要

カナダの食品安全管理体制は、1997年に行われた組織改革により、カナダ保健省が基準設定、研究、評価を担当、カナダ食品検査庁（以下、CFIA）が管理施行を地方レベルまで担当している。

(2) メディア対応部署の概要・業務内容

CFIAにおいて、メディア対応を担当しているのは、Public Affairs Branch に属する Media Relations Office である。この部署は、設立以降、メディア対応業務の増加に伴い、1999年に設置された。Media Relations Office には、5名のスタッフが所属しており、うち2名は、メディアの報道内容をチェックし、日に2回のメディアレポートを作成するモニタリングの担当者である。メディア対応に充てられる予算は、年間約 450,000 カナダドルで、これには、外部委託のメディアトレーニング費用も含まれている。Media Relations Office の主な業務内容は、以下に示すとおりである。

- メディアの問い合わせ窓口、及び、記録
- 記者への情報提供
- インタビューなどの取材対応を控えたスポークスパーソンの準備支援
- メディア関連のイベントの企画・運営
- 一日二回発行のメディアレポートの作成
 - ・ 第一報：CFIA 関連記事の集約
 - ・ 第二報：記事内容の分析結果

(3) メディア対応部署のスタッフのバックグラウンド

Media Relation Office のスタッフのうち、アドバイザーの2人は、ジャーナリストの経験がある。担当者の考えでは、メディア対応を担当するスタッフにジャーナリストの経験は必須である。その理由としては、メディア対応をする際に、自分が取材する側に立っていたらどのような記事を書くかを考えながら対応することが重要と考えるから、とのことであった。

(4) メディアトレーニングの実施状況

カナダには、コミュニケーションに関する連邦政府全体の統一的な指針（Government of Canada Communications Policy ¹⁾）があり、この指針に基づいてトレーニングは設計、実施されている。CFIA は、食品安全に関する様々な問題・テーマに関して、ふさわしいスポークスパーソンを用意できる態勢を整えておかねばならず、そのためにもメディアトレーニングの重要性は極めて高いという認識を持っている。トレーニングには、外部委託しているものと、内部で行っているものがある。内部で行うトレーニングが必要とされる理由としては、スポークスパーソンとなる人物は、メディア対応一般のスキルのみならず、CFIA という組織の特徴を踏まえたトレーニングが重要と考えるからである。内部トレーニング受講者は、メディアの特性、取材の対応方法、メディア取材における CFIA の正しい位置づけ方などを学ぶ。外部委託しているトレーニングでは、一般的なメディア対応のノウハウについて学んでいるということである。

¹⁾ この指針は、ホームページ上で全文公開されている。

(http://www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/sipubs/comm/comm_e.asp)

(5) メディア対応のポイント

- ・ 日常的なメディア対応業務において目指しているのは、メディアとの「オープンかつ能率的な (Open businesslike)」な関係構築である。メディアのことをよく知り、適度なインフォーマルな付き合いもしながら信頼関係を構築していくことも大切だが、近すぎてもよくない。お互いの立場や限界を理解し、いい距離感を保つことが重要である。
- ・ 基本的に、メディアの大小や種類によって対応を変えることはない。どんなに小さい媒体からのリクエストにも応じている。しかし、緊急時など多くの消費者に迅速に情報を伝えなければならない場合には、大きいメディアに積極的に情報を流すこともある。これはあくまで例外的な対応で、基本的には全てのメディアに対して公平な対応を目指している。
- ・ メディアに対して、時に、能動的かつ積極的（プロアクティブ）な態度を取ることも重要であるが、多用すべきではなく、重要な問題が起きた場合に注目が得られるようにある程度慎重になるべきである。

1.3.2 カナダ保健省 -Health Canada-

(1) 組織概要

1.3.1 (1) でも示したとおり、カナダの食品安全管理行政において、カナダ保健省は、基準設定、研究、評価を担当している。

(2) メディア対応部署の概要・業務内容

カナダ保健省において、メディア対応を担当しているのは、Public Affairs, Consultation and Regions Branch 内の Media Relations 担当課である。スタッフは 8 名おり、うち 3 名は、メディアの報道内容をチェックし、日次レポートの作成を担当している。

主な業務内容は、メディアの問い合わせ窓口業務、メディアとのやり取りのログを記録するデータベースの管理、スポークスパーソンの支援などである。メディアとのやり取りは、電子的に記録することとなっており、既定のフォームに入力すると、関係者にもコピーが送信され、いつ、誰が、誰とどの様なやり取りをしたかのメディア対応に関する情報共有がなされている。

スポークスパーソンは分野によって決められており、問い合わせの内容によって適任者が決定される形式を取っている。

(3) メディア対応部署のスタッフのバックグラウンド

スタッフのバックグラウンドは様々で、ジャーナリストの経験を特に問うことはない。

(4) メディアトレーニングの実施状況

メディアトレーニングは、外部委託して実施している。プログラムの内容としては、座学によってメディア対応の基礎を学ぶとともに、受講者が模擬取材を受ける様子をビデオ撮影し、上映しながらポイントを解説、改善点を話し合う 1 日がかりのものである。

1.3.3 ベルギー連邦フードチェーン安全局 -AFSCA-

(1) 組織概要

ベルギー連邦フードチェーン安全局（以下、AFSCA）は、食品の流通経路全般の管理を一元化する目的で 2000 年 2 月に設立された。リスク評価と管理の両方を実施するほか、流

通経路の監視も行っている。AFSCA 設立以前には、食品安全行政内にメディア対応を専門に担当する部署がなかった。このため、1999 年のダイオキシン問題の際に、情報提供がしっかり行われなかったことが、事態の深刻化につながったとの反省から、AFSCA には、設立時にコミュニケーション部署が設置されることとなった。

(2) メディア対応部署の概要・業務内容

AFSCA におけるメディア対応は、コミュニケーション部署が行っている。AFSCA では、オランダ語とフランス語で一人ずつ、スポークスパーソンを設置しており、メディアの問い合わせ窓口は実質、この二人に集約されている。メディアの問い合わせのほとんどは、この二人のスポークスパーソンで対応、回答しており、特に専門的な知識を要する場合を除いては、他にスポークスパーソンを指名したりすることはないとのことである。

コミュニケーション部署全体では、11 名のスタッフがあり、この中には、メディア対応以外のホットライン担当者 2 名、Web サイト担当者 1 名、出版関連担当者 1 名も含まれている。実質のメディア対応は、4, 5 名のスタッフで行っている。コミュニケーション部署の予算は、年間約 150 万ユーロで、このうちの多くは、広告費用として使われている。この広告では、テレビ広告、雑誌などの媒体を利用して、食品の扱い方など子どもを含む幅広い世代に対するメッセージをアニメーションやマンガを用いて伝えている。

(3) メディア対応部署のスタッフのバックグラウンド

現在のコミュニケーション部署のスタッフにメディアを含むコミュニケーション関連の経験がある人は少ない。科学的な知識・経験がある人が多く、コミュニケーションに関するスキルやノウハウは、行政機関に入ってからトレーニングなどで学んでいる人が多い。

(4) メディアトレーニングの実施状況

民間の外部機関に委託して主に AFSCA の職員を対象として、実施している。トレーニングは、数日間のプログラムで、プレスリリースの書き方やメディアに関する基礎知識を学ぶ。トレーナーは、行政機関職員専門のトレーニングを行っており、大変質が高いとのことである。

(5) メディア対応のポイント

- ・ メディアの信頼を得るためには、いつでも問い合わせに応じられる態勢を作り、問い合わせには迅速に対応することである。
- ・ メディアは、時間に追われており、AFSCA に最初に問い合わせてもその場で、もしくはすぐに回答が得られなければ、その他の機関や専門家に問い合わせる回答を得ようとする。その場合、間違った情報が流れてしまう可能性もあるので、メディアの問い合わせにはなるべく速く応えるようにしている。

1.3.4 英国食品基準庁 - Food Standards Agency (FSA) -

(1) 組織概要

英国食品基準庁（以下、FSA）は、1980 年代から 90 年代にかけての一連の BSE 問題が大きな社会問題となったのを受けて、2000 年に、食品安全行政の一元化を目的として設立された。FSA は、リスク評価から管理までを一貫して担当する機関であるが、食品リスクの評価は、FSA からは独立した形で設置されている科学委員会（Scientific Committee）で実施されている。

(2) メディア対応部署の概要・業務内容

コミュニケーション部全体では、約 40 名のスタッフが所属しており、メディア対応のほかにも Web サイトやスピーチライティングなども行っている。メディア対応には、メディアに対するイベントなどを企画・運営するチームと実際のメディアの問い合わせ対応を行っているチームの 2 つに分かれている。このチームは、メディアの問い合わせ窓口となっているが、スポークスパーソンが必要となった場合はそれぞれ専門の科学者が任命され、メディア対応部署のスタッフはその支援を行っている。

(3) メディア対応部署のスタッフのバックグラウンド

コミュニケーション部のスタッフのほとんどは、なんらかのコミュニケーションの経験を有している。これは、メディア対応のスタッフは特に、経験者を採用していこうという近年のイギリス政府全体の方針の表れだということである。

(4) メディアトレーニングの実施状況

FSA のメディアトレーニングは、外部委託により実施している。対象者は、スポークスパーソンになる可能性のある全てのスタッフ・関係者である。委託会社は、テレビスタジオのようなセットを持っており、そこで模擬の取材などを行っている。費用は高いが、効果は認められている。

(5) メディア対応のポイント

- ・ メディアは、敵ではないが、友達でもない。よく知ることは大切だが、自分が背負っている（代表している）機関のことを忘れてはならない。
- ・ ジャーナリストとの非公式な交流も行っているが、非公式な場での発言も記事になってしまうこともあるので注意が必要である。

(6) リスク評価の透明性

透明性を確保するために FSA では、Board Meeting（幹部役員会議）を原則公開としている。しかし、公開の場ではオープンな意見交換がしにくいという懸念もあるため、前日に非公開の会議を設けている。このことについては、メディアにも知らせており、これまで特に問題になったことはないとのことである。また、リスク評価を行う Scientific Advisory Committee（科学諮問会議）の一部も公開している。この会議のメンバーの一部には、公開に関して疑問を持つ声が上がっており、一部メディアでも取り上げられている。記事では、公開の場では自由な意見を述べにくいという会議のメンバーの意見が載せられており、公開会議については、様々な意見が FSA 内外に存在することがわかる。

1.3.5 独連邦リスク評価研究所 -BfR-

(1) 組織概要

ドイツでは 2000 年の BSE 問題へのドイツ政府の対応が問題視され、食品安全行政の見直しを検討するためのベーデル委員会が発足した。この委員会での検討の取りまとめを受けて、2002 年にリスク評価とリスクコミュニケーションを行う連邦リスク評価研究所（以下、BfR）とリスク管理を行う連邦消費者保護食品安全庁（BVL）が設置された。

(2) メディア対応部署の概要・業務内容

メディア対応を担当する Communications and Public Relations には、合計 8 名のスタッフがいますが、これにはコミュニケーション関連のイベントの運営などを担当するスタッフも含まれているので、実際のメディア対応を行っているのは 2、3 名である。一日に約 20 件程度のメディアからの電話およびメールの問い合わせに対応している。

(3) メディア対応部署のスタッフのバックグラウンド

メディア対応を担当するスタッフには、コミュニケーションやメディアの知識とスキルが重要であるため、BfR でも経験者が担当している。

(4) メディアトレーニングの実施状況

メディアトレーニングは、外部機関に委託して行っている。対象者は主に、各部署の代表者である。メディアトレーニングのほかにも、実際に報道されたテレビ映像などを取材を受けた担当者やメディア対応部署のスタッフが一緒に観て、改善点を話し合う反省会のようなものも行っている。

(5) メディア対応のポイント

- ・ 科学的な内容をわかりやすく伝えるには、用語の定義を明確に書面で提示すること、説明した内容を相手が理解しているか確かめることが重要である。
- ・ 評価結果のみを押し付けるのではなく、根拠やそのプロセスに不確実性も含まれていることを明確に伝えることで評価がしっかり行われていることを理解してもらうように努力している。
- ・ できるだけメディアに対して、積極的かつ主体的な情報提供を心がけている。最近の遺伝子組み換え米のメディア報道に関しては、事前に情報を整理、準備することができたので、積極的な対応ができたと思っている。
- ・ メディアとの良好な関係構築に必要なのは、以下の点である。
 - － オープンであること
 - － 抱えている問題や不明・不確実な点についてもはっきり伝えること
 - － 迅速であること
 - － 明確であること

(6) リスク評価の透明性

BfR では、できるだけオープンで透明な評価プロセスの構築を目指している。しかし、評価会議の内容自体は、一般市民などには理解されにくいものであり、議論の過程の開示、公開は行う必要はないと考えている。

BfR が採用している透明性を確保するための仕組みとしては、パブリック・フォーラムに、業者、NGO、消費者団体を招待し、その場で BfR が策定した評価のドラフトについて意見をもらっている。その意見をもとに、最終版の評価結果を決定している。重要なのは、評価側の意見をドラフトして固めた状態で公開する、ということである。この仕組みでも十分透明性は確保できていると考えている。

1.3.6 欧州食品安全機関 -European Food Safety Authority(EFSA)-

(1) 組織概要

1990 年代の一連の食品安全に関する問題を経験したヨーロッパでは、食品安全に関する科学的な評価に基づく勧告を、独立的で客観的な立場から行う機関の設立を求める声が上がった。その骨子は、1999 年の食品安全に関するホワイトペーパー（Whitepaper on Food Safety）に示され、2002 年に欧州食品安全機関（以下、EFSA）が設立された。現在は、イタリアのパルマに拠点を置いている。

(2) メディア対応部署の概要・業務内容

コミュニケーション部では、メディア対応のほかにも、Web サイト、出版物、会議などのイベントの企画・運営を担当している。EFSA では、評価結果など個々の事案に対するメ

メディア対応を行う 2 名のプレス・オフィサーがいる。この二人のプレス・オフィサーは、EFSA が持つ 8 つの科学パネルを動植物関連パネルとそれ以外（添加物、汚染など）に分けて対応している。また、二人とは別に、コーポレートコミュニケーション担当のプレス・オフィサーも置いている。コーポレートコミュニケーション担当のプレス・オフィサーは、組織としての EFSA のメディア対応等を担当しており、日常的なメディアとの交流の機会の企画、運營業務や付き合いのあるジャーナリストのリストの管理などを行っている。

コミュニケーション部に割り当てられている予算は、約 140 万ユーロ（人件費を含まない）で、EFSA 全体の予算の約 3% である。スタッフ数は、EFSA 全体の 7% を占めている。

それぞれのリスク評価結果のコミュニケーション計画を検討する際には、評価結果の重要性（既存の結果を補填するものか、新しいものか）、リスクの特性、公衆衛生への影響、社会の意識のレベル（高い、低い）や想定される反響の大きさ、法的背景などを考慮している。

メディア対応業務としては、メディアの問い合わせ窓口業務、およびやり取りの記録、プレスリリースの作成、ジャーナリストのリストの管理、メディア関連のイベントの企画・運営、スポークスパーソンの支援などを行っている。

スポークスパーソンの支援としては、メディアトレーニングのほかに、スタッフが取材の前に記者のバックグラウンド情報（媒体・記者の特徴や傾向、取材内容、想定問答、関連記事等）をまとめ、スポークスパーソンに事前に送るようにしている。取材の直前には短いミーティングを持ち、確認事項を復習し、取材にも立ち会っている。

(3) メディア対応部署のスタッフのバックグラウンド

コミュニケーション部のスタッフのほとんどは、コミュニケーション関連の経験を有している。元ジャーナリストや PR 会社に勤務していた経験のあるスタッフなど、コミュニケーションに関する経験は、科学的な知識よりも重要と考えている。

(4) メディアトレーニングの実施状況

メディアトレーニングは、外部委託して行っている。対象者は、組織代表者（Executive Director）、および評価を行っている各科学パネルの代表者である。パネルの代表は、3 年ごとに交代するので、新任者が就任するたびに行っている。

トレーニングは、EFSA 以外の場所で行っている。近年のトレーニングでは、委託先の会社があるロンドンで実施した。EFSA で行くと日常業務に追われ、遅刻やキャンセルなどが起きたり、トレーニング中に呼び出されて集中できないなどの問題があるので、意図的に EFSA 外で実施するようにしている。トレーニングは、丸 1 日かけて行うものが適当と考えている。数日間に及ぶものもあるが、長すぎてもいけないので、1 日くらいがちょうどいい。1 回の長いトレーニングより、トレーニングを定期的に繰り返して行う方が効果的である。

費用は、1 日 3 名のトレーニングで 5000 ユーロ程度である。これは、ロンドンの会社の価格であり、ヨーロッパでは高い方である。

メディアトレーニングに対して、懐疑的な科学者もいる。しかし、科学が政策に関する意思決定の判断材料として使われている以上は、その決定を国民に受け入れてもらうために科学に対する信用を得なければならない。信用を得るためには、まず、わかりやすく説明する必要がある。そのためにも、メディアトレーニングは重要であり、受講者にはそれを理解してもらう必要がある。

(5) メディア対応のポイント

- ・ 常に正直であること、言えないことは言えないと伝え、いつなら言えるのかを教えること。
- ・ メディアとよい関係を築くためには、お互いを良く知ることが大切である。メディア

アがこちらから何を得られるかを知っており、こちらメディアがそれをどう扱うかを知っていることが重要である。

(6) リスク評価の透明性

EFSA でも、評価の透明性を確保していくことは重要な目標である。しかし、FSA のように、会議を公開する代わりに前日に非公開の会議を開催するのは、非効率的な側面も否定できない。EFSA では、**management board meeting**（役員会議）のみをウェブで公開している。このほか、重要案件を扱う記者会見の様子をウェブで流すこともある。

このほかにも、一部のオピニオン（評価パネルの科学的結論）は、パブリック・コンサルテーションにかけているが、評価会議の中身は、科学パネルの仕事であり、非公開という扱いを継続する予定である。

(7) その他

EFSA では、メディア対応担当者のほかに、Web 担当者およびステークホルダー・リレーション担当者にもヒアリングを行った。

● Web 閲覧者アンケート

EFSA では、2006 年にウェブサイトの利用状況を知るために、一定期間の間、EFSA のホームページを訪れた人に対するアンケート調査を行った。その結果、どこの国の、どのような職業のひとが、どのような目的を持って EFSA のホームページを訪れたのかがわかり、重要なデータとなっている。訪問者がどのような情報を求めてホームページを訪れているかを知ること、どのような情報を表に出したり、分類の方法について検討しやすくなったとのことである。

例えば、EFSA のホームページの訪問者には、イタリア国内からのアクセスが最も多く、その中には、EFSA の採用活動に興味を持った人が多く含まれていることがわかった。これにより、採用活動も EFSA にとって重要な業務ではあるが、本来の情報提供先であるメディアや他のステークホルダーに対するアピールも積極的に行っていく必要があるとの示唆が得られた。

● ステークホルダープラットフォーム（ステークホルダー間の対話の場）

EFSA には、ステークホルダーとの対話の機会を確保する取組みとして、ステークホルダープラットフォームを設置している。このプラットフォームには、消費者、農業従事者や生産者、事業者、商社、NGO などの機関代表者が参加しており、年に 2 回会合を持っている。この会合では、EFSA の業務全般、EFSA の施策の有効性、各ステークホルダーの関心事などの検討や、技術的な情報交換が行われている。

また、EFSA では、Colloquia と呼ばれる 2 日間のプログラムに、ステークホルダー代表者が集まり、ワークショップやプレゼンテーションを行い、EFSA が取り上げるテーマに関して意見交換を行う取組みも行われている。

<その他>

1.3.7 サイエンス・メディア・センター -Science Media Centre (SMC)-

(1) 設立の背景

1990 年代のイギリスでは、BSE や遺伝子組み換え技術、口蹄疫などの問題をめぐる議論がニュースのヘッドラインを飾るようになり、科学への信頼が大きく揺らぎ始めていた。メディアに登場する科学の姿には、メディアと科学の間に存在する誤解や認識のギャップが表れており、これを改善しなければ科学は社会の信用を失うと危機感を抱いた王立科学

院（Royal Institution）は、科学とメディアの間の架け橋となる機関の設立を決めた。

サイエンス・メディア・センター（以下、SMC）は、2002年4月に発足、オフィスは、王立科学院の敷地内に設置されている。運営資金は、メディア、業界、専門家団体や企業や個人の寄付金によって賄われているが、独立性を保つため、一組織、個人の寄付額は全体の運営費の5%までとしている。

（2） スタッフ構成

ヒアリング当時のスタッフは5名であった。それぞれのスタッフのバックグラウンドとしては、SMC代表者は、コミュニケーション、およびジャーナリズムの分野での経験があり、その他のスタッフは、科学のバックグラウンドを持っている。ヒアリングを行ったスタッフは、大学でサイエンス・コミュニケーションを専攻していたとのことである。

（3） 業務内容

SMCは、「科学のプレス・オフィサー（press officer for science）」として、科学に係るニュースにおいて、科学の中でも偏った見解のみが強調され、いたずらに社会の不安を煽るような報道とならないようにするための様々な取組みを行っている。以下は、その例である。

● メディアへの科学者紹介

メディアが科学に係るテーマに関する取材をする中で、その分野の専門家（科学者）に取材を行いたい場合、SMCに問い合わせれば、科学者のリストを提供したり、適任者を紹介している。紹介する際には、その事象に関して、偏った見解のみがメディアに流れないように、バランスの取れたリストを提供するよう心がけている。

● 科学者のメディアに関する情報提供、及びメディアトレーニングの実施

メディアについて学びたいという科学者に対し、取材の際にはどのようなことに気をつけなければならないのか、メディアとはどのような特性を持ち、どのようにしてニュースが生まれるのかなど、メディアと接する際に知っておくべきことについて、パンフレットなどの出版物²や、トレーニング、セミナー、ワークショップなどを通して情報提供を行っている。

年に2回行っている科学者向けのメディアの基礎講座には、200人程度の科学者が参加し、キャンセル待ちが出るほど人気がある。この講座では、あえてプログラム構成をきっちり設定せず、基本的な説明をして、その後は自由に質問に答え、議論していくという形式をとっている。

SMCが提供する科学者向けのパンフレットから一例を図1-1に示す³。

²出版物は、PDF化され、ホームページにも掲載されている。

(<http://www.sciencemediacentre.org/publications.htm>)

³原文は、SMC ホームページに掲載されている。

(http://www.sciencemediacentre.org/downloads/uncertainty_in_a_soundbite.pdf)

**『サウンドバイトの中で不確実性を説明するには
(Communicating Uncertainty in a Soundbite)』より**

Q.なぜ科学は不確実なのか？

A. (回答例)

ー「科学とは、観察に観察を重ねることで進化するものであり、科学の探求に終わりはないからである」

ー「科学というのは、レシピなしにケーキを焼くようなものである。何度も挑戦するうちに、あるときうまくいく方法を見付けられるのである。」

ー「科学とは、物事の機能や作用の仕組みについてわからない状態から、どのような仕組みがあるのかについての見解を持つところまでの状態に持っていくことである。これは、ワン・ステップでできるのではなく、その状態に持っていけるまで何度もいろいろな方法を試すものである。」

ー「科学において、絶対的な確実性を追及することはほとんどない。科学とは、データを分析し、できるだけ精度の高い結論を出すことを目指すプロセスである。」

※サウンドバイトとは、メディアがインタビューなどの映像の一部を報道する際に切り取る長さのことで、一般に 10 秒程度と言われている。メディアに対して話す際には、この大変短い時間内に言いたいことを明確に話すことが重要とされている。

図 1-1 SMC の科学者向けガイドの一例

● 記者発表

メディア、科学者を支援するほかに、SMC は年に 50 本程度の記者発表も行っている。記者発表では、科学の関連する論議を呼んでいる話題に対して、科学的根拠に基づいた情報提供を行うことを目的として実施されている。記者発表のテーマは、医療、公衆衛生、食品安全、科学技術など多岐に渡る。

1.3.8 ハーバード公衆衛生大学院 ディビッド・ロピーク氏 - Harvard School of Public Health, David Ropeik -

(1) 略歴

ディビッド・ロピーク氏は、ボストンにあるテレビ局で 22 年間、記者を務めたのちに、リスク認知、及びリスクコミュニケーションの研究者となった。現在は、ハーバード公衆衛生大学院をはじめとする教育機関でリスクとメディアに関する講座を持つと同時に、行政機関や民間会社に対するコンサルティングも行っている。著書には、『リスクメーターではかるリスク！ アスベスト、水銀、...の危険度』（2005 年）などがある。

(2) メディアを介した科学的な情報の伝達

ロピーク氏からは、食品に係るメディアを介したリスクコミュニケーションを行う際のアドバイスとして、以下のような点が指摘された。

- ・ リスクメッセージを作成する際には、受け取る側の状況も把握するべきである。サ

ーベイなどで人々の不安の度合いや理由を尋ね、その結果を考慮したリスクメッセージを作成すべきである。

- ・ 知らないこと、わからないことは、はっきり言うべきである。
- ・ ゼロリスクはないこと、不確実な部分が残ることを隠さず話すことが結局は信頼につながる。
- ・ リスクコミュニケーションは、相手に会う前、口を開く前から始まっている。相手の関心事や状況、習慣について事前にしっかり把握しておくことが大切である。
- ・ メディアトレーニングを行う際には、ゴールがどこにあるかを明確にするべきである。書いて欲しいことを書かせるためのトレーニングという姿勢では、メディアが敵になってしまうので注意する必要がある。
- ・ メディアからの信頼を得るためには、メディアの特性、ジャーナリストの性質や環境を良く知ることが重要である。例えば、ジャーナリストには締め切りがあること、記事面積や時間の制限、ジャーナリストはトップストーリーを書けるネタを狙っていることを理解して、対応しなければならない。

1.3.9 その他の食品安全機関

今回の調査では、直接メディアに対応する部署ではないが、以下の2機関についても訪問調査を行った。ここでは、参考として調査結果をまとめる。

(1) 米国食品医薬品庁 -U. S. Food and Drug Administration (FDA)-

(a) 組織概要

食品安全・応用栄養センター（CFSAN：Center for Food Safety and Applied Nutrition）は、FDA（Food and Drug Administration）の中で食品行政を担当している組織である。CFSANは、リスクアナリシス全般（リスク評価、リスクマネジメント、リスクコミュニケーション）を担当している。なお、食肉・家きん肉に関しては後述のFSIS（Food Safety and Inspection Service）が食品行政を担当している。

(b) CFSANにおけるリスクアナリシスへの取り組み

Office of Science の John Hicks 氏より、CFSAN のリスクアナリシスへの取り組み全般を紹介いただいた。主な内容は以下の通りである。

- CFSAN は添加物と化学物質のリスク評価について古い歴史を持つが、1999 年より微生物毒のリスク評価に着手した。現在、4つのグループ（添加物、がん研究、植物および日常食品、微生物毒性）がリスク評価を実施している。また、経済的な影響や社会科学的な調査もリスク評価の一つとして実施している。
- CFSAN で実施しているリスクアナリシスは、リスクマネジメント、リスク評価、リスクコミュニケーションの3要素で構成されている。リスクコミュニケーションは、リスクマネジメントやリスク評価の検討結果を、組織内部から外部に説明する場面で実施される。
- CFSAN では、リスク評価をリスクマネジメントのツールとしてとらえている。
- CFSAN のリスクマネジメントのフレームワークは、トリガーとなる事象に対して、優先順位付けをして、問題に対する処理、意思決定を経て、何らかの対応を実行して、成果を出すことである。優先順位付けに関しては、様々なステークホルダーの要望が異なり調整が難しい場合があるが、そのギャップを埋めることに努力している。
- CFSAN でのリスクコミュニケーションの取り組みは以下の通りである。
 - ・ ステークホルダーを特定すること。
 - ・ ステークホルダーの意見を聴くこと。
 - ・ 対話を保証すること。

- ・ メッセージを作成すること。
- ・ メッセージを伝達すること。
- リスクコミュニケーションに関する重要な問題点は以下の 3 点である。
 - ・ 我々は何をコミュニケーションしたいのか？
 - ・ 聴衆は誰か？
 - ・ どのように理解を広め、かつ深めてもらうか？

(2) CFSAN における緊急時対応の取り組み

引き続き、CFSAN の微生物専門家である、Elisa L. Eliot 氏に食品安全に係わる緊急事態への取り組みを紹介いただいた。主な内容は以下の通りである。

- FDA の食品安全に関する緊急時については、OEO(Office of Emergency Operations),ORA(Office of Regulatory Affairs),CFSAN の 3 つの組織が関係する。CFSAN は、緊急時における科学的な評価と政策決定のサポートについて責任を負っている。CFSAN の緊急時に対するサポートは 2002 年から提供可能となっている。
- CFSAN には緊急事態の発生に備えて、Situation Room (緊急事態に対応する専用の部屋) が準備されている。なお、Situation Room を用いて実際の緊急事態に対応した経験はないとのことであった。
- 緊急事態の際のメディアカバーは、CFSAN ではなく CDC が実施している。また、FDA はスポークスパーソンを立てて、統一したメディアへの情報提供を行う。なお、緊急時に、関係する科学者等の専門家からメディアへの情報発信を確認したりすることはしていない。
- 過去のトレーニング等で、緊急時に科学者の判断が遅れる傾向があった。以前は、科学者の判断が出るまで意思決定を待っていたが、現在はそれを待たずに、緊急時の Coordinator が意思決定を行うスタイルに変更した。
- 緊急時の訓練シナリオの検討に関して、科学者が複雑なものを求め過ぎてしまう問題もあった。この点については、科学者に原因究明の時間を別に与えることや、はじめから答えを教えることで問題の発生を避けるようにした。

(3) 米国食品安全検査局 -The Food Safety and Inspection Service (FSIS) -

(a) 組織概要

FSIS は、食肉・家きん肉に関する食品行政を担当している。今回の訪問では、ホットライン (USDA Meat and Poultry Hotline) を中心とした食品安全教育への取り組みについて、Diane L. Van Lonkhuyzen 氏 (Public Affairs Specialist) と Kathy Bernard 氏 (Food Safety Specialist) に紹介いただいた。ホットラインは、21 年前 (1985 年 1 月) から始められたサービスで、現在は電話のほかに、e-mail での問い合わせにも対応しているとのことであった。

(b) ホットラインを中心とした FSIS における食品安全教育の状況

- メディアに関連した取り組みとしては、数年前に食品の安全に関するキャンペーンを、メディア (雑誌、ラジオなど) を通じて実施して、一般の消費者にどの程度その情報が伝わったのかを確認したことがある。その際には、ラジオによる情報の伝達が優れていることが分かった。その際の、情報の到達状況については電話で調査した。
- カロリーブックやステッカーも作成しており、学校に行くこともある。また、ボーイスカウトやガールスカウトにバッジを提供したりしている。
- 食品安全に関しては、シンプルなメッセージから複雑なメッセージまでいろいろと準備している。なお、メッセージは科学者が作るのではなく USDA の職員が作成して科学者に見せる形をとっている。具体的には、修士卒業程度や医師の資格をもつ USDA

の担当者が対応している。

- メディア対応部門では、ジャーナリズムやメディア、グラフィックスなどのバックグラウンドを持つ担当者が対応している。
- ホットラインで実際に消費者等からの質問に対応しているオフィスを拝見させていただいた。スタッフとしては 10 人が配置されているが、当日の担当者は 4 名（プラス、自宅から対応しているスタッフ 1 名）で、個別ブースに分かれて問い合わせを受けていた。問い合わせに関してはデータベース登録され情報共有されていた。
- ホットラインのサービスは、10 時から 16 時（米国東部標準時）までで、英語とスペイン語の 2 ヶ国語で行われている。（公表されている 2000 年の問い合わせ件数は、83,980（件／年）である。）
- 消費者以外にビジネス関係の問い合わせも多いとのこと（食品表示についてなど）。そういった問い合わせにも、対応しているとのことであった。具体的にはコンタクト先を紹介するなど。実際、見学中にもビジネス関係の問い合わせが一件あった。（2000 年の年間公表データでは、消費者対応が 84%、ビジネス関係が 5%となっており、メディアは 1%である。）
- 「分かりません」という回答は基本的にしないとのこと。担当外の質問については、担当する組織を紹介するなどの対応をしている。
- 年間で最も問い合わせが多いのは 11 月末の感謝祭(サンクスギビング)のシーズンで、普段調理しない七面鳥の丸焼きの調理方法等について問い合わせがあるとこのと。年間の問い合わせ総数の 25%程度が 11 月から 12 月のホリデーシーズンに集中する。具体的には、七面鳥の中につめるものを前日から準備（つめて）して冷蔵庫に保存しておいても良いかなど。（なお、問合せへの答えは NO「前日から詰めたままで保存してはいけない」である）。
- ホットラインの認知度を上げるために、料理本や料理雑誌に番号を載せている。キャンペーンを進めている食品用の温度計にもホットラインの電話番号を載せている。

1.4 まとめ

ここでは、ヒアリング調査のテーマとなった欧米諸国の食品安全関連行政機関におけるメディア対応、及びリスクコミュニケーションに関するヒアリング項目について全体的なまとめを行う。

● メディア対応部署の概要・業務内容

ヒアリングを実施した機関のうちのほとんどで、広報課の中にメディア対応の専門部署が設置されており、メディアの問い合わせ窓口はこの部署に集約されていた。実質的にメディアとの対応を行っているスタッフは、平均 2-4 名であった。

メディアとの直接的な窓口業務のほかにも、スポークスパーソンの支援も重要な業務の一つとなっている。取材前の事前準備はもちろん、テレビ取材などの場合は、取材後に実際の映像と一緒に観て改善点を話し合うなどのフォローまで行っているケースもあり、全体としてスポークスパーソンとなる幹部や科学者と事務側との連携の重要性が強調されていた。

● メディア対応部署のスタッフのバックグラウンド

メディア対応部署のスタッフのバックグラウンドは、機関によって様々であったが、コミュニケーションやメディア関連の経験、スキル、ノウハウの重要性を強調する機関が目立った。しかし、民間会社と行政機関の人材の流動性の小さい国では、そのような知識や経験がない場合は、トレーニングや実務経験を積む中でスキルやノウハウを蓄積してうまくいっているケースも見られた。

● メディアトレーニングの実施状況

ヒアリングを行った全ての機関において、なんらかのメディアトレーニングは実施されていた。基礎的なトレーニングを幅広く実施している機関もあれば、スポークスパーソン向けの集中的なトレーニングを行うなど、対象者を限定して行っている機関、またそれらを組み合わせて行っている機関もあった。いずれの機関でも、対象者のニーズに合わせたメディアトレーニングの重要性は確認された。

● メディア対応のポイント

食品安全関連機関のメディア対応担当者が挙げたメディア対応のポイントは、各国それぞれのメディアの特性にも寄与する部分があるが、全体として以下のような共通点が挙げられる。

- ・ まず、メディアを理解しようとする事
- ・ メディアは、締め切りに追われていることを理解し、迅速な対応を心がけること
- ・ 問い合わせ対応に追われるのみでなく、ときにプロアクティブな姿勢を示すこと
- ・ 不確実な部分も正直に伝えること

このようなポイントは、日本の文脈においても活用できるものと考えられる。

● リスク評価の透明性

食品安全委員会では、委員会や専門調査会の会議、およびその資料や議事録は、自由な発言が制約され、公正中立な審議に著しい支障のおそれがある場合や、個人の秘密や企業の知的財産などが開示される場合を除き、原則公開とされている。

今回ヒアリングを行った国々でも、リスク評価の透明性をどのように担保していくかについては、各国でその方針や取組みは異なっていた。会議の公開を原則とする機関から、評価の議論の過程は公開するべきではなく、結果がドラフトとして固まってからステークホルダーに意見を求めるべきとする機関もあった。これらの機関においては、その方法や姿勢が見直されようとしている動きも見られ、今後の動向が注目される。

以上のように、各国の食品安全関連機関でのメディア対応状況は、それぞれの行政体制、利用可能なリソース、メディア、および食品安全をめぐる状況によってさまざまである。食品安全委員会のメディア対応態勢への重要な示唆を含むものもあれば、なかには日本の文脈には読み替えにくいものもある。しかし、BSE など近年の食品安全に係る問題の発生により、各国ともに共通して、食品安全行政の見直しを迫られるとともに、メディア対応を含むコミュニケーション体制の強化・改善を図っていくことの重要性が再認識されている。

また、食品安全を扱う機関のメディア対応の大きな課題の一つに、科学的な情報をどのようにわかりやすく伝えるか、というものがある。各機関ともに、この点を重要課題と認識しており、トレーニングの実施や事務側と科学者が協力体制を強化することで、改善を目指している。このような取組みに関しては、今後も情報収集、意見交換を継続的に行っていく必要がある。

2. 欧米諸国から有識者を招いた国際ワークショップの運営、提言等の取りまとめ

2.1 開催目的

平成 19 年 1 月 29 日から 31 日にかけて、カナダ、オランダより行政機関における食品安全のリスクコミュニケーションを担当者、および以前に担当されていた方を招き、日本のリスクコミュニケーションの有識者を交えて、食品安全のリスクコミュニケーションに関する国際ワークショップを開催した。

今回のワークショップの目的は、以下の 3 点である。

- リスクコミュニケーションに関して、諸外国の政府機関と共通の課題を明確化し、課題解決のための国際的な対応の必要性について議論する。
- 海外での先進的な取り組みについては国内での導入の可能性を議論する。
- 今後のリスクコミュニケーションの進め方について議論する。

2.2 参加者

国際ワークショップの参加者は、以下に示すとおりである。このほかにオブザーバーとして、カナダ大使館、オランダ大使館、欧州連合駐日欧州委員会代表部、リスクコミュニケーション専門調査会専門委員が参加された。

<Canada カナダ>

- Ms. Sandra Lavigne サンドラ ラヴィーン 氏
Executive Director, Public Affairs, Canadian Food Inspection Agency (CFIA)
カナダ食品検査庁 広報部長

<the Netherlands オランダ>

- Ms. Irene van Geest イレーネ ファンヘーステ 氏
Researcher/Communication Advisor, The University of Twente
トゥウェンテ大学 研究員・コミュニケーションアドバイザー

<Japan 日本>

- Mr. Yojiro Ikawa 井川 陽次郎 氏
Editorial Writer, Yomiuri Shimbun
読売新聞 論説委員
- Mr. Akira Takita 滝田 章 氏
Executive Director, The Association of Consumer Affairs Professionals (ACAP)
Director, Consumer Center, Kikkoman Corporation
(社)消費者関連専門家会議 常任理事
キッコーマン(株) お客様相談センター長
- Ms. Hitomi Haga 芳賀 日登美 氏
CEO, Froric, Inc.
(株)フラリック会長
- Commissioners of Food Safety Commission (FSC), Cabinet Office
内閣府食品安全委員会委員
- Mr. Noboru Saitoh 齊藤 登 氏
Director-General, Food Safety Commission (FSC), Cabinet Office
内閣府食品安全委員会 事務局長
- Dr. Akihiro Hino 日野 明寛 氏
Deputy Director-General, Food Safety Commission (FSC), Cabinet Office
内閣府食品安全委員会 事務局次長
- Mr. Akira Nagata 永田 明 氏
Director for Risk Communication, Food Safety Commission (FSC), Cabinet Office
内閣府食品安全委員会 リスクコミュニケーション官
- Nobuaki Yoshizawa 義澤 宣明 (司会)
Mitsubishi Research Institute, Inc
(株)三菱総合研究所

図 2-1 国際ワークショップ参加者

2.3 プログラム

国際ワークショップのプログラムは、以下に示すとおりである。

- 平成 19 年 1 月 29 日（月）13:00~17:30
 - ・ 開会
 - ・ 第 1 セッション
 - － 日本の取組みと課題（食品安全委員会 永田明氏）
 - － 欧州諸国に学ぶー 1（カナダ食品検査庁 サンドラ・ラヴィーン氏）
 - － 欧州諸国に学ぶー 2（トゥエンテ大学 イレーネ・ファンヘーステ氏）
- 平成 19 年 1 月 30 日（火）9:30~17:30
 - ・ 第 2 セッション
 - － 「平成 18 年度食品の安全性に係るリスクコミュニケーションに関する調査」（株式会社三菱総合研究所）
 - ・ 第 3 セッション
 - － 論点提示ー 1（読売新聞 井川陽次郎氏）
 - － 論点提示ー 2（株式会社フラリック 芳賀日登美氏）
 - － 論点提示ー 3（キッコーマン株式会社 滝田章氏）
 - ・ 総合討論
- 平成 19 年 1 月 31 日（水）9:30~12:00
 - ・ 第 4 セッション
 - － 提言の作成
 - ・ 閉会

図 2-2 国際ワークショップのプログラム

2.4 各発表者からの発表内容と質疑

2.4.1 第1日目（平成19年1月29日）

(1) 「日本における食の安全に関するリスクコミュニケーションの現状と課題」

内閣府食品安全委員会事務局リスクコミュニケーション官

永田明氏

<発表概要>

2001年に日本国内初のBSEが発生以来の日本の食品安全行政の経緯および食品安全委員会の役割とリスクコミュニケーションの位置づけについて説明がなされた。また、現在の食品安全委員会でのリスクコミュニケーションの取り組み状況と課題について説明がなされた。これらを踏まえ、改善の方向性と今後検討すべき事項が提示された。

最後に、今年のワークショップのテーマであるメディア対応について、現在の食品安全委員会の対応状況の紹介がなされた。

発表に用いられたスライドの一部を図 2-3 に示す。

<議論>

- 食品安全モニターの選定方法、提供される情報はどのようなものか。
 - ・ 大学で食品安全に関する分野を専攻した方、食品に関連する資格を持っている方、企業や行政において食品安全に関する勤務経験のある方である。
- 諸外国でも「食育」は実施されているのか。
 - ・ オランダでも似た取り組みが1930年代から実施されてきている。一般および学校への情報提供等のプログラムを実施している。最近では若年者への教育の重要性が指摘されている。明確なメッセージを持つことが重要である。
 - ・ カナダでも実施されている。今後活動を活発化させるべき分野だと考えている。高齢者向け、子供むけ等幅広い分野のプログラムを検討している。
 - ・ 日本の食育は食品の安全性を正しく理解することだけではなく、日本の食事のあり方、摂り方も含めて教育するものである。
 - ・ オランダの栄養センターは食品安全について知りたいことがあれば、例えば何をどうやって食べるべきか、ということも含めて聞くことができる。一般的には公共機関とされている。現代では、食品に関して子供が親から知識を得ることができなくなっている。普通の家族の中で伝えられていたことも政府で伝えるべき知識となってきた。
 - ・ カナダでは食品の表記を変える動きがあり、脂肪の含有量の表記が始まっている。また、最近の傾向としてカナダでは有機食物が流行りになっているが、有機食物の取扱い方法を伝える必要性が生じている。
 - ・ オランダでは食品への意識が高い。
 - ・ 日本の食品に関する教育については、大学での教育の在り方も重要視している。

食品安全行政の経緯 • 2001年9月 国内初のBSE発生 • 2002年4月 BSE問題に関する調査検討委員会報告 • 2002年6月 食品安全行政に関する関係閣僚会議 • 2003年5月 食品安全基本法の制定 • 2003年7月 食品安全委員会の設置	食品安全委員会の役割 • リスク評価（食品健康影響評価）の実施 － 科学的知見に基づき、客観的・中立公正に評価 • リスクコミュニケーションの推進 － リスク評価内容のリスクコミュニケーション － 透明性の確保、ホームページや季刊誌、意見交換会、食の安全ダイヤル、食品安全モニター等 • 緊急の事態への対応 － 重大な食品事故などの緊急事態が発生した場合の政府全体として対応
2003年7月以降の国によるリスクコミュニケーションの実施状況と課題 • ホームページ、電子メール、印刷物等による情報発信 • 電話、ファクス、電子メール等による問い合わせへの対応 • 食品安全モニター • 調査及び研究 • 諸外国との連携 • 食育への取組	意見・情報の募集 • 取組 － リスク評価案やリスク管理措置について、意見・情報（パブリックコメント）を募集（年間約100件） － 少ない場合は個別に、多い場合は同趣旨のものをまとめて回答を作成し、公表 • 課題 － 意見・情報がどのように反映されたかが不明 － リスク管理に関するものは、リスク管理機関に伝える旨のみ回答
食品安全モニター • 取組 － 食品の安全性に関して一定の知識を有する者（全国470名） － モニター報告は、委員会、リスクコミュニケーション専門調査会に報告 － 年1回、地域ブロックごとにモニター会議を開催 • 課題 － より一層の有効活用 － 意見を詳しく分析し、さまざまに活用	食育への取組 • 取組 － 2005年に食育基本法が施行、2006年に食育基本計画が策定 － 食品の安全性の確保に関する情報提供を食育の柱の一つと位置づけ、食育の推進に貢献 • 課題 － 情報発信側では、情報の提供方法に工夫が、 － 情報利用側には、情報を読み解く力、使う力を身につける訓練が必要
改善の方向性 • 総論 － リスク評価機関とリスク管理機関が連携し、 － すべての関係者が正しくリスクを認知し、 － 他の関係者の立場、考え方を理解し、 － 今後の進むべき方向について考える • リスクコミュニケーション改善の目標 － 関係者間の情報基盤の共有 － 意見・情報の交換の双方向性の確保 － 意見・情報の交換の効率性の向上	今後検討すべき内容 • リスクコミュニケーションの検証 － 意見交換会のアンケート結果等を十分に吟味 • 審議の経過に関する透明性の確保と情報提供のあり方 • 地方自治体との協力 • 諸外国との連携 － 諸外国の状況分析と、我が国の情報の発信 • 食育 － 学校教材等への積極的な情報提供、働きかけ

図 2-3 永田氏発表スライドの一部

(2) 「リスクコミュニケーションとメディア対応」

カナダ食品検査庁広報部長
サンドラ・ラヴィーン氏

<発表概要>

はじめに、カナダの食品安全行政におけるカナダ食品検査庁(CFIA)の位置づけとカナダ国民の食品安全及び食品安全制度に対する意識に関する調査結果の紹介がなされた。

また、CFIA におけるメディア対応について、現在の実施状況の説明がなされ、併せて2006 年秋に発生した食品安全に係る問題に対する CFIA の対応についてのケーススタディが紹介された。

発表に用いられたスライドの一部を図 2-4 に示す。

<質疑>

- カナダの食品安全関連機関におけるリスク管理とリスク評価の役割分担
 - ・ リスク評価はカナダ保健省の担当であり、別組織である。
- オーディエンスとステークホルダーのリスクコミュニケーションのあり方の違いについて説明して欲しい。
 - ・ リスクコミュニケーションの対象となるのはステークホルダーである。例えば、アレルギー患者団体などである。関連するステークホルダーのみに対象を絞ろうとしているが、実際に絞るのは難しい。
 - ・ 国民全員に関わる問題のときには対象は特定せずに情報を発信する。
- 報道がうまくいかない場合についてはどのような対応を取るか。
 - ・ 感情的なものが関わっている場合がある。たとえば遺伝子組み換え作物がある。グリーンピースのような人々は反対しており、これに世論が影響されることがある。この場合にはコミュニケーションがうまくいかない場合がある。
 - ・ ヨーロッパとカナダでは「**opinion** (意見)」の使い方が異なり、ヨーロッパでは科学パネルから発せられるものが「意見」である。
- カナダ国内のメディア媒体について詳しく説明して欲しい。
 - ・ スライドの数値はカナダ国内にいくつ「日刊紙、週刊誌、テレビ局、ラジオ局」があるかというものである。(順に、101, 855, 1387, 2014)
 - ・ カナダのラジオ局は地元の話題を主眼としている。地元のニュースは地元のテレビ局が伝えている。
 - ・ 記者会見をどこで発表するかを重要視している。ローカルな問題は地元で開催し、全国に波及するとオタワで開催する。オタワで記者会見したほうがニュースになりやすく、設備が充実しているという利点がある。
 - ・ 登録記者に対してはホームページに新しい情報が掲載されると E メールが発信されるようになっている。これは、定期的なものではない。ホームページへの登録は誰でも可能で報道記者に限定する訳ではない。これに加え、特定の専門記者に対して関連情報を積極的に提供する場合もある。
- スポークスパーソンの体制について説明して欲しい。
 - ・ 通常は別の業務を担当しており、スポークスパーソンは 100 名程度いる。スポークスパーソンになる前に必ずメディアトレーニングを受けることになっている。
- 報道状況を示すグラフの縦軸は何か。
 - ・ 縦軸は印刷メディアの記事の数であり、テレビやラジオはカウントしていない。
- ケーススタディの中にあつた、リコールの告知を再度出した際のメディアの反応はどのようなものか。
 - ・ 月曜の朝に再度リコールを出し直し、個々のメディアに重要な情報であり報道してもらえるように電話でお願いをした。こうしたことは時折起こるため、メディア側も慣れており、きちんと報道してくれる。

- 食中毒の発生件数のカウント方法
 - ・ 病院から報告がなされる。
- ボツリヌス菌への対応について、これは緊急事態としての対応を行ったのか。
 - ・ この場合は緊急モードにはならなかった。市場が小さかったこと、アメリカでの発生を受けてリコールを実施し、その時点で国内患者がいなかったことが理由である。ただしボツリヌス菌は危険性が高かったため、すぐに動く必要はあった。
 - ・ 今回の件ではオーガニック食品は普通の食物と違うということを強く訴えるようにした。

カナダの食品安全制度

- カナダ食品検査庁(CFIA)は、食品安全、動物衛生、植物保護に関するカナダ連邦政府の執行機関です。
- カナダ保健省(Health Canada)は、食品安全方針、規格、規則の策定を管轄するカナダ連邦政府機関です。
- CFIAはすべての食品検査と法令遵守活動を管轄しています。



Canadian Food Inspection Agency / Agence canadienne d'inspection des aliments

Canada Food Safety

リスク認識の管理 食品安全に関する安心感

「カナダの食品安全制度は世界最高水準のものである」という見解に、強く同意、またはある程度同意すると回答した人の割合

カナダ国民は一般に食品安全制度に強い信頼を寄せていますが、その信頼は、鳥インフルエンザの発生（2004年6月）後に見られたように、揺るぎやすいものでもあります。

年	割合
2003年	81%
2004年	75%
2005年	66%
2006年	62%
2007年	70%
2008年	82%
2009年	78%
2010年	82%

Source: Canadian Food Inspection Agency, 2003-2010

「食品安全制度に関する安心感はどの程度ですか」「安心して」と答えた人の割合

調査時期	安心して」と答えた人の割合
2004年 1月	64%
2004年 10月	59%
2005年 1月	73%
2005年 10月	63%

「食品安全保障に関する道州政府の実績について、どの様に評価しますか」という問いに対し、「悪い」、「どちらでもない」の選択肢から「良い」と選んだ人の割合

調査時期	「良い」と選んだ人の割合
2005年 1月	72%
2005年 10月	68%

2006年秋の報道状況（特定の問題について）

Legend:

- ほろりん家 (Horrolyn Family)
 - 9月15日 - 特定 (Specific)
 - 9月30日 - 特定 (Specific)
- にんじんジュース (Carrot Juice)
 - 9月30日 - 特定 (Specific)
 - 10月30日 - 特定 (Specific)

Key events marked on the graph:

- CFIAがリコール 告知発表 (CFIA issues recall announcement) - September 15
- 発生源 カリフォルニア (Source: California) - September 15
- CFIA リコール 告知発表 (CFIA issues recall announcement) - September 25
- ホーラム 農場 検査結果 (Horum Farm inspection results) - October 10
- 大腸菌 発生 特定 (E. coli outbreak confirmed) - October 15
- 売り場に残 っているジュース 検査 (Inspection of juice remaining on shelves) - October 15

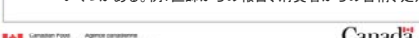
Canada

ケーススタディー にんじんジュース (続き)

- 食品検査庁はすべてのインタビューで、食品から感染する病気を防ぐ一般市民を守る責任は、多くの関係者にあることを強調。
- 報道機関への投書によって対応

「...政府、産業界、消費者すべてがそれぞれ、公衆衛生に関する重要な役割を果たします...カナダ食品検査庁は消費者に対して潜在的な危険について警告とともに、流通業者、輸入業者、小売業者といった、市場からの効率的な製品撤去に關して十分な責任を負う関係者にも通告します... 2006年10月27日 カナダ食品検査庁食品安全部長デボラ・ブリュアント(「スターフェニックス」、「ウィーンガスター」、『エドモントン・ジャーナル』各紙にて)

- 不正確な情報について、メディアに対してフォローアップ
- 一貫したメッセージを継続して発信
 - 制度は適切に機能している
 - 一般市民を食品から感染する病気から守ることは、多くの関係者の共同責任
 - 食品安全に関する懸念について、制度に対し警戒を促すものはいくつもある。例: 医師からの報告、消費者からの苦情、定期試験



22

```

graph TD
    CP["The Canadian Press  
The Last Word First"] -- "2006年10月9日" --> OC["OTTAWA CITIZEN"]
    OC -- "2006年10月11日" --> KNS["カナダニュースサービス"]
    KNS -- "2006年10月9日" --> JP["日本メディア"]
  
```

The diagram illustrates the flow of information from the Canadian Press to the Japanese media. It shows a sequence of events: the Canadian Press reports on the recall (Oct 9), the Ottawa Citizen reports on the recall (Oct 11), the Kanada News Service reports on the recall (Oct 11), and finally, the Japanese media reports on the recall (Oct 9). The flow is indicated by arrows and dates.

図 2-4 ラヴィーン氏発表スライドの一部

(3) 「欧州におけるリスクコミュニケーションの展開」

トゥウェンテ大学研究員・コミュニケーションアドバイザー
イレーネ・ファンヘーステ氏

<発表概要>

1990年代のEUにおける食品安全の状況を振り返りながら、欧州食品安全機関（EFSA）の発足の背景とリスクコミュニケーションにおける役割についての説明がなされた。次に、リスク評価に関するリスクコミュニケーションを行う際には、「明確かつ分かりやすい方法で、リスクに関する科学的状況を伝達する」ことの重要性が強調された。さらに、リスクコミュニケーションとコーポレートコミュニケーションを混同してはならず、リスクを宣伝に用いてはならないという点も強調された。最後に、EU全体から視点を落とし、オランダ食品消費者安全庁の取組みについても紹介された。

発表に用いられたスライドの一部を図 2-5 に示す。

<質疑>

- 欧州において複数の国で問題が発生したときに報道に対して主導権をとるのはどこか。
 - ・ ほとんどの場合で、自国の食品基準庁に目が行くと思われる。基本的には自国内の機関に対応を求める。複数の国で問題が起きた時には欧州委員会にいき、さらに高いレベルでのリスク評価が必要な場合にのみ EFSA が必要となる。
- VWA の知名度はどの程度か。
 - ・ VWA が始まった当初は認知度の調査も行っており、6 年後にはかなり認知されると考えている。
- 日本では食品添加物は日常的な懸念になっているが海外ではどうか。
 - ・ このような風評被害のような問題はオランダや他の諸国でもある。適切な情報をわかりやすく提供していくことが重要であり、人々に説明していくことで目を開かせることはできる。人々は報道を聞いてはいるが、情報を批判的に聞き、間違った情報を区別することには慣れていない。必要な信頼性のある情報を得たいときには食品安全委員会のホームページを見ればよい、という状況を目指せばよいのではないか。
 - ・ ときには科学的でない疑問にも答えていかなくてはならない。国民が求める情報は提供しなくてはならない。一般国民の懸念が科学的なものではないとしても、ジャーナリスト的に考えるとばかげた質問は存在せず、相手が納得するまで答え続けなくてはならない。
- 消費者意識調査の対象者
 - ・ 欧州では全ての国に消費者団体が必ずある。一般的な問題は消費者団体とやりとりする。コンシューマと書いた場合は個々の人を指す。たとえばモニタリングをする場合には消費者をランダムに選ぶ。欧州レベルでは、特別なターゲットグループというようなものは設定しない。問題によってフォーカスグループを作ることもあるが、これを行うのは、EFSA ではなく当局である。
 - ・ 消費者団体のメンバーと一般消費者の間で意見が大きく異なることはないと考えている。
- 安全と安心という概念は海外ではどの様に捉えられているか。
 - ・ コミュニケーションの中で最も難しい問題である。イタリアで鳥インフルエンザが発生したときに、鶏肉をテレビで食べて見せたことで逆に不安感を煽ってしまったという例があった。正しい情報を提供することで、消費者自身に判断させ、自身の理解によって安心を得るようにしなくてはならない。

リスクへの対処方法 異なるリスクアプローチ <table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> 専門家 - リスク評価に依拠する（計数と計算） - 客観的かつ全般的 - 分析的論証 - 便益と費用のバランスでリスクをとらえる </td> <td style="vertical-align: top;"> 一般大衆 - リスクの認識に頼る（感覚の善し悪し） - 自分にとって重要かを尋ねる - 懸念への対応策を求める - 恐怖と憤慨のバランスでリスクをとらえる </td> </tr> </table> Japan_The develop of Risk Comm_inq_2007 18	専門家 - リスク評価に依拠する（計数と計算） - 客観的かつ全般的 - 分析的論証 - 便益と費用のバランスでリスクをとらえる	一般大衆 - リスクの認識に頼る（感覚の善し悪し） - 自分にとって重要かを尋ねる - 懸念への対応策を求める - 恐怖と憤慨のバランスでリスクをとらえる	科学用語の「翻訳」 例： <table border="0"> <tr> <td>塩化ナトリウム ポリ塩化ジベンゾパラジオキシン (PCDD)</td> <td>食塩 ダイオキシン</td> </tr> </table> 5-ハイドロキシメチルフルフラールデヒドは、スルホトランスフェラーゼの触媒作用を利用した官能基のアリルヒドロキシルのスルホン化によって、5-(スルホキシ)メチルフルフラールにバイオ活性化される可能性がある。結果のエステルは遺伝毒性効果を誘発することが証明されている。 この調味料は酸素の働きによって化学物質に変わる可能性がある。この新しい物質が細胞の遺伝子損傷につながるおそれがある。 Japan_The develop of Risk Comm_inq_2007 20	塩化ナトリウム ポリ塩化ジベンゾパラジオキシン (PCDD)	食塩 ダイオキシン
専門家 - リスク評価に依拠する（計数と計算） - 客観的かつ全般的 - 分析的論証 - 便益と費用のバランスでリスクをとらえる	一般大衆 - リスクの認識に頼る（感覚の善し悪し） - 自分にとって重要かを尋ねる - 懸念への対応策を求める - 恐怖と憤慨のバランスでリスクをとらえる				
塩化ナトリウム ポリ塩化ジベンゾパラジオキシン (PCDD)	食塩 ダイオキシン				
EFSAの始動 2002年 ・ 1月：法律（GFL）により設立 ・ 9月：第1回運営委員会会合 2003年 ・ 2月：EFSAに初代事務局長が着任 ・ 5月：科学委員会および化学パネルの設置 ・ 10月：EFSAに科学およびコミュニケーション部長が着任 2004年 ・ パルマへ移転 Japan_The develop of Risk Comm_inq_2007 15	リスクコミュニケーションにおけるEFSAの役割 ・ 政治プロセスからの独立 ・ オープンかつ透明 ・ 各国機関との連携 ・ 食品「パニック」や緊急事態に関する委員会および加盟国との連携 Japan_The develop of Risk Comm_inq_2007 16				
コーポレートコミュニケーション 一般市民への認知度を上げるため、 無料の広報を利用する ↓ 記事に名前が載る Japan_The develop of Risk Comm_inq_2007 22	リスクコミュニケーション リスクコミュニケーションは リスクの宣伝を行うことではない → 透明性を確保するため、無料の広報のみを使用する → 一面にリスクが掲載されることが目的ではない － ただし 切迫した脅威がある場合を除く Japan_The develop of Risk Comm_inq_2007 23				
組織の変遷 2001年7月： オランダ食品局（NVa）設置調整業務 2002年1月： 国会がNVaの業務を変更 2002年7月： NVaの後任として、公衆衛生省の指揮下でオランダ食品消費者安全庁（VWA）設立 2003年5月： VWAが農業・自然・食品安全省の指揮下に Japan_The develop of Risk Comm_inq_2007 34	VWAの核となる業務 <table border="0"> <tr> <td> ・ リスク評価と研究： ・ 検査： ・ リスクコミュニケーション： </td> <td> ・ 食品と消費者製品の安全性に対する潜在的脅威の発見と分析 ・ 食品と消費者製品に関する法規制遵守の担保 ・ 正確かつ信頼性の高いデータに基づくリスクおよびリスク低減に関する情報提供 </td> </tr> </table> Japan_The develop of Risk Comm_inq_2007 36	・ リスク評価と研究： ・ 検査： ・ リスクコミュニケーション：	・ 食品と消費者製品の安全性に対する潜在的脅威の発見と分析 ・ 食品と消費者製品に関する法規制遵守の担保 ・ 正確かつ信頼性の高いデータに基づくリスクおよびリスク低減に関する情報提供		
・ リスク評価と研究： ・ 検査： ・ リスクコミュニケーション：	・ 食品と消費者製品の安全性に対する潜在的脅威の発見と分析 ・ 食品と消費者製品に関する法規制遵守の担保 ・ 正確かつ信頼性の高いデータに基づくリスクおよびリスク低減に関する情報提供				

図 2-5 ファンヘーステ氏発表スライドの一部

2.4.2 第2日目（平成19年1月30日）

(1) 「海外調査報告－効果的な情報提供とリスク評価の透明性－」

(株)三菱総合研究所研究員
小堀紀子

<発表概要>

10月に実施された欧米諸国の食品安全関連機関のメディア対応に関するヒアリング調査の結果報告が行われた。発表の中では、特に、ベルギーにおける広告宣伝の利用方法、ベルギーとイギリスにおけるスタッフ構成の違いなどが説明された。また、リスク評価機関における評価プロセスの透明性を保つための各国の取組み状況についても報告がなされた。発表に用いられたスライドの一部を図2-6に示す。

<質疑>

- 広告はコントロールできるが、費用が高い。コストパフォーマンスについては議論されているのか。
 - ・ ベルギーでは予算の大半が広告費になっている。ターゲットが子供の場合にはメディアに接する機会が少ないために、1つの戦略として広告という手段を用いる場合がある。
 - ・ 広告は全体の戦略の1つにすぎない。オランダではターゲットを絞っている。広告を展開するときはある特定のターゲットに向けたキャンペーンでしか実施しない。広範囲に広告を実施してもあまり効果は出ない。
- ベルギーはスポークスパーソンが一人で対応できているがこれはベルギーの特有性によるものである。他の国では、問題は広域に渡るため、スポークスパーソン一人では対応しきれない。
 - ・ 日本では持ち場に応じて担当を分けているという現状である。

I. 効果的な情報提供に向けた海外機関の取組み ーベルギー食品流通安全連邦庁（AFSCA）ー	II. リスク評価の透明性
● スポークスパーソンの設置による情報窓口の一本化 - ー 2000年のAFSCA発足以前には、食品安全関連機関にメディア対応専門部署がなかった。 ・ 1999年のダイオキシン問題が発生した際には、情報提供のあり方が問題視された。 →AFSCAには、コミュニケーション部署を設置し、部長をスポークスパーソンに任命。 - ー スポークスパーソンは、食品安全に関するメディアからの問合せの約9割に自身で答えている ・ フーバート氏：元食肉検査官、獣医資格有り。 ・ メディアからの問い合わせには迅速に答えないと、彼らは別のところに問い合わせるので、間違った情報が流れる危険性が出てくる。 →食品安全に関わる問い合わせは、必ずAFSCAが答える、という姿勢。 Copyright (C) Mitsubishi Research Institute, Inc. 2	● 英国食品安全基準庁 - ー Board Meetingを公開。 - ー 前日に非公開のプレ・ミーティングを開催し、フランクな意見交換を行っている。 ● 独連邦リスク評価研究所 - ー 会議は非公開。 - ー 代わりに評価結果に対する意見を交換するPublic Forumを開催している。 ● EFSA - ー Management Board MeetingをWebストリーミングで公開。 ● EU Food Law 2006年10月6日号 記事 - ー Open MeetingはSham（見せ掛け）か？ Copyright (C) Mitsubishi Research Institute, Inc. 7

図 2-6 三菱総研（小堀）発表スライドの一部

(2) 「メディアリレーションズ－メディアトレーニング」

(株)三菱総合研究所主任研究員
義澤宣明

<発表概要>

マスメディアを通じた情報発信態勢の強化・改善を目的とし、今後の導入のためのテスト・ケースとして実施されたメディアトレーニングの結果報告が行われた。

対象者となった食品安全委員会に期待される改善ポイント、および導入に向けた課題が提示された。

発表に用いられたスライドの一部を、図 2-7 に示す。

<質疑>

- 海外でのメディアトレーニングの実施状況はどの様になっているか。
 - ・ カナダでは、個々人のレベル、問題のレベルによって実施する内容が異なる。現場に出ている科学者、専門家がまずは対応し、その後でメディアリレーションの担当者がインタビューを受け、整理する。食品安全委員会では、委員が直接スポークスパーソンになることで問題が必要以上に重要視されてしまうことはないのか。
 - ・ 食品安全委員会委員が直接取材を受けることは少ない。委員長が会見を開催するのは重大な事故発生時や委員長の交代などの場合である。一番多いのはメディア側が話を聞きたい相手を特定して取材を申し込んでくる場合である。
 - ・ ヨーロッパの大半の国ではスポークスパーソンは直接テレビに出ることはない。専門官がテレビの前に出る。地位の高い人はなるべく出ない。地位の高い役人などが出てくると、消費者の不安感を煽るからである。安全性の問題は特に専門家レベルでとどめるようにする。メディアトレーニングは目的別に分けて行っている。基礎的なトレーニングは全員に行う。メディアを知るために裏方も研修を受ける必要がある。日々メディアに出ている人を見ながら学習することもしている。実際にマイクの前に立つ人用のトレーニングもある。この研修は広報担当官も一緒に受ける必要がある。広報担当官のみへの研修も必要。これは半日でもよいので受ける必要がある。プロとしての適切な対応、姿勢を身につけることが狙いである。

メディア・トレーニング進め方① 1. 模擬取材依頼書による依頼。事前のアンケートの実施 取材テーマは、各委員のご担当分野によって異なる。 各委員は模擬取材依頼書をもとに、通常の個別記者取材と同様の準備を実施。 2. 通常の個別記者取材と同様の設定での模擬取材(20分)	メディア・トレーニングの段取り② 3. 取材終了後、映像を見ながら取材への対応状況についてディスカッション(40分) 4. 後日、メディア・トレーニング全体の報告書を作成する。
食品安全委員会委員に期待される改善ポイント ● 伝えたいメッセージを強調すること － キーメッセージの強調 － プロアクティブな対応 ・ 記事イメージの想定など ● 話の長さを短くする － キーメッセージを提示後に詳細説明へ － 結論を早く知りたい記者への配慮 ● 資料の活用 ● 非言語表現の活用 ● 食品安全委員会委員と専門家としての立場の区別	メディアトレーニングの導入に向けた課題 ● 各委員の役割・任務に配慮したトレーニング構成の検討 － ファシリテーション力、プレゼンテーション力、スピーチ力、メディア対応力など ● ノンバーバル表現の強化 － 各委員の関心に沿ったプログラムの実施 ● 継続的なトレーニングの実施 ● 事務局と委員との連携体制を視野に入れたトレーニング － 事務局のサポート体制を含めたトレーニングの検討 － 6W(Who, When, Where, What, Why, Whom)1H(How) － 6Wは組織対応、1Hはスポークスパーソンが対応

図 2-7 三菱総研（義澤）発表スライドの一部（1）

(3) 「メディアカバー分析」

(株)三菱総合研究所研究員
牛島由美子

<発表概要>

これまでに食品安全委員会がリスク評価を実施したもののうち、以下の3事例を対象に行った「露出量評価」と「露出内容評価」に関する調査の方法論、および評価結果についての報告がなされた。

- ①魚介類等に含まれるメチル水銀に関するリスク調査
- ②我が国における牛海綿状脳症（BSE）対策に係る食品健康影響調査
- ③米国及びカナダ産牛肉等に係る食品健康影響評価

露出量評価では、記事面積やレイアウト情報も数値化した「露出量ポイント」を提案し、その評価結果が示された。露出内容の評価では、リスクメッセージ、および事実と実際の記事の内容を比較し、整合性を評価した結果が示された。

発表に用いられたスライドの一部を図 2-8 に示す。

<質疑>

- 通信社の影響はどのように取り扱ったか。
 - ・ 報道状況には、共同通信などの配信社の影響も大きく、他の報道に波及することも

- ありうるが、今回の調査ではそのような関係性までは追えていない。
- 人員・労力はどれくらいかかったか。
 - ・ 過去事例の調査は一気に膨大な量の記事に目を通さねばならず、時間を要したが、タイムリーな話題に関して追う場合は、一日の報道量は限られているのでそれほど多くの人員は必要ないと思われる。テレビやネットなど他の媒体もチェックすることとなればもっと人員は必要である。
 - ・ 今回は複数で内容評価を行うと評価軸がぶれる可能性もあるので一人が同じ目で判断することとした。
 - リスクメッセージとの整合性を評価する際の観点へのコメント
 - ・ リスクメッセージがすべて載っていたかをみてポイントをつけるのは厳しい。一つでも載れば成功という見方もある。
 - ・ 他国では、リスクメッセージがどのように引用されているか、どのように扱われているか、など記事全体をみている。批判的な論調か、読者にどのような印象を与えるかについても重要である。
 - 算出・判断方法はどのように設定したのか。
 - ・ 内容の判断は主観的なものとなりがちなので注意が必要である。
 - ・ 強調度、接触度は、完璧な値をとることはできないので、どれだけ近づけるかという問題となる。検証を重ねていくことが重要である。

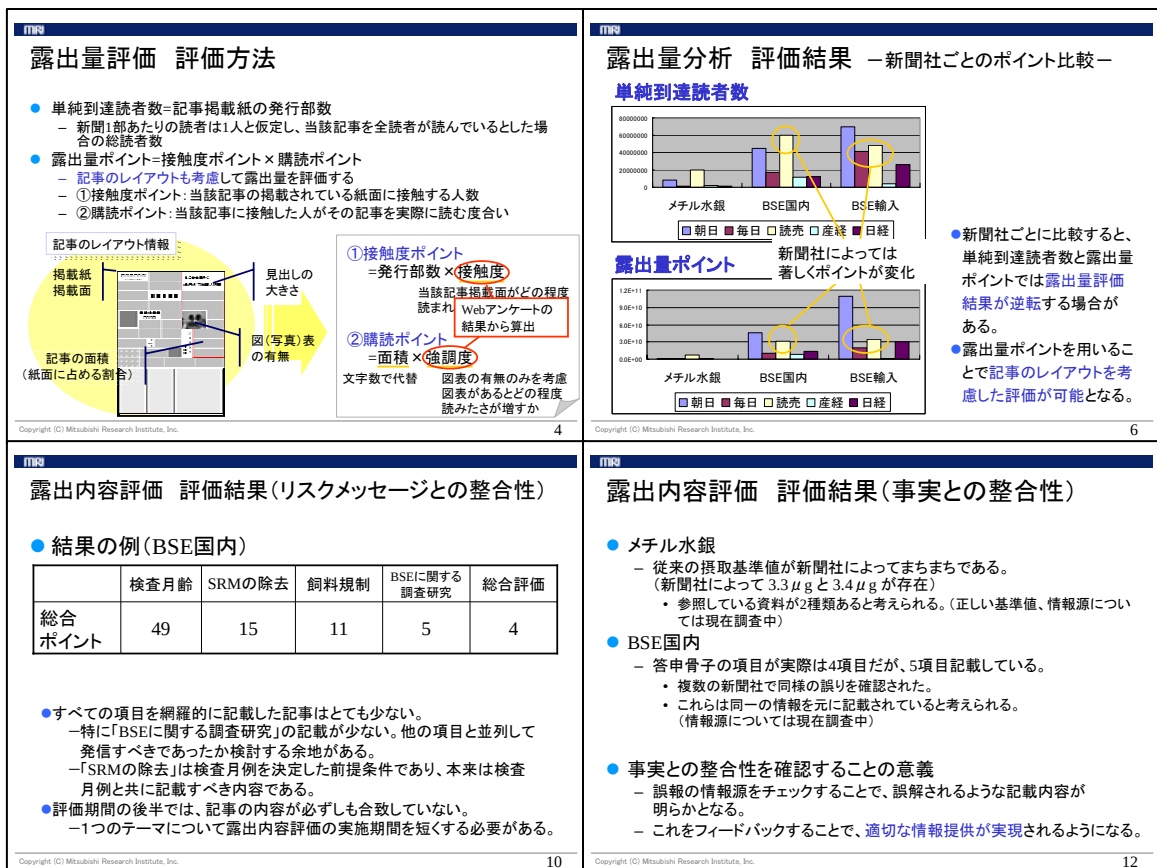


図 2-8 三菱総研(牛島)発表スライドの一部

(4) 「消費者の意識調査－フォーカス・グループ・インタビュー－」

(株)三菱総合研究所主任研究員
河合潤

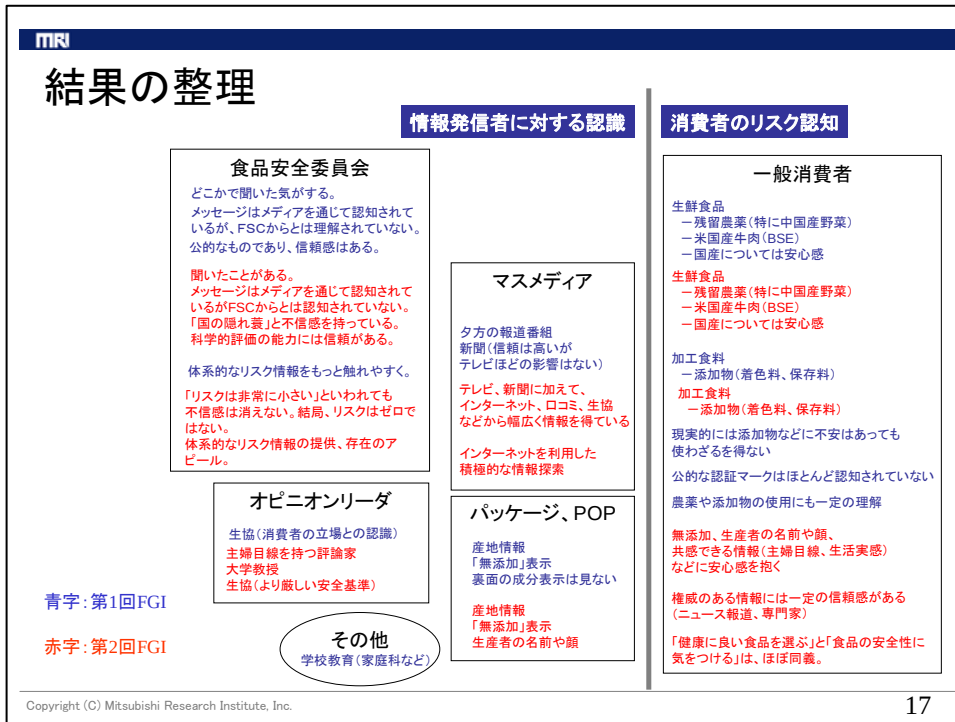
<発表概要>

消費者の意識調査のためのツールの一つとして、フォーカス・グループ・インタビューの有効性を検証するために、その方法論の紹介と、9月と11月に実施された2回のフォーカス・グループ・インタビューの結果報告がなされた。結果から、消費者の懸念が強化再生産されるループが存在するのではないか、という仮説が立てられた。

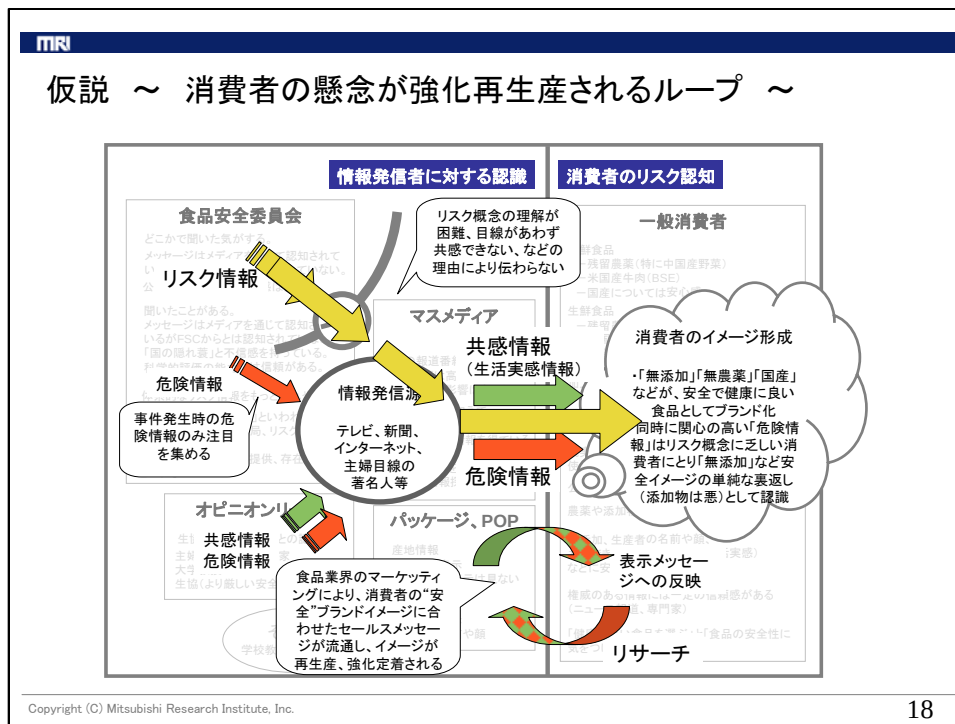
発表に用いられたスライドの一部を図 2-9 に示す。

<質疑>

- グループインタビューにおける「一般の消費者」の代表性の検証はどのように行うのか。
 - ・ インタビュー対象者が一般消費者を代表しうるかはアンケートを通じて定量的に確認していきたい。
- インタビュー対象者の特性はどのようなものか。
 - ・ 学歴には注目していないが、2回にわたる調査対象者の傾向として、食品への不安感が大きくない人は中学、高等学校で習ったものが基礎となっているという傾向があり、不安感がある人は食品安全に関して学校教育で習ったという記憶は薄かった。
 - ・ 食品への大きな不安感を持っていない方は、初等教育において適切な基礎知識を身につけたと考えられる。
- オピニオンリーダについて詳しく説明して欲しい。
 - ・ 消費者は表示だけを見て健康食品と誤認識してしまう場合がある。オピニオンリーダが表示だけを見ずに、成分表示まで見ることを伝えていくべき。第三者のオピニオンリーダがメッセージを提示していくことが重要である。
 - ・ コミュニケーション戦略としてオピニオンリーダを使うことも1つの手段ではある。オピニオンリーダを持つだけでなく、活用していかななくてはならない。



17



18

図 2-9 三菱総研(河合)発表スライドの一部

(5) 「消費者の意識調査－Web 調査－」

(株)三菱総合研究所主任研究員
義澤宣明

<発表概要>

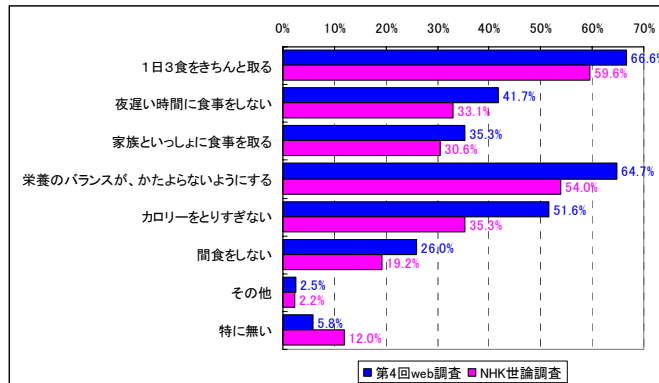
定量的な消費者の意識調査のツールとしての Web アンケートの有効性を検証するために、実施された Web アンケートの結果報告がなされた。アンケートでは、回答者の食生活や、食品安全に関する知識、および信頼する情報源などが問われた。

発表に用いられたスライドの一部は、図 2-10 に示す。

<質疑>

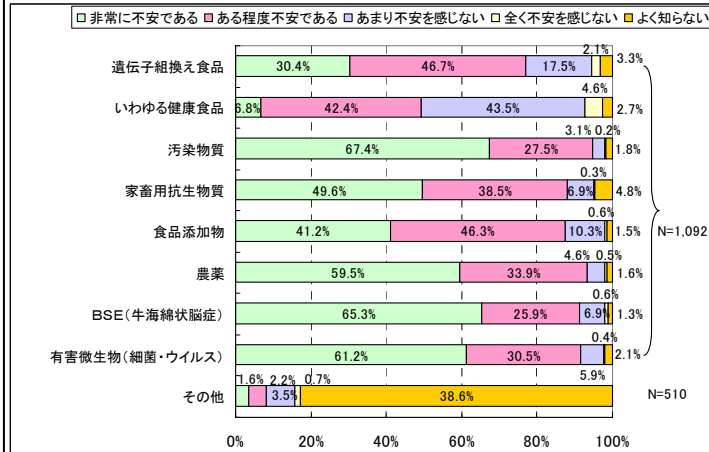
- アンケートにおける設問の立て方により結果にも影響が出るのではないかと。
 - ・ こういったアンケート調査というのは聞き方が難しい。どのように聞くかによって結果も影響される。ラヴィーンさんの発表ではカナダの食品安全行政に対する信頼は 80%と高かった。今回の調査でも、日本で流通販売されている食品の安全性に関する質問では、「確保されている」と思うかでなく、「ある程度確保されている」と思うかを訊けば割合は変わったかもしれない。Strongly と somewhat の聞き方が難しい。
 - ・ カナダでは、こちらでこういった設問をしたいという案を提示し、バイアスがかからないような設問作りを調査会社が助けてくれる。
 - ・ ヨーロッパで実施したユーロバロメーターの例も比較の対象となる。ヨーロッパでも農薬への不安はとても高い。メディアがよく取り上げる事柄である。NGOなども影響がある。回答はその時々メディアの状況に大きく左右されることに注意することが重要。最近のヨーロッパでは、BSEへの不安はそれほど高くない。ヨーロッパではBSEは過去のものとなっている。
- Web 調査の方法について詳しく教えて欲しい。
 - ・ 回答率は 30%と他の調査方法と比べ高い。アンケート回答者のリストを持っている専門の会社があり、スクリーニング条件を提示すると、該当する登録者にアンケートの Web アドレスが書かれたメールを送付し、回答者を募っている。

食生活で気をつけていること



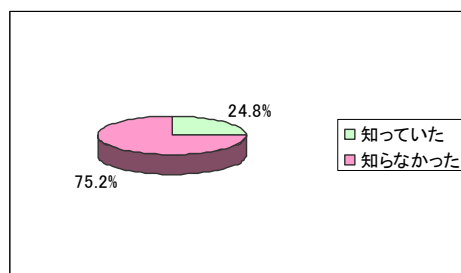
「あなたが食事についてふだん気をつけていることがありますか？」への回答(N=1,078, 複数回答, 第4回web調査)比較対象は、「食生活に関する世論調査(平成18年3月, NHK)」

食品の安全に関する危害要因



「食の安全の観点からの不安の程度」への回答(第一回web調査)

食品安全行政の認知度



「あなたは、平成15年7月の国民の健康の保護を最優先とした食品安全基本法の施行によって、新たな食品安全行政がスタートしたことを知っていましたか。」

への回答(N=1,097, 第二回web調査)

図 2-10 三菱総研(義澤)発表スライドの一部(2)

(6) 「見果てぬ『安心』」

読売新聞東京本社論説委員
井川陽次郎氏

<発表概要>

日本でよく用いられる「安全・安心」という言葉の概念について、その語源から、「安全」と「安心」という言葉がセットで使われるようになった背景、およびその使われ方についての考察に関する発表が行われた。

「安全・安心」というフレーズは、そもそも原子力の分野で使われ始めたものであり、現在では、政治においても、また、メディアにとってもときに「便利」なフレーズとして利用されている、との説明がなされた。しかし、「安心」とは、個人が主観的に判断することであり、政策目標とはならず、食品安全委員会は、「安全」をどのようにわかりやすく説明するか、に注力するべきであるとの見解が示された。

発表で用いられたスライドの一部は、図 2-11 に示す。

<質疑>

● 安全・安心の取扱いについて

- ・ 食品安全委員会のスタンスはあくまで科学的な「安全性」を訴えていくことにある。リスクコミュニケーションでなるべく安心を与えたいとは考えているが、資料等に「安心」という言葉を使わないようにしている。
- ・ リスクコミュニケーションで目指すのはその機関、システムを信頼してもらうことにある。ヨーロッパでもかつては情報を与えずに、「政府がしっかりやっているから心配するな」と言っていたこともあったが、それはコミュニケーションではない。正しい情報、同時に「わからないこと」も誠実に公表し、調査に要する期間等も情報を与えていく、これが重要である。リスクを減らすように努力はするが、リスクのない生活を保障することはできない。

● 情報公開について

- ・ 日本の行政機関は情報の公開が遅く、また、公開する情報もわかりやすくまとめられておらず、通常の人には理解できない。これも距離が広がる原因の1つだと考えている。メディア側では境界線上の問題について、専門家が早めに的確な解釈を出して欲しいと考えている。
- ・ EFSA では会議議事録のコンパクトな要約を示している。このテクニックは食品安全委員会でも身につけていく必要がある。
- ・ 科学者にとっては詳細な部分が必要と考えているが、コミュニケーターとしては主要な部分、人々に何を伝えたいかということを知りたいがっている。公衆は全てを知りたい訳ではない。欧州機関ではそのような要約を作成できるようになってきた。鍵となる部分にフォーカスしなくてはならない。それをしないとマスコミがとりあげてくれなくなる。過剰な情報は見られない。一般の人にもわかるようにいわゆる翻訳をして情報を提供しなくてはならない。自分たちでやらなければ他の人がやることになり、そうするとメッセージが伝わらなくなってしまう。
- ・ 日本にも、情報提供に責任を持つサイエンスコミュニケーターのような立場が必要かもしれない。
- ・ カナダでの経験から言うと、コミュニケーション担当を長年していくと、何もいわないことが安全なのか、どの程度ならリスクコミュニケーションすべきか、ということがだんだんわかってくる。
- ・ 日本の状況から考えると、記事がどう書かれるかは個々の記者次第で異なってしまうため、情報を提供する側の配慮も必要である。
- ・ 日本の文脈から言うと、リスク管理機関とリスク評価機関で実施すべきリスクコミュニケーションの相違の問題がある。

- 5W1H

- ・ 欧州でも健康リスクをどのような手法で報道するかを議論したことがあった。現在では質問があった場合に利用するチェックリストがあり、これを参照してから質問するようになっている。これについて情報が必要であれば、食品安全委員会に情報を提供する。

「安全で安心な社会」を作る…。 □ ここ数年、日本の政策の柱 ■ 小泉前首相が国内外で繰り返し表明 ■ 安倍首相も「安心な社会」を目指す、と表明 □ 従来は「安全な社会」というのが一般的 ■ 今や、「安全・安心」の4字熟語に なぜ「安心」なのか？	「安心」とは？ □ 定義があいまい ■ どんな状態が「安心」なのか ■ どう「安心」を実現するのか ■ 数値目標にできるのか ■ 一人ひとり「安心」の感覚は違うのではない ■ 「私は不安」という人は必ず残るのではない 「安心」は、よく分からない
「安心」とリスク管理 □ リスクコミュニケーションと両立するか □ 「安心」は管理できるか、伝えられるか →不可能なのではないか →政策としては疑問 しかし、食品安全も「安心」からは逃れられない	「安心」という言葉の価値 □ 組織の言い訳に使える 「安全性を確保するため最大限の努力をしていますが、さらに皆さんに安心していただけるよう、尽力する考えです…」 →安全性が理解されないと時に有用
マスコミにも使いやすい □ データ、論理では「安全」と認めざるを得ない →だが、「安心できない」という問題提起をすることができる。 ■ 「安心」には客観性がないから ■ 誰か1人が「不安です」とコメントすればOK ■ ニュースに「まだ安心とは言えない」と加えるだけ	食品の安全、安心 □ 「安心」よりも、データに基づく「安全」に傾注することが大切。そのためには、 ■ 安全の目標、基準を明確に示す ■ 評価には異論があれば、それも明記する ■ 難しくても丁寧に説明する
すべての基本は「5W1H」 □ 「〇〇は安全」という時 どの時点で(When) どの場所で(Where) 誰にとって(Who) 何が(What) どうして(Why) どんな状況(How)なら 安全なのか	まとめ □ 行政組織、政治家だけでなく、マスコミも、しばしば「5W1H」をごまかす。 □ 「安全」に忠実であろうとするなら、「安心」という言葉は使わない。 □ 「安全性(と、その不確実性)」を伝えるには、地道な努力しかない。

図 2-11 井川氏発表スライドの一部

(7) 「Media Training」

(株)フラリック CEO
芳賀日登美氏

<発表内容>

メディア対応を考える上での重要な要素、およびメディア対応の際に必要なとされるスキルについての説明がなされた。メディア対応において重要なのは、大きく分けて事前にアウトプットイメージを検討しておくことと、対応の際のデリバリースキルの2つがあり、それぞれは、トレーニングで改善・強化されていくものであるとの説明がなされた。

発表に用いられたスライドの一部は、図 2-12 に示す。

<質疑>

- カナダ、欧州のメディアトレーニング状況
 - ・ カナダ：30 秒のトレーニングを重視している。これは、30 秒という時間制限の下でキーポイントを話すためのトレーニングである。機関の中で研修を提供しており、誰でも受講することができる。メディアのインタビューを受ける／受けないに関わらずトレーニングを受け、適性を判断することもある。スポークスパーソンはインタビュー前にキーメッセージの確認を行い、30 秒メッセージでメッセージを提示し、その上でスポークスパーソンの言葉でも伝える。大きな問題では複数が発言するため、お互いの発表の内容を調整し、合わせる必要がある。
 - ・ 欧州：インタビューとプレゼンテーションでトレーニングを分けている。最近ではプレゼンテーションのトレーニング回数を増やしている。スピーチライターも必要とされている。これはアメリカが先進国である。一般的・基礎的なメディアトレーニング（コミュニケーションスキルのトレーニング）は全員が受ける。組織のトップもトレーニングを受けることが必要である。
- レトリカルなプレゼンテーション
 - ・ スピーチを効果的に組み立てることが重要である。
 - ・ 日本人だけではなく世界中どこでも難しいと考えられている。
- キーメッセージの組立て方
 - ・ オランダではスピーチライターがいる。まずは聴衆（主婦か？科学者か？など）の分析を行い、何を知りたいのかを明確化した上でスピーチを書き始める。「キーメッセージは何か」これがわかっている人のみがスピーチを書く。聴衆は常に注意深く聞いてくれる訳ではなく、相手を納得させられる時間は 10 分である。10 分以内に伝える。さらに聴衆を見ることも重要である。
 - ・ スポークスパーソン（専門家）と共に担当者がスピーチを考える。これをわかりやすい言葉に置き換えなおす。この作業には時間をかける必要がある。その分野をよく知らなければこの作業はできず、常に学習が必要。

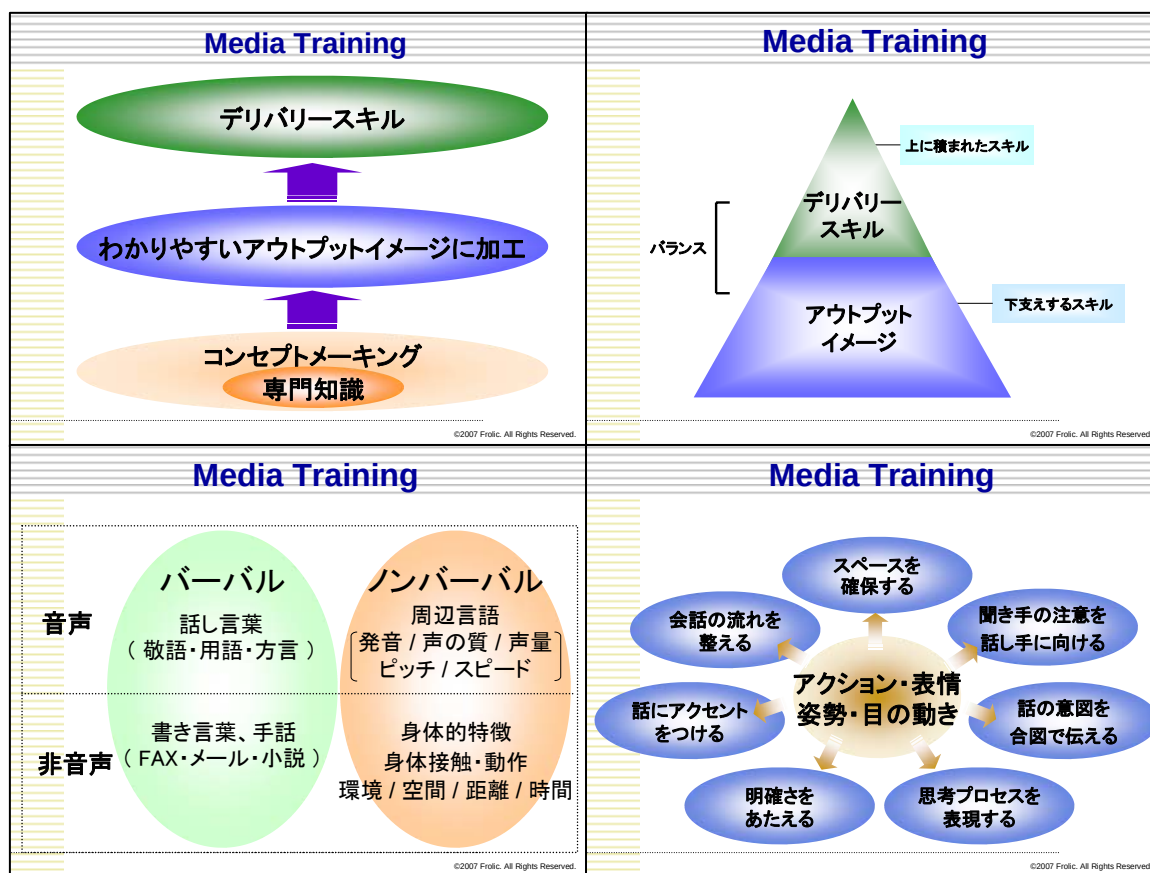


図 2-12 芳賀氏発表スライドの一部

(8) 「消費者意識とメディア・リレーション」

(社)消費者関連専門家会議 常任理事
 キッコーマン(株) お客様相談センター長
 滝田章氏

<発表概要>

事業者の立場からのリスクコミュニケーションを、リスクマネジメントとクライシスマネジメントの側面から説明、今後の課題、およびメディア、行政への要望が提示された。事業者としても、日々、消費者の視点に立った対応を心がけているが、行政、マスコミの協力も必要である、との見解が示された。

発表に用いられたスライドの一部は、図 2-13 に示す。

<質疑>

● リコールについて

- ・ 日本では、食品はほとんどが自主回収の形を取り、社告を出す。この最大の理由は不特定多数の消費者に呼びかけるために有効だからである。
- ・ カナダではリコールで公衆の健康に影響が出る場合は、マスコミが記事に取り上げてくれるのが一般的である。お金を出して社告を出すというのは稀なケース。カナダではリコール情報をいかにマスコミに取り上げてもらうかを検討している。
- ・ 欧州では一般食品法の中で生産者がよい製品を出す義務が規定されており、問題が

あった製品を出した場合には事業者側に公衆に情報を提示する義務がある。社告を出すルールについても定められている。また、リコールに関してはホームページを見ればわかるようにもしている。強制的なリコールはイメージダウンにつながるため、自主的なリコールが増えている。リコールについては保険も売られている。このため、リコールは日常生活の一部という感覚であり、危機とはとらえられていない。欧州にはアラートシステムがあり、EU 内の一部の国でリコールが起きると EU 内全ての国へ情報が伝わるようになっている。

- ・ 日本において社告を出さずに製品回収が出てしまうとマスコミからの批判を受けてしまう。その先手を打つためにお金を払って社告を掲載している。
- ・ 社告を出しているような内容は健康に重大な影響を及ぼすような問題でないこともあるのではないか。近年の食品に関するリコールの例は、「安全性」の問題とは別と思われる。
- 安心について
 - ・ 情報やコミュニケーションのみで安心は得られない。正しい行動があつてこそ安心につながる。行政のできることと業界の出来ることは限られている。
 - ・ 正しい安全情報を提示しただけでは、日本の国民はまだ自分で判断できない。
- 事業者における情報開示
 - ・ 透明性が確保できていないために、事業者が消費者の信頼を得られていない部分がある。
 - ・ 問題が発覚した際には、国民が「安全性」に怒っているのか、「隠匿」に怒っているのか見極める必要がある。
- 食品の特性
 - ・ 食品は人の口に入り、全ての人に関心を持たれる製品である。この特性により、問題が顕在化すると大きく取り扱われる。

(1) 製品回収の現状(クライシスマネジメント)

①製品回収関連法規

- | | |
|----------|--------------------------|
| 1) 自動車関連 | リコール制度(届出義務) |
| 2) 医薬品関連 | 自動車に準じた届け出
制度(報告義務) |
| 3) 家庭用製品 | 消費生活用製品安全法
(2007年に施行) |
| 4) 食品・飲料 | 自主回収 |

⑧事業者要望の具体的内容

- 1) 行政窓口の一本化
- 2) マスコミは中立な立場で、記事でも
取り上げて欲しい
- 3) CMや社告の費用に対する配慮を
- 4) 社告費用などについて国の支援を
- 5) 消費者と企業の共通認識や理解度
の擦りあわせ

- (1) 消費者が求めるものは「安心」
- (2) 「安心」を表明できない企業は存続
できない
- (3) 「安全情報」と「安心情報」の乖離
- (4) 「安心」を観念的な概念として捉える
のではなく、「安全」を納得してもらう
ための様々な努力と考える
- (5) 「危険」を強調するスタンスから
「非・危険」を伝えるスタンスに

図 2-13 滝田氏発表スライドの一部

(9) 総合討論

プログラム 1 日目、2 日目の全ての発表を終え、総合討論ではまず、海外の有識者の方々から、プログラム全体に関するコメントをいただいた。

- これまでのプログラムへのコメント
 - ・ 前回参加してから 2 年間で検討が進められていることに驚いている。メディアは一般市民とコミュニケーションを図る機能を持っている。そのため、どういう形でマスコミとやりとりするかが重要である。マスコミからの信頼をいかに勝ち取るかがとても重要になる。カナダでは 24 時間スポークスパーソンとコンタクトが取れるようにすることが重要であると考えている。(ラヴィーン)
 - ・ 日本での検討は前進しており、新たな疑問と問題、例えばプレス・オフィサーをいかに育成するべきか、は今後の課題だろう。調査の結果は非常に面白い。欧州のユーロバロメーターの結果と比較してもよいと思う。同じ質問を展開して国による差を検証してもよいのではないか。今回のような議論をマスコミと展開してはどうか。オランダではマスコミを招いて話をする場を持つようにしている。ジャーナリストと関係を持つことは重要である。マスコミの疑問を知ることも必要であり、お互いを知ることはお互いに有益である。トレーニングは実践し、その中から学んでいくべきであろう。食品関連事業者との関係は難しいものであるが、共に協力しながらどんな基準を設定すべきか議論すべきである。(ファンヘーステ)

その他の議論を以下にまとめる。

- 効果的なプレゼンテーション
 - ・ 効果的なプレゼンテーションを行うには、聴衆分析を行うことが重要である。例えば、参加申込みの際に簡単なアンケートを合わせて行うとよい。
 - ・ 参加者のレベルが 2 分した場合には、どちらにより訴えたいのかを重要視すべき。どちらも重視したい場合は、言葉はわかりやすく、しかし内容的には専門的な知識を持った人も新しく感じるようなポイントを必ず盛り込むことが重要である。
- 意見交換会
 - ・ 日本ではあえてターゲットを絞らずに開催する。
 - ・ 戦略によるが、オランダではあるテーマに対して深く関心を持っている人をターゲットに絞る方法をよくとっている。同時に誰でも参加できるものを実施する必要もある。聴衆の発言に対して、何を背景としているのかを理解することも必要である。
 - ・ カナダでは特別なグループにフォーカスを絞って実施している。ローカルな問題であれば、該当地域の人、事業者のみの場合もある。農業省では広く対象を設定しているが、こちらでは特定して開催している。
- 行政の事業者との関わり方
 - ・ EFSA では、政策を個々の業界と話すことはしない。1 つの会社や業界に特定される問題ではなく、業界団体を中心として活動している。
 - ・ カナダでも同様であり、業界組織を通じて活動をしていることが多い。
 - ・ 日本でも業界団体との窓口はもっている。

2.5 提言（ディスカッション要旨）

以上の発表やその後の総合討論を受け、今後の食品安全委員会のリスクコミュニケーションの取組みを検討する際の参考として、以下のような提言が取りまとめられた。

- リスクコミュニケーションの評価
 - ・ リスクコミュニケーションの評価は目標を明確にし、長期的に、また単独ではなく、組織全体の機能・役割とも併せて見ていくことが重要である。
 - ・ EFSA では、外部の専門家による評価も取り入れ、バランスの取れた評価を行うことを目指している。
 - ・ コンセンサス・コミュニケーションとクライシス・コミュニケーションの間に、事態をクライシスにさせないための「イシュー・コミュニケーション(issue communication)」があり、この存在を認識しておくことの重要性が確認された。
- 「安全」と「安心」
 - ・ 「安心」は、国民・消費者それぞれが判断することであるが、国としては、ただ「Don't worry (心配しないでください)」と言うのではなく、国の発信する情報を信じてもらえるように、信頼を築くための努力をする必要がある。
 - ・ 国民・消費者それぞれが「安心」かどうかを判断するのに、必要な情報をわかりやすく提供することが重要である。
- 情報のサマライズ
 - ・ 科学的な内容を分かりやすく要約することは、コミュニケーションの効率化にとって大変重要なことであるが、難しいことである。科学的に専門的な文書を分かりやすくリライトするためのチェックリストの開発なども有効である。
 - ・ 科学者と事務側が協力して、何を伝えたいのか、をはっきりさせることが重要である。
 - ・ どこまでの情報をどのような形式で提供していくかは今後議論していくべき課題である。
 - ・ 誰に届けたいのかを考え、そのターゲットに対して効果的な提供方法を選ぶことも重要である。内容も訴求対象の特性を考慮して分かりやすいものにする努力が必要である。
- リスクコミュニケーションとコーポレートコミュニケーション
 - ・ リスクを組織の宣伝に使ってはいけない。組織の知名度を上げることは重要だが、リスクコミュニケーションの目的と混同すべきではない。
 - ・ 講義やスピーチを各所で行うなどの努力によって知名度を上げ、ステークホルダーとの対話の機会を大切にすることが重要である。
 - ・ 日常の業務をしっかりとやることもコーポレートコミュニケーションとなる。
 - ・ 食品安全行政を変えることで信頼を回復しようとしたという背景のある日本の状況では、コーポレートコミュニケーションは重要である。
- リスクコミュニケーターの育成
 - ・ 各国でもリスクコミュニケーターの育成には力を入れている。
 - ・ 緊急事態に備える意味でも、各地域でリスクコミュニケーターを育成していくことは重要である。

2.6 まとめ

今年度の国際ワークショップでは、日本、カナダ、オランダ、および欧州全体のリスクコミュニケーションの取組み、およびメディア対応に関する意見交換が行われた。このなかで、日本の今後の取組みの改善に向けた有用な示唆も多く得られた。また、我が国では、安全とあわせて語られることの多い、「安心」という概念に関して、海外の状況と比較から、その意味や使われ方に関する議論を深めることができた。

このようなリスクコミュニケーションに係る国際的な交流の場が今後も継続的に設けられ、より多くの国との活発な意見交換が行われることが期待される。

IV 食品安全委員会のリスクコミュニケーションの 手法の評価・改善

目次

1. はじめに.....	59
2. フォーカス・グループ・インタビュー	59
2.1 FGI の概要	59
2.2 本調査における FGI の実施目的	60
2.3 調査項目設定の要点	60
2.4 第1回 FGI の実施	62
2.4.1 調査項目の設定	62
2.4.2 調査対象者	64
2.4.3 インタビューの構成	64
2.4.4 調査の実施仕様	65
2.4.5 調査の結果	74
2.4.6 結果のまとめ	84
2.5 第2回 FGI の実施	86
2.5.1 調査項目の設定	86
2.5.2 調査対象者	90
2.5.3 インタビューの構成	90
2.5.4 調査の実施仕様	91
2.5.5 調査の結果	103
2.5.6 結果のまとめ	116
2.6 調査結果の考察	120
2.6.1 第1回及び第2回 FGI の結果の整理	120
2.6.2 仮説の検討	121
2.7 評価結果の検証	125
2.8 今後の課題	125
3. 市民パネル	127
3.1 市民パネルの特徴	127
3.2 事例調査	128
3.2.1 国内の事例	128
3.2.2 農林水産先端技術産業振興センターの取り組み	128
3.2.3 北海道の取り組み	131
3.2.4 国内事例調査のまとめ	132
3.2.5 海外の事例	133
3.2.6 ドイツにおける状況	133
3.2.7 ドレスデン・コンセンサス会議	133

3.2.8	欧州各国で認識されている課題	135
3.2.9	海外事例調査のまとめ	135
3.3	市民パネルの課題	136
3.3.1	市民パネルの設置	136
3.3.2	専門家パネルの設置	136
3.3.3	市民パネルの議論の扱い	136
3.3.4	その他の課題	136
3.4	参加可能性に関する調査	137
3.4.1	参加可能性	137
3.4.2	参加可能な範囲	138
3.4.3	参加可能な回数	138
3.5	市民パネル利用の可能性	139
4.	リスクコミュニケーション手法評価検討会での議論	140
4.1	リスクコミュニケーション手法評価検討会の委員構成	140
4.2	リスクコミュニケーション手法評価検討会の実施状況	140
4.3	リスクコミュニケーション手法評価検討会での議論	142
5.	今後の課題	143

1. はじめに

食品安全委員会が実施するリスクコミュニケーションについて、その手法の有効性・改善を要するポイントを抽出するための調査を行った。具体的には、将来的に導入する可能性のあるリスクコミュニケーション手法として、「フォーカス・グループ・インタビュー」及び「市民パネル」に注目して、その導入有効性を検討した。また、手法等を検討するため「リスクコミュニケーション手法評価検討会」を設置して、今後のリスクコミュニケーション手法のあり方等について検討を行った。

2. フォーカス・グループ・インタビュー

フォーカス・グループ・インタビュー（以下、FGI）は司会者の進行に沿って実施する座談会形式の定性調査である。アンケートのように定型化した設問への回答を得るのではなく、自律的・可変的なインタビュー形式で実施する。本調査では消費者の食品安全に関する認識を把握するために FGI を試行的に実施するとともに、定量性なアンケートと相補的に組み合わせるなど適用手法についても検討した。

2.1 FGI の概要

FGI は質的調査のひとつに位置づけられるものであり、ビジネスやマーケティングの分野では、1970 年代以前から利用されてきた。特に、消費者の多様化するニーズを探索する方法として重要視されてきた。最近では、医療や社会科学、政策研究の分野でも利用が拡大してきた。従来のアンケート調査（定量調査）では基本的に調査票で準備された選択肢の範囲内でしか回答が得られない。そのため、調査票の設計者が想定していない新たな問題点等を発見することは難しい。一方、参加者が自由に意見を交換しながらインタビューに回答する形式をとる FGI では、参加者自身も日頃から明確には意識していなかった問題点等がインタビューの中で発言として具体的に説明され、参加者間で共有されることがしばしば起こる。このように問題が明確化されれば、アンケート調査の選択肢に採用することができる。一方、FGI から得られた結果は、あくまでも少数のグループから得られた定性的なものなので、直ぐに一般的な結果として解釈することはできない。したがって、FGI は仮説の探索・発見手法と位置づけるべきであり、発見された仮説は最終的にはアンケートのような定量調査で検証する必要がある。

FGI では、注目する問題に焦点をあてた大きな質問の流れをあらかじめ準備して、司会者がそれに伴いインタビューの大きな流れを作っていく。参加者は基本的にこのテーマを中心に自由に意見を述べていく。このことから、フォーカスという用語が用いられている。FGI の司会者の大枠な役割は、インタビュー全体をあらかじめ設定したフォーカスに添ったかたちで進めることと、参加者全員が自由な発言を行える雰囲気作りを行うことである。

一般に、FGI は参加者が集中力を維持できる 2 時間程度で行われる。また、この時間内に参加者全員が活発に発言する必要があることから、参加者は 6 名から多くて 10 名程度ま

で適切である。一方、参加者が4名程度以下の場合、参加者内で2対2や1対3のグループ分けができやすくなることから、あまり少人数で実施することも適切でない。また、参加者が自由に発言できる雰囲気を作るためには、できるだけ同じ属性でグループを構成することが望まれる。男性と女性を同一グループとすると、男性の意見が強くなり女性が率直な意見を述べにくくなることがある。テーマによっては男性が女性に遠慮して意見を述べにくくなるような場合もある。属性が同一のグループであれば、インタビュー結果を分析するに際し、その属性の影響を検討することも可能となる。後述するように本調査で実施したFGIでは、30代、首都圏在住、子供を持っている女性でグループを構成した。

2.2 本調査における FGI の実施目的

「食品の安全性に係るリスクコミュニケーション等に関する調査」では、食品安全委員会からのリスクメッセージの流れに沿って効果的なリスクコミュニケーションを実施していく方法を調べている。FGIはこのうち、リスクメッセージが消費者に到達した段階において消費者にそれらがどのように認識されているかを調べるために適用するものである。実際にFGIを試行し、消費者の意識の把握に対する有効性を調べるとともに、アンケート調査との組み合わせによる効果的な方法論についても検討を行なう。実施の目的を以下に整理する。

- 消費者の食品安全に関する意識を把握する
 - ✓ 意見交換会などに関心が低く、直接対話する機会の少ない一般の消費者が対象
 - ✓ 消費者の意識を深掘りすることにより、定量調査のための仮説を探索／設定
- 効果的な情報提供とメディアリレーションのあり方についての知見を得る
- アンケート調査と組み合わせることによる、効果的、効率的な意識調査の方法論を検討する

2.3 調査項目設定の要点

FGIの実施にあたっては、前項に示した、食品安全に関する消費者の意識の把握、効果的な情報提供とメディアリレーションのあり方（と現状）を調査の主眼とした。また、調査項目の具体的な設定では以下の点も考慮した。

- 消費者の懸念が大きく、関心の高いテーマであること
- リスク評価及びリスク管理に係るものであること
- 対象テーマについて食品安全委員会からのリスクメッセージ（一般向けのパンフレット、Q&A集なども含む）が発信されていること

消費者の懸念や関心事項を把握するため、第1回Webアンケートの自由記述“食品の安全性に関して日頃から不安に思っていること”の結果より得られた、食品に対する消費者の安全意識の傾向を参考とした。表2-1に、自由記述に診られた食品安全に関する具体的

なテーマの件数を整理する。ここでは、自由記述の内容から、消費者の懸念や関心事項を「危害要因の種類」「安全に関する情報」「ステークホルダーの信頼性」の3つにカテゴリーに区分したうえで、個別の項目をカウントした。（このカウントはおおよその目安であり、また一つの記述中に複数の項目が含まれている場合もあることに留意）

表 2-1 食品に対する消費者の安全意識の傾向

分類		件数
食品に関する危害要因の種類	残留農薬	159
	食品添加物、保存料、着色料	149
	BSE、米国産牛肉	44
	遺伝子組換え食品	38
	鳥インフルエンザ	4
	ダイオキシン	1
	O-157	1
食品の産地等、安全に関する情報	国産か？ 輸入ではないか？ （中国産ではないか？）	200 (68)
	産地や原材料の表示の偽装	68
	加工食品、外食産業等の食品のトレーサビリティ	20
	賞味期限の定義や信憑性	16
ステークホルダーの信頼性	安全性の基準（基準の低さ、統一基準の必要性）や 検査機関の実効性	9
	食品業者の信頼性	7
	食品に対する消費者の過剰な安全意識	7

この整理から、危害要因の種類においては、残留農薬および食品添加物が他を引き離して消費者の懸念事項であることがわかる。新聞紙上では BSE などに関する記事が頻繁に登場しているが、消費者はそうした時事性の高い項目よりも、農薬や添加物など身近で現実味のある危害要因をより不安視している傾向が伺える。現状のリスク評価との整合性や、新聞等のマスコミ報道との関連性などを調べることで、消費者の認識形成の特徴的な側面を把握できる可能性がある。

特に、農薬や食品添加物は、リスク評価の結果問題がないとされたもののみが利用されているものであり、これについて消費者が懸念を抱いているとするならば、その原因がリスク評価への疑問なのか、リスク管理への疑問なのかを深掘りすることは非常に重要である。

安全に関する情報については、産地に関する懸念、特に輸入食品についての不安が圧倒している。輸入食品のイメージやそれを不安視する理由をさらに詳細に把握する必要がある。

る。また、これに関連して、産地表示などの偽装や加工食品などの由来のトレーサビリティについても懸念が示されている。この懸念の原因を知るには、産地などの表示情報に不信感を抱く理由やその改善策について把握する必要がある。

ステークホルダーの信頼性については、産地情報の偽装を含めて考えれば、食品業者への不信感が多数を占めていると考えられる。食品業者のイメージや不信感を抱く理由を詳細に把握する必要がある。安全性の基準や消費者の過剰な安全意識への懸念も、少数派ではあるが今後の食品安全に関するリスクコミュニケーションを検討する上で貴重な情報である。

以上より、食品安全に関する消費者の意識や、効果的な情報提供とメディアリレーションのあり方を検討するため、調査項目を設定した。2回に亘って試行された FGI の具体的な調査項目については、次項で述べる。

2.4 第1回 FGI の実施

2.4.1 調査項目の設定

第1回 FGI では、消費者の食品安全に関する意識として、主に残留農薬や食品添加物に対するリスクの認識をテーマとした。また、効果的な情報提供とメディアリレーションのあり方を検討するため、食品安全に関する現状の情報源に関する有効性や信頼性の認識を調査項目に設定した。農薬や添加物のベネフィットの認識や、現在改正が行なわれている農薬の規制方法に関する評価についても付加的に調査した。調査項目を表 2-2 に示す。

表 2-2 第1回 FGI の調査項目

課題		インタビューのポイント
食品に関する リスクの認識	危害要因の種類とその認識	・ 危害要因として重要視しているのはなにか。またその理由はなにか。 ・ 特に、残留農薬と食品添加物について、どのようにリスクを認識しているか。
	購入時の選択要因	・ 購入時には、どのような情報を重視して選択しているか。 ・ 安全性が高いと思われるものについて多少価格が割高でも購入することがあるか。 ・ 成分表示や生産地表示、生産方法については、どの程度重視しているか。
食品のリスクに 関する情報源	情報源の種類とその有効性、 信頼性の認識	・ 食品の安全性に関する情報を最も多く得ている情報源はなにか。 ・ テレビからの情報はどのような番組から得ているか。 ニュースやワイドショー、バラエティ・情報番組、TV コマーシャルなど ・ 新聞、雑誌、インターネットなどかどうか。 ・ その他の情報源として、友人知人からの口コミ、生協など消費者団体、食に関するオピ ニオンリーダーなどからの情報はどうか。 ・ 食品のパッケージに記載されている成分表示、産地情報などはどの程度参考にしている か。どの程度信頼しているか。 ・ 国や食品安全委員会、その他の行政機関から出される情報はどの程度重視しているか。 ・ 農薬や添加物のベネフィットについては、どのように認識してるか。
農薬や添加物 について	ベネフィットと農薬規制	・ 農薬や添加物のベネフィットについては、どのように認識してるか。

2.4.2 調査対象者

FGI の調査の目的は、意見交換会などに関心が低く直接対話する機会の少ない一般の消費者であり、また食品の消費動向に影響を与えうるマジョリティを形成している層の認識を把握することである。このため、その端的なグループとして、自分で食材を購入することが多い 30 代女性¹を調査対象とした。女性は食品の安全性を重視しており²、また育ち盛りの子供を持つ女性は特に安全性に敏感であると考えられる。消費者として豊富な情報源や情報量を有する環境にあり、人口も多い都市部に在住していることも属性として考慮した。以上より、30 代で首都圏（都心より 30Km 圏内）に住み子供を持っている女性を対象とした。

2.4.3 インタビューの構成

インタビューは全体で 2 時間とし、以下の区分で構成する（表 2-3）。

表 2-3 インタビューの時間区分

区分	時間配分	内容
事前アンケート	10 分	（第 1 回 web アンケートの実施）
自己紹介	10 分（0:20）	家族構成、料理の頻度、食の安全について最近印象に残っている出来事
導入	25 分（0:45）	危害要因の種類と認識
展開 1	15 分（1:00）	購入時の選択要因
休憩	10 分（1:10）	（進行に応じて調整）
展開 2	30 分（1:40）	食品に関する情報源
発展	20 分（2:00）	農薬や添加物についての展開

¹ 自分で食材を購入する割合は、第 1 回 web アンケート調査の結果によると（男：39.4%、女：91.9%）（20 代：60.9%、30 代：68.9%、40 代：65.9%、50 代：65.5%、60 代：68.9%）である。

² 同じく（男：54.5%、女：70.9%）。

2.4.4 調査の実施仕様

(1)実施日時

平成18年9月16日（土） 10:00~12:30

(2)インタビューフロー

2時間30分のインタビュー調査は、大きく3区分（食品のリスクに関する認識、食品のリスクに関する情報源、農薬や添加物について）に分けて実施した。具体的なインタビューフローを表2-4に示す。

(3)インタビュー時の提示物

インタビューの実施にあたっては、インタビューの内容の具体的なイメージを喚起するために、必要に応じて以下の提示物を用意した。

- ・スーパーマーケットで販売されている食品の実例
- ・食品安全委員会からの情報に関する新聞報道事例
- ・食品安全委員会からの情報例

(4)対象者

対象者は、3都圏（都心より30Km圏内）に在住する子供のいる30代の女性で、専業主婦4名、有職女性2名の計6名である。対象者の詳細なプロフィールについて表2-5に示す。

また、対象者が、食品の安全について意見交換会に参加するほど関心は高くないが、食品の消費動向に大きな影響を及ぼす一般の消費者に属する人である条件として、以下のものを設定した。

- ①日頃の食品（生鮮、加工食品の他、飲料、菓子なども含む）の購入或いは宅配頻度が「週2〜3回」以上であること
- ②購入チャンネルとして「スーパー」「コンビニエンスストア」「個人商店」「デパートの地下食料品売場や高級食料品店」を「まったく利用しない」人は除外
- ③以下の5段階評価質問（「あてはまる／まああてはまる／どちらともいえない／あまりあてはまらない／あてはまらない」）において、9問中6問以上「あてはまる」と回答した人は除外 ⇒（食品の安全に日頃から非常に関心の強い層は除外）
 - a. 生協や産直などの信用できるルート以外では食品を買わない
 - b. 加工食品は、原料の安全性や添加物が気になるので買わない
 - c. 弁当・惣菜類は、原料の安全性や添加物が気になるので買わない
 - d. 価格が高くても、安全な食品を選択している
 - e. 外国産の野菜や肉は危険だと思う

- f. 子供には炭酸飲料やスナック菓子は与えない
- g. ファーストフードは、身体に悪いので食べない
- h. 残留農薬や食品添加物について、日頃から勉強している
- i. 食品についている表示や賞味期限などはそのまま信じない

食品安全に関するフォーカスグループインタビューフロー

メインテーマ (時間配分)	質問内容	ブルーピングポイント
事前アンケート	着席後、記入開始 ＊開始前に記入を終える	
導入(5～10分) 目標TIME: ～10分	自己紹介(家族構成、居住地、調理頻度、普段の食事の中で気をつけていること)	ラポールの形成
食品のリスクに関する認識 (15分)	(前段を受ける形で) 「最近、食品の安全性などが話題になっていますが、何か印象に残っていることや特に気になることはありますか」 →BSE、残留農薬、食品添加物、表示偽装…… (深追いはせずに話の流れで) 「いろいろと出てきましたが、その中で一番気になることはどれでしょうか」 「どうしてそれが一番気になるのでしょうか」 「どのような時に特に気になりますか」「どんな食品で特に気になりますか」 (すでに話が出ていれば以下は割愛) 「では、残留農薬については、いかがですか」 「先ほど1番とおっしゃった〇〇に比べると、気になる程度はどのくらいでしょうか」 「どのような時に特に気になりますか」「どんな食品で特に気になりますか」 「食品添加物については、いかがですか」 「先ほど1番とおっしゃった〇〇に比べると、気になる程度はどのくらいでしょうか」 「どのような時に特に気になりますか」「どんな食品で特に気になりますか」	➤ 食品安全に対する関心度、関心領域の把握 ➤ 他者への安易な同調ではなく、自分自身のリスク意識かどうか確認 ➤ 危害要因ごとにその重視度と重視理由を確認
目標 TIME: ～25分		

危害要因と購入時の 選択要因 (35 分)	「食品の安全性は、実際に食品を買う時にどの程度気にしていますか」「具体的に何かやっていることはありますか」 「安全性の確認するために、購入前に確認するのはどのようなことですか」 (一通り話を聞いたうえで、実物を見せてさらに以下の点で深掘りしていく) 「成分表示の話が出ましたが、購入される時にどの程度参考にしますか?」「何を確認しているのですか」 「特にどんなものを買う時に気になりますか」 「そこに何が書いてあると、買おうと思いますか、または買うのをやめようと思いますか」 * チーズかまぼこなどを例に 「保存料という表示がありますが、購入される時に気にしますか」「特にどんなものを買う時に気になりますか」 「その表示をみて、どのようなイメージを持ちますか」 * 漬物、ハムなどを例に 「色素、発色剤という表示がありますが、購入される時に気にしますか」「特にどんなものを買う時に気になりますか」 「その表示をみて、どのようなイメージを持ちますか」 「生産地表示の話が出ましたが、購入される時にどの程度参考にしますか?」「何を確認しているのですか」 「特にどんなものを買う時に気になりますか」 「そこに何が書いてあると、買おうと思いますか、または買うのをやめようと思いますか」 * 野菜を例に 「中国産という表示がありますが、購入される時に気にしますか」「特にどんなものを買う時に気になりますか」 「その表示をみて、どのようなイメージを持ちますか」 「中国産であっても、『特別栽培農産物』との表示がありますが、どのようなイメージを持ちますか」 * 例はないが 「(中国産以外でも)アメリカ産などもありますが、購入される時に気にしますか」「特にどんなものを買う時に気になりますか」 「その表示をみて、どのようなイメージを持ちますか」 「いわゆる表示ラベルに書いてあるのと、パッケージに書いてあるのとでは、どちらをよく見えていますか」 「どちらがより信用できますか」「それはどうしてそう思われるのですか」 * だし、レトルトを例に 「『無添加』と表に表示されているものと、されていないものがありますが、購入される時に気にしますか」「特にどんなものを買う時に気になりますか」	➤ 安全性の重視度を実際の行動で確認 ➤ 購入時の情報行動を確認 ➤ 成分表示の重視度を実際の行動で確認 ➤ 安心感(不安感)につながる危害要因を探索 ➤ 生産地表示の重視度を実際の行動で確認 ➤ 安心感(不安感)につながる危害要因を探索 ➤ 一括表示とそれ以外の重視度を実際の行動で確認 ➤ 信用度の違いとその理由を確認
--------------------------------------	---	---

目標TIME: ～ 60分	「その表示をみて、どのようなイメージを持ちますか」 * 納豆、野菜を例に 「例えば、こんなラベルは見たことがありますか」(有機食品／有機JASマーク／特別栽培農産物) 「このような表示は、購入する際の参考にしていますか」「信用できますか」 * マーク例を提示して 「例えば、こんなラベルは見たことがありますか」(ISO、HACCPなど) 「このような表示は、購入する際の参考にしていますか」「信用できますか」 「他に購入する商品の安全性を確認するためにやっていることはありますか」 →POP、店舗の信用、店員の話、鮮度、・・・ 「それと先ほどの表示ラベルなどと比べるとどちらが参考になりますか」「信用できますか」	➤認証マークの重視度と信用度を 実際の行動で確認 ➤その他の選択要因の方が重視されていないかの確認
--------------------------	--	---

食品のリスクに関する情報源 (25 分)	「いろいろな情報をもとに食品の安全性を判断されていると思うのですが、普段どういところからそういう情報を得ていますか」 「ある情報を聞いて、実際に購入したり、逆に購入をやめたり、減らしたりした経験がありますか」 「その情報はどこから、どのような情報でしたか」 「ご自身にとって、一番役に立つ情報はどのような情報ですか？」 「一番信用できると思う情報はどのような情報ですか？」 「どうしてそこからの情報が役に立っているのでしょうか」「どうしてそこからの情報が信用できるのでしょうか」 (以下は発言があれば、その話をうけて深掘り、発言がなければ、提示) 「(テレビから食品の安全性に関する情報を得ていらっしゃるということですが) 具体的にはどのような番組ですか」 →ジャンル、番組名、CM・・・ 「(【新聞／雑誌／インターネット】から情報を得ていらっしゃるということですが) 具体的にはどのような情報ですか」 →新聞: (新聞名) どの面か、内容(一般記事か、コラムか)・・・ →雑誌: 雑誌名、記事のジャンル、内容(一般記事か、コラムか)・・・ →インターネット: サイト名、内容(一般記事か、コラムか)・・・ 「(お友達やお知り合いからの口コミで情報を得ていらっしゃるということですが) 具体的にはどのような情報ですか」 →親密度合い、シチュエーション、内容・・・ 「(消費者団体・生協から情報を得ていらっしゃるということですが) 具体的にはどのような情報ですか」 →団体名、情報チャネル、ジャンル、内容・・・ * Web調査結果を提示して 「どうしてそこからの情報が信頼できるのでしょうか」	➤実際の行動への影響で重視する情報源とその理由を把握 ➤重視情報とその理由から、利用される情報、信用される情報の要件を抽出 ➤利用される情報、信用される情報の要件を具体的事例から探索
目標 TIME: ～85 分		

国・食品安全委員会からの情報について (15分) 目標 TIME: ~100分	「今お話頂いたような情報源の他に、国や食品安全委員会、その他行政機関などから出される情報もあると思うのですが」 * 認知されていない場合は具体的に例示 * 新聞記事を提示して 「どんな内容を知っていますか」「どの程度役に立っていますか」「信用できる情報だと思いますか」 「これが食品安全委員会の発表をもとに欠かれた記事だということは御存知でしたか」 ●メチル水銀、 ●国産牛肉の全頭検査緩和 ●北米産牛肉の安全性 * 食品安全委員会の資料を提示して 「これが実際に発表された内容なのですが、改めてご覧になって、どのように思いますか。わかりやすいですか。内容は自分の行動を変えるようなものですか」 「先ほど一番役に立っている、信用できると言われたものと比較すると、何が違いますか」 「国や食品安全委員会、その他行政機関などには、ほかにどのような役割を期待しますか」 「国や食品安全委員会、その他行政機関などからは、ほかにどんな情報を提供してもらいたいと思いますか」	➤ 国、食品安全委員会からの情報についての認知確認 ➤ 国、食品安全委員会からの情報の位置づけを確認 ➤ 利用される情報、信用される情報との違いを確認 ➤ 他の情報源とは違った役割が期待されるのかどうか確認
農薬や添加物のベネフィット認識、規制強化について(15分) 目標 TIME: ~115分	「ところで、(皆さんが不安に感じていらっしゃる)農薬や添加物は、必要があってこれほど幅広く使われているという面もあると思うのですが・・・」 「たとえば農薬がまったく使用できなくなったらどうなるでしょう・・・？」 「(非使用による不効用が認識されたら)そうなるのと、農薬が使用されるのだったら？」 「許せない使用方法と許せる使用方法の違いは？」 「国が農薬を規制する方法として、使ってはいけない農薬をリストにして発表していた方式を改めて、農薬は原則禁止とした上で、使用しても大丈夫だと認められた農薬だけリストにして発表するようになったのはご存知でしたか」 「たとえば添加物がまったく使用できなくなったらどうなるでしょう・・・？」 「(非使用による不効用が認識されたら)そうなるのと、添加物が使用されるのだったら？」 「許せない使用方法と許せる使用方法の違いは？」	➤ ベネフィット認識の有無を最初に確認 ➤ 農薬のベネフィットを具体的に意識させた場合、危害要因としての位置づけに変化があるか確認 ➤ 農薬規制について認知確認 ➤ 添加物のベネフィットを具体的に意識させた場合、危害要因としての位置づけに変化があるか確認
最後に(5分) 目標 TIME: ~120分		トピックとして確認すべきことがあれば確認 追加質問等あれば、確認

表 2-5 第1回 FGI の対象者プロフィール

	A	B	C	D	E	F
住所	豊島区	新宿区	横浜市	松戸市	葛飾区	東久留米市
年齢	30～34才	35～40才	30～34才	30～34才	35～40才	35～40才
同居家族構成	夫、6才娘、3才娘	夫、小1息子	夫、1才8ヶ月の子	夫、6才、3才	夫、小5息子、高3息子、19才娘	夫、中3娘、小5娘
職業	専業主婦	一般事務 (フルタイム)	専業主婦	専業主婦	一般事務 (パートタイム)	専業主婦
買い物頻度	4～6回／週	毎日	毎日	4～6回／週	4～6回／週	毎日
スーパー利用頻度	2～3回／週	2～3回／週	4～6回／週	2～3回／週	4～6回／週	4～6回／週
生協加入経験	過去に加入経験有	加入経験無し	加入経験無し	加入経験無し	現在加入	加入経験無し
調理頻度	ほぼ毎日	ほぼ毎日	ほぼ毎日	ほぼ毎日	ほぼ毎日	ほぼ毎日
調理回数／日	朝、昼、晩3回とも	朝、晩2回	朝、昼、晩3回とも	朝、昼、晩3回とも	朝、晩2回	朝、昼、晩3回とも
食品・食材情報の 入手経路	売り場、口コミ	売り場、食品表示、 口コミ	TV(情報・バラエティ)、 その他Web、売り場、 口コミ	新聞、TV(報道)、 TV(情報・バラエティ)、 食品表示	TV(情報・バラエティ)、 売り場、口コミ	雑誌、TV(報道)、TV (情報・バラエティ)
食材購入の注意点	価格、鮮度	価格、産地、鮮度、生 産者・流通業者	価格、季節もの、産 地、鮮度、手間	価格、見栄え、鮮度	価格、見栄え、産地、 安全性、鮮度、手間	価格、見栄え、季節 もの、産地、安全性、 鮮度、手間
特に信頼する情報	売り場	食品表示、口コミ	口コミ	食品表示	口コミ	TV(情報・バラエティ)
テレビ(健康番組)	みることがある	みることがある	みることがある	可能な限りみるよう 心がけている	みることがある	みることがある
テレビ(報道番組)	みることがある	みることがある	可能な限りみるよう 心がけている	可能な限りみるよう 心がけている	みることがある	みることがある
テレビ(ワイドショー)	みることがある	みることがある	ほとんどみない	みることがある	みることがある	みることがある

		A	B	C	D	E	F
マスメディアとの 接 触 状 況	テレビ(健康番組)	みることがある	みることがある	みることがある	可能な限りみるよう 心がけている	みることがある	みることがある
	テレビ(報道番組)	みることがある	みることがある	可能な限りみるよう 心がけている	可能な限りみるよう 心がけている	みることがある	みることがある
	テレビ(ワイドショー)	みることがある	みることがある	ほとんどみない	みることがある	みることがある	みることがある
	新聞(一面)	ほとんどみない	みることがある	可能な限りみるよう 心がけている	可能な限りみるよう 心がけている	みることがある	みることがある
	新聞(総合面)	ほとんどみない	みることがある	みることがある	可能な限りみるよう 心がけている	みることがある	みることがある
	新聞(経済面)	ほとんどみない	みることがある	みることがある	可能な限りみるよう 心がけている	みることがある	みることがある
	新聞(政治面)	ほとんどみない	みることがある	ほとんどみない	可能な限りみるよう 心がけている	みることがある	みることがある
	新聞(社会面)	ほとんどみない	みることがある	可能な限りみるよう 心がけている		みることがある	みることがある
	新聞(生活面)	ほとんどみない	みることがある	みることがある	可能な限りみるよう 心がけている	みることがある	みることがある
	雑誌(一般誌)	みることがある	ほとんどみない	ほとんどみない	みることがある	みることがある	みことがあ
	雑誌(専門誌)	ほとんどみない	ほとんどみない	ほとんどみない	ほとんどみない	みことがあ	みことがあ
	Web(新聞)	ほとんどみない	ほとんどみない	毎日必ずみている	みことがあ	ほとんどみない	みことがあ
	Web(専門誌)	ほとんどみない	ほとんどみない	みことがあ	ほとんどみない	ほとんどみない	みことがあ

		A	B	C	D	E	F
マスメディアへの信頼度	テレビ(健康番組)	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	テレビ(報道番組)	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	テレビ(ワイドショー)	ある程度信頼している	ある程度信頼している	あまり信頼できない	ある程度信頼している	ある程度信頼している	あまり信頼できない
	新聞(一面)	信頼している	ある程度信頼している	信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	新聞(総合面)	信頼している	ある程度信頼している	信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	新聞(経済面)	信頼している	ある程度信頼している	信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	新聞(政治面)	信頼している	ある程度信頼している	信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	新聞(社会面)	信頼している	ある程度信頼している	信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	新聞(生活面)	信頼している	信頼している	信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	雑誌(一般誌)	ある程度信頼している	ある程度信頼している	あまり信頼できない	ある程度信頼している	あまり信頼できない	ある程度信頼している
	雑誌(専門誌)	ある程度信頼している	ある程度信頼している	あまり信頼できない	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	Web(新聞)	どちらともいえない	ある程度信頼している	信頼している	ある程度信頼している	どちらともいえない	ある程度信頼している
	Web(専門誌)	ある程度信頼している	ある程度信頼している	あまり信頼できない	ある程度信頼している	どちらともいえない	ある程度信頼している

		A	B	C	D	E	F
その他情報源への信頼度	国	ある程度信頼している	ある程度信頼している	あまり信頼できない	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	食品安全委員会	ある程度信頼している	ある程度信頼している	あまり信頼できない	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	地方自治体	ある程度信頼している	ある程度信頼している	あまり信頼できない	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	その他公的機関	ある程度信頼している	ある程度信頼している	あまり信頼できない	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	メーカー・食品業界団体	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	大手スーパー・小売店	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	消費者団体・生協等	ある程度信頼している	ある程度信頼している	あまり信頼できない	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	研究者	ある程度信頼している	ある程度信頼している	信頼できない	ある程度信頼している	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	専門家	ある程度信頼している	ある程度信頼している	信頼できない	どちらともいえない	ある程度信頼している	ある程度信頼している
	マスコミ関係者	ある程度信頼している	ある程度信頼している	信頼できない	どちらともいえない	ある程度信頼している	ある程度信頼している
健康に悪い影響を与える可能性のある食品についての理解		あまりわかっていない	あまりわかっていない	あまりわかっていない	あまりわかっていない	あまりわかっていない	あまりわかっていない

2.4.5 調査の結果

インタビューのポイント毎に、確認した事項を以下にまとめる。

(1) 食品のリスクに関する認識と危害要因

①食品のリスクとしてまず想起されるのは、「アメリカ産牛肉」「中国産野菜」

- ・日頃、『食品の安全性に関して気をつけていること』として純粋想起されたものは以下の通り。

アメリカ産牛肉	▶ ~買わないようにしている／オーストラリア産にする程度であまり気にしない
中国産野菜	▶ ~よくないと聞く／買わないようにしている／国産野菜は気にならない／冷凍野菜は便利だが中国産なので買わない／ニンニクは国産1個と中国産6個の金額が同じだがどうしても中国産は買えない
鮮度／賞味期限	▶ ~玉子などは気になる
保存料／合成着色料	▶ ~身体にどう悪いのかわからない。皆食べているのだからあまり気にしない／いけない調味料が一杯入っているのかなと思いつつ惣菜を買ってしまう／ハムやウィンナーは割高でもナントカ剤が入っていないコーナーのものを選ぶ／「無添加」と書いてあるかどうか

- 上記純粋想起では、特にアメリカ産牛肉と中国産野菜を危険視する声が強い。その際、「とにかく〇〇産はよくないらしい、買うのはやめよう」など、安全でない「理由」より先に、避けるべき「産地」名に意識が向いている。
- なぜ安全でないのかをあらためて問うたところ、中国産野菜については「農薬を使っているから」、アメリカ産牛肉について「狂牛病」が挙げられた。
- 「保存料」「ナントカ剤」「合成着色料」などの発言はあるが、食品添加物という言葉自体は自発的には挙がらず。

- ・「疲れていると惣菜を買ってしまう（フルタイム有職）」、「無農薬などにこだわると家計が火の車になってしまう（専業主婦）」など、身体に悪いものは避けたいとの一方で、現実には残留農薬や添加物などの不安のある食材を選択せざるを得ない葛藤が感じられる発言が相次いだ。また子供が生まれたばかりの頃は食品の安全性について気にしたが、成長するに従い家事に忙しく気にしていられなくなった、との発言もあった。

(2-1) 食品のリスクに関わる、購入時の意識・実態(残留農薬／保存料(現物提示前段階))

①残留農薬は、全員が「気になる」。特に「中国産椎茸」

- 具体的には「野菜全般」がその対象とされたが、特に「中国産椎茸」を挙げる声が

目立つ。

～「中国産はすごく農薬を使っている、スーパーでも自主回収していると聞いた。ブロッコリーなど国産でも気になる」「やっぱり菜っ葉類は（農薬が）付くと思う」「中国産椎茸は国産より日持ちするので、農薬がすごく使われていると思って買わない」

■ 加工食品より生鮮野菜においてそのリスクが認識される傾向が強い。加工食品の残留農薬懸念は一部で「中国産冷凍野菜」が挙がる程度にとどまる。

■ 残留農薬が気になるのは「購買時」およびサラダなど「生野菜として使うとき」。
～「加熱しないときは国産でも気になってよく洗う。洗いすぎると栄養も流れそうだが」

②添加物も気になるが、中国産野菜ほどではない

■ 保存料や着色料が気になる食品として挙げられたのは、「子供の菓子」「たらこ」「肉の加工品」「ワイン」など。

～「チューチューアイスなど 100%じゃないもの」「明太子やハムはすごい色が付いている」「安いワインは防腐剤がいっぱいあって飲むと悪酔いする」

■ リスクが気になるものの、「気にするのは買うとき。買ってしまっただけで食べるときは気にしない」との声も。

（2-2）食品のリスクに関わる、購入時の意識・実態（購買時のリスク回避意識・行動（現物提示前段階））

①表示は「やや気にする」。表示チェックは習慣づいてはおらず、見方も場当たりの

■ 原材料などの表示は「まったく気にしないということはない」程度の意識。

～「やや気にするくらい」「近所のスーパーは（POPに）○○産と書いてあるので気にはするが細かくは見ない」

■ 「生産者の写真入り」に信頼をおぼえたり、「たまたま裏の表示を見て着色料のないものを選んだ」など、表示への接し方はさほど真剣ではなく、そのときそのときの気分や状況によるとの印象。

～「私が作りましたという写真とそこにトラクターが映っていたりすると、この人は保証してくれている、と惹かれる」

～「わさび漬を選ぶとき、ふたつのうちひとつは合成着色料と書いてあったので、そうでない方を選んだ。見て良かったと思った」

②根拠のない情報に基づくリスク回避行動も目立つ

- その他に留意する点として、周囲のクチコミをそのまま信じたり、自分の勘に頼るなど、リスク回避のための行動は根拠なく行われている様子がうかがえるが、意義ある回避行動とのそれなりの自負も感じられる。
 - ～「友人に勧められ、農薬を洗い流すための洗剤を買って使っている。アムウェイのもの」
 - ～「姑に言われて、ピーマンや苺のヘタの周りを切り落とす。そういうところに農薬が付いていると言われた」
 - ～「ハムや明太子など、赤色の強いものは避け、ピンク色のものを選ぶ」

(2-3)食品のリスクに関わる、購入時の意識・実態(現物提示後)

①「無添加」表現への反応：表面に目立って書かれている「無添加」には強く反応

- ダシや味噌などで「無添加」コピー表現がある商品は、安心の印と解釈され選択される傾向にある。
 - ～「断然、無添加と書いてあるほうを選ぶ」「無添加と書いてあるとそれだけで安心してしまう」「味噌にはよく無添加と書いてある」「無添加とあると、身体に悪い影響を与えなさそう」
- そのほか、大豆製品の「遺伝子組み換え大豆不使用」に対しても同様の傾向が示された。

②練り物商品の保存料への反応：練り製品などの保存料添加は当たり前、との意識からさほど気にせず

- 保存料入りは買わない、とする人はゼロ。かまぼこなど練り製品には「保存料が入っているのが当然なのだろう」と捉えられており、購買時にそれらを気にして表示をチェックしてもいない様子。
 - ～「保存料が入っていないかまぼこはないんじゃないか。練り製品はしょうがないんじゃないか」「常温で保存可能なら保存料が一杯入っているのかな」
- 実際に表示を見ても「どれが身体に悪いのかよくわからない」との声も。
 - ～「裏の表示を見ても何が身体によくて何が悪いかわからない。食品メーカーが入れているのだから、身体に直接害があると思わない」

③ハムや漬物の原材料表示への反応：着色料には不安が感じられ、裏面チェックが行われている

- 漬物などの着色料添加にはやや不安が感じられている。
 - ～「漬物を買うときは裏は見る」「漬物を買わない。梅干はシソを入れたら赤くなるのに売られているものは赤色ナントカを入れている」
- 特に合成着色料でその不安が大きいが、天然色素については安全なのかどうか判断

つきかねている。

～「赤色何番とか青何番とか（は身体に悪い）。（提示したニッスイ商品は）自然のものからとっているから、ニッスイは努力していると思う」「クチナシは（身体に）悪くない」「パブリカ色素とは何なのか。薬品なのか食品からとったのか。そういうふうな名前をつけただけなのかも」

④「特別栽培農産物」への反応：「特別栽培農産物」表示への関心は低く、目に留まらない様子

- 「特別栽培農産物」は1名のみ認知。
- 中国産にんにくにつけられていた「特別栽培農産物」のタグは殆ど目に留められておらず、「中国産」という産地情報のみから「危険である」と認識される傾向にある。
～「（特別栽培農産物という表示は）見たが、意味がわからなかった」「表示だけでは分からなくて、裏を見たら農薬を5割削減と書いてあった。でも当地（中国）で5割削減なのなら、それでどうなんだろう」
- 「特別栽培農産物」表示つきの国産野菜も提示したが、「減農薬の類だろう」といった受け止められ方で特にありがたみや安全性は感じられておらず、「特別栽培農産物」表示を参考にして買いたい、といった意識はみられず。

⑤野菜の農薬表示の反応：細かい文字で表記された使用農薬はチェックされていない

- 提示したアメリカ産レモンの袋には小さく使用農薬が表示されていたが、そのような細かい表示は殆ど読むことがない、とされた。むしろ、店頭で大きくPOPで表示された産地名情報が参考にされる傾向が強い。
～「このような表示は全然見ない。農薬について大きく書いてあったら見るが」

⑥小麦粉の産地に対する意識：小麦粉を買うときに、産地を意識する人は皆無

- 小麦粉を提示し、「原材料はどこだと思うか」と問いかけたところ、総じて「知らない」「考えたことがない」といった反応がみられた。生鮮野菜では外国産の残留農薬に関心が向いているが、小麦粉などの原産地のレベルでは、まったく関心が示されていないことは興味深い。
～「麦は外国かな」「知らない」「農協の小麦粉は国産だと思っていた」

⑦食品安全に関わる各種マークへの反応： 特保も含め、マークは「付いていれば何となく安心」とひと括りに認識

- 有機 J A S マーク認知：3 名
- I S O 認知：1 名
- H A C C P 認知：1 名

- 消費者にとってはこれらマークは“ちょっとした安心材料のひとつ”でしかなく、多種多様なマークが氾濫している、と感じられているため、マークの意味を個別に確認しようという意欲は総じて希薄である。ゆえに、これらマークも、「特保」マークも、同じ「マーク」とひと括りに認識される傾向がみられる。

～「いろいろな食品になんとかマークが付いている。付いてないほうがあまりない」

～「農林水産省承認とか厚生省承認とか、機関を通したものじゃないとマークがつけられないからついているものを信頼する。ヨーグルトもトクホがついている方がちゃんと胃に届くのかなという安心感がある。」「トクホはCMでやっているから健康に良さそうだ」

- 「有機 J A S マーク」の意味するところは漠然とイメージできるものの、購入時の参考情報とする、という声はみられず。「I S O」「H A C C P」は殆ど認知されておらず、マーク提示後も「理解不能」「分からない」などといった声が相次いだ。

～「無添加は気にするが、有機 J A S マークは気にしない。難しくて分からない」「マークだけでは買わない」「この商品は有機栽培の大豆を使っている、ということなのだろう」

⑧その他の購買時の情報接触： 商品裏面の細かな文字より、表面や店頭POPの大きな文字で判断

- 複数の商品から選択するときは裏面情報も参考にするが、多くの場合では裏面の詳細情報より、大きな文字（商品表面の「無添加」コピーや〇〇産と書かれた店頭 P O P など）が情報源に。日頃の買い物ではリスク情報も時間をかけず瞬時に判断できるほうが好まれる傾向にあると考えられる。

～「何とか産という表示は大きなものは見る」「パッケージの表と裏なら表を参考にする」「裏も見るが細かいし、知らないこともある。ISO などと入っているより日本語で分かりやすく〇〇産と書いてあるほうが影響は大きい」

- 産地などが記載された店頭の手書き P O P は総じて「信頼できる情報」と受け止められている。

(3) 食品のリスクに関する情報源

①食品のリスク情報は、ニュースなど「テレビ」の影響が大きい

- 食品のリスクに関する情報源として目立って想起されたのは「テレビ」。ほかに一部から「雑誌」「新聞」が挙げられた。

- 中国産野菜などの情報源としても多く挙げられるなど、特に「テレビ」が強く意識されている様子うかがえる。

- 記憶している「テレビ」からの情報想起は「冷凍野菜の残留農薬」「中国産椎茸の農薬問題」「魚の水銀/妊婦」「韓国産アサリの国産表示」「中国産ウナギ、シジミなどの抗生物質使用」など。

～「冷凍のほうれん草は農薬をいっぱい使っているとテレビで見て使うのをやめた」「韓国のアサリを持ってきて、日本で放して国産にするとニュースで見た。中国産は抗生物質を使っているときいて、うちでは食べなくなった」

- 「テレビ」からの情報から「家族での会話」に繋がったり、「インターネット」で検索してみる、など他の情報源に伝播してゆく様子もうかがえる。

～「中国産の野菜はテレビで聞きかじって、特番を見たり、ネットで調べてみたりもした」
「水銀がたまっているから魚ははらわたは食べちゃいけないと。たぶんテレビで見た。主人は『オヤジは食べていた』と言うが、今は食べちゃいけないよね、と会話があった」

- 番組としては「夕方のニュース（特集）」「みのもんたの思いっきりテレビ」「番組と番組の間の情報番組」など。子供に見せるための「NHK教育」放送から情報を得た、との声も。

～「夕方のニュースだった」「妊婦がマグロを食べてはいけないと見たのは夕方5～6時のニュース」「番組の間に小さい番組があり、着色料ときくと抵抗があるが害のないものもある、とクチナシを紹介していてなるほどと思った」「教育テレビはつけっぱなしにしているのでそこからも得ている」「3チャンネルで無農薬でお米を作る特集などをやっている」

- ほかに「小学校の家庭科」での学習経験を挙げる声も。子供の頃に学校で得た情報は記憶に残りやすい、とされた。

～「テレビの影響も大きいが、小学校の家庭科で習ったことが根強く残っている気がする。例えば加工食品には保存料が入っているなど。加工されたネギトロは奇形のマグロから取っている、など安全に関するビデオを観た」「子供の頃のっておぼえている」

②「新聞」もリスク情報源ではあるが、「テレビ」のほうが記憶に残りやすい様子

- 対象者6名のうち1名は新聞を閲読していない。閲読者でも、「一面と社会面と生

活面とテレビ欄を読む」など一通り目を通すことをしないケースもみられる。

- 「新聞でのリスク情報はテレビからも得られる」「新聞は難しく理解しきれない」「テレビは説得力があって引き込まれる」などの意識から、同一の情報を得ても結果として「テレビ」からの情報が記憶に残りやすいと考えられている。

- 「新聞」から得た情報として記憶に残っているのは、「狂牛病」「マグロの水銀」など。

- ～「新聞には狂牛病の記事があった」「マグロの妊婦さんのとか、水銀で量を制限されることとかが書いてあった」

- 「新聞」は「公平なイメージ」から信頼する、との声も一部にあるが、「難しい」「テレビは映像がある」など、「テレビ」が信頼できる、分りやすいとする“テレビ派”が目立つ。またテレビにはスポンサーへの配慮があって信頼できないとの意見もあった。

- ～「新聞でやることをテレビでもやっている。テレビのほうが記憶に残る」「新聞で狂牛病の記事は読むが理解しきれない。難しいことは分からないがテレビは耳から入ってくる」「テレビは情報が入りやすいし、信頼できる」

- 新聞記事ではなく、新聞に掲載の雑誌広告などからリスク情報を得る、との声も一部にあり。

③その他、「学校」や「病院」「DM」なども情報源に

- 一部ではあるが、「学校の給食便りに栄養士の先生が保存料について載せてくれる」との声あり。但し、学校からの情報は、栄養士の熱意などによって落差が大きいと感じられている。

- ～「うちの先生は熱いので、メニューとは別にB4で保存料についての情報をくれたりする」「うちの先生は熱くないのでそういうことはない」

- また、「病院」を挙げる声も一部あり。

- ～「3歳児検診で食品に関するアンケートをとられて、レトルトを使っていないか、塩分が多いので子供には良くないと聞いた。妊婦のとき、母親学級でも塩分のことは聞いたが、農薬までは言われなかったかな」

- 「通販などのDM」に記載された健康情報にも目を通して様子。

- ～「入れたなら出そうとキューサイの青汁を飲んでいる。健康便りというものがあり、キューサイの宣伝以外にプチ知識も紹介されている。こういうものを食べると発ガンしない、など」

④友人や知人などの口コミによる情報はあまり重視されていない

- 友人や知人からの口コミにより得た情報を聞いたが、明確な回答はなかった。しいて言えば、母親や姑から食品の安全について注意を受ける程度。

⑤「消費者団体」は、消費者「側」の情報との認識

アンケート調査の結果から、信頼できる情報源として「消費者団体・生協」が高スコアであることを口頭で伝え、その理由を考えてもらった。

- 「消費者団体」はメーカーなどとは異なり、自分達側の存在と感じられ信頼できそう、といった意見が寄せられた。またそうした認識ゆえに、販売側の「生協」とは受け止め方が異なる、といった意識も。

～「自分達寄りな気がする。メーカーより自分たちに近い。生協は売っているが、消費者団体は自分たちに近い」「利益を求める側ではなく、消費者の立場にたった機関の方が信頼できる」

- 「生協」に関しては、「以前加入していたとき、産地にこだわっていた」などの経験から信頼できる、との声がある一方「生協でも偽装問題があった」と信頼できない、との声もみられる。全体として生協の利用者は少ない。
- 今回の対象者は、一般消費者の中でも食品の安全にそれほど関心が高くない層を招集しているためか、「消費者団体とは何なのかよくわからない」といった声が一部で挙げられた。

～「消費者団体とは、よく理解していない。苦情が集まるクレーム係？」

(4-1) 国・食品安全委員会からの情報について(情報と委員会認知)

①食品安全委員会は「聞いたことがあるような気がする」など認知は示すが記憶は曖昧

- 「食品安全委員会」については非認知1名、「聞いたことがあるような気がする」5名で、印象が希薄な様子。

- 「国」からの情報としては、一部からではあるが「牛肉問題」「大豆イソフラボン」が想起された。

～「国と言えば牛肉ですよね?」「大豆イソフラボンの1日の摂取量をこれくらいにしないとやってメーカーが困っているとテレビのニュースか新聞で見た。それが委員会かどうかかわからないが国が規制をかけたのだと思う」

②委員会発信情報は認知しているが、発信元としての委員会は意識されていない

【食品安全委員会発表を受けての新聞記事3種（BSE検査「全頭」見直し答申／メチル水銀妊婦の摂取4割減／米産牛肉、12日禁輸解除）提示】

- 3種の情報は全員が認知。
- 国の機関であり信頼でき役立つ情報、と受け止め、「メチル水銀の問題がある魚は食べないようにしようと思う」など具体的な行動に結びついている。しかし、これらの情報が食品安全委員会の発表が元となっていることは全員非認知である。

～「食べないようにしようと思う」「これだけ新聞に載ったり、テレビに出るのはそれなりの調査機関が入ったということなので信じざるを得ない」「農林水産省だったり、委員会だったり国の機関の言葉が入っているから信頼できる」

(4-2) 国・食品安全委員会からの情報について(委員会発信情報評価)

①委員会発信情報は難しいが怖さが伝わる

【食品安全委員会発表資料(「魚介類等に含まれるメチル水銀に係る食品健康影響評価」のポイントについて) 提示】

■ 食品安全委員会の資料内容は「難しい」と感じられている半面、「怖さが伝わる」「本当に体内の赤ちゃんが危険に晒されているのが伝わる」などそのリスクがリアルに重く感じられるとして、高評価。

～「難しい。不確実係数って何ですか?」「細かくて分からない」「最初は誰から誰に依頼、なぜ、とわかるが、最後は分からない」

～「怖さは伝わる」「まいつか、食べちゃえと思っていたのが、絶対食べない、と思う。重く捉えた」「本当に体内の赤ちゃんが危険に晒されているのが伝わる。新聞は軽い。これを見ると胎児には排出する機能がないとか」

➤ 一部には、新聞と比べて分りにくいとの指摘あり。新聞のほうが結論が端的に見える、とされた。

～「こういうのを分かりやすくしたのが新聞。委員会の発表を見て、記事の内容を汲み取るのは無理かも。これだけなら素通りする。入ってこない。委員会資料は経過があって起承転結になっているが、新聞は結論が一番分かりやすく書いてある」

➤ あらためて、「食品安全委員会」の存在や重要な立場にインパクトを感じる声も。

～『『委員会』という名前から、もっと薄い、下請けのような存在と思ったら、厚生労働大臣が食品安全委員会委員長に依頼するなんてすごい」

②「体内移行図」など具体性の高いリスク情報に関心、高評価。もっと知りたいとの声も

■ 提示資料の中では「体内移行図」に関心が集まった。「新聞にはこのような図がなく詳しく知ることができない」、「テレビでもこういう図は使われていない」などとされ、チャートや箇条書きの表記など理解を促進させる情報発信の工夫が高く評価された。

～「図があると、新聞の見出ししかみない娘も拾い読み、拾い理解ができる」「体内移行図はあった方が分かりやすい」

- 今後食品安全委員会へ期待することとして、「より具体的なリスク情報の伝達」「ネットなどでリスク情報を一覧できる仕組み」「委員会発信情報をもっと目に触れやすく」などが挙げられた。

～「悪いのが（体内で）どこに行くか明確に分かれればもっと気をつける。今は悪いという情報しかなく、何に悪く、どう悪いかが分からない。子供の成長がどうなるなど、もっと知りたい」「いつでもいろいろ見れる情報が欲しい。ネットなどで一覧できるとか」「もうちょっと皆が目に触れるよう情報発信してほしい」

(5) 農薬や添加物のベネフィット認識とポジティブリストへの反応

① 農薬のベネフィットについては理解されている

- 虫の被害、価格の高騰、無農薬農法の難しさなどが連想され、農薬のベネフィットについては一定程度、認識、理解されている。

～「使いたくなくても、使わないと虫がつく。農業をしている親戚は、自分が食べるものにも農薬を使っているという」「使わないと値段が上がるし皆にいきわたらなくなってしまう」「農薬を使わず何かの虫を使うのを見たが維持が大変そうだった」

- 農薬のベネフィット認識ゆえ、「ある程度の使用は仕方がない」との意識。但し、見映えをより良くするためなどの理由で必要以上の農薬が使われるのは許容できない、とされた。

② ポジティブリストへの変更には総じて好意的

- 農薬規制方法の変化についての認知者はゼロ。
- ポジティブリスト概念には好意的な反応が示された。ネガティブリストの場合の、リスト記載外の農薬が使われる不安が、ポジティブリスト採用によって払拭できる点が評価されている。

～「ポジティブリストの方がいい。無登録農薬という記載されていない農薬がこれまでは規制できなかったなら、新しい農薬が出てきたとき、ポジティブリストのほうが規制可能で使えなくなるから」「ポジティブリストのほうが、全部把握しているから安全性が良くなったイメージ」

- 一方で、「外国産野菜まで（ポジティブリストで）規制できないのではないか」との懸念も。

- 「0.01ppm」という点については、自発的発言は得られず。刺激を与えて聴取したところ、イメージが浮かばず理解できていない様子がうかがえた。

～「農家さん向けの資料だと思う。私たち向けじゃない」「ppm ってまったく分からない」「0.01ppm がどの程度なのか、全く分からない」

③添加物のベネフィットは認識されているものの、専業主婦の一部からは不要論も

- 添加物不使用だと「常にかい物、すべて手作りはぞつとする」など、そのベネフィットを認識する様子が目立つとともに、一部ではあるが「日持ちがしなくなったらそれに合わせて生活するからなくてもいい」といった声も。
～「常にかい物に行けないし、すべて手作りになるかと思うとぞつとする」「日持ちしなくなる」「置き・作り置きしている人は困るのではないか」
～「日持ちはそんなにしないでいい」「日持ちがしなくなってもそれに合わせて生活するからいい」
- 上記、添加物のベネフィット認識派には有職主婦 2 名が含まれ、「添加物はなくていい」としたのは何れも専業主婦であった。
- 但し、添加物のベネフィットから使用を容認はするが、「人体に影響しない量を」「あまりいっぱい使うのもどうか」など、多用する不安や、「色はいらない」など着色料は不要とする声がみられる。

2.4.6 結果のまとめ

(1)食品のリスクに関する認識と危害要因

- ・食品のリスクについては、現在「中国産野菜」「アメリカ産牛肉」への関心が高まっている。中国産野菜では残留農薬を気にしている。その他の一般的なリスクとして、添加物についても漠然とした不安を抱いている。添加物としては、着色料に懸念が強い。
- ・日頃の家事や家計を考えると、現実には添加物など不安のある食材も使わざるを得ず、また“危険なものが売っているはずはない”との達観も見られる。

(2)食品のリスクに関する、購入時の意識、実態

- ・購入時には、中国産野菜、アメリカ産牛肉、残留農薬、添加物（着色料、保存料）などをある程度気にし、選択に反映させる場合がある。
- ・売り場で確認するのは、POP 表示における産地、パッケージ表に記された「無添加」などの表記。裏面の成分表示などについて確認する習慣はなく、迷ったときに場当たり的に裏面をちらっと見る程度。
- ・購入時の判断に用いるリスク情報も、記憶の断片や自分の勘など、根拠のあいまいなものに基づいている。
- ・有機 JAS マーク、ISO、HACCP、特別栽培農産物など、公的な認証マークについてはほとんど認知されていない。ただし、“どんなものでも公的なマークがついていれば安心する”との受け止め方がある。

(3) 食品のリスクに関する情報源

- ・食品のリスク情報はテレビからの影響が最も大きい。特に夕方のニュース番組での報道がよく参考にされている。
- ・新聞については、公平性や正確さなどの信頼感が高いが、日頃の情報源としては、テレビに大きく水をあけられている。
- ・家庭科の授業など、学校教育で得た知識が一定の影響を持っている。
- ・その他、子供の学校からの便りや、病院、通販などのDMを通じて情報を得ている。
- ・消費者団体については、消費者側の立場から食品の安全性について取り組んでいるとの認識があり信頼性は高い。しかしながら実際に接触していたり情報を得ていると認識している人はほとんどいない。

(4) 国、食品安全委員会からの情報について

- ・食品安全委員会の存在については“どこかで聞いた気がする”という程度のあいまいな認識を持っている。
- ・食品安全委員会のイメージは、公的で信頼できる、「委員会」という名称により実態よりは軽い立場と感じる、など。
- ・委員会から発信された情報については、マスコミによる報道を通じてよく認知されているが、委員会からの情報発信とは認識されていない。
- ・委員会から発信された情報そのものを新聞報道と比較させたところ、委員会情報の方が図や箇条書きの説明などにより、“難しいが怖さが伝わる”“報道よりも詳しく説明している”との好意的な評価がある。
- ・今後食品安全委員会に期待することとして“より具体的なリスク情報の伝達”“ネットなどでリスク情報を体系的に検索、一覧できる仕組み”“委員会発信情報をもっと目に触れやすくしてほしい”などが挙げられた。

(5) 農薬や添加物のベネフィットについて

- ・農薬の使用については、害虫の被害、価格の高騰、無農薬農法の難しさなどが連想され、農薬のベネフィットへの一定の理解がみられた。
- ・農薬のポジティブリスト規制については、ほとんど認知されていなかったが、内容については好意的な評価が得られた。
- ・添加物のベネフィットについても、利便性について一定の評価は見られたが、専業主婦の一部からは不要論も示された。

2.5 第2回 FGI の実施

2.5.1 調査項目の設定

第2回 FGI においては、第1回の結果得られたことを踏まえて、さらにその深掘りを行った。第1回 FGI により食品の安全性に関する情報源の凡その姿を得たが、その詳細な情報の流れ、特に消費者に大きな影響力を持つ情報の発生源とその媒介者を描き出した。またこの情報の流れの中に、食品安全委員会及びその発信情報がどのように位置づけられるのかに、についても詳細を把握した。そこで、食品の安全性について消費者に情報を伝えるチャンネルのうち特に有望なチャンネルに注目して、そこで伝えられている内容とその伝わり方について掘り下げて調べた。また、情報の流れを詳しく調べるために、調査の対象者も第1回に比して食品の安全に関する情報感度のより高い層に設定した。第1回 FGI の結果から得られた有望な情報チャンネルとしては、以下のものが挙げられる（図 2-1）。

- ・ マスメディア（特にテレビのニュース、新聞報道）
- ・ 売り場でのセールスメッセージ（POP 表示等）
- ・ オピニオンリーダーが発信する情報（消費者団体等）
- ・ 学校教育

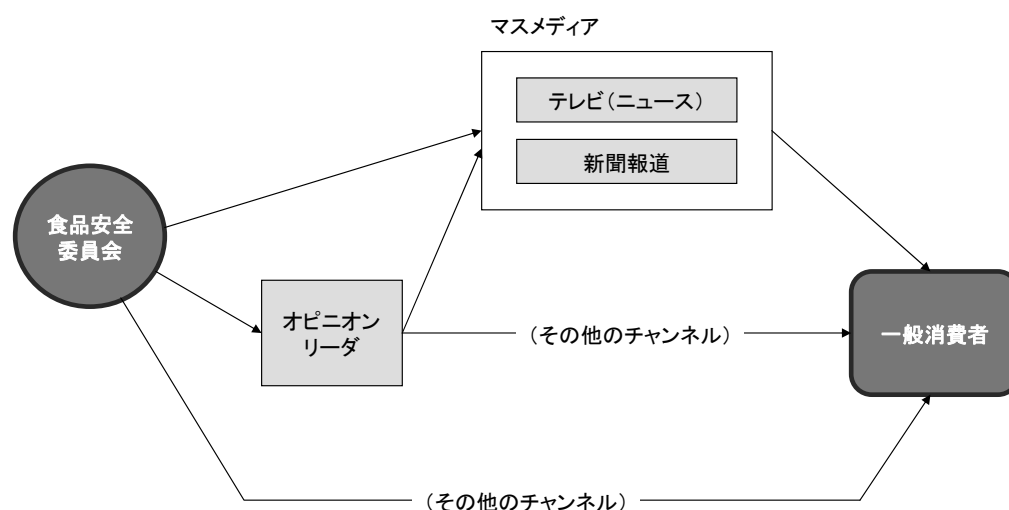


図 2-1 食品安全に関するコミュニケーションチャンネル

情報の伝わり方を調べるにあたって次の問題意識を持った。すなわち、「現在、市場に出回っている食品に用いられている添加物や農薬はすべて国による科学的な評価を経て安全性の基準を満たすことが確認されている。しかしながら消費者には依然として不安感が強く、食品安全の理解が進んでいるとはいえない。そこで、食品の安全（およびリスク）について実像に即した理解を得るには、現状のコミュニケーションをどのように改善すればよいのか、それぞれのコミュニケーションチャンネルにおいて伝えるべき内容と効果的な伝え方はどのようなものが望ましいのか」に注目して調査を行なった。

調査のテーマとしては、次に示すものを設定した。これらのテーマに沿ってインタビューのポイントを詳細化したものを表 2-6 に整理する。

(0)食品のリスクに関する認識

- ・(第1回 FGI と同様の確認事項として) 食品のリスクについて一般の消費者はどのように認識しているか。不安感を覚える理由はなにか。

①マスメディアを通じたコミュニケーション

- ・マスメディアを通じて、食品の安全についての一般的な情報を消費者はどのように得ているか。
- ・マスメディアを通じた情報のどの点を信用しているのか。またそれはなぜか。
- ・マスメディアを通じて、食品安全委員会からの発信情報は消費者にどのように伝えられているか（消費者はどのように情報に触れ、理解しているか）
- ・[特定の新聞記事の事例を対象として] 記事に接した場合に抱く印象、感想

②オピニオンリーダーによるコミュニケーション

- ・オピニオンリーダーが発信する情報を消費者はマスメディアを通じてどのように触れ、理解しているか。
- ・オピニオンリーダーが発信する情報に触れるチャンネルは、マスメディア以外にはどのようなものがあるか。そのチャンネルに消費者はどのように接触し、情報を理解しているか。
- ・オピニオンリーダーが発信する情報のどの点を信用しているのか。またそれはなぜか。

③学校教育を通じたコミュニケーション

- ・食品安全についてこれまでどのような知識を学校での教育から得ているか
- ・消費者は学校教育を通じて得た知識について、現在どのように受け止め、活用しているか。

④食品安全委員会からのメッセージの伝達

- ・消費者にとって、食品安全委員会から情報を得るチャンネルはどのように機能しているか
- ・食品安全委員会が発信する科学的な評価の結果はどの程度信用しているのか。あるいは信用していないか。その理由はなぜか。
- ・食品安全委員会からの情報チャンネルをより機能させるには、どのように改善すべきか。消費者の要望は何か。

⑤健康情報と食品安全

- ・「食品と健康に関する情報」と表現した場合、一般の消費者は、食品の「a.安全性に関する情報」と「b.健康の促進に関する情報」の 2 つの意味合いをどのように識別しているか。両者の共通点、相違点はどうか。

その他

- ・（遺伝子組換え技術をテーマとして）専門家から聞きたい説明とはどのようなものか。

表 2-6 第2回 FGI の調査項目

課題	インタビューのポイント
食品に関する リスクの認識	・食品の安全に不安を覚えている点はなにか。またその理由はなにか。 ・購入時にはどのような情報を重視し選択しているか。
食品のリスクに 関する情報源	・食品の安全性に関する情報を最も多く得ている情報源はなにか。 ・各メディアチャンネルに対する認識はどうか。 ・食の安全に関しては、どのような組織／個人からの情報を信頼しているか。 ・食品の安全についてこれまでどのような知識を学校教育から得ているか。 ・その他の情報チャンネル
食品安全委員会 からの情報の認知	・食品安全委員会が発信する情報は、消費者にどのように認識されているか。 ・食品安全委員会が行なっている科学的な安全評価についてはどのように受け止めているか。どの程度信頼しているか。 ・委員会からの情報は消費者にどのように認識されているか。 ・食品安全委員会に期待することは何か。
その他	・食品に関する健康情報と安全情報の相違はなにか。 ・（遺伝子組換え技術について）専門家からどのような説明を期待するか。

2.5.2 調査対象者

第2回 FGI の調査では、食品安全委員会から消費者へと結ぶコミュニケーションチャンネルの深掘りを調査の主眼とした。そこで、消費者の中でも比較的食品に対する不安感が強く食品安全情報の収集に熱心であると考えられる層を対象とした。比較のために第1回と同様に以下の条件は同等とした。

- ・30代女性、首都圏（都心より30km圏内）在住、子供あり、専業主婦（パート含む）

食品の安全について意見交換会に参加するほど関心の高くない層に属するなかで、比較的食品に対する不安感が強いと考えられる層を対象とするため、具体的には前回と同じフィルター質問に対して、9問中6問が「あてはまる」もしくは「まああてはまる」と回答した人を抽出した。

- a. 生協や産直などの信用できるルート以外では食品を買わない
- b. 加工食品は、原料の安全性や添加物が気になるので買わない
- c. 弁当・惣菜類は、原料の安全性や添加物が気になるので買わない
- d. 価格が高くても、安全な食品を選択している
- e. 外国産の野菜や肉は危険だと思う
- f. 子供には炭酸飲料やスナック菓子は与えない
- g. ファーストフードは、身体に悪いので食べない
- h. 残留農薬や食品添加物について、日頃から勉強している
- i. 食品についている表示や賞味期限などはそのまま信じない

2.5.3 インタビューの構成

インタビューは全体で2時間とし、以下の区分で構成する。（表 2-7）

表 2-7 インタビューの時間区分

区分	時間配分	内容
事前アンケート	（着席時）	（第1回 web アンケートの実施）
自己紹介・導入	10分（0:10）	家族構成、料理の頻度、普段の食事での気遣いなど
展開1	15分（0:25）	危害要因と購入時の選択要因
展開2	50分（1:15）	食品のリスクに関する情報源
展開3	30分（1:45）	国・食品安全委員会からの情報について
発展1	10分（1:55）	健康情報と食品安全
発展2	5分（2:00）	遺伝子組換えに関する情報提供について

2.5.4 調査の実施仕様

(1)実施日時

平成 18 年 11 月 28 日（火） 10:00-12:00

(2)インタビューフロー

全体で 2 時間強のインタビュー調査は、大きく 5 区分（展開 1-3、発展 1,2）に分け実施した。具体的なインタビューフローを表 2-8 に示す。

(3)インタビュー時の提示物

インタビューにあたっては、以下のものを提示する。

- ・スーパーで販売している食品の実物（食品のリスクに関する認識）
- ・輸入 BSE に関する新聞報道事例（食品安全委員会からの情報の認知）
- ・遺伝子組換え技術についてのポイント（その他：専門家に期待する説明）

(4)対象者

対象者は、比較のため第 1 回の FGI と同様とし、3 都圏（都心より 30Km 圏内）に在住する子供のいる 30 代の女性で、専業主婦 5 名、有職女性（パート）1 名の計 6 名とした。対象者の詳細なプロフィールについて表 2-9 に示す。

表 2-8 第2回 FGI のインタビューフロー

メインテーマ (時間配分)	質問内容	プルービングポイント
事前アンケート	着席後、記入開始 * 開始前に記入を終える	
導入(5～10 分) 目標TIME: ～10 分	自己紹介(家族構成、居住地、調理頻度、普段の食事の中で気をつけていること)	ラポールの形成

メインテーマ (時間配分)	質問内容	プルービングポイント
危害要因と購入時の選択要因 (15分) 目標 TIME: ~25分	「普段みなさんがお買い物に行かれて(宅配などもあるかもしれませんが)、食品の安全性は、実際に食品を買う時にどの程度気にしていますか」「具体的に何かやっていることはありますか」 「特に何が気になりますか」「どうしてそれが気になるのでしょうか」「どのような時に気になりますか」「畑などで食べ物が育成されてから一般の人の口に入るまでにはいろいろの段階を経ますが、安全上気になるのはどのような段階でしょうか？たとえば育成する自然環境、生産、加工、流通、販売、それから家庭や外食での調理などではどのような点が気になりますか？」「どんな食品で気になりますか」 (一通り話を聞いたうえで、実物を見せてさらに以下の点で深掘りしていく) 「たとえばこのような商品を購入する前に表示などは見ますか」 (見る場合)「何を確認しているのですか」「特にどんなものを買う時に気になりますか」 「そこに何が書いてあると、買おうと思いますか、または買うのをやめようと思いますか」 * レトルトを例に 「『無添加』と表に表示されているものと、されていないものがありますが、購入される時に気にしますか」「特にどんなものを買う時に気になりますか」 「その表示をみて、どのようなイメージを持ちますか」 「表示がされているものと比べた場合、表示がされていないものについて、どのように思いますか」 「それは、なぜですか」「(添加物が悪いという理解の)判断の元になっている情報は何ですか」 * ハムを例に 「発色剤という表示がありますが、購入される時に気にしますか」「特にどんなものを買う時に気になりますか」	➤ 安全性の重視度を実際の行動で確認 ➤ 購入時の情報行動を確認 ➤ 「食品安全」で想起される内容を確認し、その範囲を推測する ➤ 重要視している危害要因、不安要因およびその理由の確認(どの段階かも確認) ➤ 成分表示の重視度を実際の行動で確認 ➤ 安心感(不安感)につながる危害要因を探索

メインテーマ (時間配分)	質問内容	プルービングポイント
	「その表示をみて、どのようなイメージを持ちますか」「それは、なぜですか」「(発色剤が悪いという理解の)判断の元になっている情報は何か」 * 野菜を例に 「『有機 JAS マーク』というのがありますが、購入されるときに気にしますか」「特にどんなものを買う時に気になりますか」 「その表示をみて、どのようなイメージを持ちますか」「表示がされているものと比べた場合、表示がされていないものについて、どのように思いますか」「それは、なぜですか」「(農薬が悪いという理解の)判断の元になっている情報は何か」	

メインテーマ (時間配分)	質問内容	プルービングポイント
食品のリスクに関する情報源 (50 分)	(今見て頂いた表示の他にも)「いろいろな情報をもとに食品の安全性を判断されていると思うのですが、普段どういうところからそういう情報を得ていますか」 →テレビ、新聞、雑誌、ネット、消費者団体、POP、店員の話、DM 等宣伝物、口コミ、学校教育、家庭教育、・・・ 「ある情報を聞いて、実際に購入したり、逆に購入をやめたり、減らしたりした経験がありますか」 「その情報はどこから、どのような情報でしたか」 「ご自身にとって、一番役に立つ情報はどのような情報ですか？」 「一番信用できると思う情報はどのような情報ですか？」 「どうしてそこからの情報が役に立っているのでしょうか」「どうしてそこからの情報が信用できるのでしょうか」	➤ 情報源の確認 ➤ 実際の行動への影響で重視する情報源とその理由を把握 ➤ 重視情報とその理由から、利用される情報、信用される情報の要件を抽出
(マスメディアを通じたコミュニケーション)	(以下は発言があれば、その話をうけて深掘り、発言がなければ、提示) 「(テレビから食品の安全性に関する情報を得ていらっしゃるということですが)具体的にはどのような番組ですか」 →ジャンル、番組名、CM・・・ 「(【新聞／雑誌／インターネット】から情報を得ていらっしゃるということですが)具体的にはどのような情報ですか」「どうしてそこからの情報が役に立っているのでしょうか」「どうしてそこからの情報が信用できるのでしょうか」 →新聞：(新聞名)どの面か、内容(一般記事か、コラムか)・・・ →雑誌：雑誌名、記事のジャンル、内容(一般記事か、コラムか)・・・ →インターネット：サイト名、内容(一般記事か、コラムか)、閲覧頻度・・・	➤ 利用される情報、信用される情報の要件を具体的事例から探索 ➤ 情報内容の詳細を確認 ➤ 利用される情報、信用される情報の要件を抽出

メインテーマ (時間配分)	質問内容	プルービングポイント
(オピニオンリーダーによるコミュニケーション)	「(著名人、識者などの話から情報を得ていらっしゃるということですが)具体的にはどのような情報ですか」 「食品安全の分野で、ご存知の有名人(タレント、カリスマ主婦など)や専門家(学者、研究者、評論家、ジャーナリストなど)はいますか」 * 健康情報の発信者と混同していないか留意 →名前(または肩書き)、情報チャンネル(メディア／メディア以外)、ジャンル、内容、信頼度、行動への影響… 「どうしてそこからの情報が信頼できるのでしょうか」 「(消費者団体から情報を得ていらっしゃるということですが)具体的にはどのような情報ですか」 →団体名、情報チャンネル、ジャンル、内容… →消費者団体と生協への認識の違いはあるか * Web調査結果を提示して 「どうしてそこからの情報が信頼できるのでしょうか」 「(親、友達やお知り合いからの口コミで情報を得ていらっしゃるということですが)具体的にはどのような情報ですか」 →親密度合い、どんなタイプ(食品安全に対する感度など)の人から、シチュエーション、内容…	➤利用される情報、信用される情報の要件を具体的事例から探索 ➤情報内容の詳細を確認 － オピニオンリーダーの具体例 － 情報チャンネル － ジャンル － 内容 － 信頼度、行動への影響など
(学校教育を通じたコミュニケーション)	「(学校で習ったとのことですが)具体的にはどのような情報ですか」「その知識は現在も役に立っていますか」	➤利用される情報、信用される情報の要件を具体的事例から探索

メインテーマ (時間配分)	質問内容	プルービングポイント
ヨン)	→いつ、誰から、科目、内容・・・ →現在も活用している知識の内容 →信頼度とその理由	➤情報内容の詳細を確認
(その他)	「(売り場の POP から得ていらっしゃるということですが) 具体的にはどのような情報ですか」 →どの売り場か、内容、見る頻度・・・	➤利用される情報、信用される情報の要件を具体的事例から探索
目標 TIME: ～75分	→店舗によって、違うか(例えば生協店舗だったら)	➤情報内容の詳細を確認
国・食 品 安 全 委 員 会、識 者 から の 情 報 に つ い て (20 分)	「今お話頂いたような情報源の他に、国や食品安全委員会、その他行政機関などから出される情報もあると思うのですが」 * 認知されていない場合は具体的に例示(BSE、大豆イソフラボン、メチル水銀、アカネ色素、ユエンザイム Q10 などの例) (ここでさらに以下の点で深掘りしていく) 「現在、市場に出回っている食品に用いられている農薬や添加物は安全委員会による科学的な評価により安全性が確認されたもののみです。したがって、農薬や添加物を使用しているからといって安全性を心配する必要は無いという意見もありますが、この点についてどうお考えですか？」 「そうお考えになる理由は何ですか？ 例えば、科学的評価自体に問題があるとお考えですか？」 「あるいはそれ以外になにか問題があるのでしょうか？」 「そのような問題意識のきっかけとなった情報は何かですか？」	➤国、食品安全委員会からの情報についての認知確認 ➤情報のチャンネルを確認(メディア／メディア以外) ➤これまでに列挙された危害要因、不安要因を重要視している理由の確認。また、“なぜ食品安全委員会の安全評価があるのに不安を感じるか”の理由の確認。

メインテーマ (時間配分)	質問内容	プルービングポイント
目標 TIME: ～95分	* 新聞記事①を提示して(BSE 一面記事) 「信用できる情報だと思いますか」 「この記事をはじめてご覧になったとして、どのように思いますか。わかりやすいですか。これを見て、牛肉を買ったり買わなかったり、買う場合に何か特に気をつけたりするなど、変化はありますか。」 (行動を変える場合)「行動を変えるきっかけになりそうな記述や内容はどの部分ですか」「そう思うのはなぜですか」 * 新聞記事②を提示して(BSE 関連記事) 「この記事をはじめてご覧になったとして、どのように思いますか。わかりやすいですか。これを見て、牛肉を買ったり買わなかったり、買う場合に何か特に気をつけたりするなど、変化はありますか。」 (行動を変える場合)「行動を変えるきっかけになりそうなのは、どの部分ですか」「そう思うのはなぜですか」 「先に見て頂いた記事と比べて、受ける印象などは違いますか」「どちらがわかりやすいですか」 「どちらの内容の方が自分の行動に影響を与えそうですか」「そう思うのはなぜですか」 「どちらの内容も食品安全委員会の発表内容をもとに書かれた記事ですが、そのことについてご存知でしたか」「国の機関である食品安全委員会の発表内容と知って読み直すと、印象は変わりますか」「それはなぜですか」	➤国、食品安全委員会からの情報の位置づけを確認 ➤影響度が大きくなる情報の要件を具体例から探索

メインテーマ (時間配分)	質問内容	プルービングポイント
	「食品安全委員会では、“米・カナダ産と国産牛の BSE 感染の危険度の差は非常に小さい”と評価していますが、その評価の結果についてはどのように思いますか」「そう思う理由はなぜですか」 「国や食品安全委員会、その他行政機関などには、どのような役割を期待しますか」 「国や食品安全委員会、その他行政機関などからは、どんな情報をどのように提供してもらいたいと思いますか」	➤ 食品安全委員会への信頼度とその理由について確認 ➤ 国、食品安全委員会には他の情報源とは違った役割が期待されるのかどうか確認
情報発信行動について(10 分) 目標 TIME: ~105 分	「ところで、ご家族やお友達と、食品の安全性(危険な食品)について話したりすることはありますか」 「最近話題になったことは何についてですか」「どなたと?」「どんな時に?」 「他によく話題になることはありますか」「どなたと?」「どんな時に?」 「あなたから話すほうが多いですか?それとも聞いているほうが多いですか?」 「あなたの話を聞いて、周りの皆さんはどんな反応されますか?」 (食品安全については話さないという人に) 「それは何か理由がありますか?」	➤ 食品安全に関する話題の取り上げられ方、位置づけを確認 ➤ 実際に話されている内容と周囲の反応から影響力(情報発信力)を推測 ➤ 食品安全の話題が忌避されている場合にはその背景を確認

メインテーマ (時間配分)	質問内容	プルービングポイント
健康情報と食品 安全(5～10分)	* ここまでで健康情報に属する話題が出ていれば例示して 「いろいろとお伺いしてきたように、『食品の安全性に気をつけて食品を選ぶ』という視点の他に、(××のように)『健康面に気をつけて食品を選ぶ』という視点があると思うのですが」 「『健康面に気をつけて食品を選ぶ』というと、どんなことが思い浮かびますか」 「具体的に何かやっていることがありますか」「特に何が気になりますか」「どのような時に気になりますか」「どんな食品で気になりますか」 →バランス、1日30品目、自然・天然、旬・鮮度、特保マーク付き、サプリメント、… 「そのような『健康面に気をつけて食品を選ぶ』ために必要な情報と、『食品の安全性に気をつけて食品を選ぶ』ために必要な情報というのは、皆さんの中で何か区別がありますか、ありませんか」 (違いがあるとする)「その違いは何ですか」	➤安全情報と健康情報の差異を認知させる ➤「健康」で想起される内容を確認し、その範囲を推測する ➤安全情報との差異について明確な認識があるかを確認
最後に 遺伝子組み換え に関する情報提 供について 目標 TIME: ～120 分	「遺伝子組み換え技術というのはお聞きになったことがありますでしょうか…」 * 資料提示 「この1～9の中で興味のある点や、今まで疑問に思っていた点などありますか」 「もし専門家から遺伝子組み換えについて説明を聞けるとしたら、どの点について聞きたいと思いますか」 「それはなぜですか」	トピックとして確認すべきことがあれば確認 追加質問等あれば、確認

表 2-9 第2回 FGI の対象者プロフィール

	A	B	C	D	E	F
住所	世田谷区	荒川区	葛飾区	葛飾区	松戸市	柏市
年齢	30～35才	35～40才	35～40才	30～35才	35～40才	35～40才
同居家族構成	夫、小1息子	夫、幼稚園息子	夫、小3娘、幼稚園息子	夫、1才娘	夫、小3息子、幼稚園息子	夫、小4息子
職業	専業主婦	専業主婦	パート・アルバイト	専業主婦	専業主婦	専業主婦
買い物頻度	週に4～6回	週に4～6回	毎日	毎日	週に4～6回	週に2～3回
スーパー利用頻度	週に4～6回	週に4～6回	週に4～6回	週に1回程度	週に2～3回	週に1回程度
生協加入経験	過去に加入経験有	過去に加入経験有	過去に加入経験有	現在加入	現在加入	現在加入
調理頻度	ほぼ毎日	ほぼ毎日	ほぼ毎日	ほぼ毎日	ほぼ毎日	ほぼ毎日
調理日数／日	朝、昼、晩、3回とも	朝晩2回	朝晩2回	朝、昼、晩、3回とも	朝、昼、晩、3回とも	朝晩2回
食材購入の注意点	価格、季節もの、産地、安全性、鮮度、生産者・流通経路	季節もの、産地、安全性、鮮度	産地、安全性、鮮度、生産者・流通経路	安全性、生産者・流通経路	季節もの、産地、安全性、鮮度	価格、季節もの、産地、安全性、鮮度、生産者・流通経路
食品・食材情報の入手経路	新聞、雑誌、その他WEB、売場、パッケージ表示	行政WEB、その他WEB、パッケージ表示	新聞、売場、パッケージ表示	新聞、雑誌、TV(報道)	新聞、TV(情報・バラエティ)、行政広報誌	新聞、雑誌、TV(報道)TV(情報・バラエティ)、売場、パッケージ表示
特に信頼する情報	新聞	新聞	売場	新聞	新聞	新聞

		A	B	C	D	E	F
マスメディアとの接触状況	テレビ(健康番組)	可能な限り見るよう心がけている	可能な限り見るよう心がけている	可能な限り見るよう心がけている	可能な限り見るよう心がけている	見ることもある	可能な限り見るよう心がけている
	テレビ(ワイドショー)	必ず見る	可能な限り見るよう心がけている	可能な限り見るよう心がけている	必ず見る	見ることもある	必ず見る
	テレビ(一面)	可能な限り見るよう心がけている	見ることもある	見ることもある	見ることもある	見ることもある	可能な限り見るよう心がけている
	テレビ(総合面)	可能な限り見るよう心がけている	可能な限り見るよう心がけている	可能な限り見るよう心がけている	可能な限り見るよう心がけている	必ず見る	可能な限り見るよう心がけている
	テレビ(経済面)	可能な限り見るよう心がけている	可能な限り見るよう心がけている	見ることもある	可能な限り見るよう心がけている	可能な限り見るよう心がけている	見ることもある
	テレビ(政治面)	可能な限り見るよう心がけている	見ることもある	見ることもある	可能な限り見るよう心がけている	可能な限り見るよう心がけている	見ない
	テレビ(社会面)	可能な限り見るよう心がけている	見ることもある	見ることもある	可能な限り見るよう心がけている	可能な限り見るよう心がけている	見ない
	テレビ(生活面)	可能な限り見るよう心がけている	見ることもある	見ることもある	可能な限り見るよう心がけている	可能な限り見るよう心がけている	見ることもある
	雑誌(一般紙)	必ず見る	見ない	可能な限り見るよう心がけている	可能な限り見るよう心がけている	可能な限り見るよう心がけている	可能な限り見るよう心がけている
	雑誌(専門誌)	可能な限り見るよう心がけている	可能な限り見るよう心がけている	見ることもある	可能な限り見るよう心がけている	見ない	可能な限り見るよう心がけている
	WEB(新聞)	見ることもある	見ることもある	見ることもある	可能な限り見るよう心がけている	見ない	見ない
	WEB(専門誌)	見ない	見ることもある	見ない	見ない	見ない	見ることもある
	WEB(新聞)	見ない	見ることもある	見ない	見ない	見ない	見ることもある

		A	B	C	D	E	F
マスメディアの信頼度	テレビ(健康番組)	ある程度信頼	ある程度信頼	ある程度信頼	信頼している	信頼できない	ある程度信頼
	テレビ(ワイドショー)	ある程度信頼	ある程度信頼	ある程度信頼	信頼している	信頼できない	ある程度信頼
	テレビ(一面)	ある程度信頼	ある程度信頼	あまり信頼できない	信頼している	信頼できない	あまり信頼できない
	テレビ(総合面)	ある程度信頼	ある程度信頼	ある程度信頼	信頼している	ある程度信頼	ある程度信頼
	テレビ(経済面)	ある程度信頼	ある程度信頼	ある程度信頼	信頼している	ある程度信頼	ある程度信頼
	テレビ(政治面)	ある程度信頼	ある程度信頼	ある程度信頼	信頼している	ある程度信頼	ある程度信頼
	テレビ(社会面)	あまり信頼できない	ある程度信頼	ある程度信頼	信頼している	ある程度信頼	ある程度信頼
	テレビ(生活面)	あまり信頼できない	ある程度信頼	ある程度信頼	信頼している	ある程度信頼	ある程度信頼
	雑誌(一般紙)	ある程度信頼	ある程度信頼	ある程度信頼	信頼している	ある程度信頼	ある程度信頼
	雑誌(専門誌)	あまり信頼できない	ある程度信頼	あまり信頼できない	ある程度信頼	信頼できない	あまり信頼できない
	WEB(新聞)	ある程度信頼	ある程度信頼	ある程度信頼	信頼している	信頼できない	信頼できない
	WEB(専門誌)	信頼できない	ある程度信頼	ある程度信頼	信頼している	信頼できない	ある程度信頼
	WEB(新聞)	信頼できない	ある程度信頼	ある程度信頼	信頼している	信頼できない	信頼できない

		A	B	C	D	E	F
その他情報源への信頼度	国	ある程度信頼	あまり信頼できない	あまり信頼できない	信頼している	あまり信頼できない	ある程度信頼
	食品安全委員会	ある程度信頼	ある程度信頼	ある程度信頼	信頼している	あまり信頼できない	ある程度信頼
	地方自治体	ある程度信頼	あまり信頼できない	あまり信頼できない	ある程度信頼	どちらともいえない	ある程度信頼
	その他公的機関	ある程度信頼	あまり信頼できない	あまり信頼できない	ある程度信頼	どちらともいえない	ある程度信頼
	メーカー・食品業界団体	あまり信頼できない	ある程度信頼	ある程度信頼	信頼している	どちらともいえない	ある程度信頼
	大手スーパーや小売店	ある程度信頼	ある程度信頼	ある程度信頼	信頼している	どちらともいえない	どちらともいえない
	消費者団体・生協	ある程度信頼	ある程度信頼	信頼している	信頼している	信頼している	ある程度信頼
	研究者	ある程度信頼	ある程度信頼	信頼している	ある程度信頼	ある程度信頼	どちらともいえない
	専門家	あまり信頼できない	ある程度信頼	ある程度信頼	ある程度信頼	あまり信頼できない	ある程度信頼
	マスコミ関係者	あまり信頼できない	あまり信頼できない	あまり信頼できない	ある程度信頼	信頼していない	どちらともいえない
健康に悪い影響を与える可能性がある食品についての理解		わかっている	わかっている	わかっている	まあわかっている	まあわかっている	まあわかっている

2.5.5 調査の結果

インタビューのポイント毎に、確認した事項を以下にまとめる。

(1) 食品のリスクに関する認識と危害要因・対策

①食品のリスク想起としてまず挙がるワードは「農薬」「産地」「着色料・保存料」など。野菜や食肉において、「外国産」に不信感が強いため、「産地」を重視する傾向。特に、「中国産野菜」や「米国産牛肉」に対するリスク意識が強い。

■ 日頃、『食品の安全性に関して気をつけていること』として純粋想起ワードは、「産地」「農薬」「着色料」など。

～「食品添加物が入ってないか、どこの産地かは特に気をつけて安全なものを選んでいる」

～「人工的な色はすごく気持ち悪い。着色料が蓄積しそう。子どもはおいしそうに見えて欲しがるが、癌になりそうで、いや」

■ リスク回避・軽減策としては、購入時には「外国産は避ける」「有機栽培ものを買う」、調理時には「加工品は一度火を通す」「よく洗う」「なるべく早く食べる」などが挙げられた。

～「POPなどを見て、お肉は国産以外は買わない」

～「スーパーではなるべく有機栽培コーナーで買うようにしている。主人と子どもにあまり害のあるものを食べさせたくないの」

～「産地が外国産でないかどうかを見て買う。スーパーでタイ産、中国産、鹿児島産などと書いてある」

～「ハムは安いものを買ったときは、一度沸騰させて煮てヘンなものを除去するようにしている。新聞だか雑誌だかでずいぶん前に見た情報。生で食べないようにするといいらしい」「卵は買ってきたら洗ってからしまう」「リンゴに農薬が多いと聞いたので水に5分つけてから、よく洗う」

■ 生産から消費の過程において不安が高いのは、生鮮野菜は栽培時の農薬散布や土壌汚染、加工品は加工時の防腐剤使用など。流通段階や自宅内での保存や衛生面のリスク意識は相対的に低い。

～「農薬を使っているかどうか特に気になる」

～「肉や魚は加工の段階で、腐らないように何かの液にどぼっと浸けていそう」

～「同じハムでも、ハムによっては賞味期限が異常に長いものがあり、おかしい。なにかに浸けているから腐らない」

(2)購入時の食品リスク意識・実態【食品の現物を提示】：

①肉加工品(ウィンナー)提示：見た目から着色料使用を認識し、強い拒否感

- 赤い色を見た瞬間、強い拒否感が示された。子供の頃、「母親から食べないよう注意されて育った」との声が目立った。
～「赤がイヤ！癌になる」「赤いだけで身体に悪そう」「友達の弁当に入っているのに憧れたが、母がダメ！と言っていた」

②レトルト(麻婆茄子)提示：レトルト食品にもウィンナー同様、添加物への懸念が示された。

- レトルト食品に関しては、添加物への不安を示す声が目立つ。ほかに「味が濃い」ことへのネガティブ印象も。
～「お肉が入っていて保存がきくのだから、何か危険なものが入っているから腐らないんだろう」

③前面に「無添加」表示のある「本經だし」提示：「無添加」と表示されているならば安全、との意識が強い。

- 「無添加」表示は「安全である」と認識。
～「子供に使っても大丈夫」「無添加には惹かれる」「これなら買う」
～「先ほどのレトルト（麻婆茄子）でも、「無添加」の表示がしてあれば買う」

④「有機 JAS マーク」表示「馬鈴薯」提示：「有機」や「有機 JAS」マークは魅力要素だが、それ以上に「国産」「生産者名」表示に安全・安心が感じられている。

- 「国産」であることと、「生産者名」が表示されていることが安心に繋がっている。
～「生産者も書いてあるし、信用できる」「国産だし、生産者がちゃんと書いてある」
- 「有機 JAS マークは見えていなかった」との声が目立った。購入時にはマークはさほど意識されていない様子。

(3)食品のリスクに関する情報源

①情報源への接触状況と信頼度：食品のリスク情報源は「インターネット」をはじめ、「テレビ」「新聞」「クチコミ」「生協」など幅広く。ネットでは、主婦が個人サイトで発信するリスク情報も参考

にし、「同一情報の量」の多さで賢く判断。

- 食品のリスク情報源として目立ったのは「インターネット」。気になった話題や食材などをキーワードに検索するなど、積極的に活用。ほかに「テレビ」「新聞」「クチコミ」「雑誌」「生協」などが挙げられた。書籍『買ってはいけない』の購入者もみられる。

～「インターネットは、『食品添加物』などキーワードで検索する。農薬一覧みたいなサイトもある。『じゃがいも』で検索したときに、海外のじゃがいもにはいろいろな添加物が入っていて、ずっとそれを食べていると発ガン性がある、とあった」

～「元気だった母親が白血病になったのをきっかけに原因を本やネットでいろいろと調べた。その結果、添加物やそういうものの発がん性に関するページに行き着いた」

～「美容院でオレンジページを読むが、割と信用できる。主婦が作っている感じがあるから。食品の裏のラベルの見方という特集もあった。あまり覚えていないが」

～「歯医者さんで週間女性なども読むがあまり信用していない。新聞やテレビのニュースは信用している」

～「外国産のオレンジやアボカドは農薬が中にまで浸みっていると友達かネットで知ったという。そういうものは安いが、国産のおじいちゃんの顔がついているものを買っている」

～『買ってはいけない』にあんぱんやポテトチップの危険性が書いてあって、恐ろしくなった」

- インターネットは公的なものから個人サイトまで幅広く閲覧し、それら情報の真偽は同一情報の量などから「自分で判断する」としている。自分と同じ主婦の発信情報には「同じ目線で信用できる」など好意的態度が示された。また、「医師のサイトは信頼できる」との声も。

～「閲覧するのは個人サイトも大きな団体のものも。でも見ていたら食べるものないじゃん、という位恐ろしいことが書いてある。真に受けていたら餓死しそう（笑）」

～「読んで怪しいと思うこともある。どこかのお母さんが作っているサイトなどは、自分と同じ目線で作られていると感じられ、信用できる。信用するしないは自分で判断する」

～「病院の先生が作っていたら信用できる」

～「以前、子どもの成長に何が必要か調べまくったことがあった。するとこれがよくないというのにヒットする。たくさん情報を見の中で、同じことが書いてあると、やはりこれはよくないんだなと判断する」

- 「テレビ」からは、主にニュース報道情報を入手している。

～「外国では禁止されている着色料を、日本では今すぐ禁止にした方がよいのに、ちょっとずつしか禁止になっていない…とテレビの夜のニュースショーで見た」「ニュースで、ミスタードーナツの飲茶に日本では許されていない添加物が入っていて、販売禁止になったと言ってい

た」

～「ニュースで報道していることだったら間違いはない」「(健康番組で言っていることだったら)信頼するかは発言している人による」

- 「新聞」はざっと読む程度だが、ニュースだけでなく医療や生活情報などからも得ている様子。

～「友達が、朝日新聞の地方欄を見て、袋に生産者の名前と、いろんなお店が売っている場所の特集があったと教えてくれた。その店が家の近所だった。生産者が分かるとどういう野菜を作っているかという情報が分かる。記事になると、その店のものは安全という認識になる」

- 主婦の生活目線を持つ「雑誌」は信用する。

～「美容院でオレンジページを読むが、割と信用できる。主婦が作っている感じがあるから。食品の裏のラベルの見方という特集もあった。あまり覚えていないが」「(オレンジページは)食品ばかり扱っている雑誌なので、信用できる」

～「週間女性とか歯医者さんでパラパラと見るが、あまり信用していない」

②リスク情報のオピニオンリーダー認識：主婦目線のオピニオンリーダーに信頼を寄せる。また「大学教授」などの専門家も信頼が高い。

- 健康情報全般のオピニオンリーダー的存在としては、主婦目線を持った「栗原はるみ」「松居一代」など。また「みのもんた」や「あるある大事典」なども挙がる。ただし、食品のリスク情報に限ったオピニオンリーダーは不在の印象。その背景として0-157のカイワレ大根報道の経験などから、「食品のリスク情報は安易に発信できないもの」という認識がみられる。

～「(著名人という)栗原はるみというイメージが浮かんた。あの人が言っていることなら信頼できるかな、と」

～「みのもんたの番組を見てダッシュで八百屋に駆け込んだことがあった。影響力が大きい」

～「テレビで『〇〇は危険だ』とはあまり簡単に言えないんだと思う。〇157のときに貝割れ業者が潰れそうになったくらいだから」

～「テレビ朝日のニュースステーションでほうれん草畑の汚染問題があった。でもそれはちゃんと調べてなくて間違ってた。報道番組は、やらせも入っているのかな。よほど調べてからでないと、危険だという情報は言えないんじゃないか」

～「ある食品が危険だという情報は、敵が多くなっちゃうから出てこないんでしょうね」

- 信頼できる存在の一人として「松居一代」が想起された。掃除好きとして知られ、彼女発案の掃除法が話題になるカリスマ主婦である一方、子供のアトピー克服経験

を持つことなどから、「わたしたち主婦と同じ目線であり、かつアトピー克服の実績のある人」と評された。テレビのバラエティ番組で、「松居一代」が野菜を産地まで出向いて精査する様子が紹介されたことも影響している。

～「松居一代は、自分で産地などいろんなところに行って食品を確かめたりしている。あの人がテレビで言っていることは信頼できるかな」「『金スマ』でやっていた（数名）」「松居さんの特集みたいなのがあった。子どものアトピーがすごくて治らなくて」「それで中国行って、漢方の食事療法で治った」

- 「専門家」と称されると信頼する傾向がみられる。また、「子供のアトピー克服」など食に関連するトラブルを解決した実績があるとより信頼度が増す様子。

～「専門家が出てきたら信用する」「肩書きだけでも信用しちゃうかも。食品安全の第一人者と言われたら、あ～そうなんだと。女子栄養大学の先生とか大学教授も信用する。ましてやテレビに出るくらいだったら」

～「大学教授でなくても、子どもの病気を治すためにすごくやってきて今健康な生活をしているというのであれば、肩書きがなくても主婦であっても、身近な感じがする」「（子供がアトピーでそれを治した経験がないと）ダメというわけではないけど信頼度はアップしない」

③消費者団体／生協への意識： 生協への信頼度は高い。

- 「生協」は加入者を中心に「信頼できる」とされた。その根拠として、単に安全だということではなく、「ここまでなら OK」「スーパーより（使用添加物などの）安全基準が厳しい」「農薬の散布回数を情報開示している」などリスクを最小限にしつつも、そのリスクを包み隠さず開示する真摯な態度への信頼が挙げられた。また、「昔から生協は安全と刷り込まれている」「少し高いのが逆に安心」などの声も。

～「（一番信用できると思う情報として）生協のほうが安全というイメージがある。同じ買うのでも生協のほうがいい。」

～「生協では、添加物の基準としてここまでは OK とやっている。添加物を全く無くすというのは難しいと思う。生協で取り扱っているのは添加物とか保存料も入っているが、基準がスーパーとは違って厳しい。ハムでも生協の方がスーパーのものより色が薄い」

～「農薬を収穫までに 2 回使用しましたなどと冊子に書いてある。たまに生産者のオジサンの顔も出ていたりする」

～「子ども生まれたら生協に加入、みたいに刷り込まれている。生協は信頼できるものなんだ、と。母の時代から自分の子ども時代から生協をやっていたので、生協のお菓子ならいいわよ、という」

～「（価格が高いことは）それも安心要因。妙に安いと怪しいと思っちゃう」

- 「消費者団体」は「自分と同じ立場の人の集まり」と認識され、「信頼できる」と感じられている。また、一部で、『生協加入者≒消費者団体』といった見方も。
 ～「消費者団体は、同じ消費者の集まりで、自分たちと同じ立場なので、信頼できる」
 ～「生協に加入しているおばちゃんたちがそんな感じ。組合員の中でも積極的な人は、この残留農薬は本当に2回なの？と詰め寄ったりすると冊子に書いてあった。生協は消費者団体に近い」「私たちの声で作られているのが、生協だから」

④母親から得た情報

- 「赤い着色がされたウィンナーを避ける」「生協は安心」など母親から教わってきた情報が、リスク情報として重視される傾向。
 ～「自分も健康だし、健康な体を作ってくれたんだから、母からの情報は信頼できる」

⑤学校教育で得た情報： 学校教育でリスク情報を得た、という認識はない。

- 前回調査結果とは異なり、学校教育でリスク情報を得た、という発言はほとんどみられず。
 ～「家庭科でやったかもしれないが、添加物が体にあまりよくないという程度（多数同意）」「記憶にない」
 ～「習ったかもしれないが、その頃は食事にあまり興味もなかった」「学生時代は、よくないと分かってもポテトチップスなど食べていた」

⑥POPなど店頭情報： 店頭では「産地」「生産者」情報をPOPでチェックして購入を判断することが習慣化。

- 全員が、スーパーなど店頭において POP で「産地」情報をチェックしている。「国産であれば安心」という判断基準を持っているが、一部から「近場で採れたものを選ぶ」といった声もみられた。
 ～「どこどこ産の何々とししか書いてないが、それだけわかればよい。信頼はしている。」
 ～「近場の千葉県内のものを選ぶ。流通経路が近い方が新鮮なので」
- 「産地」情報以外に、生産者の顔が見えると安心する傾向も。
 ～「有機関係のものになると、よくおじいちゃんの顔がついていることが多い」「卵にもおじさんの顔がついていたりする」
 ～「近所に畑があり、直売所で買える野菜をよく利用する。作っている人の顔が分かる、ずっと作っているところを見ているので、信頼できる」

(4) 国・食品安全委員会からの情報について

① 食品安全委員会の認知：「食品安全委員会」名称は認知しているが、自身が接する食品の安全情報と委員会の存在が結びついていない。

- 「食品安全委員会」については全員が「聞いたことがある」。認知経路はニュースなどが挙げられたが、記憶はやや曖昧。問題があったときだけ情報発信しているとの認識。

～「聞いたことがある。ニュースで言っていたような・・・」「事件とか問題があったときだけ、そんなところがあったのね、と気がつく」

～「牛肉の、入っちゃいけない部位が輸入されちゃいましたと謝っていたりとか、発信というより謝っている印象が強い」

～「よほどのことがない限り、情報が発信されていない気がする」

- 漠然と「堅苦しそうな」印象を抱く者も。

～「堅苦しそうで（情報提供されていても）よけているかもしれない」

- 「大豆イソフラボン」「メチル水銀」などの情報には接しているが、それが「食品安全委員会」からのものだと認識できていない。

～「テレビで言っていた。」「白インゲン豆も採りすぎでは良くない、って言っていなかったっけ。」

～「（メチル水銀は）妊婦が採りすぎると良くない、とやっていた」「魚卵類も良くないらしい」

② 食品安全委員会の印象と評価：「食品安全委員会」が「国」の関連機関、と意識すると、国や政治への不信感から「国の隠れ蓑」などネガティブな印象が生じている。

- 「食品安全委員会」について口頭説明して印象を聴取したところ、「国」の機関であるという部分にネガティブに反応。国や政治の思惑が反映され、正しいリスク情報が得られないのではないか、との懸念がみられる。特に外交が絡む輸入品に対してその傾向が強い。

～「内閣府に含まれていると聞いた時点で、国の手下という印象。国の隠れ蓑」

～「都合の悪いことも、この人たち（委員会）が言えば大丈夫だからと、内容が改ざんされてしまうかも。輸入品に対しても、輸入しないとならないから安全性も大丈夫と言わなくちゃならないんじゃないか。国の意向が反映されてしまう気がする」

～「国の政策で、輸入しないとその国との関係が悪くなるとか、政治がらみとかでいろいろなこ

とがありそうだと疑ってしまう」

- 一方で、輸入品は国が厳しく管理しているのでかえって国内より安全ではないか、など国への信頼を示す声も一部みられた。

～「以前、はなまるで生牡蠣についてのインタビューがあった。日本と海外の生牡蠣ではどちらが安全か、ということだったが、正解は海外のほうであった。海外のものは輸入するにあたって規則が厳しく検査がいくつもあるというのがその理由。その検査をやっているのが国なので、国のことも信じられると思った」

- リスク評価機関としての技術や正確さ、能力については、信頼している印象。食品安全委員会による科学的評価の能力を疑っているわけではない。公表された結果の背景に政治や外交が絡んでいることに不信を抱いている。

- 食品安全委員会からの情報として、危険情報については信頼するけれど、安全だとする情報については半信半疑。疑う場合もあるとの反応。

③BSE関連新聞記事 2 種への反応【BSE 関連の新聞記事を 2 種提示】：

「国のお墨付き」だけではまだ「買う気になれない」。「リスク差が非常に小さい」というリスク評価表現や、「大手小売業者の慎重姿勢」から、リスク不安を払拭しきれない様子。

③-1 1 面記事への反応

- 「分かりづらい」といった印象のほか、「でも私は買わない」といった態度が示された。また、「リスク差が非常に小さい」との記述に不安を示す声も。

～「分かりづらい」「これを読んで買う気にはならない」「もう外国の牛肉は危ないというイメージが植え付けられてしまった（ので、記事を読んでもイメージは好転しない）」

～『「リスクが非常に小さい」ということは、全くないというわけでもないのだなと。記事自体は理解できるが、牛肉が絶対安全になったということは伝わってこない。』

③-2 11 面記事への反応

- 小売業者が慎重姿勢であることから、より安全面に懐疑的に。子供がリスクに晒されないよう、「多少高くても国産を選ぶ」とされた。

～「大手スーパーが慎重になっていると書いてある。いくら安全性を確認したといっても大手スーパーが慎重になっているくらいなのだから自分も買う気にならない。安全だということは分かるが、少し高くても国産がいい」「国のお墨付きとあるが、消費者が出入りするスーパーが

- 『消費者の動向を見極める』と言っているということは、まだ完全には安心できない」
- ～「子供のことを考えると、安全なのかどうなのかと自分がぐらぐらしている状態で海外の牛肉を買う気にならない」
- ～『現状では安全性が確保できない』と書いてある。でも国も安全だとは言っていない。『感染リスク差が非常に少ない』と言っているだけ」

③-3 2種の記事の相互比較

- 「(大手スーパーの態度などが紹介されている) 11 面の記事の方が身近で分かりやすい」とされた。

～「11 面の方がわかりやすい」11 面の方が身近。自分たちにすごく関係ある。1 面は事実関係だけを述べているが、11 面は書いている方も消費者レベルまで降りてきて、同じ目線で書いてくれている。」
- 「リスク差が小さい」(≠ゼロではない) といった表現や、小売業者の慎重姿勢などの生活実感が得られる情報から、「国のお墨付きと言われても、まだ買う気にはなれない」との声が強い。

～「差が小さいということは危険がまったくないということではないので、説得力がない」

～「危険は全くないと言ってほしい。もし何かあったときに、「小さい」と言っていましたよ、と逃げられてしまいそう」
- 2つの記事を踏まえても、輸入牛肉を買う気にならない(全員)。記事が食品安全委員会からの発信情報に基づいて書かれていると知っていても、受け止め方は変わらない。

④食品安全委員会への信頼： 委員会に「リスクあり」と言われれば信じるが、「リスクなし」と言われても鵜呑みにはできない、との態度が顕著。

- 前述の通り食品安全委員会に対しては、「国や政治の意向が反映されるのではないか」といった懸念から、安全と言われても容易に納得できないが、「リスクありと言われれば信じる」といった意識が強い。

～「いつでもというわけではないが、食品安全委員会がダメだと言ったら、よほどダメなんだろうなと思う」

⑤食品安全委員会への期待： 委員会には、食品添加物のリスク情報を求める声強い。具体的には、摂取リスクの詳細や、各種添加物の危険度レベル情報など。

- 食品安全委員会には、摂取リスク情報やリスク度合いなど、食品添加物のリスク情報提供を期待する声が目立つ。ゆえに、委員会の web サイトで添加物一覧リストを表示するアイデアには、「役立つ」「信じられる」など総じてポジティブに受け止められた。また、一部で、「国と別組織に」という意見も。

～「添加物を長期間摂取するとこういう病気になりますよと言ってほしい。でもそういうことを言うと添加物を使っている企業が困るわけですね…」「例えば、添加物にもランク分けがあって、(危険度の高い) この添加物は赤字にするとか。この添加物はあまり摂らないほうがいいよとか」「添加物の中でも何が一番危険か、という情報が欲しい。意外と添加物は全部ダメという認識になっているので」

～「添加物がある程度入っているのは仕方ないが、それをどうやったら消せるかという情報があったらいい。ハムを煮沸すると消せるというのは何かで読んだ」

～「タバコに『肺癌になります』と大きく書いてあるのは思い切った行動だと思う。食品でもそういうことをやったほうがいいんじゃないか」

～「国とは別組織になってほしい」

- 委員会への信頼を増すためには「存在や行動をもっとアピールしてほしい」といった要望が出された。

～「普段の活動が分からない。もっと身近に感じられないと。安全委員会といっても、ただ国家公務員試験受けて入ったおじさんたちばかりかもしれない」「どんな人がいて、どんな組織なのかも分からない」

～「テレビなどでもっと存在をアピールしてくれれば」「CMとか」

～「(添加物についての情報を(スーパーとかフリーペーパーなど(身近に届くかたちで配って欲しい))」

- 食品安全委員会のホームページで食品安全に関する一覧表を提示することについては、全体的に信じる、役立ちそう、との評価だった。

～「例えば、添加物にもランク分けがあって、(危険度の高い) この添加物は赤字にするとか。この添加物はあまり摂らないほうがいいよとか」

(5)健康増進情報および食品安全情報の認識

○健康増進情報(健康面に気をつけて食品を選ぶ)と食品安全情報(食品の安全性に気をつけて食品を選ぶ)は、「どちらも重要」で「切り離せない」と認識。どちらかと言えば「食品安全の知識を身につけるのは難しく敬遠気味」との意識が一部で見られる。

- “健康面に気をつけて食品を選ぶ” こととして想起されたのは、以下のように健康増進情報である。
 - ～「1日何品目以上とか。3食きちんと摂るとか」
 - ～「旬の物をなるべく摂る」
 - ～「野菜を多く摂る」

- 食品安全情報は健康増進情報と同義ではないものの、両者は近い存在であり切り離せない、と認識される傾向。
 - ～「安全なものを食べれば健康を維持できると思う」
 - ～「体にいいものを摂ろうと思ったら、旬のもので農薬の少ないものを、という風に安全性も付いてくる」
 - ～「(安全と健康は) 両方イコールのような気がして。でも有機栽培の売場に足が向いてしまうのは、どういうことなんだろう？」

- 全員ではないものの、一部で「安全知識が乏しい」「勉強しなければならないと思うが・・・」など、食品安全の知識に詳しくなることについて敬遠する声がみられる。
 - ～「自分が詳しいのは、どちらかという食の健康面の情報。毎日のことなので。安全性については、スーパーに行って毎日情報が入ってくるというものではない」
 - ～「安全については、もうちょっと勉強しないと。気にはなるが、勉強のしようもない」

(6)「遺伝子組み換え」情報提供について

○遺伝子組み換えにおいて、特に不安なのは「人体への影響」。

- 「遺伝子組み換え技術」という用語については全員認知。但し、当該技術に関する知識は乏しく、店頭に並ぶ『遺伝子組み換え大豆を使っていない』などの表示から、その存在を漠然と知っているに過ぎない。そうしたことから、「遺伝子組み換え技術を使った商品を見たことがない」といった声も挙げられている。
 - ～「遺伝子組み換えのものが出来たと聞いている割には、その商品を見たことがない。表示されていないだけなのかどうかも分からない。」

- 当該技術に関する不安点・疑問点として、全員が「人体への影響」を挙げている。
 - 「遺伝子組み換え作物非使用を謳う商品があるのだから、何か悪い影響があるのではないか」といった不安が抱かれている。
 - ～「遺伝子組み換えの豆を使ってません、と納豆などに書いてあることから、知識はないが遺伝子組み換えはよくないという認識がある。遺伝子組み換えのものを食べたときに、どう体に影

響するのかを一番知りたい」

- 遺伝子組み換え技術について専門家に聞きたい内容としては、上記「人体への影響」のほか、「技術開発の意図」や「メリット」などが挙げられた。
 - ～「そもそも遺伝子組み換え作物を作った意味を聞いてみたい。別になくてもいいじゃないか。このままいくと、何かが絶滅するから今のうちからやっているのかとも思うが、（遺伝子組み換えした作物を）見たこともないし、知らないうちに食べたり飲んだりしているのかな」
 - ～「ポップコーンとかにもよく『遺伝子組み換えでない』と書いてあるが、それ以外に書いてある食品に出会ったことがない。何のメリットがあって遺伝子組み換えをするのか」

(参考: 提示資料中、「気になった」「疑問を感じていた」として、資料に下線が引かれた箇所)

	A	B	C	D	E	F
1.遺伝子組み換え技術について	・今後の開発の見通し、 組み換え食品の未来	・遺伝子組み換えと品種 改良の違い	—	・遺伝子組み換えと品種 改良の違い	・今後の開発の見通し、 組み換え食品の未来	・遺伝子組み換えと品種 改良の違い
2.遺伝子組み換え技術のメリット	・遺伝子組み換え技術の メリットは何か	・遺伝子組み換え技術の メリットは何か	・遺伝子組み換え技術の メリットは何か	—	—	—
3.環境への影響	・人体への影響	・人体への影響	—	・人体への影響	・植物交雑 ・生物への影響 ・人体への影響 ・生物多様性減の危機	・人体への影響
4.健康への影響	・摂取した人、後世代へ の人体への影響 ・慢性毒性無試験につい て	・摂取した人、後世代へ の人体への影響	・摂取した人、後世代へ の人体への影響	・摂取した人、後世代へ の人体への影響	・摂取した人、後世代へ の人体への影響	—
5.制度と仕組みについて	・被害をこうむった際の 責任のありか ・安全性に関する制度	・被害をこうむった際の 責任のありか	—	—	—	・被害をこうむった際の 責任のありか ・安全性に関する制度
6.表示について	—	・組み換え目的表示の可 否 ・混入基準が5%の理由	—	・組み換え目的表示の可 否	・混入基準が5%の理由	—
7.日本の農業について	・農業政策に遺伝子組み 換え農作物は必要か	・自給率UPや農薬使用 減について ・遺伝子組み換えイネの 必要性	・農業政策に遺伝子組み 換え農作物は必要か	—	・遺伝子組み換え農作物 を輸入せず自給は可能 か	・遺伝子組み換えイネの 必要性
8.国際関係について	—	・世界の食糧事情への影 響	・世界の食糧事情への影 響	—	—	—
9.消費者への情報提供	・行政からの情報提供は どのようになっているの か	—	・行政からの情報提供は どのようになっているの か	—	・行政からの情報提供は どのようになっているの か	・行政からの情報提供は どのようになっているの か

2.5.6 結果のまとめ

(0)食品のリスクに関する認識

- ・(第1回 FGI と同様の確認事項として) 食品のリスクについて一般の消費者はどのように認識しているか。不安感を覚える理由は何か。
 - 食品のリスク認識としては、前回と同様に、「添加物(着色料・保存料)」「産地(国産／外国産)」「農薬」が代表例として挙げられた。
 - 生産から消費までの過程において注目しているのは、生鮮野菜は栽培時の農薬散布や土壌汚染、加工品は加工時の防腐剤使用など。流通段階や自宅内での保存や衛生面のリスク意識は相対的に低い。
 - 消費者が食品に対して安心感を抱くポイントには次のような特徴がある。
 - ✓ 「無添加」と表示されていれば安全、との意識がある。無添加とする内容を詳しく吟味することはない。
 - ✓ 生産者の名前や写真など、相手の顔が見えることに安心感を抱く。
 - ✓ 主婦目線が感じられたり、生活実感を共有できたり、自分にとって「共感できる情報」を信頼する。
 - (仮説)「無添加」「無農薬」など、安全・安心な食品、健康に良い食品のブランドイメージが形成されている。消費者には定量的、確率的なリスク概念の認識が希薄で、このイメージの単純な裏返しを、体に悪い(危険な)食品として認識している。

①マスメディアを通じたコミュニケーション

- ・マスメディアを通じて、食品の安全についての一般的な情報を消費者はどのように得ているか。
 - 食品のリスク情報源は「インターネット」をはじめ、「テレビ」「新聞」「クチコミ」「生協」など幅広く情報を得ている。
 - インターネットなどを中心に、積極的な情報探索を行なっている。主婦が個人サイトで発信するリスク情報なども参考にし、「同一情報の量」の多さで賢く判断。
 - わが子のアトピーを克服した主婦が発信する情報など、「共感できる情報」を重視する。
 - 「テレビ」からは、主にニュース報道情報を入手している。
 - 「新聞」はざっと読む程度だが、ニュースだけでなく医療や生活面などからも情報を得ている。
 - 主婦の生活目線を持つ「雑誌」は信用する。

- ・ マスメディアを通じた情報のどの点を信用しているのか。またそれはなぜか。
 - テレビや新聞の報道(ニュース)は一種の権威として信頼している。学者、その他の専門家による情報にも信頼感があり、権威として受け入れられている情報ソースに信頼を置いている。
 - 主婦目線が感じられたり、生活実感を共有できたり、自分にとって「共感できる情報」を信頼する。
- ・ マスメディアを通じて、食品安全委員会からの発信情報は消費者にどのように伝えられているか（消費者はどのように情報に触れ、理解しているか）
 - 「食品安全委員会」名称は認知しているが、自身が接する食品の安全情報と委員会の存在が結びついていない。
 - 「食品安全委員会」については全員が「聞いたことがある」。認知経路はニュースなどが挙げられたが、記憶はやや曖昧で、食品安全委員会からの情報と理解されているとはいえない。事件など、問題があったときだけ情報発信しているとの認識。
- ・ [特定の新聞記事の事例を対象として] 記事に接した場合に抱く印象、感想
 - [輸入牛肉の BSE 関連記事に対して]「国のお墨付き」だけではまだ「買う気になれない」。「リスク差が非常に小さい」というリスク評価表現や、「大手小売業者の慎重姿勢」から、リスク不安を払拭しきれない様子。

②オピニオンリーダーによるコミュニケーション

- ・ オピニオンリーダーが発信する情報を消費者はマスメディアを通じてどのように触れ、理解しているか。
- ・ オピニオンリーダーが発信する情報に触れるチャンネルは、マスメディア以外にはどのようなものがあるか。そのチャンネルに消費者はどのように接触し、情報を理解しているか。
- ・ オピニオンリーダーが発信する情報のどの点を信用しているのか。またそれはなぜか。
 - 主婦目線のオピニオンリーダーに信頼を寄せる。また「大学教授」などの専門家も信頼が高い。
 - 「生協」は加入者を中心に「信頼できる」とされた。その根拠として、単に安全だとい

うのではなく、「ここまでなら OK」「スーパーより(使用添加物などの)安全基準が厳しい」「農薬の散布回数を情報開示している」などリスクを最小限にしつつも、そのリスクを包み隠さず開示する真摯な態度への信頼が挙げられた。

- 「消費者団体」は「自分と同じ立場の人の集まり」と認識され、「信頼できる」と感じられている。また、一部で、『生協加入者≒消費者団体』といった見方も。

③学校教育を通じたコミュニケーション

- ・ 食品の安全についてこれまでどのような知識を学校での教育から得ているか
- ・ 消費者は学校教育を通じて得た知識について、現在どのように受け止め、活用しているか。
- 学校教育でリスク情報を得た、という認識はない。

○その他

- 店頭では「産地」「生産者」情報をPOPでチェックして購入を判断することが習慣化。
- 生産者の名前や写真など、相手の顔が見えることに安心感を抱く。

④食品安全委員会からのメッセージの伝達

- ・ 消費者にとって、食品安全委員会から情報を得るチャンネルはどのように機能しているか
- 「食品安全委員会」については全員が「聞いたことがある」。認知経路はニュースなどが挙げられたが、記憶はやや曖昧で、食品安全委員会からの情報と理解されているとはいえない。事件など、問題があったときだけ情報発信しているとの認識。
- ・ 食品安全委員会が発信する科学的な評価の結果はどの程度信用しているのか。あるいは信用していないか。その理由はなぜか。
- 委員会に「リスクあり」と言われれば信じるが、「リスクなし」と言われても鵜呑みにはできない、との態度が顕著。
- 「食品安全委員会」が「国」の関連機関、と意識すると、国や政治への不信感から「国の隠れ蓑」などネガティブな印象が生じている。
- リスク評価機関としての技術や正確さ、能力については、信頼している印象。食品安全委員会による科学的評価の能力を疑っているわけではない。公表された結果

の背景に政治や外交が絡んでいることに不信を抱いている。

- ・ 食品安全委員会からの情報チャンネルをより機能させるには、どのように改善するべきか。消費者の要望は何か。
 - 食品安全委員会には、摂取リスク情報やリスク度合いなど、食品添加物のリスク情報提供を期待する声が目立つ。ゆえに、委員会の web サイトで添加物一覧リストを表示するアイデアには、「役立つ」「信じられる」など総じてポジティブに受け止められた。また、一部で、「国と別組織に」という意見も。
 - 委員会への信頼を増すためには「存在や行動をもっとアピールしてほしい」といった要望が出された。

⑤健康情報と食品安全

- ・ 「食品と健康に関する情報」と表現した場合、一般の消費者は、食品の「a.安全性に関する情報」と「b.健康の促進に関する情報」の 2 つの意味合いをどのように識別しているか。両者の共通点、相違点はどうか。
 - 健康増進情報(健康面に気をつけて食品を選ぶ)と食品安全情報(食品の安全性に気をつけて食品を選ぶ)は、「どちらも重要」で「切り離せない」と認識。どちらかと言えば「食品安全の知識を身につけるのは難しく敬遠気味」との意識が一部で見られる。

その他

- ・ (遺伝子組換え技術をテーマとして) 専門家から聞きたい説明とはどのようなものか。
 - 「遺伝子組み換え技術」という用語については全員認知。但し、当該技術に関する知識は乏しく、店頭に並ぶ『遺伝子組み換え大豆を使っていない』などの表示から、その存在を漠然と知っているに過ぎない。
 - 遺伝子組み換え技術について専門家に聞きたい内容としては、上記「人体への影響」のほか、「技術開発の意図」や「メリット」などが挙げられた。

2.6 調査結果の考察

2.6.1 第1回及び第2回 FGI の結果の整理

第1回および第2回の FGI により得られた結果を、消費者のリスク認知と、その認知に影響を与えている情報発信者に対する消費者の認識という2つの側面で整理する（図2-2）。消費者のリスク認知において懸念が大きいのは、生鮮食品では残留農薬（特に中国産野菜）と BSE の不安がある米国産牛肉であった。国産の生鮮食品については逆に安心感を持っていた。加工食品については添加物、特に着色料と保存料について懸念を持っていた。これらの結果は、第1回及び第2回とも共通していた。

また、第1回においては、現実的には添加物などに不安はあっても使わざるを得ない、などの達観が見られたり、農薬や添加物の使用のメリットについても一定の理解があるなど、食品に対する不安はそれほど先鋭化したものではなかった。より不安感が強い第2回の対象者からは、無添加という表記や生産者の名前や顔が見えること、あるいは自分と同じ主婦目線を持っていたり生活実感が伴っていることにより共感できることなどが、食品について安心感を持てる条件として挙げられた。またこの第2回の対象者から、ニュースの報道や専門家の発言など、世間的に権威として認められている情報に対して一定の信頼感が見られたことは興味深い。「健康に良い食品を選ぶこと」と「食品の安全性に気をつけること」とはほぼ同義と認識されていた。例えば有機野菜など、農薬を極力使わない食品は健康に良くすなわち安全である、との素朴なイメージが形成されているものと考えられる。

次に、消費者が情報発信者に抱く認識について整理する。情報発信者のうち、消費者に影響の大きいものとしてマスメディア、特にテレビや新聞が挙げられる。テレビでは夕方の報道番組において食品安全の話題に接することが多いとしている。新聞から情報を得ることは、主婦にとってはそれほど機会としては多くはないが、その情報には高い信頼感が寄せられている。より不安感が強い第2回の対象者は、食品安全の情報の収集にも熱心であると考えられ、テレビ、新聞に加えて、インターネット、口コミ、生協などから幅広く情報を得ている。特にインターネットから積極的な情報探索を行なっていることが特徴的である。

このマスメディアを通じた食品安全に関する情報の流れの上流には、生協や評論家、大学教授などのオピニオンリーダーが情報の発信源として存在していると考えられる。生協は食品安全に国よりも厳しい安全基準を課すなど、消費者側の立場に立っているとの認識が信頼を得ている。評論家としても、家庭の主婦でもあり自分の子供のアトピーを治そうとして食品の生産地や生産方法にこだわり、その経験をブログなどで発信している評論家など、より主婦の立場に近く共感の持てる発信者の情報が受け入れられている。大学教授の発言についても、世間に権威として受け入れられている立場からの発言として信を得ている。

消費者が日頃直接に得る食品安全情報として、食品パッケージ上の表記や POP 表示か

らの情報もまた影響が大きい。特にセールスメッセージとして記載されている、「無添加」の表記、産地情報、生産者の名前や顔などが安心感につながる情報として認識されている。一方、裏面に記載されている成分表示は迷ったときにちらっと見る程度である。

食品安全委員会に対する認識は、どこかで聞いたことがある、という程度に留まっている。輸入牛肉の BSE や魚に含まれるメチル水銀など、食品安全委員会が発信したリスクメッセージについてはメディア報道を通じて比較的認知されているが、その発信源が食品安全委員会からのものとは知られていない。食品安全委員会のイメージとしては、公的なものであり信頼できるという見方が一般的である。一方、より不安感が強い第2回の対象者には、食品安全委員会の科学的な評価の能力を信頼することができるが、そのメッセージは政治や外交の背景に影響されており、国の隠れ蓑としてそうした背景の影響を受けたメッセージを委員会が代弁する場合があるのではないかと、その不信感も見られる。食品安全委員会に対する要望としては、体系的なリスク情報をもっと目に触れやすいかたちで提供して欲しい、委員会の存在をもっとアピールして欲しい、というものである。なお、ここでいう“体系的なリスク情報”については、“危険なものは危険とはっきり言って欲しい”との意味合いがある。米・カナダ産の牛肉の件で新聞報道を通じて伝えられた食品安全委員会からのメッセージである”米・カナダ産牛肉と国産牛肉との BSE 感染のリスクの差は非常に小さい“という表現に対して、「リスクは非常に小さい、といわれても結局リスクはゼロではないので危険である。食品安全委員会は少しでも危険性があるものは危険としてはっきり断定した情報を提供して欲しい」という見方をしている。このことは、いわゆるゼロリスク信仰の存在とともに、食品に関する消費者のリスクリテラシーが未だ成熟しておらず、消費者は安全か危険かの二元論的に判断していることを伺わせるものである。安全であることと健康に良いということがほぼ同義である、との認識も併せて考えると、一般の消費者の認識として、安全で健康に良いかあるいは危険か、の両極端に分離した食品安全のイメージが形成されていると考えられる。

2.6.2 仮説の検討

第1回および第2回の FGI により得られた結果から、消費者の食品安全に関する認識形成についての仮説を検討した（図 2-3）。

消費者は、安全・安心な食品、健康に良い食品に関する素朴なイメージを持っており、これは「無農薬」「無添加」などのキーワードでブランドイメージ化されている。その発信源としては、インターネットや生協、主婦目線の著名人などである。情報の内容や情報発信のアプローチが消費者にとって共感できるものである場合、テレビや新聞などを通じて広く流布され、受け入れられる。さらに食品パッケージや POP 表示など、食品のマーケティングにおいて上記のブランドイメージが強調され、食品流通の様々な局面でこのイメージが多用されるので消費者はますますこのブランドイメージを確信する。その消費者の志向をマーケティング側が汲み取ることでブランドイメージはさらに再生産、強化定着する

ことになり、ここに食品安全のイメージを増幅するループが生み出される。

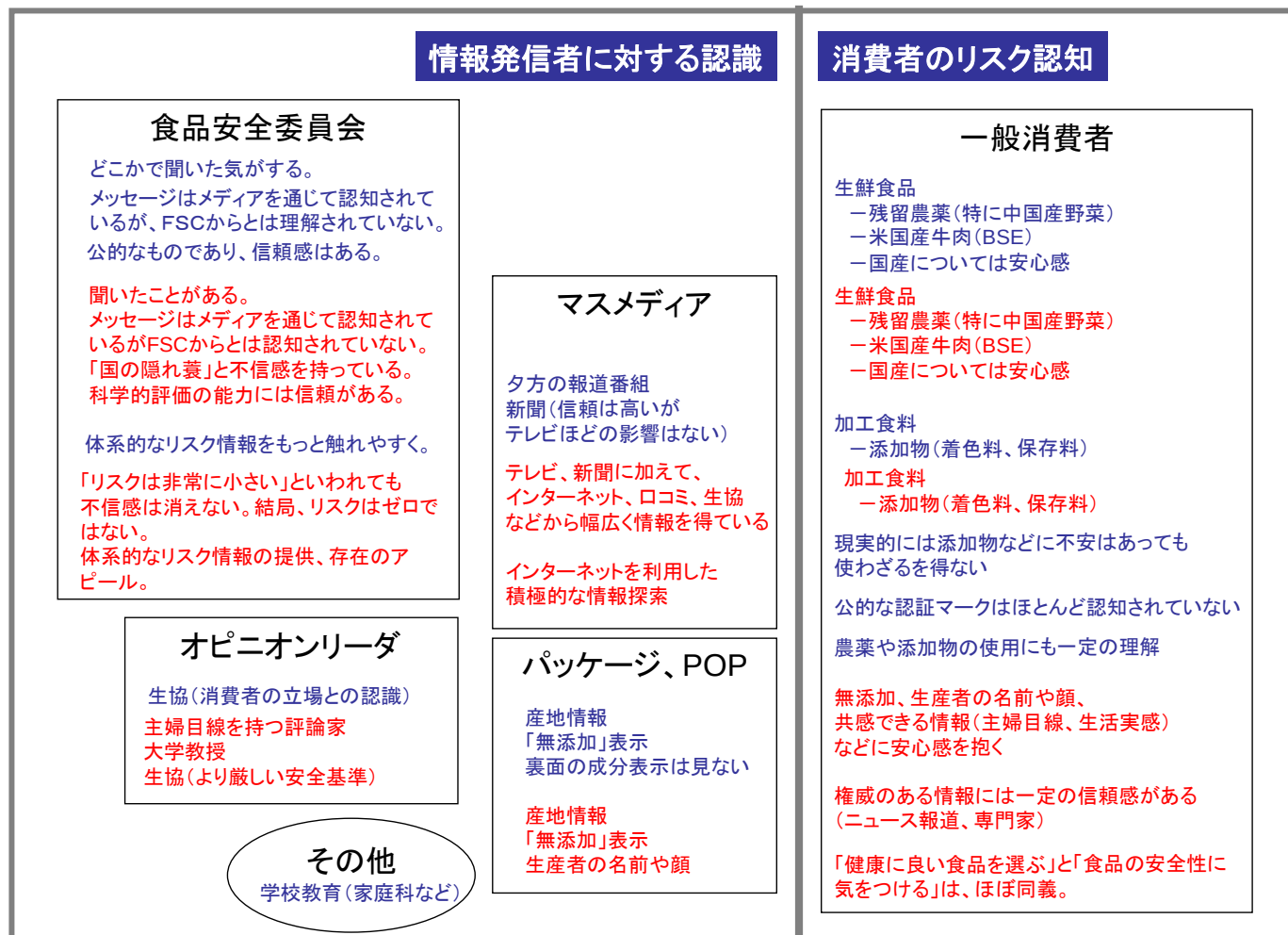
消費者は同時に「危険な情報」にも高い関心を持っており、その期待イメージに沿う危険情報を積極的に受け入れる傾向にある。定量的確率的なリスク概念が乏しいことにより、この「危険な情報」は、「無添加」「無農薬」など、安全・安心な食品、健康に良い食品に関するブランドイメージの単純な裏返しとなっている。すなわち自然の素材で昔ながらの製法でつくられた食品は安全・安心で健康に良く、その逆に、自然ではない化学的な添加物や農薬が使用された食品は体に悪く危険、という図式である。

このように「共感を伴う安全・安心情報」やその単純な裏返しである「危険情報」を消費者が安易に受け入れる傾向にあるため、マスメディアもまたオピニオンリーダーが発するこうした共感情報、危険情報を選択的に伝えとともに、食品業界のマーケティングもこの傾向を助長するイメージの再生産、強化定着を行なっている。一方、食品安全委員会が科学的な評価に基づき発信しているリスクメッセージは、消費者側のリスクリテラシーが未だ成熟していないことや、目線が合わず共感をもたらない、そもそも食品安全委員会の存在が認知されていないなどの理由により消費者に効果的に届いていない。

この状況を改善するための、食品安全委員会からの効果的な情報発信のあり方としては、巷間流布するブランドイメージを凌駕するような権威を持って、一種のスタンダード／レファレンス（標準）情報として定量的なリスクメッセージを提示することが重要である。またそのメッセージの表現にあたっては、その内容とともに発信の仕方が身近に感じられるような工夫が必要である。

食品安全について消費者は権威を希求し、大学教授などの発言をお墨付きとして受け入れる姿勢を持っているので、食品安全委員会が消費者から高い信頼を得てこの権威を持つことは充分可能である。このとき、食品安全委員会が発信するメッセージは、食品安全に関する一種のスタンダード／レファレンス（標準）情報という性格を持つ。こうしたメッセージは、定量的なリスク情報として提示し、また公正であると社会に納得されるようなアプローチで発信することが重要である。さらに、このメッセージが受け入れられるために、より身近で、（事件など問題が発生したときではなく）日常的・恒常的に顔が見えるようプレゼンスを向上させるとともに、消費者の生活実感に照らして共感できるような形で提供される必要がある。

一方、消費者も、安全か危険かの単純な二元論や、ゼロリスクを追及する意識を改め、定量的なリスク概念に対するリテラシーを高める必要がある。また、マスメディアを通じた報道等においても同様の配慮が求められる。



青字:第1回FGI

赤字:第2回FGI

図 2-2 第1回及び第2回 FGI の結果の整理

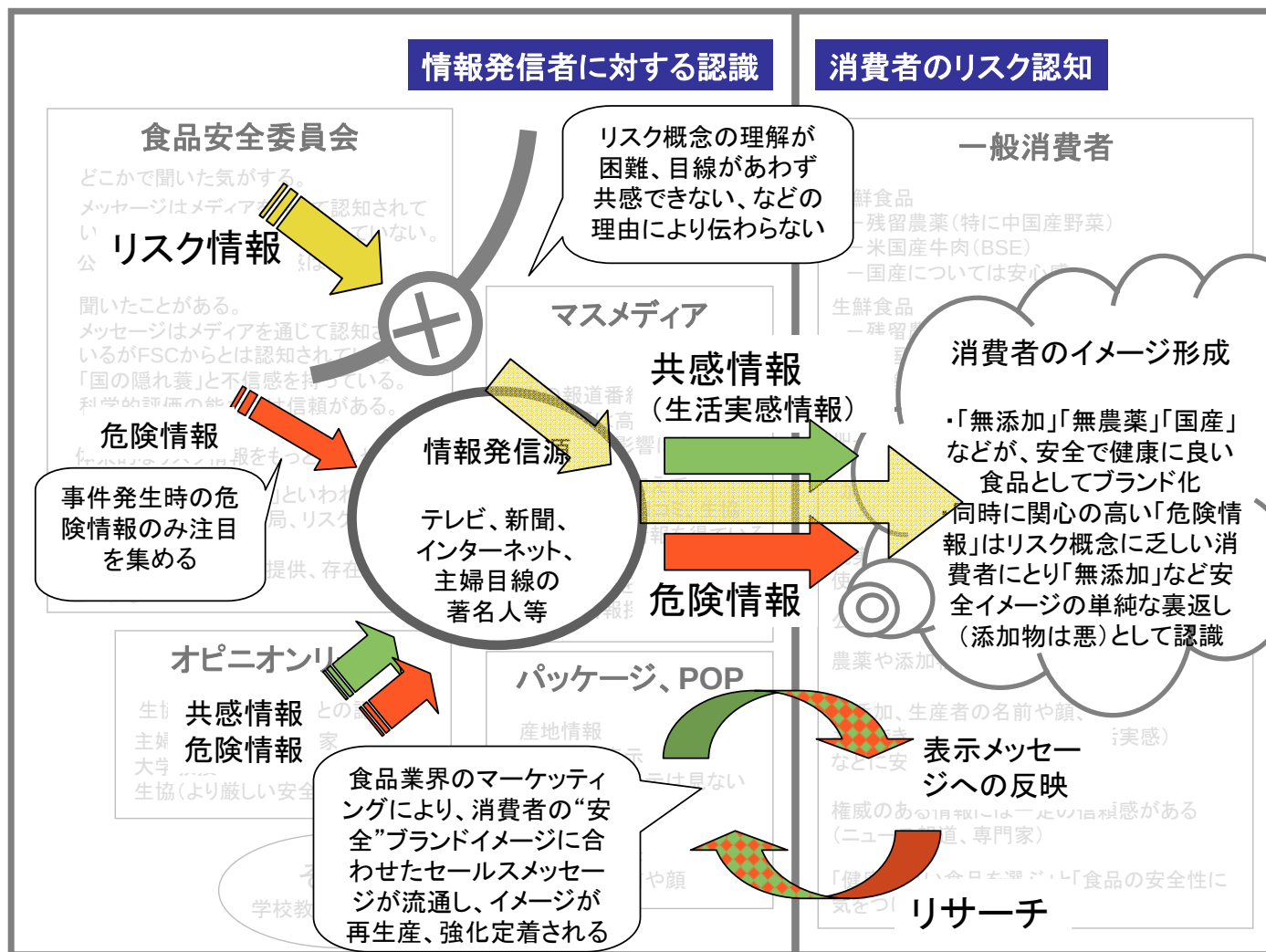


図 2-3 消費者の食品安全に関する認識形成についての仮説

2.7 評価結果の検証

FGIは、アンケートや個別インタビューよりも広範囲で深い意識の抽出が期待されるが、一方でこれらの成果は定性的なものであり、また属性集団の代表性などにも限界がある。このため、FGI は主として調査課題の抽出や仮説探索に用い、仮説の定量性はアンケートにより確認するなど、FGI とアンケートとの相補的な適用が効果的である。

本年度の調査では、属性集団の代表性の検証や、定性的に見出された仮説を定量的に把握するためにインターネットアンケート調査を行なった。FGI の検証として行った調査項目を表 2-10 に整理する。結果についてはⅦ章にまとめる。

表 2-10 インターネットアンケート調査における FGI の検証項目

インターネット調査	検証項目	
第 3 回 (10 月実施)	FGI の対象者（抽出条件）が、本調査の対象とする層として妥当であること	
第 4 回 (12 月実施)	食品リスクに関する認識	・食品流通全般についての認識 ・残留農薬（海外、国産）への懸念 ・添加物への懸念
	食品リスクの表示に関する認識	・参考としている食品表示 ・参考としている表示の発信源（食品業者、店舗、国など）
	学校教育の影響	・履修経験 ・現在の食生活への反映
	農薬や添加物のベネフィットの認識	・農薬のベネフィットの認識 ・添加物のベネフィットの認識
第 6 回 (2 月実施)	「無添加」表示に対する消費者のイメージ形成に関する検証	
	消費者に受け入れられる食品安全委員会からの情報提供に関する検証（鳥インフルエンザに関する情報のわかりやすさ）	

2.8 今後の課題

消費者の食品安全に関する意識を把握し効果的な情報提供とメディアリレーションのあり方についての知見を得ること、アンケート調査と組み合わせることにより効果的、効率的な意識調査の方法論を検討することの 2 つを目的として FGI を実施した。この実施目的に照らして本年度の調査を踏まえ見出された課題を整理する。

①消費者の意識と、効果的な情報提供、メディアリレーションのあり方について

- ✓ FGI の結果からは、食品安全委員会に抱いている潜在的な信頼感と、食品が

安全か危険かに委員会が最終的なお墨付きを与えることへの期待感が伺われた。今後、委員会の存在感を向上させ、またより信頼感を獲得することができれば、食品安全に関するオーソリティーとして委員会からの発信メッセージがメディアを通してより豊富に伝えられ、消費者からも傾聴されるなど、情報提供の効果が改善されると考えられる。

- ✓ 食品安全委員会からのメッセージが一般に傾聴される状況を実現することにより、「共感情報」と「危険情報」に二極分離し、メディアや食品業界のマーケティングにより強化、再生産されていくイメージ形成のループを払拭する必要がある。
- ✓ 食品の安全性イメージに影響を与えている情報の発信源として、大学教授等の権威者や主婦目線を持った評論家などオピニオンリーダーの存在がある。今後、こうしたオピニオンリーダーを対象とした特定のコミュニケーションを行なう必要がある。
- ✓ 食品のリスクの実像が消費者により効果的に諒解されるには、科学的な厳密性や正確性の犠牲を厭わず、わかりやすく端的に表現することにより多くの配慮をする必要がある。
- ✓ リスク情報を受け取る消費者側のリテラシー向上も必要であり、この観点から効果的な食育に取り組む必要がある。

②アンケート調査と組み合わせることによる効果的、効率的な意識調査の方法論

- ✓ 本年度の調査において、FGI によって見出された消費者意識に関する仮説をインターネットアンケートにより定量的に検証することを試み、その基本的な有効性を確認でき、FGI とアンケートとを相補的に利用することの見通しを得た。今後は、この方法論を定型化、手順化することで実施者の恣意に依らずに誰が行なっても同等の結果が得られるような仕組みを整えることが望ましい。
- ✓ 食品安全に対する消費者の意識について FGI とアンケートとを相補的に実施することによって調べる手順においては、調査の対象者を効果的にグルーピングする必要がある。本年度は代表的な消費者像として都市に在住する 30 代の主婦を対象としたが、例えばリタイアした団塊世代の夫婦なども食品の消費動向に大きな影響を持っている。消費動向を読み解く上で鍵となるグループの属性を、食品の消費動向に与える影響や食品安全に関する意識の特徴に依って複数設定し、本年度検討した方法論に基づいた意識調査を進めていくことが望ましい。

3. 市民パネル

コンセンサス会議を構成するグループの 1 つである市民パネルの手法としての有効性について検討を行った。

3.1 市民パネルの特徴

コンセンサス会議は、デンマークで開発された「参加型テクノロジー・アセスメント」の一形態である。テクノロジー・アセスメントとは、新しい技術や新しい物質の開発に当たって、環境破壊等の悪影響を未然に防止することを目的として、その技術、物質がもたらす効用と影響を事前に予測、評価する手法である。直接の原型は、米国の医療技術評価制度に遡るとされている[1]。コンセンサス会議の概略を図 3-1 に示す。

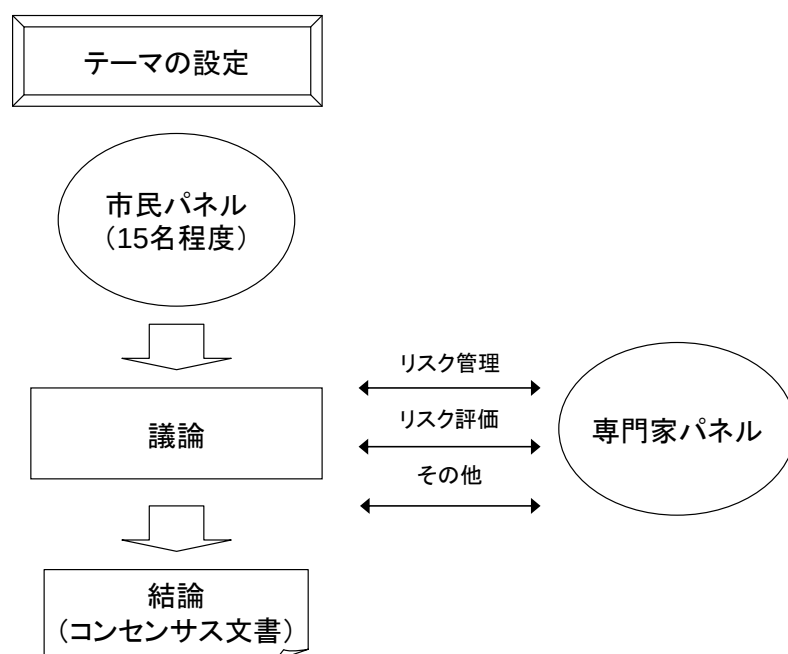


図 3-1 コンセンサス会議の概略

市民パネルは、新聞や web を通じて公募される。最終的な構成員は、年齢、性別、教育程度、職業、地域を勘案して決定される。市民パネルが議論に先立って、専門的な内容に関する知識を得るのに協力するのが専門家パネルである。専門家パネルは、特定の立場にかたよらない専門家から構成されることが望ましいとされている。

コンセンサス会議では、非専門家である一般の市民が、科学技術に係わる問題について考え、対応案などを取りまとめる。その過程で、市民パネルは様々な立場の専門家の意見をもとに討議を重ねていく。通常、数回の会合が設置されることが多い。このような過程を経ることから、コンセンサス会議は、科学技術に係わる政策等の意思決定に、一般市民の懸念事項などを反映させることができると言われている。会議の進め方として、市民パ

ネルは討議の上で「鍵となる質問」を作成する。続いて、「鍵となる質問」について専門家パネルの意見を求める。最後に、専門パネルの意見を参考にして、「コンセンサス文書（議論の結論，市民の提案）」をまとめる。なお、会議の性質にもよるが、多くの場合「コンセンサス文書」に法的な拘束力は無い。

3.2 事例調査

リスクコミュニケーション手法としての市民パネルの有効性を検討するために、食品安全などに関連の深いテーマを扱ったコンセンサス会議の事例調査を行った。

3.2.1 国内の事例

最近国内で実施された食品安全に関する主なコンセンサス会議を表 3-1 に示す。

表 3-1 最近国内で実施された食品安全に関するコンセンサス会議

開催時期	テーマ	主催組織等
2000 年	遺伝子組み換え農作物	農林水産先端技術産業振興センター
2001 年	同上	同上
2002 年	同上	同上
2003 年	同上	同上
2004 年	同上	同上
2001 年	遺伝子組み換え作物	北海道

表に示すとおり、テーマは全て遺伝子組み換え食品に係わるものである。

3.2.2 農林水産先端技術産業振興センターの取り組み

日本で最も歴史の古いコンセンサス会議であり、2000 年から 2004 年まで継続してコンセンサス会議が実施されてきた[2,3,4,5]。2000 年から 2001 年に開催された最初のコンセンサス会議においては、市民パネル 18 名募集のところに 479 名の応募があったとされている。この際の市民パネルの選出方法を以下に示す。

表 3-2 農林水産先端技術産業振興センター主催のコンセンサス会議
(2000 年開始分) での市民パネルの選出方法[2]

項目	選出方法
選出数	当初は 15 名程度を予定したが進行途中での事故等も配慮して 18 名とされた。
参加資格	遺伝子組み換え農作物の専門家でないこと。 テーマについて特定の立場を主張・宣伝する目的でないことなど。 農林水産省等の職員でないこと。 ※上記を理由に 9 名の応募者が除外された。
属性区分 (定員)	基本区分を、地域 (3 区分) × 年齢層 (3 区分) = 9 区分として、人口比をベースに各区分の定員が決定された。 ・地域：北海道・東北・北陸 (3 名), 関東・中部・近畿 (11 名), 中四国・九州沖縄 (4 名) ・年齢層：20～39 (6 名), 40～59 (7 名), 60～ (5 名)
性別	男女同数 (または近似)
地域	全国を 8 ブロックに分けて、各ブロックから最低 1 名を選出
年齢	20～39 才の年齢層は、20 代と 30 代に分けて同数とする。
職業	農業生産者から 1 名を選出する。
その他	抽選の結果をみて必要があれば調整する。

また、「鍵となる質問」は以下のようにまとめられた。

表 3-3 農林水産先端技術産業振興センター主催のコンセンサス会議
(2000 年開始分) での「鍵となる質問」[2]

1.	遺伝子組み換え技術について ● 遺伝子組換えと品種改良の違いは何か。 ● 遺伝子組換え農作物はなぜ開発されたのか。 ● これからの開発の見通し、組換え食品の未来はどうか。
2.	遺伝子組換え技術が社会にもたらすメリットは何か
3.	遺伝子組換え農作物の環境への影響について、以下のような事態の起こる懸念はあるだろうか。 ● 近縁植物への交雑。 ● 昆虫・生物への影響。 ● 人体への影響(アレルギー、例えば花粉アレルギー)。 ● 生物の多様性が失われる。
4.	遺伝子組換え農作物の健康への影響について ● 遺伝子組換え農作物を長期間にわたり、食品として、もしくは飼料を経由して摂取し続けることによって、摂取した人間、及び後世代にわたる人体への影響はないのか。 ● 遺伝子組換え農作物が食品として流通する場合に、なぜ慢性毒性試験が義務付けられていないのか。
5.	遺伝子組換え農作物に係わる制度と仕組みについて ● 遺伝子組換え農作物によって被害を被ったときに、誰が責任を負うべきなのか。 ● 安全性を検討するしくみとして、現状の制度は十分であろうか。(国際的、国内的場面において) ● 遺伝子組換え技術が悪用される可能性はないのか。また、それを防ぐ仕組みはあるのか。
6.	表示について ● 何を目的として遺伝子組換えを行ったかを表示できるのか、できないのか。 ● 遺伝子組換え農作物の混入基準を五%とする理由は何か。 ● 飼料について表示をしないとする根拠は何か。
7.	日本の農業について ● 日本の農業政策において、遺伝子組換え農作物の導入は必要なのか。また、どのような位置づけがされているのか。 ① 食糧の自給率を高めたり、農薬の使用量を減らしたりできるのか。 ② 遺伝子組換え農作物の導入は、有機農業の推進といった考え方とどのように関係するのか。 ● 今、なぜ遺伝子組換えイネが必要なのか。 ● 遺伝子組換え農作物の開発にあたって、研究機関と農家の連携はどうなっているのか(モニター農家との契約制度や長期観察システムなど)。 ● 家畜の餌、ワラなどを、遺伝子組換え農作物を輸入せずに自給することができるのか。
8.	国際関係において ● 遺伝子組換え農作物の開発を推進することによって、世界の食糧問題にどのような影響があるのか。 ① 多国籍企業による種子と食糧の支配に結びつかないか。 ② 世界の食糧が市場経済の中で取り扱われることに問題はないか。 ③ 先進国と途上国の経済格差を助長させないか。 ④ 流通経路の透明化、追跡はできるのか、またその情報開示は可能なのか。 ● 遺伝子組換え農作物の安全性に関する考え方や、表示に関する考え方は欧米ではどのように違っているのか。 ● 遺伝子組換え技術の特許、知的所有権はどうあるべきなのか。
9.	消費者への情報提供が十分でなかった時期があったように見える。行政は遺伝子組換え農作物が日本に入ってきてから現在まで、どのような情報提供を行ってきたのか。

上に示すように市民パネルの疑問は遺伝子組換え農作物の食品としてのリスク評価に限定されるものではなく、幅広い分野をカバーしている。

農林水産先端技術産業振興センターが主催したコンセンサス会議は、数年間継続して続けられた。その後、より消費者の生の声を聞くことを目的として、フォーカス・グループ・インタビューが実施されている[6]。

3.2.3 北海道の取り組み

2006 年 11 月より、北海道において「遺伝子組み換え作物コンセンサス会議」が開催された。会議の開催状況を表 3-4 に示す。

表 3-4 北海道で実施された遺伝子組換え作物のコンセンサス会議の実施状況[7]

	日時	テーマ
1	2006年11月25日(土) 午前11時～午後6時30分	第1回会議「知識の獲得」
2	2006年12月2日(土) 午前11時～午後5時	第2回会議「知識の獲得」
3	2006年12月16日(土) 午前11時～午後5時	第3回会議「鍵となる質問づくり」
4	2007年2月3日(土) 午前11時～午後9時	第4回会議1日目 「専門家との対話と道民委員どうしの議論」
5	2007年2月4日(日) 午前9時～午後5時	第4回会議2日目 「市民提案の取りまとめ」

また、「鍵となる質問」の構成を表 3-5 に示す。

表 3-5 北海道で実施された遺伝子組換え作物のコンセンサス会議での「鍵となる質問」の構成[7]

安全・安心の視点から	● 食品としての安全性 ● 表示 ● 自然・環境への影響 ● 遺伝子組換え技術そのもの ● 第三者機関による安全性評価の方法
誰のため何のための 遺伝子組換えなのか	● 消費者に与える利益と不利益 ● 北海道農業にとって栽培は必要か否か ● 経済の側面からみた遺伝子組換え作物

上に示すように市民パネルの疑問は北海道の場合も、リスク評価に限定されるものではなく、幅広い分野をカバーしている。

コンセンサス会議での議論を経て、市民パネルがまとめた提案を表 3-6 に示す。

**表 3-6 北海道で実施された遺伝子組換え作物のコンセンサス会議で
まとめられた市民パネルの提案の構成[7]**

安全・安心 の視点から	食品としての安全性	● 長期摂取による慢性毒性への懸念 ● アレルギーへの影響 ● 安全性の基準
	表示	● 混入率と表示基準 ● 醤油・食用油などの表示について ● 農作物以外のものについて
	自然・環境への影響	● 交雑の問題、防止のための取り組み ● 道条例について
	遺伝子組換え技術そのもの	● 生命倫理の問題 ● 技術の不確実性・持続可能性への疑問 ● 技術開発のあり方
	遺伝子組換え作物に関する今後の情報開示	
	第三者機関による安全性評価	
消費者と 生産者の 視点から	● 消費者に与える利益と不利益 ● 生産者に与える利益と不利益 ● 経済の側面からみた遺伝子組換え作物	
北海道農業にとっての遺伝子組換え作物栽培		

市民パネルの提案は、農林水産先端技術産業振興センター主催のコンセンサス会議と同様に多岐にわたっている。

3.2.4 国内事例調査のまとめ

国内で実施された2つのコンセンサス会議の概要から、市民パネルの関心事は食品安全に関するリスク評価のみに限らず、リスク管理や広く農業政策全般に及んでいることが分かった。このように、市民パネルは特定のテーマにおいても、様々な視点からの疑問を継続した議論を通じて構築していく特性があると考えられる。

3.2.5 海外の事例

コンセンサス会議をはじめとした市民参加型のリスクマネジメント手法は世界的に見ても増加傾向にある。このような市民参加型の手法はもともと専門家だけに偏りがちな科学技術論への反省に端を発したものであるが、近年になって HIV の輸入血液への混入、BSE 問題などによりリスク政策に関わる専門家や行政への信頼がさらに大きく揺らいだことが、市民参加型手法の増加の背景要因であると考えられている。

3.2.6 ドイツにおける状況

ドイツでの市民参加型のリスクマネジメントは、他の欧州諸国と同様に、1962 年にレイチェル・カーソンが「沈黙の春」の中で化学物質の自然界への影響に警告を与えた時代からはじまっている。その後、社会民主主義の伸張やドイツ連邦議会での緑の党による議席獲得などの政治・社会の流れのなかでこうした試みも拡大してきている。ドイツにおける市民参加型のリスクマネジメントの流れを表 3-7 に整理する[8]。

表 3-7 ドイツにおける市民参加型リスクマネジメント ([8]を参考に作成)

年代	代表的な動き
70 年代	土地利用に関し、調停や CAC (Community Advisory Committee) の手法が適用される
80 年代	ゴミ問題、エネルギー問題の論争解決に市民パネルが適用される
90 年代以降	遺伝子組換え作物 (GMO)、遺伝子治療などに市民パネルに基づいたコンセンサス会議が実施される 電磁波 (EMF) の人体影響に関し、携帯電話用電話網設置のための鉄柱建設に対する円卓会議が実施される

3.2.7 ドレスデン・コンセンサス会議

ドイツの市民参加型会議は、地方レベルでは頻繁に行なわれているものの、連邦レベルでの開催は例が少ない。これは、ナチス政権下の中央集権への反省から戦後、地方分権を進める強い連邦制がとられ、連邦政府の決定権が意識的に弱められているからである。

連邦政府が取組んだ市民参加型会議の数少ない例として、連邦エネルギー省が実験的に行なった二酸化炭素削減のための市民パネル (1983) と、ドレスデンで行なわれた遺伝子診断を巡るコンセンサス会議 (2001) がある [9]。ドレスデン・コンセンサス会議の概要を表 3-8 にまとめる。この会議では、透明性や公平性の確保などプロセスへの評価は高いが、その成果が政策に影響を与えたかという点については低調だったとの見方がなされている。

表 3-8 ドレスデン・コンセンサス会議の概要 ([8,9]を参考に作成)

実施者	主催：ドイツ衛星博物館 後援：ドイツ連邦教育省、ドイツ学術協会	
市民パネルの構成	ドイツ全土より選ばれた男女 19 名 (様々な年齢、職業、宗教を背景に持つ)	
会議の目的	● 遺伝子診断についての議論を新しい形式で試みること。 ● 市民が議論した結果を政策決定者や学術関係者に提示すること。 ● コンセンサス会議という参加形式自体について議論すること。	
主な論点	病気の発症前遺伝子診断、受精卵の着床前診断、出生前診断（退治診断）の 3 つの診断についての技術上の問題点と利用の是非	
成果に対する評価	プロセス	● 一般に公開されており傍聴も認められており、透明性は確保されていた。 ● 公平性については、主催者ではなく市民パネルが専門家を選択し、積極的に議論を主導していたこと、各パネラーに公平に発言の機会が与えられていたことから、公平性も高く評価できる。 ● 市民パネルの構成には偏りが見られた。メンバーの選定にあたっては、住民台帳から無作為に抽出した上で希望者を絞り込むという手順を取ったが、年齢、性別、居住地、民族、宗教にバランスが取れていたものの、職業では主婦、年金生活者、学生に偏っていた。
	政策への影響	● コンセンサス会議に対して自然科学の専門家や一般の関心はそれほど高くはなかった（傍聴者は、障害者団体代表以外は大半が学術関係者であり、その他少数の保険会社関係者だった）。 ● メディアの注目度も低く、報道はエリート紙 Die Zeit のみ。 ● 出席者である連邦議会議員が会議の席上「連邦議会は市民パネルの意見を政策決定過程において考慮しない」と表明し、市民がまとめた意見書もまた連邦議会の調査委員会で参考配布された以外に具体的に参照されることもなく、政策への直接的な影響はみられない。

3.2.8 欧州各国で認識されている課題

欧州では、デンマークにおいてコンセンサス会議が有効に実施されているが、これはデンマークが人口約 500 万の小さな国であり、歴史的にも市民が政策に直接関与する市民文化が根付いていることなどがその成功要因と考えられている。一方、人口が多く中央集権型のフランス、イギリス、また労働組合が強く組合系の市民団体が既に政策決定に深く関与しているでは、市民参加型会議のあり方に模索が続けられている。

市民参加型会議の利用が思ったほど進んでいない理由として、欧州で認識されている課題は次のように整理されている[8]。

- ✓ 参加型会議の方式が社会技術としてまだ試行錯誤の段階にあり、その成果を評価する手法も確立されていない
- ✓ 市民参加型手法の適用がリスク論争の解決に無力であったり、問題を一層複雑にする場合のあること
- ✓ 市民を参加させることで既に決定されている政策にお墨付きをもらう、市民に政策決定の責任を負わせ責任の所在をぼかす、など主催者側の悪用の可能性があること
- ✓ 市民という名のもとに特定の目的を持ったグループが乗り込み会議を悪用する可能性があること
- ✓ 決定過程に誰を参加させるのか、その範囲をどう決めるのか、その際に母集団の代表性を確保できるのか、について解決策が確立されていない
- ✓ 市民参加型の手法で、既存の力関係に左右されずに率直な意見を交換できる方法論が確立されていない
- ✓ 主催者側と市民側に会議の利用目的に関する意識のずれが大きい。主催者側は「参考として」「実験的に」と位置づけるが、市民側は会議の結果が政策決定に影響を与えることを期待する
- ✓ 市民参加型は多大なコストと時間がかかり、費用対効果は低い。行政と専門家が政策決定の方が効率的で現実的との意見は根強い

3.2.9 海外事例調査のまとめ

海外における市民参加型会議は、発祥の地であるデンマークを中心に欧州で多くの事例をみている。しかしながら、行政官や科学技術の専門家が偏った政策決定を行うことを避ける手段としての会議の利用は様々な課題に直面している。

特に、会議の結果を政策に反映させることについては、多くの諸国において慎重あるいは懐疑的である。一方、会議を開催することの間接的な効果については未だ学術的な評価は十分に行なわれてはおらず、こうした点が今後、市民参加型会議の効果として再評価される可能性もある。間接的な効果としては、市民参加型会議を開催することでその問題に

についての一般の関心や認識が高まり広報やリテラシー向上の効果が期待できることや、会議後に残される膨大なデータや検討資料、議事録がその問題を深掘りするうえで貴重な資料となること、などである。

3.3 市民パネルの課題

国内でのコンセンサス会議の実施事例を参考にすると、食品安全委員会によるリスクコミュニケーション手法の1つとして市民パネルを位置づける場合、以下のような課題がある。

3.3.1 市民パネルの設置

市民パネルは公募で募集されるが、例えば地域を限定しない国のような範囲での実施を考えると、その代表制について疑問を投げかけられる可能性が高い。仮に国の機関である食品安全委員会が市民パネルを設置した場合、その位置付けをどう設定するかを事前に慎重に検討する必要がある。

3.3.2 専門家パネルの設置

例えば、食品の安全問題について市民パネルを設置したとしても、北海道の例のように、リスク評価以外の問題についても市民パネルは疑問を持つと考えられる。その場合、食品のリスク評価以外の専門家もパネルメンバーとする必要がある。その際、食品安全委員会が様々な分野の専門家パネルを容易に構築できるかという課題がある。特にリスク管理と評価の独立性等からもこの点に注意する必要がある。

3.3.3 市民パネルの議論の扱い

議論の結果取りまとめられた「コンセンサス文書」がどのような効力をもつのかは、会議の目的等に大きく依存する。折角実施した議論に対して、十分なフィードバックが得られない場合には、市民パネルや一般国民からの食品安全委員会に対する信頼感を損ねる恐れもある。そのため、一般市民の食品安全に関する様々な疑問を調査するツールとして市民パネルを利用することは難しいと考えられる。

3.3.4 その他の課題

コンセンサス会議を準備運営する主体の中立性についても十分に配慮する必要がある。

以上の課題を図 3-2 にまとめる。

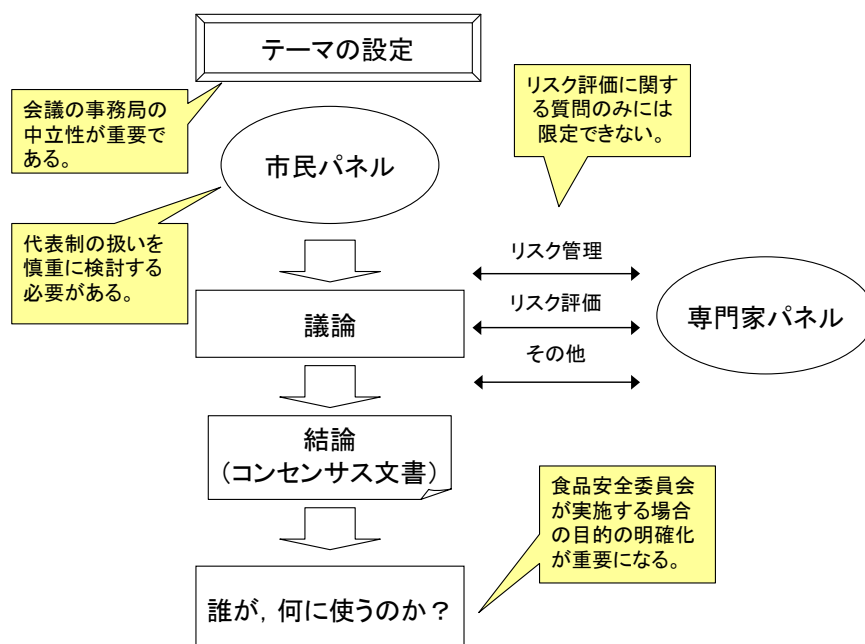


図 3-2 市民パネルをリスクコミュニケーション手法の1つとして利用する場合の課題

3.4 参加可能性に関する調査

市民パネルへの参加可能性について、消費者の意識調査として実施した第6回 web 調査で確認を行った。関係する結果を以下に示す。

3.4.1 参加可能性

市民パネルのような会合への参加可能性を質問したところ、積極的な回答は45%程度で、約半数は消極的な回答となった。

農業、食品添加物、遺伝子組み換え食品など、食品の安全に関して、あなたはリスク評価の専門家から直接話を聞いたり質問したりしたいと思いますか？数人で集まって、集中的にある課題について討論する場に参加することを想定してご回答ください。

回答者数=1,100

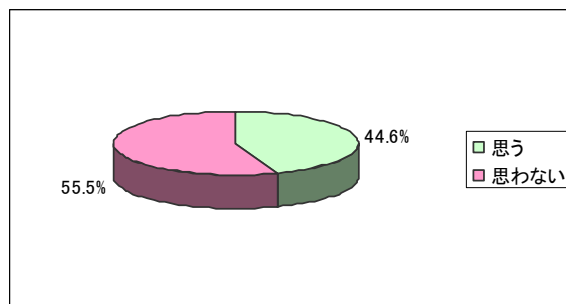


図 3-3 市民パネルのようなグループへの参加可能性

3.4.2 参加可能な範囲

参加可能な開催場所としては、「半日程度で参加できる場所」という回答が約6割を占めた。「日帰りで参加できる場所」という回答は約40%であり、宿泊を伴う場合は20%以下となった。

参加可能な開催場所をお選びください。旅費や宿泊費は主催者が支払うとお考えください。

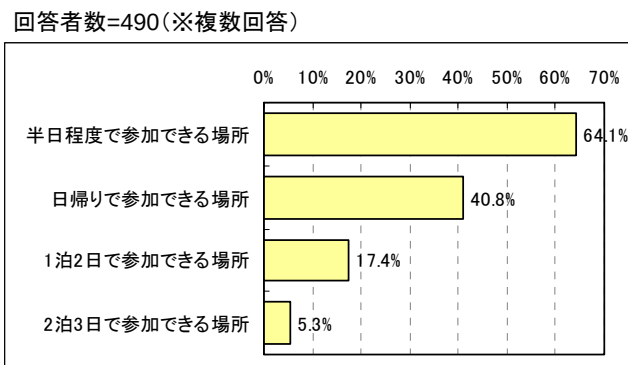


図 3-4 参加可能な範囲（第6回 web 調査結果より）

3.4.3 参加可能な回数

参加可能な回数については、「半年で1回程度」が46%と最も多く、「半年で2回程度」は31%であった。この点からも、あまり多い回数の議論を継続的に行うことは難しいと考えられる。

参加可能な最も多い回数をお選びください。

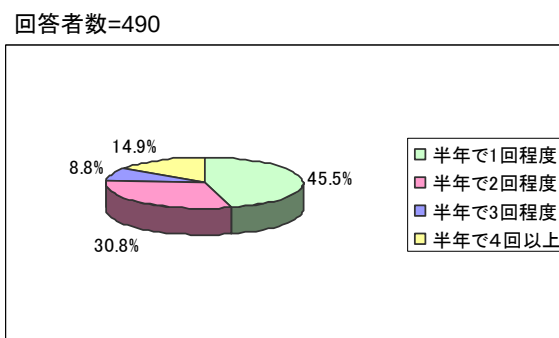


図 3-5 参加可能な回数（第6回 web 調査結果より）

3.5 市民パネル利用の可能性

現状でコンセンサス会議の構成グループとしての市民パネルを、食品安全委員会が実施するリスクコミュニケーションの手法の1つとして利用することには様々な課題があることを示した。しかしながら、将来的にはコンセンサス会議という形式に必ずしもこだわらなければ、食品の安全に関して、専門的な知識を伴うテーマについて、専門的な情報を集約するツールとして、市民パネルによる議論が利用できる可能性はある。市民パネルによる議論のために揃えられる資料を整理・蓄積して閲覧可能な状態にすれば、類似の問題に興味を持つ人々に大変有益なものとなる。例えば将来的に、そのような情報を食品安全委員会のホームページからまとめた形で提供することも可能になるだろう。このような対応も広義にはリスクコミュニケーションの一形態と考えることもできる。

4. リスクコミュニケーション手法評価検討会での議論

「食品の安全性に係るリスクコミュニケーション等に関する調査」の実施に当り、専門的見地から助言を得ることを目的として「リスクコミュニケーション手法評価検討会」を設置した。検討会は5名の委員で構成され、3回の議論により本調査に有益なアドバイスを得ることができた。

4.1 リスクコミュニケーション手法評価検討会の委員構成

「リスクコミュニケーション手法評価検討会」の委員構成を以下に示す。

表 4-1 リスクコミュニケーション手法評価検討会の委員構成

委 員	主な専門分野等
読売新聞 井川 陽次郎	マスメディア
宮城大学 池戸 重信（委員長）	食品産業全般
（株）エフシージー総合研究所 塩原 みゆき	消費者行動
キッコーマン（株） 滝田 章	消費者対応
（株）フラリック 芳賀 日登美	メディア・トレーニング

4.2 リスクコミュニケーション手法評価検討会の実施状況

評価検討会の実施状況と議事内容を以下に示す。

表 4-2 リスクコミュニケーション手法評価検討会の実施状況

実施回	日時
第1回	平成18年7月20日（木）
第2回	平成18年11月13日（月）
第3回	平成19年3月13日（火）

表 4-3 第1回議事内容

● 議事内容
1) 開会挨拶
2) 「食品の安全性に係るリスクコミュニケーション等に関する調査」実施計画
3) 消費者の意識調査（速報）
4) 今後の進め方等について
● 配布資料
資料1-1 「食品の安全性に係るリスクコミュニケーション等に関する調査」 実施計画書
資料1-2 第1回 消費者の意識調査（速報）

表 4-4 第2回議事内容

●	議事次第
	1) 開会挨拶
	2) 欧米諸国の食品安全関連機関におけるマスメディア対応の現地調査
	3) マスメディア報道とその影響分析（トレーニングを含む）
	4) フォーカス・グループ・インタビュー
	5) 消費者の意識調査
	6) 国際ワークショップ
	7) 今後の調査の進め方
●	配布資料
	資料2-1 前回議事概要
	資料2-2 欧米諸国の食品安全関連機関におけるマスメディア対応の現地調査
	資料2-3 マスメディア報道とその影響分析
	資料2-4 フォーカス・グループ・インタビュー
	資料2-5 消費者の意識調査
	資料2-6 食品安全のリスクコミュニケーションに関する国際ワークショップ （第3回）プログラム（案）
	資料2-7 今後の調査の進め方

表 4-5 第3回議事内容

●	議事次第
	1) 国際ワークショップ報告
	2) フォーカス・グループ・インタビュー
	3) 市民パネル
	4) マスメディア報道とその影響分析に係る調査
	5) 消費者の意識調査
	6) 調査のまとめ方と議論
●	配布資料
	資料3-1 前回議事概要
	資料3-2 食品安全のリスクコミュニケーションに関する国際ワークショップ（第3回）概要
	資料3-3 フォーカス・グループ・インタビュー
	資料3-4 市民パネル
	資料3-5 マスメディアを通じた情報発信態勢の強化・改善に係る調査
	資料3-6 マスメディア報道とその影響分析に係る調査
	資料3-7 消費者の意識調査
	資料3-8 調査のまとめ方

4.3 リスクコミュニケーション手法評価検討会での議論

● 第1回検討会での主な議論

第1回検討会では、調査全体の計画が紹介された。各委員からは、メディア対応の重要性を指摘する意見が多数出された。具体的には、不安をあおるような情報に対しては、行政がしっかりと対処することの重要性や、実際に間違った情報がどの程度流れているのかを検証することの重要性が指摘された。

● 第2回検討会での主な議論

第2回検討会では、以下の調査に関する中間的な報告について議論がなされた。

- 欧米諸国の食品安全関連機関におけるマスメディア対応の現地調査
- マスメディア報道とその影響分析（トレーニングを含む）
- フォーカス・グループ・インタビュー
- 消費者の意識調査

議論の中では、諸外国で実施されている科学的な情報を分かりやすく消費者に伝える取り組みや、メディア・トレーニングの重要性があらためて指摘された。

● 第3回検討会での主な議論

第2回検討会以降に実施された調査項目の結果が報告された。報告された調査項目を以下に示す。

- 国際ワークショップ報告
- フォーカス・グループ・インタビュー
- 市民パネル
- マスメディア報道とその影響分析に係る調査
- 消費者の意識調査

議論の中では、「無添加」、「無農薬」などの情報に消費者が敏感に反応する傾向があることと、それに対して科学的な情報をどのように伝えていくかを検討することの重要性が指摘された。また、市民パネルによる議論のために整理・準備される食品安全に関する情報が、将来的にはリスクコミュニケーションに大きく役立つ可能性があることや、メディアカバーの継続的な実施の重要性も指摘された。引き続き、調査全体のまとめ方に関する議論が行われた。

5. 今後の課題

フォーカス・グループ・インタビューを実施することにより、消費者の食品安全に関する意識を把握し、またその理解に基づいて効果的な情報提供とメディアリレーションのあり方を検討した。その結果、今後取組むべき食品安全委員会のリスクコミュニケーション方策に資するヒントをいくつか得ることができた。ただし、この検討結果は仮説として扱われるものであり、アンケートなどにより定量的な把握が必要となる。本年度の調査ではインターネットアンケートで結果の検証を試みることにより、その有効性に対する見通しを得ている。今後、フォーカス・グループ・インタビューとインターネットアンケートを相補的に組み合わせ、定型的に実施できる方法論を構築することにより、効率的に消費者の意識調査を行える可能性がある。

市民パネルについて検討を行った結果、現状で食品安全委員会が実施するリスクコミュニケーションの手法の1つとするには様々な課題があることが分かった。一方、将来的には、コンセンサス会議という形式自体に必ずしもこだわらなければ、食品の安全に関して、専門的な知識を伴うテーマについて、専門的な情報を集約するツールとして市民パネルによる議論が利用できる可能性はある。また、市民パネルが議論するために揃えられる資料を整理・蓄積して閲覧可能な状態にすれば、類似の問題に興味を持つ人々に大変有益なものとなる。例えば将来的に、そのような情報を食品安全委員会のホームページからまとまった形で提供することも重要である。

参考文献

- 1) 木場隆夫, 「知識社会のゆくえ」, 日本経済評論社, p.108 (2003)
- 2) 農林水産先端技術産業振興センター, 「遺伝子組換え農作物を考えるコンセンサス会議」報告書, 2001 年
- 3) 農林水産先端技術産業振興センター, 「遺伝子組換え農作物を市民が考える会議」報告書, 2002 年
- 4) 農林水産先端技術産業振興センター, 「遺伝子組換え農作物を考える市民会議」報告書, 2003 年
- 5) 農林水産先端技術産業振興センター, ー市民会議-「食と農の未来と遺伝子組換え農作物」報告書, 2004 年
- 6) (社) 農林水産先端技術産業振興センター, 遺伝子組換え技術・農作物・食品に関するフォーカス・グループ・インタビュー報告書, 2006 年
- 7) 「遺伝子組換え作物コンセンサス会議」(北海道) (<http://gm-c.jp/>) より
- 8) 西澤真理子、社会土壌が参加型リスクマネジメントに与える影響: ドイツの事例を基に、社会技術研究論文集、Vol.1、P113-140 (2003)
- 9) 西澤真理子、市民に科学技術が評価できるのか: 遺伝子診断に関するドレスデン・コンセンサス会議、科学、Vol.72、P861-865 (2002)

V マスメディアを通じた情報発信態勢の 強化・改善に係る調査

目次

1. はじめに.....	148
2. メディア・トレーニングに係わる評価項目の作成	148
3. メディア・トレーニングに係わるテスト・評価の実施	150
3.1 テストの実施.....	150
3.2 評価の実施	151
4. 評価結果の取りまとめ	152
4.1 伝えたいメッセージを強調する	152
4.2 話の長さを短くする	153
4.3 相手の関心事、理解度に合わせて話を構成する	153
4.4 資料を活用する	154
4.5 ノンバーバル表現を活用する	154
4.6 食品安全委員会委員と専門家としての立場を区別して話す	154
5. 今後の課題	155
5.1 一般的に行われているメディア・トレーニング等.....	155
5.1.1 一般的に行われているメディア・トレーニング等の種類.....	155
5.1.2 メディア・トレーニング等の期間.....	156
5.1.3 メディア・トレーニングのトレーナー	156
5.2 今後のメディア・トレーニング等の実施について.....	156
5.2.1 役割・任務に配慮したプログラム化	156
5.2.2 ノンバーバル表現の強化.....	156
5.2.3 継続的な実施.....	157
5.2.4 事務局との連携体制を視野に入れたトレーニング.....	157

1. はじめに

マスメディアを通じた情報発信を強化・改善することを目的として、メディア・トレーニングの導入についてテストを実施した。また、その評価と今後の課題をまとめた。なお、情報発信手法・体制の有効性・改善のポイント等については、本調査で設置した、「リスクコミュニケーション手法評価検討会」においても検討課題として議論した。

2. メディア・トレーニングに係わる評価項目の作成

メディアに対応するスキルは大きく以下の2種類に分類することができる。

- メディア対応スキル
 - メディアの特性や取材に対応するスキル
- コミュニケーションスキル
 - 必ずしもメディアのみに対応するものではなく、コミュニケーション全般に通じるスキル

上記をもとに、今回のメディア・トレーニングでは以下に示す点に注目して評価項目を作成した。

表 2.1 メディア・トレーニングの評価項目の概要

種類		項目	目的
メディア対応スキル		・メディア特性 ・取材対応スキル	メディアを通じた リスクメッセージの 伝達
コミュニケーション スキル	言語による コミュニケーション (バーバル コミュニケーション)	・話の主題 ・言葉のわかりやすさ ・論理性	リスクメッセージの 明確化
	非言語の コミュニケーション (ノンバーバル コミュニケーション)	・人体 (性別、年齢、体格等身体的特徴) ・目 ・対人的空間 ・音声上の特徴 ・時間 ・沈黙 ・色彩 ・身体接触	リスクメッセージの 伝達
	ツール	・配布文書 ・プレゼンテーション・ツール等	リスクメッセージの 伝達

上記のスキルに注目して作成した評価項目を以下の表に示す。

表 2.2 メディア・トレーニングの評価項目

スキルの種類	評価項目		
メディア対応 基本スキル	□メディアの特性を意識しているか。		
	□意地悪な質問や、不躰な質問に対しても常に冷静を保って答えているか。		
	□引っ掛け質問にも注意した対応をしているか。		
	□オフレコを話していないか。		
バーバル コミュニケーション スキル	□キーメッセージは明確か。		
	□専門用語を多用していないか。		
	□キーワードを使っているか。		
	□話せることと話せないことの区別は明確に意識されているか。		
	□主語、語尾は明確か。		
	□文章は短くまとめられているか。		
	□結論が最初にまとめられているか。		
	□肯定的な語尾を心がけているか。		
ノンバーバル コミュニケーション スキル	目	視線	
		瞬き	
		めがね	
		その他	
	口	口角	
		その他	
	表情全体	豊かさ	
		その他	
	声	スピード	
		間	
		リズム	
		高さ	
		大きさ	
		その他	
	姿勢	前傾姿勢	
		その他	
	手	メモ	
		位置	
		爪	
		その他	
	足	位置	
		その他	
	洋服	襟	
		上着	
		ボトムス	
		その他	
	その他		

スキルの種類	評価項目	
質問への対応	誤解に基づく質問	
	主題からそれた質問	
	引っ掛け質問	
	その他	
総評		

3. メディア・トレーニングに係わるテスト・評価の実施

3.1 テストの実施

実施したテストの状況を以下の表にまとめる。表に示す通り、今回は食品安全委員会委員をトレーニング対象として、新聞記者（社会部）の個別取材という場面を想定した。

表 3.1 メディア・トレーニングのテストケース

トレーニング対象	食品安全委員会委員 6 名
トレーニング形式	インタビュートレーニング
想定場面	新聞記者（社会部）から食品安全委員会委員への個別取材
トレーニング内容	オリエンテーション 模擬インタビュー（20 分程度） 取材対応準備の確認（20 分程度） 評価のフィードバック（15 分程度） テレビ取材の場合の留意点の指摘（5 分程度）
実施時期	2006 年 9 月 29 日から 10 月 6 日

トレーニング対象者である各委員には、模擬取材依頼書による依頼を渡すとともに、事前のアンケートを実施して過去のメディア対応経験等を確認した。各委員は模擬取材依頼書をもとに、通常の個別記者取材と同様の準備を実施してトレーニングの一環として模擬記者による取材を受けた。模擬取材の状況を図 3.1 に示す。

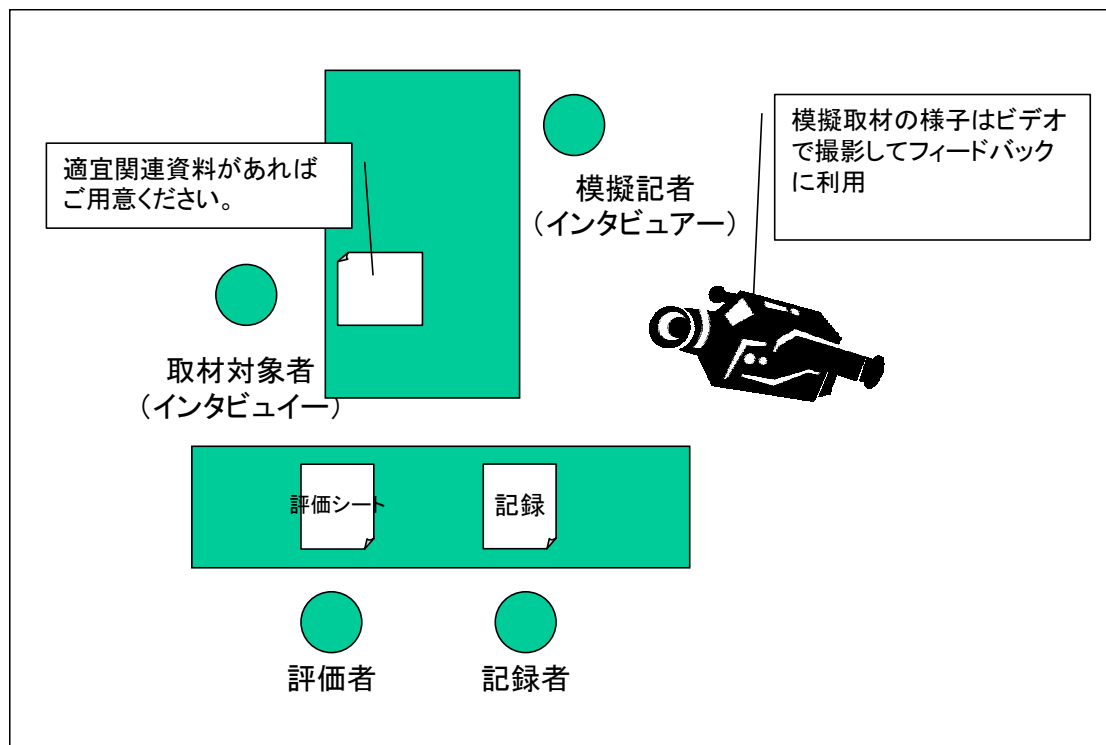


図 3.1 模擬取材の状況

3.2 評価の実施

模擬取材終了後に、前述の評価シートや取材対応中のビデオ映像をもとに、トレーニング対象者へのフィードバックを行った。模擬取材直後のフィードバックの状況を図 3.2 に示す。

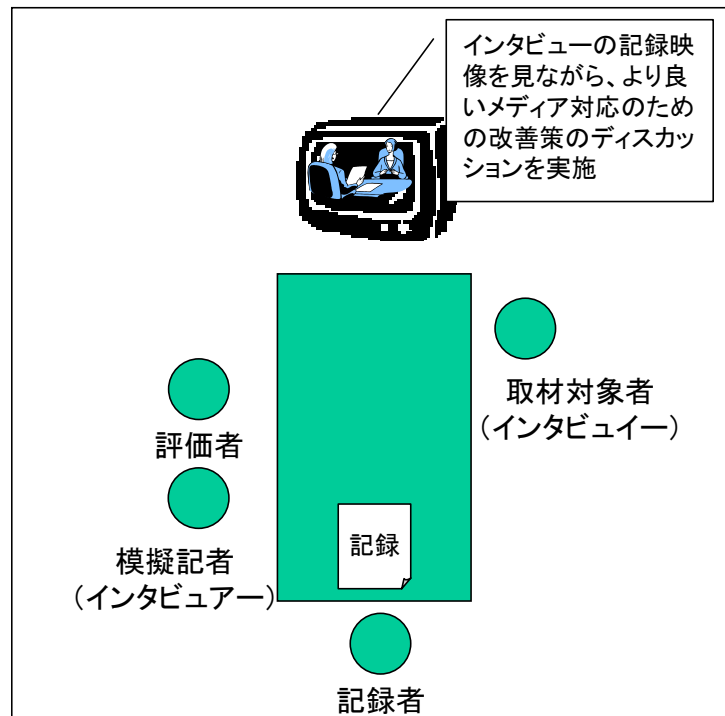


図 3.2 模擬取材直後のフィードバックの状況

また、模擬取材時の発言及び映像を別途分析して各委員へのフィードバックを後日実施した。

4. 評価結果の取りまとめ

食品安全委員会委員 6 名に対するメディア・トレーニングのテストに関する評価結果をとして以下の 6 点について取りまとめを行った。

- 伝えたいメッセージを強調する。
- 話の長さを短くする。
- 相手の関心事、理解度に合わせて話を構成する。
- 資料を活用する。
- ノンバーバル表現を活用する。
- 食品安全委員会委員と専門家としての立場を区別して話す。

4.1 伝えたいメッセージを強調する

記事内容はメディアの編集に委ねられているため、その内容をコントロールできるわけではない。しかしながら、メディアの国民に与える影響は非常に大きく、食品安全委員会としてのメッセージを掲載してもらえるよう、最善を尽くすことは非常に重要なことであ

る。そのためには、記事としてのアウトプットのイメージを持って記者とコミュニケーションを持たなければならない。

取材テーマが事前に分かっている場合、食品安全委員会としてはどのようなメッセージを国民に伝えなければならないのか、そのためには何を記事として取り上げてもらう必要があるのかといった記事としてのアウトプットイメージを想定して対応する必要がある。また、そのテーマについて記者が何を書こうとしているのかが分かっている場合には、あらかじめ想定される誤解等を解くために、わかりやすい説明を検討し、丁寧な解説を行う必要がある。

今回のトレーニングでは全委員ともに丁寧に対応していただいたものの、最終的にメッセージの重要度、ポイントなどが伝わりにくい場合があった。今後、事前に取材テーマが分かっている場合は、明確なメッセージ、及びそれを裏付ける資料やデータを事前に十分に準備しておくことが有効である。また、準備については、事務局との連携のあり方も検討する必要がある。

4.2 話の長さを短くする

委員は回答に際し、正確性を期すあまり話が長くなることが多い。実際、トレーニングにおいても結論に至るまで数分間を要する場合があった。

専門家ではない相手に科学的に難しい内容を説明する場合、前提条件から話し始めると話の内容が不明瞭になり、結果的に相手に結論が伝わらないことがある。特に記者は時間に追われているなかで、記事として限られたスペースに収まるよう簡潔で明快な文章を書かなければならない状況に置かれていることに配慮が必要である。円滑なコミュニケーションのためには、相手の事情に配慮した情報の伝達が行われることが重要であり、記者の性質に合わせた話し方が望まれる。そのためには、短く簡潔にまとめられた結論や話の概要（メッセージ）を伝達した上で、相手の理解度、関心度を見極めながら補足説明を行う話し方を心がける必要がある。

4.3 相手の関心事、理解度に合わせて話を構成する

今回は、全国紙の新任社会部記者を想定したトレーニングであったが、委員の中には状況設定に対する配慮がなされていない場合があった。例えば、新任の社会部記者であれば、ほとんど科学的な知識を持ち合わせていない可能性が高く、また、何らかの問題について委員や他の組織を追及するための取材である可能性も高い。ほとんどの委員は、そのような記者の背景情報を意識せず、意見交換会と同様に一般の人を想定して話されていた。

しかしながら、実際の取材時には、地方紙、全国紙、週刊誌などの媒体特性、科学部と社会部、経済部などの所属部署、緊急時、平常時などの状況設定などで、記者の関心事や理解度は大きく異なる。記者にできるだけ正確な理解を促し、良好な信頼関係を構築するには、記者の関心事や理解度に配慮して話を構成することが必要である。

4.4 資料を活用する

今回、委員に対して事前に取材依頼書をお渡しし、取材テーマを明確にしたうえでトレーニングに臨んでいただいたにも関わらず、委員によっては資料を持参せずに対応される場合もあった。また、資料を持参していても、ご自分の確認用として使うのみで、コミュニケーションに活用されない場合もあった。

資料は、聞き手に見せることにより、文字で理解を補足したり、図表で理解を促したりすることができ、科学的に複雑な内容を説明する際には、非常に有効な情報伝達手段である。

食品安全委員会としては意見交換会等で活用している資料が揃えられているので、メディア対応においてもこれらを有効に活用することで、より正確でわかりやすいメッセージ伝達が可能になる。

4.5 ノンバーバル表現を活用する

今回のトレーニングでは、話の内容に加え、最後にノンバーバル表現についてもチェックを行ったが、ほとんど全委員が表情やジェスチャー、発声などノンバーバル表現に関心を強く持ちながら、自信を持ってないでいる状況であることがわかった。全委員とも、意見交換会等、大きな会場で消費者を相手に話をする機会が増えているものの、ノンバーバル表現を学ぶ機会は限られており、実際にはご自身で試行錯誤しながら取組まれているのが現状といえる。今後は、ノンバーバル表現により力点を置いたトレーニングも有効である。

4.6 食品安全委員会委員と専門家としての立場を区別して話す

委員によっては、食品安全委員会委員の立場における見解と専門家としてのご自身の立場における見解を明確に区別されていない場合があった。また、話の中心、力点が結果的にご自身の見解におかれることがあり、聞き手がその区別を明確に認識するのは難しい場合があった。

食品安全委員会委員として取材を受ける場合は、まず、食品安全委員会という組織からのメッセージ伝達を意図する必要があることを再認識していただくべきと思われる。また、事務局としても、食品安全委員会としてのメッセージが正確に伝わるよう、取材を受ける際は横に座って必要時に話を補足したり、資料を渡したりするなどのサポートの体制を検討すべきである。

5. 今後の課題

5.1 一般的に行われているメディア・トレーニング等

5.1.1 一般的に行われているメディア・トレーニング等の種類

一般にメディア・トレーニングといっても画一的な手法があるわけではなく、トレーナーの専門性や、トレーニーのニーズによって様々な角度からトレーニングが実施されているのが現状である。一般的に行われているトレーニングは、主にメディア・トレーニングと、一般的なコミュニケーション・トレーニングの2つに分けられる。

(1) メディア・トレーニング

(a) 個別インタビュートレーニング

今回のように、個別インタビューを想定したトレーニングであるが、想定を新聞取材とする場合とテレビ取材とする場合がある。

テレビ取材では発言している映像がそのまま番組内で編集して使われることによって、発言を部分的に引用されたり、話の内容そのものより見た目の印象が強く残ったりすることがある。したがって、一般にはテレビ取材のほうが新聞取材よりも難易度が高く、トレーニングの例としては良く知られている。しかしながら、実際にはテレビ取材の機会は非常に限られており、新聞取材の機会のほうが多いのが通常であるため、テレビ取材を想定したトレーニングが必ずしも効果的とは限らない。

日本ではメディア・トレーニングが漸く広まってきたところであり、内容や効果が十分に検証されているわけではない。したがって、場合によってはトレーニングの効果よりも商業的観点からテレビ取材の設定が行われていることもある。(テレビカメラをその場に導入して撮影するなど、トレーニング自体に非日常的な設定を行って強い印象を持たせ、トレーニングの設定自体に価値を持たせることができるため。)

(b) 模擬緊急記者会見

緊急時の記者会見を想定して行われるトレーニングである。緊急時の記者会見では通常の取材時とは違って、記者から厳しい態度で非難追及が行われ、その対応がテレビ撮影されるため、言動の細部に至るまで十分な注意が必要である。さらに、時間が限られた中で情報を整理し、組織の代表としてメッセージの伝達を行う必要があり、サポート部隊（広報や秘書等）との事前調整も非常に重要である。そこで、事務部隊との連携もトレーニングに含めて行うことも多い。

(2) コミュニケーション・トレーニング

トレーニングの設定を取材に限定せず、コミュニケーション・スキルとして広く捉えて行

われている。例えば、講演の場合やディスカッションの場合など様々なプレゼンテーションの状況を想定して、話の構成方法や言葉遣い、ノンバーバル表現などを広く習得する方法である。メディア・トレーニングはその応用編と位置づけられる。

コミュニケーション・トレーニングの場合は、習得するスキルの項目が多く、複数回に分けて時間をかけて行われていることが多い。また、見た目によって印象が大きく左右されることから、スタイリストやイメージコンサルタントなど、イメージの形成に焦点を当てて服装、ジェスチャー、会場設定、表情などノンバーバル表現に力点を置いて行われることもある。

5.1.2 メディア・トレーニング等の期間

トレーニングは1回だけで行われている場合もあるが、話し方を変えて自然にこなすようになるまでには相当の練習と経験が必要であり、実際に人前や取材で話す機会が多い政治家や経営者の場合には、一定期間継続的に行われていることが多い。

5.1.3 メディア・トレーニングのトレーナー

メディア・トレーニングのトレーナーは主に、①PR会社、コンサルタント、②ジャーナリストOB、③スタイリスト・マナーコンサルタントの3つの系統に分けられる。①はメディア対応を得意とし、②は話し方、③はノンバーバル表現を得意としているが、食品安全委員会委員としては全てのスキルが必要であり、いずれかだけを重視するトレーナーは望ましくない。

5.2 今後のメディア・トレーニング等の実施について

以上の点を踏まえ、今後のメディア・トレーニング等では、以下の点を考慮する必要がある。

5.2.1 役割・任務に配慮したプログラム化

食品安全委員会委員はメディアだけでなく、意見交換会など国民との様々なコミュニケーションの場に参加する機会がある。現段階においては、むしろ、メディア取材よりも意見交換会のように、多くの聴衆を前に話す機会の方が多いい委員も少なくない。

今後は、そのような委員の個別の役割・任務に配慮して、ファシリテーション力、プレゼンテーション力、スピーチ力、メディア対応力など必要なスキルを身につけられるようなトレーニング構成を検討していく必要がある。

5.2.2 ノンバーバル表現の強化

今回のトレーニングにおいて、ノンバーバル表現に対する委員の関心は非常に高く、トレーニングのニーズが強いことが分かった。また、意見交換会など、多くの一般国民に対応す

るに当たり、より分かりやすい表現や態度などについても各委員が様々な努力を行って試行錯誤していることも分かった。

これまでの心理学の知見においても、印象形成においてノンバーバル表現が大きな割合を占めていることは良く知られており¹、コミュニケーション・スキルの向上において、ノンバーバル表現の強化は非常に大切であるといえる。

今後は、委員の関心にこたえてさらにスキルアップを目指すべく、ノンバーバル表現についてもトレーニングの主要項目の一つに位置づけることが望まれる。

5.2.3 継続的な実施

今回のトレーニングは、全国紙の社会部の新任記者の設定で行ったものであり、メディア対応全体を網羅するスキルについてトレーニングを行ったわけではない。また、上述のように、食品安全委員会委員として、メディア対応のみならず、コミュニケーション・スキル全体に関するスキルが必要であることを考慮すれば、必要とされるスキルの非常に部分的なところだけに焦点を当てたものといえる。

今後、コミュニケーション・スキルの全般的な向上を目指すのであれば、1回のトレーニングで実施できることは非常に限られているため、継続的な実施の検討が必要と思われる。また、より実践に役立つトレーニングとするため、実際のメディア取材や意見交換会などのコミュニケーションの場のレビューを行うような形式の採用も有効と思われる。

5.2.4 事務局との連携体制を視野に入れたトレーニング

食品安全委員会としてのコミュニケーションを委員に依頼するのであれば、組織と委員との連携が密に行われなければならない、そのためには事務局としての十分なサポート体制が前提となる。

一般に組織としてのコミュニケーション戦略においては、6W1H（Who, When, Where, What, Why, Whom, How）²の構成要素について検討が必要であるが、その中でスポークスパーソンに委ねられているのはHowのみであり、それ以外の6Wについては、組織として検討を行い、準備すべきものである。

食品安全委員会の行うリスクコミュニケーションにおいても、6Wを組織として検討し、スポークスパーソンが十分に対応できるようなサポート体制が必要であるが、そのためには事務局側もコミュニケーション・スキルを向上させる必要がある。

¹ 例えば、Mehrabian の研究によると、コミュニケーションを視覚・聴覚・言葉の内容の3要素に分けた場合、視覚が55%、聴覚が38%を占め、言葉の内容そのものは7%にしかないとされている。（A.Mehrabian, “Silent Communication”, 1971）

² 民間企業等においては、特に重要なメッセージを伝える場合、コミュニケーションを効果的に行うために、「誰が」、「いつ」、「どこで」、「何を」、「なぜ」、「誰に」、「どのように」、伝えるのか（6W1H）を十分に検討し、実施している。

今後は、事務局を対象としたトレーニング、さらには、事務局と委員の連携を強化するトレーニングなど、事務局にもトレーニングを行うことが有効である。

VI マスメディア報道とその影響分析に係る調査

目次

1. はじめに.....	162
2. 過去事例の調査.....	162
2.1 調査の概要	162
2.1.1 調査の方針	162
2.1.2 調査の対象とする媒体と期間.....	163
2.2 調査結果.....	165
2.2.1 予備調査.....	165
2.2.2 露出量評価（ELNET と日経テレコンでの結果の比較）	168
2.2.3 露出量評価（日経テレコン 21 を用いた評価結果）	174
2.2.4 露出内容評価（リスクメッセージとの整合性）	178
2.2.5 露出内容評価（事実との整合性）	181
3. 平成 18 年度上半期掲載記事の調査.....	183
3.1 調査の概要	183
3.1.1 調査の方針	183
3.1.2 調査の対象とする媒体と期間.....	183
3.2 調査結果.....	185
3.2.1 露出量評価	185
3.2.2 露出内容評価.....	190
4. 調査結果のまとめ	201
5. 今後の課題.....	202

1. はじめに

マスメディア報道は一般消費者への影響力が強く、リスクコミュニケーションにおいてもその役割は重要である。そこで、食品安全委員会に係るマスメディア報道の現状について、メディアへの露出状況とプレスリリースや食品安全委員会との関連を分析することにより、マスメディア対応における課題を抽出し、今後の食品安全委員会の情報発信のあり方を提示することを目的とした調査を行った。分析は、対象事例を特定したもの、および対象期間を特定したもの、の2パターンについて実施した。前者については、平成17年度のリスク評価事例3件を取り上げ、後者については平成18年度上半期における食品安全委員会に関する報道全般を分析対象とした。どちらのパターンにおいても露出量と露出内容の2つの側面から評価を実施した。

2. 過去事例の調査

2.1 調査の概要

以下の3件の過去事例について報道とその影響分析を調査した。

A.魚介類等に含まれるメチル水銀に関するリスク評価

(平成17年6月8日 第10回汚染物質専門調査会)

(以下、「メチル水銀」という)

B.我が国における牛海綿状脳症(BSE)対策に係る食品健康影響評価の結果の通知について(平成17年5月6日プレスリリース 食品安全委員会事務局)

(以下、「BSE 国内」という)

C.米国及びカナダ産牛肉等に係る食品健康影響評価の結果の通知について(平成17年12月8日プレスリリース 食品安全委員会事務局)

(以下、「BSE 輸入」という)

2.1.1 調査の方針

調査は、対象となる記事について、露出量評価(定量評価)、及び露出内容評価(定性評価)の2つの評価を行うことにより実施した。

露出量評価とは、記事の掲載面、スペース、面積、発行部数等からその記事がどの程度のインパクトを持って読者に到達したかを測る評価である。

露出内容評価とは、記事の内容について食品安全委員会の発するリスクメッセージを網羅的に含んでいるか、また、事実関係について間違いがないかどうかをチェックし、読者に食品安全委員会のリスクメッセージが正確に伝わっているかどうかを測る評価である。

2.1.2 調査の対象とする媒体と期間

(1) 対象紙・誌選定の方針

- 当報告書で扱う過去事例については、テレビ、インターネットへの露出内容を入手することが困難であるため、新聞と雑誌の紙媒体のみを対象とした。
- 今後、同様の調査を行う場合にも比較できるよう、データベースの採録対象紙・誌とした。
- 発行部数が相当数あるものを対象とした。(雑誌は10万部以上とする。)
- 報道としての即時性があるものを対象とした。(週刊及びそれより短い期間内で発行されていることとした。)

(2) 調査の対象媒体

(1) に示す方針にしたがって検討した結果、調査対象紙・誌は以下のとおりとする。また、共同通信配信記事も対象とする。共同通信配信記事はブロック紙、地方紙に引用されることも多く、共同通信を対象に加えることで、より網羅的な調査が可能となる。

①新聞

- 全国紙（朝日、毎日、読売、産経、日経）
- ブロック紙（北海道、河北、中日、中国、西日本）
- 共同通信配信記事

②雑誌

- 週刊朝日、AERA、サンデー毎日、週刊ダイヤモンド、ヨミウリ ウィークリー、週刊東洋経済

露出量評価については、上記媒体のうち、全国紙掲載記事のみを対象とした。これは、全国紙以外の記事については、掲載誌の発行部数が公表されておらず、露出量評価に用いるアルゴリズムを適用できないことによる。露出内容評価については、上記媒体掲載記事全てを対象とした。

(3) 対象期間

調査対象期間は、発表日前1週間から発表後1ヶ月間（発売日を基準とする）とした。

※食品安全委員会の正式な発表前の掲載については評価の対象外と考えることも可能であるが、何らかの事情で先行して掲載される可能性を考慮して、1週間前までを対象に含めることとした。

(4) 記事の抽出

評価対象となる記事については、新聞・雑誌の市販データベースサービスとして次の代表的な 2 つを利用した。それぞれのデータベースから得られる情報から評価を実施し、それらを比較することで評価に用いる適切なデータベースを検討した。

- ELNET
- 日経テレコン 21

上記の 2 つのデータベースにおいて、表 2-1 に示す条件でキーワード検索を行い、関連する記事を抽出した。また、地方紙等への配信記事として活用されている共同通信のデータベースについても同じ条件で記事抽出を行った。なお、調査対象紙・誌、対象期間は (2) (3) に示したとおりである。ただし、露出量評価においては、データベースの採録記事・媒体に偏りがあることから、正確な評価が困難と判断し、全国紙のみの評価とした。

表 2-1 調査対象事例と記事抽出条件

調査対象事例	記事抽出条件
メチル水銀	「食品安全委員会」と「メチル水銀」を含む。
BSE 国内	「食品安全委員会」と「BSE」、「全頭検査」の全てのキーワードを含む。
BSE 輸入	「食品安全委員会」と「BSE」、「輸入」の全てのキーワードを含む。

2.2 調査結果

2.2.1 予備調査

本調査で利用した ELNET と日経テレコンの特徴を表 2-2 に示す。ELNET は記事を画像ファイルで保持しているため、記事レイアウト情報を抽出することができるという利点がある一方で、記事に付与されたキーワードに基づいて記事を検索するため、テーマに該当する記事をすべて抽出できるとは限らないという欠点がある。これに対し、日経テレコンは記事をテキストデータとして保持しているため、レイアウト情報が得られない反面、テーマ該当記事をほぼ全て抽出することができる。

ELNET と日経テレコン 21 を利用して、2.1.2 (4) に示したキーワードにより、全国紙を検索対象として記事抽出を行った結果を

表 2-3 に示す。なお、読者からの投稿および抄録記事は除外した。全体的に ELNET では抽出記事が少ない傾向が見られる。これは、前述したように ELNET では該当記事を抽出しきれていないことが懸念される。

表 2-2 データベースの特徴の比較

	ELNET	日経テレコン 21
データ形式	記事を画像ファイル (pdf データ) としてデータベース化	記事本文のテキストデータのみを収載
キーワード検索の範囲	● 抜けがあり得る 記事の内容から人為的に付与されたキーワードが一致するものを抽出 (キーワードが記事中にあっても、その単語が付与されていないければ抽出されない)	● 抜けなく検索される 記事本文がテキストデータとなっているため、記事全文を検索対象として、該当キーワードが記事本文に記載されているものが抽出される
抽出可能な記事情報	● 記事の総面積 ● 見出しの大きさ (段数) ● 図表の有無 記事レイアウトの影響を考慮可能	● 記事の文字数 ● 図表の有無 (ただし全ての記事について情報がある訳ではない) ● 記事レイアウトの影響は考慮できない

表 2-3 記事抽出件数比較

対象事例	抽出記事総数		差異	
	ELNET	日経テレコン 21	ELNET のみ	日経テレコンのみ
メチル水銀	6 件	6 件	0 件	0 件
BSE 国内	15 件	27 件	1 件	13 件
BSE 輸入	14 件	38 件	0 件	24 件

※ELNET は検索キーワードに完全一致したもののみを抽出した結果である。

さらに、「BSE 輸入」について記事検索件数の差異をより詳細に調査した結果、以下の理由により、検索件数に差が出ることがわかった。

- ア) キーワードが「輸入」ではなく「輸入再開」「輸入条件」等、輸入+αの単語が付与されている（前方一致／後方一致を含めれば抽出可能な記事） ⇒ 11 件
- イ) ELNET で付与されているキーワードが不足している（表 2-4 参照） ⇒ 9 件
- ウ) 同一紙面の掲載記事について、カウント方法が異なる（日経テレコンでは 2 つの記事とされている記事を ELNET では 1 つとしている） ⇒ 4 件

表 2-4 不一致記事の ELNET 付与キーワード一覧

記事タイトル	新聞名	掲載日	朝／夕刊	掲載面	キーワード									
					輸入	BSE	食品安全委員会	輸入再開	輸入禁止	輸入条件	輸入量	輸入牛肉	輸入解禁	緊急輸入制限
待ったなし、牛肉、安心の味は？	日経	2006/1/1	朝刊	39	○	○								
コンシューマー北米産の輸入再開、どうなってる？	日経	2005/12/20	夕刊	11	○	○		○						
BSE: 牛肉輸入再開で消費者説明会	毎日	2005/12/16	朝刊	26			○	○	○					
リスクと生きる: 5 安全施策にも効率性	朝日	2005/12/13	夕刊	6		○								
米国産牛肉: 輸入再開 政府に重い責任	毎日	2005/12/13	朝刊	10	○	○		○	○	○	○			○
米産牛肉輸入 2 年ぶり再開決定	産経	2005/12/13	朝刊	29	○	○		○						
米産牛肉輸入解禁	読売	2005/12/12	夕刊	18			○	○				○	○	
BSE: 米国産牛肉輸入再開へ「20 カ月以下」解禁方針を決定	毎日	2005/12/9	夕刊	5	○		○	○		○				
米国産牛肉、解禁秒読み	日経	2005/12/6	朝刊	30	○	○						○		

表 2-4 から、ELNET で検出できなかった記事では「食品安全委員会」のキーワードが付与されていないものも含まれることが確認された。しかし、これらの記事中には食品安全委員会の記載があり、「食品安全委員会」のキーワードが付与されるべき記事であると思われる。ア)、ウ) に関しては、キーワードを前方一致、後方一致も含めて指定するなど、より高度なデータベース検索技術を用いることである程度回避することが可能であるが、イ) に関しては ELNET が人手でキーワードを付与していることを考えると、今のところ回避のしようがない。また、ア) に関しても、オンタイムでキーワードに前方／後方一致を含めるか否かを判断することは困難である。

以上の検証結果から、網羅的に、抜けなく記事を抽出したい場合には、日経テレコン 21 が適することがわかった。

2.2.2 露出量評価（ELNET と日経テレコンでの結果の比較）

(1) 評価手法

露出量評価については、記事 1 件ごとの評価ポイントを媒体ごとにまとめ、その総和を最終的に総合評価ポイントとした。具体的な記事ごとの評価、及びポイントの計算式は資料編に示す。

(2) 評価結果

(a) 単純到達読者数

調査の対象とした過去事例について、評価対象として抽出された記事の掲載されている新聞の発行部数の総和を求め、単純到達読者数を求めた。その集計結果を表 2-5 に、比較のグラフを図 2-1 に示す。

単純到達読者数とは、当該事例に関する記事の掲載された新聞 1 部あたり 1 人の読者がいるとして、さらに全発行部数が読者に到達しており、かつ当該記事が確実に読まれているとした場合の当該事例に関する記事の総読者数である。

単純到達読者数では、メチル水銀が最も少なく、BSE 国内が最も多いといえる。また、どの事例においても、発行部数に準じて読売新聞と朝日新聞の占める割合が非常に大きいことがわかる。

表 2-5 単純到達読者数の集計 (ELNET 抽出記事)

新聞	メチル水銀	BSE 国内	BSE 輸入	合計
朝日	8225032	32900128	24675096	41125160
毎日	1562789	1562789	3974559	7100137
読売	20066430	40132860	24015371	84214661
産経	2191587	6574761	2191587	10957935
日経	1618603	6068962	15375130	23062695
合計	33664441	87239500	45556647	166460588

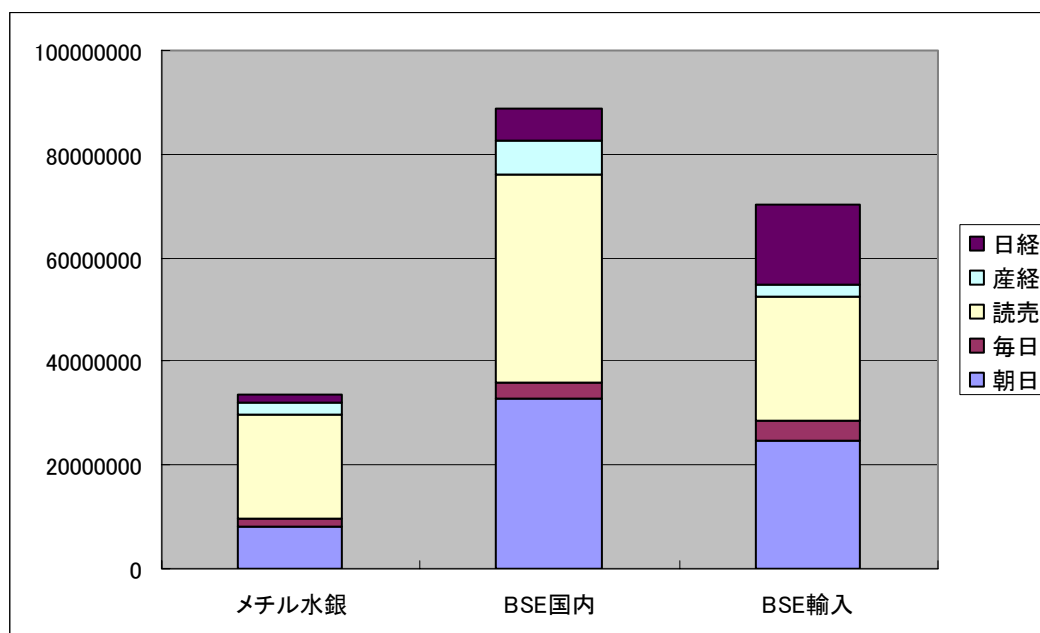


図 2-1 対象事例ごとの単純到達読者数 (ELNET 抽出記事)

(b) 露出量評価

調査の対象とした過去事例について、評価対象として抽出された記事の露出量評価を行った。評価は ELNET、日経テレコンそれぞれのデータベースを用いた場合に別々に実施した。評価対象記事は ELNET、日経テレコンのどちらにも検索されたもののみとする。

ELNET を利用した露出量評価ではレイアウト情報が抽出できるため、各新聞の発行部数に加え、掲載面、記事面積、見出しの大きさ、図表の有無を変数とし、独自のアルゴリズム（以下、重み付け露出量評価と呼ぶ）によってその記事が実際にどの程度読まれたかどうかの比較を事例間で行えるようポイント化している。なお、変数の反映については、別途行ったインターネットアンケート調査において導出された数値を活用している（詳細は資料編参照）。その集計結果を表 2-6 に、比較のグラフを図 2-2 に示す。

また、日経テレコンを利用した露出量評価では、見出しの大きさは考慮せず、また記事面積を文字数に代替してポイント計算を行った。つまり、変数は各新聞の発行部数、掲載面、文字数、図表の有無である。その集計結果を表 2-7 に、比較のグラフを図 2-3 に示す。

なお、ELNET を用いた場合と日経テレコンを用いた場合では、ポイント計算に用いる変数が異なるため、ポイントの値が大きく異なる結果となっている。したがって、ポイント自体には大きな意味はなく、図 2-2、図 2-3 に示したグラフの概形から露出量の評価を行う。

露出量評価においては、メチル水銀が最も評価が低く、BSE 輸入が最も評価が高い。BSE 国内と BSE 輸入の比較においては、ELNET、日経テレコンのどちらのデータベースを用いた場合にも、(a)で検討を行った単純到達読者数の場合と逆転していることがわかる。見出しの大きさや図表の有無の情報が十分でないために、データベース間で多少の差が見られるが、比較的似たような傾向を示している。

また、単純到達読者数と同様に、いずれの事例においても、読売新聞と朝日新聞が大きな割合を占めることがわかる。これは、発行部数の多さに加え、掲載面や記事面積、見出し、図表などによって、記事の注目度が高まるように工夫されている、つまり、大きな記事として取り扱われていることが反映されたものと考えられる。

表 2-6 事例ごとの露出量評価ポイントの集計 (ELNET)

新聞	メチル水銀	BSE 国内	BSE 輸入	合計
朝日	247823	2773205	5792973	8814001
毎日	68233	48916	237146	354295
読売	1006769	2540159	5416746	8963674
産経	87488	278467	393696	759651
日経	59028	293853	1336453	1689334
合計	1469341	6328596	13637009	21434946

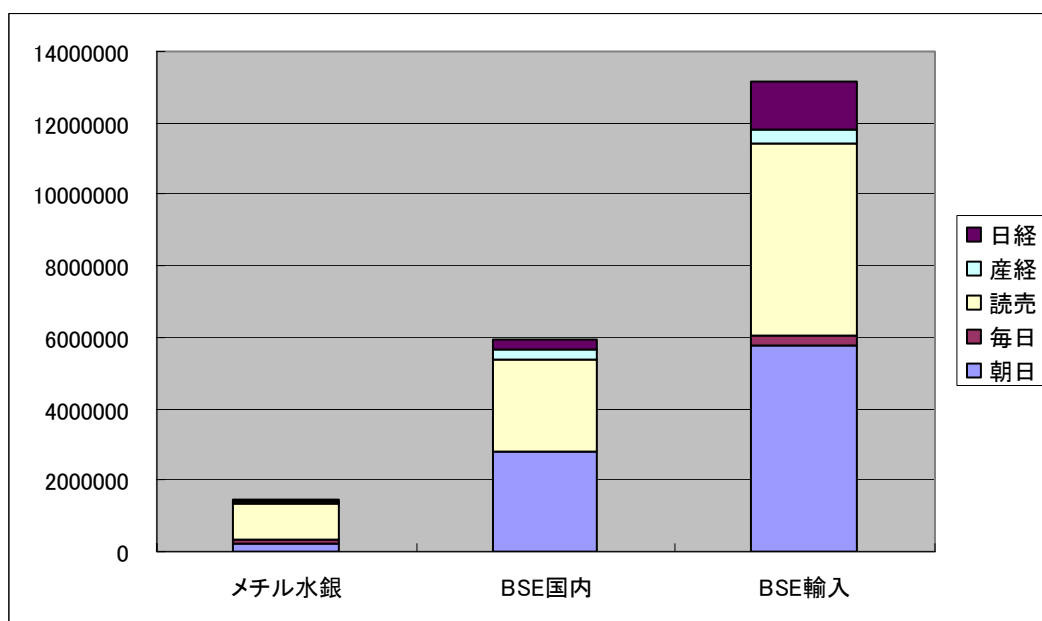


図 2-2 対象事例ごとの露出量評価ポイント(ELNET)

表 2-7 事例ごとの露出量評価ポイントの集計（日経テレコン）

新聞	メチル水銀	BSE 国内	BSE 輸入	合計
朝日	1427818849	11979440477	45577757606	58985016932
毎日	535277794	266693177	1135254932	1937225903
読売	7717200857	15177098999	25040401555	47934701411
産経	633227318	1148425337	565336108	2346988764
日経	467671891	2293363046	8044135150	10805170088
合計	10781196710	30865021036	80362885352	122009103098

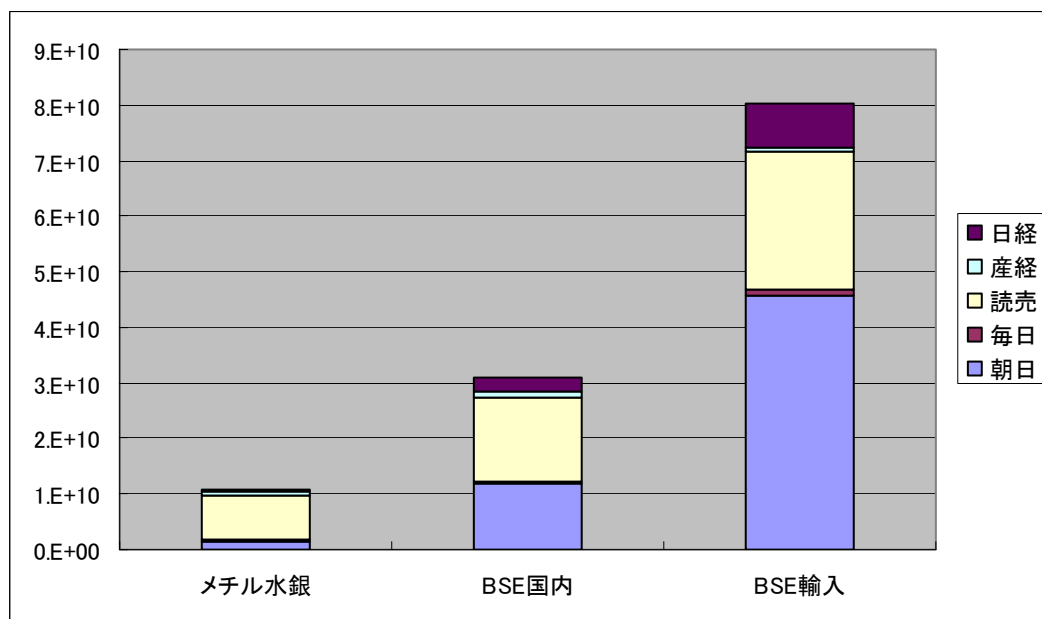


図 2-3 対象事例ごとの露出量評価ポイント（日経テレコン 21）

(3) 露出量評価（ELNETと日経テレコン 21での結果の比較）のまとめ

今回、露出量の評価は、通常行われる単純到達読者数とは別に、重み付け露出量評価で算出した露出量ポイントによって行った。露出量ポイントの算出には ELNET、日経テレコンの 2 つのデータベースを用い、それぞれの特長をふまえた変数設定とした。その結果、単純到達読者数と露出量ポイントのどちらにおいてもメチル水銀が最も評価が低いことは共通したが、BSE 国内と BSE 輸入の比較においては、(2) (a)で検討を行った単純到達読者数の場合と (2) (b)で行った露出量評価の場合では評価が逆転した。

単純到達読者数と露出量評価では評価が異なることが確認され、発行部数だけでなく、実際の記事の掲載のされ方（掲載面、記事面積、見出しの大きさ、図表の有無）が読者に対する記事の到達に影響を及ぼすことが確認された。また、いずれの評価方法においても、すべての事例について、読売新聞と朝日新聞が大きな割合を占めることがわかった。

記事の掲載のされ方を考慮した評価を実施するためには、記事データを画像ファイルとして閲覧できる ELNET を用いて実際の掲載記事から露出量ポイントを算出することが理想的である。しかし、報道分析は網羅的に、抜けなく抽出された記事を対象として実施されなければならない。本調査では、ELNET ではキーワード検索による抽出記事に抜けがあることが確認された。さらに、ELNET および日経テレコンの 2 つのデータベースを用いた露出量ポイントを比較した結果、概ね同じ傾向を示すことが確認できた。

以上の結果から、現状では露出量評価を実施する際には日経テレコン 21 を利用するのが妥当だと考えられる。今後、データベースが改善され、キーワード検索が容易な形で記事レイアウト情報が整備されることが望まれる。

2.2.3 露出量評価（日経テレコン 21 を用いた評価結果）

（1） 評価手法

基本的には 2.2.2 の方法と同様の手法を用いる。日経テレコンで抽出可能な情報は文字数および図表の有無であり、これらの情報のみを用いて露出量の評価を行った。

（2） 評価結果

（a） 単純到達読者数

2.2.2 と同様に、調査の対象とした過去事例について、評価対象として抽出された記事の掲載されている新聞の発行部数の総和を求め、単純到達読者数を求めた。その集計結果を表 2-8 に、比較のグラフを図 2-4 に示す。

ELNET 抽出記事のみのときの結果である表 2-5、図 2-1 と比較すると、メチル水銀が最も少ない点は同様であるが、BSE 国内と BSE 輸入の結果が逆転し、BSE 輸入のポイントが最も高いという結果となった。BSE 輸入では ELNET 集中記事のみに比べて朝日新聞、毎日新聞でポイントが大きく加算されている。

（b） 露出量評価

日経テレコンで抽出されたすべての記事を対象として露出量の評価を行った。評価結果を表 2-7 に、比較のグラフを図 2-3 に示す。

露出量評価においても、単純到達読者数と同様、メチル水銀が最も評価が低く、BSE 輸入が最も評価が高いという結果となったが、BSE 輸入のポイントは単純到達読者数で比較した場合よりも顕著に高くなった。

また、各テーマのポイントに占める新聞社ごとの割合の傾向は異なっており、BSE 国内、BSE 輸入共に、単純到達読者数よりも露出量評価ポイントの方が朝日新聞の割合が増加した。読売新聞では単純到達読者数では BSE 国内が BSE 輸入を上回っているが、露出量ポイントで評価した際には逆転し、BSE 輸入が BSE 国内を上回る結果となった。

表 2-8 単純到達読者数の集計（日経テレコン 21 抽出記事）

新聞	メチル水銀	BSE 国内	BSE 輸入	合計
朝日	8225032	44987028	69662124	122874184
毎日	1562789	17461025	41308379	60332193
読売	20066430	60199290	48030742	128296462
産経	2191587	11593923	4383174	18168684
日経	1618603	12137924	26097176	39853703
合計	33664441	146379190	189481595	369525226

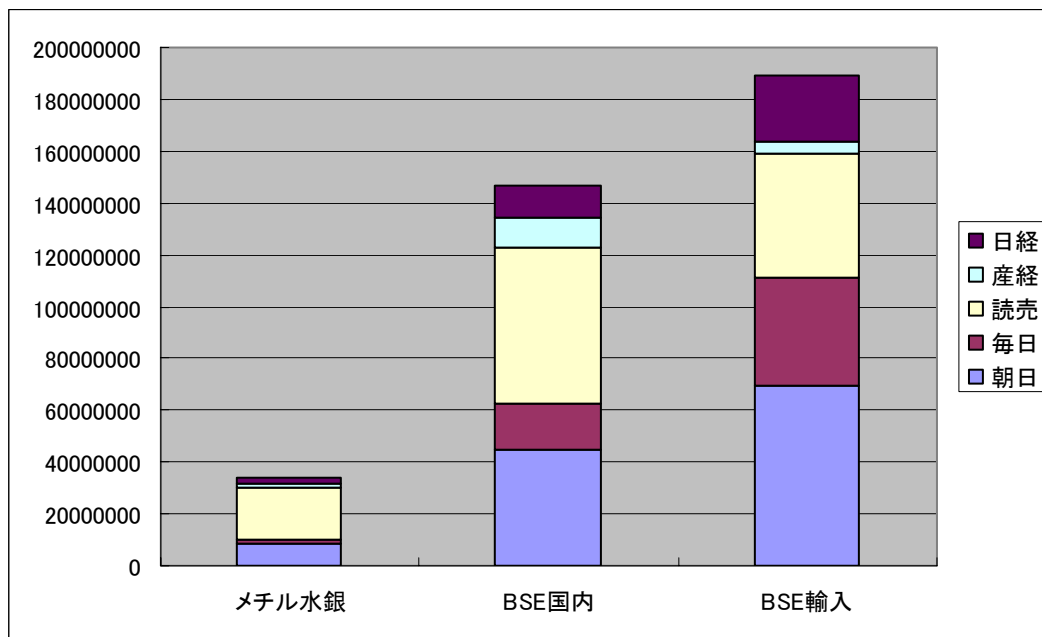


図 2-4 対象事例ごとの単純到達読者数（日経テレコン 21 抽出記事）

表 2-9 事例ごとの露出量評価ポイントの集計（日経テレコン 21 抽出記事）

新聞	メチル水銀	BSE 国内	BSE 輸入	合計
朝日	1427818849	46371200636	109633050624	157432070108
毎日	535277794	10332576568	19559498010	30427352373
読売	7717200857	30897506800	34443668553	73058376210
産経	633227318	8021073311	1300696865	9954997495
日経	467671891	13912216389	30594164430	44974052710
合計	10781196710	109534573704	195531078481	315846848896

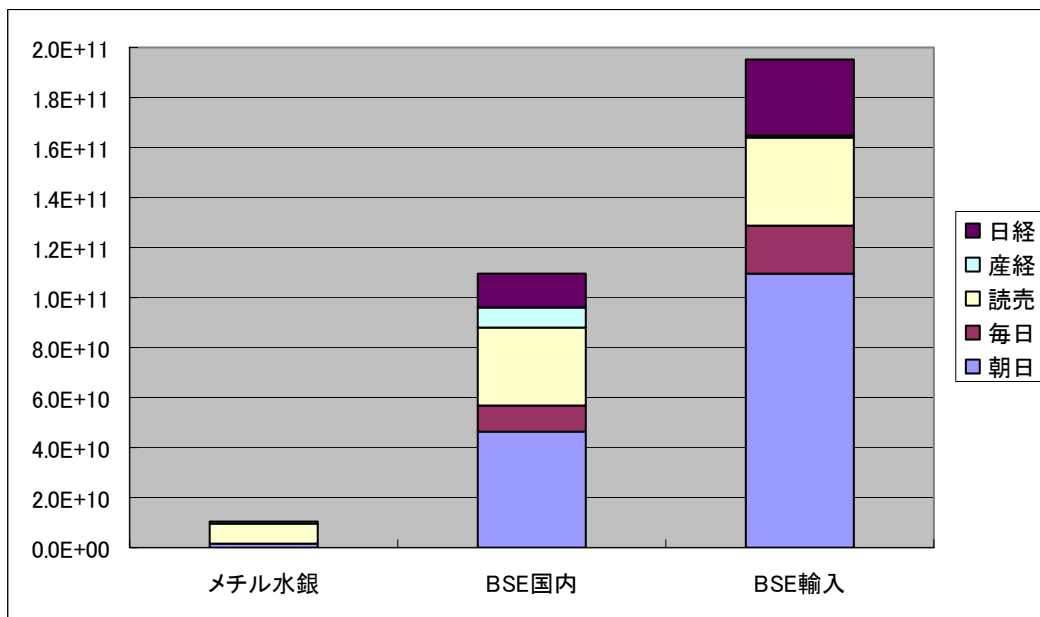


図 2-5 対象事例ごとの露出量評価ポイント(日経テレコン 21 抽出記事)

(3) 露出量評価 2 (日経テレコン 21 を用いた評価結果) のまとめ

日経テレコン 21 により抽出した記事の評価対象として露出量の評価を実施した。露出量の評価には新聞社ごとの発行部数から求まる単純到達読者数だけではなく、日経テレコン掲載情報である記事の文字数、図表掲載の有無、掲載面を変数として用いた。

単純到達読者数と重み付け露出量評価により計算される露出量ポイントでの評価結果を比較したところ、テーマごとの獲得ポイントによる順位に変化は見られなかったが、露出量ポイントで評価した方がより顕著な結果となった。また、新聞社別に見た場合には、単純読者到達読者数と露出量ポイントでテーマごとの獲得ポイント順位が逆転する現象も確認された。

以上の結果から、日経テレコン 21 で抽出された記事の評価対象とした場合でも、露出量評価において掲載のされ方が露出量の評価に影響を与えることが確認された。ただし、レイアウト情報を考慮した露出量ポイントの妥当性を保つためには、根拠となる読者のデータ（記事レイアウトのよる印象を測定したデータ）を継続的に Web アンケート等によって測定する必要がある。

2.2.4 露出内容評価（リスクメッセージとの整合性）

(1) 評価手法

露出内容評価については、各記事に対してリスクメッセージ項目ごとに評価を実施し、最終的にリスクメッセージ項目および全体としての総合評価ポイントを算出した。具体的な評価方法については、資料編に示す。

(2) 評価結果

リスクメッセージとの整合性の評価結果を以下に示す。なお、テーマごとの該当記事とその評価結果の詳細については参考資料を参照のこと。

(a) メチル水銀

メチル水銀のリスクメッセージを次の 3 つの項目に分け、それぞれについて評価を実施した。

1. ハイリスクグループ：胎児への影響について記載しているかをチェックする。
2. 耐用週間摂取量：「メチル水銀 $2.0 \mu\text{g/kg}$ 体重/週」という値が正しく記載されているかをチェックする。
3. 対象集団：妊娠している方もしくは妊娠している可能性のある方が対象であるが記載されているかをチェックする。

評価結果を表 2-10 に示す。各項目ともに高いポイントとなっており、リスクメッセージを網羅した記事が掲載されている。項目ごとに比較すると、対象集団についてはやや正しいリスクメッセージが伝えられていない。これは、妊娠している女性だけではなく、妊娠している可能性のある女性も対象であることを言及していない記事があるためである。

表 2-10 露出内容評価結果（メチル水銀）

	ハイリスクグループ	耐用週間摂取量	対象集団	総合評価
総合 ポイント	85	100	71	85

(b) BSE 国内

BSE 国内のリスクメッセージを次の 4 つの項目に分け、それぞれについて評価を実施した。

1. 検査月齢：検査月齢の線引き（21 ヶ月齢以上検査）がもたらす人に対する食品健康影響（リスク）は、非常に低いレベルの増加にとどまることが記載されているかをチェックする。20 ヶ月齢以下は検査対象から除外されるという記載内容も認めることとする。
2. SRM の除去：1. に加え SRM 除去を徹底することも合わせて記載されているかをチェックする。
3. 飼料規制：飼料規制を徹底することがリスク低減に有効であることが記載されているかをチェックする。
4. BSE に関する調査研究：今後も引き続き BSE に関する調査研究を推進する必要があることが記載されているかをチェックする。

評価結果を表 2-11 に示す。検査月齢以外の項目についてはポイントが非常に低く、そのため総合評価のポイントも低い値となっている。これは、国産牛の検査制度に言及する記事が大半を占めているため、検査に直接関係する牛の検査月齢のみが記載されている場合が多いためである。飼料規制や BSE に関する今後の調査研究の必要性まで触れた記事はほとんどなく、一桁のポイントとなっている。検査月齢に関しては、SRM の除去と飼料規制が前提であり、この点が合わせて記載されていないことで、リスクメッセージが誤って伝わることを懸念される。

また、食品安全委員会は食品安全に関する評価機関であり、管理機関ではないが、食品安全委員会が検査制度の変更を「決定した」と誤った情報を伝えているものや、検査制度の変更を「容認した」と結論を検査制度に結び付け、拡大解釈している記事が多く確認された。

表 2-11 露出内容評価結果（BSE 国内）

	検査月齢	SRM の除去	飼料規制	BSE に関する調査研究	総合評価
総合ポイント	49	15	11	5	4

(c) BSE 輸入

BSE 国内のリスクメッセージを次の 3 つの項目に分け、それぞれについて評価を実施した。

1. 輸出プログラムの厳守：輸出プログラムの遵守がリスク評価の前提であることが記載されているかをチェックする。
2. 輸出プログラムの内容：輸出プログラムの内容である「全頭からの SRM 除去」「20 ヶ月齢以下の牛」が全て記載されているかをチェックする。
3. リスクレベル：米国・カナダの牛に由来する牛肉等と国内の全年齢の牛に由来する牛肉等のリスクの差が非常に小さいことが記載されているかをチェックする。

評価結果を表 2-12 に示す。項目ごとのポイントは 50 点前後であるが、総合評価は 40 点弱と低くなっている。この結果からリスクメッセージを網羅的に伝えている記事が少ないことがわかる。米国産・カナダ産牛肉と国内産牛肉でリスクレベルの差が非常に少ないのは、輸出プログラムを遵守していることが前提である。しかし、網羅的にリスクメッセージが伝えてられておらず前提条件が抜けることで、正しい情報が伝わらないことが懸念される。

また、食品安全委員会は食品安全に関する評価機関であり、管理機関ではないが、食品安全委員会が輸入再開を「認める」と誤った認識で情報を伝えているものや、輸入再開を「容認した」と食品安全委員会の出した結論を輸入再開に結び付け、拡大解釈している記事が多く確認された。

さらに、本テーマでは米国産牛肉とカナダ産牛肉を評価対象としているが、「米国産牛肉」のみに言及しており、カナダ産牛肉についての記載がない記事が確認された。

表 2-12 露出内容評価結果 (BSE 輸入)

	輸出プログラムの遵守	輸出プログラムの内容	リスクレベル	総合評価
総合ポイント	57	52	53	37

(3) 露出内容評価（リスクメッセージとの整合性）のまとめ

露出内容評価を実施した結果、プレスリリース等によって公表されたリスクメッセージが必ずしも網羅的に報道されていないことが確認された。特に BSE に関しては総合評価のポイントが 50 点を下回っている。食品安全委員会のプレスリリースにおけるリスクメッセージは一般のものと比較して長く、専門用語が多いという特徴がある。すべての情報を、正確に提示しているという面では評価できるが、新聞記者にとってメッセージが長く、専門的でわかりにくいことにより、網羅性が高くなっていることが考えられる。したがって、プレスリリースの書き方や記者発表方法の見直しも含めて、情報の伝達方法を再考する必要があると思われる。

ただし、今回の評価対象とした 3 テーマのうち、メチル水銀に関しては BSE に関する他の 2 つのテーマに対して記事総数が非常に少なく、母数が小さく異なることに留意が必要である。今回の評価実施において、BSE に関しては定常的に記事が掲載されているために、評価期間をリスクメッセージ公表から 1 ヶ月とした場合、時間の経過と共に発表内容を伝えることが主目的ではない、リスクメッセージが薄められた記事が増加する傾向があり、これが全体の評価に影響を及ぼしていることが確認された。マスメディア報道においては、継続的に記事が掲載される場合、同一の内容を繰り返し伝えることはあまり行われなない。したがって、より厳密に内容評価を実施するために、今後は評価対象の記事をリスクメッセージ公表から 1~2 週間程度と短くする等、評価方法を改善することも合わせて検討すべきである。

2.2.5 露出内容評価（事実との整合性）

(1) 評価手法

事実との整合性の評価は、リスクメッセージとの整合性の評価と同様に記事ごとに評価を実施しているが、結果の数値化は行わない。また、事実との整合性のチェック対象は食品安全委員会に関する記事内容のみとする。

(2) 評価結果

リスクメッセージとの整合性の評価結果を以下に示す。なお、テーマごとの該当記事とその評価結果の詳細については参考資料を参照のこと。

(a) メチル水銀

メチル水銀の現行基準での耐用週間摂取量は、食品安全委員会の資料（「魚介類に含まれるメチル水銀に係る食品健康影響評価」のポイントについて）では $3.4\mu\text{g}$ と記載されているが、記事によって $3.3\mu\text{g}$ と記載されているケースが複数見られる。参照している資料が異なることが考えられるが、参照資料を特定することは困難であった。

(b) BSE 国内

答申骨子として、結論の4項目と並列で別の項目（「意見交換会を通じ国民の理解を深める」）を記載している新聞社が2社あった。複数新聞社で同様の間違いをしていることから、情報源となる資料や発言があったと思われる。ただし、そのような情報源を特定することは困難であった。

また、国内産牛の全頭検査見直しについての意見募集結果を記載（「全頭検査見直しに反対」が約7割を占める」、「反対意見のいずれの指摘も検討済みで、答申案の修正は不必要とした」等）した記事が多く見られるが、意見募集結果について食品安全委員会からどのような情報発信がなされたのかを確認することができず、記載内容について事実との整合性を分析することはできなかった。

(c) BSE 輸入

牛肉輸入再開についての意見募集を記載（「答申案に対し、一般からの意見は過去最高の八千八百四十六通に達し、賛成が四割強、反対が五割強だった。」等）した記事が多く見られるが、意見募集結果について食品安全委員会からどのような情報発信がなされたのかを確認することができず、記載内容について事実との整合性を分析することはできなかった。

また、答申の中の「結論への付帯事項」の内容について、「①継続的なサーベイランス、②SRMの飼料としての使用禁止、を指摘」と記載している記事があったが、実際には3項目を並列に紹介しており、最も始めに掲げられている「監視体制の強化」についての記載がない。記載項目が答申の全てでないことを示す記述も見られず、項目が不足した状態で記載されてしまっている。

(3) 露出内容評価（事実との整合性）まとめ

事実との整合性の分析から、いくつかの誤報が確認された。これらの誤報を減らすためには誤報の原因をみつけだし、必要があれば情報発信方法を見直すことが必要である。しかし、現在は原因を見つけ出す上で重要な記事の情報源をトレースすることが困難である。食品安全委員会から、どのような情報発信がいつ、どこで、誰によってなされたのかを把握でき、後にトレースできる仕組みを持つ必要がある。

また、リスクメッセージとの整合性でも記載したように、1回のプレスリリースで発信される情報の量が多いことにより、記者にポイントが伝わらず、誤報につながっていることも推測される。誤報を減らすという観点からもプレスリリースで強調するポイントを検討する必要がある。

3. 平成 18 年度上半期掲載記事の調査

3.1 調査の概要

3.1.1 調査の方針

調査は、過去事例と同様に対象となる記事について、露出量評価（定量評価）、及び露出内容評価（定性評価）の 2 つの評価を行うことにより実施した。

露出量評価は過去事例と同様の手法を用いて、露出量ポイントにより評価を実施した。

露出内容評価では、記事の論調が、食品安全委員会に対して「批判的⇔好意的」、どのように推移しているかを分析する。

3.1.2 調査の対象とする媒体と期間

(1) 調査の対象媒体

調査対象は過去事例の分析と同様に、以下の媒体とした。

①新聞

- 全国紙（朝日、毎日、読売、産経、日経）
- ブロック紙（北海道、河北、中日、中国、西日本）
- 共同通信配信記事

②雑誌

- 週刊朝日、AERA、サンデー毎日、週刊ダイヤモンド、ヨミウリ ウィークリー、週刊東洋経済

他のメディア（インターネット、テレビ、ラジオ）については、露出内容を入手することが困難であるため、過去事例と同様に調査対象外とした。

(2) 対象期間

調査対象期間は、平成 18 年度上半期（2006 年 4 月 1 日～2006 年 9 月 31 日）とし、当該期間に掲載された記事とした。

(3) 記事の抽出

記事の抽出には記事検索データベースの 1 つである日経テレコン 21、および共同通信配信記事のデータベースを用いた。これらのデータベースからキーワード検索によって記事を抽出した。食品安全委員会に関係する記事を網羅的に抽出するために、「食品安全委員会」をキーワードとした。

ただし、抽出された記事のうち以下については評価対象から除外した。

- ・ 抄録記事
- ・ 読者投稿記事
- ・ イベント開催情報、お知らせ
- ・ 人事情報

3.2 調査結果

3.2.1 露出量評価

(1) 調査対象記事件数

3.1.2 で述べた方法により抽出された全国紙掲載記事件数を、記事の内容、新聞社名ごとにまとめたものを表 3-1 に示す。記事内容は以下の基準により分類している。

- ・ BSE：BSE 感染牛に関する記事、米国産牛肉輸入問題等を含む
- ・ イソフラボン：大豆イソフラボンの特定保健用食品による摂取量に関する記事
- ・ コエンザイム Q10：コエンザイム Q10 の摂取量に関する記事
- ・ 委員交代：プリオン専門調査会専門委員の半数が交代したことに関する記事
- ・ 遺伝子組換え：遺伝子組換え作物に関する記事
- ・ 緊急時訓練：緊急時対応訓練実施に関する記事
- ・ 食品安全委員会：組織自体に関する記事、特集記事等
- ・ 香辛料放射線照射：香辛料への放射線照射導入検討に関する記事
- ・ 残留農薬：残留農薬ポジティブリスト制度に関する記事
- ・ その他：件数が 1 件のみ記事、トクホ、鳥インフルエンザ、トランス脂肪酸関連記事等

表 3-1 より、最も掲載記事の多かったテーマは BSE 関連で 44 件、次いでイソフラボン 18 件、プリオン調査委員会委員交代が 12 件となっている。また、全国紙に掲載された抽出記事総数は 116 件であった。

表 3-1 平成 18 年度上半期露出量評価対象記事件数一覧

記事の内容	朝日	毎日	読売	産経	日経	合計
BSE	11	17	6	3	7	44
イソフラボン	2	5	3	4	4	18
コエンザイム Q10	2	6	3	0	0	11
委員交代	3	3	1	3	2	12
遺伝子組換え	0	3	0	0	0	3
緊急時訓練	0	0	0	2	0	2
食品安全委員会	7	0	1	1	0	9
香辛料放射線照射	2	0	1	0	1	4
残留農薬	0	1	2	0	1	4
その他	2	0	3	0	4	9
合計	29	35	20	13	19	116

(2) 評価手法

露出量評価については、記事 1 件ごとの評価ポイントを媒体ごとにまとめ、その総和を最終的に総合評価ポイントとした。具体的な記事ごとの評価については、資料編に示す。

(3) 評価結果

過去事例の評価に用いた露出量ポイントを用いて、平成 18 年度上半期に掲載された食品安全委員会の記事を分析した。記事の内容および新聞社ごとの露出量ポイントを表 3-2 に示す。また、記事件数である表 3-1、および露出量ポイント表 3-2 のデータから図 3-1、図 3-3、および図 3-2、図 3-4 に比較グラフを示す。最も露出量ポイントの高かった内容は BSE 関連であり、次いで食品安全委員会、残留農薬ポジティブリストと続いている。

これらの結果から、記事件数と露出量ポイントでは BSE が最もポイントが高いことは共通しているが、他の記事内容の順位は大きく異なっている。特に食品安全委員会に関する記事は件数に比べて露出量ポイントが高くなっている。食品安全委員会に関する記事を確認したところ、特集記事として採り上げているものが多かった。また、露出量ポイントの方が記事内容によるポイントの差が顕著に表れている。

表 3-2 平成 18 年度上半期掲載記事露出量ポイント一覧

×10 ⁶						
記事の内容	朝日	毎日	読売	産経	日経	合計
BSE	163780	22360	44469	698	15791	247098
イソフラボン	2547	10816	28851	6675	4822	53711
コエンザイム Q10	1912	5456	22272	0	0	29640
委員交代	3279	2972	1181	4024	625	12081
遺伝子組換え	0	4941	0	0	0	4941
緊急時訓練	0	0	0	1440	0	1440
食品安全委員会	102156	0	11212	143	0	113510
香辛料放射線照射	36871	0	5073	0	679	42624
残留農薬	0	3483	63928	0	6279	73690
その他	23352	0	42757	0	7753	73862
合計	333897	50028	219743	12980	35948	652597

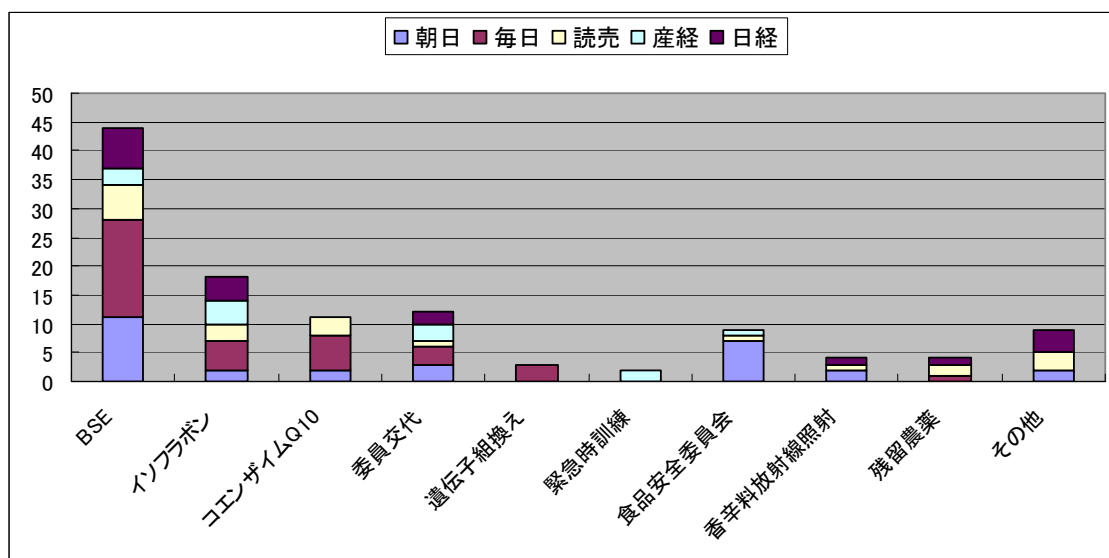


図 3-1 記事内容ごとの掲載件数の比較

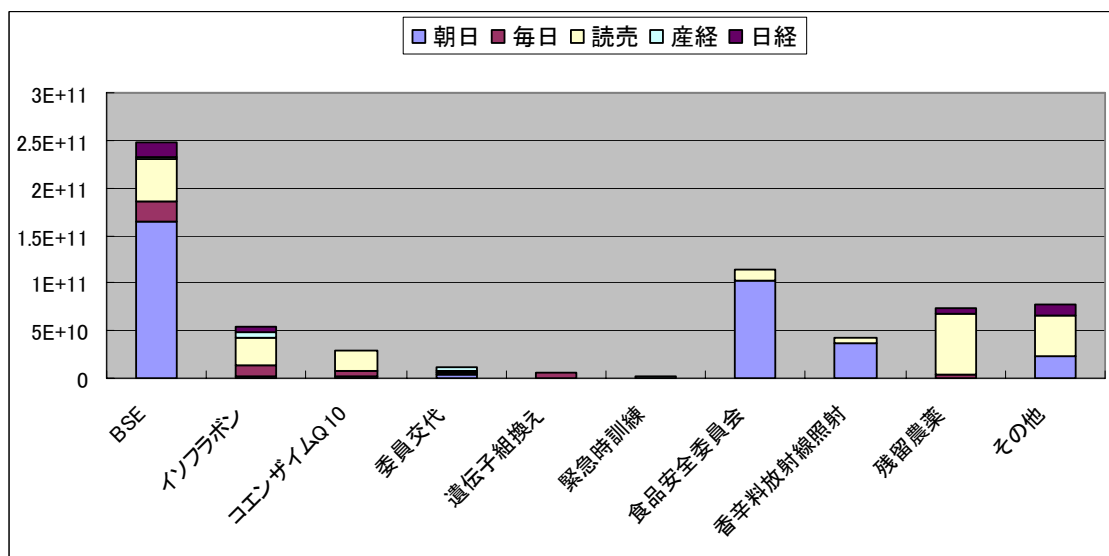


図 3-2 記事内容ごとの露出量ポイントの比較

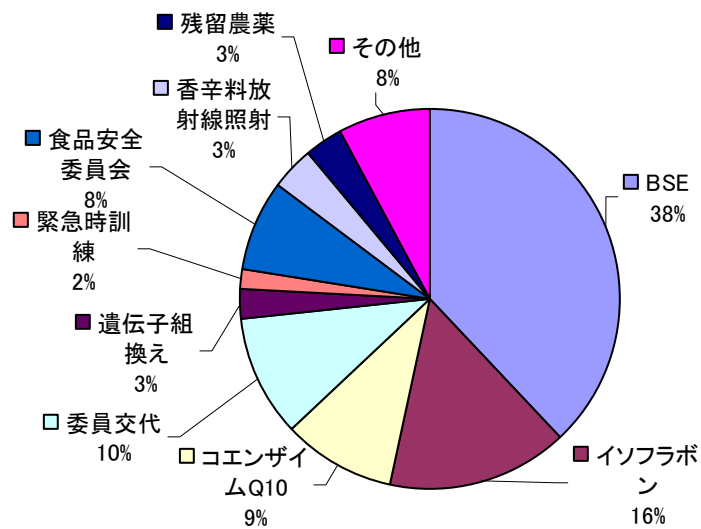


図 3-3 記事件数の内容ごとの割合

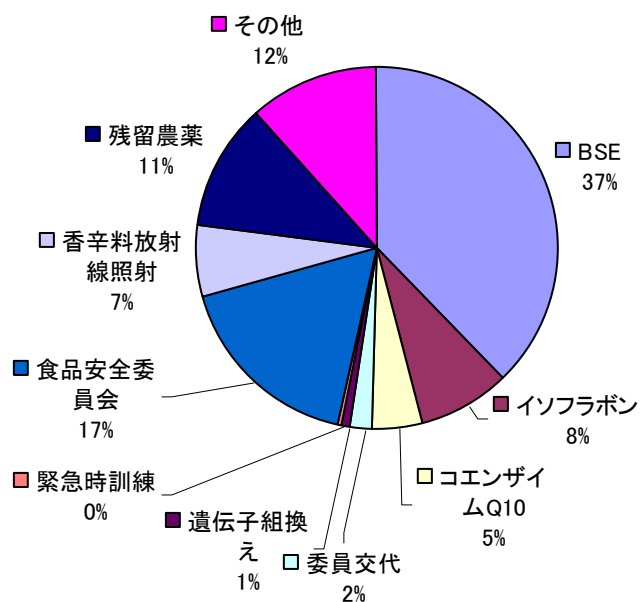


図 3-4 露出量ポイントの内容ごとの割合

(4) 露出量評価のまとめ

平成 18 年度上半期に食品安全委員会に関する記事は、記事掲載件数の多いものから順に、①BSE、②イソフラボン、③委員交代、④コエンザイム Q10、⑤食品安全委員会、⑥香辛料放射線照射、⑦残留農薬、⑧遺伝子組換え、⑨緊急時訓練に関するものであった。最も掲載件数の多かった「BSE」については、ある一定期間のみ掲載されているのではなく、半年間コンスタントに記事が掲載されていた。また、BSE 輸入問題は経済と関連が深いため、「BSE」は唯一経済面にも記事が掲載されていた。

露出量ポイントの評価では、ポイントの高いものから順に、①BSE、②食品安全委員会、③残留農薬となり、記事件数でのランキングとは異なる結果となった。食品安全委員会に関する記事は特集記事であることが多い。特集記事は面積が大きく、写真や図が掲載されている場合も多いため、ポイントが高くなっている。露出量ポイントが高いということは、それだけ新聞購読者に購読される率が高いということであり、記事が読者へ与える影響も大きくなると考えられる。

3.2.2 露出内容評価

(1) 調査対象記事件数

3.1.2 で述べた方法により抽出された新聞（全国紙、ブロック紙、共同通信配信記事）および雑誌掲載記事を対象として評価を行った。抽出された記事件数を表 3-3 に示す。表中の件数は、共同通信配信記事とブロック紙掲載記事の重複も含んでいるが、内容評価は重複を除外した上で実施している。記事内容の分類は 3.2.1 と同様、以下の 9 項目とした。

- ・ BSE：BSE 感染牛に関する記事、米国産牛肉輸入問題等を含む
- ・ イソフラボン：大豆イソフラボンの特定保健用食品による摂取量に関する記事
- ・ コエンザイム Q10：コエンザイム Q10 の摂取量に関する記事
- ・ 委員交代：プリオン専門調査会専門委員の半数が交代したことにに関する記事
- ・ 遺伝子組換え：遺伝子組換え作物に関する記事
- ・ 緊急時訓練：緊急時対応訓練実施に関する記事
- ・ 食品安全委員会：組織自体に関する記事、特集記事等
- ・ 香辛料放射線照射：香辛料への放射線照射導入検討に関する記事
- ・ 残留農薬：残留農薬ポジティブリスト制度に関する記事
- ・ その他：件数が 1 件のみ記事、トクホ、鳥インフルエンザ、トランス脂肪酸関連記事等

表 3-3 平成 18 年度上半期露出内容評価対象記事件数一覧

記事の内容	全国紙	共同通信	ブロック紙※	合計
BSE	44	30	46	120
イソフラボン	18	4	4	26
コエンザイム Q10	11	2	0	13
委員交代	12	7	8	27
遺伝子組換え	4	0	0	4
緊急時訓練	2	0	0	2
食品安全委員会	9	1	1	9
香辛料放射線照射	4	2	1	7
残留農薬	4	1	4	9
その他	9	0	4	13
合計	117	47	68	230

※ブロック紙の件数には共同通信配信記事との重複も含む。

また、雑誌については次の 3 件が抽出された。

- ・ AERA、2006 年 4 月 17 日、「(FEEL FOR) やってられん！ 専門家が見限った食品安全委員会」、【記事の内容：委員交代】
- ・ 週刊朝日、2006 年 4 月 21 日、「BSE 調査会、集団辞任の内幕 国民の安全よりブッシュのご機嫌とり選んだ政府の傲慢」、【記事の内容：委員交代】
- ・ 週刊ダイヤモンド、2006 年 8 月 5 日、「特集 危険な食卓」
【記事の内容：食品リスク】

(2) 評価手法

露出内容の評価では論調分析、および大豆イソフラボンのリスクメッセージとの整合性分析を実施した。

論調分析では当該記事が食品安全委員会に対して何らかの見解を示しているものについて、その見解が「批判的⇔好意的」であるかを分析した。

大豆イソフラボンのリスクメッセージとの整合性については、大豆イソフラボンの評価内容である次の 5 点について、その記載の有無、内容をチェックし、評点付けにより評価する。評点付けの方法は過去事例分析と同様の方法を用いた。記載の有無については、下記項目の下線部分が記載されているかによって判断した。

<大豆イソフラボン評価結果>

① 上乗せ摂取量上限値

特定保健用食品としての大豆イソフラボンの安全な一日上乗せ摂取量の上限値を 30mg/日（大豆イソフラボンアグリコン換算）と設定した。

② 妊婦、胎児、乳幼児、小児について

妊婦、胎児については、動物実験における有害作用の報告書等を鑑み、また、乳幼児、小児については生殖機能が未発達であることを考慮し、特定保健用食品として大豆イソフラボンを日常的な食生活に上乗せして摂取することは推奨できない。

③ 大豆、大豆食品との切り分け

今回の大豆イソフラボンを含む特定保健用食品の安全性評価は、大豆イソフラボンを通常の食生活に上乗せして摂取する場合の安定性を検討したものであり、長い食経験を有する大豆、大豆食品そのものの安全性を問題としているものではない。

④ 安全な一日摂取目安量

大豆イソフラボンの安全な一日摂取目安量の上限値、70～75mg／日（大豆イソフラボンアグリコン換算）を越えることにより、直ちに、健康被害に結びつくというものではない。

⑤ 上限値の捉え方

設定された一日摂取目安量の上限値、70～75mg／日（大豆イソフラボンアグリコン換算）や特定保健用食品としての一日摂取量の上限値 30mg／日（大豆イソフラボンアグリコン換算）は、この量を毎日欠かさず長期間摂取する場合の平均値としての上限値であり、より安全性を見込んだ慎重な値となっている。

(3) 論調分析評価結果

(a) 論調分析対象記事

評価対象期間に掲載された雑誌も含む記事全 216 件のうち（重複記事は除く）、何らかの見解を掲載している記事は 45 件（全体の 21%弱）であった。該当する 45 件の内訳を表 3-4 に示す。「BSE」と「プリオン専門調査会委員交代」に関する記事が多いことがわかる。BSE に分類されている記事であっても、論調を判断する文章は委員交代に関して言及したものも含まれており、このような記事を含めると、委員交代に関する見解を述べた記事は 19 件と最も多くなる。また、論調を決めるような見解を含んだ記事は有識者の発言であることが多いことも確認された。

表 3-4 論調評価対象記事件数

順位	記事内容	件数
1.	BSE	14
2.	プリオン専門調査会委員交代	13
3.	食品安全委員会	6
4.	残留農薬ポジティブリスト	4
5.	イソフラボン	3
その他	コエンザイム Q10	1
	食品リスク	1
	緊急時対応訓練	1
	農林水産省	1
	遺伝子組み換え作物	1

(b) 論調分析

平成 18 年度上半期に掲載された食品安全委員会に対しての論調を整理した。なお、論調分析の根拠となる部分の抜粋については参考資料を参照のこと。

1) 委員交代

委員交代は以下の事柄に対して報道された記事に関連するものである。

4 月 3 日に食品安全委員会は、プリオン専門調査会の専門委員 12 人のうち 6 人を 1 日付けで入れ替えたことを発表した。退任したのは調査会座長代理の金子氏、山内氏、品川氏らで、座長の吉川氏は再任された。

本テーマに関連する記事の論調は食品安全委員会に対して批判的なものが多い。辞任した委員の多くは BSE 輸入再開に慎重な委員であったとし（表 3-5「辞任した委員の総称」参照）、辞任した委員からの食品安全委員会への批判意見も掲載されている（表 3-5「辞任委員の食品安全委員会への批判コメント」参照）。さらに、調査会の座長からも BSE 輸入再開へ異議を唱える委員が排除されたことを認めた発言がされており（表 3-5「座長のコメント」参照）、食品安全委員会の中立性が疑われる、信頼が揺らいでいる等との指摘がなされている（表 3-5「第三者意見・コメント」参照）。

表 3-5 委員交代に関する記事内容

内容分類	記事中の該当箇所抜粋		発言者
辞任した委員の総称	・ 慎重派委員	産経新聞 4 月 5 日 朝日新聞 4 月 16 日	—
	・ 政府方針に疑問を持つとみられる委員	日本経済新聞 4 月 4 日	
	・ 消費者側に立って発言を続けた六人	中国新聞 5 月 21 日	
辞任委員の食品安全委員会への批判コメント	・ 審議が都合よく利用された	共同通信 6 月 21 日	金子清俊 (東京医大教授)
	・ 政府の方針にお墨付きを与えるため利用された	朝日新聞 4 月 8 日	
	・ 諮問の仕方によっては、答申も誘導できる現在の枠組みは是正すべき	朝日新聞 4 月 13 日	
	・ 省庁が望む（／行政に都合のいい）結論ありきの委員会	共同通信 4 月 3 日 産経新聞 4 月 4 日 中国新聞 4 月 21 日	品川森一 (前プリオン病研究センター長)
	・ 改選で議論に異議を唱える人がいなくなった	共同通信 4 月 3 日	

内容分類	記事中の該当箇所抜粋		発言者
	・ 調査会の諮問がおかしいということは多くの人が当初から気付いていたはずだ	毎日新聞 4月8日	
	・ 自発的に辞めたわけではない	産経新聞 4月4日	山内一也 (東大名誉教授)
	・ (調査会の諮問は) 事実を基に論を進める科学的思考とは違う	毎日新聞 4月4日	
	・ 政府は輸入にストップがかかると『先生方が安全と言った』と責任をなすりつけた	毎日新聞 4月4日	
	・ 今後、慎重派の声が小さくなるのでは	毎日新聞 4月8日	甲斐知恵子委員 (東京大医科学研教授)
座長のコメント	・ 消費者寄りの意見を持った人がそろって辞めたことで、できる限り科学的にやろうと努力した評価までもが(政治的だと)否定されたようでショック。私も辞められるなら辞めたい	共同通信 4月12日	吉川泰弘(東大教授・プリオン専門調査会座長)
第三者意見・コメント	・ 行政と専門家が責任を転嫁しあう構造になっており、責任が不在になっている。	共同通信 7月20日	福岡伸一(青山学院大学教授)
	・ 「食の番人」である食品安全委員会の信頼が大きく揺らいでいる。 ・ 今のままでは、どのような評価を下しても「中立性」を疑われる ・ 場合によっては専門調査会の運営を見直すくらいの決意がなければ、信頼は回復できない。	共同通信 4月17日	石井勇人(共同通信編集委員)
	・ 辞めなかった委員の中には・・・「政府寄り」の人たちが多く。金子教授のような「慎重派」も取り込んで、批判的な方の御意見も聞いた、という装いを凝らすのが審議会の常套手段である。	AERA 4月17日	山田厚史 (AERA編集委員)

内容分類	記事中の該当箇所抜粋		発言者
	・ 消費者が食品安全委員会に抱く信頼が薄まったことだろう。	朝日新聞 4月14日	日和佐信子氏 (元全国消費者団体連絡会事務局長)
	・ 6人の辞任は非常に残念だ。	朝日新聞 4月25日	本多昭彦(大阪科学医療部次長)
	・ お役所の“御用学者の集まり”ともやゆされる	中日新聞 4月6日	中日新聞記事

2) BSE 問題

平成 18 年度上半期も BSE 問題への関心は高く、多くの記事が定常的に掲載されている上に、何かしらの見解を掲載している記事も多い。

BSE 輸入再開に関しては批判的な記事が多く、これに先に述べたプリオン専門調査会委員交代が起きたことで、これに絡める形で食品安全委員会の公平性を疑うという論が展開されている。さらに、これを改善するために、消費者や生産者等を食品安全委員会のメンバーにするべきである主張も複数見受けられる。

・ (中立なはずの) 食品安全委員会も農水・厚労両省の意向が強く働き、公平性が担保されていない。食安委に消費者や生産者をメンバーに入れるべきだ。	共同通信 6月21日 中国新聞 6月22日
・ 食の安全を科学的に評価する食品安全員委は、政治に惑わされずに日米政府のリスク管理が適正なのかを常に監視し、不備の指摘を怠ってはならない。	日本経済新聞 6月22日
・ (食品安全委員会の) 最大の仕事になった米国産牛肉問題では、「米側に配慮して輸入再開を急いだ」との批判も根強い。	毎日新聞 9月10日

一方で、食品安全委員会を信頼できる機関として記述した記事も掲載されている。

・ 安心して牛肉を食べるためには、消費者にとって負担かもしれないが、食品安全委員会など信頼できる機関が提供する情報を学習して自分で納得する必要がある。	共同通信 7月27日
---	------------

3) 食品安全委員会への課題（要望）

評価対象期間に食品安全委員会設置 3 年という区切りもあり、食品安全委員会という組織についての特集記事が生まれ、食品安全委員会の課題や要望についての言及する記事が多く見られた。大きく分けて、権限や機能、人材等の体制の充実を求めるものと、リスク評価の説明方法を改善し、よりわかりやすい説明を求めるもの、である。

表 3-6 食品安全委員会の課題

指摘事項	記事中の該当箇所抜粋	発言者
体制の充実	・ 食品安全委は諮問に疑義があれば、政府側に出しなおさせる権限が必要 ・ リスク分析の専門家も参加すべき	朝日新聞 4 月 14 日 金子清俊氏（東京医科大教授）
	・ 国内に食品の安全性の基準を作る『規制科学』の専門家が足りない	東京読売新聞 6 月 19 日 寺田氏（食品安全委員会委員）
	・ 委員会の議論に、国民が参加しやすいシステムも整備する必要がある。	東京読売新聞 6 月 19 日 宮崎敦（読売新聞記者）
	・ （農薬等の健康影響評価について）膨大な評価作業となることは承知しているが、迅速に評価が進むことを強く期待したい。	東京読売新聞 7 月 12 日 鬼武一夫（日本生活協同組合連合会安全政策推進室長）
	・ 機能の強化を検討すべき ・ 安全委は行政側からの諮問を待つだけでなく、自らテーマを決めてリスク評価を行うことができる。・・・今の貧弱な体制では思い通りに力を振るえないのが実情だ。「番人」の機能を高める上でも、体制の充実は欠かせない。	北海道新聞 8 月 21 日 －
説明方法の改善	・ 国民の信頼を得るには、食品安全委・・・のリスクコミュニケーション体制を強化すべき	朝日新聞 4 月 14 日 金子清俊氏（東京医科大教授）
	・ 食品の危険性を科学的に評価する食品安全委と、その評価を参考にしながら政策判断する役所の役割分担が一般に十分理解されていない	朝日新聞 4 月 14 日 日和佐信子氏（元全国消費者団体連絡会事務局長）

指摘事項	記事中の該当箇所抜粋	発言者
	・ 専門家と消費者の間に入って、内容をやさしくかみくだいて理解を助ける人がもっと必要	朝日新聞 4月14日 日和佐信子氏 (元全国消費者団体連絡会事務局長)
	・ 人の健康への影響度をリスクの強い順にA、B、Cのようにレベルで示し・・・食品安全委員会がそうしたリスクの目安を作ってみてはどうか。	朝日新聞 5月30日 —
	・ 食品安全委員会を取材していて時々気になるのは、国民への説明不足だ。 ・ 事務局と委員は、メディアに説明する労と時間を惜しむべきではない。「評価書を読めばよい」という姿勢だけは改めてほしい。	東京読売新聞 6月19日 宮崎敦 (読売新聞記者)
	・ 科学的な議論を外部にわかりやすく伝えることが十分でなかった。	朝日新聞 7月5日 中村靖彦委員 (元NHK解説委員)
	・ (意見交換会について) わからない専門用語ばかりで、意見も言えなかった	朝日新聞 7月8日 石崎美英 (公募委員を2年務めた主婦)
	・ 安全委はまず、リスク評価を正確に理解してもらう作業をすることが大事	朝日新聞 7月8日 堀口逸子 (公衆衛生学)
	・ (公開される会議の情報について) 専門知識がなければ理解することが難しい ・ 意見交換会について、消費者と食品事業者が主張をぶつけ合う場でしかない	北海道新聞 8月21日
	・ 食の安全に対する国民の理解を深めるために、安全委の考え方を分かりやすく伝える努力が一層求められる。	北海道新聞 8月21日

4) 評価結果への意見

食品安全委員会という組織に対する意見以外にも、食品安全委員会が出した評価結果への意見も掲載されている。平成 18 年度上半期には、表 3-7 に示すような意見があった。

表 3-7 評価結果に関する記事内容

評価内容	記事中の該当箇所抜粋		発言者
BSE 輸入 (米国産牛肉輸入再開について)	(「人へのリスクを否定することができない重大な事態となれば、いったん輸入を停止することも必要」という項目について)基準があいまいとの批判もあった。	東京読売新聞 6 月 15 日	—
	国の食品安全委員会は危険性を低く評価している	北海道新聞 9 月 14 日	帯広協会
イソフラボン (大豆イソフラボン摂取目安量について)	・ 困ったことになっている。 ・ 日本人の十人に一人が、大豆や納豆を食べて健康を害するかもしれないというのは何かおかしいのではないか。	日本経済新聞 4 月 2 日	家森幸男 (武庫川女子国際健康開発 研究所長)
コエンザイム Q10	・ 「安全な摂取上限量を決めるのは困難」というあいまいなものだった	東京読売新聞 8 月 20 日	—
トクホの審議について	・ (安全委が安全性だけを審議することについて) 有効性を考慮せず、真に安全性を評価できるのか	朝日新聞 7 月 6 日	業界側見解
残留農薬ポジティブリスト (残留農薬の暫定基準について)	・ 暫定基準は、国際機関のコーデックス委員会 (食品規格委員会) や他国・地域などで定めている数値を基に決めたのですが、疑問を感じるものもあります ・ とともに日本人がよく食べるものです。こんなに違うのはおかしいのではないのでしょうか ・ より厳しい基準にしてほしかったと思います。基準を定める際には、食の安全がお題目にならないようきめ細かい対応を求めたいですね	北海道新聞 4 月 9 日	河道前 (北海道消費者協会部長)

(4) 大豆イソフラボンのリスクメッセージとの整合性評価結果

大豆イソフラボンに関する記事は、評価対象期間において全国紙で 19 件、共同通信配信記事で 4 件掲載されていた（ブロック紙掲載記事は全て共同通信配信記事の引用である）。これらの記事について評価した結果を表 3-8 に示す。今回の評価のメインの内容である「①上乗せ摂取上限値」については、どの記事も掲載しており、その内容も誤ってはいない。ポイントも 5 項目中で最も高い数値となっている。1 記事のみ記載ないものがあったが、これは数値を出さずに論を展開しているものである。次にポイントが高いのは「③大豆、大豆食品との切り分け」であり、全ての記事で何らかの記載はあった。点数が①より低くなっているのは、「食事以外で」「トクホで」等の記載のみで、その部分を強調はしていない場合には評価を 1 つ下げて△としているためである。次いで「②妊婦・胎児・乳幼児・小児について」、「④安全な一日摂取目安量」、「⑤上限値の捉え方」と続く。

各記事の評価については参考資料を参照のこと。

表 3-8 大豆イソフラボンリスクメッセージとの整合性評価結果

	① 上 乗 せ 摂 取量上限値	②妊婦・胎児・ 乳幼児・小児 について	③大豆、大豆 食品との切 り分け	④ 安全 な 一 日 摂 取 目 安 量	⑤ 上 限 値 の 捉 え 方
総合 ポイント	95	60	80	21	13

当該記事の傾向は次の通りであった。

1) 批判的な記事は少ない

大豆イソフラボンの評価を批判する記事は少なく、1 件のみであった。批判的な記事は食品安全委員会の答申が出される前に掲載されており、大豆イソフラボンの摂取量に上限を設けることへの懸念を示している。その他の記事では大豆イソフラボンの偏った摂取を抑制することには肯定的である。

2) 負の側面を記述しているものが多く見られる

該当記事では大豆イソフラボン過剰摂取時の負の影響が記載されている場合が多く、発がんの危険性を高める可能性がある、ホルモンバランスを崩す、等が紹介されている。このような記載は読者の不安を煽る可能性があるが、不安を煽らないためには過剰摂取によりすぐに健康に影響が出るものではない、という基準値の捉え方についても併せて記載してもらえような情報の発信の仕方を工夫する必要がある。

3) 誤解を招かないように配慮されている

摂取量上限値の数値が何に対する値であるか、誤解を招かないように配慮した記事が多い。値を記載した後、但し書きとして食事は除くことを明記している。

4) 上限値の捉え方まで記載したものは少ない

3) の傾向と反するが、上限値を超えて摂取した場合、すぐに健康に影響が出るわけではないことを記載した記事はあまり見られない。2) で述べたような負の側面の記述により読者に不要な不安感を与えないためには、上限の捉え方についても伝えることが必要である。

(5) まとめ

露出内容の評価では平成 18 年度上半期に掲載された食品安全委員会に関する記事に対して、論調分析と大豆イソフラボンのリスクメッセージとの整合性の分析を実施した。

分析対象期間において何らかの見解を示していた記事は全体の 20% 程度であった。また、論調を決めるような見解を示すものは有識者の発言である場合が多いことが確認された。これらの記事の中で、最も多いテーマはプリオン専門調査会委員交代についてであり、食品安全委員会のあり方に批判的な論調が強いという傾向が見られた。辞任した委員を始め、現職の委員、有識者の意見も多く取り上げられており、「(食品安全委員会の) 中立性が疑われる」「信頼が揺らいでいる」等の食品安全委員会を強く批判する報道がなされている。次に目立ったのは、食品安全委員会の課題や要望に関して言及したものであり、大きく分けて、体制の充実と説明方法の改善が求められていることがわかった。また、リスク評価結果に対しても批判的な記事が掲載されていた。今後は、マスメディアへの露出が多い有識者については、その発言内容を把握しておく一方で、批判傾向の論調を変えるためのプレスリリースのあり方を検討する必要がある。さらに、これらの対応は即時に行わなければ効果がなく、定常的に論調分析を実施することが重要である。さらに、論調分析を実施する中で、論調を判断しづらい表現がいくつかあった。今後は、これらの表現を含め、実際には一般的な読者が記載文言にどのような印象を受けているのかについても調査を進めていく必要がある。

大豆イソフラボンのリスクメッセージとの整合性については、評価結果の 5 項目全てを網羅的に記載している記事はほとんどないものの、内容を誤って伝えている記事はなく、読者の誤解を招かないように（発表された基準値は食事以外での摂取量であり、通常の食事での摂取は別であること）配慮された記事が目立っていた。その一方で、大豆イソフラボンの過剰摂取による身体への負の影響を記載する記事が多く、読者の不安を煽らないような情報発信の仕方を工夫する余地があることがわかった。合わせて、風評につながるような事態が生じた際には、不安を抑制するために、記者発表やプレスリリース、HP への情報掲載等による情報発信を検討することも必要である。

4. 調査結果のまとめ

本調査では、過去事例および平成 18 年度上半期の食品安全委員会に関連する記事に対して、メディアカバー分析として露出量評価、および露出内容評価を実施した。

分析対象の媒体は新聞および雑誌掲載記事とし、記事検索データベースを用いて記事抽出を行った。代表的な新聞記事検索データベースとしては日経テレコン、ELNET があるが、収載記事の網羅性を調査した結果、日経テレコンを用いることが適当であると判断し、これを用いることとした。

過去事例としては、これまでのリスク評価事例である「魚介類等に含まれるメチル水銀に関するリスク評価（平成 17 年 6 月 8 日）」、「我が国における牛海綿状脳症（BSE）対策に係る食品健康影響評価の結果の通知について（平成 17 年 5 月 6 日）」、「米国及びカナダ産牛肉等に係る食品健康影響評価の結果の通知について（平成 17 年 12 月 8 日）」の 3 件を採り上げた。

露出量評価では、記事のレイアウト情報（記事掲載面、記事文字数、図表の有無）も考慮した計算式から定義される露出量ポイントを提案し、新聞発行部数で与えられる単純到達読者数での評価結果と比較した。その結果、露出量ポイントと単純到達読者数では露出量の傾向が異なる場合があることが確認された。

露出内容評価では、評価対象の 3 件の事例それぞれについて、リスクメッセージとの整合性および事実との整合性をチェックした。リスクメッセージとの整合性については、ポイント付けによって評価を実施し、リスクメッセージを網羅的に記載した記事は少ないことが確認され、重要なリスクメッセージが漏れないようにプレスリリースを改善する余地があることがわかった。事実との整合性については、誤報の可能性のある記事が数件抽出された。このような記事については、誤報が発生した理由（情報源等）を明確にし、フィードバックすることで、適切な情報発信が実現されることが期待される。

平成 18 年度上半期の食品安全委員会関連記事については、過去事例の分析と同様に露出量ポイントによる露出量評価と、論調分析および大豆イソフラボンのリスクメッセージとの整合性をチェックする露出内容評価を実施した。

平成 18 年度上半期は露出量ポイントの高いものから順に、①BSE、②食品安全委員会、③残留農薬、関連の記事が掲載されたことがわかった。また、論調分析の対象となる何かしらの見解を述べた記事については、プリオン専門調査会委員交代に関するものが最も多く、全体として食品安全委員会へ批判的な記事が多い傾向が見られた。大豆イソフラボンのリスクメッセージとの整合性では、過去事例と同様に評価結果を網羅的に掲載した記事は少なかった。さらに、評価結果にはない過剰摂取による負の影響を記載した記事が多く、必要以上に読者に不安感を与えることが懸念されることから、プレスリリースを改善する余地があり、万が一不安感が醸成されてしまった場合には、それを払拭するための新たな情報発信を検討する必要があることがわかった。

5. 今後の課題

本調査から、メディアカバー分析、およびメディア対応について次のような課題が抽出された。

1) 能動的な情報発信の強化

現状では、例えばリスク評価結果であってもプレスリリースが無いものがあったり、記者発表やブリーフィングをせずに、委員会の傍聴とぶら下がり取材だけで対応している場合がある。このような情報については、食品安全委員会からのメッセージやポイントが適切に報道されるとは限らない。今後は、プレスリリースや記者発表を活用した能動的な情報発信をしていく必要がある。

2) プレスリリースの見直しと強化

露出内容評価からリスクメッセージが網羅的に報道されていないことが確認されている。ただし、必ずしも全てのリスクメッセージが網羅的に報道される必要はない場合もある。現在の食品安全委員会のプレスリリースは、リスクメッセージが長く、専門用語が多いために記者にはポイントが伝わりづらいと推測される。このような状況を改善するためには、何のために、誰に、何を伝えるのかという情報提供戦略を明確にした上で、ポイントを絞ったメッセージで構成されるプレスリリースによるメディアへの情報発信をより積極的に行う必要がある。

3) メディアカバー分析手法の継続的な検討

本調査で露出量、および露出内容の評価手法を提案しているが、本調査は基礎調査段階であり、以下のような問題点や課題がある。したがって、引き続き手法のブラッシュアップをはかる必要がある。

- ① 露出量ポイント：レイアウト情報を考慮する際に読者が記事レイアウトによって受ける印象を定量化しているが、読者の評価は変化する可能性があるため、継続的に Web アンケート等によって評価に用いる変数の見直しが求められる。
- ② リスクメッセージとの整合性：分析対象とする記事の内容（継続的なテーマか、単発的なテーマか）や記事抽出対象期間によって、本調査の手法では評価値が大きく変動してしまうため、より適切な方法を検討する必要がある。
- ③ 論調分析：新聞報道について、実際に読者がどのように受け取っているのかを調査し、この結果を分析に反映することで、より現実沿った分析手法の確立が求められる。

さらに、特定テーマについてリアルタイムに食品安全委員会からの情報発信内容とその報道のされ方について、より詳細な分析を実施することで、本手法の特徴と課題する必要がある。このような分析を複数のテーマについて継続的に実施することで、現実に沿った適切な分析手法の確立することができる。

4) メディアカバー分析の定常的な実施

本調査では既に蓄積されている報道内容について、過去を振り返る形で分析を実施した。しかし、実際にはメディアリレーションズでは即時対応が重要であり、その対応の根拠となるメディアカバー分析の定常的な実施が求められる。したがって今後は、定常的なメディアカバー分析を実施する体制を確立する必要がある。さらに、メディアカバー分析を効率的に実施するためには次の点も検討していく必要がある。

- ① 情報発信内容（プレスリリース、取材発言内容等）のデータベース化：報道された内容を確認するために、どんな情報が発信されたのかをすぐに検索できるようにする。
- ② 有識者のカバー：メディアに頻繁に露出している有識者について、いつ、どこで、誰が、何を述べたのかをカバーし、その論調などが食品安全委員会に関係するメッセージにどのような影響を及ぼすかを把握する。さらに、このような有識者とは、定期的に意見交換をするなど委員会から積極的な情報提供を行っていく必要がある。
- ③ メディアカバー分析のツール化：限られたリソースの中でメディアカバー分析を日々実施するためには、分析方法を定型化し、機械的に処理できる部分についてはツール化することが望ましい。

5) メディアカバー分析結果のフィードバックプロセスの確立

メディアカバー分析によって得られた知見を情報提供戦略にフィードバックすることで、情報発信方法を改善するフィードバックプロセスを確立する必要がある。例えば、2) で述べた情報発信内容（プレスリリース、取材発言内容等）のデータベース化もこのプロセスに含まれ、発信データを蓄積することで報道内容の情報源をスムーズにトレースできるようになる。諸外国の取り組み状況も参考にしながら、効果的なフィードバックプロセスを確立することが求められる。

6) 新聞、雑誌記事以外の媒体のカバー

本調査は過去の報道内容を対象とした評価であったために、報道内容を蓄積することのできる新聞、雑誌記事を対象とした分析のみを実施した。実際には、テレビ、ラジオ、近年ではインターネットによる情報発信も増えている。特にテレビについては食品に関係す

る番組が多くあり、これらの番組が一般大衆へ与える影響はとて大きく、今後はこれらの媒体による情報発信についてもカバーしていく必要がある。まずは、食品安全に関係する番組を抽出し、このような番組については制作側との情報交換をしていくことが求められる。

さらに、これらの媒体は情報が蓄積されず、その内容の分析はリアルタイムに行わなくてはならないという特徴があり、新聞記事の分析と同様の手法を用いることができない。したがって、今後、これらの媒体を対象とした新たなカバー方法を確立するための調査研究が必要である。

VII 消費者の意識調査

目次

1. はじめに.....	208
2. 意識調査の方法.....	208
2.1 スケジュール.....	208
2.2 質問項目.....	208
2.3 インターネットアンケート調査の実施方法.....	209
3. 調査結果.....	210
3.1 第1回調査の結果.....	210
3.2 第2回調査の結果.....	214
3.3 第3回調査の結果.....	234
3.4 第4回調査の結果.....	243
3.5 第5回調査の結果.....	253
3.6 第6回調査の結果.....	269
3.7 第7回調査の結果.....	278
4. 調査結果の総合的な分析.....	291
4.1 世論調査結果等との比較.....	291
4.2 マスメディアと消費者意識.....	291
4.3 消費者の食品選択行動やリスク認知の規定要因.....	292
4.4 フォーカス・グループ・インタビューとの関係.....	293
4.5 リスクコミュニケーションの効果・影響.....	296
5. 今後の課題.....	296

1. はじめに

食品の安全性に関する消費者意識を機動的に把握するため、国民の関心の高い対象や食品健康影響評価を行った個別テーマについてインターネットを通じた意識調査を行った。調査は合計 7 回実施した。得られた調査結果については、同分野の世論調査結果等との比較も行った¹。

2. 意識調査の方法

2.1 スケジュール

全 7 回の調査スケジュールを表 2-1 に示す。

表 2-1 web 調査の実施スケジュール

調査回数	実施時期
第 1 回調査	2006 年 7 月 6 日～10 日
第 2 回調査	2006 年 9 月 5 日～7 日
第 3 回調査	2006 年 10 月 10 日～12 日
第 4 回調査	2006 年 12 月 19 日～20 日
第 5 回調査	2006 年 12 月 26 日～28 日
第 6 回調査	2007 年 3 月 8 日～12 日
第 7 回調査	2007 年 3 月 5 日～8 日

2.2 質問項目

各回の調査テーマを表 2-2 に示す。

表 2-2 web 調査の各回別テーマ

調査項目	テーマ
第 1 回調査	BSE, 大豆イソフラボン, 危害要因, 情報入手の手段等
第 2 回調査	購買行動 (牛肉), リスクコミュニケーションの認知度等
第 3 回調査	食品の消費行動, 新聞記事の重み付け等
第 4 回調査	第 1 回フォーカス・グループ・インタビューの仮説検証等
第 5 回調査	購買行動 (アクリルアミド), 購買行動 (牛肉) 等
第 6 回調査	第 2 回フォーカス・グループ・インタビューの仮説検証等
第 7 回調査	第 1 回調査結果の時間的な変動の確認, 鳥インフルエンザ等

¹以下、インターネットアンケート調査を web 調査とも呼ぶ。また、アンケート結果に関する標記として、n は回答総数、SA は単一回答、MA は複数回答を表すものとする。

2.3 インターネットアンケート調査の実施方法

今回のインターネットアンケートでは、goo リサーチを利用した。調査は、goo リサーチに登録されている、「消費者モニター」（総数 261,001 人，2007/03/01 現在）を対象にして行われた²。各回の調査のサンプル数は 1000 を上回るようにした。また、国勢調査人口をもとに、年齢、性別、居住地でサンプリングによる割付を行った。

² モニター属性は、<http://research.goo.ne.jp/segment/consumer.html> を参照のこと。

3. 調査結果

3.1 第1回調査の結果

3.1.1 調査概要

- ①調査対象： 「goo リサーチ」登録モニター
- ②調査方法： インターネットアンケート
- ③調査期間： 2006年7月6日（木）～7月10日（火）
- ④有効回答者数： 1,092
- ⑤回答者属性： 平成17年の国勢調査結果³をもとに、性別、年齢別、地域別（合計60区分）でサンプリングを実施。
年齢（5区分）、地域（6区分、表3-1参照）

表 3-1 地域別の構成

地域	都道府県
北海道・東北	北海道、青森県、岩手県、秋田県、山形県、福島県、宮城県
関東	茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、長野県
中部	新潟県、富山県、石川県、福井県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
関西	滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
中国・四国	鳥取県、島根県、岡山県、広島県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、山口県
九州・沖縄	福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

表 3-2 年齢別の人口構成（平成17年国勢調査）

年齢	男		女		総数	
20～29歳	7,594,400	50.9%	7,314,000	49.1%	14,908,400	14.4%
30～39歳	9,017,400	50.3%	8,910,300	49.7%	17,927,700	17.3%
40～49歳	7,897,100	50.0%	7,912,600	50.0%	15,809,700	15.3%
50～59歳	9,590,100	49.4%	9,833,600	50.6%	19,423,700	18.7%
60歳～	15,638,800	43.9%	19,954,100	56.1%	35,592,900	34.3%
合計	49,737,800	48.0%	53,924,600	52.0%	103,662,400	100.0%

表 3-3 地域別の人口構成（平成17年国勢調査）

地域	男		女		総数	
北海道・東北	5,833,400	46.9%	6,606,400	53.1%	12,439,800	12.0%
関東	17,972,300	49.4%	18,433,000	50.6%	36,405,300	35.1%
中部	8,035,100	48.5%	8,542,700	51.5%	16,577,800	16.0%
関西	7,984,400	47.3%	8,890,400	52.7%	16,874,800	16.3%
四国・中国	4,482,400	46.7%	5,114,100	53.3%	9,596,500	9.3%
九州・沖縄	5,430,200	46.1%	6,338,000	53.9%	11,768,200	11.4%
合計	49,737,800	48.0%	53,924,600	52.0%	103,662,400	100.0%

³ (<http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2005/sokuhou/zuhyou/a002-1.xls> 参照)

3.1.2 調査結果

第1回調査と第7回調査において、多くの同一の質問を行った。そこで、両方の回で実施した質問については、第7回の結果と第1回の結果を比較するかたちで、第7回調査結果の部分に記載した。ここでは、主に第1回調査のみで質問した項目についてまとめる。

(1) 回答者の属性

(a) 性・年齢・地域

性・年齢・地域別の回答者属性を表3-4に示す。表より、「北海道・東北」、「九州・沖縄」の60歳以上の女性がサンプリング目標値をやや下回っていることが分かる。高齢者（特に女性）のデータ収集が難しいのがインターネットアンケートの特徴といえる。

(b) 職種

職種別の回答者属性を表3-5に示す。回答者の中では主婦（主夫）の割合が30%と最も多かった。

表 3-4 性別・年齢別・地域別の回収目標数と回収数

地域	年齢	人口構成比(H17国勢調査)				回収目標数		回収数		回収数／目標数	
		男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
北海道・東北	20～29歳	824,700	818,800	0.8%	0.8%	8	8	8	9	1.00	1.13
	30～39歳	928,600	951,500	0.9%	0.9%	9	9	10	10	1.11	1.11
	40～49歳	945,800	974,000	0.9%	0.9%	9	9	10	10	1.11	1.11
	50～59歳	1,183,200	1,245,900	1.1%	1.2%	11	12	12	13	1.09	1.08
	60歳～	1,951,100	2,616,200	1.9%	2.5%	19	25	21	23	1.11	0.92
関東	20～29歳	2,958,800	2,706,400	2.9%	2.6%	29	26	32	29	1.10	1.12
	30～39歳	3,554,800	3,389,900	3.4%	3.3%	34	33	37	37	1.09	1.12
	40～49歳	2,890,400	2,740,600	2.8%	2.6%	28	26	30	31	1.07	1.19
	50～59歳	3,321,400	3,296,400	3.2%	3.2%	32	32	35	36	1.09	1.13
	60歳～	5,246,900	6,299,700	5.1%	6.1%	51	61	55	67	1.08	1.10
中部	20～29歳	1,183,400	1,105,500	1.1%	1.1%	11	11	12	12	1.09	1.09
	30～39歳	1,460,000	1,395,800	1.4%	1.3%	14	14	16	15	1.14	1.07
	40～49歳	1,292,000	1,253,000	1.2%	1.2%	12	12	13	13	1.08	1.08
	50～59歳	1,547,200	1,574,700	1.5%	1.5%	15	15	16	16	1.07	1.07
	60歳～	2,552,500	3,213,700	2.5%	3.1%	24	31	27	34	1.13	1.10
関西	20～29歳	1,220,100	1,233,400	1.2%	1.2%	11	12	12	13	1.09	1.08
	30～39歳	1,481,500	1,536,200	1.4%	1.5%	14	15	15	16	1.07	1.07
	40～49歳	1,217,000	1,293,700	1.2%	1.2%	12	13	14	14	1.17	1.08
	50～59歳	1,515,100	1,602,500	1.5%	1.5%	15	15	15	16	1.00	1.07
	60歳～	2,550,700	3,224,600	2.5%	3.1%	25	31	27	34	1.08	1.10
四国・中国	20～29歳	597,900	600,600	0.6%	0.6%	6	6	7	6	1.17	1.00
	30～39歳	711,300	713,300	0.7%	0.7%	7	7	7	8	1.00	1.14
	40～49歳	676,100	714,900	0.7%	0.7%	7	7	8	8	1.14	1.14
	50～59歳	925,900	961,400	0.9%	0.9%	9	9	10	10	1.11	1.11
	60歳～	1,571,200	2,123,900	1.5%	2.0%	15	20	16	24	1.07	1.20
九州・沖縄	20～29歳	809,500	849,300	0.8%	0.8%	8	8	9	9	1.13	1.13
	30～39歳	881,200	923,600	0.9%	0.9%	9	9	10	10	1.11	1.11
	40～49歳	875,800	936,400	0.8%	0.9%	8	9	9	10	1.13	1.11
	50～59歳	1,097,300	1,152,700	1.1%	1.1%	11	11	12	12	1.09	1.09
	60歳～	1,766,400	2,476,000	1.7%	2.4%	17	24	20	22	1.18	0.92
性別合計		49,737,800	53,924,600	48.0%	52.0%	480	520	525	567	1.09	1.09
合計		103,662,400		100.0%		1,000		1,092		1.09	

表 3-5 回答者の職種分布

職種	回答者数	割合
1 公務員・非営利団体職員	55	5.0%
2 会社・団体の経営者・役員	17	1.6%
3 その他給与所得者(管理職)	41	3.8%
4 その他給与所得者(事務職)	87	8.0%
5 その他給与所得者(技術・専門職)	107	9.8%
6 その他給与所得者(販売・サービス)	62	5.7%
7 その他給与所得者(その他)	19	1.7%
8 教職員	12	1.1%
9 医師・医療技術士・医療関係者	11	1.0%
10 自営業	106	9.7%
11 農林漁業	8	0.7%
12 弁護士・公認会計士・税理士	0	0.0%
13 その他自由業(フリーター含む)	39	3.6%
14 専業主婦	286	26.2%
15 兼業・有職主婦	51	4.7%
16 大学・大学院生・短大・専門学校生	33	3.0%
17 高校生・予備校生	3	0.3%
18 小学生・中学生	0	0.0%
19 無職	134	12.3%
20 その他	21	1.9%
合計	1,092	100.0%

(2) BSE

米国産牛肉の国内での流通に関して、「不安を感じる」(49%)、「やや不安を感じる」(35%)を合わせた回答は、84%であった。不安理由として最も大きかったのは、「輸入が認められる米国産牛肉の安全性に疑問を感じるから」(50%)であった。

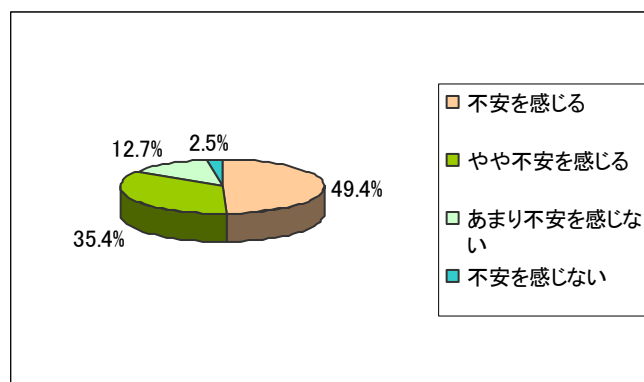


図 3-1 「米国産牛肉の輸入が再開されて国内で流通することに対し不安を感じますか。」への回答 (n=1,092, SA)

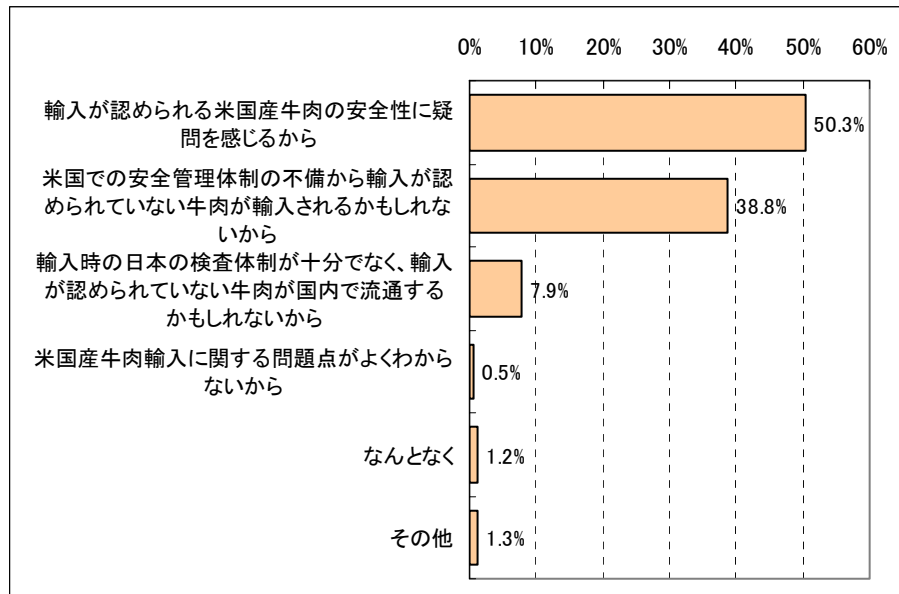


図 3-2 「不安に感じる理由は何ですか」 への回答 (n=926, MA)

3.2 第2回調査の結果

3.2.1 調査概要

- ①調査対象： 「goo リサーチ」登録モニター
- ②調査方法： インターネットアンケート
- ③調査期間： 2006年9月5日（火）～9月7日（木）
- ④有効回答者数： 1,097
- ⑤その他： 第2回調査においては第1回調査の回答者を除外するものとした。

3.2.2 調査結果

(1) 回答者の属性

(a) 性・年齢

性、年齢別の回答者属性を表 3-6 に示す。

表 3-6 回答者属性

性別	年代	回収数	参考	
			人口構成比 (H17国勢調査)	構成比
男性	20～49歳	258 (23.5%)	24,508,900	23.6%
女性	20～49歳	248 (22.6%)	24,136,900	23.3%
男性	50歳～	267 (24.3%)	25,228,900	24.3%
女性	50歳～	324 (29.5%)	29,787,700	28.7%
合計		1,097 (100.0%)	103,662,400	100.0%

(b) 職種

職種別の回答者属性を表 3-16 に示す。回答者の中では主婦（主夫）の割合が 23.2%と最も高かった。

表 3-7 回答者の職種分布

職種	回答者数	割合
1 公務員・非営利団体職員	51	4.6%
2 会社・団体の経営者・役員	19	1.7%
3 その他給与所得者(管理職)	53	4.8%
4 その他給与所得者(事務職)	109	9.9%
5 その他給与所得者(技術・専門職)	137	12.5%
6 その他給与所得者(販売・サービス)	53	4.8%
7 その他給与所得者(その他)	40	3.6%
8 教職員	14	1.3%
9 医師・医療技術士・医療関係者	14	1.3%
10 自営業	89	8.1%
11 農林漁業	8	0.7%
12 弁護士・公認会計士・税理士	2	0.2%
13 その他自由業(フリーター含む)	38	3.5%
14 専業主婦(主夫)	255	23.2%
15 兼業・有職主婦(主夫)	68	6.2%
16 大学・大学院生・短大・専門学校生	28	2.6%
17 高校生・予備校生	2	0.2%
18 小学生・中学生	0	0.0%
19 無職	95	8.7%
20 その他	22	2.0%
合計	1,097	100.0%

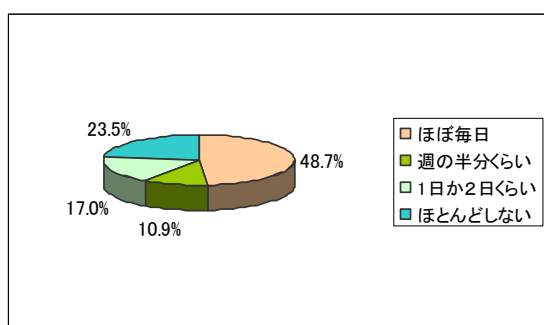
(2) 回答結果

(a) 調理・食事

1) 調理の頻度

回答者の約 75%は自分のために調理を行っており、そのうちの 7 割強がほぼ毎日調理を行っていた。また、回答者の約 60%が他人のために調理を行っており、そのうちの 5 割強がほぼ毎日調理を行っていた。

[自分のため]



[他人のため]

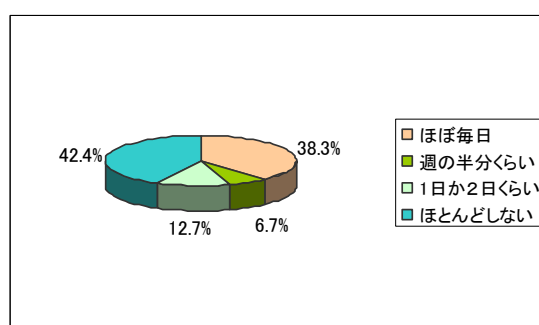


図 3-3 「週に何日ぐらい、調理することがありますか？」への回答
(n=1,097、SA)

2) 食事の取り方

回答者の約 5 人に 1 人が一人で食事を取っており、それ以外は誰かと一緒に食事を取っていた。食事をする相手としては、家族が最も多く、その内訳は配偶者が 6 割強、子供が 4 割強であった。

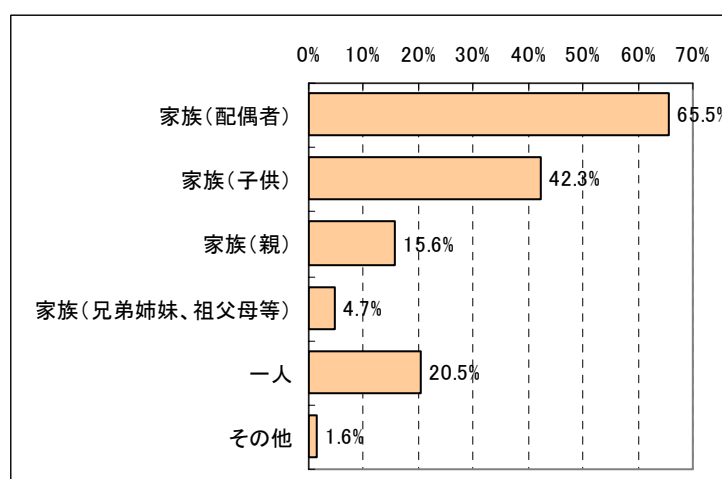


図 3-4 「家では、誰と食事を取ることが多いですか？」への回答
(n=1,097、MA)

(b) 関連情報の入手

1) 入手手段と信頼度

情報の入手手段としては、回答者の約5割が「新聞」、「売場での情報提供」、「食品パッケージの食品表示」を選択した。次いで、「TV（報道番組）」を選択した回答者が4割弱、「TV（情報・バラエティ番組等）」が3割弱であった。

情報の信頼度は、「新聞」と「食品パッケージの食品表示」がともに2割強で最も高かったが、いずれも情報の入手手段として約5割の回答者が選択しているにも関わらず、その信頼度はその半分にとどまった。

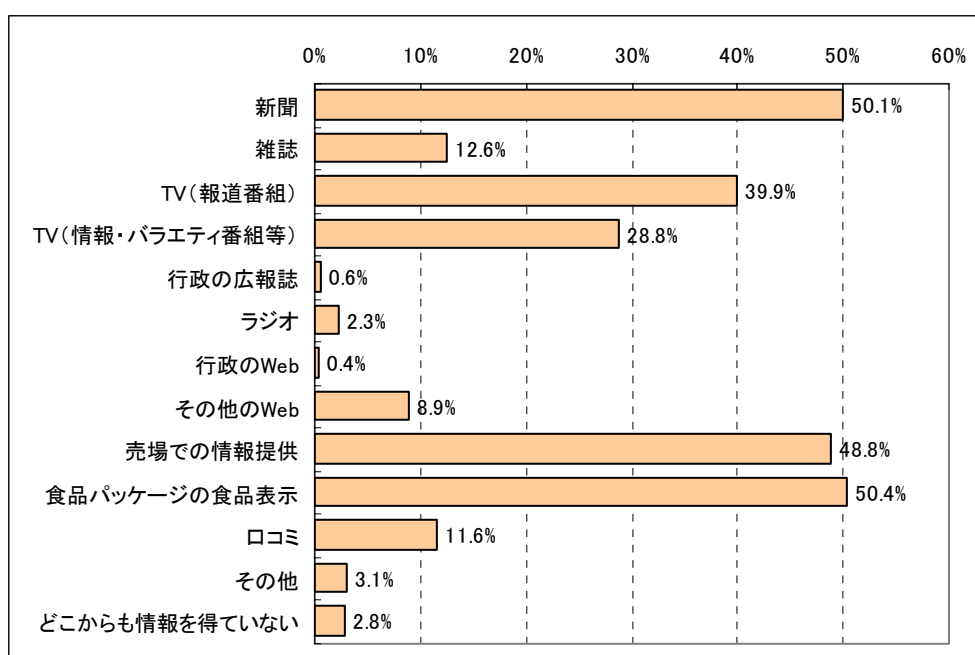


図 3-5 「食材や食品に関する情報をどういったところから入手していますか？（3つまで選んでください。）」への回答（n=1,097、MA）

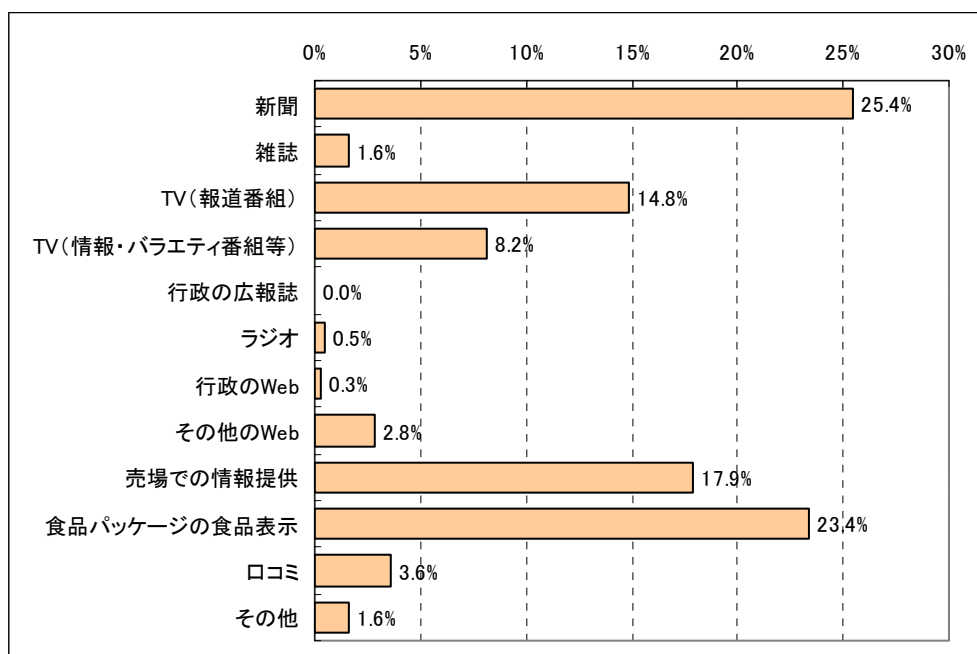


図 3-6 「食材や食品に関する情報のうち、特に信頼しているものはどれですか？」への回答 (n=1,066、SA)

2) 各メディアへの接触頻度と信頼度

回答者の約6割は「毎日必ず見ている」と「毎日ではないが、可能な限り見るように心がけている」メディアとして新聞を回答した。新聞のいずれの面も、これらの選択肢の回答率が高く、他のメディアと比較して高い接触頻度であった。

テレビは、新聞に次いで接触頻度の高いメディアであった。特に、テレビの報道番組は「毎日必ず見ている」と「毎日ではないが、可能な限り見るように心がけている」の合計が7割強に達し、他のジャンルの番組よりも接触頻度が高かった。

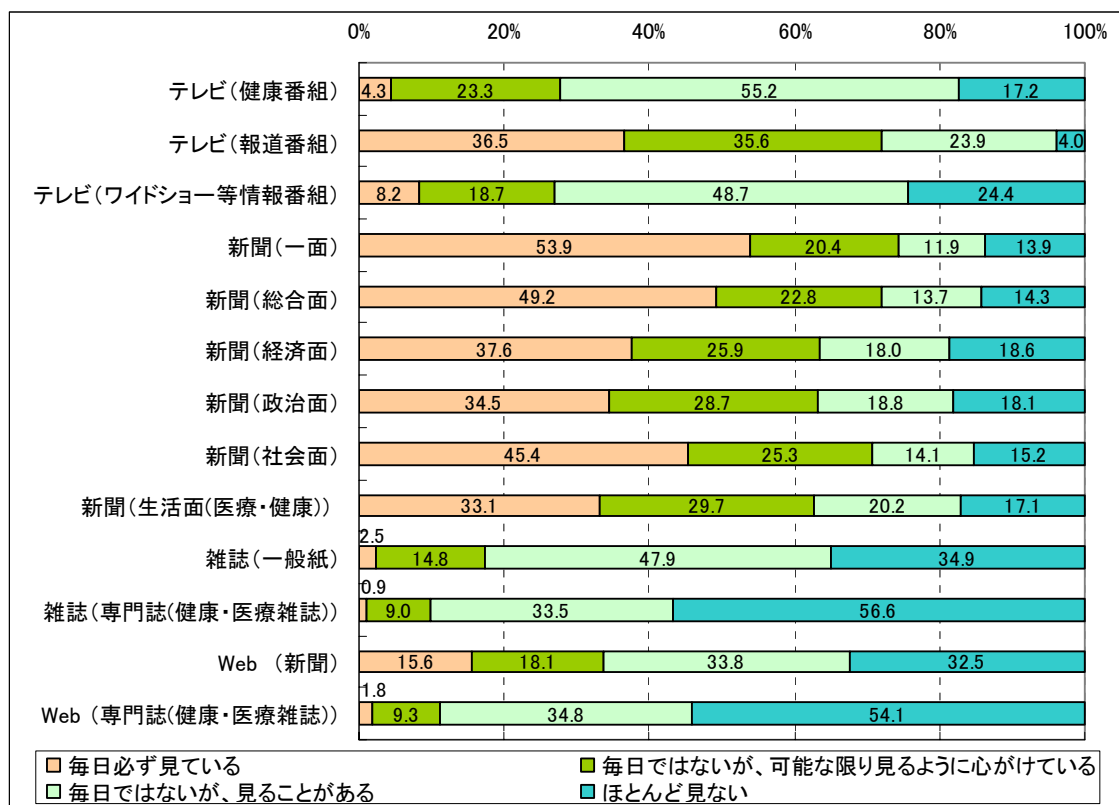


図 3-7 「マスメディアをどの程度ご覧になっていますか？」への回答 (n=1,097、SA)

新聞は、いずれの面においても「信頼している」、「ある程度信頼している」と回答した人の合計が8割強に達した。

これに対し、テレビでは、報道番組と健康番組を「信頼している」、「ある程度信頼している」と回答した人の合計が7～8割であったが、ワイドショー等情報番組を「信頼している」、「ある程度信頼している」と回答した人は4割強にとどまった。この結果より、視聴者は、テレビ番組の性質を踏まえてその情報を信頼していることが分かった。

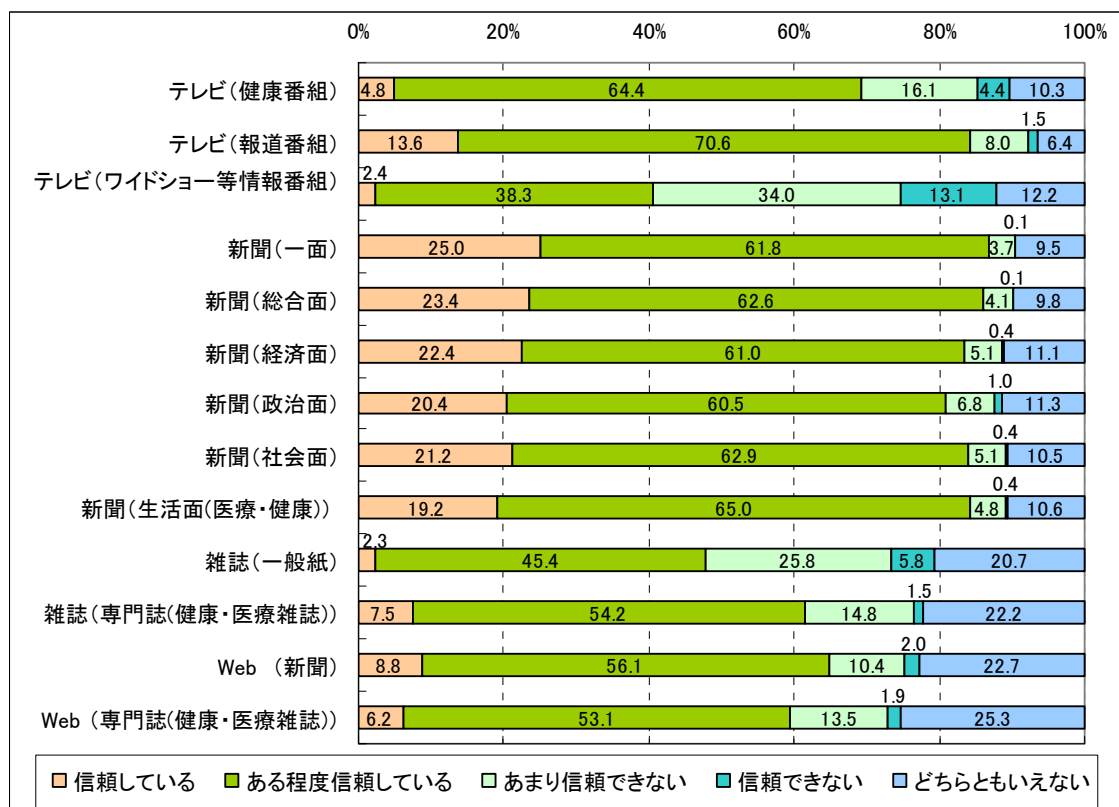


図 3-8 「マスメディアをどの程度信頼されていますか？」への回答
(n=1,097、SA)

3) 提供主体への信頼度

回答者の8割は「消費者団体・生協等」と「研究者（大学、研究所等）」を「信頼している」、「ある程度信頼している」と回答した。

行政機関も全般的に「信頼している」、「ある程度信頼している」と回答した人が多かったが、特に、食品安全委員会と回答した人が多く、約7割に達した。

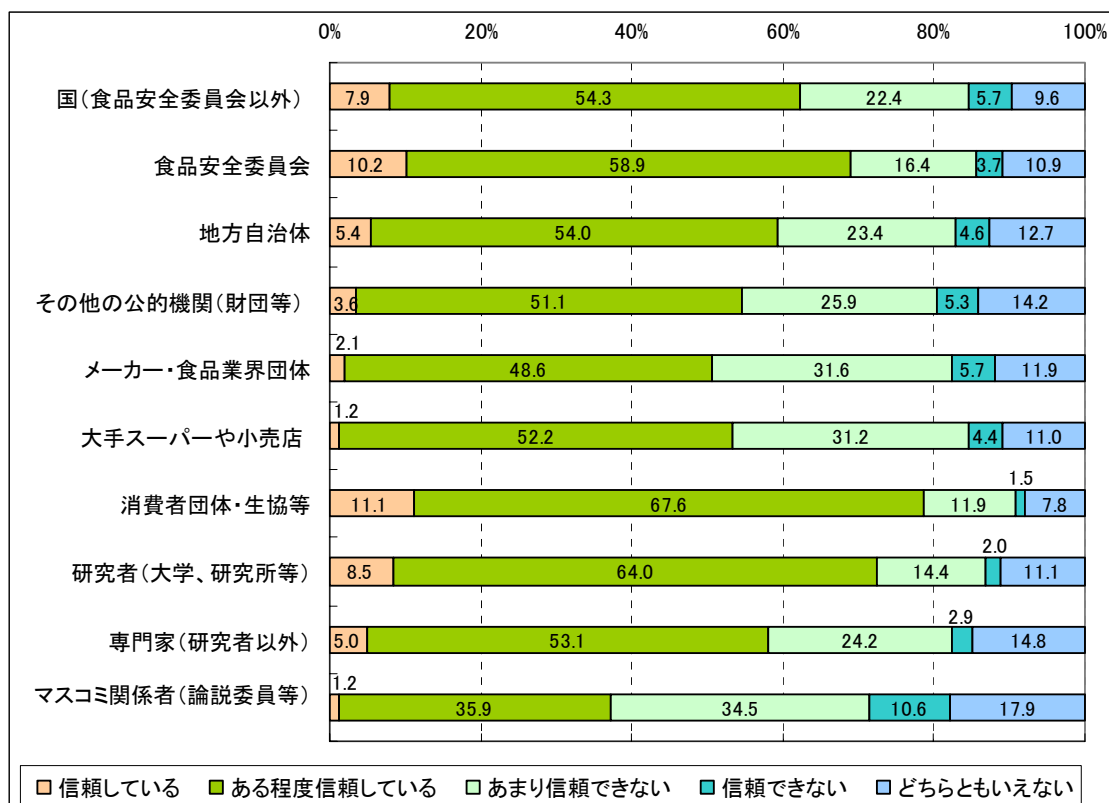


図 3-9 「食材や食品の安全に関する情報を提供する人や機関をどの程度信頼していますか？」への回答 (n=1,097、SA)

(c) 食品安全の知識

1) 理解度

回答者のうち、「わかっている」と「まあわかっている」と回答した人は半数にとどまった。

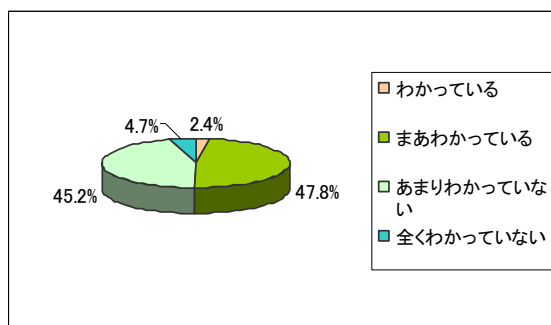


図 3-10 「健康に悪い影響を与える可能性がある食品について知識があり、「どのような食品を選べばよいか」、「どのような調理が必要か」をわかっていると思いますか？」への回答
(n=1,097、SA)

2) 知識の修得方法

回答者のうち、「家庭での経験や家族の教え」、「テレビ番組」、「新聞記事」と回答した人はそれぞれ約 25%であった。学校での授業は小中高・大学のいずれも 3%を切っていた。

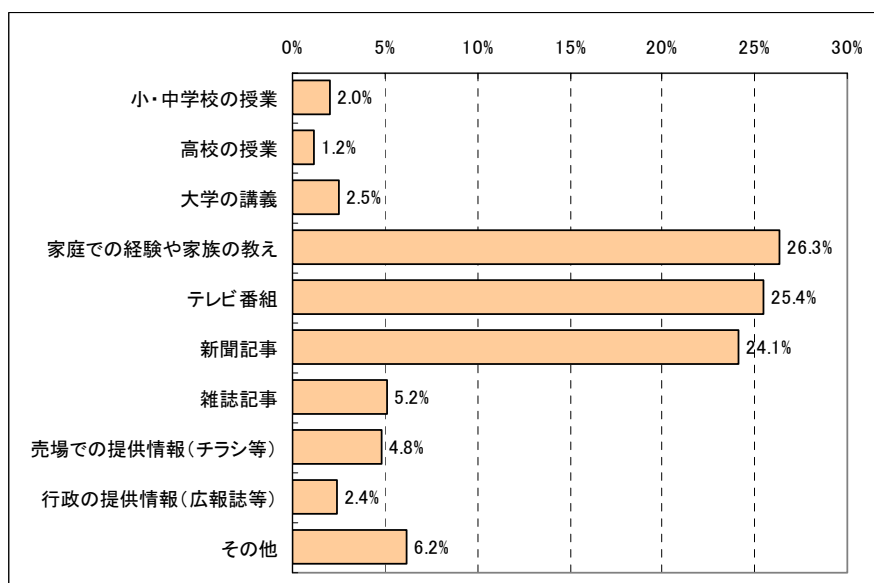


図 3-11 「問 8 で示したような知識は、どこで得ましたか？」への回答 (n=1,046、SA)

(d) 牛肉の安全性（BSE）に対する意識

1) 嗜好

回答者のうちの8割強が、牛肉は「食材のなかでは最も好きな部類に入る」、「まあまあ好き」と回答した。

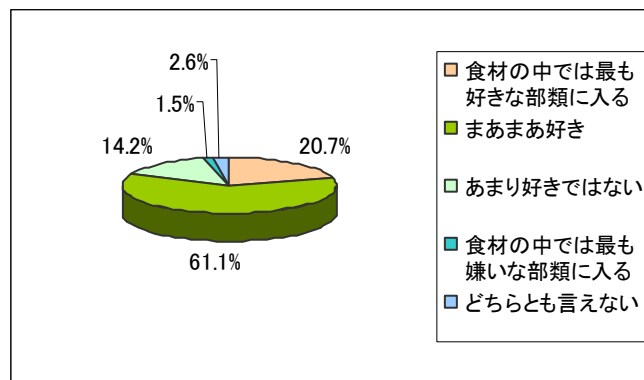


図 3-12 「牛肉は好きですか？」への回答（n=1,097、SA）

2) 安全性に対する意識

回答者の8割強が「海外産の牛肉の安全性に不安を感じる」、「産地にかかわらず、牛肉全般の安全性に不安を感じる」と回答した。

不安を感じる理由としては、「生産者、流通業者や行政機関の安全管理の能力が十分でないと感じる」を選んだ回答者が約37%を占めた。この他に、「生産者、流通業者や行政機関が、消費者の安全よりコストを優先していると感じるから」を選んだ回答者が約28%で続いた。

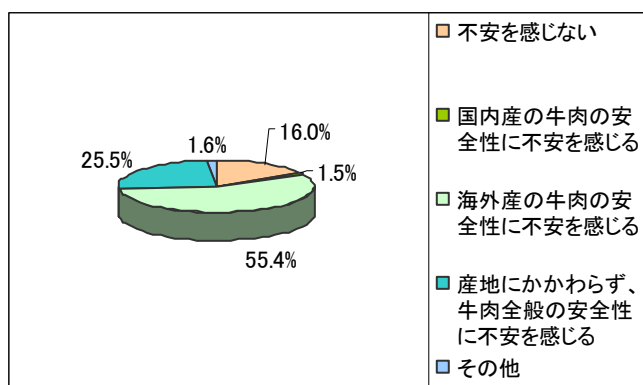


図 3-13 「牛肉の安全性に対して不安を感じていますか？」への回答
(n=1,097、SA)

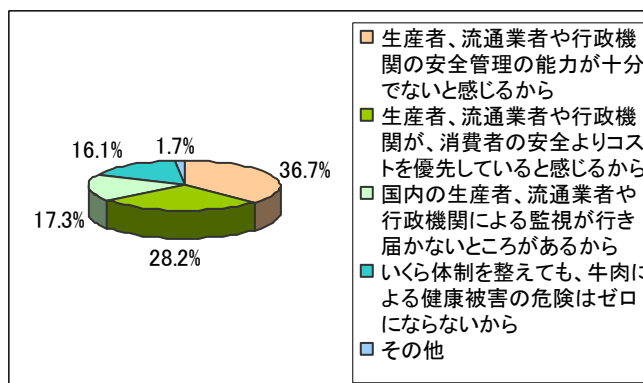


図 3-14 「牛肉の安全性に対して、なぜ不安を感じているのですか？」への回答 (n=921、SA)

3) 購買状況

牛肉の安全性に不安を感じている回答者の7割が「全く食べたり、買ったりしなくなった」、「多少食べたり、買ったりしなくなった」と回答した。

また、不安を感じている理由別に購買状況を分析すると、僅かではあるが、「生産者、流通業者や行政機関が、消費者の安全よりコストを優先していると感じる」ことを理由に挙げている回答者において、より買い控える傾向が見られた。

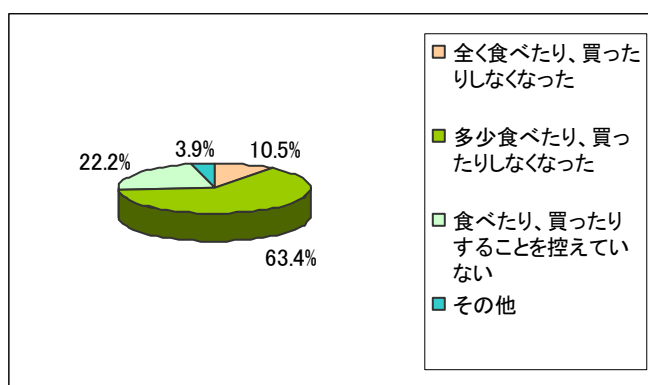


図 3-15 「不安が理由で牛肉を食べたり、買ったりすることを控えるようになりましたか？」への回答 (n=921、SA)

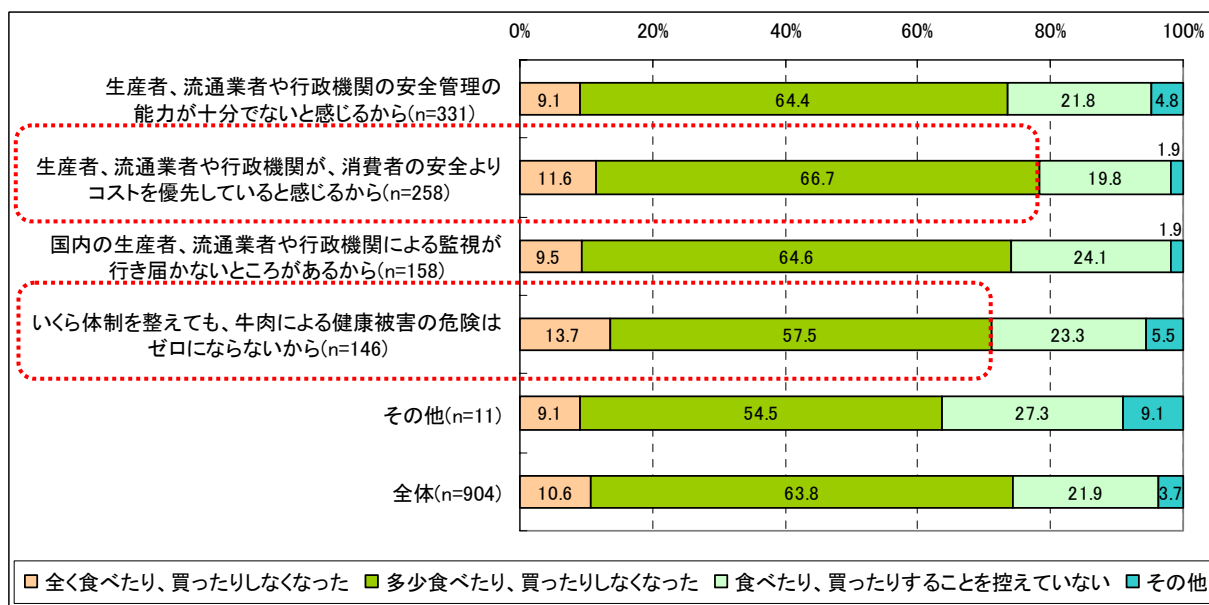


図 3-16 「不安」に感じる理由別の購買状況 (n=904、SA)

「牛肉を食べたり、買ったりすることを控えていない」と回答した人の半数は、「多少不安はあるが、牛肉が好きだから」、すなわちリスクを受容していると回答した。この他、「牛肉による健康被害に遭う可能性は殆ど無いと感じている」と回答した人は2割弱であった。

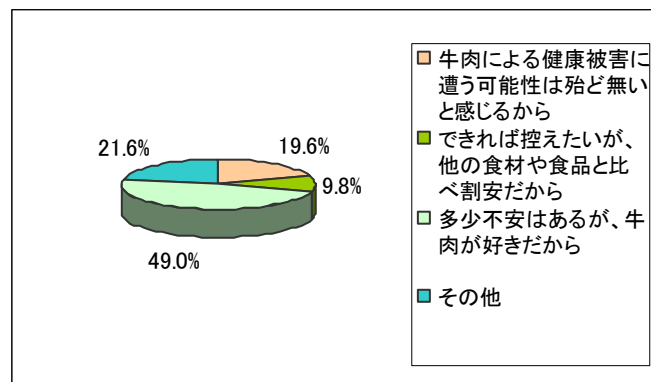


図 3-17 「なぜ、牛肉を食べたり、買ったりすることを控えないのですか？」への回答 (n=204、SA)

4) 牛肉の安全性に対する意識へのメディアの影響

牛肉の安全性に対する意識別に、「食材や食品に関する情報を入手するメディアとして特に信頼するメディア」の構成を比較した結果、「産地に関わらず不安を感じる」、「海外産の牛肉に不安を感じる」と回答した人は、「不安を感じない」と回答した人と比較し、新聞、TV（報道番組）、雑誌など、第三者性が高いメディアを「信頼する」と回答した人の比率が高かった。

他方、「不安を感じない」と回答した人は、不安を感じると回答した人と比較し、売り場での情報提供を信頼する人の比率が高かった。

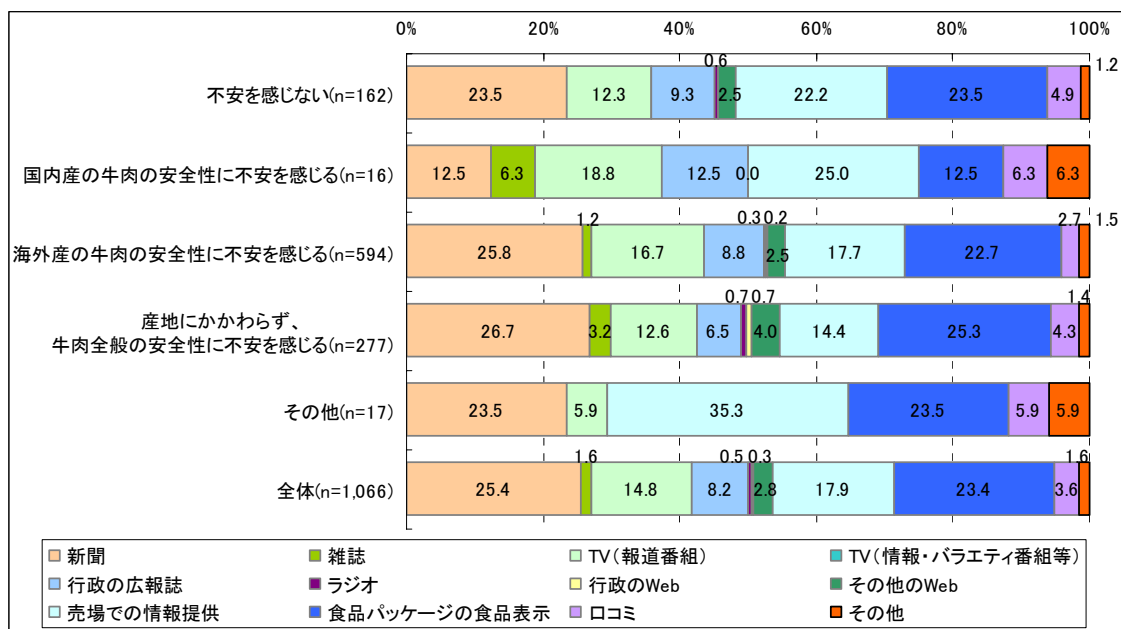


図 3-18 食材や食品に関する情報を入手するメディアとして特に信頼するメディアの状況（牛肉の安全性に対する意識別）
(n=1,066、SA)

5) キーワードの認知度

回答者の7割が「BSE（牛海綿状脳症）」というキーワードを知っていた。

このうち、「BSE」の認知度について牛肉への嗜好度合い別に分析したところ、牛肉の好き嫌いに関わらず、概ね7割前後の回答者が「BSE」という言葉を認知していた。

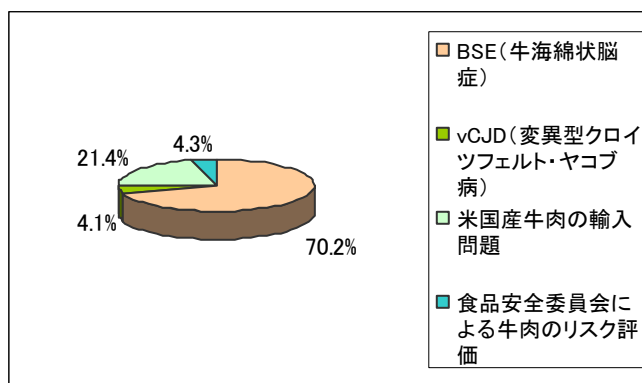


図 3-19 「牛肉の安全性に関する次のキーワードをご存じですか？」への回答 (n=1,097、SA)

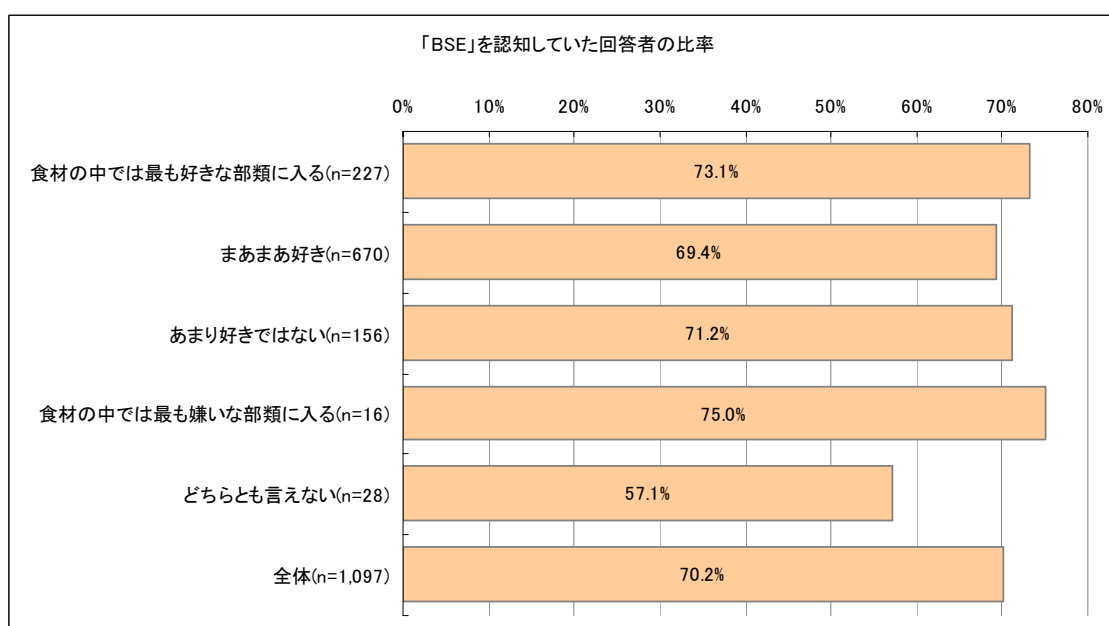


図 3-20 キーワード（BSE）の認知度[牛肉の嗜好別] (n=1,097)

(e) 食品安全に関する取り組みの認知度等

1) 「食品安全行政」の認知度

平成 15 年 7 月に新たな食品安全行政がスタートしたことを知っていた回答者は 25%にとどまった。

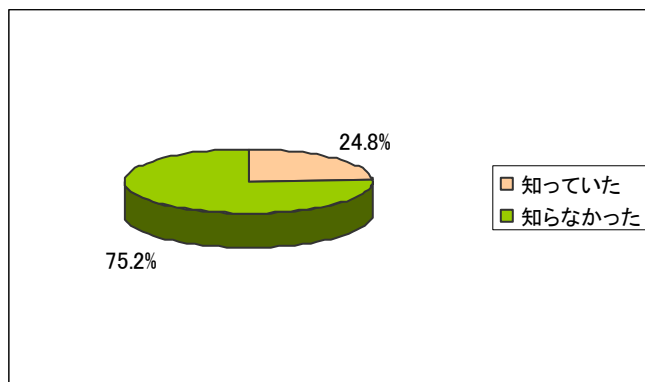


図 3-21 「あなたは、平成 15 年 7 月の国民の健康の保護を最優先とした食品安全基本法の施行によって、新たな食品安全行政がスタートしたことを知っていましたか。」への回答 (n=1,097、SA)

2) 「リスクコミュニケーション」の認知度

「リスクコミュニケーション」という言葉を知っている回答者は20%にとどまった。

全国各地で食の安全の分野における意見交換会が開催されていることを知っている回答者は20%にとどまった。

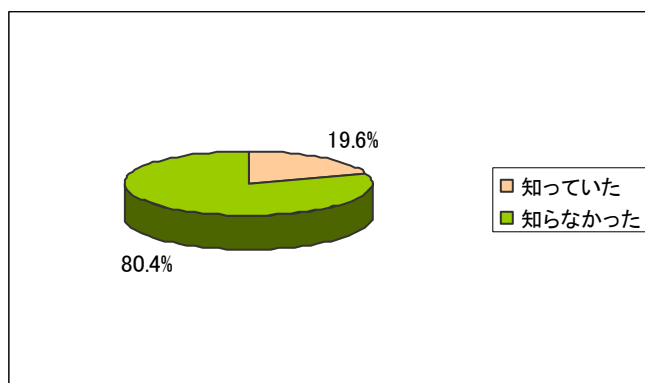


図 3-22 「あなたは、「リスクコミュニケーション」という言葉を知っていましたか？」への回答 (n=1,097)

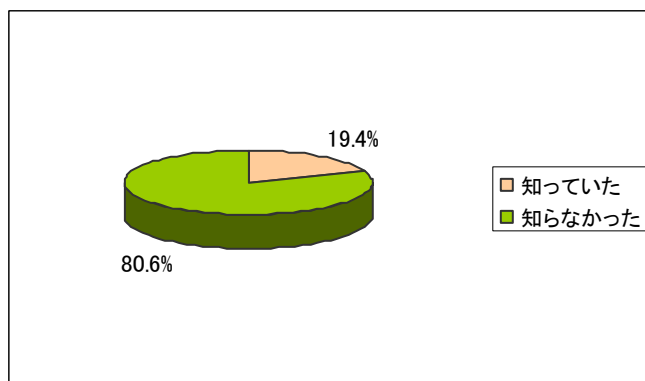


図 3-23 「あなたは、全国各地で食の安全の分野における意見交換会が開催されていることを知っていましたか？」への回答 (n=1,097)

3) 「リスクコミュニケーション」への参加意欲

回答者の約4人に1人は食品の安全性に関連したシンポジウムや意見交換会などのイベントに参加したいと回答した。

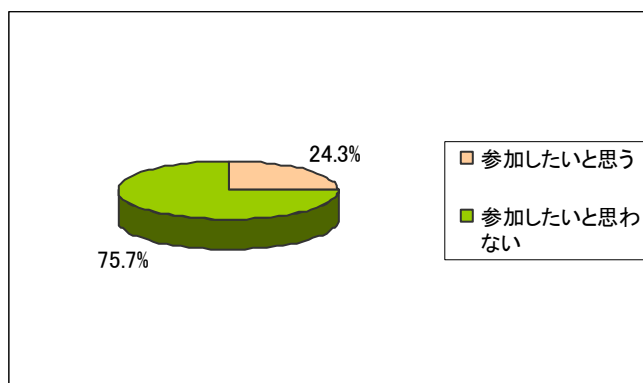


図 3-24 「あなたは、今後、食品の安全性に関連したシンポジウムや意見交換会などのイベントに参加したいと思いますか？」への回答 (n=1,097)

4) 「リスクコミュニケーション」に対する要請

回答者の4割強は「テレビCM・新聞などで情報提供を行なうべき」としており、「専門家がマスメディアを通じてわかりやすい説明を行なうべき」と思っている人が3割強で続いた。

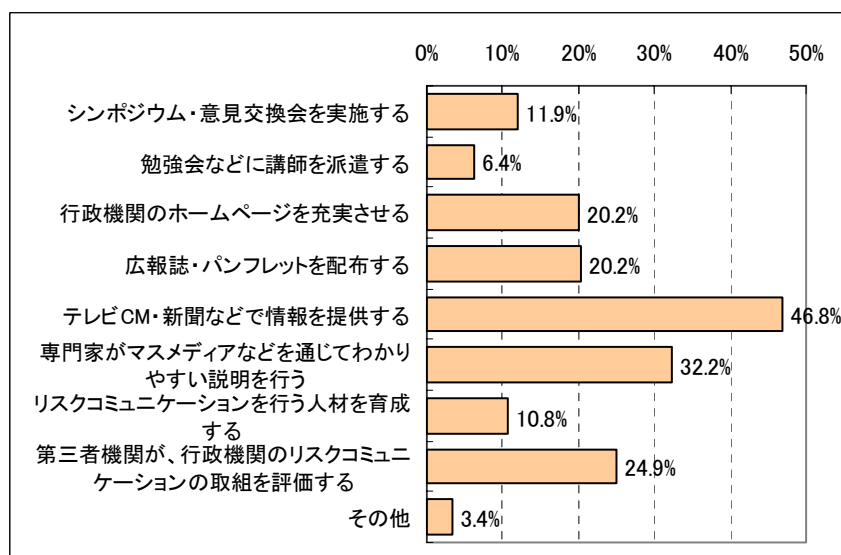


図 3-25 「あなたは、今後、食の安全の分野におけるリスクコミュニケーションを進めていく際に行政機関はどのような取組をすべきだと思いますか？」への回答 (n=1,097、MA)

5) 食品安全に関する意識調査（Web アンケート）の参加経験

回答者の8割弱は食品の安全に関する Web アンケートに参加するのは今回が初めてであった。

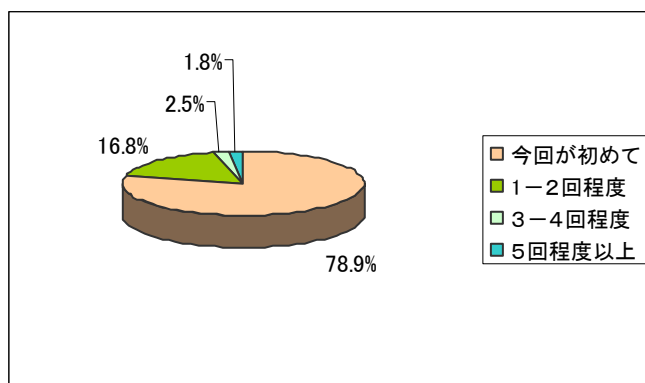


図 3-26 「あなたは食品の安全に関する Web アンケートに、ここ一年で何回くらい参加したことがありますか？」への回答
(n=1,097、SA)

(3) まとめ

「食品安全管理体制の信頼性等が消費者の態度に与える影響」についてとりまとめをおこなった。

表 3-8 食品安全管理体制の信頼性等が消費者の態度に与える影響

意識	結果の要点(上段)、得られる知見(下段)	改善余地とそれによる効果
認知	- 牛肉の嗜好度合いに関わらず、「BSE」を認知していた。 ➤牛肉の安全性(BSE)に係る基本的なキーワードは、消費者の間で広く認知されているものと推測される。	✓ 選択肢を増やすことにより、問題認知の広さ・深さを把握できる。
関心	- 約8割の回答者が牛肉の安全性に不安を感じていた。 ➤BSEに代表される牛肉の安全性について、多くの消費者が関心を有しているものと推測される。	✓ キーワード別(BSE等)に関心の有無を確認することで、消費者が注目する問題を明確化できる。
理解判断	- 約6割の回答者が「生産者、行政機関等の管理能力の不足」、または「コスト優先(安全軽視)の姿勢」を理由に不安を感じていた。 ➤生産者、行政機関等の「管理能力」や「安全への取組姿勢」に対する理解が消費者の間で広まっていないことが、不安解消を妨げている要因の一つと推測される。	✓ 安全性を理解する上で鍵となる知識の有無を確認することで、重点的に提供すべき情報、風評が発生する危険性の高さ等が分かる。
行動	- 牛肉の安全性に不安を感じている回答者の7割が、牛肉を買い控えていた。 - 僅かだが、「コスト優先(安全軽視)の姿勢」を理由に不安を感じる消費者ほど買い控える傾向が強かった。 ➤「牛肉の安全性」への不安が、牛肉の買い控えを誘発している要因の一つであると推測される。 ➤理解を得にくい「ゼロリスクの限界」よりも、「安全への取組姿勢」に対する理解を得ることの方が、短期的には不安による「買い控え」を減らす可能性がある。	✓ 「理解・判断」の選択肢を充実させることで、風評等による買い控えの発生要因や、リスクコミュニケーションによる効果をよりの確に把握できるようになる。

3.3 第3回調査の結果

3.3.1 調査概要

- ①調査対象： 「goo リサーチ」登録モニター
 ②調査方法： インターネットアンケート
 ③調査期間： 2006年10月10日（火）～10月12日（木）
 ④有効回答者数： 1,157

3.3.2 調査結果

(1) 回答者の属性

(a) 性・年齢

性、年齢別の回答者属性を表 3-9 に示す。

表 3-9 回答者属性

地域	年代	回答者数			参考：人口構成比(H17 国勢調査)			
		男性	女性	合計	男	女	男	女
北海道 東北	20-49 歳	29	30	59	2699100	2744300	2.6%	2.6%
	50 歳～	35	47	82	3134300	3862100	3.0%	3.7%
関東	20-49 歳	100	95	195	9404000	8836900	9.1%	8.5%
	50 歳～	90	104	194	8568300	9596100	8.3%	9.3%
中部	20-49 歳	45	44	89	3935400	3754300	3.8%	3.6%
	50 歳～	45	56	101	4099700	4788400	4.0%	4.6%
関西	20-49 歳	44	45	89	3918600	4063300	3.8%	3.9%
	50 歳～	43	57	100	4065800	4827100	3.9%	4.7%
四国・中国	20-49 歳	24	24	48	1985300	2028800	1.9%	2.0%
	50 歳～	30	35	65	2497100	3085300	2.4%	3.0%
九州・沖縄	20-49 歳	30	30	60	2566500	2709300	2.5%	2.6%
	50 歳～	35	40	75	2863700	3628700	2.8%	3.5%
合計		550	607	1157	49737800	53924600	48.0%	52.0%

(b) 職種

職種別の回答者属性を表 3-10 に示す。回答者の中では主婦（主夫）の割合が 24.0%と最も高かった。

表 3-10 回答者の職種分布

職種	回答者数	割合
1 公務員・非営利団体職員	57	4.9%
2 会社・団体の経営者・役員	21	1.8%
3 その他給与所得者(管理職)	56	4.8%
4 その他給与所得者(事務職)	117	10.1%
5 その他給与所得者(技術・専門職)	143	12.4%
6 その他給与所得者(販売・サービス)	64	5.5%
7 その他給与所得者(その他)	29	2.5%
8 教職員	24	2.1%
9 医師・医療技術士・医療関係者	20	1.7%
10 自営業	93	8.0%
11 農林漁業	1	0.1%
12 弁護士・公認会計士・税理士	0	0.0%
13 その他自由業(フリーター含む)	34	2.9%
14 専業主婦(主夫)	278	24.0%
15 兼業・有職主婦(主夫)	71	6.1%
16 大学・大学院生・短大・専門学校生	34	2.9%
17 高校生・予備校生	0	0.0%
18 小学生・中学生	0	0.0%
19 無職	87	7.5%
20 その他	28	2.4%
合計	1,157	100.0%

(2) 回答結果（概要）

(a) 食品消費行動

1) 購入頻度

一週間のうち平均で食料品を買う日数は、4 日以上と 3 日以内でほぼ二分する結果となった。

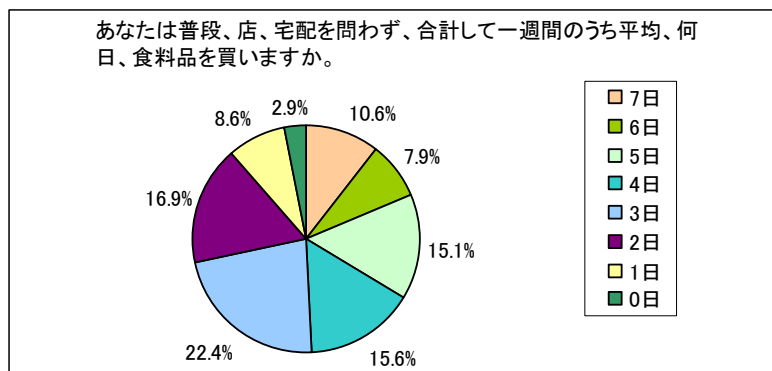


図 3-27 「あなたは普段、店、宅配を問わず、合計して一週間のうち平均、何日、食料品を買いますか。」への回答 (n=1,157、SA)

2) 購入場所と頻度

食料品を買い物する店は、スーパーが最も多く、96.3%の人が利用していることが分かった。また、利用頻度についても、スーパーが最も多く、2 日に 1 回以上（「ほとんど毎日」または「週に 3-4 日」）と回答した人は 47.9%と約半数に達する。

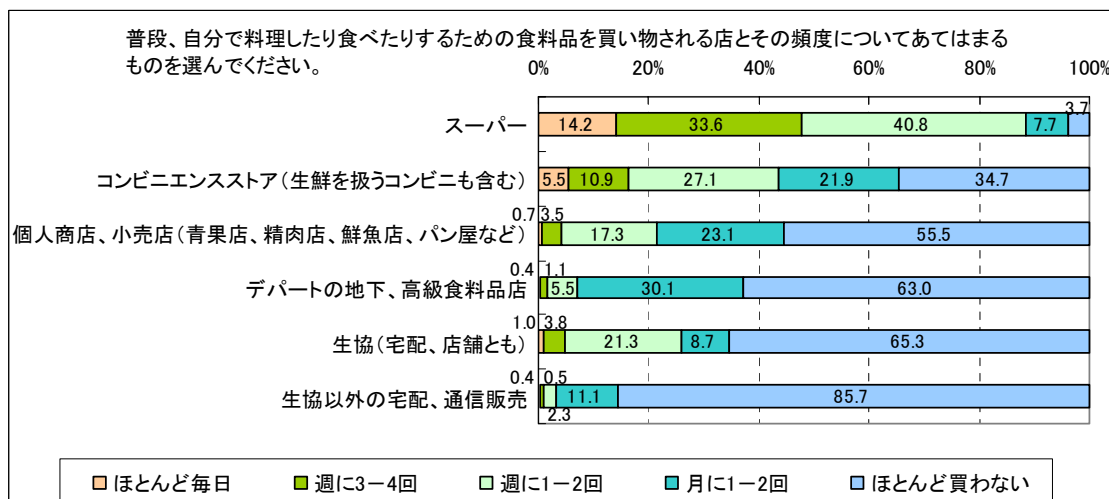


図 3-28 「普段、自分で料理したり食べたりするための食料品を買い物される店とその頻度についてあてはまるものを選んでください。」への回答 (n=1,157、SA)

3) 配慮事項

食料品を買う場合に気をつけることとして、価格を挙げる人が男女ともに約 9 割に達した。また、鮮度については、女性が約 9 割、男性が約 8 割に達した。その他、男女を比較すると、「価格」以外の項目については全て女性の方が気をつける割合が高く、特に、「産地」については 68.9%と男性の 45.1%を大きく上回った。

この設問は、第 2 回調査の設問「食材を購入する際に気をつけること」について、設問文をより平易な言葉に直して聞いたものであるが、結果は第 2 回調査とほぼ一致した。

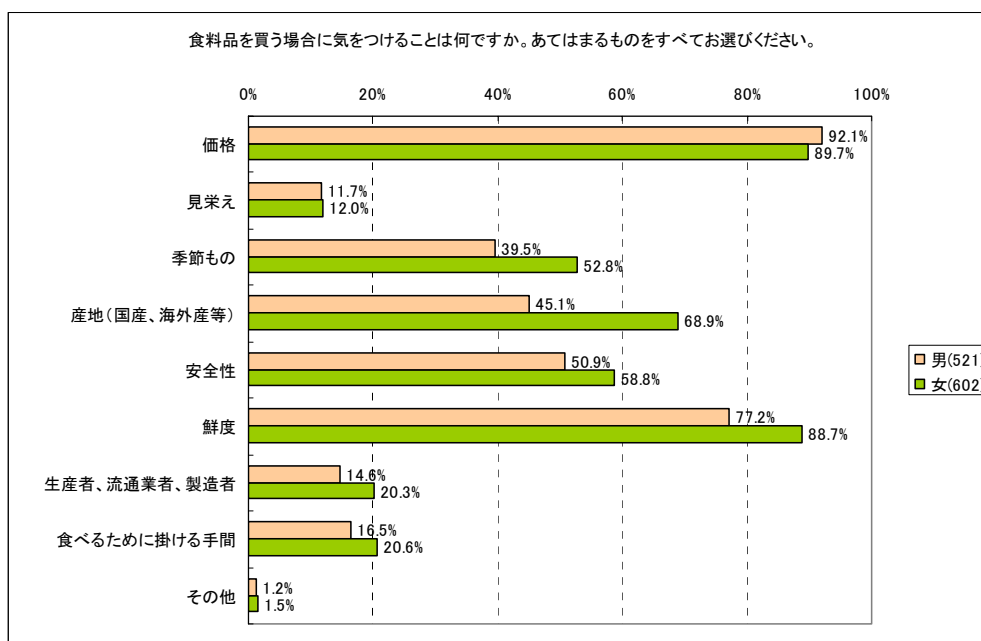


図 3-29 「食料品を買う場合に気をつけることは何ですか。あてはまるものをすべてお選びください。」への回答 (n=1,157、MA)

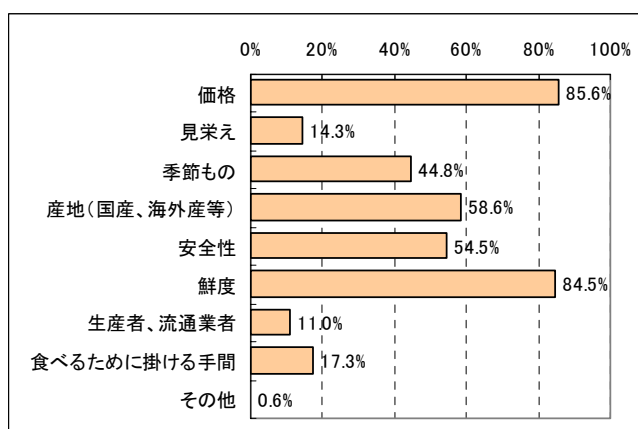


図 3-30 (第 2 回調査)「食材を購入される際に気をつけていることは何ですか？」への回答 (n=1,097、MA)

4) 食事をする場所

回答者の 63.4%はほとんど自宅で食事をしており、外食のほうが多いと回答したのは、約 1 割程度であった。

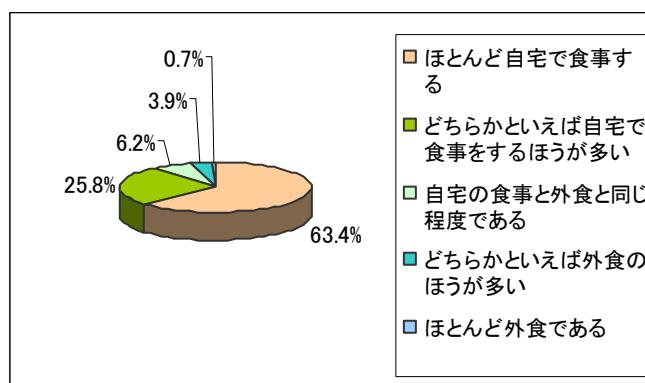


図 3-31 「あなたの食事は総合的にみて、自宅での食事と外食のどちらのほうが多いですか。もっともあてはまるものをお選びください。」への回答 (n=1,157、SA)

(b) 食品選択に関する情報源

1) 自宅における献立の情報源

自宅で献立を決める際に参考にしている情報は、男女ともに「料理、グルメ雑誌・本」が最も多く約半数に達した。その他、「テレビの料理番組」、「レシピを集めた web」「友人や家族の意見、話」が続く。ほとんどの項目について男性より女性の回答割合が大きく上回っており、女性のほうが多くの情報を参考に献立を決めているといえる。

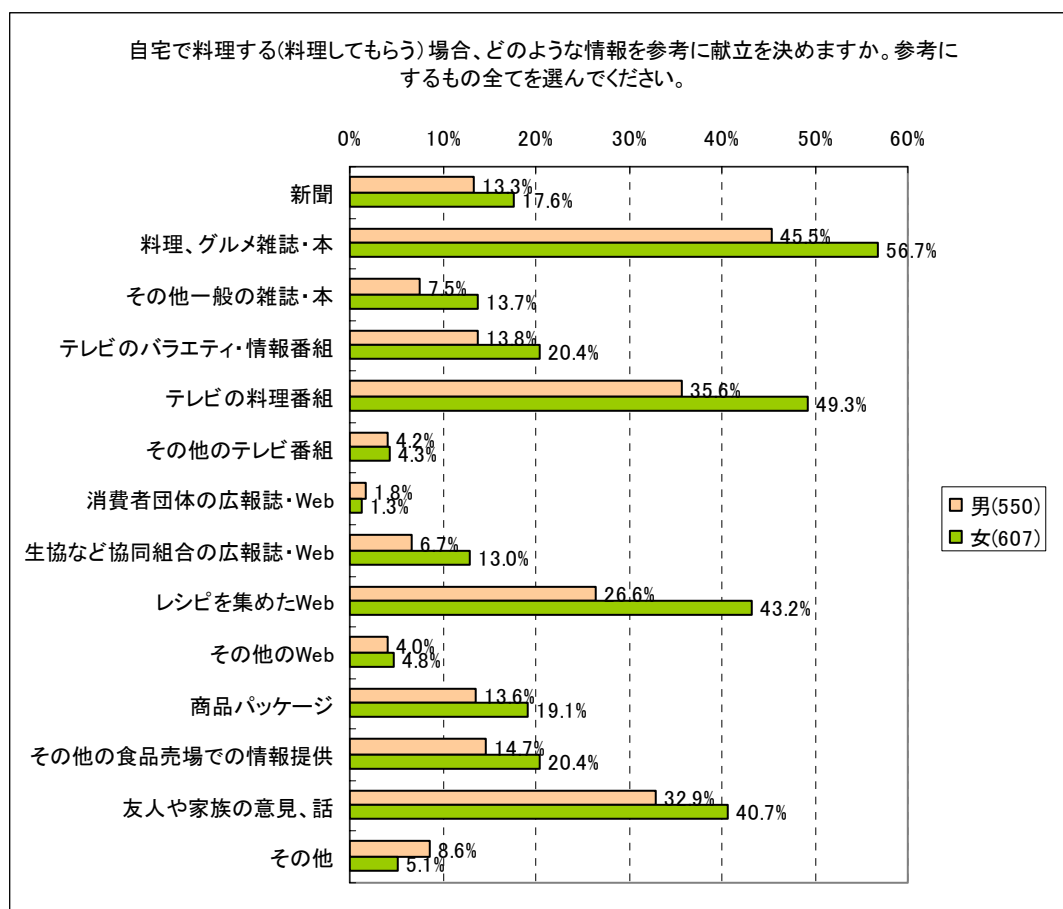


図 3-32 「自宅で料理する(料理してもらう)場合、どのような情報を参考に献立を決めますか。参考に
するもの全てを選んでください。」への回答 (n=1,157、MA)

2) 外食における献立の情報源

外食で献立を決める際に参考にしている情報は、女性では「友人や家族の意見、話」が最も多く 6 割を超えているのに対し、男性では約 4 割に留まった。男性で最も多い回答は、「店頭のメニュー」の 47.6%であり、これは女性の回答者の割合と一致している。そのほか、「友人や家族の意見、話」の項目以外では、男女の差が顕著にみられるものはない。情報源は男女ではほぼ一致するが、男性よりも女性のほうが口コミによる情報を参考にしているといえる。

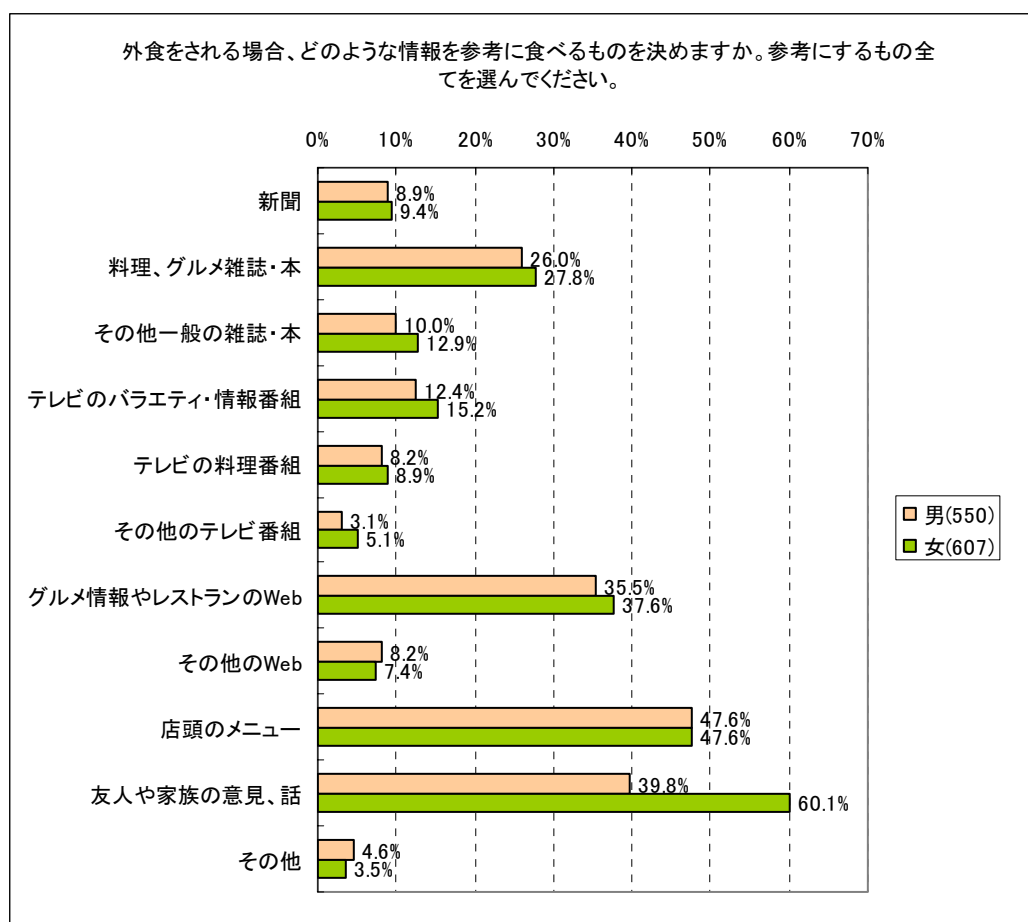


図 3-33 「外食をされる場合、どのような情報を参考に食べるものを決めますか。参考にするもの全てを選んでください。」への回答
(n=1,157、MA)

(c) 食品と健康に関する情報の入手

1) 入手手段と信頼度

食品と健康に関する情報について、「よく目にする」「たまに目にする」と回答した割合はテレビのバラエティ・情報番組で最も多く、若干ではあるが新聞を上回った。また、テレビの料理番組もこれに匹敵する割合に達している。消費者団体、食品安全委員会、その他行政の広報誌・Web はいずれも低く、2割に満たない。

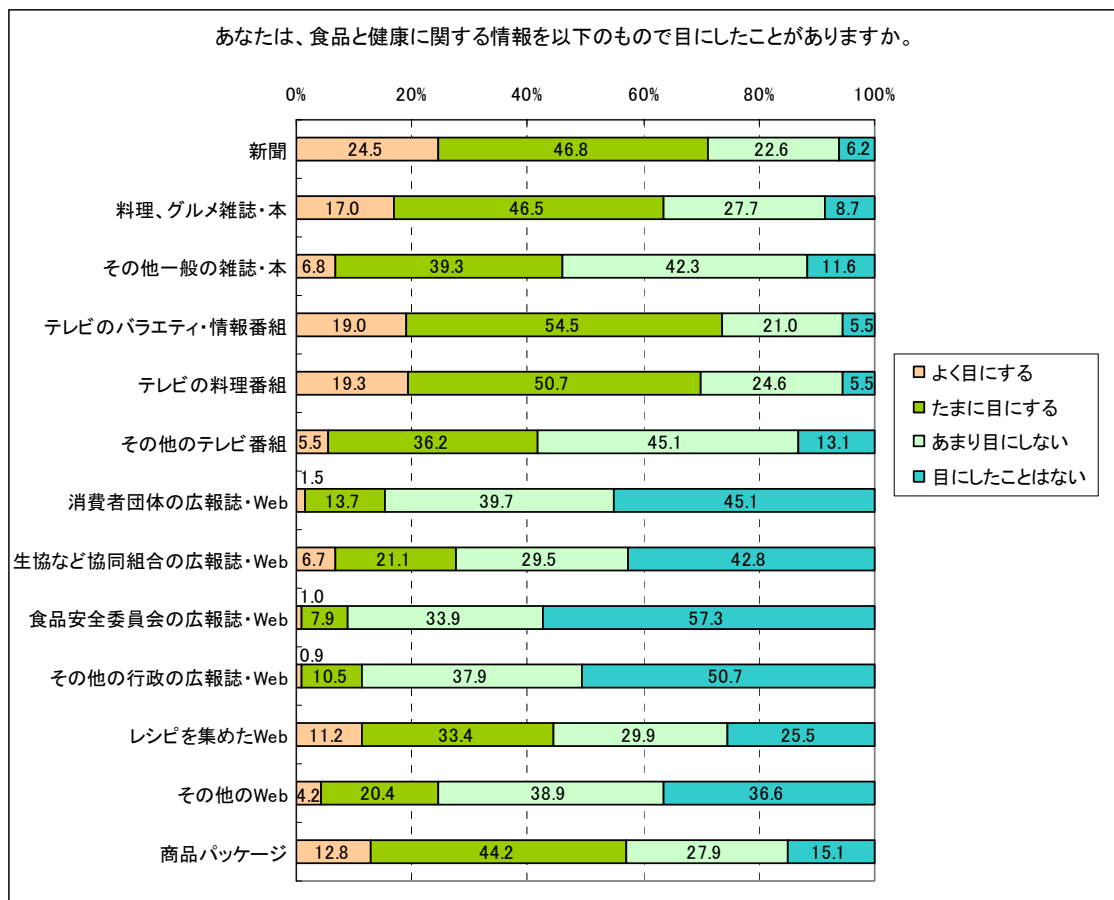


図 3-34 「あなたは、食品と健康に関する情報を以下のもので目にしたことがありますか。」への回答 (n=1,157、SA)

また、これらの情報源から情報を入手した場合、食生活を変えようと思うかどうかを聞いたところ、テレビのバラエティ・情報番組、新聞、テレビの料理番組のいずれにおいても、5割以上が「思う」「少し思う」と回答しており、「よく目にする」「たまに目にする」の上位3位と変動が無い。また、消費者団体、食品安全委員会、その他行政の広

報誌・Web はいずれも約 3 割が「思う」「少し思う」としており、「よく目にする」「たまに目にする」とした回答割合を上回ったものの、他の情報源と比べると順位は低い。

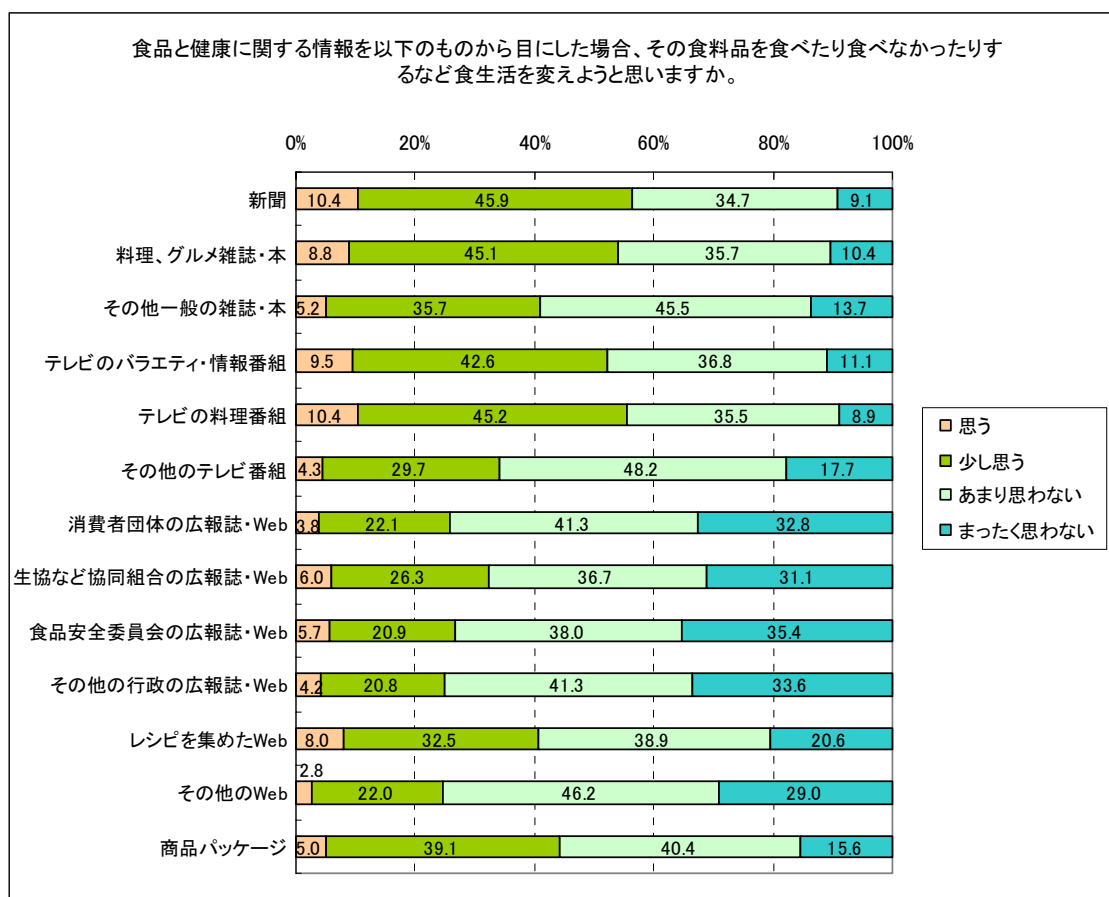


図 3-35 「食品と健康に関する情報を以下のものから目にした場合、その食料品を食べたり食べなかったりするなど食生活を変えようと思いますか。」への回答 (n=1,157、SA)

今回の設問は、具体的に情報を健康情報に限定して、さらに入手方法についても自分から積極的に入手するのではなく、受動的に見るというニュアンスの表現で情報源と情報入手による行動変化の有無を聞いたものである。第2回調査において「食材や食品の安全に関する情報を提供する人や機関をどの程度信頼していますか？」とした設問について、「消費者団体・生協等」が最も信頼されている結果（図 3-9 参照）となったことと今回の結果は一見矛盾するように見える。2つの結果を合わせて考えると、情報提供者として、消費者団体・生協等の信頼度は高いが、情報源としては活用されておらず、活用する意向も比較的少ないということの表れではないかと思われる。

3.4 第4回調査の結果

3.4.1 調査概要

- ①調査対象： 「goo リサーチ」登録モニター
- ②調査方法： インターネットアンケート
- ③調査期間： 2006年12月19日（火）～12月20日（水）
- ④有効回答者数： 1,078

3.4.2 調査結果

(1) 回答者の属性

(a) 性・年齢

性、年齢別の回答者属性を表 3-11 に示す。

表 3-11 回答者属性

性別	年代	回収数	参考	
			人口構成比 (H17国勢調査)	構成比
男性	20～49歳	248 (23.0%)	24,508,900	23.6%
女性	20～49歳	251 (23.3%)	24,136,900	23.3%
男性	50歳～	260 (24.1%)	25,228,900	24.3%
女性	50歳～	319 (29.6%)	29,787,700	28.7%
合計		1,078 (100.0%)	103,662,400	100.0%

(b) 職種

職種別の回答者属性を表 3-12 に示す。回答者の中では主婦（主夫）の割合が 25.2%と最も高かった。

表 3-12 回答者の職種分布

職種	回答者数	割合
1 公務員・非営利団体職員	60	5.6%
2 会社・団体の経営者・役員	32	3.0%
3 その他給与所得者(管理職)	48	4.5%
4 その他給与所得者(事務職)	103	9.6%
5 その他給与所得者(技術・専門職)	108	10.0%
6 その他給与所得者(販売・サービス)	56	5.2%
7 その他給与所得者(その他)	33	3.1%
8 教職員	22	2.0%
9 医師・医療技術士・医療関係者	19	1.8%
10 自営業	93	8.6%
11 農林漁業	4	0.4%
12 弁護士・公認会計士・税理士	4	0.4%
13 その他自由業(フリーター含む)	28	2.6%
14 専業主婦	272	25.2%
15 兼業・有職主婦	62	5.8%
16 大学・大学院生・短大・専門学校生	34	3.2%
17 高校生・予備校生	1	0.1%
18 小学生・中学生	0	0.0%
19 無職	74	6.9%
20 その他	25	2.3%
合計	1,078	100.0%

(2) 回答結果

(a) 食品表示

食品を購入する際に参考にする食品表示について質問した。「賞味期限」と「値段」を参考にするという回答が最も多かった。「内容量」と「保存方法」がそれに続いて多かった。

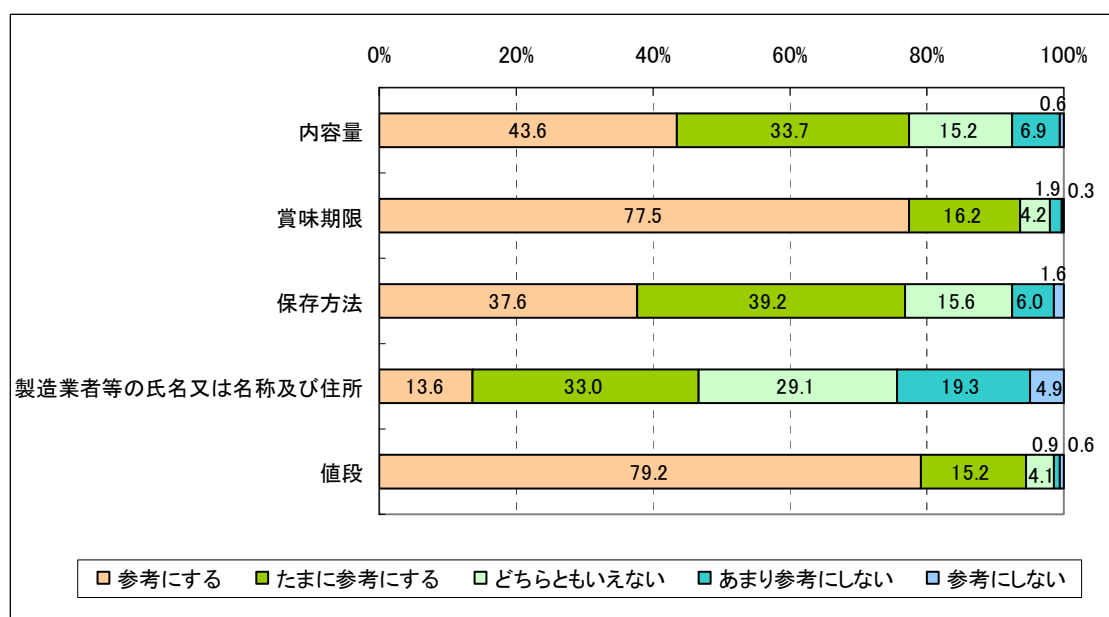


図 3-36 「食品を購入される際に参考にする表示の内容についてお聞かせください？」への回答 (n=1,078、SA)

食品添加物等の表示についても同様の質問を行った。「参考にする」、「たまに参考にする」という回答を合わせた場合、「食品添加物使用の有無」を参考にするという回答が最も多かった。「農薬使用の有無」と「遺伝子組み換え作物使用の有無」が、同程度の回答割合でそれに続いた。

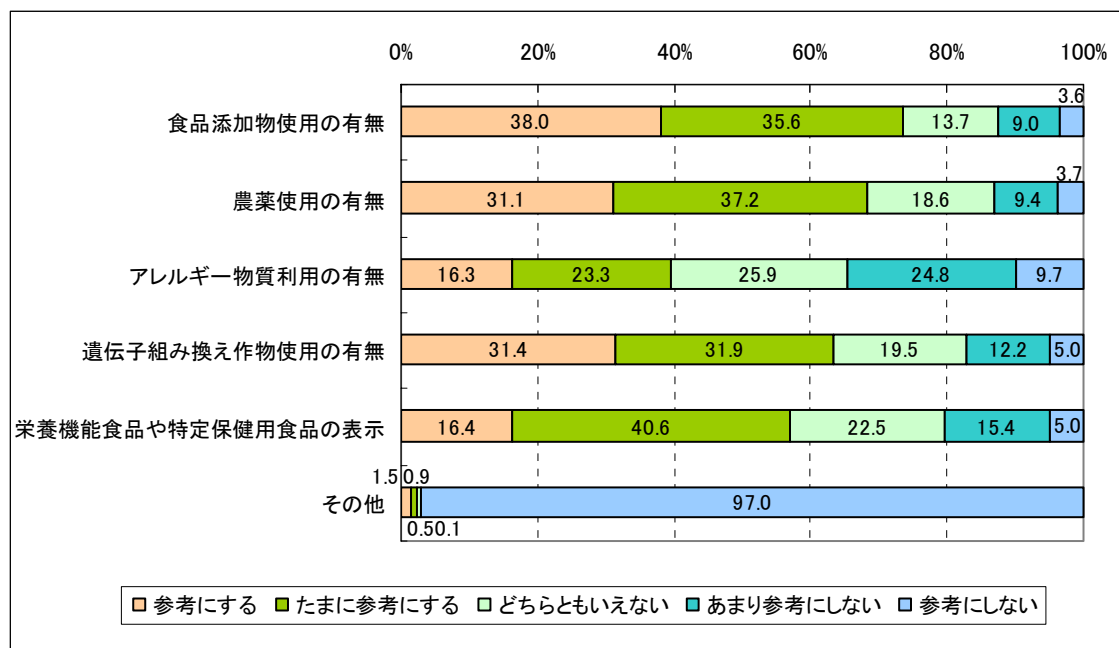


図 3-37 「食品を購入される際に上記の表示を参考にしますか？」への回答 (n=1,078、SA)

また、「製造、販売元が商品パッケージ等に記載する商品の紹介」と「販売店による独自の紹介 (POP 表示など)」についても、参考にする度合いを質問した。その結果、「製造、販売元が商品パッケージ等に記載する商品の紹介」を参考にするという回答の方が多かった。

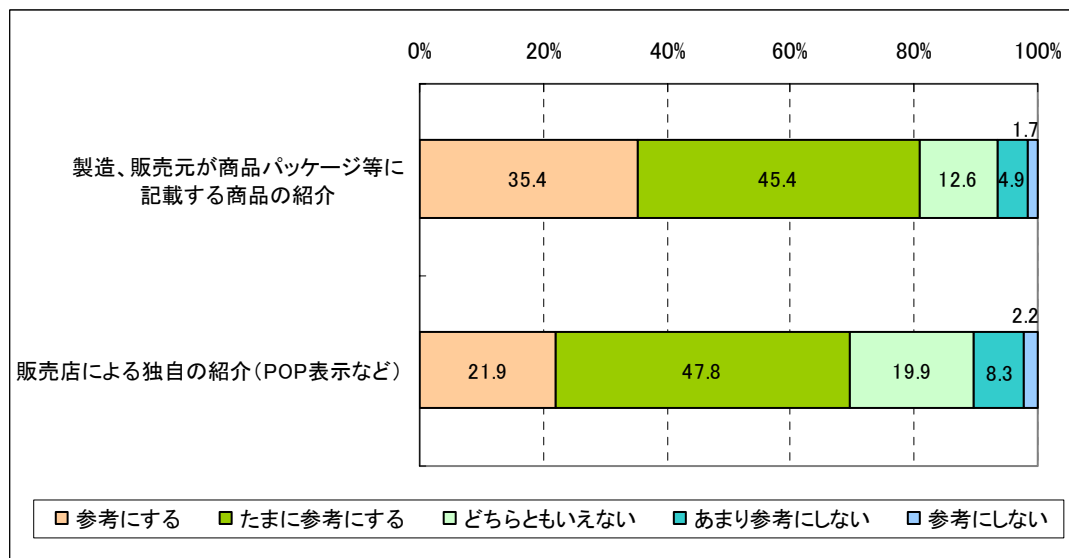


図 3-38 「食品を購入される際に上記の表示を参考にしますか？」への回答 (n=1,078、SA)

(b) 学校教育

学校教育の場で食品の安全に関して習った覚えがあるかどうかを質問した。その結果、「中学校で習った覚えがある」(22.2%)、「高校で習った覚えがある」(14.9%)と、学校教育の場が食品の安全に関する情報を、ある程度提供する機会となっていることが確認できた。

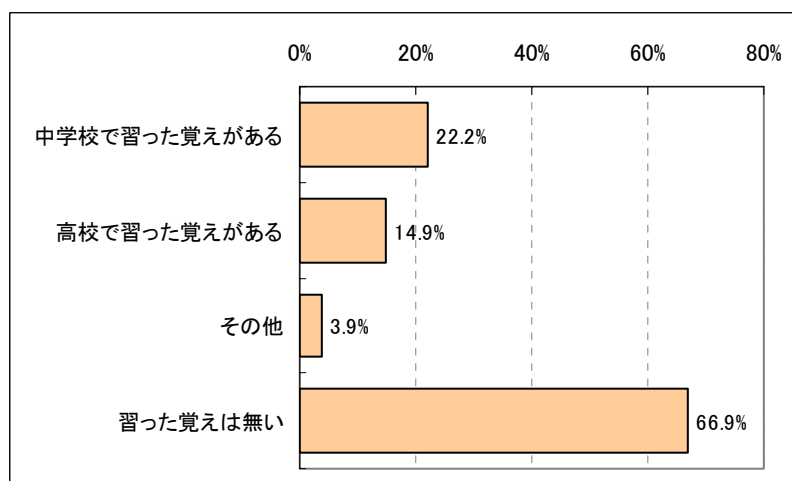


図 3-39 「中学校または高校の授業で、食品の安全について習った覚えがありますか？」という質問への回答 (n=1,078, MA)

具体的に、どの科目の授業で食品の安全について習ったかを質問したところ、中学、高校ともに「家庭科」の授業と言う回答が 8 割を超えた。なお、中学校では「社会」の授業で食品の安全について習ったと言う回答が 13.8%であり、「保健体育」(7.1%)や「理科」(7.1%)の授業という回答を上回った。

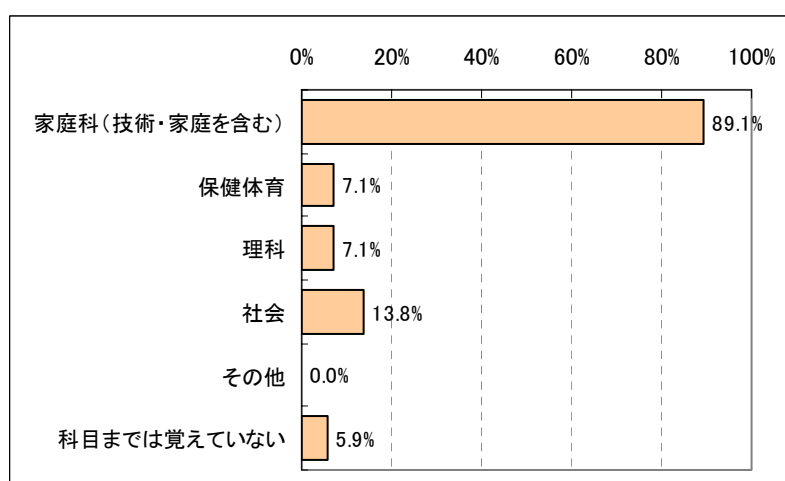


図 3-40 「食品の安全について、中学校のどの科目の授業で習いましたか？」という質問への回答 (n=239, MA)

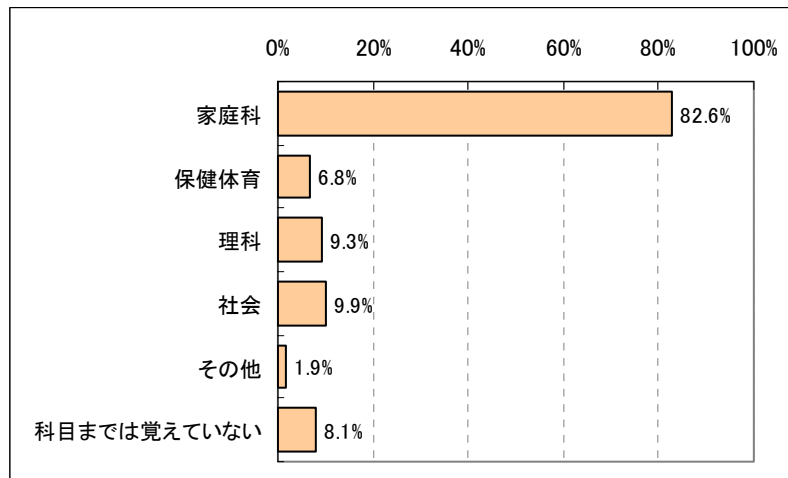


図 3-41 食品の安全について、高校のどの科目の授業で習いましたか？」という質問への回答 (n=161, MA)

(c) 農薬や添加物のメリット

農薬については、4割から5割が、選択肢として提示した点についてメリットを感じていると回答した。「価格の高騰を押さえている」というメリットを感じた回答者が最も少なく35.5%であった。一方、「メリットは無い」という回答が13.2%であった。この結果から、農薬を利用するメリットについて、ある程度の理解が消費者にはあると考えられる。

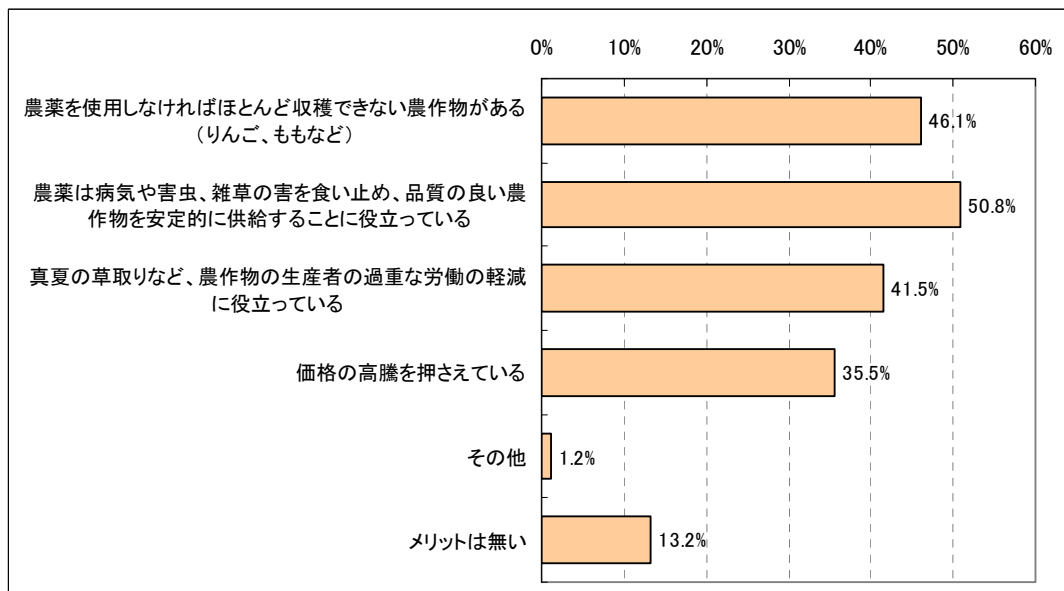


図 3-42 「消費者の立場として、農薬が利用されることに何らかのメリットをお感じになりますか？」という質問への回答 (n=1,078, MA)

食品添加物については、「食品の微生物の増殖や酸化を抑えることにより、保存性を高める」(51.0%)、「食品の微生物の増殖や酸化を抑えることにより、食中毒の発生を予防する」(38.2%)については、消費者の理解を得られているが、その他の項目についてはメリットを感じるとする回答が少なかった。特に、「栄養の強化」や「嗜好性を高める」という点に関しては、メリットと感じる回答が10%以下であった。この結果から、「栄養の強化」や「嗜好性を高める」などの安全性と直接関係しない機能については、多くの消費者は食品添加物に対してメリットを感じていないことが分かった。また、「メリットは無い」が25.5%で、農薬の場合と比べて2倍程度となった。この点からも、食品添加物については、農薬以上に消費者が慎重な態度を取っていることが推察される。

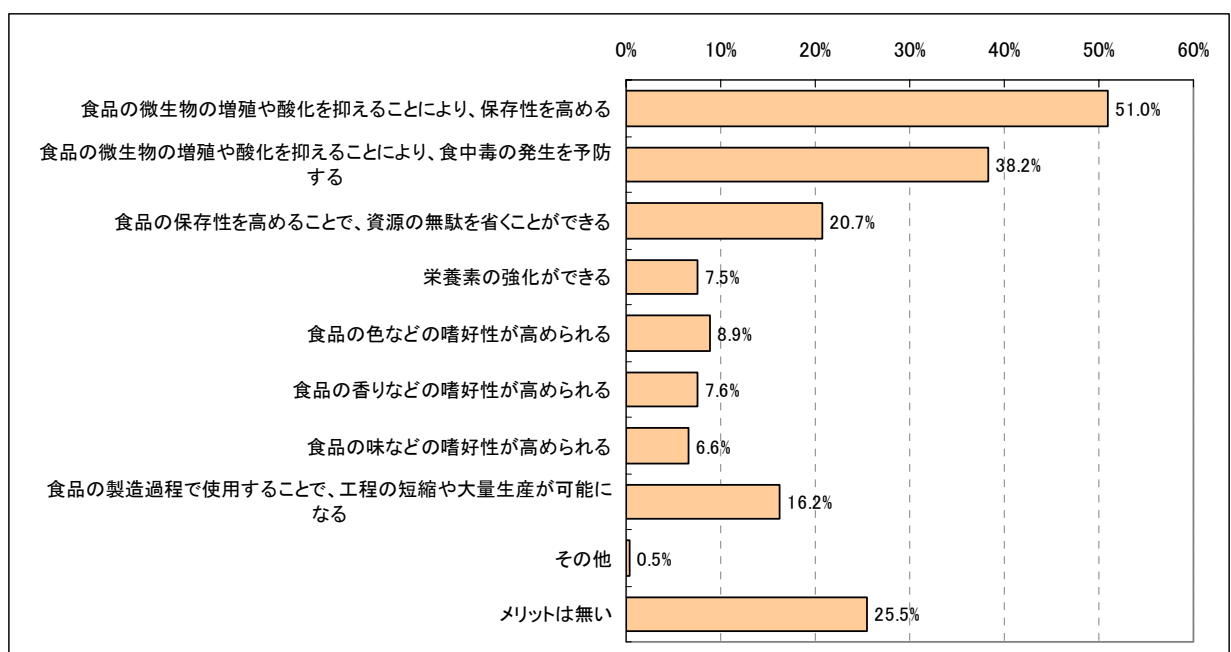


図 3-43 「消費者の立場として、食品添加物が利用されることに何らかのメリットをお感じになりますか？」という質問への回答
(n=1,078, MA)

(d) 食品の安全性

現在、日本で流通販売されている食品の安全性について質問したところ、「安全性は確保されている」は23.8%と、全体の約4分の1に留まった。「安全性は確保されていない」(38.5%)という回答が約4割にものぼった。また、「分からない」(37.8%)も約4割となった。食生活には概ね満足している一方で、食品の安全性確保に大きな懸念を消費者が抱いていることが今回の調査から明らかになった。

同様に、「生産、輸入から加工、流通、販売までの全ての過程で、国等が定める規制や基準」が実際には守られていないのではないかという懸念を多くの消費者が抱いていることも分かった。「守られていない」という回答が47%と5割近くになっている。この点は、基準や規制を守るべき事業者への不信や、基準や規制が守られていることを監視する体制への不信などが原因となっている可能性がある。

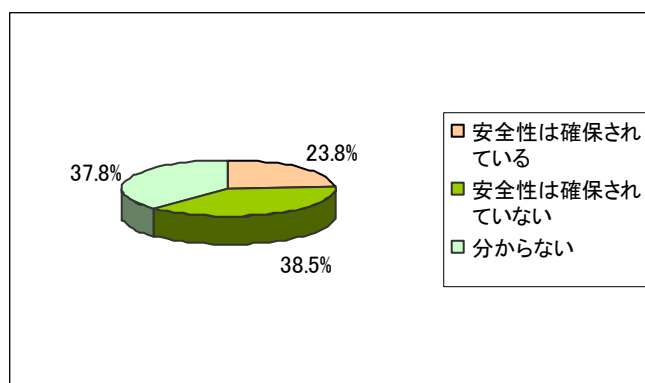


図 3-44 「現在、日本で流通販売されている食品の安全性についての
あなたのお考えをお選びください。」という質問への回答
(n=1,078、SA)

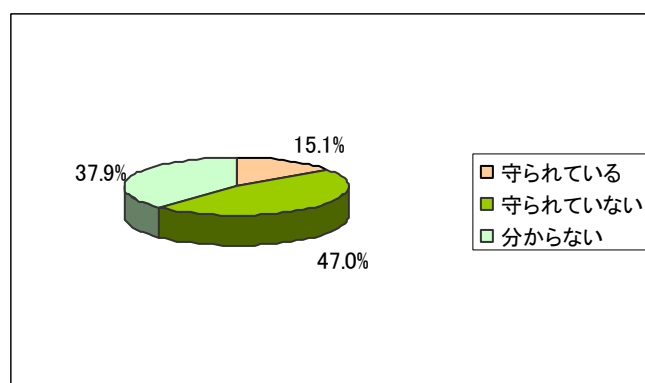


図 3-45 「生産、輸入から加工、流通、販売までの全ての過程で、国
等が定める規制や基準が実際に守られているかどうかについて、
あなたのお考えをお選びください。」という質問への回答
(n=1,078、SA)

なお、図2に示したように、現在の食生活について、「満足している」または「まあ満足している」との回答が80%を上回っているが、「食品の安全性は確保されている」という回答は約20%にとどまっている。「食品の安全性への確保」についての考えと、「現在の

「食生活への満足度」の関係調べるためにクロス集計を行った。結果を以下に示す。

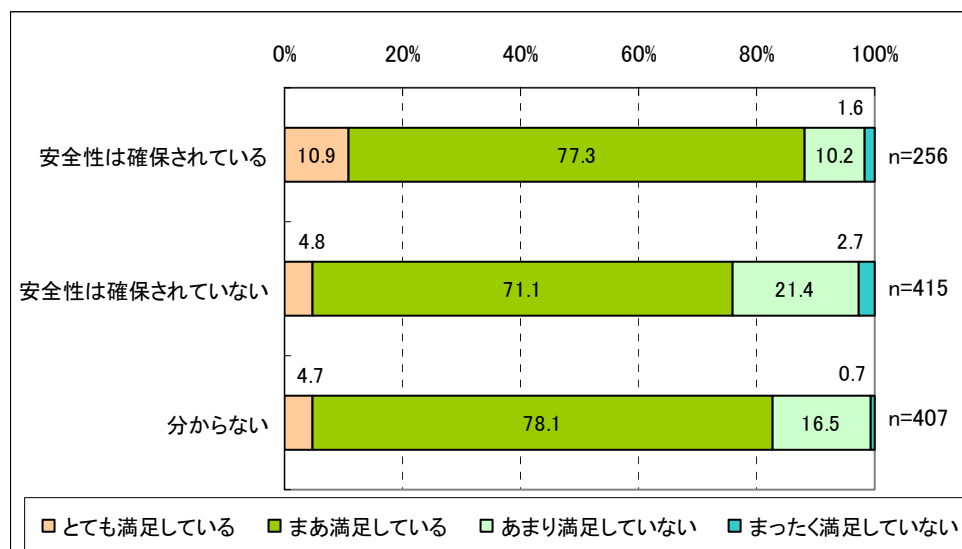


図 3-46 「安全性への確保」の考え別に見た「食生活への満足度」

この結果より、「安全性は確保されている」と考える消費者の方が、「安全性は確保されていない」と考える消費者よりも、食生活の満足度は高いことが分かる。ただし、この差は10%程度であり、「安全性の確保」が「食生活への満足度」に及ぼす影響は全体としては高くないことが分かる。

食品の安全性を確保するためには、食品の生産から消費までのうち、どの段階を改善することが重要かという質問をしたところ、「生産段階」(70.0%)、「製造、加工段階」(58.0%)という回答が圧倒的に多かった。一方で、「家庭での段階」や「外食での段階」などという回答は少なかった。この結果からは、消費者から遠いフードチェーンの段階ほど、安全性確保に関する懸念が高いことが分かる。一方で、食中毒の発生等については、家庭での調理や外食も少なからぬ原因となっていることから考えると、家庭や外食に関して消費者は現実以上に安全性が確保されていると考える傾向があると言える。

今回の調査結果は、平成15年度に実施された国政モニター調査⁴と概ね同様の傾向を示した。比較的違いが大きかった点は以下の3つである。

- ・「生産段階」との回答が今回調査では15%ほど少ない
- ・「自然環境」との回答が今回調査では10%ほど少ない
- ・「流通段階」との回答が今回調査では10%ほど多い

⁴ 内閣府、「食の安全性に関する意識調査」、平成15年12月調査
(http://www8.cao.go.jp/monitor/kadai/1602_foodsafety.html)

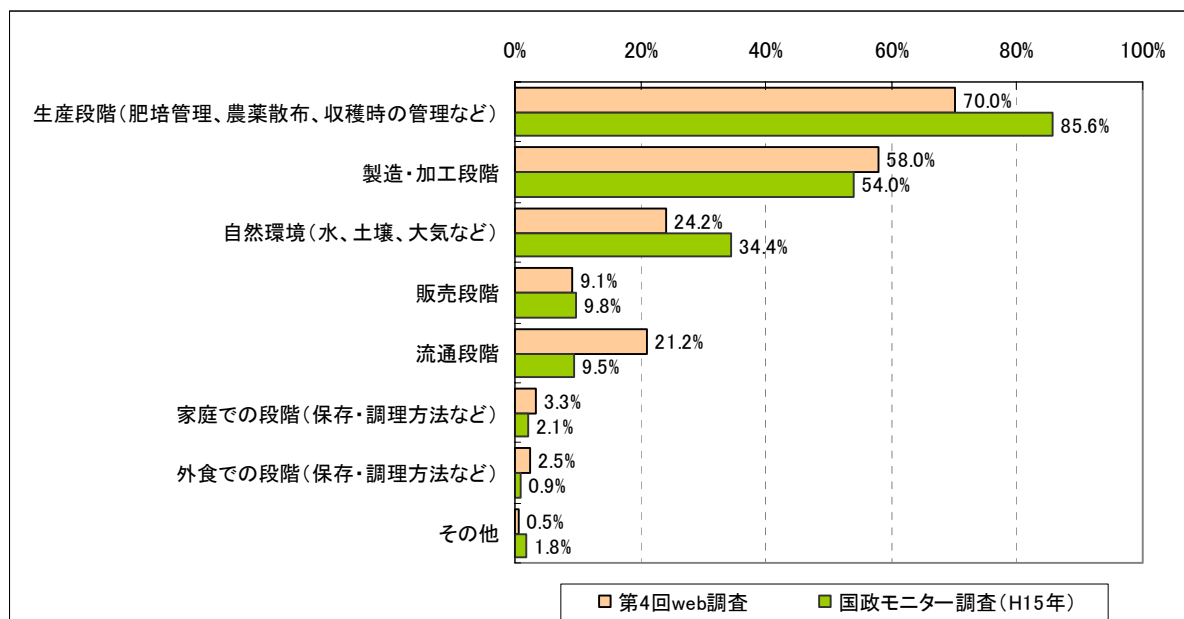


図 3-47 「食品の安全性を確保するためには、食品の生産から消費までのうち、どの段階において、改善していくことが重要と考えますか？当てはまるものを最大2つまでお選びください。」
 という質問への回答 (n=1,078, MA)
 比較は平成 15 年度の国政モニター調査結果

3.5 第5回調査の結果

3.5.1 調査概要

- ①調査対象： 「goo リサーチ」登録モニター
- ②調査方法： インターネットアンケート
- ③調査期間： 2006年12月26日（火）～12月28日（木）
- ④有効回答者数： 1,269

3.5.2 調査結果

(1) 回答者の属性

(a) 性・年齢

性、年齢別の回答者属性を表 3-13 に示す。

表 3-13 回答者属性

性別	年齢	回答者数	参考	
			人口構成比 (H17年国勢調査)	構成比
男性	20～49歳	300 (23.6%)	24,508,900	23.6%
女性	20～49歳	293 (23.1%)	24,136,900	23.3%
男性	50歳～	303 (23.9%)	25,228,900	24.3%
女性	50歳～	373 (29.4%)	29,787,700	28.7%
合計		1,269 (100.0%)	103,662,400	100.0%

(b) 職種

職種別の回答者属性を表 3-14 に示す。回答者の中では主婦（主夫）の割合が 23.2%と最も高かった。

表 3-14 回答者の職種分布

職種	回答者数	割合
1 公務員・非営利団体職員	69	5.4%
2 会社・団体の経営者・役員	32	2.5%
3 その他給与所得者(管理職)	50	3.9%
4 その他給与所得者(事務職)	111	8.7%
5 その他給与所得者(技術・専門職)	140	11.0%
6 その他給与所得者(販売・サービス)	69	5.4%
7 その他給与所得者(その他)	23	1.8%
8 教職員	30	2.4%
9 医師・医療技術士・医療関係者	27	2.1%
10 自営業	114	9.0%
11 農林漁業	3	0.2%
12 弁護士・公認会計士・税理士	2	0.2%
13 その他自由業(フリーター含む)	49	3.9%
14 専業主婦(主夫)	326	25.7%
15 兼業・有職主婦(主夫)	67	5.3%
16 大学・大学院生・短大・専門学校生	23	1.8%
17 高校生・予備校生	1	0.1%
18 小学生・中学生	0	0.0%
19 無職	108	8.5%
20 その他	25	2.0%
合計	1,269	100.0%

(2) 回答結果

(a) ジャガイモ食品

1) ジャガイモを素揚げ調理したものの好き嫌いと摂取頻度

「まあまあ好き」と答えた回答者が約6割でもっとも多かった。次いで、「あまり好きではない」が2割弱であった。

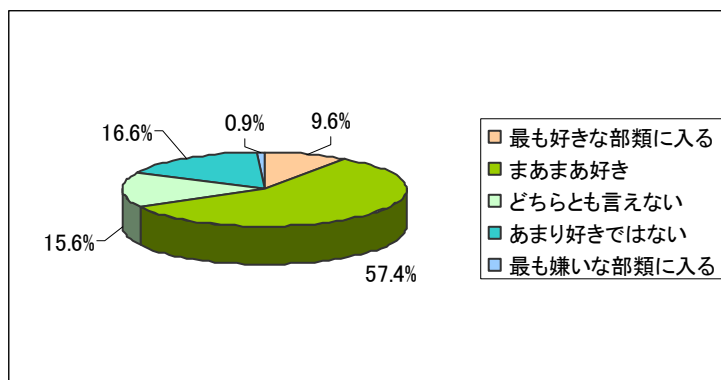


図 3-48 「フライドポテトやポテトチップスなどジャガイモを素揚げ調理したものは好きですか？」への回答 (n=1,269、SA)

「月に1回程度」と答えた回答者が約6割でもっとも多かった。次いで、「週に1回程度」が約3割であった。

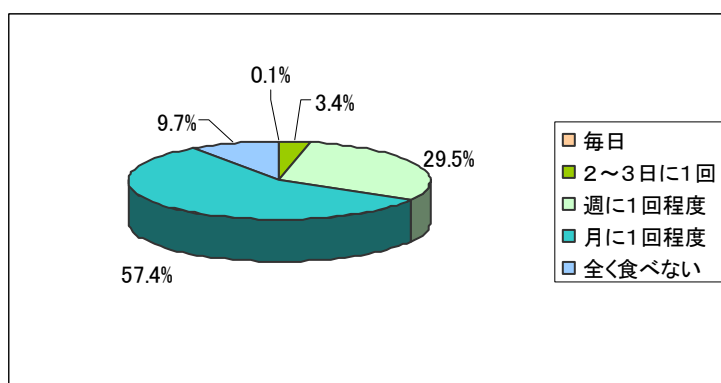


図 3-49 「フライドポテトやポテトチップスなどジャガイモを素揚げ調理したものをどのくらいの頻度で食べますか？」への回答 (n=1,269、SA)

2) ジャガイモを素揚げ調理したものに関する知識

回答者の約4人に3人は「関心がある」と回答した。

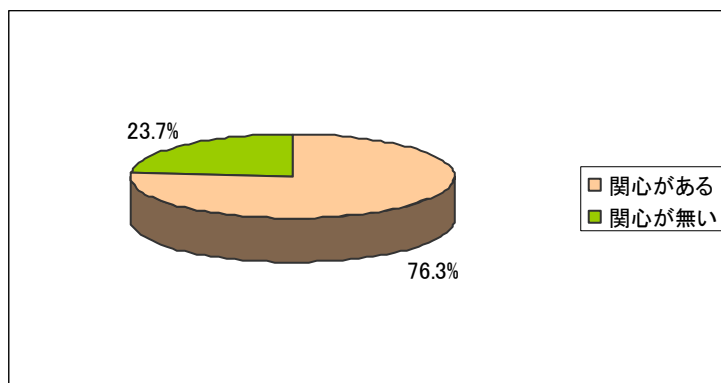
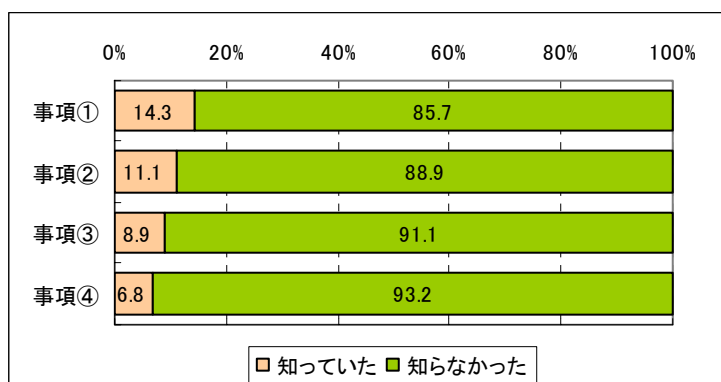


図 3-50 「フライドポテトやポテトチップスなどジャガイモを素揚げ調理したものが健康に与える影響について関心はありますか？」への回答 (n=1,269、SA)

アクリルアミドに関する主要な事項は、全ての事項において9割前後の回答者が「知らなかった」と回答した。また、全ての事項を「知らなかった」と回答した人が約8割いた。



事項①:加工食品中のアクリルアミドは遺伝毒性や発がん性が懸念される物質であり、デンプンを多く含む食材を高温で加熱した食品に生成されるということを、2002 年 4 月にスウェーデン政府が発表した。アクリルアミドについては、極めて高用量を投与した動物実験では、その影響が確認されているが、ヒトが食品中に含まれる極めて微量のアクリルアミドを摂取した際の影響については、未だ明らかになっておらず、食品中に含まれる微量のアクリルアミドが、ヒトに対して影響を示すのかどうかについて調査研究が進められている。

事項②:2004年3月に開催された第36回コーデックス委員会食品添加物汚染物質部会(CCFAC)では様々な食品中のアクリルアミド含有量が示された中で、多くの食品にアクリルアミドが確認されているが、ジャガイモをゆでたり蒸したりしても生成は確認されておらず、フライドポテトやポテトチップスなどの素揚げ調理したものに生成が見られる。

事項③:アクリルアミドは高温で加熱した様々な加工食品に含有することが分かっているが、現在の食生活を直ちに直す必要はないと考えられる。大切なことは、以下の通りである。1. 十分な果実、野菜を含む様々な食品をバランスよく取り、揚げ物や脂肪が多い食品の過度な摂取を控える。2. 炭水化物の多い食品を必要以上に長時間、高温で加熱しない。3. 生のジャガイモを低温で保存するとデンプンの一部が糖へと変化するため、冷蔵庫に保存した生のジャガイモは、揚げ物などの高温加熱を避ける。

事項④:アクリルアミドが高温で加熱した食品に含まれていることが分かった後も、各国の公的機関で今までの食生活を変えるように指導しているところはない。

図 3-51 アクリルアミドに係る事項の理解に関する回答
(n=1,269、SA)

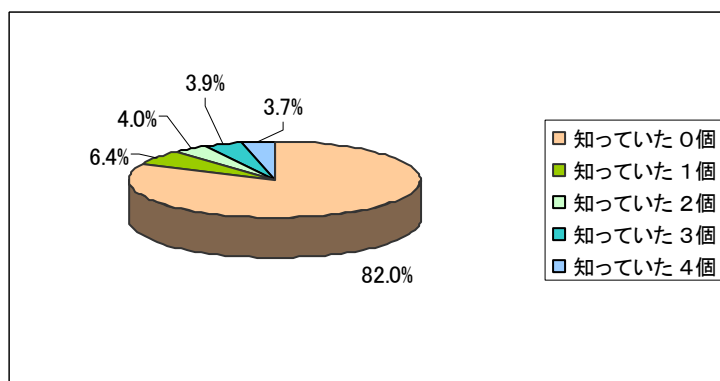


図 3-52 事項①～④について「知っていた」と回答した個数の回答者数比率 (n=1,269、SA)

3) ジャガイモを素揚げ調理したものへの不安とその理由

回答者の約3割は「不安を感じる」、約4割は「まあまあ不安を感じる」と回答しており、回答者の約7割はなんらかの不安を感じていた。

その理由としては、「いくら体制を整えても、アクリルアミドを摂取することによる健康被害の危険はゼロにならないから」が4割強でもっとも多く、「生産者、流通業者や行政機関が、消費者の安全よりコストを優先していると感じるから」が2割強で続いている。

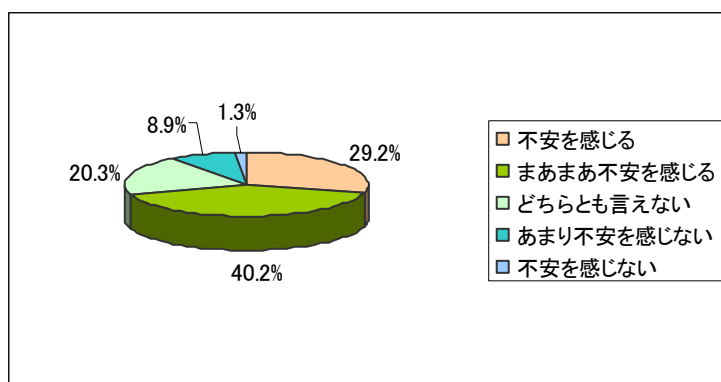


図 3-53 「フライドポテトやポテトチップスなどジャガイモを素揚げ調理したものに「アクリルアミド」が含まれることを知って、今後これらを食べることに不安を感じましたか。」への回答 (n=1,269、SA)

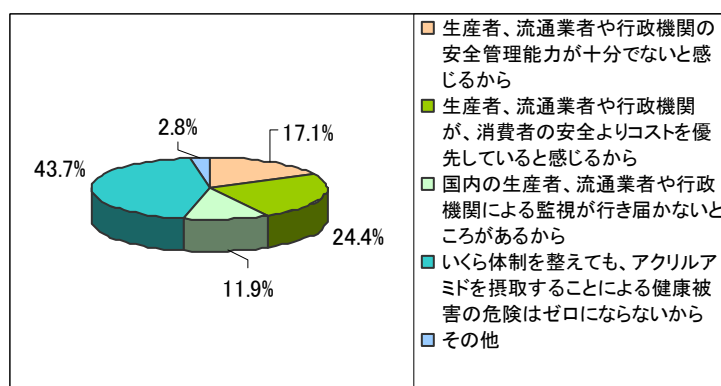


図 3-54 「フライドポテトやポテトチップスなどジャガイモを素揚げ調理したものの安全性に対して、なぜ不安を感じているのですか？」への回答 (n=881、SA)

(b) ジャガイモを素揚げ調理したものへの対応

1) ジャガイモを素揚げ調理したものへの対応

回答者のうち、「多少食べたり、買ったりしなくなった（今後そうなると思う）」と回答した人は6割強にのぼった。次いで、「全く食べたり、買ったりしなくなった（今後そうなると思う）」、「できれば控えたいが、他の食材や食品と比べ割安であるので、食べたり、買ったりすることを控えていない（今後も控えない）」が約15%であった。

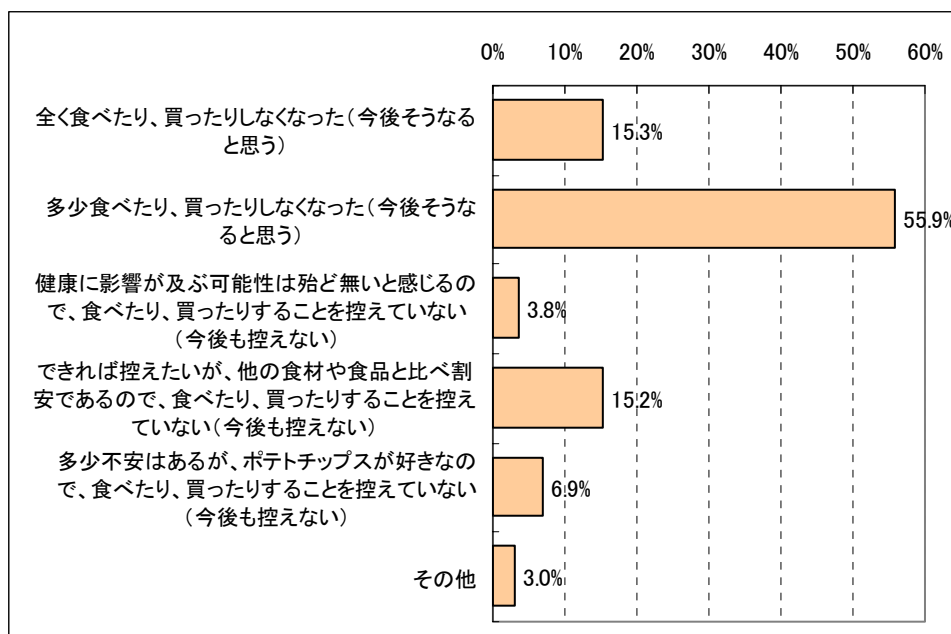


図 3-55 「不安が理由で、フライドポテトやポテトチップスなどジャガイモを素揚げ調理したものを食べたり、買ったりすることを控えるようになりましたか（控えようと思いましたか）？」への回答（n=1,269、SA）

ジャガイモを素揚げ調理したものに関する知識の多寡に関わらず、ジャガイモを素揚げ調理したものへの対応に目立った差は見られない。

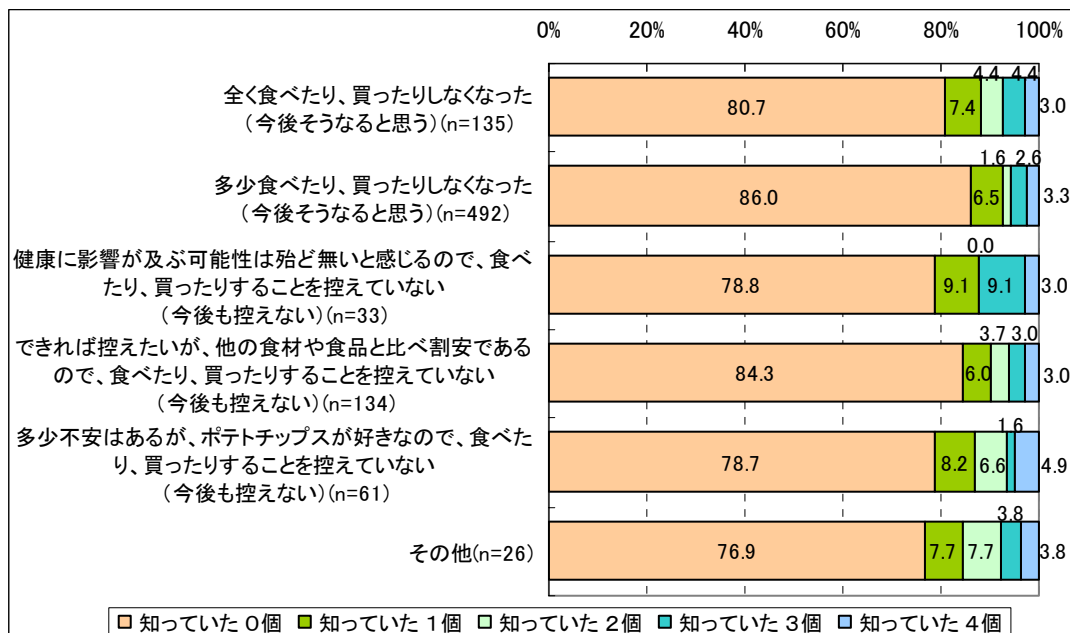


図 3-56 「ジャガイモを素揚げ調理したものに関する知識」と「ジャガイモを素揚げ調理したものへの対応」のクロス集計 (n=1,269、SA)

2) ジャガイモを素揚げ調理したものに不安を感じない理由

回答者の約 4 人に 3 人は「発がんのリスクは、この食品以外にも多く存在し、この食品を摂取しただけで深刻な影響が及ぶとは思わないから」と回答している。

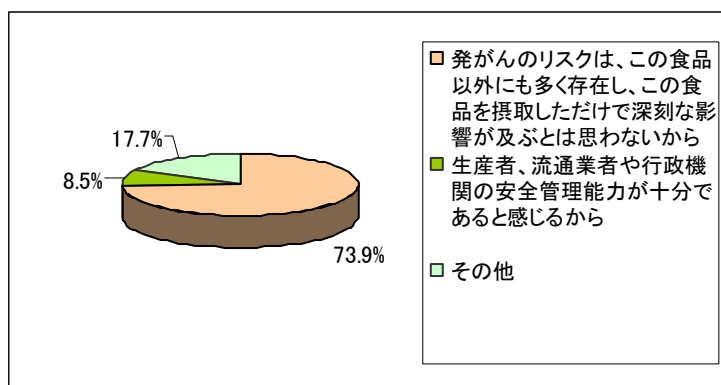


図 3-57 「フライドポテトやポテトチップスなどジャガイモを素揚げ調理したものの安全性に対して、なぜ、不安を感じないのですか？」への回答 (n=1,269、SA)

(c) 牛肉の安全性（BSE）に対する意識

1) 嗜好

回答者のうちの約4人に3人が、牛肉は「最も好きな部類に入る」、「まあまあ好き」と回答した。

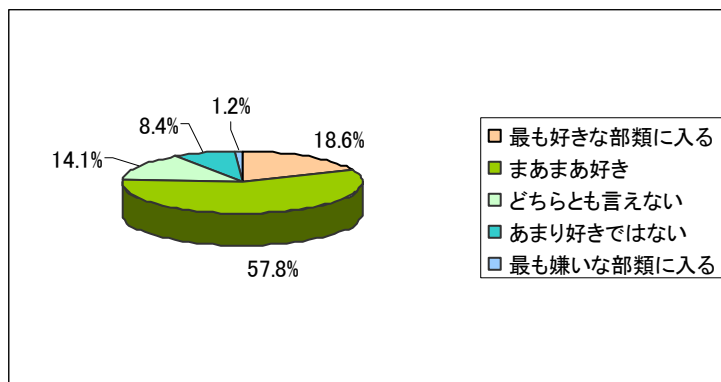


図 3-58 「牛肉は好きですか？」への回答 (n=1,269、SA)

2) 摂取頻度

回答者のうちの約45%が「週に1回程度」、約40%が「月に1回程度」牛肉を食べると回答した。

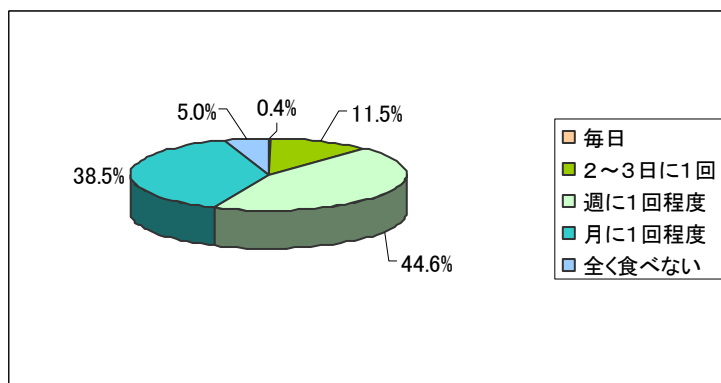


図 3-59 「牛肉をどのくらいの頻度で食べますか？」への回答 (n=1,269、SA)

3) 安全性に対する意識

牛肉の安全性に対して「関心がある」とした回答者は全体の9割に達した。

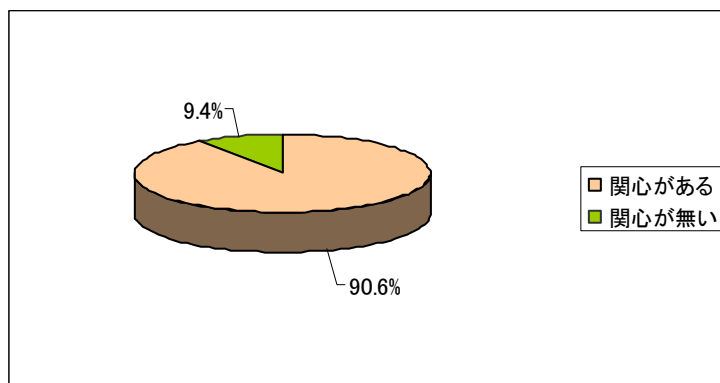


図 3-60 「牛肉の安全性について関心はありますか？」への回答
(n=1,269、SA)

回答者の6割弱が「不安を感じる（国内産の牛肉の安全性）」、「不安を感じる（海外産の牛肉の安全性）」、「不安を感じる（産地にかかわらず、牛肉全般の安全性）」と回答した。また、それぞれの項目について「まあまあ不安を感じる」を合わせると、全体で8割強が牛肉について不安を感じている。産地別に見ると、海外産の牛肉の安全性に不安を感じると回答した人が多く、全体の5割強に達した。

不安を感じる理由としては、「生産者、流通業者や行政機関の安全管理の能力が十分でないと感じるから」を選んだ回答者が約40%を占めた。この他に、「生産者、流通業者や行政機関が、消費者の安全よりコストを優先していると感じるから」を選んだ回答者が約28%で続いた。

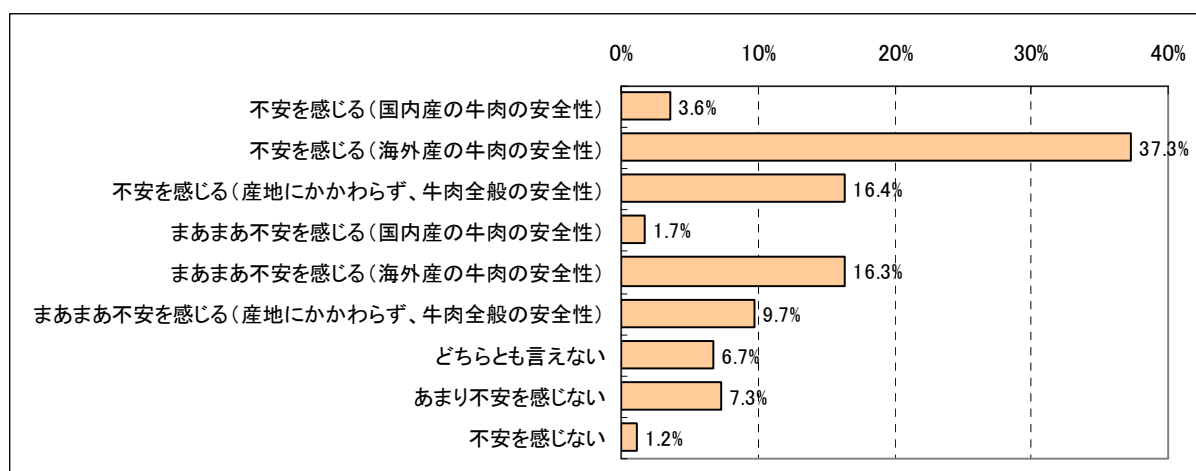
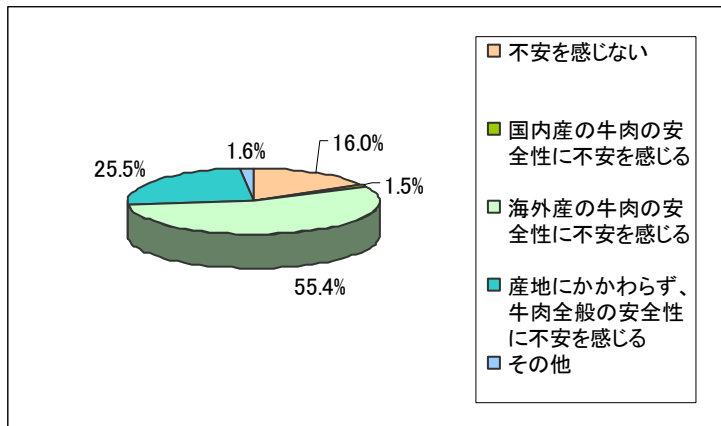


図 3-61 「牛肉の安全性に対して不安を感じていますか？」への回答 (n=1,269、SA)



(参考) 第2回調査「牛肉の安全性に対して不安を感じていますか？」への回答 (n=1,097、SA)

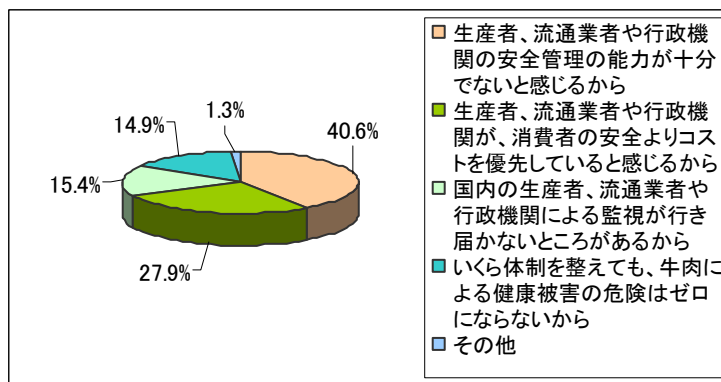
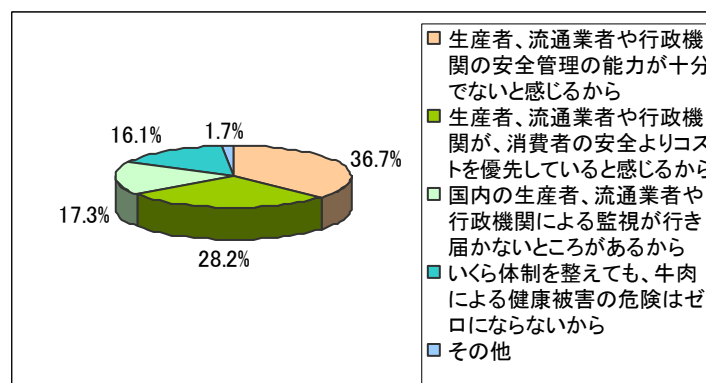


図 3-62 「牛肉の安全性に対して、なぜ不安を感じているのですか？」への回答 (n=1,077、SA)



(参考) 第2回調査「牛肉の安全性に対して、なぜ不安を感じているのですか？」への回答 (n=921、SA)

4) 購買状況

「全く食べたり、買ったりしなくなった（今後そうなると思う）」と「多少食べたり、買ったりしなくなった（今後そうなると思う）」を選んだ回答者が合わせて8割を占めた。

また、不安が理由で「全く食べたり、買ったりしなくなった（今後そうなると思う）」という解答は米国産牛肉で 42.8%となっており、ジャガイモの場合の 15.3%を大きく上回っている。

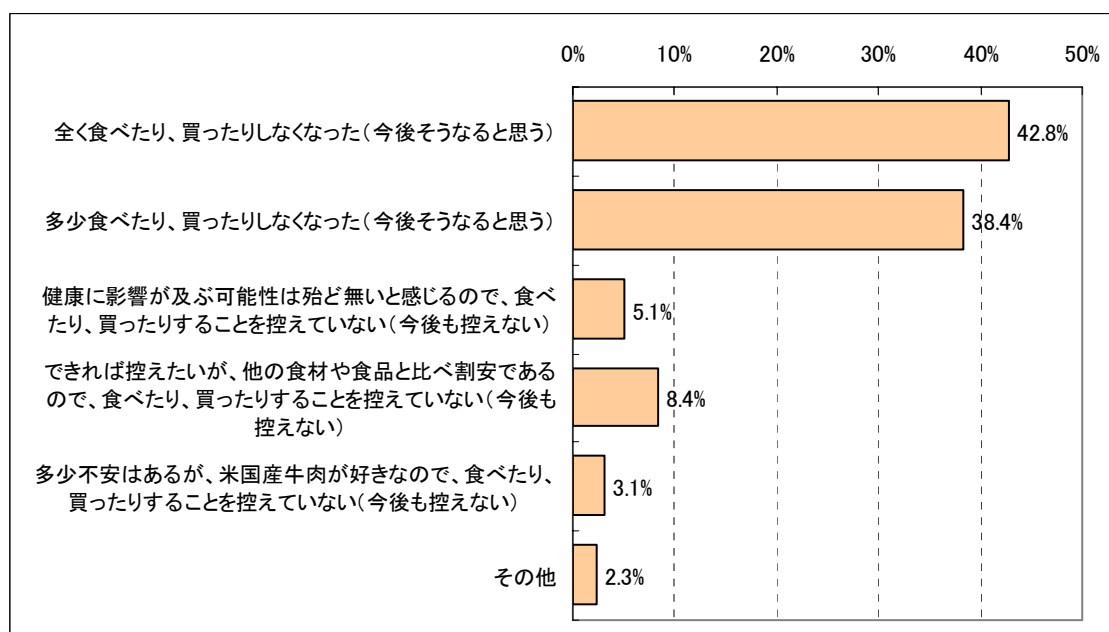
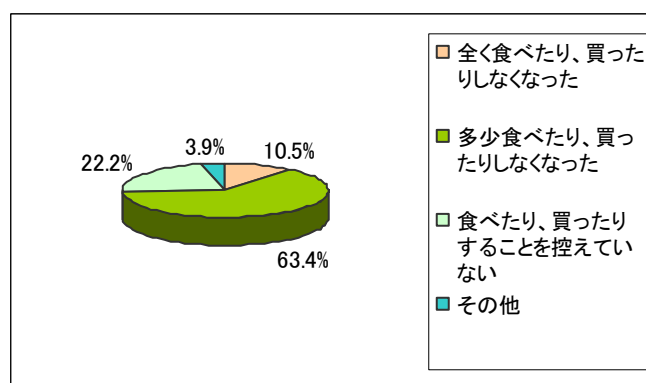


図 3-63 「不安が理由で、米国産牛肉を食べたり、買ったりすることを控えるようになりましたか（控えようと思いましたか）？」への回答（n=1,077、SA）



（参考）第2回調査「不安が理由で牛肉を食べたり、買ったりすることを控えるようになりましたか？」への回答（n=921、SA）

5) 牛肉の安全性に対して不安を感じない理由

不安を感じない理由としては、「米国産牛肉を摂取しても、安全性に問題ないと感じるから」を選んだ回答者が5割強を占めた。

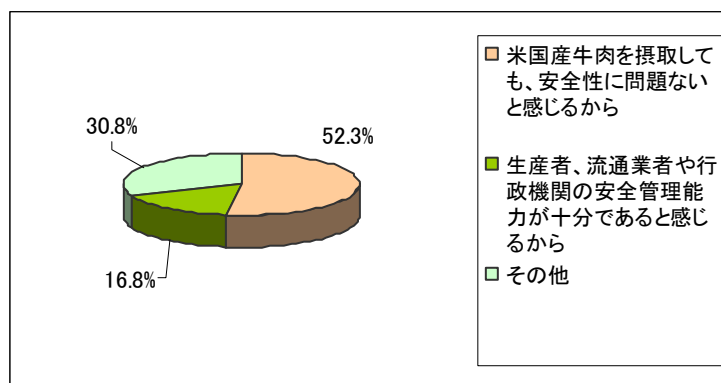


図 3-64 「牛肉の安全性に対して、なぜ不安を感じないのですか？」への回答 (n=107、SA)

6) キーワードの認知度

「BSE (牛海綿状脳症)」というキーワードを知っていた回答者は全体の 96%に達した。

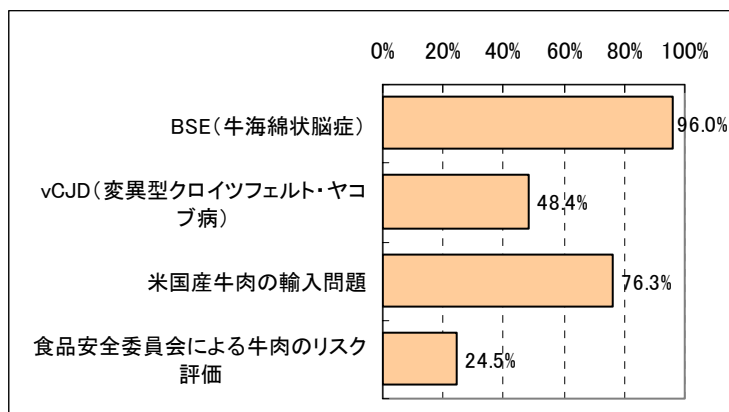


図 3-65 「牛肉の安全性に関する次のキーワードをご存じですか？」への回答 (n=1,269、MA)

7) 食品安全委員会の評価の認知度

回答者の約 6 割が食品安全委員会による米国産牛肉の評価結果を知っていた。

また、評価結果を知っていた回答者の方が米国産牛肉を買い控えている傾向が見られた。

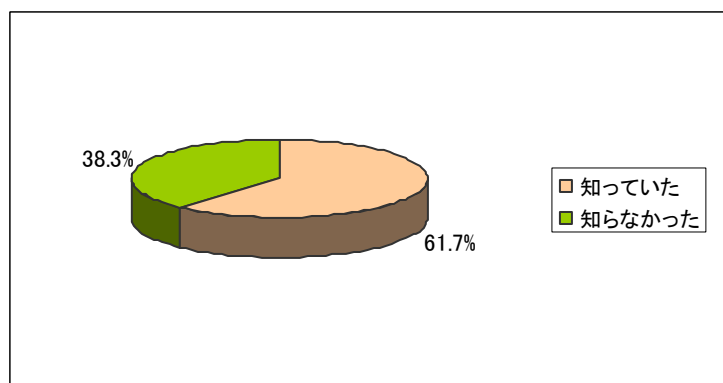


図 3-66 「米国産牛肉について、「特定危険部位除去と 20 ヶ月齢以下という輸出プログラムが守られれば国産牛肉とのリスクの差は非常に小さい」という食品安全委員会の評価結果をご存じですか？」への回答 (n=1,269、SA)

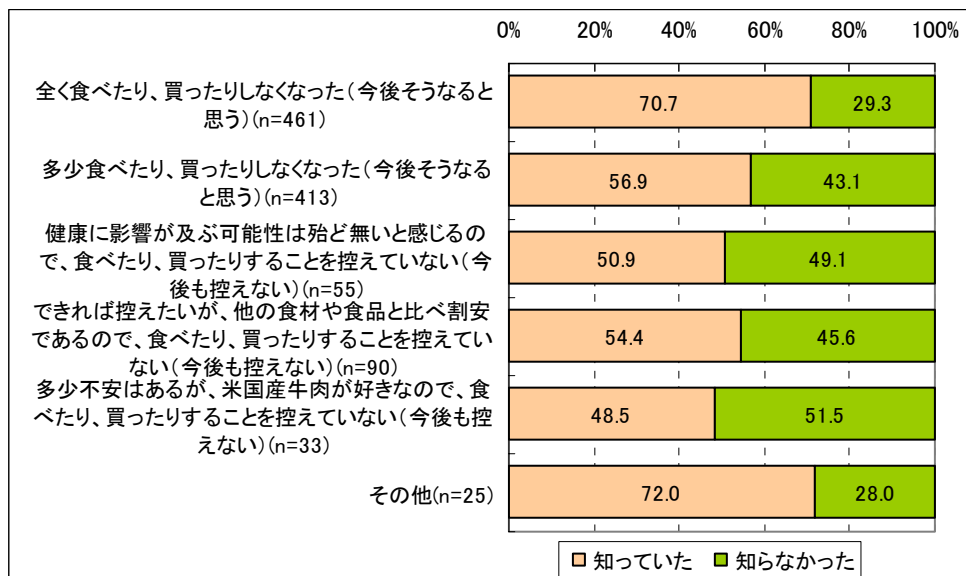


図 3-67 「牛肉の安全性に関するキーワードの認知度」と「購買意欲」
のクロス集計 (n=1,269、SA)

(d) 情報源

1) 食品の安全性について信頼できる情報源

新聞が6割で最も信頼しており、テレビ番組が5割強、消費者団体・生協等からの情報が3割でつづく結果となっている。

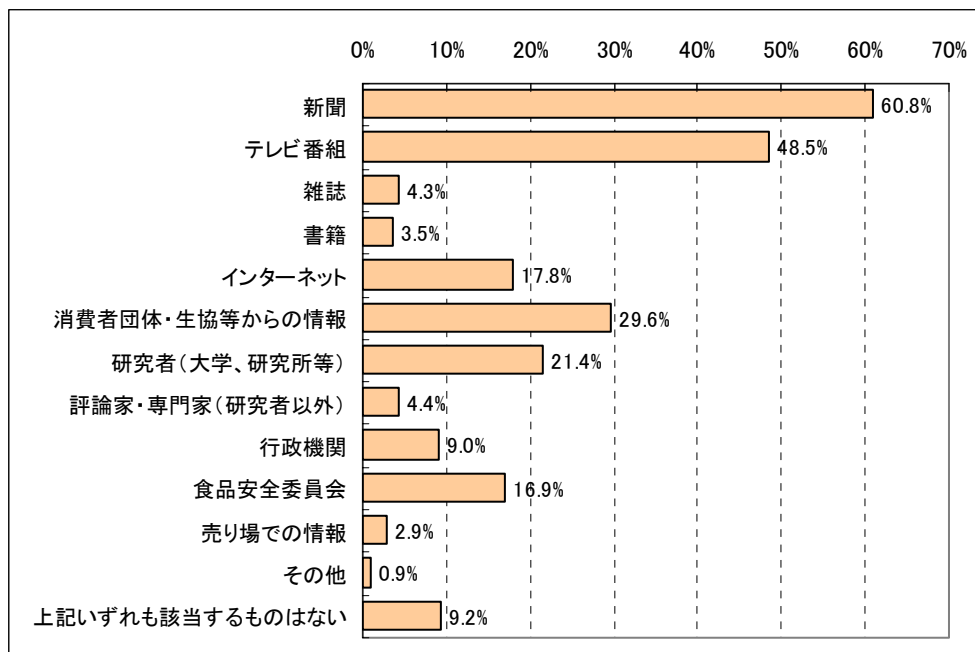


図 3-68 「食品の安全性についてどの情報源が信頼できますか。信頼できると思う情報源を最大3つまでお選びください。」への回答
(n=1269、MA)

3.6 第6回調査の結果

3.6.1 調査概要

- ①調査対象： 「goo リサーチ」登録モニター
- ②調査方法： インターネットアンケート
- ③調査期間： 2007年3月8日（木）～3月12（月）
- ④有効回答者数： 1,100

3.6.2 調査結果

(1) 回答者の属性

(a) 性・年齢・地域

性年齢、地域別の回答者属性を表 3-15 に示す。

表 3-15 回答者属性

地域	年代	回答者数			参考：人口構成比(H17 国勢調査)			
		男性	女性	合計	男	女	男	女
北海道 東北	20-49 歳	28	29	57	2,699,100	2,744,300	2.6%	2.6%
	50 歳～	33	43	76	3,134,300	3,862,100	3.0%	3.7%
関東	20-49 歳	99	93	192	9,404,000	8,836,900	9.1%	8.5%
	50 歳～	91	102	193	8,568,300	9,596,100	8.3%	9.3%
中部	20-49 歳	41	40	81	3,935,400	3,754,300	3.8%	3.6%
	50 歳～	43	52	95	4,099,700	4,788,400	4.0%	4.6%
関西	20-49 歳	42	43	85	3,918,600	4,063,300	3.8%	3.9%
	50 歳～	42	51	93	4,065,800	4,827,100	3.9%	4.7%
四国・中国	20-49 歳	21	22	43	1,985,300	2,028,800	1.9%	2.0%
	50 歳～	27	34	61	2,497,100	3,085,300	2.4%	3.0%
九州・沖縄	20-49 歳	26	28	54	2,566,500	2,709,300	2.5%	2.6%
	50 歳～	30	40	70	2,863,700	3,628,700	2.8%	3.5%
合計		523	577	1,100	49,737,800	53,924,600	48.0%	52.0%

(b) 職種

職種別の回答者属性を表 3-16 に示す。回答者の中では主婦（主夫）の割合が 24.9%と最も高かった。

表 3-16 回答者の職種分布

職種	回答者数	割合
1 公務員・非営利団体職員	50	4.5%
2 会社・団体の経営者・役員	19	1.7%
3 その他給与所得者(管理職)	59	5.4%
4 その他給与所得者(事務職)	110	10.0%
5 その他給与所得者(技術・専門職)	133	12.1%
6 その他給与所得者(販売・サービス)	57	5.2%
7 その他給与所得者(その他)	34	3.1%
8 教職員	19	1.7%
9 医師・医療技術士・医療関係者	19	1.7%
10 自営業	104	9.5%
11 農林漁業	3	0.3%
12 弁護士・公認会計士・税理士	0	0.0%
13 その他自由業(フリーター含む)	40	3.6%
14 専業主婦(主夫)	274	24.9%
15 兼業・有職主婦(主夫)	65	5.9%
16 大学・大学院生・短大・専門学校生	22	2.0%
17 高校生・予備校生	1	0.1%
18 小学生・中学生	1	0.1%
19 無職	73	6.6%
20 その他	17	1.5%
合計	1,100	100.0%

3.6.3 回答結果

(1) 食品表示と消費者のイメージ形成

「無添加」という表示がある商品とない商品のイメージの違いについて質問した。その結果、「無添加」とあるほうが安全（17.9%）と、「無添加」とあるほうが、どちらかという安全（61.4%）をあわせると、約 8 割となり、「無添加」の表示のある商品の方がより安全であると認識される傾向が強いことが分かった。

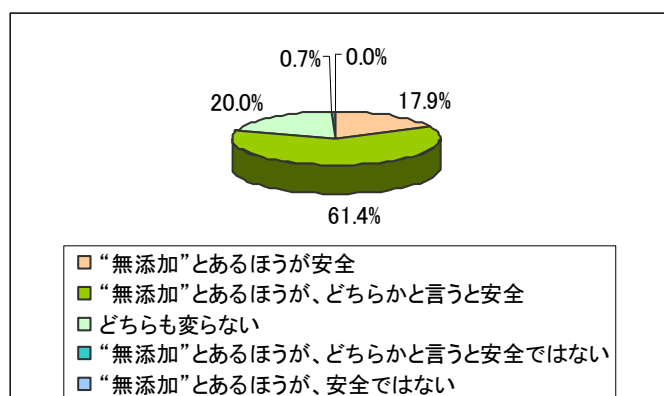


図 3-69 「無添加」と目に付くところに表示されている商品とそうでない商品を比べて以下のうち、一般にどのような印象を受けますか？」への回答（n=1,100、SA）

次に、それぞれを選んだ理由について質問した。「無添加」とあるほうが安全」を選んだ回答者が選んだ理由で最も多かったのは、「少しでも添加物が入っていれば、健康に悪影響がある」（56.9%）、次いで「添加物の使用が国の基準内であっても、国の基準は甘いので健康には悪影響がある」（34.0%）であった。

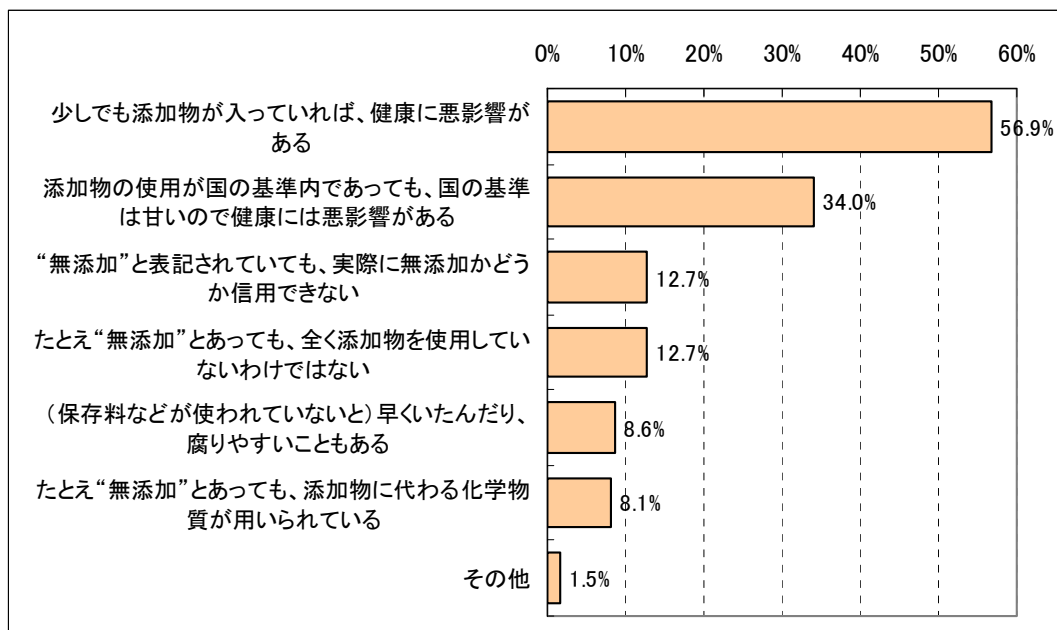


図 3-70 「“無添加”とあるほうが安全」を選んだ回答者への設問「その理由を教えてください」への回答 (n=197, MA)

一方で、「どちらも変わらない」を選んだ回答者にその理由を訊いたところ、最も多かったのは、「“無添加”と表記されていても、実際に無添加かどうか信用できない」(52.3%)、次いで「たとえ“無添加”とあっても、全く添加物を使用していないわけではない」(50.0%)であった。

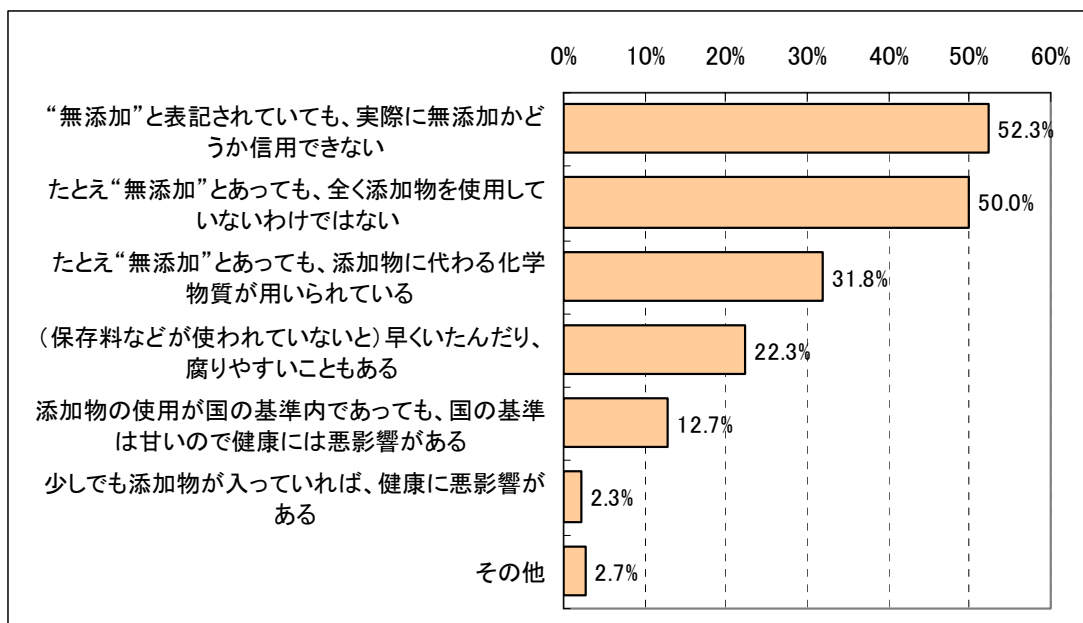


図 3-71 「（どちらも変わらない）を選んだ回答者への設問）「その理由をお答えください」への回答（n=220, MA）

(2) メッセージのわかりやすさ

食品安全委員会が過去に発表したメッセージ（「鶏肉・鶏卵の安全性に関する食品安全委員会の考え方」、図 3-72 参照）のわかりやすさについて質問した。

2004年 3月11日
2005年12月15日 更新

鶏肉・鶏卵の安全性に関する食品安全委員会の考え方

鶏肉・鶏卵は「安全」と考えます。

- 万が一、食品に鳥インフルエンザウイルスがついたとしても、現在のところ、わが国においては、以下の理由から、鶏肉や鶏卵を食べることによってヒトが感染することは考えられません。
 - ・ 酸に弱く、胃酸で不活化されることが考えられること
 - ・ ヒトの細胞に入り込むための受容体は、鳥のものと異なること
 - ・ 通常の加熱調理で容易に死滅するので、加熱すればさらに安全
- これまで、鶏肉や鶏卵を食べることによって、鳥インフルエンザウイルスがヒトに感染した例は、世界的に報告はありません。海外でヒトが感染した例は、感染した鳥と密接に接触したヒトがごくまれに呼吸器を通じてウイルスが細胞に入り込んで感染したものと考えられています。

（なお、WHO（世界保健機関）は、鶏などの家きん類にH5N1亜型が集団発生している地域（東南アジア等）では、鶏肉や鶏卵を含む、家きん類の肉及び家きん類由来製品については、食中毒予防の観点からも、十分な加熱調理（全ての部分が70℃に到達すること）及び適切な取扱いを行うことが必要であるとしています。）

鶏肉・鶏卵は、安全のための措置が講じられています。

- 国産の鶏卵は、卵選別包装施設（GPセンター）で、通常、厚生労働省の定める「衛生管理要領」に基づき、次亜塩素酸ナトリウムなどの殺菌剤で洗卵されています。
- 国産の鶏肉は、食鳥処理場で、通常、約60℃のもとで脱羽され、最終的に次亜塩素酸ナトリウムを含む冷水で洗浄されています。

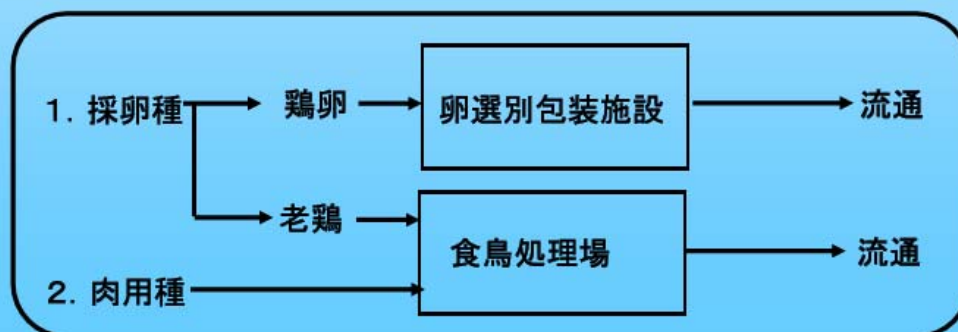


図 3-72 鶏肉・鶏卵の安全性に関する食品安全委員会の考え方

「わかりやすい」(8.1%)、もしくは、「どちらかというわかりやすい」(40.1%)との回答が約半数、「どちらかというわかりにくい」(22.8%)、もしくは、「わかりにくい」(5.3%)との回答が約3割であった。

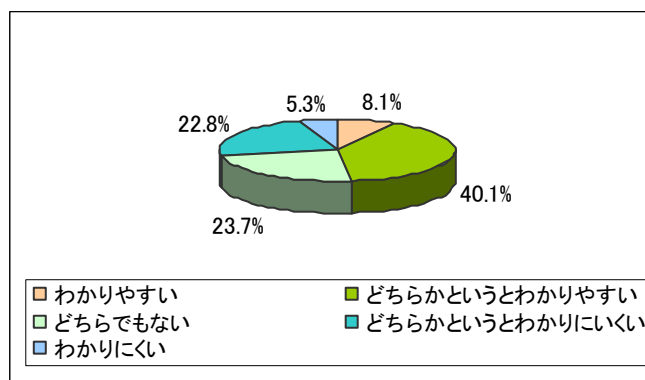


図 3-73 「このメッセージはわかりやすいですか？」への回答
(n=1,100, SA)

「わかりやすい」、もしくは、「どちらかというわかりやすい」を選んだ回答者に、その理由を訊いたところ、最も多かった回答は、「ポイントを絞って説明している」(60.8%)であり、次いで多かったのは、「安全か危険かを断定している」(30.4%)であった。

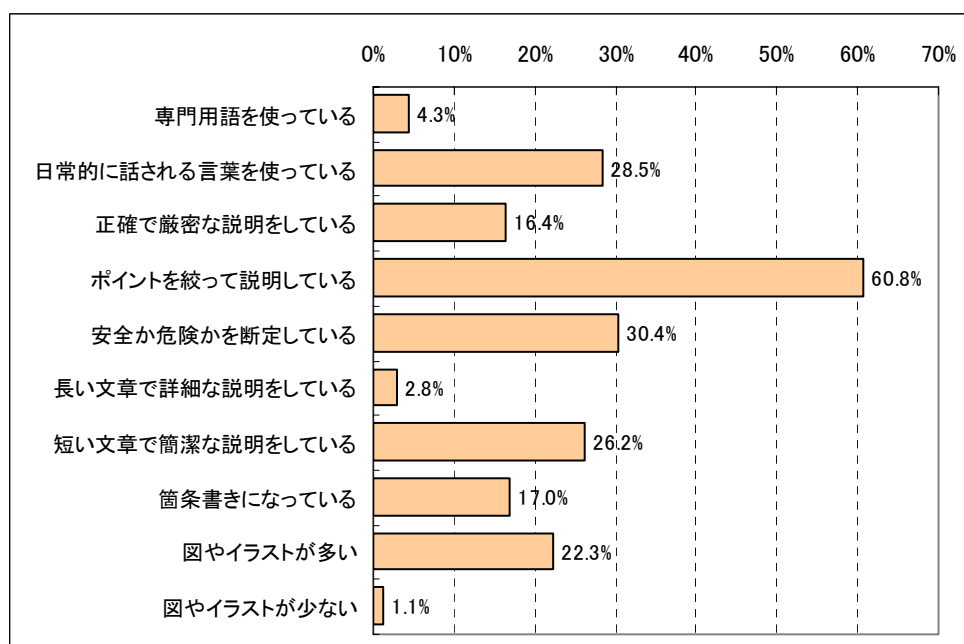


図 3-74 (食品安全委員会からのメッセージが「わかりやすい」もしくは「どちらかというわかりやすい」を選んだ回答者への設問)「その理由をお答えください」への回答 (n=530, MA)

「どちらかというとなりにくい」もしくは、「わりにくい」を選んだ回答者に、その理由を聞いたところ、最も多かった回答は、「専門用語を使っている」（45.6%）、次いで多かったのは、「長い文章で詳細な説明をしている」（44.7%）であった。

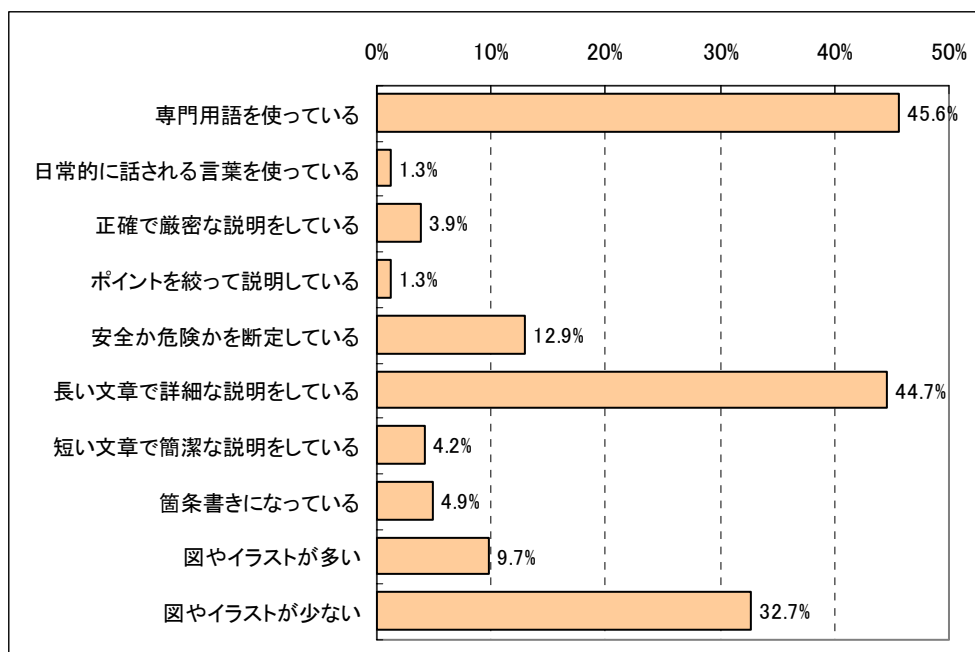


図 3-75 （食品安全委員会からのメッセージが「どちらかというとなりにくい」もしくは「わりにくい」を選んだ回答者への設問）「その理由をお答えください」への回答（n=309, MA）

次に、このメッセージに知りたい情報が含まれていたかどうかについて質問した。この結果、「はい」を選んだ回答者が約 7 割を占めた。

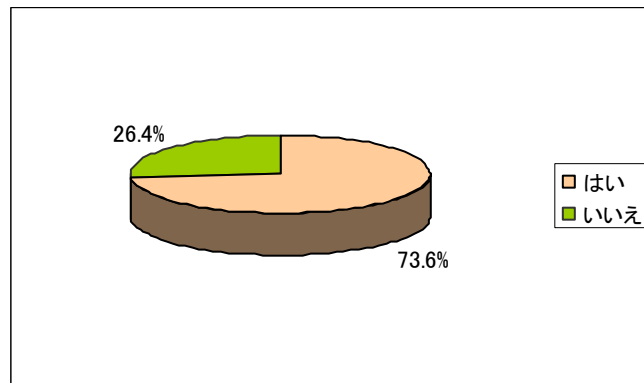


図 3-76 (食品安全委員会からのメッセージについて)「このメッセージ
にあなたが知りたい情報が含まれていましたか？」
(n=1,100, SA)

3.7 第7回調査の結果

3.7.1 調査概要

- ①調査対象： 「goo リサーチ」登録モニター
- ②調査方法： インターネットアンケート
- ③調査期間： 2007年3月5日（月）～3月8日（木）
- ④有効回答者数： 1,106
- ⑤回答者属性： 平成17年の国勢調査結果⁵をもとに、性別、年齢別、地域別（合計60区分）でサンプリングを実施。
年齢（5区分）、地域（6区分、表3-1参照）

3.7.2 調査結果

(1) 回答者の属性

(a) 性・年齢・地域

性、年齢、地域別の回答者属性を表3-17に示す。

表 3-17 性別・年齢別・地域別の回収目標数と回収数

		人口構成比(H17国勢調査)				回収目標数		回収目標数		回収数		回収数／目標数	
		男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
北海道・東北	20～29歳	824,700	818,800	0.8%	0.8%	8.0	7.9	8	8	9	10	1.13	1.25
	30～39歳	928,600	951,500	0.9%	0.9%	9.0	9.2	9	9	11	10	1.22	1.11
	40～49歳	945,800	974,000	0.9%	0.9%	9.1	9.4	9	9	10	9	1.11	1.00
	50～59歳	1,183,200	1,245,900	1.1%	1.2%	11.4	12.0	11	12	11	13	1.00	1.08
	60歳～	1,951,100	2,616,200	1.9%	2.5%	18.8	25.2	19	25	21	26	1.11	1.04
関東	20～29歳	2,958,800	2,706,400	2.9%	2.6%	28.5	26.1	29	26	32	28	1.10	1.08
	30～39歳	3,554,800	3,389,900	3.4%	3.3%	34.3	32.7	34	33	37	37	1.09	1.12
	40～49歳	2,890,400	2,740,600	2.8%	2.6%	27.9	26.4	28	26	32	28	1.14	1.08
	50～59歳	3,321,400	3,296,400	3.2%	3.2%	32.0	31.8	32	32	36	36	1.13	1.13
	60歳～	5,246,900	6,299,700	5.1%	6.1%	50.6	60.8	51	61	56	67	1.10	1.10
中部	20～29歳	1,183,400	1,105,500	1.1%	1.1%	11.4	10.7	11	11	12	12	1.09	1.09
	30～39歳	1,460,000	1,395,800	1.4%	1.3%	14.1	13.5	14	14	16	15	1.14	1.07
	40～49歳	1,292,000	1,253,000	1.2%	1.2%	12.5	12.1	12	12	13	13	1.08	1.08
	50～59歳	1,547,200	1,574,700	1.5%	1.5%	14.9	15.2	15	15	17	18	1.13	1.20
	60歳～	2,552,500	3,213,700	2.5%	3.1%	24.6	31.0	24	31	26	34	1.08	1.10
関西	20～29歳	1,220,100	1,233,400	1.2%	1.2%	11.8	11.9	11	12	12	13	1.09	1.08
	30～39歳	1,481,500	1,536,200	1.4%	1.5%	14.3	14.8	14	15	14	19	1.00	1.27
	40～49歳	1,217,000	1,293,700	1.2%	1.2%	11.7	12.5	12	13	14	15	1.17	1.15
	50～59歳	1,515,100	1,602,500	1.5%	1.5%	14.6	15.5	15	15	15	16	1.00	1.07
	60歳～	2,550,700	3,224,600	2.5%	3.1%	24.6	31.1	25	31	28	35	1.12	1.13
四国・中国	20～29歳	597,900	600,600	0.6%	0.6%	5.8	5.8	6	6	7	7	1.17	1.17
	30～39歳	711,300	713,300	0.7%	0.7%	6.9	6.9	7	7	8	8	1.14	1.14
	40～49歳	676,100	714,900	0.7%	0.7%	6.5	6.9	7	7	8	8	1.14	1.14
	50～59歳	925,900	961,400	0.9%	0.9%	8.9	9.3	9	9	10	10	1.11	1.11
	60歳～	1,571,200	2,123,900	1.5%	2.0%	15.2	20.5	15	20	17	22	1.13	1.10
九州・沖縄	20～29歳	809,500	849,300	0.8%	0.8%	7.8	8.2	8	8	8	9	1.00	1.13
	30～39歳	881,200	923,600	0.9%	0.9%	8.5	8.9	9	9	9	10	1.00	1.11
	40～49歳	875,800	936,400	0.8%	0.9%	8.4	9.0	8	9	9	10	1.13	1.11
	50～59歳	1,097,300	1,152,700	1.1%	1.1%	10.6	11.1	11	11	12	12	1.09	1.09
	60歳～	1,766,400	2,476,000	1.7%	2.4%	17.0	23.9	17	24	19	27	1.12	1.13
計		49,737,800	53,924,600	48.0%	52.0%	480	520	480	520	529	577	1.10	1.11
合計		103,662,400		100.0%		1,000		1,000		1,106		1.11	

⁵ (<http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2005/sokuhou/zuhyou/a002-1.xls> 参照)

(b) 職種

職種別の回答者属性を表 3-18 に示す。属性分布については、第 1 回調査と同様の傾向となっている。

表 3-18 回答者の職種分布

職種	回答者数	割合
1 公務員・非営利団体職員	42	3.8%
2 会社・団体の経営者・役員	27	2.4%
3 その他給与所得者(管理職)	36	3.3%
4 その他給与所得者(事務職)	100	9.0%
5 その他給与所得者(技術・専門職)	119	10.8%
6 その他給与所得者(販売・サービス)	50	4.5%
7 その他給与所得者(その他)	24	2.2%
8 教職員	17	1.5%
9 医師・医療技術士・医療関係者	17	1.5%
10 自営業	109	9.9%
11 農林漁業	5	0.5%
12 弁護士・公認会計士・税理士	3	0.3%
13 その他自由業(フリーター含む)	40	3.6%
14 専業主婦(主夫)	260	23.5%
15 兼業・有職主婦(主夫)	48	4.3%
16 大学・大学院生・短大・専門学校生	33	3.0%
17 高校生・予備校生	0	0.0%
18 小学生・中学生	0	0.0%
19 無職	145	13.1%
20 その他	31	2.8%
合計	1,106	100.0%

(2) 基本的な食習慣

食材を自分で購入するかどうかについて、第 3 回を除く 6 回の調査で質問した。結果を図 3-77 に示す。以下に示すように、全調査を通じて、「食材を自分で購入する」という回答は約 7 割で大きな変化は無かった。

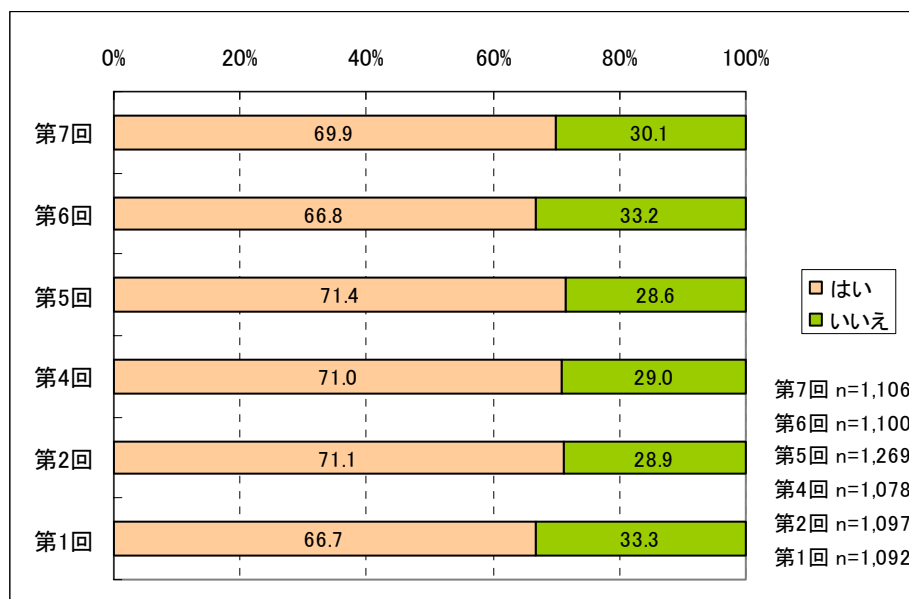


図 3-77 「食材は自分で変わることが多いですか？」への回答 (SA)

(3) 食生活への満足度

食生活への満足度について、過去数回同じ質問を行った。結果を以下に示す。

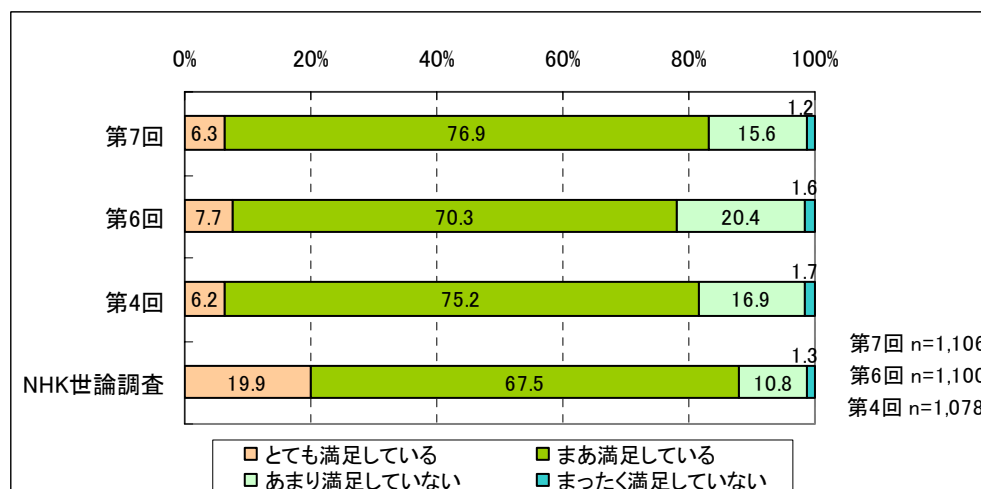


図 3-78 「あなたは、今の自分の食生活にどの程度満足していますか？」への回答 (SA)
比較対象は、「食生活に関する世論調査」(平成 18 年 3 月, NHK)

今回の web 調査の結果を、「食生活に関する世論調査 (平成 18 年 3 月, NHK)」⁶の結果

⁶ 諸藤絵美, 「「食」にこだわる, 無頓着か? ～食生活に関する世論調査から～」, NHK 放送文化研究所 放送研究と調査, p.2～21, 2006 年 8 月号

と比較すると、NHK 世論調査で「とても満足している」19.9%であったのに対し、約 3 倍程度の違いがあった。これらの結果から推測されるのは、本調査で用いた web 調査によって得られる回答者母集団の特性、および回答の傾向は、NHK の調査のような世論調査のものとは、異なる可能性が高く、回答にも差異が生じる場合があるということである。このため、これらの結果は、安易に比較することはできない。

しかし、第 4、6、7 回の web 調査結果の比較から、web 調査の結果には、ある程度の再現性があり、時系列的な比較には、耐えられる方法である可能性が高いと言える。特に、第 7 回調査では、年齢構成、地域構成を詳細区分でサンプルしたが NHK 世論調査との差は縮まらなかった。このことから、地域や年齢を詳細にサンプルしても web 調査と通常の世論調査の結果に差が出る可能性が大きいことを示唆している。

食事に関して気をつけている点についても、第 4 回と第 7 回の調査で質問した。結果を以下に示す。ほとんどの項目について web 調査の結果は NHK の調査結果よりも若干結果が高くなっている。

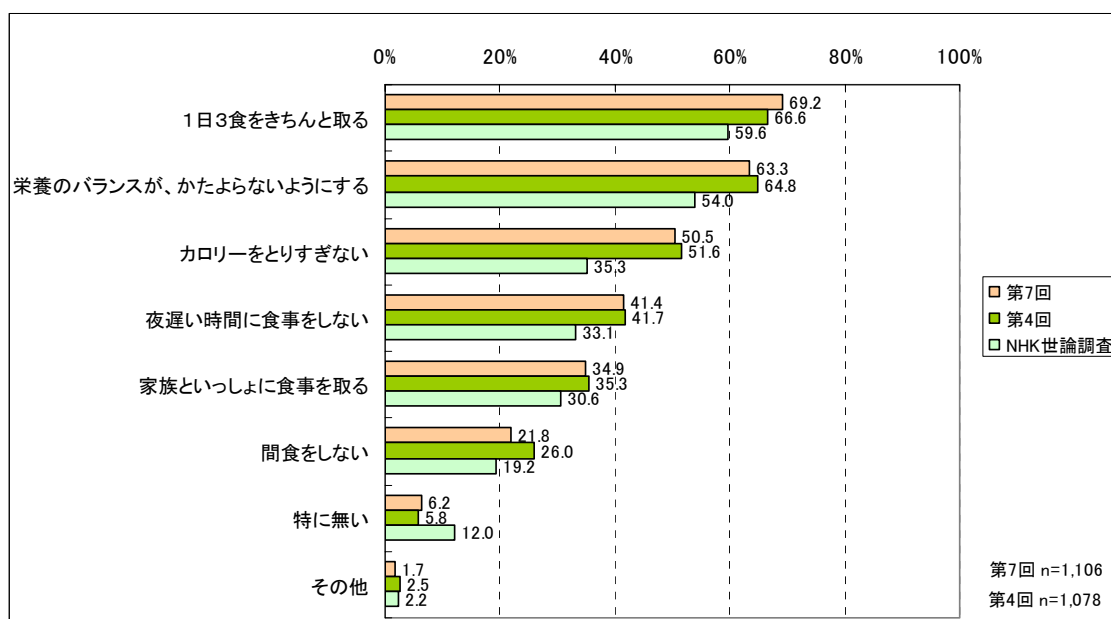


図 3-79 「食事についてふだん気をつけていることがありますか？」
(MA) への回答

(4) 食育に関する指標

食育に関する意識調査の指標を検討するために、以下に示す質問を行った。第 5 回、第 7 回 web 調査では結果に大きな違いは無かった。また、平成 18 年度食育白書⁷に掲載されているデータと比べると、「十分にあると思う」、「ある程度あると思う」の割合が増加してい

⁷ 平成 18 年版食育白書、図表-49 参照

る。

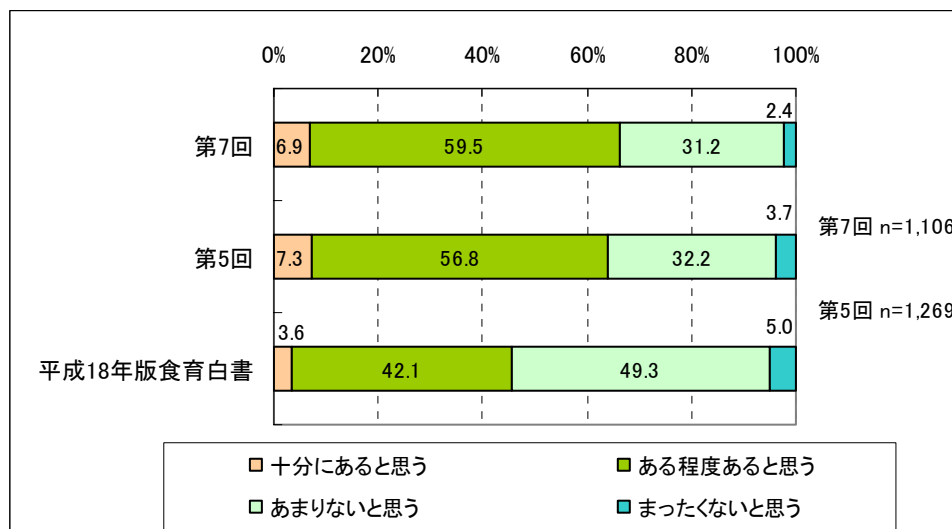


図 3-80 食育に関する意識についての回答 (SA)

国が定める食品添加物や農薬の基準については以下の回答が得られた。「基準を強化すべき」が 63.3%を占めており、消費者の食品添加物や農薬への安全性への関心が高いことが分かる。

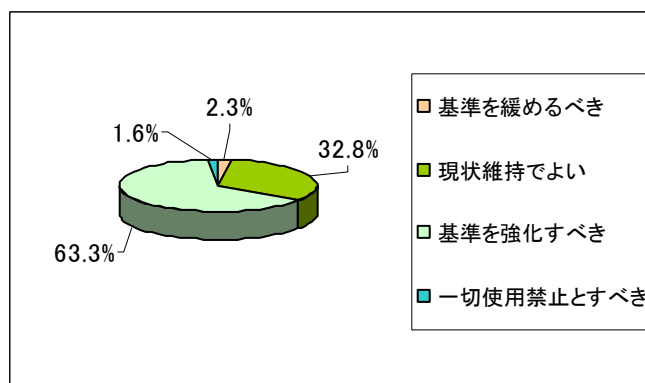


図 3-81 国が定める食品添加物や農薬の使用基準についての回答
(n=1,106, SA)

食育に関する意識別に、食品添加物や農薬の使用基準に関する考えを集計した結果を以下に示す。

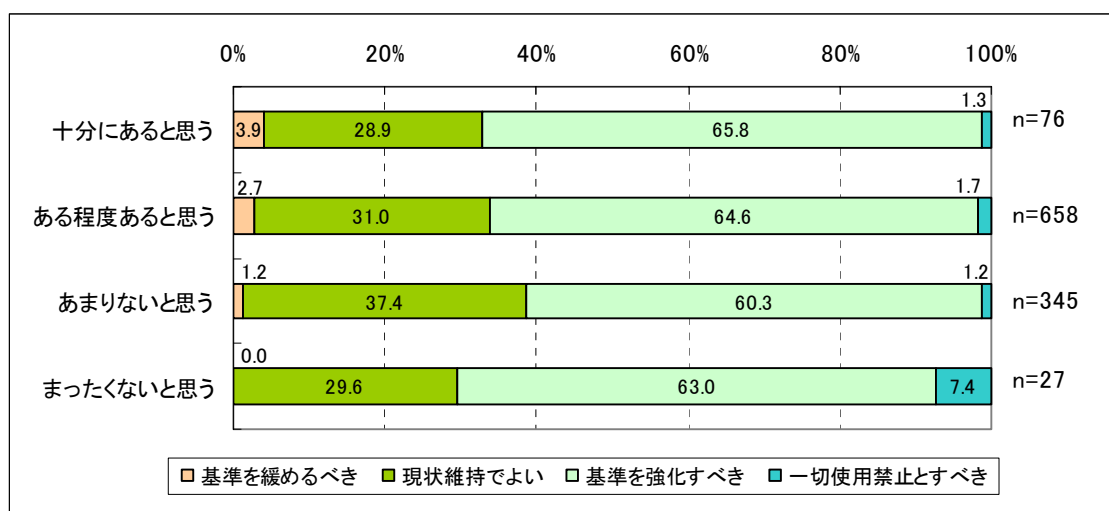


図 3-82 食育に関する意識別の食品添加物や農薬の使用基準に関する考え

図より、「健康に悪影響を与えないようにするために、どのような食品を選んだ方がよい」かや、どのような調理が必要かについての知識がある」と考えている回答者ほど、「基準を緩めるべき」との回答が多いことが分かる。また、同様に「基準を強化すべき」との回答も多くなっている。このことより、食品の安全に関する知識が増加することで、「現状の食品添加物等の基準が厳しい」と考える層と、「現状の食品添加物等の基準が緩い」と考える層への 2 極化が進むと考えられる。この傾向については、今後の食育に関する情報提供を進めるにあたって注意が必要である。

(5) 鳥インフルエンザに関する質問

鳥インフルエンザに関して、鶏肉や卵の買い控えに関する質問を行った。以下の結果より、20%程度の消費者が買い控えを行ったことがわかる。

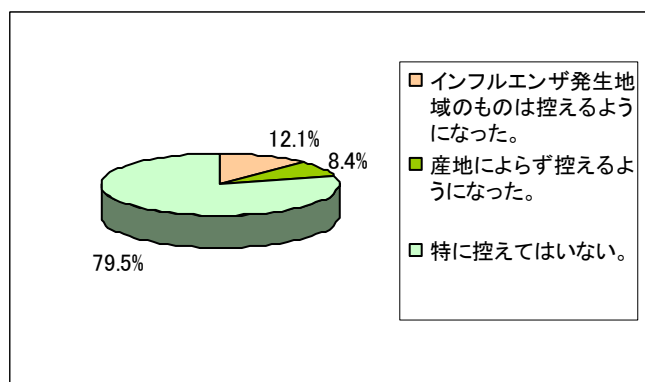


図 3-83 鳥インフルエンザに関連した、鶏肉や卵の買い控えについて
(n=1,106, SA)

関連して、鳥インフルエンザの発生に関する食品安全委員会委員長談話の認知度について質問した。以下に示す通り約4割が委員長談話を知っていると回答した。

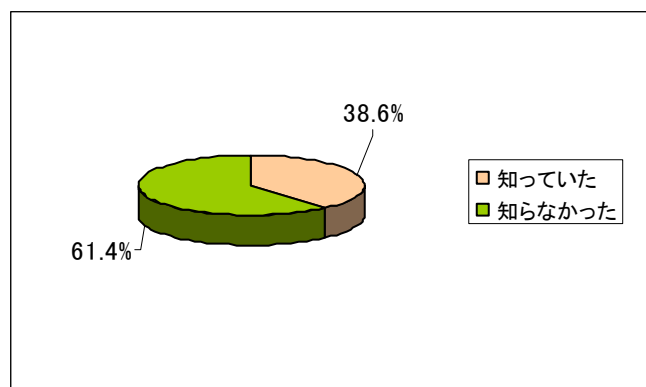


図 3-84 鳥インフルエンザの発生に関する食品安全委員会委員長談話の認知度 (n=1,106, SA)

(6) 第1回調査との比較

(a) 行政からの情報発信

行政からの情報発信に関しては、以下に示すように「よく見たり、聞いたりする」が若干増加する傾向が認められた。

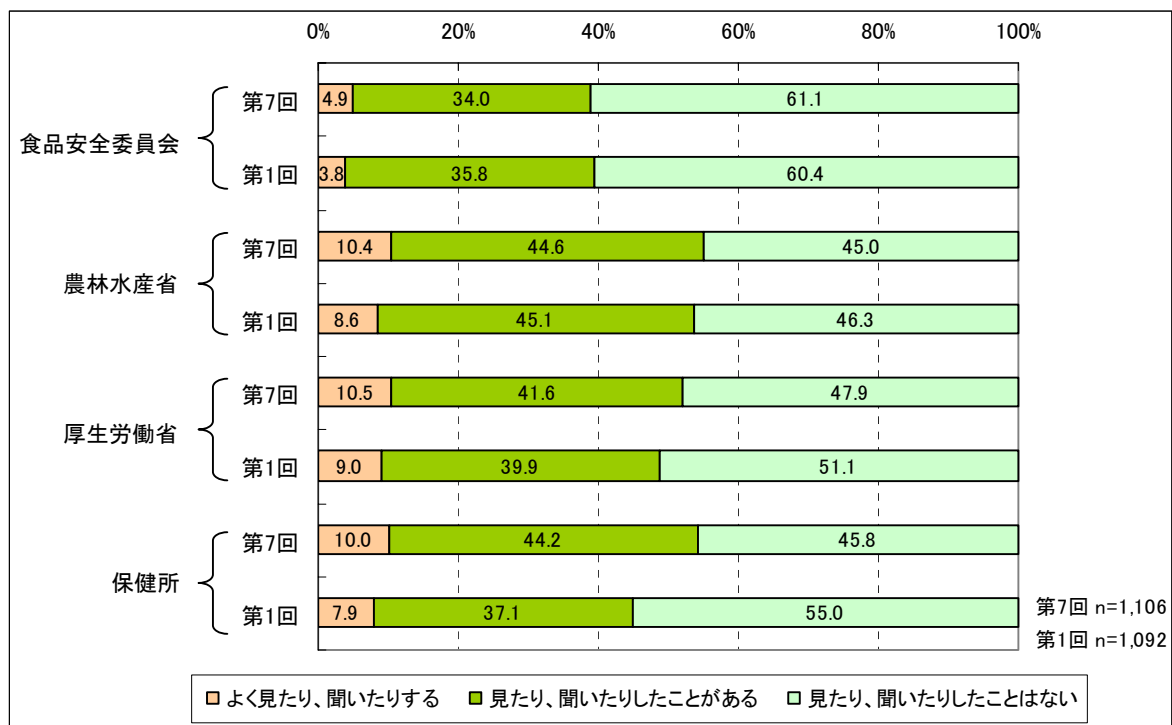


図 3-85 「行政機関から出されている食品の安全性に関する情報を見たり、聞いたりしたことがありますか。」への回答

なお、食品安全を確保するための行政の取り組みについては、以下に示すように第1回と第7回の調査で大きな変動は無かった。

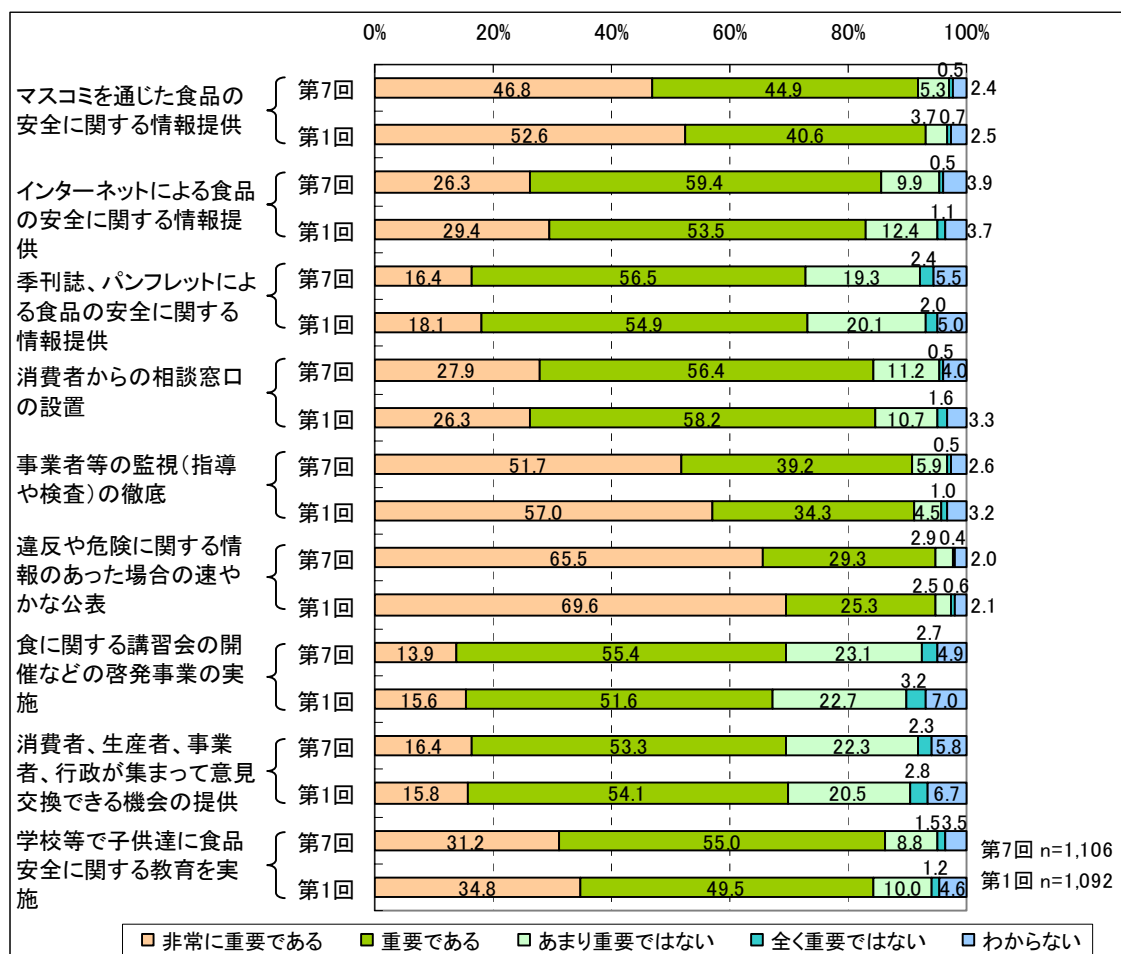


図 3-86 食品安全を確保するための行政の取り組み

(b) BSE

食品安全委員会が発表した以下のリスク評価について、その認知度を確認した。

- (A) 国内産牛肉と米国・カナダ産牛肉について科学的同等性を厳密に評価するのは困難
- (B) 米国・カナダの輸出プログラムが遵守されたと仮定した場合、米国・カナダ産牛肉等と国内産牛肉等のリスクの差は非常に小さい
- (C) 輸入が再開された場合、リスク管理機関による輸出プログラムの実効性・遵守状況の検証が必要

第1回と第7回の web 調査結果を以下に示す。この結果からは、リスク評価結果に関する認知度は若干上昇したといえる。

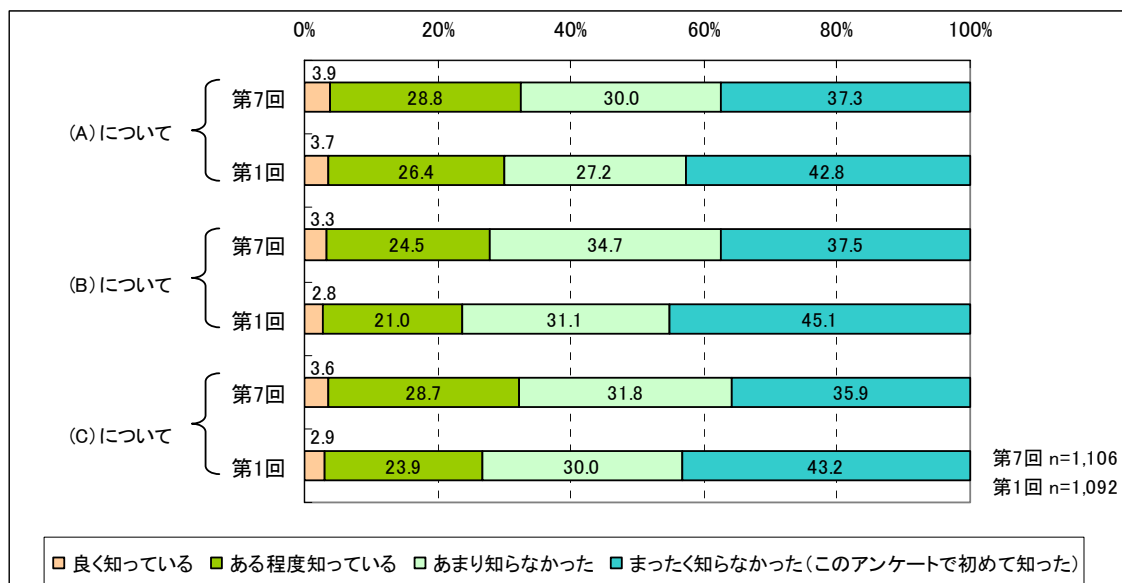


図 3-87 BSE に関する食品安全委員会のリスク評価結果に対する認知度

リスク評価結果の内容に関する理解については以下に示すように、大きな変化は無かった。

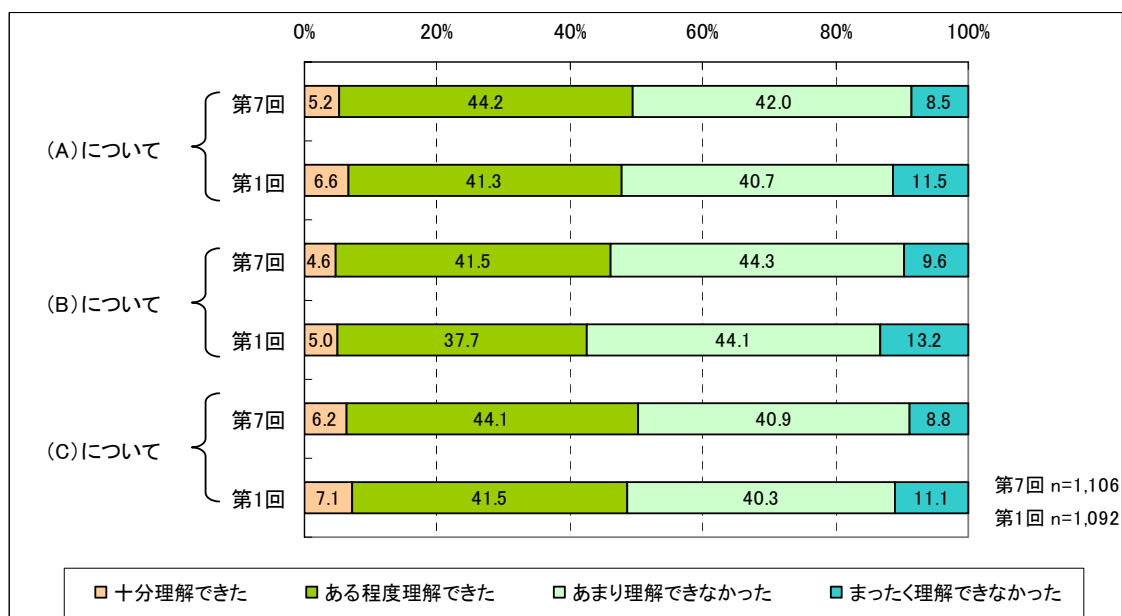


図 3-88 BSE に関する食品安全委員会のリスク評価結果に対する理解度

(c) 大豆イソフラボン

大豆イソフラボンの食品健康影響評価については、約 60%が知っていると回答した。また、情報源としてはマスコミがもっとも大きな割合を占めた。第 1 回と 7 回で認知度が若干低下する傾向があった。

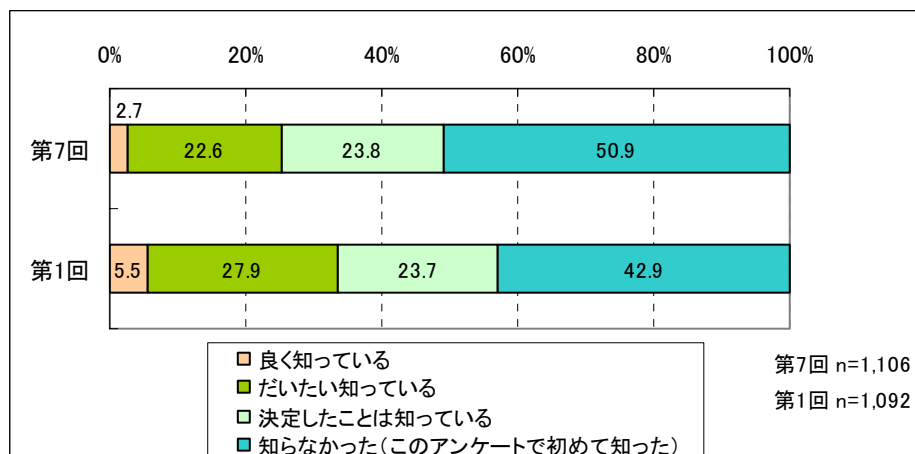


図 3-89 大豆イソフラボンに関連する食品健康影響結果の認知度

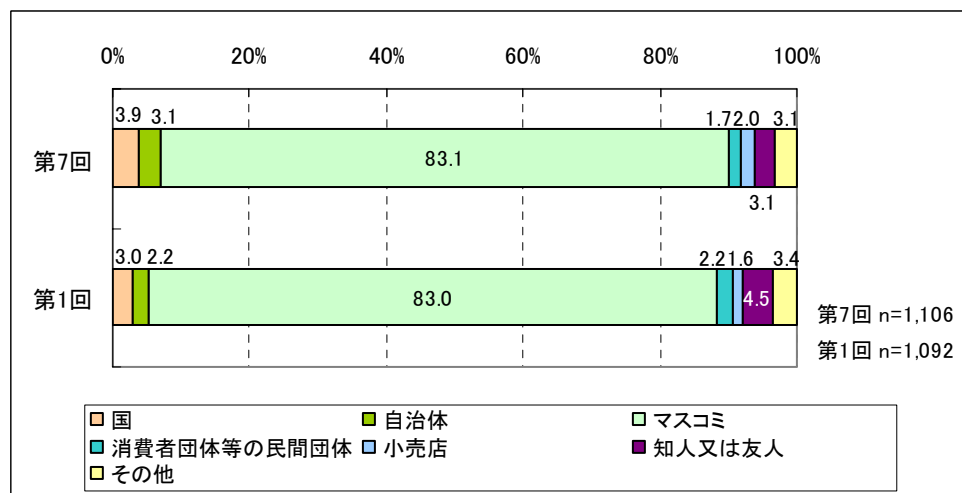


図 3-90 大豆イソフラボンに関連する健康影響評価の情報入手源

(d) 食品の安全に係わる危害要因等

危害要因の中で「非常に不安である」が最も多かったのは「汚染物質」であった。なお、第1回と7回の調査で、全体的に大きな傾向の変化は無かった。ただし、食品添加物については、「非常に不安である」が41.2%から32.7%に減少した。

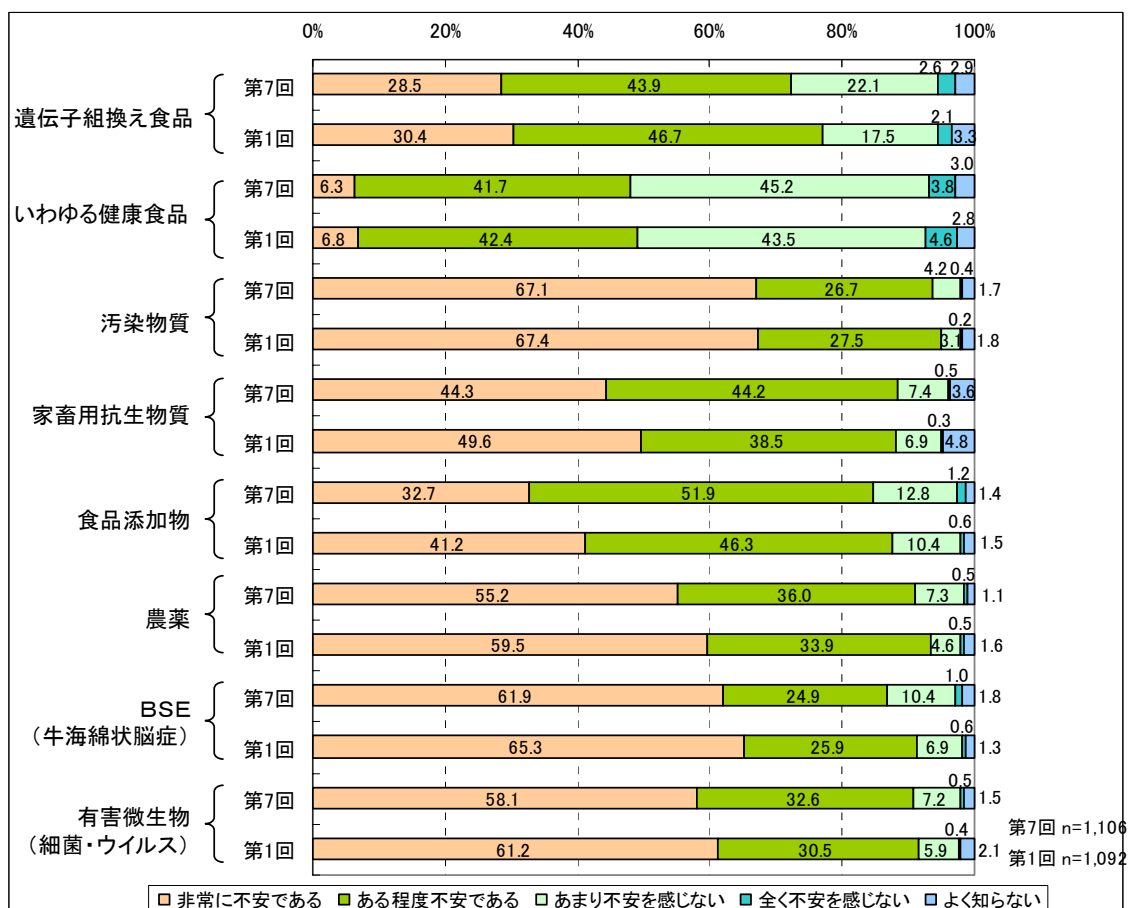


図 3-91 「食品の安全性の観点から感じている不安の程度」への回答

(7) 類似の調査への参加経験

Web で実施される食品安全に関する類似の調査への参加経験を質問した。以下に示すように、7割から8割の回答者は「初めての参加」であった。一方で、2割程度以上は1年間で1回以上類似の調査に参加したと回答した。

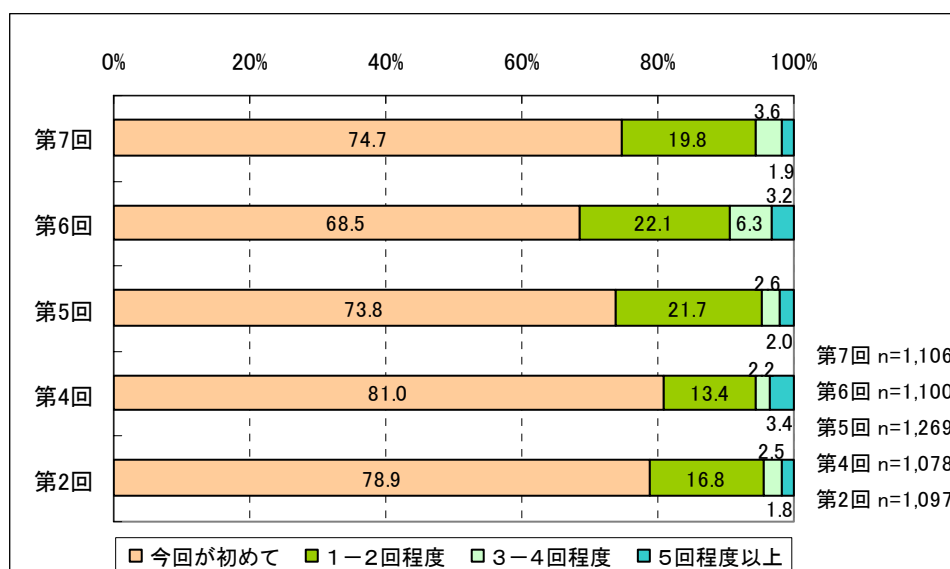


図 3-92 食品安全に関する類似の web 調査への参加経験

4. 調査結果の総合的な分析

4.1 世論調査結果等との比較

NHKの「食生活に関する世論調査」との比較を、図 3-78 と図 3-79 に示した。これらの結果より、web 調査の結果と NHK の調査結果には違いは認められたが、大きな傾向は一致していることが分かった。また、国政モニター調査結果との比較を図 3-47 に示した。これらの結果より、web 調査は世論調査に置き換わるものではないが、概ね同様の傾向を示す調査であることが分かる。今後もこの点に注意して web 調査を進めていくことが重要である。

4.2 マスメディアと消費者意識

食品の安全性に関する情報の入手源について、第 1 回調査と第 7 回調査で同じ質問を行った。結果を以下に示す。これらの結果より、入手先（第 1 位）については、「テレビ」という回答が増加している。一方で、「食品パッケージの食品表示」が大きく減少している。この点からも、メディア（テレビ）を通じた情報発信の重要性が伺える。なお、第 2 位と第 3 位については大きな変化は無かった。

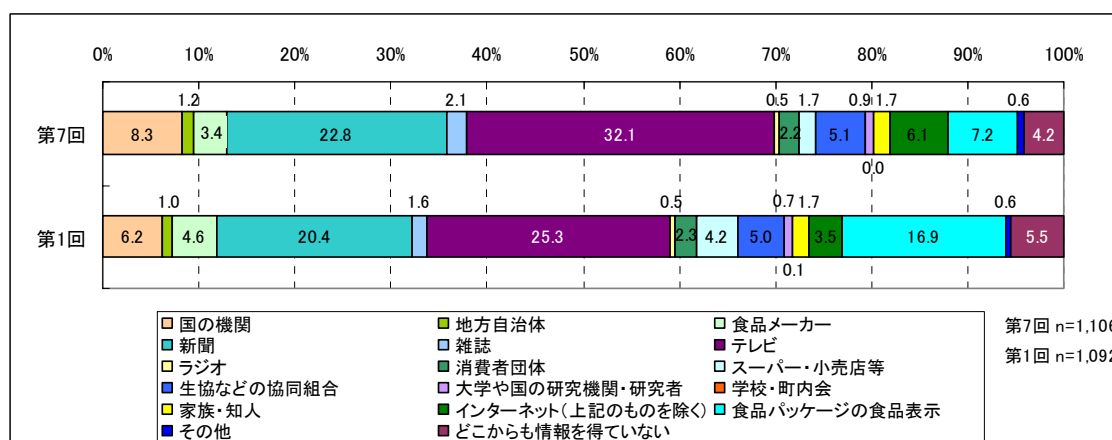


図 4-1 食品の安全に関する情報の入手源（第 1 位）

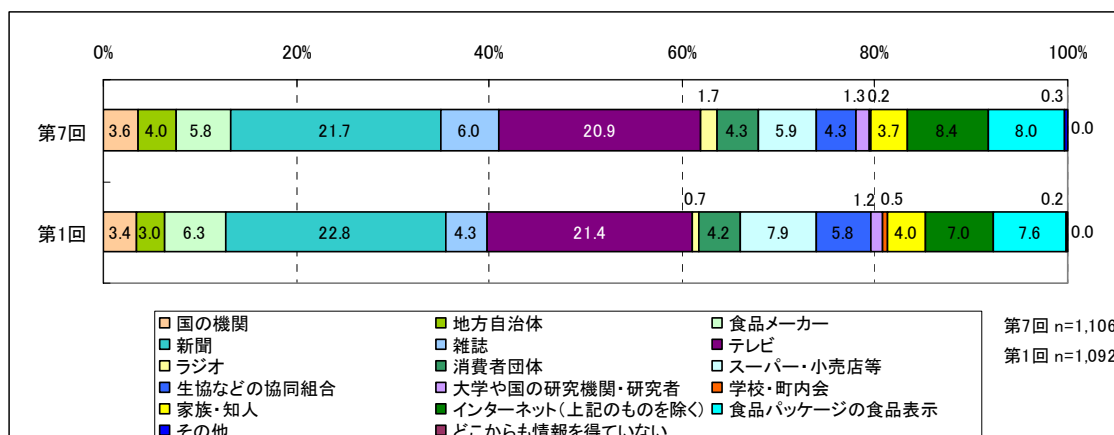


図 4-2 食品の安全に関する情報の入手源 (第2位)

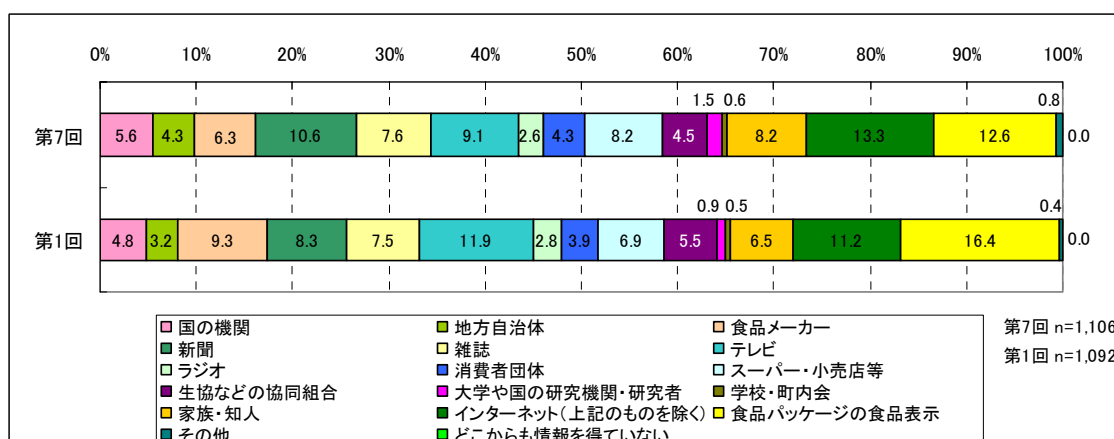


図 4-3 食品の安全に関する情報の入手源 (第3位)

4.3 消費者の食品選択行動やリスク認知の規定要因

牛肉及びアクリルアミドを中心に消費者の食品選択行動に関する調査を行った。その結果、牛肉については、安全性に不安を感じている回答者の 7 割が買い控えを行っていたことが分かった。特に、米国産牛肉は、この傾向が強く見られ、約 8 割の消費者が買い控えを行っていた。このような消費行動の背景には、生産者、流通業者や行政機関の安全管理能力や安全に対する意識に対する不信感があり、牛肉に対し不安を感じる消費者の約 7 割近くがこのような意識を持っている。この傾向は、第 2 回 (9 月)、第 5 回 (12 月) の間でも変化しておらず、消費者の間に根強く残っているものと推察される。このような不信感を払拭するために、関係機関 (生産者、流通業者、行政機関) は、食品安全管理に対する信頼回復のためのコミュニケーションを引き続き実施していくとともに、消費者における信頼の回復状況を定期的にモニタリングすることが求められる。

アクリルアミドについては、これが与える健康影響の問題を認知している消費者は、2割以下に留まっていることが分かった。また、消費者の多くが、この問題を不安に感じ、約6割が購入量を減らす可能性があると回答した。このように、これまで社会問題化していない食品リスクであっても、一度認知されれば消費行動に影響を与える可能性があり、不適切な情報提供がなされば、消費者の極端な買い控えを誘発する可能性があることが分かった。このことから、アクリルアミドなど、公表直後には消費者の関心を集めなかった食品リスクについても、引き続き適切な情報提供に努め、消費者への周知・理解促進を図る必要がある。

4.4 フォーカス・グループ・インタビューとの関係

4.4.1 インタビュー対象集団の特性

ここでは、本調査で実施したフォーカス・グループ・インタビューの対象者の属性を Web 調査の結果と比較し、どのような特性のグループがインタビューの対象となったかを確認した。本調査において、計2回実施されたフォーカス・グループ・インタビューでは、対象候補者を選定するにあたり、事前アンケートを行った。アンケートでは、食品の消費行動、および食品安全に関する日頃の関心・不安度に関する計3項目の基準を設定し、対象者を選定した。2つの基準は第1回と第2回で共通とした。残り1つは、別の基準がそれぞれの調査で別々に設定された。詳細は以下の通りである。

＜共通基準＞

基準１：食料品の購入頻度

日頃の食品（生鮮、加工食品の他、飲料、菓子なども含む）の購入或いは宅配頻度が「週 2～3 回」以上であること

基準２：食料品の購入場所

食料品の購入場所として「スーパー」「コンビニエンスストア」「個人商店」「デパート」の地下食料品売場や高級食料品店」を「まったく利用しない」人は除外

＜非共通基準＞

基準３：食品安全への関心・不安度

以下の 5 段階評価質問（「あてはまる／まああてはまる／どちらともいえない／あまりあてはまらない／あてはまらない」）

- a. 生協や産直などの信用できるルート以外では食品を買わない
 - b. 加工食品は、原料の安全性や添加物が気になるので買わない
 - c. 弁当・惣菜類は、原料の安全性や添加物が気になるので買わない
 - d. 価格が高くても、安全な食品を選択している
 - e. 外国産の野菜や肉は危険だと思う
 - f. 子供には炭酸飲料やスナック菓子は与えない
 - g. ファーストフードは、身体に悪いので食べない
 - h. 残留農薬や食品添加物について、日頃から勉強している
 - i. 食品についている表示や賞味期限などはそのまま信じない
- ・ 第 1 回インタビュー対象：上記 9 項目のうち、「あてはまる」の回答が 5 項目以下。
 - ・ 第 2 回インタビュー対象：上記 9 項目のうち、「あてはまる」もしくは「まああてはまる」が 6 項目以上。

図 4-4 フォーカス・グループ・インタビュー対象の選定基準

これらの基準を含めた事前アンケート設問と同様の内容を問う設問を第 3 回 Web 調査にも含めた。第 3 回 Web 調査の回答者属性は、表 3-9 に示した通り、年齢、性別、地域の分布を平成 17 年度国勢調査の結果に近づける形で設定している。よって、その結果と比較することにより、フォーカス・グループ・インタビュー対象者が、どのような特性を持ったグループであったのかが確認できる。

基準 1 の食料品の購入頻度については、「週に 2，3 回」以上食料品を購入することを選定基準とした。食品の購入頻度を問う設問として Web 調査の結果では、週に平均して何日食料品を購入するかを訊いた。この結果、全体の約 9 割が、週に 2 日以上食料品を購入すると回答し、全体の平均は、3.7 日であった。よって、仮に 1 日に 1 回食料品を購入すると考えると、Web 調査対象者の週の平均の食料品の買い物回数は、3.7 回となり、フォーカス・グループ・インタビュー対象者は、食料品の購入頻度に関しては、「平均的」もしくは、平均を若干下回る程度であることがわかる。

次に、基準 2 の食料品の購入場所については、購入場所として「スーパー」、「コンビニ

エンスストア」、「個人商店」、「デパートの地下食料品売場や高級食料品店」を「まったく利用しない」人は除外する、という基準を設定した。Web 調査の結果、これらの場所全てを「まったく利用しない」と回答したのは、全体の 2.4%であった。(購入場所についての全体の傾向は、図 3-28 参照) この結果から、フォーカス・グループ・インタビューの対象者の食料品の購入場所は、Web 調査対象者と比較して、特に大きな差はないといえる。

以上の基準 1 と基準 2 の設定の結果、今回のフォーカス・グループ・インタビューの対象者は、食品の購入頻度と購入場所という側面から判断すると、Web 調査結果から読み取れる「平均的な」購買行動から大きくかけ離れていない傾向を持つという考察ができる。

最後に、食品安全への関心度に関する基準を設けた基準 3 に関しては、第 1 回と第 2 回で異なった基準を設けた。

第 1 回では、前述の 9 項目のうち、「あてはまる」の回答が 5 個以下と設定し、対象者を選んだ。Web 調査の結果では、図 4-4 に示した a~i の 9 項目のうち、「あてはまる」を選択した項目数が 5 個以下であったのは、全体の 98.8%であった。この結果から、第 1 回フォーカス・グループ・インタビューの対象者は、Web 調査対象者と比較すると、食品安全に関する日頃からの関心・不安度が特に高い層は含まれていなかったことがわかる。

第 2 回では、同じ設問に関して、「あてはまる」もしくは「まああてはまる」の回答が 6 個以上と設定し、第 1 回とは視点を変え、食品安全に対する関心・不安度が比較的高い層を対象とすることとした。Web 調査の結果、9 項目に対して、「あてはまる」もしくは「まああてはまる」の回答が 6 個以上だったのは、全体の 14.7%であった。よって、第 2 回のフォーカス・グループ・インタビューは、Web 調査対象者と比べると、比較的食品安全に対する関心・不安度が高い層であったことがわかる。

4.4.2 第 4 回調査での検証

農薬及び食品添加物に関して、消費者の約 7 割が表示を参考(「参考にする」及び「たまに参考にする」)にしている状況が確認できた(図 3-37 参照)。

学校教育に関しては、インタビューで重要性を強調する意見があったが、web 調査では、約 3 分の 2 が「中学校や高校の授業で食品の安全について習った覚えが無い」と回答した(図 3-39 参照)。現状では多くの消費者が、学校教育から食品安全に関する知識を得ていない状況が確認できた。

農薬と添加物のベネフィットについても web 調査で確認した。その結果、農薬については一般にベネフィットと考えられていることについては、約 3 割から 5 割の消費者が理解を示していることが分かった(図 3-42 参照)。一方で、食品添加物については機能によってベネフィットへの理解が大きく変動することが分かった(図 3-43 参照)。これらの結果から、農薬及び添加物のベネフィットに対する消費者の態度は一元的なものではないことが分かった。今後、農薬や添加物の安全性に関する情報を提供する際には、その機能やベネフィットについても考慮した上での情報提供が重要である。

4.4.3 第6回調査での検証

「無添加」という表示が目につくところに表示されている商品とそうではない商品とを比較すると、前者の方が安全である（「安全」または「どちらかという安全」）と考える消費者が約8割を占めることが分かった（図 3-69）。この結果からも、「無添加」という表示が消費者の安全に関するイメージ形成に大きく影響していることがわかる。

「鶏肉・鶏卵の安全性に関する食品安全委員会の考え方」を回答者に見せて、その分かりやすさ、分かりにくさの理由を質問した（図 3-75 参照）。その結果、分かりにくさの主な理由として以下の3点が指摘された。

- 「専門用語の利用」（45.6%）
- 「長い文章による詳細な説明」（44.7%）
- 「図やイラストが少ない」（32.7%）

上記の点については、今後食品安全委員会が発信するメッセージを作成する際に注意すべきである。

4.5 リスクコミュニケーションの効果・影響

食品安全委員会が実施したリスクコミュニケーションがどの程度効果があったかについて、今回の調査で直接的に確認することはできなかった。例えば、図 3-85 の結果からすると食品安全委員会からの情報発信に対する消費者の認知度に大きな変化はなかったことがわかる。

食育については、図 3-80 に示した質問で認知度の状況を確認した。平成18年食育白書に示された調査結果よりは認知度が上昇していたが、消費者が獲得したと考える知識の内容についても今後更なる調査が必要である。

5. 今後の課題

合計7回にわたり継続的にインターネットアンケート調査を実施した。いくつかの調査結果から、web調査の結果と世論調査の結果の間には、差が認められるものの概ね同様の傾向を示すことが分かった。また、同一の質問を何度か実施したが結果が大きく変動することはなかった。このことからweb調査の回答にもある程度安定性があると考えられる。

今後も、上述のようなweb調査の特性に留意しつつ、継続的な調査の実施が必要である。また、概ね1ヶ月程度で1回の調査を実施することが可能であることから、食品安全に係る問題が発生した場合には、web調査により1ヶ月程度以内に消費者の意識を確認することも今後検討すべきである。

VIII. まとめ及び今後の課題

本調査では、以下の 5 項目について調査を行った。

- ①諸外国のリスクコミュニケーション手法に係る調査
- ②食品安全委員会のリスクコミュニケーションの手法の評価・改善
- ③マスメディアを通じた情報発信態勢の強化・改善に係る調査
- ④マスメディア報道とその影響分析に係る調査
- ⑤消費者の意識調査

これらの調査から明らかになった点と今後の課題を以下にまとめる。

(1) 調査結果のまとめ

①諸外国のリスクコミュニケーション手法に係る調査

アメリカ、カナダ、ベルギー、イギリス、ドイツ、EU の食品安全に関する機関を対象としたヒアリング調査を行い、各国のメディア対応の状況を把握した。

「第 3 回食品安全のリスクコミュニケーションに関する国際ワークショップ」を開催して、日本、カナダ、オランダ、および欧州全体のリスクコミュニケーションの取組み、およびメディア対応に関する意見交換が行われた。このなかで、日本の今後の取組みの改善に向けた有用な示唆も多く得られた。

②食品安全委員会のリスクコミュニケーションの手法の評価・改善

フォーカス・グループ・インタビューを試行的に行うことで、その有効性を確認した。また、フォーカス・グループ・インタビューで得られた仮説については、インターネットアンケートで検証を行った。その結果、フォーカス・グループ・インタビューが消費者の食品安全に関する問題意識を調査検討する際に有効な手法であることが分かった。また、市民パネルについては、その有効性と課題を検討し、現時点で直ぐに食品安全委員会が実施するリスクコミュニケーションの手法とすることは難しいが、将来的には有望な手法であることが分かった。

③マスメディアを通じた情報発信態勢の強化・改善に係る調査

マスメディアを通じた情報発信を強化・改善することを目的として、メディア・トレーニングの導入についてテストを実施した。その結果、「伝えたいメッセージを強調すること」、「話の長さを短くすること」、「相手の関心事、理解度に合わせて話を構成すること」、「資料を活用すること」、「ノンバーバル表現を活用する」、「食品安全委員会委員と専門家としての立場を区別して話すこと」の重要性が確認された。

④マスメディア報道とその影響分析に係る調査

過去事例および平成 18 年度上半期の食品安全委員会に関連する記事に対して、メディアカバー分析として露出量評価、および露出内容評価を実施した。露出量評価では、記事のレイアウト情報（記事掲載面、記事文字数、図表の有無）も考慮した露出量ポイント重要性が確認された。

⑤消費者の意識調査

合計 7 回にわたり継続的にインターネットアンケート調査を実施した。いくつかの調査結果から、インターネットアンケート調査の結果と世論調査の結果の間には、差が認められるものの概ね同様の傾向を示すことがわかった。また、同一の質問を何度か実施したが

結果が大きく変動することは無かった。このことからインターネットアンケート調査の回答にもある程度安定性があると考えられる。

(2) 今後の課題

①諸外国のリスクコミュニケーション手法に係る調査

食品安全を扱う機関のメディア対応の大きな課題の一つに、科学的な情報をどのようにわかりやすく伝えるか、というものがある。今後もこのような重要テーマに注目して、引き続き国外の最新のリスクコミュニケーションの状況に関する調査を進めることが重要である。また、リスクコミュニケーションに係る国際的な交流の場としてのワークショップも継続的に実施され、より多くの国との活発な意見交換が行われることが期待される。

②食品安全委員会のリスクコミュニケーションの手法の評価・改善

本年度の調査では、フォーカス・グループ・インタビューで得られた仮説の検証を、インターネットアンケートで試みることににより、その有効性に対する見通しを得ることができた。今後、フォーカス・グループ・インタビューとインターネットアンケートを相補的に組み合わせ定型的に実施できる方法論を構築して、より効率的に消費者の意識調査を行う方法を検討することが重要である。

③マスメディアを通じた情報発信態勢の強化・改善に係る調査

今後のメディア・トレーニングの本格的な導入にあたっては、情報発信をする立場の委員の役割・任務に配慮したトレーニングのプログラム化が重要である。また、ノンバーバル表現の強化、事務局との連携体制を視野に入れたトレーニング、継続的なトレーニングの実施が重要である。

④マスメディア報道とその影響分析に係る調査

今後は、何を伝えるのかという情報提供戦略を明確にした上で、ポイントを絞ったメッセージで構成されるプレスリリースによるメディアへの情報発信をより積極的に行うことが重要である。また、メディアカバー分析手法の継続的な検討、メディアカバー分析結果のフィードバックプロセスの確立の重要性も明らかになった。

⑤消費者の意識調査

今後も、インターネットアンケート調査の特性に留意しつつ、継続的な調査の実施が必要である。また、概ね 1 ヶ月程度で 1 回の調査を実施することが可能であることから、食品安全に係わる問題が発生した場合には、インターネットアンケート調査により 1 ヶ月程度以内に消費者の意識を確認することも検討すべきである。

資料編

—マスメディア報道とその影響分析に係る調査
に関する参考資料—

目次

1. 過去事例の調査資料.....	302
1.1 露出量評価資料（ELNET を使用した場合）	302
1.1.1 事例ごとの記事評価	302
1.1.2 露出量の推移.....	310
1.2 露出量評価資料（日経テレコン 21 を使用した場合）	313
1.2.1 事例ごとの記事評価	313
1.2.2 露出量の推移.....	320
1.3 露出内容評価資料.....	323
1.3.1 評価方法	323
1.3.2 露出内容評価結果.....	324
2. 平成 18 年度上半期掲載記事の調査に関する参考資料	334
2.1 露出量評価資料	334
2.1.1 記事ごとの評価	334
2.1.2 露出量の推移.....	341
2.2 露出内容評価資料.....	343
2.2.1 論調分析	343
2.2.2 大豆イソフラボンのリスクメッセージとの整合性.....	355

1. 過去事例の調査資料

1.1 露出量評価資料（ELNET を使用した場合）

1.1.1 事例ごとの記事評価

記事検索データベースとして ELNET を採用し、(1) メチル水銀、(2) BSE 国内、(3) BSE 輸入のテーマごとに記事を抽出して評価を実施した。その結果を以下に示す。

(1) メチル水銀

	基本情報									露出量ポイント算出						
	(ア)記事名	(イ)新聞名	(ウ)日付	(エ)特記事項	記事情報					接触ポイント			購読確率			(タ)露出量ポイント
					(オ)朝刊／夕刊	(カ)掲載面	(キ)面積(c㎡)	(ク)見出し段数	(ケ)図表有無	(コ)発行部数	(サ)面別接触度	(シ)接触度ポイント	(ス)面積割合	(セ)強調度	(ソ)購読確率	
1	魚介類のメチル水銀耐容摂取基準厳格化の試案	朝日	6月9日		朝刊	社会	56	1	×	8225032	0.58	4791338.42	0.03	2.03	0.05	247822.92
2	魚介類に含まれるメチル水銀 妊婦の摂取4	日経	6月8日		夕刊	社会	98.7	3	×	1618603	0.58	942886.88	0.04	1.40	0.06	59028.09
3	水銀含有食品 魚を避けるほどのリスクは無	読売	6月9日	社説	朝刊	総合	214.5	2	×	10033215	0.51	5093860.36	0.10	1.45	0.14	717826.52
4	魚介類に含まれるメチル水銀 妊婦の摂取4	読売	6月9日		朝刊	社会	75.25	2	×	10033215	0.58	5844661.58	0.03	1.45	0.05	288942.24
5	妊婦の「耐容摂取量」4割減	産経	6月9日	変形	朝刊	社会	104.31	2	×	2191587	0.58	1276667.98	0.05	1.45	0.07	87488.12
6	魚介類などの「メチル水銀」耐容摂取量、6割に	毎日	6月8日		夕刊	一面	113.75	3	×	1562789	0.61	945720.48	0.05	1.40	0.07	68233.27
	合計									33664441						1469341.16

(2) BSE 国内

	基本情報									露出量ポイント算出						
	(ア)記事名	(イ)新聞名	(ウ)日付	(エ)特記事項	記事情報					接触ポイント			購読確率			(タ)露出量ポイント
					(オ)朝刊／夕刊	(カ)掲載面	(キ)面積(c㎡)	(ク)見出し段数	(ケ)図表有無	(コ)発行部数	(サ)面別接触度	(シ)接触度ポイント	(ス)面積割合	(セ)強調度	(ソ)購読確率	
1	輸入再開の条件は整っている	読売	5月27日	社説	朝刊	総合	210.1	2	×	10033215	0.51	5093860.36	0.10	1.45	0.14	703101.87
2	論議はこれから本番だ	朝日	5月26日	社説	朝刊	総合	211.2	2	×	8225032	0.51	4175846.37	0.10	1.45	0.14	579406.80
3	BSE専門委員が政府批判	産経	5月21日		朝刊	社会	37.1	1	×	2191587	0.58	1276667.98	0.02	2.03	0.03	43747.02
4	近事片々 BSE全頭検査緩和	毎日	5月7日	コラム	夕刊	一面	56	1	×	1562789	0.61	945720.48	0.03	2.03	0.05	48915.60
	BSE緩和 米農務省「歓迎」	毎日	5月7日		夕刊	総合	37.45	1	×	1562789	0.51	793427.52	0.02	2.03	0.03	0.00
5	食品安全委BSE対策全頭検査緩和を答申	朝日	5月7日		朝刊	総合	210.7	4	×	8225032	0.51	4175846.37	0.10	2.84	0.27	1134768.72
6	牛肉検査 安全基準より緩和も 海外に比べ依然厳しく	朝日	5月7日		朝刊	経済	173.25	4	×	8225032	0.46	3782010.62	0.08	2.84	0.22	845073.13
7	BSE対策 全頭検査緩和を答申	読売	5月7日		朝刊	一面	112	3	×	10033215	0.61	6071591.85	0.05	1.40	0.07	431322.98
8	米産牛肉輸入「再開審議難航」根強く	読売	5月7日		朝刊	経済	168	4	×	10033215	0.46	4613444.14	0.08	2.84	0.22	999615.21
9	国内産牛の検査見直し 募集意見7割「反対」	読売	5月7日		朝刊	社会	109.55	3	×	10033215	0.58	5844661.58	0.05	1.40	0.07	406119.42
10	BSE検査「全頭」見直し答申	日経	5月7日		朝刊	総合	232.4	3	×	3034481	0.51	1540605.13	0.11	1.40	0.15	227095.99
11	BSE対策 全頭検査緩和を答申	産経	5月7日		朝刊	総合	138.6	4	×	2191587	0.51	1112668.09	0.06	2.84	0.18	198896.51
	BSE国内対策 6日にも答申	朝日	5月3日		朝刊	経済	61.25	1	×	8225032	0.46	3782010.62	0.03	2.03	0.06	213956.47
	全頭検査見直し 安全委6日答申	日経	5月3日		朝刊	経済	51.8	1	×	3034481	0.46	1395306.35	0.02	2.03	0.05	66756.86
	BSE意見募集に1000件超	産経	4月30日		朝刊	社会	30.38	1	×	2191587	0.58	1276667.98	0.01	2.03	0.03	35823.03

(3) BSE 輸入

	基本情報									露出量ポイント算出						
	(ア)記事名	(イ)新聞名	(ウ)日付	(エ)特記事項	記事情報					接触ポイント			購読確率			(タ)露出量ポイント
					(オ)朝刊／夕刊	(カ)掲載面	(キ)面積(c㎡)	(ク)見出し段数	(ケ)図表有無	(コ)発行部数	(サ)面別接触度	(シ)接触度ポイント	(ス)面積割合	(セ)強調度	(ソ)購読確率	
1	米国、日本産牛肉輸入再開へ	日経	12月10日		夕刊	総合	50.75	3	×	1618603	0.51	821764.28	0.02	1.40	0.03	26452.41
2	米国産牛輸入 消費者が求める情報を	朝日	12月10日	社説	朝刊	総合	214.5	2	×	8225032	0.51	4175846.37	0.10	1.45	0.14	588460.04
3	食品安全委が答申 米産牛肉年内にも店頭へ	読売	12月9日		朝刊	一面	127.75	3	×	10033215	0.61	6071591.85	0.06	1.40	0.08	491977.78
4	食品安全委容認答申 牛肉輸入再開準備へ	読売	12月9日		朝刊	経済	356.25	4	○	10033215	0.46	4613444.14	0.16	9.14	1.00	4613444.14
5	米国産牛肉 条件付きで安全委答弁	毎日	12月9日		朝刊	一面	106.75	1	×	3974559	0.61	2405201.13	0.05	2.03	0.10	237146.04
6	米国産牛肉、信頼回復に努力を	日経	12月9日	社説	朝刊	総合	165	2	×	3034481	0.51	1540605.13	0.08	1.45	0.11	167001.53
7	食品安全委員会答申 米産牛肉、12日輸入解禁	日経	12月9日		朝刊	企業	157.5	3	×	3034481	0.51	1535494.12	0.07	1.40	0.10	153394.83
8	北米産牛肉 12日にも解禁	産経	12月9日		朝刊	経済	262.5	5	×	2191587	0.46	1007729.25	0.12	3.27	0.39	393696.45
	カナダ、米国産牛 12日にも輸入解禁	読売	12月7日		夕刊	総合	120.4	4	×	3948941	0.51	2004876.21	0.05	2.84	0.16	311323.82
	政府 米国産牛肉 輸入再開12日決定	朝日	12月7日		朝刊	一面	162.4	4	×	8225032	0.61	4977371.39	0.07	2.84	0.21	1042519.96
	米国産牛肉本当に安全？ BSE確認から2年 輸入再開へ	朝日	12月7日		朝刊	特集	695	5	○	8225032	0.51	4161992.85	0.32	10.55	1.00	4161992.85
	米産牛肉輸入12日にも解禁	日経	12月7日		朝刊	一面	68.25	2	×	3034481	0.61	1836313.69	0.03	1.45	0.04	82336.93
	ニュースの主役＝吉野家 ディー・アンド・シー社長 阿部修二さん	日経	12月6日		夕刊	総合	382.5	4	○	1618603	0.51	821764.28	0.17	9.14	1.00	821764.28
	食品安全委員会 米政府も意見提出「米産牛肉輸入、30カ月以下に」	日経	12月4日		朝刊	総合	87.5	3	×	3034481	0.51	1540605.13	0.04	1.40	0.06	85503.01

※表に示す各項目の見方

- (ア) 記事の見出し
- (イ) 記事が掲載されていた新聞
- (ウ) 記事が掲載されていた日付
- (エ) 社説や変形記事など
- (オ) 記事が掲載されていた新聞の朝刊、夕刊の区別
- (カ) 記事が掲載されていた面
- (キ) 記事の面積(高さ(1段 3.5cm×段数)×幅(実寸))
- (ク) 記事の見出しの段数
- (ケ) 記事中の図表の有無
- (コ) 記事の掲載されていた新聞の発行部数

新聞名		毎日	朝日	読売	産経	日経
発行部数	朝刊	3974559	8225032	10033215	2191587	3034481
	夕刊	1562789	3861868	3948941	635988	1618603

- (サ) 記事の掲載されていた面の接触度(第三回インターネットアンケート調査の数値より算出)

	(ア) 毎回 必ず読む	(イ) 可能 な限り読 むように心 がけてい る	(ウ) たま に読むこ とがある	(エ) ほと んど読ま ない	計	接触度 ((ア)× 0.75+ (イ)×0.5 +(ウ)× 0.25+(エ) ×0)/合 計
一面	567	352	110	10	1039	0.61
(%)	54.6%	33.9%	10.6%	1.0%	100.0%	
総合面	353	415	221	50	1039	0.51
(%)	34.0%	39.9%	21.3%	4.8%	100.0%	
経済面	310	351	279	99	1039	0.46
(%)	29.8%	33.8%	26.9%	9.5%	100.0%	
生活面	344	416	239	40	1039	0.51
(%)	33.1%	40.0%	23.0%	3.9%	100.0%	
社会面	527	348	144	20	1039	0.58
(%)	50.7%	33.5%	13.9%	1.9%	100.0%	

- (シ) (コ)発行部数×(サ)接触度
 (ス) 1面の面積(2200 cm²)に占める当該記事面積(キ)の割合
 (セ) (ク)見出し段数、(ケ)図表の有無によって導き出される強調度
 (第三回インターネットアンケート調査の数値より算出)

①見出し段数による強調度

- 各回答について、標準順位 r_a (平均的な順位) を算出する。
 基本的には3となるが、同一順位が選択されている場合には変動することになる。
- 次に、各回答者の標準順位 r_a を上回る順位で選択された見出しについてはその順位と標準順位との差(r_a - 順位) × 0.5 を付与する。
 つまり、1～5位まで同率なしで順位付けされていた場合には、1位で1ポイント、2位で0.5ポイントが付与される。
 なお、標準順位 r_a 以下で選択された見出しのポイントは0とする。
- 各回答について算出された見出しのポイントを集計し、回答者数(1157)で除す。
- 段数が多いとその分記事面積も大きくなるため、別に求めている面積割合と重複してしまう。
 したがって、全15段のうちに占める段数割合で割ることでこれを回避する。

段数	強調度
1	2.03
2	1.45
3	1.40
4	2.84
5	3.27

②図表の有無による強調度

第三回インターネットアンケート調査の結果

図の有無と読意意向	%
図無しだけを読みたい	4.41%
やや図無しの方が読みたい	10.11%
図無しも図有りも読みたい	15.47%
やや図有りの方が読みたい	56.78%
図有りだけを読みたい	13.22%
合計	100.00%

(1)図のない場合のポイント

図の有無を示したサンプル記事イメージについて、「図無しだけを読みたい」を1、「図有りだけ」を

読みたいを 0 として、その間の選択肢をそれぞれ 0.75、0.5 とし、回答の割合を乗じる。

$$4.41 \times 1 + 10.11 \times 0.75 + 15.47 \times 0.5 = 19.7275$$

(2) 図がある場合のポイント

計算の過程は(1)と同じ

$$13.22 \times 1 + 56.78 \times 0.75 + 15.47 \times 0.5 = 63.5400$$

したがって、図のない場合を 1 としたとき、図のある場合の強調度は、(2)/(1)=3.2209

図表	強調度
有り	3.22
無し	1.00

(ソ) (ス)面積割合×(セ)強調度

(タ) (シ)接触度ポイント×(ソ)購読確率

(参考) 第六回インターネットアンケート調査結果

露出量ポイントに用いた第三回のアンケート結果の妥当性を検証するために、第六回アンケートにおいて第三回と同様の記事レイアウトに関する質問を行った。第六回アンケート結果から、接触度、図表の有無による強調度のどちらについても、第三回アンケート回答結果とは大きな乖離がないことが確認され、上記のパラメータ値の妥当性が示された。

※第六回インターネットアンケート調査結果データ

	(ア) 毎回 必ず読む	(イ) 可能な 限り読むよ うに心がけ ている	(ウ) たま に読むこ とがある	(エ) ほと んど読ま ない	計	接触度 第六回	第三回
一面	564	310	101	5	980	0.62	0.61
(%)	57.55%	31.63%	10.31%	0.51%	100.0%		
総合面	260	442	217	61	980	0.48	0.51
(%)	26.53%	45.10%	22.14%	6.22%	100.0%		
経済面	263	369	259	89	980	0.46	0.46
(%)	26.84%	37.65%	26.43%	9.08%	100.0%		
生活面	289	401	254	36	980	0.49	0.51
(%)	29.49%	40.92%	25.92%	3.67%	100.0%		
社会面	455	363	146	16	980	0.57	0.58
(%)	46.43%	37.04%	14.90%	1.63%	100.0%		

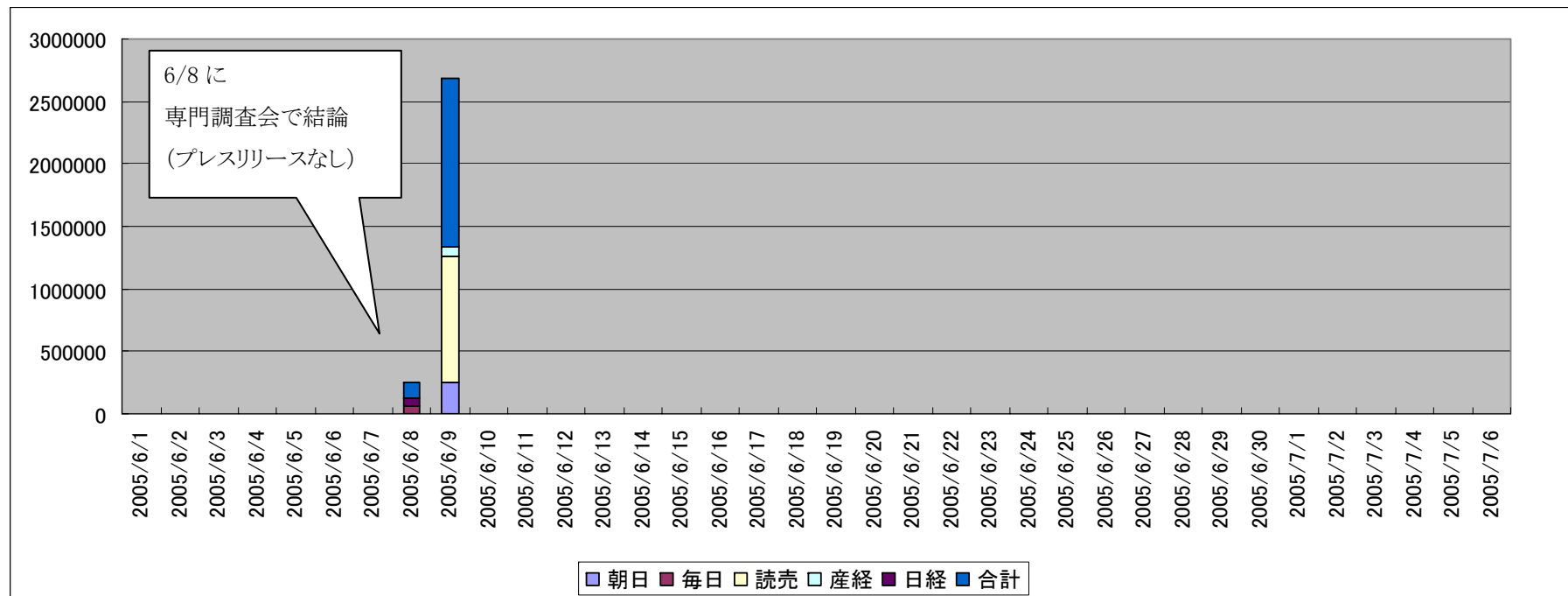
図の有無と閱讀意向	%
図無しだけを読みたい	3.64%
やや図無しの方が読みたい	10.73%
図無しも図有りも読みたい	13.82%
やや図有りの方が読みたい	58.55%
図有りだけを読みたい	13.27%
合計	100.01%

図表	強調度 第六回	第三回
有り	3.45	3.22
無し	1.00	1.00

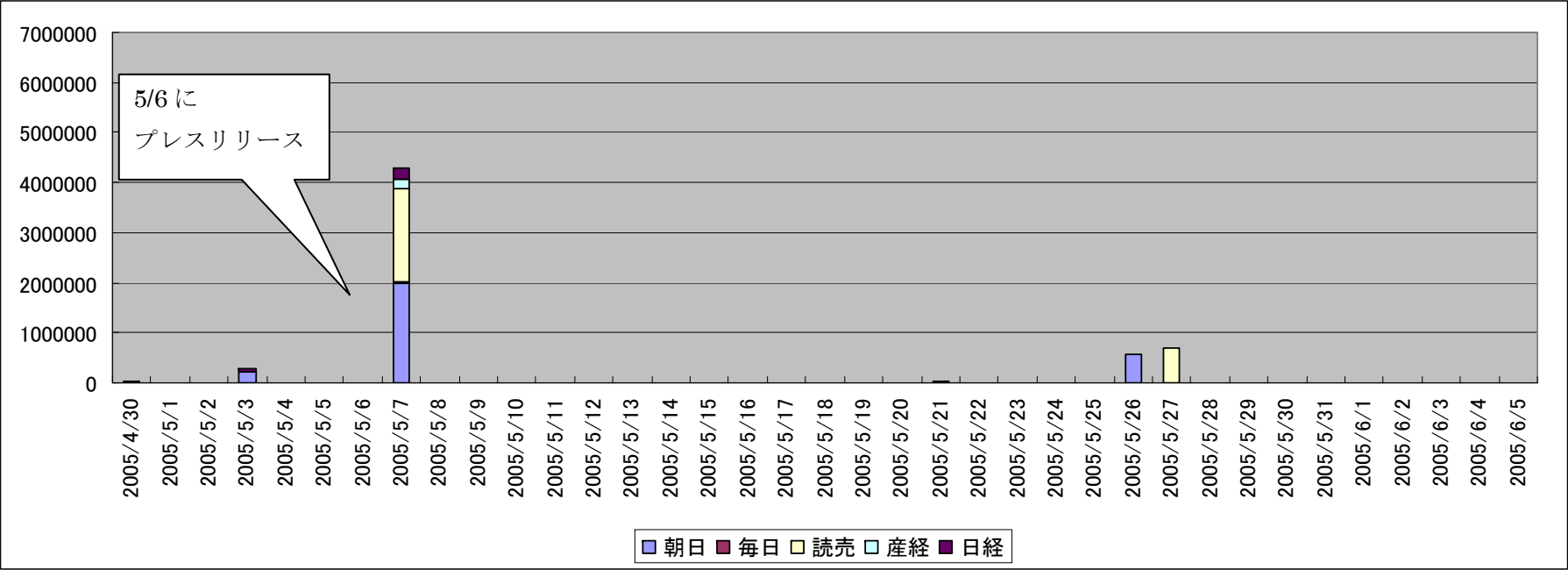
1.1.2 露出量の推移

1.1.1 で算出を行った露出量について、調査対象期間における推移を以下に示す。

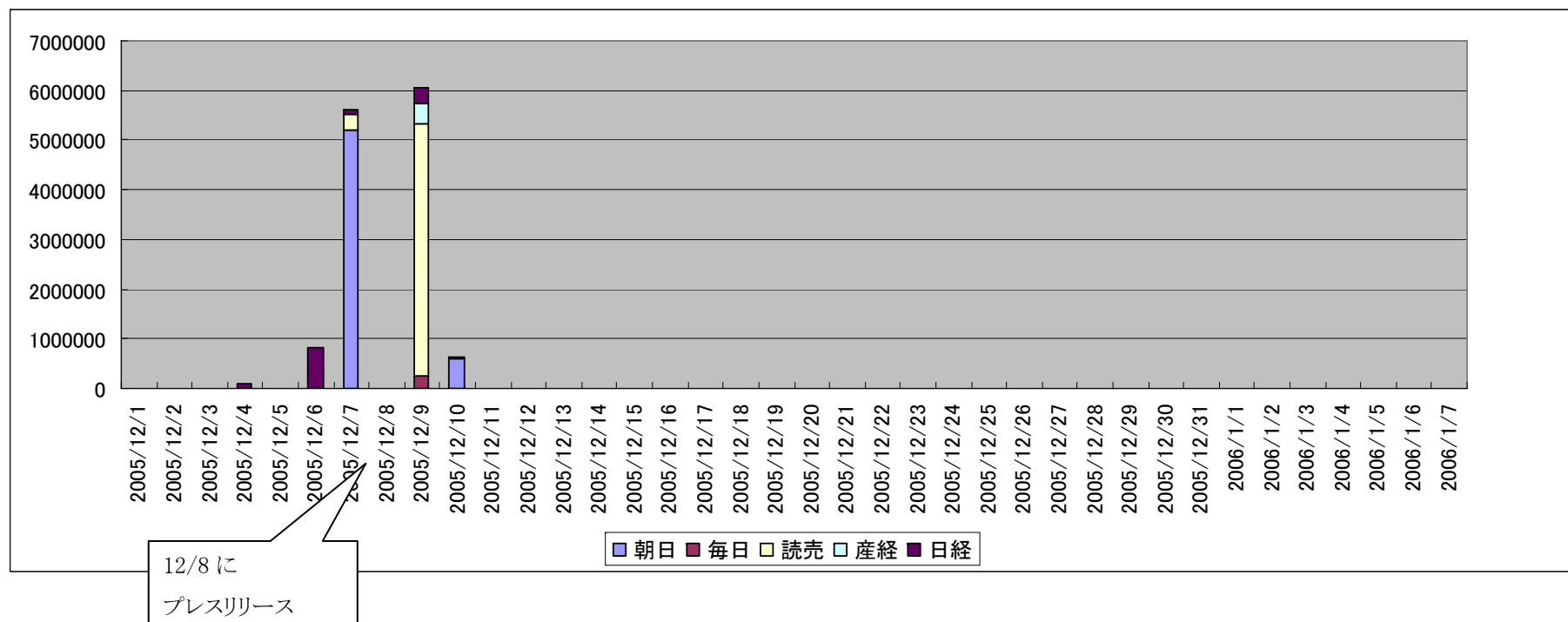
(1) メチル水銀



(2) BSE 国内



(3) BSE 輸入



1.2 露出量評価資料（日経テレコン 21 を使用した場合）

1.2.1 事例ごとの記事評価

記事検索データベースとして日経テレコンを採用し、(1) メチル水銀、(2) BSE 国内、(3) BSE 輸入のテーマごとに記事を抽出して評価を実施した。その結果を以下に示す。

(1) メチル水銀

	基本情報							露出量ポイント算出						
	(ア)記事名	(イ)新聞名	(ウ)日付	(エ)特記事項	記事情報			接触ポイント			購読確率			(タ)露出量ポイント
					(オ)朝刊／夕刊	(カ)掲載面	(ケ)図・表	(コ)発行部数	(サ)面別接触度	(シ)接触度ポイント	(ス)文字数	(セ)強調度	(ソ)購読ポイント	
1	魚介類のメチル水銀 耐容摂取基準厳格化の 試案	朝日	6月9日		朝刊	社会	無	8225032	0.58	4791338.42	298	1.00	298.00	1427818849.05
2	魚介類に含まれるメチル水銀 妊婦の摂取4	日経	6月8日		夕刊	社会		1618603	0.58	942886.88	496	1.00	496.00	467671891.25
3	水銀含有食品 魚を避けるほどのリスクは無	読売	6月9日	社説	朝刊	総合		10033215	0.51	5093860.36	1009	1.00	1009.00	5139705101.74
4	魚介類に含まれるメチル水銀 妊婦の摂取4	読売	6月9日		朝刊	社会		10033215	0.58	5844661.58	441	1.00	441.00	2577495755.56
5	妊婦の「耐容摂取量」4割減	産経	6月9日	変形	朝刊	社会		2191587	0.58	1276667.98	496	1.00	496.00	633227318.33
6	魚介類などの「メチル水銀」耐容摂取量、6割に	毎日	6月8日		夕刊	一面		1562789	0.61	945720.48	566	1.00	566.00	535277794.42

(2) BSE 国内

	基本情報							露出量ポイント算出						
	(ア)記事名	(イ)新聞名	(ウ)日付	(エ)特記事項	記事情報			接触ポイント			購読確率			(タ)露出量ポイント
					(オ)朝刊／夕刊	(カ)掲載面	(ケ)図・表	(コ)発行部数	(サ)面別接触度	(シ)接触度ポイント	(ス)文字数	(セ)強調度	(ソ)購読確率	
1	輸入再開の条件は整っている	読売	5月27日	社説	朝刊	総合		10033215	0.51	5093860.36	1001	1.00	1001.00	5098954218.88
2	論議はこれから本番だ	朝日	5月26日	社説	朝刊	総合	無	8225032	0.51	4175846.37	1111	1.00	1111.00	4639365318.75
3	BSE専門委員が政府批判	産経	5月21日		朝刊	社会		2191587	0.58	1276667.98	223	1.00	223.00	284696959.65
4	近事片々 BSE全頭検査緩和	毎日	5月7日	コラム	夕刊	一面		1562789	0.61	945720.48	282	1.00	282.00	266693176.73
6	食品安全委BSE対策全頭検査緩和を答申	朝日	5月7日		朝刊	総合	無	8225032	0.51	4175846.37	795	1.00	795.00	3319797865.35
7	牛肉検査 安全基準より緩和も 海外に比べ依然厳しく	朝日	5月7日		朝刊	経済	無	8225032	0.46	3782010.62	733	1.00	733.00	2772213787.15
8	BSE対策 全頭検査緩和を答申	読売	5月7日		朝刊	一面		10033215	0.61	6071591.85	552	1.00	552.00	3351518700.72
9	米産牛肉輸入「再開審議難航」根強く	読売	5月7日		朝刊	経済		10033215	0.46	4613444.14	760	1.00	760.00	3506217549.90
10	国内産牛の検査見直し 募集意見7割「反対」	読売	5月7日		朝刊	社会		10033215	0.58	5844661.58	551	1.00	551.00	3220408529.06
11	BSE検査「全頭」見直し答申	日経	5月7日		朝刊	総合		3034481	0.51	1540605.13	1216	1.00	1216.00	1873375835.07
12	BSE対策 全頭検査緩和を答申	産経	5月7日		朝刊	総合		2191587	0.51	1112668.09	564	1.00	564.00	627544801.13
	BSE国内対策 6日にも答申	朝日	5月3日		朝刊	経済	無	8225032	0.46	3782010.62	330	1.00	330.00	1248063505.81
	全頭検査見直し 安全委6日答申	日経	5月3日		朝刊	経済		3034481	0.46	1395306.35	301	1.00	301.00	419987211.38
	BSE意見募集に1000件超	産経	4月30日		朝刊	社会		2191587	0.58	1276667.98	185	1.00	185.00	236183576.39
13	輸入牛肉の評価 米国は圧力でなく協力を	毎日	5月29日	社説	朝刊	総合		3974559	0.51	2017882.46	1159	1.00	1159.00	2338725767.30
14	米国産牛肉、輸入再開、最後の関門	日経	5月25日		朝刊	総合	有	3034481	0.51	1540605.13	1290	3.22	4154.96	6401154221.27
15	BSE:米国産牛肉の輸入再開	毎日	5月25日		朝刊	経済		3974559	0.46	1827570.32	2178	1.00	2178.00	3980448156.48

	基本情報							露出量ポイント算出						
	(ア)記事名	(イ)新聞名	(ウ)日付	(エ)特記事項	記事情報			接触ポイント			購読確率			(タ)露出量ポイント
					(オ)朝刊／夕刊	(カ)掲載面	(ケ)図・表	(コ)発行部数	(サ)面別接触度	(シ)接触度ポイント	(ス)文字数	(セ)強調度	(ソ)購読確率	
16	牛肉輸入 米国内のBSE汚染や飼料規制	読売	5月25日		朝刊	生活		10033215	0.51	5076961.30	1033	1.00	1033.00	5244501018.48
17	北米産牛の安全性 科学的評価を諮問	産経	5月25日		朝刊	社会		2191587	0.58	1276667.98	464	1.00	464.00	592373942.96
18	農水・厚労省、若い米加産牛肉の未検査輸入、安全委に諮問。	産経	5月24日		夕刊	総合		635988	0.51	322890.92	615	1.00	615.00	198577918.24
19	米・カナダ産牛肉輸入再開へ諮問	朝日	5月24日		夕刊	総合	無	3861868	0.51	1960669.27	1176	1.00	1176.00	2305747059.79
20	牛肉輸入解禁、世界基準で協議へ	読売	5月20日		朝刊	経済	表	10033215	0.46	4613444.14	705	3.22	2270.73	10475906782.99
21	農水省(上)動かぬ理由	日経	5月19日		朝刊	経済	有	3034481	0.46	1395306.35	1161	3.22	3739.46	5217699120.93
22	畜産家の声、政治で増幅 牛肉問題、米国の	朝日	5月12日		朝刊	経済	有	8225032	0.46	3782010.62	2634	3.22	8483.85	32086013098.89
23	BSE 19年度末まで無感染なら30ヵ月以下まで緩和も	産経	5月9日		朝刊	総合	有	2191587	0.51	1112668.09	1697	3.22	5465.87	6081696113.05
24	BSE:検査基準緩和 前頭検査、20ヶ月以下は除外へ	毎日	5月7日		朝刊	一面		3974559	0.61	2405201.13	856	1.00	856.00	2058852164.96
25	BSE:検査基準緩和「輸入再開に向け前進」	毎日	5月7日		朝刊	社会		3974559	0.58	2315304.94	729	1.00	729.00	1687857302.73

(3) BSE 輸入

	基本情報							露出量ポイント算出						
	(ア)記事名	(イ)新聞名	(ウ)日付	(エ)特記事項	記事情報			接触ポイント			購読確率			(タ)露出量ポイント
					(オ)朝刊／夕刊	(カ)掲載面	(ケ)図・表	(コ)発行部数	(サ)面別接触度	(シ)接触度ポイント	(ス)文字数	(セ)強調度	(ソ)購読ポイント	
1	米国、日本産牛肉輸入再開へ	日経	12月10日		夕刊	総合		1618603	0.51	821764.28	314	1.00	314.00	258033982.58
2	米国産牛輸入 消費者が求める情報を	朝日	12月10日	社説	朝刊	総合	無	8225032	0.51	4175846.37	1129	1.00	1129.00	4714530553.44
3	食品安全委が答申 米産牛肉年内にも店頭に	読売	12月9日		朝刊	一面		10033215	0.61	6071591.85	686	1.00	686.00	4165112008.51
4	食品安全委容認答申 牛肉輸入再開準備へ	読売	12月9日		朝刊	経済	表	10033215	0.46	4613444.14	1344	3.22	4328.89	19971090377.78
5	米国産牛肉 条件付きで安全委答弁	毎日	12月9日		朝刊	一面		3974559	0.61	2405201.13	472	1.00	472.00	1135254932.08
6	米国産牛肉、信頼回復に努力を	日経	12月9日	社説	朝刊	総合		3034481	0.51	1540605.13	887	1.00	887.00	1366516748.12
7	食品安全委員会答申 米産牛肉、12日輸入解禁	日経	12月9日		朝刊	経済		3034481	0.46	1395306.35	744	1.00	744.00	1038107924.47
8	北米産牛肉 12日にも解禁決定 牛丼業界歓迎ムード	産経	12月9日		朝刊	経済		2191587	0.46	1007729.25	561	1.00	561.00	565336108.44
	カナダ、米国産牛 12日にも輸入解禁	読売	12月7日		夕刊	総合		3948941	0.51	2004876.21	451	1.00	451.00	904199168.67
	政府 米国産牛肉 輸入再開12日決定	朝日	12月7日		朝刊	一面	無	8225032	0.61	4977371.39	736	1.00	736.00	3663345340.06
	米国産牛肉本当に安全？ BSE確認から2年 輸入再開へ	朝日	12月7日		朝刊	生活	有	8225032	0.51	4161992.85	2775	3.22	8938.00	37199881712.84
	米産牛肉輸入12日にも解禁	日経	12月7日		朝刊	一面		3034481	0.61	1836313.69	327	1.00	327.00	600474578.15
	ニュースの主演＝吉野家 ディー・アンド・シー社長 阿部修二さん	日経	12月6日		夕刊	総合	有	1618603	0.51	821764.28	1537	3.22	4950.52	4068163194.19
	食品安全委員会 米政府も意見提出「米産牛肉輸入、30カ月以下に」	日経	12月4日		朝刊	総合		3034481	0.51	1540605.13	395	1.00	395.00	608539025.37
9	待ったなし、牛肉、安心の味は？	日経	1月1日		朝刊	社会	有	3034481	0.58	1767680.10	1645	3.22	5298.38	9365841778.96
10	論説委員に聞く：世界遺産／輸入再開／DNA	毎日	12月26日		朝刊	社会		3974559	0.58	2315304.94	3845	1.00	3845.00	8902347502.03
11	コンシューマー北米産の輸入再開、どうなる？	日経	12月20日		夕刊	生活	有	1618603	0.51	819038.04	2202	3.22	7092.42	5808963275.11

	基本情報							露出量ポイント算出						
	(ア)記事名	(イ)新聞名	(ウ)日付	(エ)特記事項	記事情報			接触ポイント			購読確率			(タ)露出量ポイント
					(オ)朝刊／夕刊	(カ)掲載面	(ケ)図・表	(コ)発行部数	(サ)面別接触度	(シ)接触度ポイント	(ス)文字数	(セ)強調度	(ソ)購読ポイント	
12	相次ぐ安全からの逃走	日経	12月18日		朝刊	経済		3034481	0.46	1395306.35	1679	1.00	1679.00	2342719361.81
13	BSE:牛肉輸入再開で消費者説明会	毎日	12月16日		朝刊	社会		3974559	0.58	2315304.94	294	1.00	294.00	680699652.95
14	リスクと生きる:5 安全施策にも効率性	朝日	12月13日		夕刊	生活	有	3861868	0.51	1954164.68	1581	3.22	5092.24	9951081209.71
15	牛肉輸入解禁 消費者の信頼をどう得るか	毎日	12月13日	社説	朝刊	総合		3974559	0.51	2017882.46	1183	1.00	1183.00	2387154946.26
16	米国産牛肉:輸入再開 政府に重い責任	毎日	12月13日		朝刊	経済		3974559	0.46	1827570.32	849	1.00	849.00	1551607201.49
17	米牛肉輸入再開 検査対象を国際基準に合わせよ	読売	12月13日	社説	朝刊	総合		10033215	0.51	5093860.36	995	1.00	995.00	5068391056.73
18	米産牛肉輸入2年ぶり再開決定	産経	12月13日		朝刊	社会		2191587	0.58	1276667.98	576	1.00	576.00	735360756.77
19	米産牛肉輸入解禁	読売	12月12日	解説	夕刊	社会		3948941	0.58	2300381.66	409	1.00	409.00	940856097.17
20	不安残し、食卓へ道 米産牛肉、輸入再開	朝日	12月9日	時々刻々	朝刊	総合	有	8225032	0.51	4175846.37	2544	3.22	8193.97	34216758222.43
21	米産牛肉、輸入再開を容認 安全委答申	朝日	12月9日		朝刊	総合	無	8225032	0.51	4175846.37	565	1.00	565.00	2359353199.90
22	食品安全委答申<要旨> 米国牛肉輸入再開	朝日	12月9日		朝刊	経済	無	8225032	0.46	3782010.62	890	1.00	890.00	3365989455.07
23	空白2年、米産牛離れ 豪・中国産に切り替え	朝日	12月9日		朝刊	経済	有	8225032	0.46	3782010.62	976	3.22	3143.60	11889122545.37
24	BSE:米国産牛肉輸入再開へ「20カ月以下」解禁方針を決定	毎日	12月9日		夕刊	経済		1562789	0.46	718597.16	139	1.00	139.00	99885004.64
25	米国産牛肉輸入再開へ 根拠不足、断定避けた安全委	毎日	12月9日	解説	朝刊	総合		3974559	0.51	2017882.46	844	1.00	844.00	1703092793.45
26	BSE:米国産牛肉輸入再開へ 消費者団体、慎重対応求める声	毎日	12月9日		朝刊	総合		3974559	0.51	2017882.46	316	1.00	316.00	637650856.31
27	BSE:米国産牛肉輸入再開へ 秒読み、スーパー冷ややか	毎日	12月9日		朝刊	経済		3974559	0.46	1827570.32	768	1.00	768.00	1403574005.59
28	BSE:米国産牛肉輸入再開へ 9カ所で説明会	毎日	12月9日		朝刊	経済		3974559	0.46	1827570.32	150	1.00	150.00	274135547.97
29	「鏡花の目」で見るBSE牛	読売	12月9日	編集	朝刊	一面		10033215	0.61	6071591.85	559	1.00	559.00	3394019843.67
	対米配慮の「政治決着」 消費者への説明後回し	朝日	12月7日	解説	朝刊	経済	無	8225032	0.46	3782010.62	601	1.00	601.00	2272988384.83
	BSE:米国産牛肉輸入再開へ 12日にも輸入解禁	毎日	12月7日		朝刊	一面		3974559	0.61	2405201.13	326	1.00	326.00	784095567.50
	米国産牛肉、解禁秒読み	日経	12月6日		朝刊	経済	有	3034481	0.46	1395306.35	1143	3.22	3681.49	5136804560.92

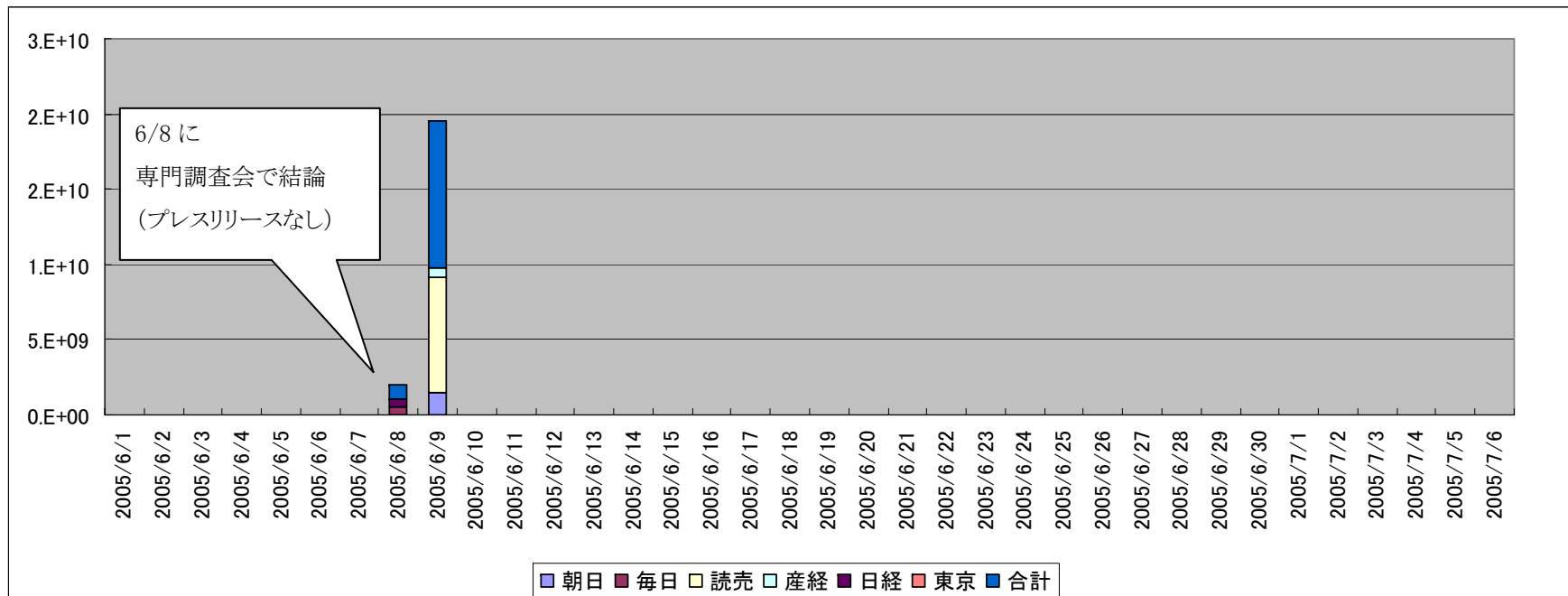
※表に示す各項目の見方

- (ア) 記事の見出し
- (イ) 記事が掲載されていた新聞
- (ウ) 記事が掲載されていた日付
- (エ) 社説や変形記事など
- (オ) 記事が掲載されていた新聞の朝刊、夕刊の区別
- (カ) 記事が掲載されていた面
- (コ) 記事の掲載されていた新聞の発行部数
(1 過去事例の調査資料 P.5「※表に示す各項目の見方(カ)」と同様の値を用いる)
- (サ) 記事の掲載されていた面の接触度
(1 過去事例の調査資料 P.5「※表に示す各項目の見方(サ)」と同様の値を用いる)
- (シ) (コ)発行部数×(サ)接触度
- (ス) 記事の文字数(面積情報が得られないため文字数で代替)
- (セ) (ケ)図表の有無によって導き出される強調度
(1 過去事例の調査資料 P.6「※表に示す各項目の見方(セ)②」と同様の値を用いる)
- (ソ) (ス)文字数×(セ)強調度
- (タ) (シ)接触度ポイント×(ソ)購読確率

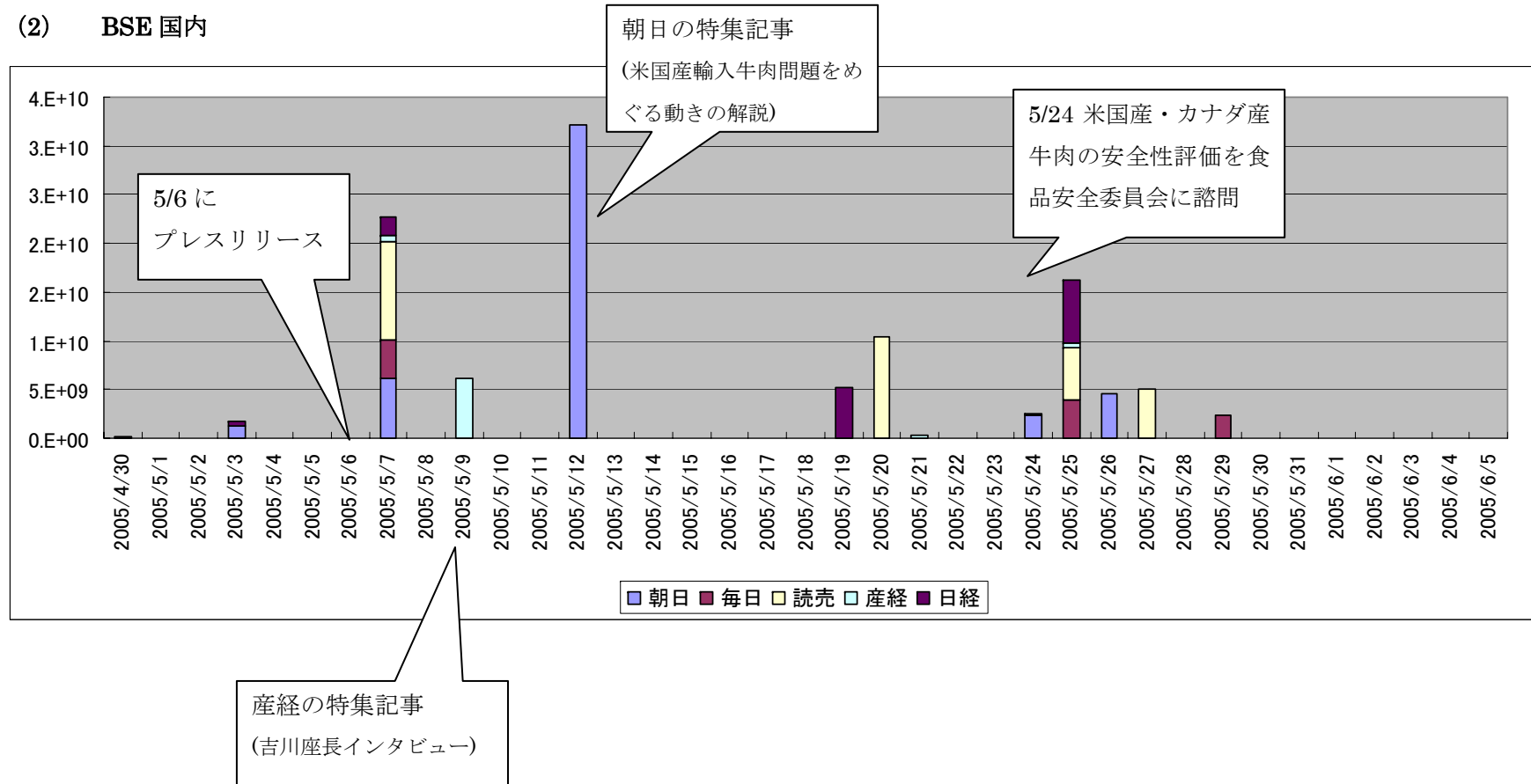
1.2.2 露出量の推移

1.1.1 で算出を行った露出量について、調査対象期間における推移を以下に示す。

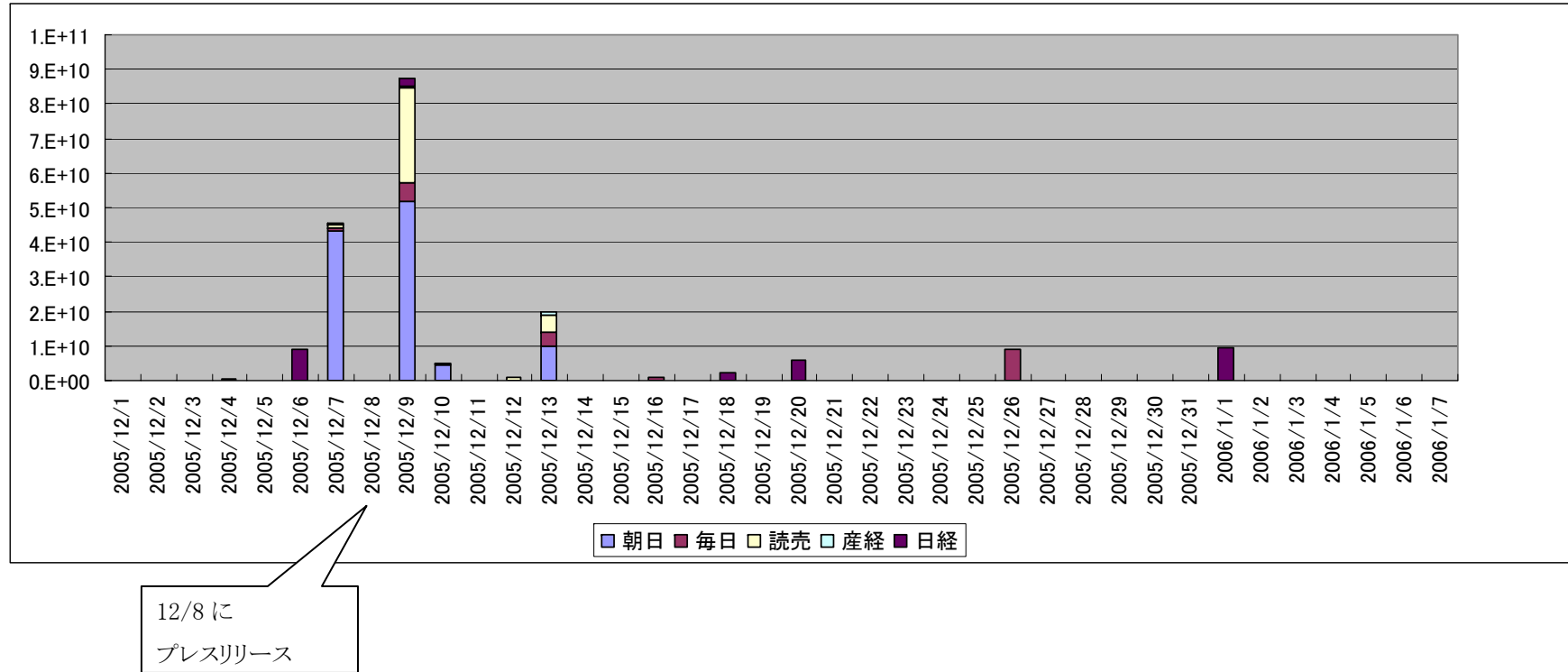
(1) メチル水銀



(2) BSE 国内



(3) BSE 輸入



1.3 露出内容評価資料

1.3.1 評価方法

(a)メチル水銀、(b)BSE 国内、(c)BSE 輸入のテーマごとに記事を抽出して評価を実施した。リスクメッセージとの整合性を評価するため、評価対象記事はリスクメッセージが公開されたプレスリリース日後1ヵ月間に出されたものとしている。

評価の手順は次の通りである。

1. 各記事についてリスクメッセージの項目ごとに記載内容を「○、△、×」で評価
2. 1.の結果から各記事についてリスクメッセージ全体の網羅性を示す総合評価を「○、△、×」で付与
 - ＝全てのリスクメッセージ項目の評価が「○」
 - △＝リスクメッセージ項目の評価に「△」が含まれ、「×」の評価はない
 - ×＝リスクメッセージ項目の評価のうち1つ以上が「×」
3. リスクメッセージ項目、および全体評価のテーマ全体での総合ポイントを算出
総合ポイント＝（○の記事数×1＋△の記事数×0.5）／（記事総数）×100

事実との整合性については、抽出記事内における食品安全委員会に係る記事内容をチェックしている。事実と合致している項目は「○」、合致していない項目は「×」、読み手の解釈によって判断が分かれる項目は「△」で記載している。ただし、「？」については、情報源が不明であり、事実との整合性を確認できていない。

1.3.2 露出内容評価結果

(1) メチル水銀

記事情報					事実との整合性			リスクメッセージとの整合性				
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／夕刊	これまでの 基準値	その他	備考	ハイリスク グループ	耐用週間摂 取量	対象集団	総合評価	備考
1	魚介類のメチル水銀 耐容摂取基準厳格化の試案	朝日	6月9日	朝刊	?		現行基準では3.3 μ gとされているが、食品安全委の資料(「魚介類に含まれるメチル水銀に係る食品健康影響評価」のポイントについて)では3.4 μ gと記載されている。	○	○	○	○	
2	魚介類に含まれるメチル水銀 妊婦の摂取4割減	日経	6月8日	夕刊	?		現行基準では3.3 μ gとされているが、食品安全委の資料(「魚介類に含まれるメチル水銀に係る食品健康影響評価」のポイントについて)では3.4 μ gと記載されている。	○	○	○	○	
3	水銀含有食品 魚を避けるほどのリスクは無い	読売	6月9日	朝刊				○	○	○	○	
4	魚介類に含まれるメチル水銀 妊婦の摂取4割減	読売	6月9日	朝刊	?		現行基準では3.3 μ gとされているが、食品安全委の資料(「魚介類に含まれるメチル水銀に係る食品健康影響評価」のポイントについて)では3.4 μ gと記載されている。	○	○	○	○	
5	妊婦の「耐容摂取量」4割減	産経	6月9日	朝刊	?		現行基準では3.3 μ gとされているが、食品安全委の資料(「魚介類に含まれるメチル水銀に係る食品健康影響評価」のポイントについて)では3.4 μ gと記載されている。	○	○	△	○	対象集団として「妊娠している可能性のある人」の記載がない。
6	魚介類などの「メチル水銀」耐容摂取量、6割に	毎日	6月8日	夕刊	○	△	対象が胎児であることが明記されていないため、通常の大人の健康に影響の出ない基準量と読むことができしまう。	×	○	×	×	対象集団、ハイリスクグループ共に記載がない。
7	摂取基準、4割減に 魚のメチル水銀で調査会	共同通信	6月8日		?		現行基準では3.3 μ gとされているが、食品安全委の資料(「魚介類に含まれるメチル水銀に係る食品健康影響評価」のポイントについて)では3.4 μ gと記載されている。	○	○	△	○	妊婦と妊娠を希望する女性、と記載されており、「妊娠している可能性のある人」ではない。
							総合ポイント	85	100	71	85	

(2) BSE 国内

記事情報					事実との整合性			リスクメッセージとの整合性					
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊／夕刊	意見募集	その他	備考	検査月齢	SRMの除去	飼料規制	BSEに関する調査研究	総合評価	備考
1	輸入再開の条件は整っている	読売	5月27日	朝刊				○	×	×	×	×	結論を拡大解釈「20か月齢以下の牛の検査を免除しても問題はないと結論付け」
2	論議はこれから本番だ	朝日	5月26日	朝刊	?		「全頭検査の見直しについて安全委員会が国民に意見を求めたところ、…の理由で7割が反対だった」の記述は事実？	○	×	×	×	×	結論を拡大解釈「20か月以下の若い牛を検査から除外することを認めた」
3	BSE専門委員が政府批判	産経	5月21日	朝刊				○	×	×	×	×	結論を拡大解釈「20ヶ月以下の牛を対象から外す全頭検査緩和容認」
4	近事「BSE全頭検査緩和」	毎日	5月7日	夕刊				○	×	×	×	×	
5	食品安全委BSE対策 全頭検査緩和を答申	朝日	5月7日	朝刊	?		「約7割が対策の見直しに反対で、専門調査会の結論と大きな溝」は事実？	○	○	×	×	×	結論を拡大解釈「食品安全委員会は6日、20か月齢以下の牛を検査対象から外すことを容認する答申を、農林水産省と構成労働省に出した。」
6	牛肉検査 安全基準より緩和も 海外に比べ依然厳しく	朝日	5月7日	朝刊									結論を拡大解釈「食品安全委員会による6日の答申は、…全頭検査の緩和などを容認した。」(No.10の関連記事)
7	BSE対策 全頭検査緩和を答申	読売	5月7日	朝刊	?		「「全頭検査見直しに反対」が約7割を占める」は事実？						結論を拡大解釈「食品安全委員会は6日、…全頭検査を見直す新たな国内対策基準を正式に了承し、…。」
8	米産牛肉輸入 「再開審議難航」根強く	読売	5月7日	朝刊									結論を拡大解釈「食品安全委員会は6日、国産牛の全頭検査の緩和を正式に答申したこと、…。」(No.12の関連記事)
9	国内産牛の検査見直し 募集意見7割「反対」	読売	5月7日	朝刊	?		「反対意見のいずれの指摘も検討済みで、答申案の修正は不必要とした」は事実？	△	○	○	×	×	結論を拡大解釈「食品安全委員会は6日、…国内産牛の全頭検査の見直しを了承し、…。」(No.12の関連記事)
10	BSE検査 「全頭」見直し答申	日経	5月7日	朝刊	?		「約七割が全頭検査の見直しに反対する意見だった。…検査の緩和を科学的に覆すような反対意見はないといい、」は事実？						食安委が管理を決定と誤解釈「食品安全委員会は六日、…国内安全基準の見直しを農林水産、厚生労働の両省に答申した。出荷する全ての食用牛を検査する「全頭検査」から、生後二十ヶ月以下の若い牛を外す内食安委が管理を決定と誤解釈。(答申骨子として)「全頭検査から生後20か月以下の牛を除外」
11	BSE対策 全頭検査緩和を答申	産経	5月7日	朝刊		×	答申骨子として、結論の4項目と並列で別の項目が記載されている。(「意見交換会を通じ国民の理解を深める」が追加されてい	△	○	○	○	△	
12	輸入牛肉の評価 米国は圧力でなく協力を	毎日	5月29日	朝刊				○	○	○	×	×	
13	米国産牛肉、輸入再開、最後の関門	日経	5月25日	朝刊				○	×	×	×	×	
14	BSE: 米国産牛肉の輸入再開	毎日	5月25日	朝刊				○	×	×	×	×	
15	牛肉輸入 米国内のBSE汚染や飼料規制	読売	5月25日	朝刊				○	×	×	×	×	SRMの除去や飼料規制にも言及しているが、食安委の答申についての記述ではない。
16	北米産牛の安全性 科学的評価を諮問	産経	5月25日	朝刊				×	×	×	×	×	米国産牛の評価を諮問したことを伝える記事であり、国内での牛肉検査に関する記事ではない。
17	農水・厚生省、若い米加産牛肉の未検査輸入、安全委に諮問。	産経	5月24日	夕刊				○	×	×	×	×	米国産牛の評価を諮問したことを伝える記事であり、国内での牛肉検査に関する記事ではない。
18	米・カナダ産牛肉輸入再開へ諮問	朝日	5月24日	夕刊				×	×	×	×	×	米国産牛の評価を諮問したことを伝える記事であり、国内での牛肉検査に関する記事ではない。

記事情報					事実との整合性			リスクメッセージとの整合性					
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／ 夕刊	意見募集	その他	備考	検査月齢	SRMの除去	飼料規制	BSEに関する調査研究	総合評価	備考
19	牛肉輸入解禁、世界基準で協議へ	読売	5月20日	朝刊				○	×	×	×	×	OIE総会開催についての記事であり、関連事項として食安委の答申について言及している。
20	農水省(上)動かぬ理由	日経	5月19日	朝刊				×	×	×	×	×	農水省消費・安全局の現状を伝えるものであり、食安委の答申を伝えるものではない。
21	畜産家の声、政治で増幅 牛肉問題、米国の現状	朝日	5月12日	朝刊				○	×	×	×	×	米国产牛肉輸入をめぐる動きを解説した記事であり、食安委の答申内容をメインで伝えるものではない。
22	BSE 19年度末まで無感染なら30ヵ月以下まで緩和も	産経	5月9日	朝刊				×	×	×	×	×	BSE問題について食安委調査会吉川座長へのインタビュー内容をまとめた記事。
23	BSE:検査基準緩和 前頭検査、20ヵ月以下は除外へ	毎日	5月7日	朝刊	?		「案への意見公募では1250通の意見が集まり、約7割が全頭検査の緩和に反対、2割が「答申案は理解できる」との内容だった。」は事実?	○	○	○	×	×	食安委答申について外食産業、有識者の意見を紹介。
24	BSE:検査基準緩和「輸入再開に向け前進」	毎日	5月7日	朝刊									
25	北米産牛肉のリスク諮問 夏にも輸入再開の可能性	共同通信	5月24日					○	×	×	×	×	記事の内容が食品安全委員会の見解を伝えることを主題としていない。
26	北米産牛肉のリスク諮問 夏にも輸入再開の可能性	共同通信	5月24日					○	×	×	×	×	記事の内容が食品安全委員会の見解を伝えることを主題としていない。
27	夏に向け輸入条件を審議 一部委員に不満、曲折も	共同通信	5月24日					×	×	×	×	×	「食品安全委が審議してきた…全頭検査緩和」全頭検査緩和を審議したのではない。記事の内容が食品安全委員会の見解を伝えることを主題としていない。
28	全頭検査緩和で利用された食品安全委の山内専門委員	共同通信	5月20日					×	×	×	×	×	記事の内容が食品安全委員会の見解を伝えることを主題としていない。
29	米産牛肉の輸入審議難航も食品安全委から内部批判	共同通信	5月18日					×	×	×	×	×	記事の内容が食品安全委員会の見解を伝えることを主題としていない。
30	専門調査会座長代理が辞意 米国产牛肉諮問案に疑問	共同通信	5月15日					○	×	×	×	×	結論を拡大解釈「食品安全委は…全頭検査緩和容認を決め、」
31	北米産牛肉解禁で意見交換 政府、生後20ヵ月以下限定	共同通信	5月13日					×	×	×	×	×	記事の内容が食品安全委員会の見解を伝えることを主題としていない。
32	農相、反対派予測できた 全頭検査緩和の答申で	共同通信	5月10日					×	×	×	×	×	結論を拡大解釈「食品安全委員会が…対策見直しを答申した」
33	全都道府県が自主継続 BSE全頭検査緩和後も	共同通信	5月9日					○	○	×	×	×	
34	全頭検査めぐり経緯	共同通信	5月9日					×	×	×	×	×	結論を拡大解釈「食品安全委員会が全頭検査の緩和容認を決め、」
35	国内外格差に混乱も	共同通信	5月9日					○	×	×	×	×	
36	全頭検査	共同通信	5月9日					×	×	×	×	×	結論を拡大解釈「食品安全委員会は…全頭検査の緩和容認を決め、」
37	全頭検査緩和と答申を尊重 農水事務次官	共同通信	5月9日					×	×	×	×	×	記事の内容が食品安全委員会の見解を伝えることを主題としていない。

記事情報					事実との整合性			リスクメッセージとの整合性					
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／ 夕刊	意見募集	その他	備考	検査月齢	SRMの除去	飼料規制	BSEに関する調査研究	総合評価	備考
38	「二重基準」に困惑広がる 国の対策、一貫性欠く	共同通信	5月9日					×	×	×	×	×	記事の内容が食品安全委員会の見解を伝えることを主題としていない。 また、結論を拡大解釈「食品安全委員会は…緩和容認を決めた」
39	全頭検査緩和容認を答申 生後20ヵ月以下を除外	共同通信	5月6日		？		「一般から約千二百五十件の意見が寄せられ、そのうち約七割が全頭検査の継続を求める内容だったが、科学的な検討を要するような指摘はなく「再審査の必要はない」と判断した」は事実？	○	×	×	×	×	結果を拡大解釈「食品安全委員会は…全頭検査の緩和容認を正式に決めた。」
40	プリオン調査委員会	共同通信	5月6日					×	×	×	×	×	
41	全頭検査緩和容認を答申 米産牛肉解禁へ環境整う	共同通信	5月6日		？		「一般から約千二百五十件の意見が寄せられ、そのうち約七割が全頭検査の継続を求める内容だったが、科学的な検討を要するような指摘はなく「再審査の必要はない」と判断」は事実？	×	×	×	×	×	結果を拡大解釈「食品安全委員会は…全頭検査の緩和容認を正式に決め、」
42	「科学的再検討必要なし」応募意見に食品安全委	共同通信	5月6日					×	×	×	×	×	
43	BSE対策 全頭検査要望相次ぐ	河北	5月18日	朝刊				△	×	×	×	×	食安委が管理を決定と誤解釈「食品安全委員会は今月6日、国内のBSE対策で生後二十ヶ月以下の牛を全頭検査の対象から外すことを決め、両省に答申した。」
44	BSE検査緩和 食の安全譲れぬ一線	中国	5月15日	朝刊				△	×	×	×	×	食安委が管理を決定と誤解釈「食品安全委員会の基準緩和の根拠は…」
45	BSEで意見交換会 13日広島市	中国	5月7日	朝刊				○	×	×	×	×	結論を拡大解釈「食品安全委員会は六日、…緩和を容認する答申をした。」
46	牛肉の安全性*政府は後戻りするの	北海道	5月29日	朝刊				×	×	×	×	×	米国産牛肉輸入再開に関する記事であり、国内での牛肉検査に関する記事ではない。
47	米産牛肉輸入問題*食品安全委・金子座長代理に聞く	北海道	5月25日	朝刊				×	×	×	×	×	金子座長代理へのインタビュー記事。米国産牛肉の評価を受けてのインタビューであり、国内での牛肉検査に関する記事ではない。
48	北米産牛肉、リスク諮問	河北	5月25日	朝刊									共同通信記事(No.28)
49	北米産牛肉 安全委に評価を諮問	中国	5月25日	朝刊									共同通信記事(No.25)
50	米国産牛肉の安全性諮問*農水、厚労省	北海道	5月24日	夕刊				×	×	×	×	×	米国産牛肉輸入再開に関する記事であり、国内での牛肉検査に関する記事ではない。
51	米国産牛肉輸入問題*解禁ありき？疑問噴出*審議難航	北海道	5月19日	朝刊									共同通信記事(No.29)
52	米国産牛肉輸入問題*解禁ありき？疑問噴出*農水、札幌で意見交換会	北海道	5月19日	朝刊				×	×	×	×	×	北海道で開催された意見交換会に関する記事であり、食安委の答申についての記事ではない。
53	BSE全頭検査緩和 金子東京医大教授に聞く	中国	5月19日	朝刊									金子委員へのインタビュー記事。共同通信5月2日記事であり、プレスリリース以前に書かれた記事であるため評価対象から除外する。
54	BSE対策/全頭検査、要望相次ぐ	河北	5月18日	朝刊				×	×	×	×	×	仙台で開催された意見交換会に関する記事であり、食安委の答申についての記事ではない。

記事情報					事実との整合性			リスクメッセージとの整合性					
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／ 夕刊	意見募集	その他	備考	検査月齢	SRMの除去	飼料規制	BSEに関する調査研究	総合評価	備考
55	食品安全委調査会 座長代理が辞意	北海道	5月16日	朝刊									共同通信記事(No.30)
56	BSE検査緩和 食の安全譲れぬ一線	中国	5月15日	朝刊				×	×	×	×	×	食安委の答申について伝える記事ではない。
57	BSE対策 疑問の声 広島生産者ら意見交換会	中国	5月14日	朝刊				○	×	×	×	×	広島で開催された意見交換会に関する記事であり、食安委の答申についての記事ではない。
58	BSE全頭検査見直し「20ヶ月以下は安全」	北海道	5月10日	夕刊									金子委員へのインタビュー記事。共同通信5月2日記事であり、プレスリリース以前に書かれた記事であるため評価対象から除外する。
59	牛肉の対日輸出 明日にも再開を*米農務長官	北海道	5月10日	朝刊				×	×	×	×	×	米国産牛肉輸入再開に関する記事。食安委が管理を決定と誤解釈「食品安全委員会が…全頭検査緩和を答申した」
60	BSE全頭検査 全国で続行	北海道	5月10日	朝刊									共同通信記事(No.24)
61	BSE全頭検査「答申を尊重」農水事務次官	中国	5月10日	朝刊									共同通信記事(No.37)
62	表層深層 BSE全頭検査 全都道府県が継続意向	中国	5月10日	朝刊									共同通信記事(No.33、36、38)
63	BSE*全頭検査 全国で続行	北海道	5月9日	夕刊									共同通信記事(No.33)
64	全都道府県が継続 BSE全頭検査 緩和後も自主的	中日	5月9日	夕刊									共同通信記事(No.33)
65	ガテンコ・日本 米産牛肉輸入問題	中日	5月8日	朝刊				×	×	×	×	×	米国産牛肉輸入再開に関する記事であり、食安委の答申についての記事ではない。
66	BSE*全頭検査緩和を答申*食品安全委	北海道	5月7日	朝刊									共同通信5月6日の記事であり、プレスリリース以前に書かれた記事であるため、評価対象から除外する。
67	BSE対策 食品安全委 全頭検査 緩和を答申	中日	5月7日	朝刊		×	答申骨子として、結論の4項目と並列で別の項目が記載されている。」「意見交換会を通じ国民の理解を深める」が追加されてい	○	○	○	○	○	
68	BSE緩和答申 米の圧力継続は必至	中日	5月7日	朝刊									食安委が管理を決定と誤解釈「食品安全委員会が…全頭検査の緩和を答申した」
69	BSE対策「全頭」緩和容認を答申	中国	5月7日	朝刊	?	×	「一般から千二百五十件の意見が寄せられ、そのうち七割が全頭検査の緩和に反対する内容だった。」「は事実？答申骨子として、結論の4項目と並列で別の項目が記載されている。」「意見交換会を通じ国民の理解を深める」が追加されてい	○	○	○	○	○	結論を拡大解釈「「全頭」緩和容認を答申」「食品安全委員会は…全頭検査の緩和容認を正式に決め」
70	BSEで意見交換会 13日広島	中国	5月7日	朝刊									
							総合ポイント	49	15	11	5	4	

(3) BSE 輸入

記事情報					事実との整合性			リスクメッセージとの整合性				
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／夕刊	結論への付 帯事項関連	その他	備考	輸出プログ ラムの遵守	輸出プログ ラムの内容	リスクレベ ル	総合評価	備考
1	米国、日本産牛肉輸入再開へ	日経	12月10日	夕刊				×	×	△	×	「輸入を事実上認める」答申をまとめた、という記載のみであり、輸出プログラムが前提であることは記載されていない。またカナダ産牛肉も対象であることが記載されていない。
2	米国産牛肉輸入 消費者が求める情報を	朝日	12月10日	朝刊	△		食安委の注文として、「米国やカナダにある牛肉の処理施設への定期的な立入検査を求め、管理が十分でないときはいったん輸入を停止することが必要だとも述べている」とある。しかし、報告書では管理システムの一例として定期的な立入検査を求めているが、「人へのリスクを否定することができない重大な事態となれば、一旦輸入を停止することも必要」と記載しているだけである。要素を抜き取っているが、本質を述べていない。	○	○	○	○	
3	食品安全委が答申 米産牛肉年内にも店頭へ	読売	12月9日	朝刊								
4	食品安全委容認答申 牛肉輸入再開準備へ	読売	12月9日	朝刊				○	○	○	○	「食品安全委容認」と記載しているが、それ以上の詳細情報の記載はない。また、食安委は管理機関ではないことから「輸入を認める答申を提出した」は誤認識。
5	米国産牛肉 条件付きで安全委答申	毎日	12月9日	朝刊	×		答申の中の「結論への付帯事項」の内容は、①継続的なサーベイランス、②SRMの飼料としての使用禁止、を指摘と記載している。しかし、実際には3項目を並列に紹介しており、最も始めに掲げられている監視体制の強化についての記載がない。	○	○	○	○	
6	米国産牛肉、信頼回復に努力を	日経	12月9日	朝刊				○	○	○	○	
7	食品安全委員会答申 米産牛肉、12日輸入解禁	日経	12月9日	朝刊				×	×	×	×	「輸入を事実上認める」答申をまとめた、という記載のみであり、リスクについての記載はない。
8	北米産牛肉 12日にも解禁決定 牛丼業界歓迎ムード	産経	12月9日	朝刊				○	○	○	△	「北米産牛肉」のみを言及しており、カナダ産牛肉も対象であることが記載されてい
9	待ったなし、牛肉、安心の味は？	日経	1月1日	朝刊				○	○	○	○	
10	論説委員に問う：世界遺産／輸入再開／DNA	毎日	12月26日	朝刊				○	×	○	×	子供を対象とした解説記事であり、細かい点は記載していない。
11	コンシューマー北米産の輸入再開、どうなってる？	日経	12月20日	夕刊				○	○	△	△	「輸入を容認」との記載のみで、リスクレベルについては言及していない。
12	相次ぐ安全からの逃走	日経	12月18日	朝刊				○	△	○	△	「危険部位の除去など」と月齢に関しては記載がない。
13	BSE：牛肉輸入再開で消費者説明会	毎日	12月16日	朝刊		×	「農林水産、厚生労働の両省と食費安全委員会は・・・説明会を開いた」と記載。実際には主催は農水省と厚労省であるため記載内容は誤り。（食安委は出席のみ。）	×	×	×	×	消費者説明会に関する記事であり、食安委の答申についての記事ではない。

記事情報					事実との整合性			リスクメッセージとの整合性				
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／夕刊	結論への付 帯事項関連	その他	備考	輸出プロ ラムの遵守	輸出プロ ラムの内容	リスクレ ベル	総合評価	備考
14	リスクと生きる:5 安全施策 にも効率性	朝日	12月13日	夕刊				×	×	×	×	解説記事。BSE問題からリスク評価について 言及している。そのため、食安委の答申に ついて言及はしていない。
15	牛肉輸入解禁 消費者の信 頼をどう得るか	毎日	12月13日	朝刊				×	×	×	×	解説記事。牛肉輸入問題から食安委、政府 の対応のあり方を言及している。そのため、 食安委の答申について言及はしていない。
16	米国産牛肉:輸入再開 政府 に重い責任	毎日	12月13日	朝刊				×	×	×	×	記事の内容が食品安全委員会の決定を伝 えるものではない。
17	米牛肉輸入再開 検査対象 を国際基準に合わせよ	読売	12月13日	朝刊				○	△	×	×	輸入再開決定についての社説記事。食安委 の答申について伝えるものではない。
18	米産牛肉輸入2年ぶり再開 決定	産経	12月13日	朝刊				○	○	○	○	
19	米産牛肉輸入解禁	読売	12月12日	夕刊				×	○	○	×	
20	不安残し、食卓へ道 米産牛 肉、輸入再開	朝日	12月9日	朝刊				○	○	○	○	
21	米産牛肉、輸入再開を容認 安全委答申	朝日	12月9日	朝刊								
22	食品安全委答申<要旨> 米国牛肉輸入再開	朝日	12月9日	朝刊				○	○	○	○	食安委の答申の要旨を掲載。適切に内容が 抜粋されている。
23	空白2年、米産牛離れ 豪・ 中国産に切り替え	朝日	12月9日	朝刊								
24	BSE:米国産牛肉輸入再開 へ「20カ月以下」解禁方針 を決定	毎日	12月9日	夕刊				×	×	×	×	記事の内容が食品安全委員会の決定を伝 えるものではない。 また、「輸入再開を容認する」は拡大解釈。
25	米国産牛肉輸入再開へ 根 拠不足、断定避けた安全委	毎日	12月9日	朝刊				○	△	○	△	月齢を限定することが言及されていない。
26	BSE:米国産牛肉輸入再開 へ 消費者団体、慎重対応求 める声	毎日	12月9日	朝刊								
27	BSE:米国産牛肉輸入再開 へ 秒読み、スーパー冷やや か	毎日	12月9日	朝刊				×	×	×	×	答申を受けて輸入再開に関するスーパー等 の反応を紹介。関連記事であり、答申の内 容を伝える記事ではない。
28	BSE:米国産牛肉輸入再開 へ 9カ所で説明会	毎日	12月9日	朝刊								消費者説明会開催のお知らせ記事。
29	「鏡花の目」で見るBSE牛肉	読売	12月9日	朝刊				×	×	×	×	記事の内容が食品安全委員会の決定を伝 えるものではない。 また、「輸入再開を認める答申を出した」は 誤認識。
30	安全の責任はどこにある? 消費者重視の食品行政を	共同通信	12月14日					×	×	×	×	記事の内容が食品安全委員会の決定を伝 えるものではない。 また、「輸入を容認する」は拡大解釈。
31	米国産牛肉の輸入再開問題	共同通信	12月12日					×	×	×	×	記事の内容が食品安全委員会の決定を伝 えるものではない。 また、食安委は管理機関ではなく「輸入再開 を認める答申をする」は誤認識。

記事情報					事実との整合性			リスクメッセージとの整合性				
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／ 夕刊	結論への付 帯事項関連	その他	備考	輸出プロ グラムの遵守	輸出プロ グラムの内容	リスクレ ベル	総合評価	備考
32	日米で「安心」に格差 牛肉の BSE検査めぐり	共同通信	12月12日					×	×	△	×	危険性の差は非常に小さい、このみを記載しており、国内と米国・カナダ産を比較していることを明記していない。 また、食安委は管理機関ではなく「条件を守れば、BSE検査なしで輸入することを認める」は誤認識。
33	政府が輸入再開を正式決定 2年ぶり、米国産牛肉	共同通信	12月12日					×	×	×	×	結論を拡大解釈、「同委員会は…輸入再開を容認する答申を…提出」 またカナダ産牛肉も対象であることが記載されていない。
34	輸入再開条件を正式決定 農 水省がBSE対策本部	共同通信	12月9日					○	×	○	×	「輸入条件を遵守を前提」との記述はあるが、その内容は記載されていない。 またカナダ産牛肉も対象であることが記載されていない。
35	安全観の溝埋まったのか	共同通信	12月9日					○	○	△	△	国内外でのリスクレベルの差は非常に小さい、とは記載されていない。 またカナダ産牛肉も対象であることが記載されていない。
36	20ヵ月以下は日本向け特例 消費者の自主選択に限界も	共同通信	12月8日					△	△	△	△	食安委からのリスクメッセージとしてではなく、輸入の条件として記載。
37	米国産牛肉2年ぶり解禁へ 年内にも輸入再開	共同通信	12月8日			？	「答申案に対し、一般からの意見は過去最高の八千八百四十六通に達し、賛成が四割強、反対が五割強だった。」は事実？	○	○	○	△	「北米産牛肉」のみを言及しており、カナダ産牛肉も対象であることが記載されていない。
38	政府の責任は重い	共同通信	12月8日					○	○	○	△	「北米産牛肉」のみを言及しており、カナダ産牛肉も対象であることが記載されていない。
39	食品安全委員会	共同通信	12月8日					×	×	△	×	記事の内容が食品安全委員会の決定を伝えるものではない。 「輸入再開を事実上容認する答申をまとめ、」ということのみを記載。 またカナダ産牛肉も対象であることが記載されていない。
40	求められる矛盾の説明 消費 者の混乱は必至	共同通信	12月8日					×	×	△	×	記事の内容が食品安全委員会の決定を伝えるものではない。 「輸入再開につながる食品安全委員会答申を受け、」とのみを記載。 またカナダ産牛肉も対象であることが記載されていない。
41	「食の番人ではない」委員長 は政府の責任強調	共同通信	12月8日					×	×	△	×	「輸入再開を容認する答申を出した」とのみを記載。 またカナダ産牛肉も対象であることが記載されていない。

[illegible]

記事情報					事実との整合性			リスクメッセージとの整合性				
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／夕刊	結論への付 帯事項関連	その他	備考	輸出プログ ラムの遵守	輸出プログ ラムの内容	リスクレベ ル	総合評価	備考
58	北米産牛肉「安全の条件」ど う守る	中国	12月10日	朝刊				○	○	△	△	リスクレベルが国内産牛肉と同等であることは明記されていない。 結論を拡大解釈「食品安全委員会は…輸入再開を条件付で容認する」
59	米産牛肉*年内にも輸入再開 *食品安全委が答申	北海道	12月9日	朝刊				○	○	△	△	リスクレベルが国内産牛肉と同等であることは明記されていない。 結論を拡大解釈「食品安全委員会は…輸入を容認することを決め」
60	米牛肉2年ぶり解禁 安全委 が容認答申	中日	12月9日	朝刊				○	○	○	○	結論を拡大解釈「食品安全委員会は…輸入を条件付きで容認する答申を出した」
61	ニュースQ&A 米産牛肉輸入 再開へ BSE検査信頼性	中日	12月9日	朝刊								結論を拡大解釈「食品安全委員会は…輸入再開を容認する答申を提出」
62	米牛肉輸入 再開を答申 食 品安全委 年内にも国内へ	中国	12月9日	朝刊								共同通信記事(No.37)
63	牛肉輸入再開「条件順守」は 政府の責任	西日本	12月9日	朝刊				○	○	○	○	結論を拡大解釈「食品安全委員会が事実上、輸入再開を容認する答申を出した」
64	米産牛肉輸入*疑問残し再開 容認	北海道	12月8日	朝刊								共同通信12月7日の記事であり、プレスリリース以前に書かれた記事であるため、評価対象から除外する。
65	米牛肉解禁答申案 委員の 半数近く「不安」	中日	12月8日	朝刊								共同通信12月7日の記事であり、プレスリリース以前に書かれた記事であるため、評価対象から除外する。
66	米牛肉輸入再開 半数近く 疑問残し答申	中国	12月8日	朝刊								共同通信12月7日の記事であり、プレスリリース以前に書かれた記事であるため、評価対象から除外する。
雑誌	2006年大展望＝米牛肉輸入 の再開後も本当の原因は不明	週間東洋 経済	1月7日					×	×	×	×	記事の内容が食品安全委員会の決定を伝えるものではない。
							総合ポイント	57	52	53	37	

2. 平成 18 年度上半期掲載記事の調査に関する参考資料

2.1 露出量評価資料

2.1.1 記事ごとの評価

記事検索データベースとして日経テレコンを採用し、キーワードである「食品安全委員会」を含む記事を全て抽出して評価を実施した。その結果を次ページ以降に示す。

なお、グレーで網かけした記事は、評価対象外の記事、もしくは同一記事内容で発売地域が異なる、カウント済み記事の一部分（解説等）であることによる重複記事であり、これらにはポイントは付与していない。

さらに、記事番号「全-106」については、食品安全委員会に対する有識者のコメントを掲載している大きい記事であるにも関わらず、著作権の問題により DB に記事が収められていないものであり、露出量ポイントが算出できない。（記事の文字数の情報がないため他の記事と同様の方法でのポイント算出が困難である。）この記事は 1 面を占める大きい記事であるため露出量ポイントが算出できた場合には、ポイントが高くなると思われる。

記事No.	基本情報									露出量ポイント算出						
	記事 テーマ	(ア)記事名	(イ) 新聞名	(ウ) 日付	(エ)特記 事項	記事情報				接触ポイント			購読確率			(タ)露出量 ポイント
						(オ)朝刊 ／夕刊	(カ)掲載 面	(キ) 図・表	(ク) 文字数	(ケ)発行部 数	(コ)面別 接触度	(サ)接触度 ポイント	(シ)文字 数	(ス) 強調度	(セ)購読 ポイント	
全-001	イソフラボン	イソフラボンの摂取——慎重論には疑問(食と長生き)	日経	4月2日		朝刊	生活	有	766	3034481	0.51	1535494	766.00	3.22	2467.21	3788385515
全-002	委員交代	食品安全委プリオン専門調査会、委員の半数、同時辞任(ダイジェス	日経	4月4日		夕刊	総合		254	1618603	0.51	821764	254.00	1.00	254.00	208728126
全-003	委員交代	プリオン調査会、委員の半数辞任「牛肉輸入再開に責任」	読売	4月4日		夕刊	総合		589	3948941	0.51	2004876	589.00	1.00	589.00	1180872085
全-004	*委員交代	プリオン専門調査会 委員6人が辞任 米国産牛肉 輸入再開加速	*産経	4月4日		夕刊	経済		393							0
全-005	委員交代	“慎重派”6人辞任 プリオン専門調査会委員の半数	産経	4月4日		朝刊	社会		778	2191587	0.58	1276668	778.00	1.00	778.00	993247689
全-006	委員交代	食品安全委専門委員辞任、牛肉輸入条件、議論に影響も。	日経	4月5日		朝刊	経済		298	3034481	0.46	1395306	298.00	1.00	298.00	415801292
全-007	委員交代	「慎重派」6人、委員を辞任 プリオン専門調査会	朝日	4月5日		朝刊	総合	無	294	8225032	0.51	4175846	294.00	1.00	294.00	1227698833
全-008	委員交代	米国産牛肉:安全「慎重派」6委員が辞任——食品委調査会	毎日	4月5日		朝刊	総合		392	3974559	0.51	2017882	392.00	1.00	392.00	791009923
全-009	委員交代	米国産牛肉:「慎重派」6人辞任委員の半数、輸入再開めぐり——プリオン調査会	毎日	4月5日		朝刊	総合		470	3974559	0.51	2017882	470.00	1.00	470.00	948404755
全-010	委員交代	プリオン専門調査会、半数が辞任役所主導、納得できぬ	産経	4月5日		朝刊	総合		1347	2191587	0.51	1112668	1347.00	1.00	1347.00	1498763913
全-011	委員交代	プリオン調査会 6委員辞任「政府主導、納得できない」	産経	4月5日		朝刊	総合		1377	2191587	0.51	1112668	1377.00	1.00	1377.00	1532143956
全-012	委員交代	委員大量辞任で政治的影響否定 食品安全委員長	朝日	4月7日		朝刊	総合	無	211	8225032	0.51	4175846	211.00	1.00	211.00	881103584
全-013	コエンザイムQ10	コエンザイムQ10:安全性評価先送り	毎日	4月7日		朝刊	社会		316	3974559	0.58	2315305	316.00	1.00	316.00	731636362
全-014	委員交代	知りたい:プリオン調査会6委員辞任「政府に利用された」 留任した委員は反論	毎日	4月8日		夕刊	一面		1303	1562789	0.61	945720	1303.00	1.00	1303.00	1232273792
全-015 (対象外)	*その他	会と催し	*朝日	4月13日		夕刊	経済	無	430							0
全-016	食品安全委員会	(三者三論)食品安全委員会のあり方	朝日	4月14日		朝刊	経済	有	0	8225032	0.46	3782011	0.00	3.22	0.00	0
全-017	BSE輸入	米産牛肉輸入問題考えよう 19日、広島で意見交換 / 広島県	朝日	4月14日		朝刊	社会	無	312	8225032	0.58	4791338	312.00	1.00	312.00	1494897587
全-018 (対象外)	*その他	春の園遊会招待者(都内分)=4月14日	*読売	4月14日		朝刊	社会		2763							0
全-019	BSE輸入	(時時刻刻)米産牛肉、解禁へ動き急 政府、各地で消費者と意見交	朝日	4月16日		朝刊	総合	有	3198	8225032	0.51	4175846	3198.00	3.22	10300.44	43013047482
全-020	BSE輸入	米国産牛肉輸入問題、議論尽くした 食品安全委・甲斐論専門委員	読売	4月19日		朝刊	経済	写	875	1003215	0.46	4613444	875.00	3.22	2818.29	13002011965
全-021 (対象外)	*その他	【インフォメーション】講座・講演	*産経	4月19日		朝刊	社会		634							0
全-022 (対象外)	*その他	情報クリップ	*朝日	4月21日		朝刊	生活	無	584							0
全-023	BSE輸入	米国産牛肉:再禁輸「再開急がず」消費者から意見——都内で意見交換会	毎日	4月22日		朝刊	経済		403	3974559	0.46	1827570	403.00	1.00	403.00	736510839

記事No.	基本情報									露出量ポイント算出						
	記事 テーマ	(ア)記事名	(イ) 新聞名	(ウ) 日付	(エ)特記 事項	記事情報				接触ポイント			購読確率			(タ)露出量 ポイント
						(オ)朝刊 ／夕刊	(カ)掲載 面	(キ)図・表	(ク)文字数	(ケ)発行部 数	(コ)面別 接触度	(サ)接触度 ポイント	(シ)文字 数	(ス)強 調度	(セ)購読 ポイント	
全-024	BSE輸入	米国産牛肉で意見交換会「消費者は「不信」外食業者「輸入再開を」	産経	4月22日		朝刊	社会		301	2191587	0.58	1276668	301.00	1.00	301.00	384277062
全-025	委員交代	(記者席)辞任で果たせぬ科学者の責任	朝日	4月25日		夕刊	生活	無	599	3861868	0.51	1954165	599.00	1.00	599.00	1170544642
全-026	BSE輸入	米産牛肉の輸入再開、6月にも最終判断へ——全食肉施設、政府査察へ。	日経	4月30日		朝刊	総合	有	1630	3034481	0.51	1540605	1630.00	3.22	5250.07	8088280140
全-027	BSE輸入	米国産牛肉：米国、BSE検査縮小を表明「発生率、極めて低い」	毎日	4月30日		朝刊	一面		820	3974559	0.61	2405201	820.00	1.00	820.00	1972264924
全-028	BSE輸入	3大会社、条件破る 米牛肉、台湾でも骨混入	朝日	5月2日		朝刊	経済	無	636	8225032	0.46	3782011	636.00	1.00	636.00	2405358757
全-029	BSE輸入	日米農相会談、米、BSE検査を縮小方針、中川農相、再考促す。	日経	5月4日		朝刊	総合	有	544	3034481	0.51	1540605	544.00	3.22	1752.17	2699401470
全-030	残留農薬	コンシューマー——食の安全確保へ一歩、農業使用規制、29日から強化(生活)	日経	5月9日		夕刊	生活	有	2380	1618603	0.51	819038	2380.00	3.22	7665.74	6278534330
全-031	インフラボン	インフラボンに摂取上限。	日経	5月9日		朝刊	社会		168	3034481	0.58	1767680	168.00	1.00	168.00	296970257
全-032	インフラボン	大豆インフラボン、1日の追加摂取「上限量30mF」に	朝日	5月9日		朝刊	総合	無	369	8225032	0.51	4175846	369.00	1.00	369.00	1540887311
全-033	インフラボン	大豆インフラボン 食事以外の摂取 1日30ミリグラム上限 専門調査会決定	産経	5月9日		朝刊	社会		239	2191587	0.58	1276668	239.00	1.00	239.00	305123647
全-034	インフラボン	大豆インフラボン、食事外、30ミリグラムまで、豆腐半丁分——食品安全委が答申。	日経	5月12日		朝刊	社会		258	3034481	0.58	1767680	258.00	1.00	258.00	456061466
全-035	インフラボン	食品安全委：大豆インフラボンは30ミリグラム——食事外摂取の上限値決定	毎日	5月12日		朝刊	社会		610	3974559	0.58	2315305	610.00	1.00	610.00	1412336015
全-036	インフラボン	マメな摂取ご注意… 大豆インフラボン70～75ミリ・グラム上限／食品安全委	読売	5月12日		朝刊	社会		585	10033215	0.58	5844662	585.00	1.00	585.00	3419127023
全-037	インフラボン	妊婦と子供は非推奨「大豆インフラボン」	産経	5月12日		朝刊	生活		131	2191587	0.51	1108977	131.00	1.00	131.00	145275957
全-038	インフラボン	インフラボン「特保での上限は30ミリグラム」	産経	5月12日		朝刊	生活		263	2191587	0.51	1108977	263.00	1.00	263.00	291660891
全-039	食品安全委員会	魚のメチル水銀、健康影響DVD 食品安全委が無料配布	朝日	5月14日		朝刊	生活	無	364	8225032	0.51	4161993	364.00	1.00	364.00	1514965398
全-040	BSE輸入	(時時刻刻)課題残し政治決着 米産牛肉輸入再開へ 政府両にらみ、消費者・米圧力	朝日	5月20日		朝刊	総合	有	2057	8225032	0.51	4175846	2057.00	3.22	6625.39	27666616220
全-041	BSE輸入	クローズアップ2006：米国産牛肉輸入再開へ 政府両にらみ、消費者・米圧力	毎日	5月20日		朝刊	総合		2571	3974559	0.51	2017882	2571.00	1.00	2571.00	5187975796
全-042	食品安全委員会	食品安全委がメルマガ配信	朝日	5月24日		朝刊	生活	無	194	8225032	0.51	4161993	194.00	1.00	194.00	807426613
全-043	BSE輸入	牛肉問題で農水省など、食品安全委に日米交渉報告。	日経	5月26日		朝刊	経済		216	3034481	0.46	1395306	216.00	1.00	216.00	301386172
全-044	コエンザイムQ10	コエンザイムQ10：評価書を作成へ——食品安全委	毎日	5月26日		朝刊	社会		214	3974559	0.58	2315305	214.00	1.00	214.00	495475258
全-045	コエンザイムQ10	コエンザイムQ10 摂取量の上限設定困難／内閣府 食品安全委	読売	5月26日		朝刊	社会		441	10033215	0.58	5844662	441.00	1.00	441.00	2577495756
全-046	残留農薬	記者の目：残留農薬規制のポジティブリスト＝小島正美(生活家庭	毎日	5月30日		朝刊	経済		1906	3974559	0.46	1827570	1906.00	1.00	1906.00	3483349029

記事No.	基本情報									露出量ポイント算出							
	記事 テーマ	(ア)記事名	(イ) 新聞名	(ウ) 日付	(エ)特記 事項	記事情報				接触ポイント			購読確率			(タ)露出量 ポイント	
						(オ)朝刊 ／夕刊	(カ)掲載 面	(キ)図・表	(ク)文字数	(ケ)発行部 数	(コ)面別 接触度	(サ)接触度 ポイント	(シ)文字 数	(ス)強調度	(セ)購読 ポイント		
全-047 (地方版 のため対象外)	*遺伝子組み換え	遺伝子組み換え作物:栽培実験で公開質問状を再提出ー生活クラブ生協 /茨城	*毎日	5月31日		地方版	社会		400							0	
全-048	インフラボン	健康食品摂取の目安 メーカー表示を指導へ まず大豆インフラボン／厚労省	読売	5月31日		夕刊	総合		493	3948941	0.51	2004876	493.00	1.00	493.00	988403969	
全-049	インフラボン	大豆インフラボン摂取に上限値被害出る前に先手 健康食品の安全確保(解説)	読売	6月1日		朝刊	経済	写	1645	10033215	0.46	4613444	1645.00	3.22	5298.38	24443782494	
全-050	その他(有害物質)	農水産物中の有害物質調査、農水省、ヒ素など。	日経	6月4日		朝刊	経済		347	3034481	0.46	1395306	347.00	1.00	347.00	484171303	
全-051 (対象外)	*人事	選挙:中野区長選 予想の5氏が届け出ー告示 /東京	*毎日	6月5日		地方版	社会		830							0	
全-052 (対象外)	*人事	食品安全委員会、委員長ら4人を再任	*朝日	6月9日		朝刊	総合	無	188	3034481	0.51	1540605	188.00	1.00	188.00	289633764	
全-053 (対象外)	*人事	選挙:中野区長選 あす投票 /東京	*毎日	6月10日		地方版	社会		795							0	
全-054	BSE輸入	米国産牛肉危険部位混入 違反施設のみ禁輸…再開後の全面停止を回避 政府検討	読売	6月15日		朝刊	一面		549	10033215	0.61	6071592	549.00	1.00	549.00	3333303925	
全-055	BSE輸入	食品安全委検討、輸入牛肉の安全審査拡大。	日経	6月16日		朝刊	経済		259	3034481	0.46	1395306	259.00	1.00	259.00	361384345	
全-056	BSE輸入審査拡大	北米産以外もBSE審査へ メキシコやチリ対象	朝日	6月16日		朝刊	総合	無	341	8225032	0.51	4175846	341.00	1.00	341.00	1423963613	
全-057	BSE輸入審査拡大	食品安全委:北米産以外の牛肉も評価へ検討	毎日	6月16日		朝刊	総合		212	3974559	0.51	2017882	212.00	1.00	212.00	427791081	
全-058	食品安全委員会	[現場から]食の安心どう伝える 食品の安全性を検証する独立委	読売	6月19日		夕刊	生活	写・表	1742	3948941	0.51	1998225	1742.00	3.22	5610.81	11211656177	
全-059	BSE輸入	米国産牛肉:輸入再開、消費者の反対押し切り 政府「丁寧に手順踏んだ」	毎日	6月21日		朝刊	総合		703	3974559	0.51	2017882	703.00	1.00	703.00	1418571367	
全-060	BSE輸入	米国産牛肉、不信の構図から脱却を(社説)	日経	6月22日	社説	朝刊	総合		994	3034481	0.51	1540605	994.00	1.00	994.00	1531361497	
全-061	BSE輸入	(社説)米国産牛肉 不安はぬぐえない	朝日	6月22日	社説	朝刊	総合	無	1135	8225032	0.51	4175846	1135.00	1.00	1135.00	4739585632	
全-062	BSE輸入	米国産牛肉:5カ月ぶりにプリオン調査会	毎日	6月22日		夕刊	経済		217	1562789	0.46	718597	217.00	1.00	217.00	155935583	
全-063	その他(農水省)	(けいざい ひと・組織・思想)消費・安全局、農政変えた? 農水省に誕生3年	朝日	6月23日		朝刊	経済	有	1788	8225032	0.46	3782011	1788.00	3.22	5758.97	21780482696	
全-064	インフラボン	大豆インフラボン、14健康食品で摂取上限超過	朝日	6月23日		朝刊	社会	無	210	8225032	0.58	4791338	210.00	1.00	210.00	1006181068	
全-065	BSE輸入審査拡大	食品安全委:北米牛以外の評価困難	毎日	6月23日		朝刊	総合		191	3974559	0.51	2017882	191.00	1.00	191.00	385415549	
全-066	インフラボン	健康食品:大豆インフラボンの摂取目安量、14銘柄で上限超える	毎日	6月23日		朝刊	総合		194	3974559	0.51	2017882	194.00	1.00	194.00	391469197	
全-067	コエンザイムQ10	コエンザイムQ10:摂取量の上限設定は困難ー食品安全委	毎日	6月23日		朝刊	総合		295	3974559	0.51	2017882	295.00	1.00	295.00	595275325	
全-068	BSE輸入	米国産牛肉:5カ月ぶりにプリオン調査会再開	毎日	6月23日		朝刊	総合		286	3974559	0.51	2017882	286.00	1.00	286.00	577114383	

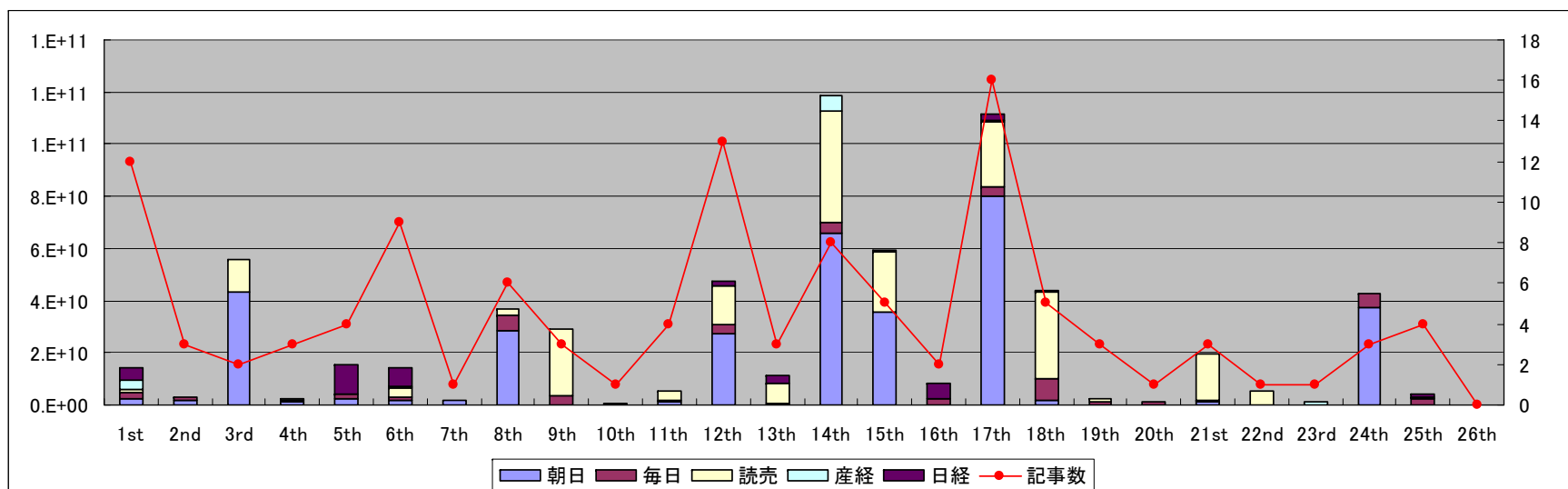
記事No.	基本情報									露出量ポイント算出						
	記事 テーマ	(ア)記事名	(イ) 新聞名	(ウ) 日付	(エ)特記 事項	記事情報				接触ポイント			購読確率			(タ)露出量 ポイント
						(オ)朝刊 ／夕刊	(カ)掲載 面	(キ) 図・表	(ク) 文字数	(ケ)発行部 数	(コ)面別 接触度	(サ)接触度 ポイント	(シ)文字 数	(ス) 強調度	(セ)購読 ポイント	
全-069	BSE輸入	牛肉輸入再開で国に意見書送付 市民生協やまなし＝山梨	読売	6月23日		朝刊	社会		249	10033215	0.58	5844662	249.00	1.00	249.00	1455320733
全-070	コエンザイ ムQ10	「コエンザイムQ10」の摂取上限量 設定を見送り データ不足で／食 品安全委	読売	6月23日		朝刊	社会		362	10033215	0.58	5844662	362.00	1.00	362.00	2115767491
全-071	その他(トク ホ)	言葉で読む消費(3)トクホブーム ――6000億円市場、広がる用	日経	6月24日		朝刊	経済	有	682	3034481	0.46	1395306	682.00	3.22	2196.65	3065004996
全-072	コエンザイ ムQ10	コエンザイム、摂取量の上限量決 められず 食品安全委員会	朝日	6月24日		朝刊	社会	無	121	8225032	0.58	4791338	121.00	1.00	121.00	579751949
全-073	その他(鳥 インフルエ ンザ)	鳥インフルエンザ終息宣言「及び 腰」県に批判 養鶏業者ら不満＝ 茨城	読売	6月24日		朝刊	社会		1352	10033215	0.58	5844662	1352.00	1.00	1352.00	7901982452
全-074 (全-75と 重複)	*人事	内閣府(人事)	*日経	7月1日		朝刊	金融		129							0
全-075 (対象外)	*人事	衆院(人事)	*日経	7月1日		朝刊	金融		586	3034481	0.00	0	586.00	1.00	586.00	0
全-076 (対象外)	*人事	【人事】内閣府	*産経	7月1日		朝刊	経済		70	3034481	0.46	1395306	70.00	1.00	70.00	97671445
全-077 (全-76と 重複)	*人事	内閣府人事(1日)	*産経	7月1日		朝刊	経済		61							0
全-078	イソフラボン	大豆イソフラボン:「サプリの表示」 ご注意 厚労省、指針つくり業界指	毎日	7月2日		朝刊	経済		1549	3974559	0.46	1827570	1549.00	1.00	1549.00	2830906425
全-079 (全-80と 重複)	*残留農薬	〈解〉残留農薬基準	*読売	7月3日		朝刊	総合		97							0
全-080	残留農薬	ポジティブリスト導入1か月 食品 残留農薬0.01ppm一律規制で 農家困惑	読売	7月3日		朝刊	総合	写・表	2585	10033215	0.51	5093860	2585.00	3.22	8326.03	42411616332
全-081	食品安全委 員会	寺田委員長を再任 食品安全委	朝日	7月4日		朝刊	総合	無	45	8225032	0.51	4175846	45.00	1.00	45.00	187913087
全-082	食品安全委 員会	食品安全委員会、寺田氏が委員 長再任	産経	7月4日		朝刊	社会		112	2191587	0.58	1276668	112.00	1.00	112.00	142986814
全-083	食品安全委 員会	(食品安全委の3年:上)信頼回復 消費者との距離なお オープンな 議論に反応...	朝日	7月5日		朝刊	生活	有	2652	8225032	0.51	4161993	2652.00	3.22	8541.83	35551022091
全-084	食品安全委 員会	(食品安全委の3年:中)新分野 健康ブーム、重い役割 テーマ目 白押し、手探り続く	朝日	7月6日		朝刊	生活	有	2267	8225032	0.51	4161993	2267.00	3.22	7301.78	30389957421
全-085	遺伝子組み 換え	遺伝子組み換え大豆:子ラット6割 死ぬ 胎内、生後に摂取――ロシ ア科学アカデミー	毎日	7月6日		朝刊	総合		601	3974559	0.51	2017882	601.00	1.00	601.00	1212747356
全-086	イソフラボン	大豆イソフラボン 過剰摂取“待っ た”! 妊婦や乳幼児に影響?	産経	7月6日		朝刊	生活	有	1661	2191587	0.51	1108977	1661.00	3.22	5349.91	5932931352
全-087 (全-86と 重複)	*イソフラボ ン	大豆イソフラボン 過剰摂取“待っ た”! 妊婦や乳幼児に影響?	*産経	7月6日		朝刊	生活	有	1662							0
全-088	食品安全委 員会	(食品安全委の3年:下)コミュニ ケーション 信頼回復へ合意模索	朝日	7月8日		朝刊	社会	有	2184	8225032	0.58	4791338	2184.00	3.22	7034.45	33704409464

記事No.	基本情報					露出量ポイント算出										
	記事 テーマ	(ア)記事名	(イ) 新聞名	(ウ) 日付	(エ)特記 事項	記事情報				接触ポイント			購読確率			(タ)露出量 ポイント
						(オ)朝刊 ／タ刊	(カ)掲載 面	(キ)図・表	(ク)文字数	(ケ)発行部 数	(コ)面別 接触度	(サ)接触度 ポイント	(シ)文字 数	(ス)強調度	(セ)購読 ポイント	
全-089	BSE輸入	BSE専門家招き、さいたまで11日に勉強会＝埼玉	読売	7月9日		朝刊	社会		250	10033215	0.58	5844662	250.00	1.00	250.00	1461165394
全-090	残留農薬	「論点」残留農薬に基準 食の安全性確保に期待 鬼武一夫(寄)	読売	7月12日		朝刊	経済	写	1448	10033215	0.46	4613444	1448.00	3.22	4663.86	21516472371
全-091	香辛料放射線照射	放射線で食品殺菌、「香辛料でも解禁を」——原子力委専門部会が報告書案	日経	7月14日		朝刊	社会		384	3034481	0.58	1767680	384.00	1.00	384.00	678789159
全-092	香辛料放射線照射	香辛料に放射線照射OK「風味損なわずに殺菌できる」原子力委が報告書案	朝日	7月14日		朝刊	総合	無	512	8225032	0.51	4175846	512.00	1.00	512.00	2138033342
全-093	その他(トランス脂肪酸)	調理油などのトランス脂肪酸、取り過ぎに注意——心臓病引き起こす恐れ。	日経	7月16日		タ刊	一面	有	1799	1618603	0.61	979496	1799.00	3.22	5794.40	5675592371
全-094	コエンザイムQ10	知りたい:コエンザイムQ10 許容量、なぜ違う	毎日	7月18日		朝刊	経済		1360	3974559	0.46	1827570	1360.00	1.00	1360.00	2485495635
全-095	BSE輸入	米BSE検査縮小、農水相「輸入再開影響ない」	朝日	7月22日		朝刊	経済	無	402	8225032	0.46	3782011	402.00	1.00	402.00	1520368271
全-096	BSE国内	知りたい:BSE対策 国内処理は大丈夫?	毎日	7月22日		タ刊	一面		1216	1562789	0.61	945720	1216.00	1.00	1216.00	1149996110
全-097	BSE輸入	米産牛肉輸入再開、あす正式決定へ——政府、米施設の査察受け。	日経	7月26日		朝刊	経済	有	543	3034481	0.46	1395306	543.00	3.22	1748.95	2440319227
全-098	BSE輸入	米国産牛肉:あす輸入再開決定一部施設の除外検討	毎日	7月26日		朝刊	総合		332	3974559	0.51	2017882	332.00	1.00	332.00	669936976
全-099	BSE輸入	米産牛肉 政府、施設点検を自民に報告 輸入再開あす正式決定	産経	7月26日		タ刊	経済		525	635988	0.46	292438	525.00	1.00	525.00	153530043
全-100	BSE輸入	米牛肉、輸入再開を決定。	日経	7月27日		タ刊	総合		449	1618603	0.51	821764	449.00	1.00	449.00	368972160
全-101	BSE輸入	米牛肉、輸入再開を決定 当面、停止前の1割 吉野家の牛丼9月下旬に	朝日	7月27日		タ刊	一面	無	834	3861868	0.61	2337006	834.00	1.00	834.00	1949063222
全-102	BSE輸入	米産牛肉、来月店頭に 輸入再開、きょう正式決定	朝日	7月27日		朝刊	総合	無	666	8225032	0.51	4175846	666.00	1.00	666.00	2781113683
全-103	香辛料放射線照射	コショウなど香辛料に放射線あて殺菌 安全性は本当に大丈夫?	朝日	7月27日		朝刊	生活	有	2591	8225032	0.51	4161993	2591.00	3.22	8345.35	34733294961
全-104	BSE輸入	米産牛肉の輸入再開きょう決定 現地の34処理施設認める／政府	読売	7月27日		朝刊	一面		749	10033215	0.61	6071592	749.00	1.00	749.00	4547622295
全-105	BSE輸入	米産牛肉輸入を再開 政府正式決定、来月店頭に	産経	7月27日		タ刊	経済		547	635988	0.46	292438	547.00	1.00	547.00	159963683
全-106	BSE輸入	(時時刻刻)安全性いぶかる市場 米牛肉、輸入再開	朝日	7月28日		朝刊	総合	有	2910	8225032	0.51	4175846	2910.00	3.22	9372.82	39139452212
全-107	BSE輸入	米国産牛肉:輸入再開決定 吉川座長「国民に説明を」	毎日	7月28日		朝刊	総合		162	3974559	0.51	2017882	162.00	1.00	162.00	326896958
全-108	BSE国内	BSE「ピッキング」中止へ——厚労省報告	毎日	7月28日		朝刊	総合		188	3974559	0.51	2017882	188.00	1.00	188.00	379361902
全-109	BSE輸入	米国産牛肉:輸入再開決定 内閣府食品安全委「理解できる」	毎日	7月28日		朝刊	総合		355	3974559	0.51	2017882	355.00	1.00	355.00	716348272
全-110 (全-109と重複)	*BSE輸入	米国産牛肉:輸入再開決定 国民に説明必要——調査会・吉川座長	*毎日	7月28日		朝刊	総合		254							0
全-111 (全-109と重複)	*BSE輸入	米国産牛肉:輸入再開決定 食品安全委、大筋で了承	*毎日	7月28日		朝刊	総合		389							0

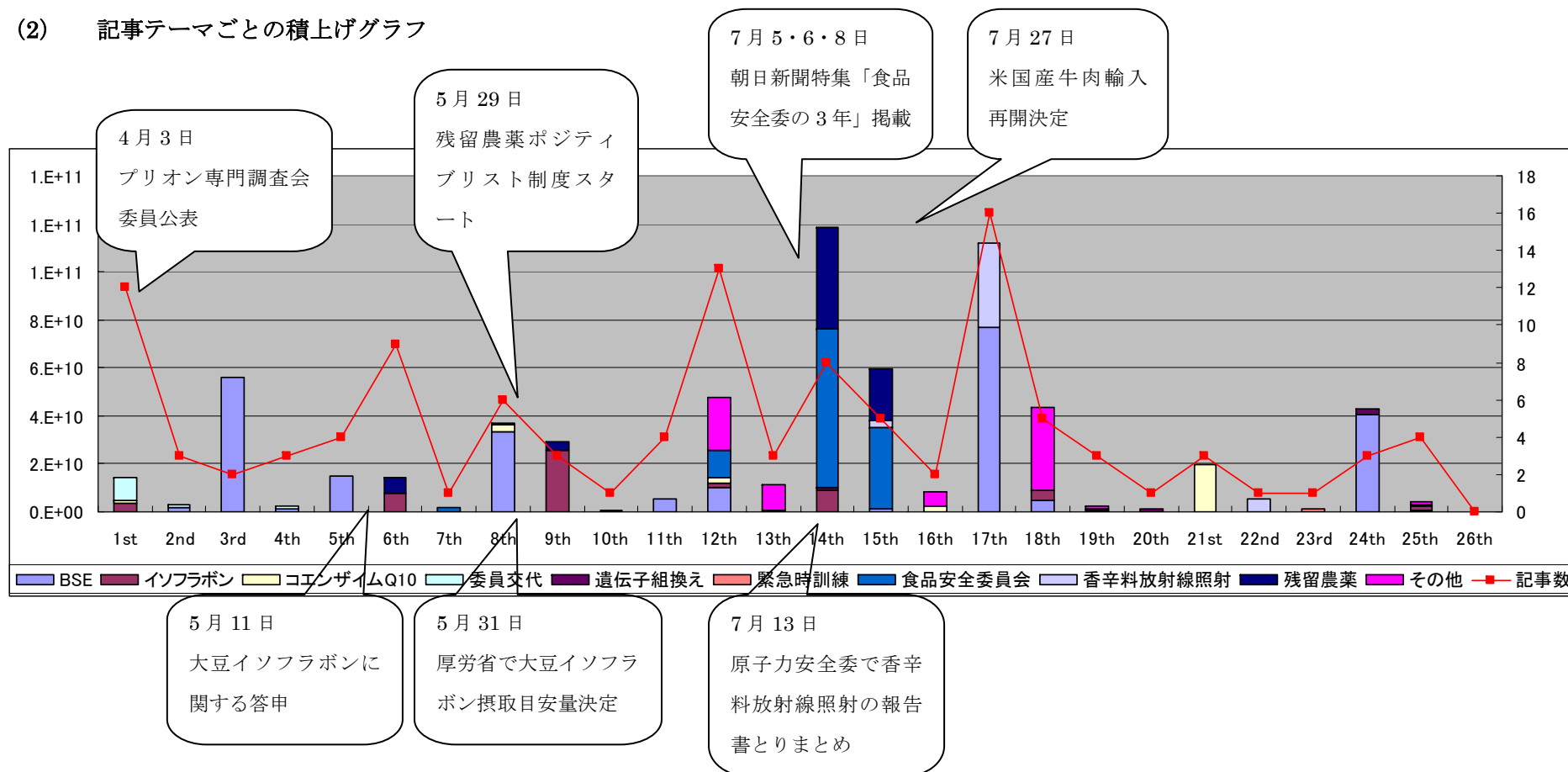
記事No.	基本情報										露出量ポイント算出						
	記事 テーマ	(ア)記事名	(イ) 新聞名	(ウ) 日付	(エ)特記 事項	記事情報				接触ポイント			購読確率			(タ)露出量 ポイント	
						(オ)朝刊 ／夕刊	(カ)掲載 面	(キ)図・表	(ク)文字数	(ケ)発行部 数	(コ)面別 接触度	(サ)接触度 ポイント	(シ)文字 数	(ス)強調度	(セ)購読 ポイント		
全-112	BSE輸入	米牛肉、業者は慎重 外食産業など「安全性保証できない」	読売	7月28日		朝刊	経済	写・表	1391	10033215	0.46	4613444	1391.00	3.22	4480.27	20669484163	
全-113	イソフラボン	イソフラボン、摂取は適度に(口時社)	日経	7月29日		夕刊	生活		343	1618603	0.51	819038	343.00	1.00	343.00	280930049	
全-114	その他 (フォーラ	食の安全考える、フォーラム開く 佐賀で280人参加 /佐賀県	朝日	7月29日		朝刊	社会	無	328	8225032	0.58	4791338	328.00	1.00	328.00	1571559002	
全-115	BSE輸入	闘論:米国産牛肉、大丈夫か ジョン・クイーン氏／山内一也氏	毎日	7月31日		朝刊	総合		2283	3974559	0.51	2017882	2283.00	1.00	2283.00	4606825649	
全-116	イソフラボン	大豆イソフラボン:成分含む健康食品、効果は?安全性は?	毎日	7月31日		朝刊	経済		2159	3974559	0.46	1827570	2159.00	1.00	2159.00	3945724320	
全-117 (対象外)	*人事	内閣府(人事)	*日経	8月1日		朝刊	金融		65	3034481	0.00	0	65.00	1.00	65.00	0	
全-118 (対象外)	*人事	内閣府人事	*読売	8月1日		朝刊	経済		99	3034481	0.46	1395306	99.00	1.00	99.00	138135329	
全-119	その他	「ふるさと地慢」ナンバーワン物語 (17)富山市 ヨーグルト(連載)＝	読売	8月3日		朝刊	社会	写	1768	10033215	0.58	5844662	1768.00	3.22	5694.55	33282724598	
全-120	その他	コーヒーと音楽で科学を語り合おう 11日、札幌で＝北海道	読売	8月9日		朝刊	社会		269	10033215	0.58	5844662	269.00	1.00	269.00	1572213964	
全-121	BSE輸入審査拡大	米国産牛肉:メキシコ生まれは輸入条件不適合もープリオン調査	毎日	8月11日		朝刊	総合		220	3974559	0.51	2017882	220.00	1.00	220.00	443934140	
全-122	コエンザイムQ10	コエンザイムQ10:摂取上限量、決められずー食品安全委	毎日	8月11日		朝刊	社会		262	3974559	0.58	2315305	262.00	1.00	262.00	606609895	
全-123	遺伝子組み換え	遺伝子組み換え大豆、「子ラットの6割死ぬ」実験の正当性に疑問	毎日	8月13日		朝刊	総合		729	3974559	0.51	2017882	729.00	1.00	729.00	1471036311	
全-124	コエンザイムQ10	「探健くらぶ」コエンザイムQ10 老化防止、効果は「?」	読売	8月20日		朝刊	経済	表	1183	10033215	0.46	4613444	1183.00	3.22	3810.32	17578720176	
全-125	コエンザイムQ10	コエンザイムQ10、安全情報を消費者から収集 業界団体	朝日	8月24日		朝刊	社会	無	278	8225032	0.58	4791338	278.00	1.00	278.00	1331992081	
全-126	コエンザイムQ10	コエンザイムQ10:安全性確認徹底をー厚労省	毎日	8月24日		朝刊	社会		234	3974559	0.58	2315305	234.00	1.00	234.00	541781356	
全-127	香辛料放射線照射	【社説】食品と放射線 なぜ必要な技術をタブー視する	読売	8月29日	社説	朝刊	総合		996	10033215	0.51	5093860	996.00	1.00	996.00	5073484917	
全-128	緊急時訓練	内閣府 食の安全に迅速対応 省庁連携、20日に緊急時訓練	産経	9月4日		朝刊	総合		1127	2191587	0.51	1112668	1127.00	1.00	1127.00	1253976934	
全-129 (全-128と重複)	*緊急時訓練	食品安全委 初の緊急時訓練へ大規模食中毒などに対応	*産経	9月4日		朝刊	総合		1130							0	
全-130	BSE輸入経緯	(時時刻刻)BSE封じ、神経戦 感染牛、初確認から5年	朝日	9月10日		朝刊	総合	有	2799	8225032	0.51	4175846	2799.00	3.22	9015.30	37646504035	
全-131	BSE輸入経緯	BSE:国内発生5年 食の安全に関心高まり 揺れた消費者	毎日	9月10日		朝刊	経済		1524	3974559	0.46	1827570	1524.00	1.00	1524.00	2785217167	
全-132	遺伝子組み換え	遺伝子組み換え作物:今も続く安全性論議 ロシア人科学者の発表に疑問多く	毎日	9月13日		朝刊	経済		1235	3974559	0.46	1827570	1235.00	1.00	1235.00	2257049345	
全-133	BSE輸入審査拡大	米国産牛肉:メキシコ生まれも同条件でープリオン専門調	毎日	9月20日		朝刊	総合		208	3974559	0.51	2017882	208.00	1.00	208.00	419719551	
全-134	その他(クローン技術)	クローン実用化なお課題(なるほどビジネスTime)	日経	9月21日		夕刊	総合	有	602	1618603	0.51	821764	602.00	3.22	1938.98	1593385975	
全-135	緊急時訓練	食品安全委員会が緊急時対応訓練実施	産経	9月21日		朝刊	社会		146	2191587	0.58	1276668	146.00	1.00	146.00	186393525	
全-136	イソフラボン	豆乳:売れ行きが鈍る 大豆イソフラボン安全性論議で	毎日	9月22日		朝刊	経済		1223	3974559	0.46	1827570	1223.00	1.00	1223.00	2235118501	

2.1.2 露出量の推移

(1) 新聞社ごとの積上げグラフ



(2) 記事テーマごとの積上げグラフ



2.2 露出内容評価資料

2.2.1 論調分析

論調分析は次の手順で実施した。

- ① 抽出条件に合致する記事から食品安全委員会に対する見解を述べている記事、および該当部分を抽出する。
- ② 該当部分として抽出した部分のみで見た場合の論調を
「○ = 好意的、× = 批判的、－ = 中立」の３段階で評価する。
※該当部分のみを見た場合の評価であり、その記事全体の論調ではない。
※ただし、評価欄が「◇」のものは、読者によって論調の解釈が変動することが懸念される項目であり、上記評価とは別にしている。
- ③ 記事全体の論調も見ながら論調の定性的な評価を行う。評価の根拠には②の評価を用いる。

②で抽出した部分には論調を決める表現が含まれていると考えられ、このようなデータを蓄えることで、テキストマイニング等の技術を用いた機械的な論調の分析を実施する足がかりとすることができる。

記事情報						論調		
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／ 夕刊	記事テーマ	論調	根拠部分	発言者
共-1	委員の半数一気に辞任 牛肉 安全性議論に影響も	共同通信	4月3日		委員交代	×	辞任した品川森一(しながわ・もりかず)前プリオン病研究センター長は「省庁が望む結論ありきの委員会」で、やってられない。改選で議論に異議を唱える人がいなくなった」と話している。	品川森一(前 プリオン病研究 センター長)
共-2	プリオン専門調査会	共同通信	4月3日		食品安全委 員会			
共-3	議論誘導の意図はない	共同通信	4月5日		委員交代			
共-4	政府に批判や要望相次ぐ 米 牛肉の意見交換会開始	共同通信	4月11日		委員交代			
共-5	揺らぐ食の番人の信頼性「結 論ありき」と慎重派	共同通信	4月12日		委員交代	×	・消費者団体などから慎重派とみられていた六人の辞任で、食の番人である同委員会が掲げる「公正中立」の立場が大きく揺らいでいる。	吉川泰弘(東 大教授・プリオ ン専門調査会 座長)
						×	・事態は吉川座長が「消費者寄りの意見を持った人がそろって辞めたことで、できる限り科学的にやろうと努力した評価までもが(政治的だと)否定されたようでショック。私も辞められるなら辞めたい」とぼやくまでに至り、失ったものの大きさをうかがわせた。	
共-6	説明なければ信頼なし	共同通信	4月17日		委員交代	×	・「食の番人」である食品安全委員会の信頼が大きく揺らいでいる。	石井勇人(共 同通信編集委 員)
						×	・辞任の経緯を透明性のある形で説明しなければ、信頼は回復できない。	
						×	・こうした声を聞くと、もはや中立性を信じる人はいないだろう。	
						×	・今のままでは、どのような評価を下しても「中立性」を疑われるだろう。	
						×	・新旧メンバーによる引き継ぎ会議を、公開で開き、辞任した委員の見解や運営の問題点を明確にするべきだ。場合によっては専門調査会の運営を見直すくらいの決意がなければ、信頼は回復できない。	
共-7	輸入再開に慎重意見相次ぐ 広島で米牛肉の意見交換会	共同通信	4月19日		BSE輸入			
共-8	早期の輸入再開望む声も 米 産牛肉で意見交換会	共同通信	4月21日		BSE輸入			
共-9	首相訪米で再開決着を 牛肉 貿易で米食肉団体会長	共同通信	4月29日		BSE輸入			
共-10	全残留農薬を規制対象に 生 産者ら周知不足を懸念	共同通信	5月8日		残留農薬ポ ジティブリス ト			
共-11	食事以外では30ミリグラム上 限 大豆イソフラボンで調査会	共同通信	5月8日		イソフラボン			
共-12	イソフラボン上限を答申	共同通信	5月11日		イソフラボン			
共-13	米国産牛肉の輸入停止	共同通信	5月19日		BSE輸入			
共-14	対米配慮、早期再開促す 再 発すれば信頼回復困難	共同通信	5月19日		BSE輸入			
共-15	米産牛肉で6月意見交換会 全国10カ所、日米会合説明	共同通信	5月23日		BSE輸入			
共-16	日米牛肉会合結果を報告 政 府、食品安全委員会へ	共同通信	5月25日		BSE輸入			
共-17	健康食品も上限30ミリグラム イソフラボンで厚労省	共同通信	5月31日		イソフラボン	—	「大豆イソフラボンの安全性については学問的な見解もさまざまで、食品安全委員会の上限值が妥当かどうかも含め検証が必要。その上で業界として対応を考えていきたい」	日本健康・栄 養食品協会
共-18	再開へ国民の理解が焦点 見 切り発車の政府決定も	共同通信	6月1日		BSE輸入			
共-19	北米産以外も安全性評価へ 輸入牛肉で食品安全委	共同通信	6月15日		BSE輸入審 査拡大			
共-20	表示に課題、再発不安残る 再開で問われる食の安全	共同通信	6月20日		BSE輸入			
共-21	米国産牛肉をめぐる動き	共同通信	6月20日		BSE輸入		共-25と同じ記事	
共-22	輸入再開、なぜ急ぐ	共同通信	6月21日		BSE輸入	×	(中立なはずの)食品安全委員会も農水・厚労両省の意向が強く働き、公平性が担保されていない。食安委に消費者や生産者をメンバーに入れるべきだ。	
共-23	システムの危険性は減少	共同通信	6月21日		BSE輸入			
共-24	「政府は何を」不信根強く “食 の番人”元メンバーら	共同通信	6月21日		委員交代	×	・専門調査会メンバー十二人のうち六人が「調査会での審議結果が政治に利用された」などと三月、辞任した。	金子清俊(東 京医大教授)
						×	・金子教授は「審議が都合よく利用された」と振り返る。	
						×	・「行政に都合のいい結論ありき。こんな調査会には出られない」と言い残して去った品川森一(しながわ・もりかず)前動物衛生研究所プリオン病研究センター長(65)は「(今後、何かあっても)責任は行政が取ればいい」と突き放した。	品川森一(前 動物衛生研究 所プリオン病 研究センター 長)
共-25	米国産牛肉をめぐる動き	共同通信	6月21日		BSE輸入			
共-26	政府頼みはここまでだ	共同通信	6月21日		BSE輸入			
共-27	米国産牛輸入再開で注文も 調査会が新委員の初会合	共同通信	6月22日		委員交代			
共-28	政治判断を優先させた	共同通信	6月22日		BSE輸入			
共-29	摂取の上限値設定は困難 コ エンザイムで食品安全委	共同通信	6月22日		コエンザイ ムQ10			
共-30	内閣府人事	共同通信	7月1日		人事		対象外	
共-31	香辛料の放射線照射は妥当 原子力委部会が報告書	共同通信	7月13日		香辛料放射 線照射			

記事情報						論調		
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊／夕刊	記事テーマ	論調	根拠部分	発言者
共-32	飼料規制の徹底が基本 未解明多いBSE	共同通信	7月20日		BSE輸入	×	今年一月に米国産牛肉の中から特定危険部位の背骨が見つかった時に、内閣府の食品安全委員会が危険性を再評価するべきだった。政府（厚生労働省・農水省）からの諮問がなくても自発的にリスク評価できたはずだ。すべてが終わってしまった三月に、抗議の辞任をしても遅すぎる。行政と専門家が責任を転嫁しあう構造になっており、責任が不在になっている。	福岡伸一（青山学院大学教授）
共-33	牛肉輸入再開に影響ない 米BSE検査縮小で農相	共同通信	7月21日		BSE輸入			
共-34	米国産牛肉の輸入再開	共同通信	7月21日		BSE輸入			
共-35	安全性確保は依然不透明 検査態勢縮小で不安増幅	共同通信	7月26日		BSE輸入			
共-36	27日に輸入再開決定 1施設除き34カ所から	共同通信	7月26日		BSE輸入			
共-37	米産牛肉、8月店頭へ 輸入再開きよう正式決定	共同通信	7月26日		BSE輸入			
共-38	米産牛肉輸入を正式決定 半年ぶりに再開	共同通信	7月27日		BSE輸入			
共-39	米国産牛肉輸入の経過	共同通信	7月27日		BSE輸入			
共-40	消費者に正確な情報を	共同通信	7月27日		BSE輸入	— ○	米国産牛肉に限らず、BSEに関しては「まだ科学的に不明な部分が数多くある」（内閣府の食品安全委員会）というのが最大のポイントだ。「百パーセントの安全宣言」なんて、政府を含めて誰にもできないのが現実だ。それなのに、安全を強調する立場と不安をあおる立場の両極端から、さまざまな情報が発信され消費者を混乱させている。 さらに安心して牛肉を食べるためには、消費者にとって負担かもしれないが、食品安全委員会など信頼できる機関が提供する情報を学習して自分で納得する必要がある。	石井勇人（共同通信編集委員）
共-41	輸入再開決定に異論なし 報告受け食品安全委	共同通信	7月27日		BSE輸入			
共-42	危険部位混入なら全面停止 厚労相、米産牛肉輸入で	共同通信	7月27日		BSE輸入			
共-43	米産牛肉輸入を正式決定 危険部位混入なら全面停止	共同通信	7月27日		BSE輸入			
共-44	週間リポート（経済）	共同通信	7月28日		その他		対象外	
共-45	インフラボン摂取量に注意 取るなら日常の食事で	共同通信	7月31日		インフラボン			
共-46	農水総括審議官に内藤氏 東北農政局長は山根氏	共同通信	8月1日		人事			
共-47	輸入条件に合わない可能性 米国産牛で調査会指摘	共同通信	8月10日		BSE輸入審査拡大			
共-48	内閣府人事	共同通信	8月13日		人事			
共-49	情報収集の徹底を通知 コエンザイムQ10で厚労省	共同通信	8月23日		コエンザイムQ10			
共-50	業界慎重、政府もガード 米、巻き返しへ圧力も	共同通信	8月26日		BSE輸入			
共-51	香辛料照射の検討を了承	共同通信	10月3日		香辛料放射線照射			
雑-1	（FEEL FOR）やってられん！専門家が見限った食品安全委員会	AERA	4月17日		委員交代	×	辞めなかった委員の中には政府から多額の研究費の補助を受けている学者など「政府寄り」の人たちが多い。金子教授のような「慎重派」も取り込んで、批判的な方の御意見も聞いた、という装いを凝らすのが審議会の常套手段である。食品安全委員会は役所の利害にとらわれない独立機関として、小泉改革の象徴として発足した。その結果がこれである。	山田厚史（編集委員）
雑-2	BSE調査会、集団辞任の内閣 国民の安全よりブッシュのご機嫌とり選んだ政府の傲慢	週刊朝日	4月21日		委員交代	—	とぼつちりを食ったのはBSE調査会の専門委員だ。	
雑-3	特集 危険な食卓	週刊ダイヤモンド	8月5日		食品リスク	○	食の情報収集に役立つホームページと書籍 ホームページ 食品安全委員会	
全-1	インフラボンの摂取——慎重論には疑問（食と長生き）	日本経済新聞	4月2日	朝刊	インフラボン	×	・困ったことになっている。国の食品安全委員会が、大豆のなかに含まれる「大豆インフラボン」について、過剰摂取に警鐘を鳴らす見解をまとめたからだ ※評価結果に対する批判 ・日本人の十人に一人が、大豆や納豆を食べて健康を害するかもしれないというのは何かおかしいのではないかと。 ※評価結果に対する批判	家森幸男（武庫川女子大学国際健康開発研究所長）
全-2	食品安全委プリオン専門調査会、委員の半数、同時辞任（ダイジェスト）	日本経済新聞	4月4日	夕刊	委員交代	◇	政府方針に疑問を持つとみられる委員が同時に辞任したことで波紋を呼びそうだ。	
全-3	プリオン調査会、委員の半数辞任「牛肉輸入再開に責任」	東京読売新聞	4月4日	夕刊	委員交代			
全-4	プリオン専門調査会 委員6人が辞任 米国産牛肉 輸入再開加速か	産経新聞	4月4日	夕刊	委員交代		重複（全-5）	

記事情報						論調		
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／ 夕刊	記事テーマ	論調	根拠部分	発言者
全-5	“慎重派”6人辞任 プリオン専門調査会委員の半数	産経新聞	4月4日	朝刊	委員交代	×	・品川前センター長は、BSE(牛海綿状脳症)の全頭検査の緩和を容認した報告書のまとめ方に不満を持ち、平成十六年十二月に辞表を提出しようとしたこともあり、「省庁が望む結論ありきの委員会」で、やっていられない。改選で議論に異議を唱える人がいなくなる」と話しているという。	品川森一(前プリオン病研究センター長)
						×	・「自発的に辞めたわけではない。新しい委員は科学的に正しい意見を言える人たちが、委員会で思っていることを述べるのは大変なこと。辞任した人の中には神経をすり切らせていた人もいた」と後任を心配している。	山内一也(東大名誉教授)
全-6	食品安全委専門委員辞任、牛肉輸入条件、議論に影響も。	日本経済新聞	4月5日	朝刊	委員交代			
全-7	「慎重派」6人、委員を辞任 プリオン専門調査会	朝日新聞	4月5日	朝刊	委員交代			
全-8	米国産牛肉:安全「慎重派」6委員が辞任ー食品委調査会	毎日新聞	4月5日	朝刊	委員交代			
全-9	米国産牛肉:「慎重派」6人辞任 委員の半数、輸入再開めぐりープリオン調査会	毎日新聞	4月5日	朝刊	委員交代			
全-10	プリオン専門調査会、半数が辞任 役所主導、納得できぬ	産経新聞	4月5日	朝刊	委員交代	×	・同調査会では、役所主導で導かれる結論に、慎重派の委員が不満を募らせるという構図があった。	
						×	・慎重派委員辞任の背景には、内閣府と各委員との“対立”が見え隠れしていた。	
						×	・だが、食品安全委員会の委員人選に関しては消費者団体などから「経過が不透明だ」という声も上がっている。	
全-11	プリオン調査会 6委員辞任 「政府主導 納得できない」	産経新聞	4月5日	朝刊	委員交代			
全-12	委員大量辞任で政治的影響否定 食品安全委員長	朝日新聞	4月7日	朝刊	委員交代			
全-13	コエンザイムQ10:安全性評価先送り	毎日新聞	4月7日	朝刊	コエンザイムQ10			
全-14	知りたい:プリオン調査会6委員辞任 「政府に利用された」留任した委員は反論	毎日新聞	4月8日	夕刊	委員交代	×	辞めた委員は安全性に慎重な姿勢だったが、その言葉からは、学者としての危機感と同時に、政府に利用される諮問機関のあり方に対する批判も浮かび上がる。	
						×	「安全対策の管理側(厚生労働省、農林水産省)は、彼らが求める答えを引き出す諮問しかせず、あり方自体がおかしい」	金子清俊(東京医科大教授)
						×	「事実を基に論を進める科学的思考とは違う」	山内一也(日本生物化学研主任研究員)
						×	「我々はあり得ない条件で机上の空論を重ね、政府は私たちの答えの一部を示し『科学的根拠』を発表したのです」。金子教授が辞めた理由の一つは、政府の方針にお墨付きを与えるため利用されたという無力感だった。	金子清俊(東京医科大教授)
						×	山内氏も「政府は輸入にストップがかかると先生方が安全と言った」と責任をなすりつけた」と不満を隠さない。	山内一也(日本生物化学研主任研究員)
						×	「他の委員の辞任にはコメントできないが、調査会の諮問がおかしいということは多くの人が当初から気付いていたはずだ」。昨年1月から欠席を続けていた品川森一委員(前動物衛生研究所プリオン病研究センター長)は辛らつに批判する。	品川森一委員(前動物衛生研究所プリオン病研究センター長)
						○	留任した国立医薬品食品衛生研究所の山本茂貴委員は「一定の条件の中で、危険を評価するのは普通のこと」と、現実と科学的論議に折り合いをつける諮問自体に間違いはなかったとみている。	山本茂貴委員(国立医薬品食品衛生研究所)
						×	正式に再任を求められなかった甲斐知恵子委員(東京大医科学研究教授)は「今後、慎重派の声が小さくなるのでは」と懸念を示している。	甲斐知恵子委員(東京大医科学研究教授)
全-15	会と催し	朝日新聞	4月13日	夕刊	その他		対象外	

記事情報						論調		
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／ 夕刊	記事テーマ	論調	根拠部分	発言者
全-16	(三者三論) 食品安全委員会のあり方	朝日新聞	4月14日	朝刊	食品安全委員会	—	・諮問自体に問題があれば、「リスク評価機関」としての食品安全委の答申も信頼性が揺らぐ。諮問の仕方によっては、答申も誘導できる現在の枠組みは是正すべきである。	金子清俊氏 (東京医科大教授)
						—	・「食の安全評価」を本気で目指すなら、食品安全委は諮問に疑義があれば、政府側に出しなおさせる権限が必要ではないか。そうでなければ、科学的な評価はできない。	
						—	・食品の安全を確認する作業には、リスク分析の専門家も参加すべきだということを痛感している。	
						—	・国民の信頼を得るには、食品安全委、厚生労働省、農林水産省などのリスクコミュニケーション体制を強化すべきだ。	
						×	・いずれも米国産牛肉の輸入再開に慎重な意見を述べていた人たちが多かったこともあり、消費者が食品安全委員会に抱く信頼が薄まったことだろう。	日和佐信子氏 (元全国消費者団体連絡会事務局長)
						—	・ところで、今回の騒ぎが大きくなったのは、食品の危険性を科学的に評価する食品安全委と、その評価を参考にしながら政策判断する役所の役割分担が一般に十分理解されていないことが原因と思う。	
						◇	・ほとんどの消費者は報告書を読まないし、詳しい事情を知らないなかで委員がけんか別れたかのような印象ばかりが残った。03年に発足した食品安全委員会が実績を上げている途中で残念だ。	
						○	・食品安全基本法に基づき食品安全委が設置されて、議論はオープンになり、業界に不利な資料も公開されるようになった。これまでの日本の食品安全行政を知っている人の目には、夢のような出来事だ。期待は非常に大きい。	
						—	・やはり、消費者との密な情報交換が欠かせない。委員会では、危険性の評価を関係者に説明する「リスクコミュニケーション」に力を入れている。専門調査会の委員も、各地で公演するなど熱心に活動している。でも、科学的な専門知識を消費者に伝えるにはスキル(技術)が必要だ。専門家と消費者の間に入って、内容をやさしくかみくだいて理解を助ける人がもっと必要なのではないか。	
						×	・不満があるなら、公開されている会議の中で、徹底的に主張すべきだ。	
						—	・その上で、合意した報告書は委員会全員で責任を持つ。それをあとで気に食わなかったと言え、他の委員に失礼だし、国民だって戸惑う。	
						—	・そういう意味で、諮問への対応は今後の課題の一つだ。	
						—	・だからこそ、食品安全委員会は、政治家、国民への説明責任を果たすと同時に、諮問のいきさつについて、踏みとどまって説明を受ける責任もある。ただ科学的評価だけやっていればいいというわけではなく、政治と一定の距離は置きながらも、ある種の緊張関係を持ちながら仕事をするのが大事で必要だ。	中村靖彦氏 (食品安全委員会委員)
						—	・方向性は間違っていないが、まだ発足して3年もたつておらず試行錯誤が続く。今回の「騒動」もある意味、未成熟ということだろう。	
全-17	米産牛肉輸入問題考えよう 19日、広島で意見交換 / 広島県	朝日新聞	4月14日	朝刊	BSE輸入			
全-18	春の園遊会招待者(都内分) = 4月14日	東京読売新聞	4月14日	朝刊	その他		対象外	
全-19	(時時刻刻) 米産牛肉、解禁へ動き急 政府、各地で消費者と意見交換会	朝日新聞	4月16日	朝刊	BSE輸入	—	食品安全委、慎重派委員辞め「大丈夫？」の声も	
全-20	米国産牛肉輸入問題、議論尽くした 食品安全委・甲斐論専門委員に聞く	西部読売新聞	4月19日	朝刊	BSE輸入			
全-21	【インフォメーション】講座・講演	産経新聞	4月19日	朝刊	その他		対象外	
全-22	情報クリップ	朝日新聞	4月21日	朝刊	その他		対象外	
全-23	米国産牛肉:再禁輸 「再開急がずに」消費者から意見 ー 都内で意見交換会	毎日新聞	4月22日	朝刊	BSE輸入			
全-24	米国産牛肉で意見交換会 消費者は「不信」 外食業者「輸入再開を」	産経新聞	4月22日	朝刊	BSE輸入			
全-25	(記者席) 辞任で果たせぬ科学者の責任	朝日新聞	4月25日	夕刊	委員交代	◇	・3月まで2年間、同調査会の一連の審議を取材してきた者としては6人の辞任は非常に残念だ。	本多昭彦(大阪科学医療部次長)
						◇	・改選時期は、「米国産牛肉問題」の懸案があったため、昨年10月から延期されていたが、懸案が未解決である以上、さらに延ばすべきではなかったか。委員側も辞任せず背骨混入問題など答申後の動きを総括してほしかった。それが調査会専門委員の科学者としての社会的責任ではなかったのだろうか。	
全-26	米産牛肉の輸入再開、6月にも最終判断へ——全食肉施設、政府査察へ。	日本経済新聞	4月30日	朝刊	BSE輸入	◇	昨年暮れまで輸入再開条件を議論してきた政府の食品安全委員会ブリオン専門調査会の委員が三月末に大量辞任したことも、不安を招いている。	
全-27	米国産牛肉: 米国、BSE検査縮小を表明「発生率、極めて低い」	毎日新聞	4月30日	朝刊	BSE輸入			
全-28	3大会社、条件破る 米牛肉、台湾でも骨混入	朝日新聞	5月2日	朝刊	BSE輸入			

記事情報						論調		
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／ 夕刊	記事テーマ	論調	根拠部分	発言者
全-29	日米農相会談、米、BSE検査を縮小方針、中川農相、再考促す。	日本経済新聞	5月4日	朝刊	BSE輸入			
全-30	コンシューマー——食の安全確保へ一歩、農薬使用規制、29日から強化(生活)	日本経済新聞	5月9日	夕刊	残留農薬ポジティブリスト			
全-31	イソフラボンに摂取上限。	日本経済新聞	5月9日	朝刊	イソフラボン			
全-32	大豆イソフラボン、1日の追加摂取「上限量30mg」に	朝日新聞	5月9日	朝刊	イソフラボン			
全-33	大豆イソフラボン 食事以外の摂取 1日30ミリグラム上限 専門調査会決定	産経新聞	5月9日	朝刊	イソフラボン			
全-34	大豆イソフラボン、食事外、30ミリグラムまで、豆腐半丁分——食品安全委が答申。	日本経済新聞	5月12日	朝刊	イソフラボン			
全-35	食品安全委:大豆イソフラボンは30ミリグラム——食事外摂取の上限値決定	毎日新聞	5月12日	朝刊	イソフラボン			
全-36	マメな摂取ご注意… 大豆イソフラボン70～75ミリ・グラム上限／食品安全委	東京読売新聞	5月12日	朝刊	イソフラボン			
全-37	妊婦と子供は非推奨「大豆イソフラボン」	産経新聞	5月12日	朝刊	イソフラボン			
全-38	イソフラボン「特保での上限は30ミリグラム」	産経新聞	5月12日	朝刊	イソフラボン			
全-39	魚のメチル水銀、健康影響DVD 食品安全委が無料配布	朝日新聞	5月14日	朝刊	食品安全委員会			
全-40	(時時刻刻)課題残し政治決着 米産牛肉輸入再開合意	朝日新聞	5月20日	朝刊	BSE輸入			
全-41	クローズアップ2006:米国産牛肉輸入再開へ 政府両にらみ、消費者・米圧力	毎日新聞	5月20日	朝刊	BSE輸入			
全-42	食品安全委がメルマガ配信	朝日新聞	5月24日	朝刊	食品安全委員会			
全-43	牛肉問題で農水省など、食品安全委に日米交渉報告。	日本経済新聞	5月26日	朝刊	BSE輸入			
全-44	コエンザイムQ10:評価書を作成へ——食品安全委	毎日新聞	5月26日	朝刊	コエンザイムQ10			
全-45	コエンザイムQ10 摂取量の上限設定困難／内閣府食品安全委	西部読売新聞	5月26日	朝刊	コエンザイムQ10			
全-46	記者の目:残留農薬規制のポジティブリスト=小島正美(生活家庭部)	毎日新聞	5月30日	朝刊	残留農薬ポジティブリスト	—	そこで、ひとつ提案したい。一律基準を超えた場合、自治体は人の健康への影響度をリスクの強い順にA、B、Cのようにレベルで示して公表したらどうか。リスクの大きさが分かれば、メディアも消費者も冷静に対応できる。食品安全委員会がそうしたリスクの目安を作ってみてはどうか。	
全-47	遺伝子組み換え作物:栽培実験で公開質問状を再提出——生活クラブ生協／茨城	毎日新聞	5月31日	地方版	遺伝子組み換え			
全-48	健康食品摂取の目安 メーカー表示を指導へ まず大豆イソフラボン／厚労省	東京読売新聞	5月31日	夕刊	イソフラボン			
全-49	大豆イソフラボン摂取に上限値被害出る前に先手 健康食品の安全確保(解説)	東京読売新聞	6月1日	朝刊	イソフラボン	—	食品安全委の評価は、食品の安全に国民の関心が高まる中、健康被害が出る前に先手を打つ、 <u>新しい安全基準の考え方を示したものだ。</u>	
全-50	農水産物中の有害物質調査、農水省、ヒ素など。	日本経済新聞	6月4日	朝刊	その他(有害物質)			
全-51	選挙:中野区長選 予想の5氏が届け出——告示／東京	毎日新聞	6月5日	地方版	人事		対象外	
全-52	食品安全委員会、委員長ら4人を再任	朝日新聞	6月9日	朝刊	人事		対象外	
全-53	選挙:中野区長選 あす投票／東京	毎日新聞	6月10日	地方版	人事		対象外	
全-54	米国産牛肉危険部位混入 違反施設のみ禁輸…再開後の全面停止を回避 政府検討	東京読売新聞	6月15日	朝刊	BSE輸入	×	「人へのリスクを否定することができない重大な事態となれば、いったん輸入を停止することも必要」という項目だが、 <u>基準があいまいとの批判もあった。</u>	
全-55	食品安全委検討、輸入牛肉の安全審査拡大。	日本経済新聞	6月16日	朝刊	BSE輸入			
全-56	北米産以外もBSE審査へ メキシコやチリ対象	朝日新聞	6月16日	朝刊	BSE輸入審査拡大			
全-57	食品安全委:北米産以外の牛肉も評価へ検討	毎日新聞	6月16日	朝刊	BSE輸入審査拡大			

記事情報						論調		
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／ 夕刊	記事テーマ	論調	根拠部分	発言者
全-58	[現場から]食の安心どう伝える 食品の安全性を検証する 独立委員会	東京読売新聞	6月19日	夕刊	食品安全委員会	—	・委員会自体の課題も見えてきた。寺田氏は「まず国内に食品の安全性の基準を作る『規制科学』の専門家が足りない」と話す。	寺田氏(食品安全委員会委員)
						—	・委員会の議論に、国民が参加しやすいシステムも整備する必要がある。	
						×	・食品安全委員会を取材して時々気になるのは、 <u>国民への説明不足</u> だ。例えば「大豆食品は安全だが、大豆イソフラボンは1日70ミリ・グラムまで」といった一見矛盾するような結論が、予備知識なしで正確に伝わるだろうか。	宮崎敦(読売新聞記者)
						×	・事務局と委員は、メディアに説明する <u>労と時間を惜しむべきではない</u> 。「評価書を読めばよい」という姿勢だけは <u>改めてほしい</u> 。	
全-59	米国産牛肉:輸入再開、消費者の反対押し切り 政府「丁寧に手順踏んだ」	毎日新聞	6月21日	朝刊	BSE輸入			
全-60	米国産牛肉、不信の構図から脱却を(社説)	日本経済新聞	6月22日	朝刊	BSE輸入	—	食の安全を科学的に評価する食品安全委員は、政治に惑わされずに日米政府のリスク管理が適正なのかを常に監視し、 <u>不備の指摘を怠ってはならない</u> 。	
全-61	(社説)米国産牛肉 不安はめぐえない	朝日新聞	6月22日	朝刊	BSE輸入			
全-62	米国産牛肉:5カ月ぶりにブリオン調査会	毎日新聞	6月22日	夕刊	BSE輸入			
全-63	(けいざい ひと・組織・思想)消費・安全局、農政変えた? 農水省に誕生3年	朝日新聞	6月23日	朝刊	その他(農水省)	—	政府内組織で「消費者側の視点」を維持し続けるのは難しい。最近も内閣府食品安全委員会で、米国産牛肉の輸入再開に慎重な委員がそろって退任した。	
全-64	大豆イソフラボン、14健康食品で摂取上限超過	朝日新聞	6月23日	朝刊	イソフラボン			
全-65	食品安全委:北米牛以外の評価困難	毎日新聞	6月23日	朝刊	BSE輸入審査拡大			
全-66	健康食品:大豆イソフラボンの摂取目安量、14銘柄で上限を超える	毎日新聞	6月23日	朝刊	イソフラボン			
全-67	コエンザイムQ10:摂取量の上限設定は困難—食品安全委	毎日新聞	6月23日	朝刊	コエンザイムQ10			
全-68	米国産牛肉:5カ月ぶりにブリオン調査会再開	毎日新聞	6月23日	朝刊	BSE輸入			
全-69	牛肉輸入再開で国に意見書送付 市民生協やまなし=山梨	東京読売新聞	6月23日	朝刊	BSE輸入			
全-70	「コエンザイムQ10」の摂取上限量設定を見送り データ不足で/食品安全委	東京読売新聞	6月23日	朝刊	コエンザイムQ10			
全-71	言葉で読む消費(3)トクホブーム——6000億円市場、広がる用途。	日本経済新聞	6月24日	朝刊	トクホ			
全-72	コエンザイム、摂取量の上限量決められず 食品安全委員会	朝日新聞	6月24日	朝刊	コエンザイムQ10			
全-73	鳥インフルエンザ終息宣言「及び腰」県に批判 養鶏業者ら不満=茨城	東京読売新聞	6月24日	朝刊	鳥インフルエンザ			
全-74	内閣府(人事)	日本経済新聞	7月1日	朝刊	人事		重複(全-75)	
全-75	衆院(人事)	日本経済新聞	7月1日	朝刊	人事		対象外	
全-76	【人事】内閣府	産経新聞	7月1日	朝刊	人事		対象外	
全-77	内閣府人事(1日)	産経新聞	7月1日	朝刊	人事		重複(全-76)	
全-78	大豆イソフラボン:「サブリの表示」ご注意 厚労省、指針つくり業界指導へ	毎日新聞	7月2日	朝刊	イソフラボン			
全-79	〈解〉残留農薬基準	東京読売新聞	7月3日	朝刊	残留農薬ポジティブリスト		重複(全-80)	
全-80	ポジティブリスト導入1か月 食品残留農薬0.01ppm一律規制で農家困惑	東京読売新聞	7月3日	朝刊	残留農薬ポジティブリスト			
全-81	寺田委員長を再任 食品安全委	朝日新聞	7月4日	朝刊	食品安全委員会			
全-82	食品安全委員会、寺田氏が委員長再任	産経新聞	7月4日	朝刊	食品安全委員会			

記事情報						論調		
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 夕刊	記事テーマ	論調	根拠部分	発言者
全-83	(食品安全委の3年:上)信頼回復 消費者との距離なおオープンな議論に反応	朝日新聞	7月5日	朝刊	食品安全委員会	×	・科学的な議論を外部にわかりやすく伝えることが十分でなかった。	中村靖彦委員 (元NHK解説委員)
						—	・どのように消費者と向き合っていくのか。安全委自身も、その距離をはかりかねている。	桜井林太郎・岩崎賢一・庄司直樹・矢崎雅俊(朝日新聞記者)
						○	・しかし、安全委に寄せられる消費者の期待感は、小さくない。	山浦康明(日本消費者連盟副代表運営委員)
						×	・「安全委は管理官庁の意のままに『お墨付き』を与える機関になり、権限行使も自己規制している」	桜井林太郎・岩崎賢一・庄司直樹・矢崎雅俊(朝日新聞記者)
						◇	・自前の試験・研究機関をもたない安全委が、独自のテーマで評価に乗り出すことには、限界もある。「安全委は最高裁ではない」寺田雅昭委員長はいう。期待されるほど万能な機関ではない——。そんな苦悩が透けてみえる。	山浦康明(日本消費者連盟副代表運営委員)
全-84	(食品安全委の3年:中)新分野 健康ブーム、重い役割 テーマ目白押し、手探り続く	朝日新聞	7月6日	朝刊	食品安全委員会	—	・こうした新たな食品分野への対応も、食品安全委員会が直面する課題だ。	桜井林太郎・岩崎賢一・庄司直樹・矢崎雅俊(朝日新聞記者)
						×	・トクホの審議では、有効性は厚労省で判断、安全委は安全性だけを審議するため「どうしても厳しくなる」というが、「有効性を考慮せず、真に安全性を評価できるのか」と業界側は疑問を呈する。	山浦康明(日本消費者連盟副代表運営委員)
全-85	遺伝子組み換え大豆：子ラット6割死ぬ 胎内、生後に摂取—ロシア科学アカデミー	毎日新聞	7月6日	朝刊	遺伝子組み換え			
全-86	大豆イソフラボン 過剰摂取 “待った”！ 妊婦や乳幼児に影響？	産経新聞	7月6日	朝刊	イソフラボン			
全-87	大豆イソフラボン 過剰摂取 “待った”！ 妊婦や乳幼児に影響？	産経新聞	7月6日	朝刊	イソフラボン		重複(全-86)	
全-88	(食品安全委の3年:下)コミュニケーション 信頼回復へ合意模索	朝日新聞	7月8日	朝刊	食品安全委員会	×	・「消費者代表の責任を感じたが、わからない専門用語ばかりで、意見も言えなかった」と当初を振り返る。管理栄養士の資格を持ち、食品会社に勤めたこともあったが、 <u>ハードルは高かった</u> 。	石崎美英(公募委員を2年務めた主婦)
						—	・「安全委はまず、リスク評価を正確に理解してもらう作業をすることが大事だ」	堀口逸子(公衆衛生学)
						—	・BSE問題への対応などで信頼が地に落ち、一から出直さなければならなかった日本の食品行政。消費者の信頼を取り戻し、さらには安心を届けられるのか。安全委の大きな宿題だ。	桜井林太郎・岩崎賢一・庄司直樹・矢崎雅俊(朝日新聞記者)
全-89	BSE専門家招き、さいたままで11日に勉強会＝埼玉	東京読売新聞	7月9日	朝刊	BSE輸入			
全-90	[論点]残留農薬に基準 食の安全性確保に期待 鬼武一夫(寄稿)	東京読売新聞	7月12日	朝刊	残留農薬ポジティブリスト	—	・農薬等の健康影響評価を担当する食品安全委員会は、専門調査会を大幅に増員、強化した。膨大な評価作業となることは承知しているが、迅速に評価が進むことを強く期待したい。	鬼武一夫(日本生活協同組合連合会安全政策推進室長)
全-91	放射線で食品殺菌、「香辛料でも解禁を」——原子力委専門部会が報告書案。	日本経済新聞	7月14日	朝刊	香辛料放射線照射			
全-92	香辛料に放射線照射OK 「風味損なわずに殺菌できる」原子力委が報告書案	朝日新聞	7月14日	朝刊	香辛料放射線照射			
全-93	調理油などのトランス脂肪酸、取り過ぎに注意——心臓病引き起こす恐れ。	日本経済新聞	7月16日	夕刊	トランス脂肪酸			
全-94	知りたい：コエンザイムQ10 許容量、なぜ違う	毎日新聞	7月18日	朝刊	コエンザイムQ10			
全-95	米BSE検査縮小、農水相「輸入再開影響ない」	朝日新聞	7月22日	朝刊	BSE輸入			
全-96	知りたい：BSE対策 国内処理は大丈夫？	毎日新聞	7月22日	夕刊	BSE国内			
全-97	米産牛肉輸入再開、あす正式決定——政府、米施設の査察受け。	日本経済新聞	7月26日	朝刊	BSE輸入			
全-98	米産牛肉：あす輸入再開決定 一部施設の除外検討	毎日新聞	7月26日	朝刊	BSE輸入			
全-99	米産牛肉 政府、施設点検を自民に報告 輸入再開あす正式決定	産経新聞	7月26日	夕刊	BSE輸入			
全-100	米牛肉、輸入再開を決定。	日本経済新聞	7月27日	夕刊	BSE輸入			

記事情報						論調		
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／ 夕刊	記事テーマ	論調	根拠部分	発言者
全-101	米牛肉、輸入再開を決定 当面、停止前の1割 吉野家の牛丼9月下旬に	朝日新聞	7月27日	夕刊	BSE輸入			
全-102	米産牛肉、来月店頭に 輸入再開、きょう正式決定	朝日新聞	7月27日	朝刊	BSE輸入			
全-103	コショウなど香辛料に放射線あて殺菌 安全性は本当に大丈夫？	朝日新聞	7月27日	朝刊	香辛料放射線照射			
全-104	米産牛肉の輸入再開きょう決定 現地の34処理施設認める／政府	東京読売新聞	7月27日	朝刊	BSE輸入			
全-105	米産牛肉輸入を再開 政府正式決定、来月店頭に	産経新聞	7月27日	夕刊	BSE輸入			
全-106	(時時刻刻)安全性いぶかる市場 米牛肉、輸入再開	朝日新聞	7月28日	朝刊	BSE輸入			
全-107	米国産牛肉:輸入再開決定 吉川座長「国民に説明を」	毎日新聞	7月28日	朝刊	BSE輸入			
全-108	BSE:「ピッシング」中止へー厚労省報告	毎日新聞	7月28日	朝刊	BSE国内			
全-109	米国産牛肉:輸入再開決定 内閣府食品安全委「理解できる」	毎日新聞	7月28日	朝刊	BSE輸入			
全-110	米国産牛肉:輸入再開決定 国民に説明必要ー調査会・吉川座長	毎日新聞	7月28日	朝刊	BSE輸入		重複(全-109)	
全-111	米国産牛肉:輸入再開決定 食品安全委、大筋で了承	毎日新聞	7月28日	朝刊	BSE輸入		重複(全-109)	
全-112	米牛肉、業者は慎重 外食産業など「安全性保証できない」	東京読売新聞	7月28日	朝刊	BSE輸入			
全-113	イソフラボン、摂取は適度に(日時計)	日本経済新聞	7月29日	夕刊	イソフラボン			
全-114	食の安全考える、フォーラム開く 佐賀で280人参加／佐賀県	朝日新聞	7月29日	朝刊	その他(フォーラム)			
全-115	闊論:米国産牛肉、大丈夫か ジョン・クイーン氏／山内一也氏	毎日新聞	7月31日	朝刊	BSE輸入			
全-116	大豆イソフラボン:成分含む健康食品、効果は？安全性は？	毎日新聞	7月31日	朝刊	イソフラボン			
全-117	内閣府(人事)	日本経済新聞	8月1日	朝刊	人事			
全-118	内閣府人事	東京読売新聞	8月1日	朝刊	人事			
全-119	「ふるさと地慢」ナンバーワン物語(17)富山市 ヨーグルト(連載)＝富山	東京読売新聞	8月3日	朝刊	その他			
全-120	コーヒーと音楽で科学を語り合おう 11日、札幌で＝北海道	東京読売新聞	8月9日	朝刊	その他			
全-121	米国産牛肉:メキシコ生まれは輸入条件不適合もーブリオン調査会	毎日新聞	8月11日	朝刊	BSE輸入審査拡大			
全-122	コエンザイムQ10:摂取上限量、決められずー食品安全委	毎日新聞	8月11日	朝刊	コエンザイムQ10			
全-123	遺伝子組み換え大豆:「子ラットの6割死ぬ」実験の正当性に疑問の声	毎日新聞	8月13日	朝刊	遺伝子組み換え			
全-124	[探健くらぶ]コエンザイムQ10 老化防止、効果は「？」	東京読売新聞	8月20日	朝刊	コエンザイムQ10	◇	・委員会が今月まとめた結論は、「安全な摂取上限量を決めるのは困難」というあいまいなものだった。 ※評価結果に対する批判	
						×	・十分なデータがない、というのがその理由。「そんなことでいいの？」と不安になるが、一方で、すでに90年代から広く錠剤やカプセルが売られている米国を含めても、これまでに世界中で命にかかわる重大な副作用は報告されていないという。	
全-125	コエンザイムQ10、安全情報を消費者から収集 業界団体	朝日新聞	8月24日	朝刊	コエンザイムQ10			
全-126	コエンザイムQ10:安全性確認徹底をー厚労省	毎日新聞	8月24日	朝刊	コエンザイムQ10			
全-127	[社説]食品と放射線 なぜ必要なら技術をタブー視する	東京読売新聞	8月29日	朝刊	香辛料放射線照射			
全-128	内閣府 食の安全に迅速対応 省庁連携、20日に緊急時訓練	産経新聞	9月4日	朝刊	緊急時訓練	○	その上で、「食安委は食品安全の緊急時に、政府対策本部の窓口となりオペレーションを担う部署。訓練で緊急態勢が強化されるのは心強い」と期待を寄せている。	農水省朝倉健司(食品安全危機管理官)
全-129	食品安全委 初の緊急時訓練へ 大規模食中毒などに対応(時時刻刻) BSE封じ、神経戦 感染牛、初確認から5年	産経新聞	9月4日	朝刊	緊急時訓練		重複(全-128)	
全-130		朝日新聞	9月10日	朝刊	BSE輸入経緯			

記事情報						論調		
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／ 夕刊	記事テーマ	論調	根拠部分	発言者
全-131	BSE:国内発生5年 食の安全に関心高まり 揺れた消費者	毎日新聞	9月10日	朝刊	BSE輸入経緯	×	ただ、最大の仕事になった米国産牛肉問題では、「米側に配慮して輸入再開を急いだ」との批判も根強い。	
全-132	遺伝子組み換え作物:今も続く安全性論議 ロシア人科学者の発表に疑問多く	毎日新聞	9月13日	朝刊	遺伝子組み換え	○	化学物質や組み換え作物などのリスクをどう伝えるかを研究する東京大学非常勤講師の西澤真理子さんは「食品安全委員会が市民と専門家を集めて議論する体制を整えれば、論点がはっきりする」と、同委員会の役割を期待している。	西澤真理子 (東京大学非常勤講師)
全-133	米国産牛肉:メキシコ生まれも同条件でープリオン専門調	毎日新聞	9月20日	朝刊	BSE輸入審査拡大			
全-134	クローン実用化なお課題(なるほどビジネスTime)	日本経済新聞	9月21日	夕刊	クローン技術			
全-135	食品安全委員会が緊急時対応訓練実施	産経新聞	9月21日	朝刊	緊急時訓練			
全-136	豆乳:売れ行きが鈍る 大豆イソフラボン安全性論議で	毎日新聞	9月22日	朝刊	イソフラボン			
地-1	食安委プリオン専門調査会*牛肉輸入再開 慎重派が退任	北海道新聞	4月4日	朝刊	委員交代	ー	今後の調査会での議論がどう変わるのか注目される。	
地-2	食品安全委専門調査会、委員の半数辞任/米牛肉輸入再開の慎重派/米国産牛	河北新報	4月4日	朝刊	委員交代		共同通信と同じ記事(共-1)	
地-3	米牛肉の食品安全委調査会12人中慎重派6人辞任	中日新聞	4月4日	朝刊	委員交代		共同通信と同じ記事(共-1)	
地-4	米牛肉輸入 慎重派6人辞任 食品安全委専門調査会 委員の半数	中国新聞	4月4日	朝刊	委員交代		共同通信と同じ記事(共-1)	
地-5	◎福岡県/【人事】福岡市(1日)/ふくおか都市圏中央	西日本新聞	4月4日	朝刊	人事			
地-6	米国産牛肉の輸入再開議論 19日広島で会合	中国新聞	4月5日	朝刊	BSE輸入			
地-7	プリオン調査会『結論を政治が誘導』『言うべきを言う』判断も メンバー半数が退任	中日新聞	4月6日	夕刊	委員交代	×	・お役所の“御用学者の集まり”ともやゆされる諮問機関なるものの役割とは一。	福岡伸一(青山学院大学教授)
						×	・だが、同調査会の審議には最初から「結論ありき」と政治的誘導を指摘する声も少なくない。	
						×	・「官僚は専門家のお墨付きがほしいだけ。委員のメンバーに消費者団体の代表も入れるべきだが、消費者の声は一貫して置き去りにされている」	
地-8	広場 食の安全 十分議論を	中国新聞	4月6日	朝刊	BSE輸入		削除	
地-9	米国産牛肉 安全専門委員半数が辞任「結論ありき」に不満? 政治誘導 指摘の声も	中国新聞	4月7日	夕刊	委員交代		中日新聞と同じ記事(4/6 地-7)	
地-10	社説/米牛肉意見交換/食品行政全体を見直そう/米産牛肉の輸入停止問題で	河北新報	4月10日	朝刊	BSE輸入	×	食品安全委員会への諮問のあり方にも問題を残した。専門委員の半数が先日辞任したのは、「結論ありき」の諮問への抗議だろう。	
地-11	ズームアップ/食の“伝統”“安全”せめぎ合い/プリオン調査会、半数辞任	河北新報	4月12日	朝刊	委員交代		中国新聞と同じ記事(4/6 地-9?)	
地-12	牛肉輸入再開を議論 プリオン調査会*慎重派去り揺らぐ信頼*辞任委員「結論ありき」	北海道新聞	4月13日	朝刊	委員交代		共同通信と同じ記事(共-5)	
地-13	米牛肉輸入 再開慎重論が相次ぐ 広島で官民意見交換会 国の姿勢に不信感	中国新聞	4月20日	朝刊	BSE輸入			
地-14	社説 米牛肉意見交換会 程遠い信頼回復への道	中国新聞	4月21日	朝刊	BSE輸入	×	だが、辞任した委員から「結論ありきの委員会に失望した」との声があるという。	
地-15	米国産牛肉の輸入再開の段階でない 大垣で松田大臣講演	中日新聞	4月23日	朝刊	BSE輸入			
地-16	残留農薬 基準値に疑問も*食の安全へ ポジティブリスト 来月導入*道消費者協	北海道新聞	4月29日	朝刊	残留農薬ポジティブリスト	×	・暫定基準は、国際機関のコーデックス委員会(食品規格委員会)や他国・地域などで定めている数値を基に決めたのですが、疑問を感じます ※評価結果に対する批判	河道前(北海道消費者協会部長)
						×	・ともに日本人がよく食べるものです。こんなに違うのはおかしいのではないのでしょうか ※評価結果に対する批判	
						×	・食の安全性を重視するという制度の改正理由を踏まえたら、より厳しい基準にしてほしかったと思います。基準を定める際には、食の安全がお題目にならないようきめ細かい対応を求めたいですね ※評価結果に対する批判	
地-17	米国産牛肉対日輸出停止 首相訪米時に決着を 食肉団体会長、期待示す	中国新聞	4月30日	朝刊	BSE輸入		共同通信と同じ記事(共-9)	
地-18	イソフラボン*食事以外は30ミリグラム*安全委調査会*特定食品摂取に上限	北海道新聞	5月9日	朝刊	イソフラボン		共同通信と同じ記事(共-11)	
地-19	まめな摂取にご用心 特定保健用食品なら 大豆イソフラボン『上限1日30ミ	中日新聞	5月9日	朝刊	イソフラボン		共同通信と同じ記事(共-11)	
地-20	全残留農薬を規制対象に 生産者ら周知不足懸念 ポジティブリスト制度 29日から	中国新聞	5月9日	朝刊	残留農薬ポジティブリスト		共同通信と同じ記事(共-10)	

記事情報						論調		
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／夕刊	記事テーマ	論調	根拠部分	発言者
地-21	大豆イソフラボン「1日30ミリグラムまで」 食品安全委報告案	中国新聞	5月9日	朝刊	イソフラボン		共同通信と同じ記事(共-11)	
地-22	◎情報ネット＝今年のテーマは「南国ビーチ」ほか	西日本新聞	5月9日	朝刊	その他		削除	
地-23	米産牛肉輸入再開へ＊リスク負った政治決着	北海道新聞	5月20日	朝刊	BSE輸入		共同通信と同じ記事(共-14)	
地-24	核心 牛肉輸入 再開条件で合意 入荷時期 思惑に溝 急ぐ米国 政権悪影響危	中日新聞	5月20日	朝刊	BSE輸入			
地-25	クリック 米国産牛肉の輸入停止	中国新聞	5月20日	朝刊	BSE輸入		共同通信と同じ記事(共-13)	
地-26	米牛肉輸入再開へ 安全管理ぬぐえぬ不安 混入事例 後絶たず 政府、にじむ	中国新聞	5月20日	朝刊	BSE輸入		共同通信と同じ記事(共-14)	
地-27	◎焦点・FOCUS＝米牛肉7月にも解禁 国と消費者「安全」に溝 にじむ対米	西日本新聞	5月20日	朝刊	BSE輸入	◇	「食品に百パーセント安全ということはない」。国内で流通する食品の安全性確保で、責任の一端を担う内閣府食品安全委員会の専門家は言い放った。	
地-28	<社説>牛肉輸入再開＊米大統領への手土産か	北海道新聞	5月21日	朝刊	BSE輸入			
地-29	社説 米牛肉輸入再開へ 課題棚上げの政治決着	中国新聞	5月21日	朝刊	BSE輸入	×	・その調査会は、委員十二人のうち消費者側に立って発言を続けた六人が辞めてしまった。	
地-30	米産牛肉輸入再開へ札幌でも意見交換会＊来月5日に	北海道新聞	5月24日	朝刊	意見交換会			
地-31	米牛肉で意見交換 広島など10ヵ所 来月 国と消費者ら	中国新聞	5月24日	朝刊	BSE輸入		共同通信と同じ記事(共-15)	
地-32	◎ポジティブリスト 福岡で意見交換会 食品安全委	西日本新聞	5月24日	朝刊	残留農薬ポジティブリスト			
地-33	牛肉輸入再開で 米側報告を説明 食品安全委	中日新聞	5月26日	朝刊	BSE輸入		共同通信と同じ記事(共-16)	
地-34	米産牛肉輸入再開へ＊消費者不在 不信感強く＊厚労省「国産とリスク差ない」／消	北海道新聞	5月30日	朝刊	BSE輸入			
地-35	◎【社説】残留農薬規制 食の安全へ対応の強化を	西日本新聞	6月13日	朝刊	残留農薬ポジティブリスト	—	暫定基準の見直しは内閣府の食品安全委員会が進めるが、評価の迅速化も必要だろう。	
地-36	米産牛肉輸入反対 4野党が合同集会	北海道新聞	6月14日	朝刊	BSE輸入			
地-37	北米産以外も 安全性を評価 輸入牛肉で安全委	中日新聞	6月16日	朝刊	BSE輸入審査拡大		共同通信と同じ記事(共-19)	
地-38	米産牛肉＊輸入再開で合意＊日米＊BSE対策強化条件	北海道新聞	6月21日	夕刊	BSE輸入			
地-39	<「鶏ふん飼育」なぜ 米国の肉牛生産事情>上＊実態＊業界抵抗、規制できず	北海道新聞	6月22日	夕刊	BSE輸入			
地-40	米国産牛肉 輸入再開に合意 安全確保へ 政府に重責 輸入停止 ルールあいまい	中日新聞	6月22日	朝刊	BSE輸入			
地-41	日米両政府 牛肉輸入再開で合意 事前に現地調査 BSE対策強化確認へ 日本	中国新聞	6月22日	朝刊	BSE輸入	×	なぜ輸入再開を急ぐ必要があるのか。食の安全がおろそかにされていると感じる。政府が開いた意見交換会は形式的なもので、消費者の意見が反映されないことに問題がある。(中立なはずの)食品安全委員会も農水・厚労両省の意向が強く働き、公平性が担保されていない。食安委に消費者や生産者をメンバーに入れるべきだ。	水原博子(日本消費者連盟事務局長)
地-42	輸入牛肉 根強い不信感 産地表示徹底 望む声 検査体制に厳しい目 飲食店	中国新聞	6月22日	朝刊	BSE輸入			
地-43	<社説>牛肉輸入再開＊日米両政府に重い責任	北海道新聞	6月23日	朝刊	BSE輸入			
地-44	BSE対策の学習会を開催／7月に仙台、参加者募集／県生協連合会や県消費	河北新報	6月25日	朝刊	その他(懇談会)			
地-45	人事	中日新聞	7月1日	朝刊	人事			
地-46	「BSE対策に全頭検査必要」／仙台で学習会／県生協連合会や県消費者団体	河北新報	7月7日	朝刊	BSE輸入			
地-47	社説 週のはじめに考える『安心感』がないと	中日新聞	7月16日	朝刊	BSE輸入			
地-48	米のBSE検査 拡充働きかけへ＊中川農水相	北海道新聞	7月21日	夕刊	BSE輸入			
地-49	米産牛肉 来週にも輸入再開決定 日本調査団あす帰国 35施設点検	中国新聞	7月22日	朝刊	BSE輸入			
地-50	経済底流 青山学院大教授 福岡伸一氏 米国産牛肉輸入再開 飼料規制の徹底不	中国新聞	7月23日	朝刊	BSE輸入		共同通信と同じ記事(共-32)	

記事情報						論調		
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／夕刊	記事テーマ	論調	根拠部分	発言者
地-51	米産牛肉輸入＊政府、あす再開決定	北海道新聞	7月26日	夕刊	BSE輸入			
地-52	米産牛肉 解禁あす正式決定 政府 33処理施設が適正	中日新聞	7月26日	朝刊	BSE輸入		共同通信と同じ記事(共-38)	
地-53	米牛肉輸入再開を決定	北海道新聞	7月27日	夕刊	BSE輸入			
地-54	米国産牛肉輸入＊きょう再開決定＊月内にも国内到着	北海道新聞	7月27日	朝刊	BSE輸入			
地-55	米牛肉輸入再開きょう決定／8月店頭へ／政府方針、自民了承／政府は26日	河北新報	7月27日	朝刊	BSE輸入		共同通信と同じ記事(共-37)	
地-56	米牛肉 輸入再開を決定	中日新聞	7月27日	夕刊	BSE輸入		共同通信と同じ記事(共-38)	
地-57	米産牛肉 輸入再開 きょう決定 政府方針を 自民が了承 来月にも店頭へ	中日新聞	7月27日	朝刊	BSE輸入			
地-58	米牛肉、来月店頭へ 輸入再開きょう決定 政府提示、自民了承 認定の34施設から	中国新聞	7月27日	朝刊	BSE輸入		共同通信と同じ記事(共-37)	
地-59	米牛肉 来月店頭へ 流通・外食は慎重姿勢 消費者動向を注視 吉野家は秋にも	中国新聞	7月27日	朝刊	BSE輸入			
地-60	米産牛肉輸入再開 関係者に聞く＊安全性 どう説明	北海道新聞	7月28日	朝刊	BSE輸入			
地-61	米牛肉 危険部位混入なら 厚労相『再び全面禁輸』	中日新聞	7月28日	朝刊	BSE輸入		共同通信と同じ記事(共-42)	
地-62	社説 米国産牛肉 監視態勢を緩めるな	中日新聞	7月28日	朝刊	BSE輸入			
地-63	米国産牛肉 政府、輸入再開を決定 厚労相会見「違反は再停止」	中国新聞	7月28日	朝刊	BSE輸入		共同通信と同じ記事(共-43)	
地-64	＜ニュースの手帳＞先週の出来事	北海道新聞	7月30日	朝刊	その他		削除？	
地-65	人事	中日新聞	8月1日	朝刊	人事			
地-66	＜エコノミックス＞催し	北海道新聞	8月9日	朝刊	その他			
地-67	インフラボン入りの“健康食品”／長期過剰摂取避けて／国民生活センター	河北新報	8月9日	朝刊	インフラボン		共同通信と同じ記事(共-45)	
地-68	輸入米牛肉20ヵ月以下 メキシコ出生 適用外 食品安全委調査会で指摘	中国新聞	8月11日	朝刊	BSE輸入審査拡大			
地-69	香辛料へ放射線照射＊内閣府・原子力委が検討＊業界団体 品質落とさず殺菌可能	北海道新聞	8月12日	朝刊	香辛料放射線照射			
地-70	＜社説＞食品安全委＊「番人」の仕事さをさらに	北海道新聞	8月21日	朝刊	食品安全委員会	－	・食の安全に果たした役割は評価できる。しかし米国産牛肉の輸入再開問題にみられる通り、行政側には科学者の意見より政治的な事情を優先する姿勢が色濃く残っている。国民の健康にかかわる分野だ。安全委が「飾り物」にならないよう、機能の強化を検討すべきではないか。	
						○	・こうした制約はあったが、この間の活動は合格点に値する。	
						○	・担当のプリオン専門調査会が慎重審議に徹した姿勢は評価できる。	
						×	・安全委は行政側からの諮問を待つだけでなく、自らテーマを決めてリスク評価を行うことができる。積極的に活用してほしい権限だが、今の貧弱な体制では思い通りに力を振るえないのが実情だ。「番人」の機能を高める上でも、体制の充実は欠かせない。	
						×	・一方で安全委の審議のあり方には課題が残る。会議は原則公開されるが、専門知識がなければ理解することが難しい。意見交換会について、消費者と食品事業者が主張をぶつけ合う場でしかないとの批判もある。	
						－	・食の安全に対する国民の理解を深めるために、安全委の考え方を分かりやすく伝える努力が一層求められる。	
地-71	農業や輸入品は 福井で食の安全・安心考える集い	中日新聞	8月27日	朝刊	その他			
地-72	牛肉輸入再開決定1ヵ月 業界慎重姿勢崩さず 日本 全箱検査 ガード堅く	中国新聞	8月27日	朝刊	BSE国内		共同通信と同じ記事(共-50)	
地-73	BSE国内確認から5年＊なお見えぬ感染源＊肉骨粉以外の可能性も＊続く自主的	北海道新聞	9月8日	朝刊	BSE国内			
地-74	「食の安全」＊懸念の声続々＊米国産牛肉、遺伝子組み換え…＊札幌で消費者大	北海道新聞	9月14日	朝刊	BSE輸入	×	国の食品安全委員会は危険性を低く評価している」と、今回の米国産牛肉の輸入再開を批判し、一層の検査強化を訴えた。 ※評価結果への批判	帯広協会

2.2.2 大豆イソフラボンのリスクメッセージとの整合性

記事情報						リスクメッセージとの整合性					
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊／夕刊	記事テーマ	①上乗せ摂取量 上限値	②妊婦・胎児・乳幼児・小児について	③大豆、大豆食品との切り分け	④安全な一日摂取目安量	⑤上限値の捉え方	備考
共-11	食事以外では30ミリグラム上限 大豆イソフラボンで調	共同通信	5月8日		イソフラボン	○	○	○	○	×	
共-12	イソフラボン上限を答申	共同通信	5月11日		イソフラボン	○	○	△※	×	×	※③については、「食事以外に」と明記はされている。これを強調してはしないので○とはしていない。
共-17	健康食品も上限30ミリグラムイソフラボンで厚労省	共同通信	5月31日		イソフラボン	○	○※	○	×	×	厚労省での決定を伝える記事であり、食安委の見解に厚労省の見解が加えられている。 ※②については厚労省の発表を受けて「摂取しない」との表現で掲載
共-45	イソフラボン摂取量に注意取るなら日常の食事で	共同通信	7月31日		イソフラボン	○	○	○	×	×	市販のイソフラボン入り健康食品には上限値を超えるものが大半であったという記事。 「大豆イソフラボンの安全性については学問的な見解もさまざまで、食品安全委員会の上限值が妥当かどうかも含め検証が必要。その上で業界として対応を考えていきたい」(日本健康・栄養食品協会)とのコメント記載あり。
全-1	イソフラボンの摂取——慎重論には疑問(食と長生き)	日本経済新聞	4月2日	朝刊	イソフラボン	○	×	△※	○	×	<<食安委答申前>> ※③については、「サプリメント(栄養補助食品)などから」と明記はされている。これを強調していないので○とはしていない。 一日の摂取目安量の話題がメインである。 ●家森幸男(武庫川女子国際健康開発 研究所長) 「困ったことになっている。」「日本人の十人に一人が、大豆や納豆を食べて健康を害するかもしれないというのは何かおかしいのではないか。」等、イソフラボンの摂取量上限値について批判的な意見を掲載。
全-31	イソフラボンに摂取上限。	日本経済新聞	5月9日	朝刊	イソフラボン	○	○	△※	×	×	※③については、「食事以外の」と明記はされている。これを強調してはしないので○とはしていない。
全-32	大豆イソフラボン、1日の追加摂取「上限量30mg」に	朝日新聞	5月9日	朝刊	イソフラボン	○	○	○	×	×	
全-33	大豆イソフラボン 食事以外の摂取 1日30ミリグラム上限 専門調査会決定	産経新聞	5月9日	朝刊	イソフラボン	○	×	○	×	×	
全-34	大豆イソフラボン、食事外、30ミリグラムまで、豆腐半丁分——食品安全委が答申。	日本経済新聞	5月12日	朝刊	イソフラボン	○	○	△※	×	×	※③については、「食事以外に」と明記はされている。これを強調してはしないので○とはしていない。
全-35	食品安全委:大豆イソフラボンは30ミリグラム——食事外摂取の上限値決定	毎日新聞	5月12日	朝刊	イソフラボン	○	○	△※	○	○	※③については、「食事以外に」と明記はされている。これを強調してはしないので○とはしていない。
全-36	マメな摂取ご注意… 大豆イソフラボン70～75ミリ・グラム上限／食品安全委	東京読売新聞	5月12日	朝刊	イソフラボン	○	○	○	○	○	
全-37	妊婦と子供は非推奨「大豆イソフラボン」	産経新聞	5月12日	朝刊	イソフラボン	○	○	○	×	×	
全-38	イソフラボン「特保での上限は30ミリグラム」	産経新聞	5月12日	朝刊	イソフラボン	○	○	△※	×	×	※③については、「食事以外に」と明記はされている。これを強調してはしないので○とはしていない。
全-48	健康食品摂取の目安 メーカー表示を指導へ まず大豆イソフラボン／厚労省	東京読売新聞	5月31日	夕刊	イソフラボン	○	×	△※	×	×	※③については、「食事以外の」と明記はされている。これを強調してはしないので○とはしていない。

記事情報						リスクメッセージとの整合性					
No.	記事名	新聞名	日付	朝刊 ／ 夕刊	記事テーマ	①上乗せ摂取量 上限値	②妊婦・胎児・乳幼 児・小児について	③大豆、大豆食 品との切り分け	④安全な一日摂 取目安量	⑤上限値の捉え 方	備考
全-49	大豆イソフラボン摂取に上限 値 被害出る前に先手 健康 食品の安全確保(解説)	東京読売新聞	6月1日	朝刊	イソフラボン	○	○	△※	○	×	イソフラボンをめぐる動きの解説記事であり、基本的には肯定的な視点である。(「どんな生薬でも取りすぎると毒になる可能性があることは肝に銘じ、健康食品とつきあってほしい。」) ※③については、「食事以外の」と明記はされている。これを強調してはしないので○とはしていない。
全-64	大豆イソフラボン、14健康食 品で摂取上限超過	朝日新聞	6月23日	朝刊	イソフラボン	○	×	○	×	×	市販の健康食品に食安委の設定した摂取上限値を上回るものが多数含まれていたと言う記事。
全-66	健康食品：大豆イソフラボン の摂取目安量、14銘柄で上 限超える	毎日新聞	6月23日	朝刊	イソフラボン	○	×	○	×	×	市販の健康食品に食安委の設定した摂取上限値を上回るものが多数含まれていたと言う記事。
全-78	大豆イソフラボン：「サブリの 表示」ご注意 厚労省、指針 つくり業界指導へ	毎日新聞	7月2日	朝刊	イソフラボン	○	○	○	×	○	大豆や大豆食品と切り分けてとらえるものであることが強調されている。大豆食品は有益であることも記載しており、誤解を招かないように配慮されている。
全-86	大豆イソフラボン 過剰摂取 “待った”！ 妊婦や乳幼児に 影響？	産経新聞	7月6日	朝刊	イソフラボン	○	○※	○	×	×	イソフラボンをめぐる動きの解説記事であり、基本的には肯定的な視点である。(「消費者に求められるのは、「ほどほどな摂取」のようだ」) ※②については厚労省の発表を受けて「摂取しない」との表現で掲載
全-113	イソフラボン、摂取は適度に (日時計)	日本経済新聞	7月29日	夕刊	イソフラボン	○	×	○	×	×	
全-116	大豆イソフラボン：成分含む 健康食品、効果は？安全性 は？	毎日新聞	7月31日	朝刊	イソフラボン	○	×	○	×※	×	※④「75ミリグラムを～「一日上限摂取目安量」と決めた」と記載している。 大豆イソフラボンのメリット、デメリットを客観的にまとめた記事であり、批判も肯定もしていない。
全-136	豆乳：売れ行きが鈍る 大豆 イソフラボン安全性議論で	毎日新聞	9月22日	朝刊	イソフラボン	×	○	○	×	×	イソフラボン安全性議論によって豆乳売れ行きが鈍っていることを伝える記事。風評を是正するよう記事が構成されている。
全-84	(食品安全委の3年：中)新分 野 健康ブーム、重い役割 テーマ目白押し、手探り続く	朝日新聞	7月6日	朝刊	食品安全委 員会	○	○	△※	×	×	トクホ等の健康食品に関係する新たな分野の評価が、今後の食安委における大きな課題であると論じた記事であり、このような例としてイソフラボンも紹介している。問題提起をしているのみで食安委の見解に肯定も否定もしていない。 ※③については「トクホで1日にとる」と明記されている。これを強調してはしないので○としてはいない。
					総合ポイント	95	60	80	21	13	

資料編

—消費者の意識調査に関する参考資料—

目次

第 1 回調査	2006 年 7 月	361
第 2 回調査	2006 年 9 月	368
第 3 回調査	2006 年 10 月	374
第 4 回調査	2006 年 12 月	380
第 5 回調査	2006 年 12 月	384
第 6 回調査	2007 年 3 月	387
第 7 回調査	2007 年 3 月	390

(SA)問1食材は自分で買われることが多いですか？			
		1092	100.00%
1	はい	728	66.67%
2	いいえ	364	33.33%
(SA)問2週に何日ぐらい調理することがありますか？			
		1092	100.00%
1	ほぼ毎日	557	51.01%
2	半分くらい	98	8.97%
3	1日か2日くらい	125	11.45%
4	ほとんどしない	208	19.05%
5	全くしない	104	9.52%
(SA)問3週に何日ぐらい外食されますか？			
		1092	100.00%
1	ほぼ毎日	70	6.41%
2	半分くらい	68	6.23%
3	1日か2日くらい	339	31.04%
4	ほとんどしない	566	51.83%
5	全くしない	49	4.49%
(SA)問4週に何日ぐらい販売されている調理済みの食品を食べますか？			
		1092	100.00%
1	ほぼ毎日	53	4.85%
2	半分くらい	147	13.46%
3	1日か2日くらい	402	36.81%
4	ほとんどしない	456	41.76%
5	全くしない	34	3.11%
(MA)問5食材を購入される際に気をつけることは何ですか？			
		1092	↓ MAX100.0%
1	価格	856	78.39%
2	見栄え	145	13.28%
3	季節もの	444	40.66%
4	国産品	487	44.60%
5	安全性	688	63.00%
6	その他	46	4.21%
(FA)問5FAその他の方は具体的に			
		46	100.00%
	(自由記述)		
(SA)問5日頃から、家庭や職場で、ご自身以外の方のために食事を作られることはありますか？			
		1092	100.00%
1	ある	603	55.22%
2	ない	489	44.78%
(FA)問6食品の安全性に関して、日頃から不安に思っていることがあれば御自由に記述してください。			
		822	100.00%
	(自由記述)		

(SA)問7 1位 -あなたは、食品の安全性に関する情報をどういったところから入手していますか。以下の選択肢の中から重要視するものを3つ選んで順位をつけてください。			
		1092	100.00%
1	国の機関	68	6.23%
2	地方自治体	11	1.01%
3	食品メーカー	50	4.58%
4	新聞	223	20.42%
5	雑誌	17	1.56%
6	テレビ	276	25.27%
7	ラジオ	5	0.46%
8	消費者団体	25	2.29%
9	スーパー・小売店等	46	4.21%
10	生協などの協同組合	54	4.95%
11	大学や国の研究機関・研究者	8	0.73%
12	学校・町内会	1	0.09%
13	家族・知人	19	1.74%
14	インターネット(上記のものを除く)	38	3.48%
15	食品パッケージの食品表示	185	16.94%
16	その他	6	0.55%
17	どこからも情報を得ていない	60	5.49%
(SA)問7 2位 -あなたは、食品の安全性に関する情報をどういったところから入手していますか。以下の選択肢の中から重要視するものを3つ選んで順位をつけてください。			
		1032	100.00%
1	国の機関	35	3.39%
2	地方自治体	31	3.00%
3	食品メーカー	65	6.30%
4	新聞	235	22.77%
5	雑誌	44	4.26%
6	テレビ	221	21.41%
7	ラジオ	7	0.68%
8	消費者団体	43	4.17%
9	スーパー・小売店等	81	7.85%
10	生協などの協同組合	60	5.81%
11	大学や国の研究機関・研究者	12	1.16%
12	学校・町内会	5	0.48%
13	家族・知人	41	3.97%
14	インターネット(上記のものを除く)	72	6.98%
15	食品パッケージの食品表示	78	7.56%
16	その他	2	0.19%
17	どこからも情報を得ていない	0	0.00%

(SA)問7 3位 -あなたは、食品の安全性に関する情報をどういったところから入手していますか。以下の選択肢の中から重要視するものを3つ選んで順位をつけてください。		
	1032	100.00%
1 国の機関	50	4.84%
2 地方自治体	33	3.20%
3 食品メーカー	96	9.30%
4 新聞	86	8.33%
5 雑誌	77	7.46%
6 テレビ	123	11.92%
7 ラジオ	29	2.81%
8 消費者団体	40	3.88%
9 スーパー・小売店等	71	6.88%
10 生協などの協同組合	57	5.52%
11 大学や国の研究機関・研究者	9	0.87%
12 学校・町内会	5	0.48%
13 家族・知人	67	6.49%
14 インターネット(上記のものを除く)	116	11.24%
15 食品パッケージの食品表示	169	16.38%
16 その他	4	0.39%
17 どこからも情報を得ていない	0	0.00%
(FA)問7FAその他の方は具体的に		
	12	100.00%
(自由記述)		
(SA)問8 食品安全委員会 -以下の行政機関から出されている食品の安全性に関する情報を見たり、聞いたりしたことがありますか。		
	1092	100.00%
1 よく見たり、聞いたりする	41	3.75%
2 見たり、聞いたりしたことがある	391	35.81%
3 見たり、聞いたりしたことはない	660	60.44%
(SA)問8 農林水産省 -以下の行政機関から出されている食品の安全性に関する情報を見たり、聞いたりしたことがありますか。		
	1092	100.00%
1 よく見たり、聞いたりする	94	8.61%
2 見たり、聞いたりしたことがある	492	45.05%
3 見たり、聞いたりしたことはない	506	46.34%
(SA)問8 厚生労働省 -以下の行政機関から出されている食品の安全性に関する情報を見たり、聞いたりしたことがありますか。		
	1092	100.00%
1 よく見たり、聞いたりする	98	8.97%
2 見たり、聞いたりしたことがある	436	39.93%
3 見たり、聞いたりしたことはない	558	51.10%
(SA)問8 保健所 -以下の行政機関から出されている食品の安全性に関する情報を見たり、聞いたりしたことがありますか。		
	1092	100.00%
1 よく見たり、聞いたりする	86	7.88%
2 見たり、聞いたりしたことがある	405	37.09%
3 見たり、聞いたりしたことはない	601	55.04%

(SA)問8 その他 -以下の行政機関から出されている食品の安全性に関する情報を見たり、聞いたりしたことがありますか。		
	638	100.00%
1 よく見たり、聞いたりする	12	1.88%
2 見たり、聞いたりしたことがある	12	1.88%
3 見たり、聞いたりしたことはない	614	96.24%
(FA)問8FAその他の方は具体的に		
	24	100.00%
(自由記述)		
(SA)問9 マスコミを通じた食品の安全に関する情報提供 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1092	100.00%
1 非常に重要である	574	52.56%
2 重要である	443	40.57%
3 あまり重要ではない	40	3.66%
4 全く重要ではない	8	0.73%
5 わからない	27	2.47%
(SA)問9 インターネットによる食品の安全に関する情報提供 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1092	100.00%
1 非常に重要である	321	29.40%
2 重要である	584	53.48%
3 あまり重要ではない	135	12.36%
4 全く重要ではない	12	1.10%
5 わからない	40	3.66%
(SA)問9 季刊誌、パンフレットによる食品の安全に関する情報提供 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1092	100.00%
1 非常に重要である	198	18.13%
2 重要である	599	54.85%
3 あまり重要ではない	219	20.05%
4 全く重要ではない	22	2.01%
5 わからない	54	4.95%
(SA)問9 消費者からの相談窓口の設置 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1092	100.00%
1 非常に重要である	287	26.28%
2 重要である	635	58.15%
3 あまり重要ではない	117	10.71%
4 全く重要ではない	17	1.56%
5 わからない	36	3.30%

(SA)問9 事業者等の監視(指導や検査)の徹底 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1092	100.00%
1 非常に重要である	622	56.96%
2 重要である	375	34.34%
3 あまり重要ではない	49	4.49%
4 全く重要ではない	11	1.01%
5 わからない	35	3.21%
(SA)問9 違反や危険に関する情報のあった場合の速やかな公表 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1092	100.00%
1 非常に重要である	760	69.60%
2 重要である	276	25.27%
3 あまり重要ではない	27	2.47%
4 全く重要ではない	6	0.55%
5 わからない	23	2.11%
(SA)問9 食に関する講習会の開催などの啓発事業の実施 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1092	100.00%
1 非常に重要である	170	15.57%
2 重要である	563	51.56%
3 あまり重要ではない	248	22.71%
4 全く重要ではない	35	3.21%
5 わからない	76	6.96%
(SA)問9 消費者、生産者、事業者、行政が集まって意見交換できる機会の提供 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1092	100.00%
1 非常に重要である	173	15.84%
2 重要である	591	54.12%
3 あまり重要ではない	224	20.51%
4 全く重要ではない	31	2.84%
5 わからない	73	6.68%
(SA)問9 学校等で子供達に食品安全に関する教育を実施 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1092	100.00%
1 非常に重要である	380	34.80%
2 重要である	540	49.45%
3 あまり重要ではない	109	9.98%
4 全く重要ではない	13	1.19%
5 わからない	50	4.58%

(SA)問10米国産牛肉については、現在輸入再開について日米間で協議が行われているところですが、あなたは、米国産牛肉の輸入が再開されて国内で流通することに対して不安を感じますか。次の中から最も近いものをお選びください。		
	1092	100.00%
1 不安を感じる	539	49.36%
2 やや不安を感じる	387	35.44%
3 あまり不安を感じない	139	12.73%
4 不安を感じない	27	2.47%
(SA)問11不安に感じる理由は何ですか。次の中から最も近いものをお選びください。		
	926	100.00%
1 輸入が認められる米国産牛肉の安全性に疑問を感じるから	466	50.32%
2 米国での安全管理体制の不備から輸入が認められていない牛肉が輸入されるかもしれないから	359	38.77%
3 輸入時の日本の検査体制が十分でなく、輸入が認められていない牛肉が国内で流通するかもしれないから	73	7.88%
4 米国産牛肉輸入に関する問題点がよくわからないから	5	0.54%
5 なんとなく	11	1.19%
6 その他	12	1.30%
(FA)問11FAその他の方は具体的に		
	12	100.00%
(自由記述)		
(SA)問12 (A)について -あなたは、上記のリスク評価の結論が発表されたことをご存じでしたか。(A) - (C)それぞれについてあてはまるものをお選びください。		
	1092	100.00%
1 良く知っている	40	3.66%
2 ある程度知っている	288	26.37%
3 あまり知らなかった	297	27.20%
4 まったく知らなかった(このアンケートで初めて知った)	467	42.77%
(SA)問12 (B)について -あなたは、上記のリスク評価の結論が発表されたことをご存じでしたか。(A) - (C)それぞれについてあてはまるものをお選びください。		
	1092	100.00%
1 良く知っている	31	2.84%
2 ある程度知っている	229	20.97%
3 あまり知らなかった	340	31.14%
4 まったく知らなかった(このアンケートで初めて知った)	492	45.05%
(SA)問12 (C)について -あなたは、上記のリスク評価の結論が発表されたことをご存じでしたか。(A) - (C)それぞれについてあてはまるものをお選びください。		
	1092	100.00%
1 良く知っている	32	2.93%
2 ある程度知っている	261	23.90%
3 あまり知らなかった	327	29.95%
4 まったく知らなかった(このアンケートで初めて知った)	472	43.22%

(SA)問13 (A)について -この評価の内容は、理解しやすかったですか。(A)－(C)それぞれについてあてはまるものをお選びください。		
	1092	100.00%
1 十分理解できた	72	6.59%
2 ある程度理解できた	451	41.30%
3 あまり理解できなかった	444	40.66%
4 まったく理解できなかった	125	11.45%
(SA)問13 (B)について -この評価の内容は、理解しやすかったですか。(A)－(C)それぞれについてあてはまるものをお選びください。		
	1092	100.00%
1 十分理解できた	54	4.95%
2 ある程度理解できた	412	37.73%
3 あまり理解できなかった	482	44.14%
4 まったく理解できなかった	144	13.19%
(SA)問13 (C)について -この評価の内容は、理解しやすかったですか。(A)－(C)それぞれについてあてはまるものをお選びください。		
	1092	100.00%
1 十分理解できた	78	7.14%
2 ある程度理解できた	453	41.48%
3 あまり理解できなかった	440	40.29%
4 まったく理解できなかった	121	11.08%
(SA)問14本年5月11日、食品安全委員会は「大豆イソフラボンを含む特定保健用食品の食品健康影響評価」を決定しました。この内容について、どの程度知っていますか。次の中から最も近いものをお選びください。		
	1092	100.00%
1 良く知っている	60	5.49%
2 だいたい知っている	305	27.93%
3 決定したことは知っている	259	23.72%
4 知らなかった(このアンケートで初めて知った)	468	42.86%
(SA)問15「大豆イソフラボンを含む特定保健用食品の食品健康影響評価」の内容をどこで知りましたか。次の中から一つお選びください。		
	624	100.00%
1 国(国の機関のホームページ、電話等による問い合わせ等)	19	3.04%
2 自治体(自治体の広報誌やホームページ、保健所・消費生活センター等への電話等による問い合わせ等)	14	2.24%
3 マスコミ	518	83.01%
4 消費者団体等の民間団体	14	2.24%
5 小売店	10	1.60%
6 知人又は友人	28	4.49%
7 その他	21	3.37%
(FA)問15FAその他の方は具体的に		
	21	100.00%
(自由記述)		

(SA)問16 1について -以下に掲げる評価の内容について、あなたはどの程度知っていますか。1－5の各評価内容について、選択肢の中からそれぞれ一つお選びください。		
	624	100.00%
1 よく知っている	118	18.91%
2 だいたい知っている	386	61.86%
3 知らなかった	120	19.23%
(SA)問16 2について -以下に掲げる評価の内容について、あなたはどの程度知っていますか。1－5の各評価内容について、選択肢の中からそれぞれ一つお選びください。		
	624	100.00%
1 よく知っている	102	16.35%
2 だいたい知っている	347	55.61%
3 知らなかった	175	28.04%
(SA)問16 3について -以下に掲げる評価の内容について、あなたはどの程度知っていますか。1－5の各評価内容について、選択肢の中からそれぞれ一つお選びください。		
	624	100.00%
1 よく知っている	98	15.71%
2 だいたい知っている	360	57.69%
3 知らなかった	166	26.60%
(SA)問16 4について -以下に掲げる評価の内容について、あなたはどの程度知っていますか。1－5の各評価内容について、選択肢の中からそれぞれ一つお選びください。		
	624	100.00%
1 よく知っている	72	11.54%
2 だいたい知っている	381	61.06%
3 知らなかった	171	27.40%
(SA)問16 5について -以下に掲げる評価の内容について、あなたはどの程度知っていますか。1－5の各評価内容について、選択肢の中からそれぞれ一つお選びください。		
	624	100.00%
1 よく知っている	44	7.05%
2 だいたい知っている	322	51.60%
3 知らなかった	258	41.35%
(SA)問17「大豆イソフラボンを含む特定保健用食品の食品健康影響評価」のリスク評価の内容について、知った当時どのように感じましたか。次の中から最も近いものをお選びください。		
	624	100.00%
1 日常の食生活から考えると自分には関係ない	227	36.38%
2 サプリメント等で大豆イソフラボンを含む食品を摂取するとき、摂取量に注意が必要だ	288	46.15%
3 日常の食生活で大豆食品を食べることによる健康への影響が不安だ	59	9.46%
4 よくわからない	46	7.37%
5 その他	4	0.64%
(FA)問17FAその他の方は具体的に		
	4	100.00%
(自由記述)		

(SA)問18日常生活の中で、納豆や豆腐等の大豆食品やサプリメント等の形態の大豆イソフラボンを含む食品をどのように摂取していますか。次の中から最も近いものを一つお選びください。			
		1092	100.00%
1	日常の食生活の中で、大豆食品はあまり食べておらず、また、サプリメント等で大豆イソフラボンを含む食品も摂取していない。	156	14.29%
2	日常の食生活の中で、大豆食品はよく食べているが、サプリメント等で大豆イソフラボンを含む食品は摂取していない。	829	75.92%
3	日常の食生活の中で、大豆食品はよく食べており、また、サプリメント等で大豆イソフラボンを含む食品も摂取している。	87	7.97%
4	日常の食生活の中で、大豆食品はあまり食べていないが、サプリメント等で大豆イソフラボンを含む食品は摂取している。	20	1.83%
(SA)問19 納豆や豆腐等の大豆食品 -「大豆イソフラボンを含む特定保健用食品の食品健康影響評価」を知った後、以下の食品の摂取量はどのように変化しましたか。選択肢の中から一つずつお選びください。			
		624	100.00%
1	増えた	53	8.49%
2	減った	28	4.49%
3	変わらない	543	87.02%
(SA)問19 サプリメント等の形態の大豆イソフラボン -「大豆イソフラボンを含む特定保健用食品の食品健康影響評価」を知った後、以下の食品の摂取量はどのように変化しましたか。選択肢の中から一つずつお選びください。			
		624	100.00%
1	増えた	2	0.32%
2	減った	105	16.83%
3	変わらない	517	82.85%
(SA)問20日常生活をとりまく安全の分野のうち、自然災害、環境問題、犯罪、交通事故などの分野に比べて、食の安全の分野に対するあなたの不安感は相対的にどの程度の大きさですか。次の中から一つお選びください。			
		1092	100.00%
1	最も不安感が大きい	55	5.04%
2	比較的不安感が大きい	341	31.23%
3	中程度の不安感	446	40.84%
4	比較的不安感が小さい	220	20.15%
5	最も不安感が小さい	30	2.75%
(SA)問21 遺伝子組換え食品 -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「 その他」に具体的な要因名を記入してください。			
		1092	100.00%
1	非常に不安である	332	30.40%
2	ある程度不安である	510	46.70%
3	あまり不安を感じない	191	17.49%
4	全く不安を感じない	23	2.11%
5	よく知らない	36	3.30%

(SA)問21 いわゆる健康食品 -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「 その他」に具体的な要因名を記入してください。			
		1092	100.00%
1	非常に不安である	74	6.78%
2	ある程度不安である	463	42.40%
3	あまり不安を感じない	475	43.50%
4	全く不安を感じない	50	4.58%
5	よく知らない	30	2.75%
(SA)問21 汚染物質 -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「 その他」に具体的な要因名を記入してください。			
		1092	100.00%
1	非常に不安である	736	67.40%
2	ある程度不安である	300	27.47%
3	あまり不安を感じない	34	3.11%
4	全く不安を感じない	2	0.18%
5	よく知らない	20	1.83%
(SA)問21 家畜用抗生物質 -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「 その他」に具体的な要因名を記入してください。			
		1092	100.00%
1	非常に不安である	542	49.63%
2	ある程度不安である	420	38.46%
3	あまり不安を感じない	75	6.87%
4	全く不安を感じない	3	0.27%
5	よく知らない	52	4.76%
(SA)問21 食品添加物 -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「 その他」に具体的な要因名を記入してください。			
		1092	100.00%
1	非常に不安である	450	41.21%
2	ある程度不安である	506	46.34%
3	あまり不安を感じない	113	10.35%
4	全く不安を感じない	7	0.64%
5	よく知らない	16	1.47%
(SA)問21 農薬 -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「 その他」に具体的な要因名を記入してください。			
		1092	100.00%
1	非常に不安である	650	59.52%
2	ある程度不安である	370	33.88%
3	あまり不安を感じない	50	4.58%
4	全く不安を感じない	5	0.46%
5	よく知らない	17	1.56%

(SA)問21 BSE(牛海綿状脳症) -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「その他」に具体的な要因名を記入してください。		
	1092	100.00%
1 非常に不安である	713	65.29%
2 ある程度不安である	283	25.92%
3 あまり不安を感じない	75	6.87%
4 全く不安を感じない	7	0.64%
5 よく知らない	14	1.28%
(SA)問21 有害微生物(細菌・ウイルス) -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「その他」に具体的な要因名を記入してください。		
	1092	100.00%
1 非常に不安である	668	61.17%
2 ある程度不安である	333	30.49%
3 あまり不安を感じない	64	5.86%
4 全く不安を感じない	4	0.37%
5 よく知らない	23	2.11%
(SA)問21 その他 -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「その他」に具体的な要因名を記入してください。		
	510	100.00%
1 非常に不安である	18	3.53%
2 ある程度不安である	24	4.71%
3 あまり不安を感じない	38	7.45%
4 全く不安を感じない	8	1.57%
5 よく知らない	422	82.75%
(FA)問21FAその他の方は具体的に		
	0	100.00%
(自由記述)		
(SA)問22 遺伝子組換え食品 -それぞれの要因ごとに不安を感じる理由を次の中から一つずつお選びください。		
	1078	100.00%
1 科学的な根拠に疑問	354	32.84%
2 規格基準や表示等の規制が不十分	163	15.12%
3 事業者の法令遵守や衛生管理の実態に疑問	93	8.63%
4 食の安全性に関する情報が不足	167	15.49%
5 過去に問題になった事例があり、不安	48	4.45%
6 漠然とした不安	203	18.83%
7 その他	5	0.46%
8 不安はない	45	4.17%

(SA)問22 いわゆる健康食品 -それぞれの要因ごとに不安を感じる理由を次の中から一つずつお選びください。		
	1078	100.00%
1 科学的な根拠に疑問	205	19.02%
2 規格基準や表示等の規制が不十分	241	22.36%
3 事業者の法令遵守や衛生管理の実態に疑問	103	9.55%
4 食の安全性に関する情報が不足	122	11.32%
5 過去に問題になった事例があり、不安	87	8.07%
6 漠然とした不安	252	23.38%
7 その他	2	0.19%
8 不安はない	66	6.12%
(SA)問22 汚染物質 -それぞれの要因ごとに不安を感じる理由を次の中から一つずつお選びください。		
	1078	100.00%
1 科学的な根拠に疑問	125	11.60%
2 規格基準や表示等の規制が不十分	205	19.02%
3 事業者の法令遵守や衛生管理の実態に疑問	249	23.10%
4 食の安全性に関する情報が不足	111	10.30%
5 過去に問題になった事例があり、不安	199	18.46%
6 漠然とした不安	181	16.79%
7 その他	0	0.00%
8 不安はない	8	0.74%
(SA)問22 家畜用抗生物質 -それぞれの要因ごとに不安を感じる理由を次の中から一つずつお選びください。		
	1078	100.00%
1 科学的な根拠に疑問	146	13.54%
2 規格基準や表示等の規制が不十分	227	21.06%
3 事業者の法令遵守や衛生管理の実態に疑問	240	22.26%
4 食の安全性に関する情報が不足	151	14.01%
5 過去に問題になった事例があり、不安	92	8.53%
6 漠然とした不安	181	16.79%
7 その他	0	0.00%
8 不安はない	41	3.80%
(SA)問22 食品添加物 -それぞれの要因ごとに不安を感じる理由を次の中から一つずつお選びください。		
	1078	100.00%
1 科学的な根拠に疑問	134	12.43%
2 規格基準や表示等の規制が不十分	300	27.83%
3 事業者の法令遵守や衛生管理の実態に疑問	187	17.35%
4 食の安全性に関する情報が不足	152	14.10%
5 過去に問題になった事例があり、不安	125	11.60%
6 漠然とした不安	169	15.68%
7 その他	2	0.19%
8 不安はない	9	0.83%

(SA)問22 農業 -それぞれの要因ごとに不安を感じる理由を次の中から一つずつお選びください。			
		1078	100.00%
1 科学的な根拠に疑問		146	13.54%
2 規格基準や表示等の規制が不十分		277	25.70%
3 事業者の法令遵守や衛生管理の実態に疑問		221	20.50%
4 食の安全性に関する情報が不足		111	10.30%
5 過去に問題になった事例があり、不安		162	15.03%
6 漠然とした不安		152	14.10%
7 その他		1	0.09%
8 不安はない		8	0.74%
(SA)問22 BSE(牛海綿状脳症) -それぞれの要因ごとに不安を感じる理由を次の中から一つずつお選びください。			
		1078	100.00%
1 科学的な根拠に疑問		172	15.96%
2 規格基準や表示等の規制が不十分		154	14.29%
3 事業者の法令遵守や衛生管理の実態に疑問		219	20.32%
4 食の安全性に関する情報が不足		107	9.93%
5 過去に問題になった事例があり、不安		261	24.21%
6 漠然とした不安		158	14.66%
7 その他		0	0.00%
8 不安はない		7	0.65%
(SA)問22 有害微生物(細菌・ウイルス) -それぞれの要因ごとに不安を感じる理由を次の中から一つずつお選びください。			
		1078	100.00%
1 科学的な根拠に疑問		147	13.64%
2 規格基準や表示等の規制が不十分		156	14.47%
3 事業者の法令遵守や衛生管理の実態に疑問		203	18.83%
4 食の安全性に関する情報が不足		127	11.78%
5 過去に問題になった事例があり、不安		124	11.50%
6 漠然とした不安		307	28.48%
7 その他		1	0.09%
8 不安はない		13	1.21%
(SA)問22 その他 -それぞれの要因ごとに不安を感じる理由を次の中から一つずつお選びください。			
		1078	100.00%
1 科学的な根拠に疑問		59	5.47%
2 規格基準や表示等の規制が不十分		46	4.27%
3 事業者の法令遵守や衛生管理の実態に疑問		38	3.53%
4 食の安全性に関する情報が不足		53	4.92%
5 過去に問題になった事例があり、不安		22	2.04%
6 漠然とした不安		415	38.50%
7 その他		27	2.50%
8 不安はない		418	38.78%
(FA)問22FAその他の方は具体的に			
		5	100.00%
	(自由記述)		

(FA)問22FA2その他の方は具体的に			
		2	100.00%
	(自由記述)		
(FA)問22FA3その他の方は具体的に			
		0	100.00%
	(自由記述)		
(FA)問22FA4その他の方は具体的に			
		0	100.00%
	(自由記述)		
(FA)問22FA5その他の方は具体的に			
		2	100.00%
	(自由記述)		
(FA)問22FA6その他の方は具体的に			
		1	100.00%
	(自由記述)		
(FA)問22FA7その他の方は具体的に			
		0	100.00%
	(自由記述)		
(FA)問22FA8その他の方は具体的に			
		1	100.00%
	(自由記述)		
(FA)問22FA9その他の方は具体的に			
		27	100.00%
	(自由記述)		

(SA)問1食材は自分で買われることが多いですか？			
		1097	100.00%
1 はい		780	71.10%
2 いいえ		317	28.90%
(MA)問2食材を購入される際に気をつけていることは何ですか？			
		1097	↓ MAX100.0%
1 価格		939	85.60%
2 見栄え		157	14.31%
3 季節もの		491	44.76%
4 産地(国産、海外産等)		643	58.61%
5 安全性		598	54.51%
6 鮮度		927	84.50%
7 生産者、流通業者		121	11.03%
8 食べるために掛ける手間		190	17.32%
9 その他		7	0.64%
(FA)問2FAその他の方は具体的に			
		7	100.00%
	(自由記述)		
(SA)問3 自分のため -週に何日ぐらい、自分のため、もしくは誰かのために調理することがあります か？			
		1097	100.00%
1 ほぼ毎日		534	48.68%
2 週の半分ぐらい		119	10.85%
3 1日か2日ぐらい		186	16.96%
4 ほとんどしない		258	23.52%
(SA)問3 他人のため -週に何日ぐらい、自分のため、もしくは誰かのために調理することがあります か？			
		1097	100.00%
1 ほぼ毎日		420	38.29%
2 週の半分ぐらい		73	6.65%
3 1日か2日ぐらい		139	12.67%
4 ほとんどしない		465	42.39%
(MA)問4家では、誰と食事を取ることが多いですか？			
		1097	↓ MAX100.0%
1 家族(配偶者)		719	65.54%
2 家族(子供)		464	42.30%
3 家族(親)		171	15.59%
4 家族(兄弟姉妹、祖父母等)		51	4.65%
5 一人		225	20.51%
6 その他		18	1.64%
(FA)問4FAその他の方は具体的に			
		18	100.00%
	(自由記述)		

(MA)問5-1食材や食品に関する情報をどういったところから入手していますか？(3つまで選んでくだ さい。)			
		1097	↓ MAX100.0%
1 新聞		549	50.05%
2 雑誌		138	12.58%
3 TV(報道番組)		438	39.93%
4 TV(情報・バラエティ番組等)		316	28.81%
5 行政の広報誌		6	0.55%
6 ラジオ		25	2.28%
7 行政のWeb		4	0.36%
8 その他のWeb		98	8.93%
9 売場での情報提供		535	48.77%
10 食品パッケージの食品表示		553	50.41%
11 口コミ		127	11.58%
12 その他		34	3.10%
13 どこからも情報を得ていない		31	2.83%
(FA)問5-1FAその他の方は具体的に			
		34	100.00%
	(自由記述)		
(SA)問5-2問5-1で選んだもののうち、特に信頼しているものはどれですか？(1つだけ選んでくだ さい。)			
		1066	100.00%
1 新聞		271	25.42%
2 雑誌		17	1.59%
3 TV(報道番組)		158	14.82%
4 TV(情報・バラエティ番組等)		87	8.16%
5 行政の広報誌		0	0.00%
6 ラジオ		5	0.47%
7 行政のWeb		3	0.28%
8 その他のWeb		30	2.81%
9 売場での情報提供		191	17.92%
10 食品パッケージの食品表示		249	23.36%
11 口コミ		38	3.56%
12 その他		17	1.59%
(SA)問6-1 テレビ(健康番組) -次にあげるマスメディアをどの程度ご覧になっていますか？			
		1097	100.00%
1 毎日必ず見ている		47	4.28%
2 毎日ではないが、可能な限り見るように心がけている		256	23.34%
3 毎日ではないが、見ることもある		605	55.15%
4 ほとんど見ない		189	17.23%
(SA)問6-1 テレビ(報道番組) -次にあげるマスメディアをどの程度ご覧になっていますか？			
		1097	100.00%
1 毎日必ず見ている		400	36.46%
2 毎日ではないが、可能な限り見るように心がけている		391	35.64%
3 毎日ではないが、見ることもある		262	23.88%
4 ほとんど見ない		44	4.01%

(SA)問6-1 テレビ(ワイドショー等情報番組) - 次にあげるマスメディアをどの程度ご覧になっていますか？			
	1097	100.00%	
1 毎日必ず見ている	90	8.20%	
2 毎日ではないが、可能な限り見るように心がけている	205	18.69%	
3 毎日ではないが、見ることもある	534	48.68%	
4 ほとんど見ない	268	24.43%	
(SA)問6-1 新聞(一面) - 次にあげるマスメディアをどの程度ご覧になっていますか？			
	1097	100.00%	
1 毎日必ず見ている	591	53.87%	
2 毎日ではないが、可能な限り見るように心がけている	224	20.42%	
3 毎日ではないが、見ることもある	130	11.85%	
4 ほとんど見ない	152	13.86%	
(SA)問6-1 新聞(総合面) - 次にあげるマスメディアをどの程度ご覧になっていますか？			
	1097	100.00%	
1 毎日必ず見ている	540	49.23%	
2 毎日ではないが、可能な限り見るように心がけている	250	22.79%	
3 毎日ではないが、見ることもある	150	13.67%	
4 ほとんど見ない	157	14.31%	
(SA)問6-1 新聞(経済面) - 次にあげるマスメディアをどの程度ご覧になっていますか？			
	1097	100.00%	
1 毎日必ず見ている	412	37.56%	
2 毎日ではないが、可能な限り見るように心がけている	284	25.89%	
3 毎日ではないが、見ることもある	197	17.96%	
4 ほとんど見ない	204	18.60%	
(SA)問6-1 新聞(政治面) - 次にあげるマスメディアをどの程度ご覧になっていますか？			
	1097	100.00%	
1 毎日必ず見ている	378	34.46%	
2 毎日ではないが、可能な限り見るように心がけている	315	28.71%	
3 毎日ではないが、見ることもある	206	18.78%	
4 ほとんど見ない	198	18.05%	
(SA)問6-1 新聞(社会面) - 次にあげるマスメディアをどの程度ご覧になっていますか？			
	1097	100.00%	
1 毎日必ず見ている	498	45.40%	
2 毎日ではないが、可能な限り見るように心がけている	277	25.25%	
3 毎日ではないが、見ることもある	155	14.13%	
4 ほとんど見ない	167	15.22%	
(SA)問6-1 新聞(生活面(医療・健康)) - 次にあげるマスメディアをどの程度ご覧になっていますか？			
	1097	100.00%	
1 毎日必ず見ている	363	33.09%	
2 毎日ではないが、可能な限り見るように心がけている	326	29.72%	
3 毎日ではないが、見ることもある	221	20.15%	
4 ほとんど見ない	187	17.05%	

(SA)問6-1 雑誌(一般紙) - 次にあげるマスメディアをどの程度ご覧になっていますか？			
	1097	100.00%	
1 毎日必ず見ている	27	2.46%	
2 毎日ではないが、可能な限り見るように心がけている	162	14.77%	
3 毎日ではないが、見ることもある	525	47.86%	
4 ほとんど見ない	383	34.91%	
(SA)問6-1 雑誌(専門誌(健康・医療雑誌)) - 次にあげるマスメディアをどの程度ご覧になっていますか？			
	1097	100.00%	
1 毎日必ず見ている	10	0.91%	
2 毎日ではないが、可能な限り見るように心がけている	99	9.02%	
3 毎日ではないが、見ることもある	367	33.45%	
4 ほとんど見ない	621	56.61%	
(SA)問6-1 Web (新聞) - 次にあげるマスメディアをどの程度ご覧になっていますか？			
	1097	100.00%	
1 毎日必ず見ている	171	15.59%	
2 毎日ではないが、可能な限り見るように心がけている	199	18.14%	
3 毎日ではないが、見ることもある	371	33.82%	
4 ほとんど見ない	356	32.45%	
(SA)問6-1 Web (専門誌(健康・医療雑誌)) - 次にあげるマスメディアをどの程度ご覧になっていますか？			
	1097	100.00%	
1 毎日必ず見ている	20	1.82%	
2 毎日ではないが、可能な限り見るように心がけている	102	9.30%	
3 毎日ではないが、見ることもある	382	34.82%	
4 ほとんど見ない	593	54.06%	
(SA)問6-2 テレビ(健康番組) - どの程度信頼されていますか？			
	1097	100.00%	
1 信頼している	53	4.83%	
2 ある程度信頼している	706	64.36%	
3 あまり信頼できない	177	16.13%	
4 信頼できない	48	4.38%	
5 どちらともいえない	113	10.30%	
(SA)問6-2 テレビ(報道番組) - どの程度信頼されていますか？			
	1097	100.00%	
1 信頼している	149	13.58%	
2 ある程度信頼している	774	70.56%	
3 あまり信頼できない	88	8.02%	
4 信頼できない	16	1.46%	
5 どちらともいえない	70	6.38%	

(SA)問6-2 テレビ(ワイドショー等情報番組) -どの程度信頼されていますか？			
		1097	100.00%
1 信頼している	26	2.37%	
2 ある程度信頼している	420	38.29%	
3 あまり信頼できない	373	34.00%	
4 信頼できない	144	13.13%	
5 どちらともいえない	134	12.22%	
(SA)問6-2 新聞(一面) -どの程度信頼されていますか？			
		1097	100.00%
1 信頼している	274	24.98%	
2 ある程度信頼している	678	61.80%	
3 あまり信頼できない	40	3.65%	
4 信頼できない	1	0.09%	
5 どちらともいえない	104	9.48%	
(SA)問6-2 新聞(総合面) -どの程度信頼されていますか？			
		1097	100.00%
1 信頼している	257	23.43%	
2 ある程度信頼している	687	62.63%	
3 あまり信頼できない	45	4.10%	
4 信頼できない	1	0.09%	
5 どちらともいえない	107	9.75%	
(SA)問6-2 新聞(経済面) -どの程度信頼されていますか？			
		1097	100.00%
1 信頼している	246	22.42%	
2 ある程度信頼している	669	60.98%	
3 あまり信頼できない	56	5.10%	
4 信頼できない	4	0.36%	
5 どちらともいえない	122	11.12%	
(SA)問6-2 新聞(政治面) -どの程度信頼されていますか？			
		1097	100.00%
1 信頼している	224	20.42%	
2 ある程度信頼している	664	60.53%	
3 あまり信頼できない	74	6.75%	
4 信頼できない	11	1.00%	
5 どちらともいえない	124	11.30%	
(SA)問6-2 新聞(社会面) -どの程度信頼されていますか？			
		1097	100.00%
1 信頼している	232	21.15%	
2 ある程度信頼している	690	62.90%	
3 あまり信頼できない	56	5.10%	
4 信頼できない	4	0.36%	
5 どちらともいえない	115	10.48%	

(SA)問6-2 新聞(生活面(医療・健康)) -どの程度信頼されていますか？			
		1097	100.00%
1 信頼している	211	19.23%	
2 ある程度信頼している	713	65.00%	
3 あまり信頼できない	53	4.83%	
4 信頼できない	4	0.36%	
5 どちらともいえない	116	10.57%	
(SA)問6-2 雑誌(一般紙) -どの程度信頼されていますか？			
		1097	100.00%
1 信頼している	25	2.28%	
2 ある程度信頼している	498	45.40%	
3 あまり信頼できない	283	25.80%	
4 信頼できない	64	5.83%	
5 どちらともいえない	227	20.69%	
(SA)問6-2 雑誌(専門誌(健康・医療雑誌)) -どの程度信頼されていますか？			
		1097	100.00%
1 信頼している	82	7.47%	
2 ある程度信頼している	594	54.15%	
3 あまり信頼できない	162	14.77%	
4 信頼できない	16	1.46%	
5 どちらともいえない	243	22.15%	
(SA)問6-2 Web (新聞) -どの程度信頼されていますか？			
		1097	100.00%
1 信頼している	97	8.84%	
2 ある程度信頼している	615	56.06%	
3 あまり信頼できない	114	10.39%	
4 信頼できない	22	2.01%	
5 どちらともいえない	249	22.70%	
(SA)問6-2 Web (専門誌(健康・医療雑誌)) -どの程度信頼されていますか？			
		1097	100.00%
1 信頼している	68	6.20%	
2 ある程度信頼している	583	53.14%	
3 あまり信頼できない	148	13.49%	
4 信頼できない	21	1.91%	
5 どちらともいえない	277	25.25%	
(SA)問7 国(食品安全委員会以外) -食材や食品の安全に関する情報を提供する人や機関のうち、次に挙げる人や機関をどの程度信頼していますか？			
		1097	100.00%
1 信頼している	87	7.93%	
2 ある程度信頼している	596	54.33%	
3 あまり信頼できない	246	22.42%	
4 信頼できない	63	5.74%	
5 どちらともいえない	105	9.57%	

(SA)問7 食品安全委員会 -食材や食品の安全に関する情報を提供する人や機関のうち、次に挙げる人や機関をどの程度信頼していますか？			
	1097	100.00%	
1 信頼している	112	10.21%	
2 ある程度信頼している	646	58.89%	
3 あまり信頼できない	180	16.41%	
4 信頼できない	40	3.65%	
5 どちらともいえない	119	10.85%	
(SA)問7 地方自治体 -食材や食品の安全に関する情報を提供する人や機関のうち、次に挙げる人や機関をどの程度信頼していますか？			
	1097	100.00%	
1 信頼している	59	5.38%	
2 ある程度信頼している	592	53.97%	
3 あまり信頼できない	257	23.43%	
4 信頼できない	50	4.56%	
5 どちらともいえない	139	12.67%	
(SA)問7 その他の公的機関(財団等) -食材や食品の安全に関する情報を提供する人や機関のうち、次に挙げる人や機関をどの程度信頼していますか？			
	1097	100.00%	
1 信頼している	39	3.56%	
2 ある程度信頼している	560	51.05%	
3 あまり信頼できない	284	25.89%	
4 信頼できない	58	5.29%	
5 どちらともいえない	156	14.22%	
(SA)問7 メーカー・食品業界団体 -食材や食品の安全に関する情報を提供する人や機関のうち、次に挙げる人や機関をどの程度信頼していますか？			
	1097	100.00%	
1 信頼している	23	2.10%	
2 ある程度信頼している	533	48.59%	
3 あまり信頼できない	347	31.63%	
4 信頼できない	63	5.74%	
5 どちらともいえない	131	11.94%	
(SA)問7 大手スーパーや小売店 -食材や食品の安全に関する情報を提供する人や機関のうち、次に挙げる人や機関をどの程度信頼していますか？			
	1097	100.00%	
1 信頼している	13	1.19%	
2 ある程度信頼している	573	52.23%	
3 あまり信頼できない	342	31.18%	
4 信頼できない	48	4.38%	
5 どちらともいえない	121	11.03%	

(SA)問7 消費者団体・生協等 -食材や食品の安全に関する情報を提供する人や機関のうち、次に挙げる人や機関をどの程度信頼していますか？			
	1097	100.00%	
1 信頼している	122	11.12%	
2 ある程度信頼している	742	67.64%	
3 あまり信頼できない	131	11.94%	
4 信頼できない	16	1.46%	
5 どちらともいえない	86	7.84%	
(SA)問7 研究者(大学、研究所等) -食材や食品の安全に関する情報を提供する人や機関のうち、次に挙げる人や機関をどの程度信頼していますか？			
	1097	100.00%	
1 信頼している	93	8.48%	
2 ある程度信頼している	702	63.99%	
3 あまり信頼できない	158	14.40%	
4 信頼できない	22	2.01%	
5 どちらともいえない	122	11.12%	
(SA)問7 専門家(研究者以外) -食材や食品の安全に関する情報を提供する人や機関のうち、次に挙げる人や機関をどの程度信頼していますか？			
	1097	100.00%	
1 信頼している	55	5.01%	
2 ある程度信頼している	583	53.14%	
3 あまり信頼できない	265	24.16%	
4 信頼できない	32	2.92%	
5 どちらともいえない	162	14.77%	
(SA)問7 マスコミ関係者(論説委員等) -食材や食品の安全に関する情報を提供する人や機関のうち、次に挙げる人や機関をどの程度信頼していますか？			
	1097	100.00%	
1 信頼している	13	1.19%	
2 ある程度信頼している	394	35.92%	
3 あまり信頼できない	378	34.46%	
4 信頼できない	116	10.57%	
5 どちらともいえない	196	17.87%	
(SA)問8健康に悪い影響を与える可能性がある食品について知識があり、「どのような食品を選べばよいか」、「どのような調理が必要か」をわかっていると思いますか？			
	1097	100.00%	
1 わかっている	26	2.37%	
2 まあわかっている	524	47.77%	
3 あまりわかっていない	496	45.21%	
4 全くわかっていない	51	4.65%	

(SA)問9問8で示したような知識は、どこで得ましたか？			
		1046	100.00%
1 小・中学校の授業	21	2.01%	
2 高校の授業	12	1.15%	
3 大学の講義	26	2.49%	
4 家庭での経験や家族の教え	275	26.29%	
5 テレビ番組	266	25.43%	
6 新聞記事	252	24.09%	
7 雑誌記事	54	5.16%	
8 売場での提供情報(チラシ等)	50	4.78%	
9 行政の提供情報(広報誌等)	25	2.39%	
10 その他	65	6.21%	
(FA)問9FAその他の方は具体的に			
	65	100.00%	
(自由記述)			
(SA)問10牛肉は好きですか？			
	1097	100.00%	
1 食材の中では最も好きな部類に入る	227	20.69%	
2 まあまあ好き	670	61.08%	
3 あまり好きではない	156	14.22%	
4 食材の中では最も嫌いな部類に入る	16	1.46%	
5 どちらとも言えない	28	2.55%	
(SA)問11牛肉の安全性に対して不安を感じていますか？			
	1097	100.00%	
1 不安を感じない	176	16.04%	
2 国内産の牛肉の安全性に不安を感じる	16	1.46%	
3 海外産の牛肉の安全性に不安を感じる	608	55.42%	
4 産地にかかわらず、牛肉全般の安全性に不安を感じる	280	25.52%	
5 その他	17	1.55%	
(FA)問11FAその他の方は具体的に			
	17	100.00%	
(自由記述)			
(SA)問12牛肉の安全性に対して、なぜ不安を感じているのですか？			
	921	100.00%	
1 生産者、流通業者や行政機関の安全管理の能力が十分でないと感じるから	338	36.70%	
2 生産者、流通業者や行政機関が、消費者の安全よりコストを優先していると感じるから	260	28.23%	
3 国内の生産者、流通業者や行政機関による監視が行き届かないところがあるから	159	17.26%	
4 いくら体制を整えても、牛肉による健康被害の危険はゼロにならないから	148	16.07%	
5 その他	16	1.74%	
(FA)問12FAその他の方は具体的に			
	16	100.00%	
(自由記述)			

(SA)問13不安が理由で牛肉を食べたり、買ったりすることを控えるようになりましたか？			
	921	100.00%	
1 全く食べたり、買ったりしなくなった	97	10.53%	
2 多少食べたり、買ったりしなくなった	584	63.41%	
3 食べたり、買ったりすることを控えていない	204	22.15%	
4 その他	36	3.91%	
(SA)問14なぜ、牛肉を食べたり、買ったりすることを控えないのですか？			
	204	100.00%	
1 牛肉による健康被害に遭う可能性は殆ど無いと感じるから	40	19.61%	
2 できれば控えたいが、他の食材や食品と比べ割安だから	20	9.80%	
3 多少不安はあるが、牛肉が好きだから	100	49.02%	
4 その他	44	21.57%	
(FA)問14FAその他の方は具体的に			
	44	100.00%	
(自由記述)			
(SA)問15牛肉の安全性に関する次のキーワードをご存じですか？			
	1097	100.00%	
1 BSE(牛海綿状脳症)	770	70.19%	
2 vCJD(変異型クロイツフェルト・ヤコブ病)	45	4.10%	
3 米国産牛肉の輸入問題	235	21.42%	
4 食品安全委員会による牛肉のリスク評価	47	4.28%	
(SA)問16あなたは、平成15年7月の国民の健康の保護を最優先とした食品安全基本法の施行によって、新たな食品安全行政がスタートしたことを知っていましたか？			
	1097	100.00%	
1 知っていた	272	24.79%	
2 知らなかった	825	75.21%	
(SA)問17あなたは、「リスクコミュニケーション」という言葉を知っていましたか？			
	1097	100.00%	
1 知っていた	215	19.60%	
2 知らなかった	882	80.40%	
(SA)問18あなたは、全国各地で食の安全の分野における意見交換会が開催されていることを知っていましたか？			
	1097	100.00%	
1 知っていた	213	19.42%	
2 知らなかった	884	80.58%	
(SA)問19あなたは、今後、食品の安全性に関連したシンポジウムや意見交換会などのイベントに参加したいと思いますか？			
	1097	100.00%	
1 参加したいと思う	267	24.34%	
2 参加したいと思わない	830	75.66%	

(MA)問20あなたは、今後、食の安全の分野におけるリスクコミュニケーションを進めていく際に行政機関はどのような取組をすべきだと思いますか？ 最大2つまで選んでください。			
		1097	↓ MAX100.0%
1	シンポジウム・意見交換会を実施する	130	11.85%
2	勉強会などに講師を派遣する	70	6.38%
3	行政機関のホームページを充実させる	221	20.15%
4	広報誌・パンフレットを配布する	222	20.24%
5	テレビCM・新聞などで情報を提供する	513	46.76%
6	専門家がマスメディアなどを通じてわかりやすい説明を行う	353	32.18%
7	リスクコミュニケーションを行う人材を育成する	118	10.76%
8	第三者機関が、行政機関のリスクコミュニケーションの取組を評価する	273	24.89%
9	その他	37	3.37%
(SA)問21あなたは食品の安全に関するWebアンケートに、ここ一年で何回くらい参加したことがありますか？			
		1097	100.00%
1	今回が初めて	866	78.94%
2	1－2回程度	184	16.77%
3	3－4回程度	27	2.46%
4	5回程度以上	20	1.82%

(FA)問1あなたは普段、店、宅配を問わず、合計して一週間のうち平均、何日、食料品を買いますか。			
	(自由記述)	1157	100.00%
(SA)問2 スーパー - 普段、自分で料理したり食べたりするための食料品を買い物される店とその頻度についてあてはまるものを選んでください。			
		1157	100.00%
1	ほとんど毎日	164	14.17%
2	週に3-4回	389	33.62%
3	週に1-2回	472	40.80%
4	月に1-2回	89	7.69%
5	ほとんど買わない	43	3.72%
(SA)問2 コンビニエンスストア(生鮮を扱うコンビニも含む) - 普段、自分で料理したり食べたりするための食料品を買い物される店とその頻度についてあてはまるものを選んでください。			
		1157	100.00%
1	ほとんど毎日	63	5.45%
2	週に3-4回	126	10.89%
3	週に1-2回	314	27.14%
4	月に1-2回	253	21.87%
5	ほとんど買わない	401	34.66%
(SA)問2 個人商店、小売店(青果店、精肉店、鮮魚店、パン屋など) - 普段、自分で料理したり食べたりするための食料品を買い物される店とその頻度についてあてはまるものを選んでください。			
		1157	100.00%
1	ほとんど毎日	8	0.69%
2	週に3-4回	40	3.46%
3	週に1-2回	200	17.29%
4	月に1-2回	267	23.08%
5	ほとんど買わない	642	55.49%
(SA)問2 デパートの地下、高級食料品店 - 普段、自分で料理したり食べたりするための食料品を買い物される店とその頻度についてあてはまるものを選んでください。			
		1157	100.00%
1	ほとんど毎日	4	0.35%
2	週に3-4回	13	1.12%
3	週に1-2回	63	5.45%
4	月に1-2回	348	30.08%
5	ほとんど買わない	729	63.01%
(SA)問2 生協(宅配、店舗とも) - 普段、自分で料理したり食べたりするための食料品を買い物される店とその頻度についてあてはまるものを選んでください。			
		1157	100.00%
1	ほとんど毎日	11	0.95%
2	週に3-4回	44	3.80%
3	週に1-2回	246	21.26%
4	月に1-2回	101	8.73%
5	ほとんど買わない	755	65.25%

(SA)問2 生協以外の宅配、通信販売 - 普段、自分で料理したり食べたりするための食料品を買い物される店とその頻度についてあてはまるものを選んでください。			
		1157	100.00%
1	ほとんど毎日	5	0.43%
2	週に3-4回	6	0.52%
3	週に1-2回	26	2.25%
4	月に1-2回	128	11.06%
5	ほとんど買わない	992	85.74%
(MA)問3食料品を買う場合に気をつけることは何ですか。あてはまるものをすべてお選びください。			
		1123	↓ MAX100.0%
1	価格	1020	90.83%
2	見栄え	133	11.84%
3	季節もの	524	46.66%
4	産地(国産、海外産等)	650	57.88%
5	安全性	619	55.12%
6	鮮度	936	83.35%
7	生産者、流通業者、製造者	198	17.63%
8	食べるために掛ける手間	210	18.70%
9	その他	15	1.34%
(FA)問3FAその他自由記述			
	(自由記述)	15	100.00%
(SA)問4あなたの食事は総合的にみて、自宅での食事と外食のどちらのほうが多いですか。もっともあてはまるものをお選びください。			
		1157	100.00%
1	ほとんど自宅で食事する	734	63.44%
2	どちらかといえば自宅で食事をするほうが多い	298	25.76%
3	自宅の食事と外食と同じ程度である	72	6.22%
4	どちらかといえば外食のほうが多い	45	3.89%
5	ほとんど外食である	8	0.69%
(MA)問5自宅で料理する(料理してもらう)場合、どのような情報を参考に献立を決めますか。参考にするもの全てを選んでください。			
		1157	↓ MAX100.0%
1	新聞	180	15.56%
2	料理、グルメ雑誌・本	594	51.34%
3	その他一般の雑誌・本	124	10.72%
4	テレビのバラエティ・情報番組	200	17.29%
5	テレビの料理番組	495	42.78%
6	その他のテレビ番組	49	4.24%
7	消費者団体の広報誌・Web	18	1.56%
8	生協など協同組合の広報誌・Web	116	10.03%
9	レシピを集めたWeb	408	35.26%
10	その他のWeb	51	4.41%
11	商品パッケージ	191	16.51%
12	その他の食品売場での情報提供(例:ポップやチラシ等)	205	17.72%
13	友人や家族の意見、話	428	36.99%
14	その他	78	6.74%

(FA)問5FAその他自由記述			
		78	100.00%
	(自由記述)		
(MA)問6外食をされる場合、どのような情報を参考に食べるものを決めますか。参考にするもの全てを選んでください。			
		1157	↓ MAX100.0%
1	新聞	106	9.16%
2	料理、グルメ雑誌・本	312	26.97%
3	その他一般の雑誌・本	133	11.50%
4	テレビのバラエティ・情報番組	160	13.83%
5	テレビの料理番組	99	8.56%
6	その他のテレビ番組	48	4.15%
7	グルメ情報やレストランのWeb	423	36.56%
8	その他のWeb	90	7.78%
9	店頭のメニュー	551	47.62%
10	友人や家族の意見、話	584	50.48%
11	その他	46	3.98%
(FA)問6FAその他自由記述			
		46	100.00%
	(自由記述)		
(SA)問7 新聞 -あなたは、食品と健康に関する情報を以下のもので目にしたことがありますか。また、そのような情報を目にした場合、その食料品を食べたり食べなかったりするなど食生活を変えようと思いますか。それぞれについてお答えください。			
		1157	100.00%
1	よく目にする	283	24.46%
2	たまに目にする	541	46.76%
3	あまり目にしない	261	22.56%
4	目にしたことはない	72	6.22%
(SA)問7 料理、グルメ雑誌・本 -あなたは、食品と健康に関する情報を以下のもので目にしたことがありますか。また、そのような情報を目にした場合、その食料品を食べたり食べなかったりするなど食生活を変えようと思いますか。それぞれについてお答えください。			
		1157	100.00%
1	よく目にする	197	17.03%
2	たまに目にする	538	46.50%
3	あまり目にしない	321	27.74%
4	目にしたことはない	101	8.73%
(SA)問7 その他一般の雑誌・本 -あなたは、食品と健康に関する情報を以下のもので目にしたことがありますか。また、そのような情報を目にした場合、その食料品を食べたり食べなかったりするなど食生活を変えようと思いますか。それぞれについてお答えください。			
		1157	100.00%
1	よく目にする	79	6.83%
2	たまに目にする	455	39.33%
3	あまり目にしない	489	42.26%
4	目にしたことはない	134	11.58%

(SA)問7 テレビのバラエティ・情報番組 -あなたは、食品と健康に関する情報を以下のもので目にしたことがありますか。また、そのような情報を目にした場合、その食料品を食べたり食べなかったりするなど食生活を変えようと思いますか。それぞれについてお答えください。			
	1157	100.00%	
1	よく目にする	220	19.01%
2	たまに目にする	631	54.54%
3	あまり目にしない	243	21.00%
4	目にしたことはない	63	5.45%
(SA)問7 テレビの料理番組 -あなたは、食品と健康に関する情報を以下のもので目にしたことがありますか。また、そのような情報を目にした場合、その食料品を食べたり食べなかったりするなど食生活を変えようと思いますか。それぞれについてお答えください。			
	1157	100.00%	
1	よく目にする	223	19.27%
2	たまに目にする	586	50.65%
3	あまり目にしない	284	24.55%
4	目にしたことはない	64	5.53%
(SA)問7 その他のテレビ番組 -あなたは、食品と健康に関する情報を以下のもので目にしたことがありますか。また、そのような情報を目にした場合、その食料品を食べたり食べなかったりするなど食生活を変えようと思いますか。それぞれについてお答えください。			
	1157	100.00%	
1	よく目にする	64	5.53%
2	たまに目にする	419	36.21%
3	あまり目にしない	522	45.12%
4	目にしたことはない	152	13.14%
(SA)問7 消費者団体の広報誌・Web -あなたは、食品と健康に関する情報を以下のもので目にしたことがありますか。また、そのような情報を目にした場合、その食料品を食べたり食べなかったりするなど食生活を変えようと思いますか。それぞれについてお答えください。			
	1157	100.00%	
1	よく目にする	17	1.47%
2	たまに目にする	159	13.74%
3	あまり目にしない	459	39.67%
4	目にしたことはない	522	45.12%
(SA)問7 生協など協同組合の広報誌・Web -あなたは、食品と健康に関する情報を以下のもので目にしたことがありますか。また、そのような情報を目にした場合、その食料品を食べたり食べなかったりするなど食生活を変えようと思いますか。それぞれについてお答えください。			
	1157	100.00%	
1	よく目にする	77	6.66%
2	たまに目にする	244	21.09%
3	あまり目にしない	341	29.47%
4	目にしたことはない	495	42.78%
(SA)問7 食品安全委員会の広報誌・Web -あなたは、食品と健康に関する情報を以下のもので目にしたことがありますか。また、そのような情報を目にした場合、その食料品を食べたり食べなかったりするなど食生活を変えようと思いますか。それぞれについてお答えください。			
	1157	100.00%	
1	よく目にする	11	0.95%
2	たまに目にする	91	7.87%
3	あまり目にしない	392	33.88%
4	目にしたことはない	663	57.30%

(SA)問7 その他の行政の広報誌・Web -あなたは、食品と健康に関する情報を以下のもので目にしたことがありますか。また、そのような情報を目にした場合、その食料品を食べたり食べなかったりするなど食生活を変えようと思いますか。それぞれについてお答えください。			
		1157	100.00%
1 よく目にする		10	0.86%
2 たまに目にする		121	10.46%
3 あまり目にしない		439	37.94%
4 目にしたことはない		587	50.73%
(SA)問7 レシピを集めたWeb -あなたは、食品と健康に関する情報を以下のもので目にしたことがありますか。また、そのような情報を目にした場合、その食料品を食べたり食べなかったりするなど食生活を変えようと思いますか。それぞれについてお答えください。			
		1157	100.00%
1 よく目にする		130	11.24%
2 たまに目にする		386	33.36%
3 あまり目にしない		346	29.90%
4 目にしたことはない		295	25.50%
(SA)問7 その他のWeb -あなたは、食品と健康に関する情報を以下のもので目にしたことがありますか。また、そのような情報を目にした場合、その食料品を食べたり食べなかったりするなど食生活を変えようと思いますか。それぞれについてお答えください。			
		1157	100.00%
1 よく目にする		48	4.15%
2 たまに目にする		236	20.40%
3 あまり目にしない		450	38.89%
4 目にしたことはない		423	36.56%
(SA)問7 商品パッケージ -あなたは、食品と健康に関する情報を以下のもので目にしたことがありますか。また、そのような情報を目にした場合、その食料品を食べたり食べなかったりするなど食生活を変えようと思いますか。それぞれについてお答えください。			
		1157	100.00%
1 よく目にする		148	12.79%
2 たまに目にする		511	44.17%
3 あまり目にしない		323	27.92%
4 目にしたことはない		175	15.13%
(SA)問7-2 新聞 -問7-2			
		1157	100.00%
1 思う		120	10.37%
2 少し思う		531	45.89%
3 あまり思わない		401	34.66%
4 まったく思わない		105	9.08%
(SA)問7-2 料理、グルメ雑誌・本 -問7-2			
		1157	100.00%
1 思う		102	8.82%
2 少し思う		522	45.12%
3 あまり思わない		413	35.70%
4 まったく思わない		120	10.37%

(SA)問7-2 その他一般の雑誌・本 -問7-2			
		1157	100.00%
1 思う		60	5.19%
2 少し思う		413	35.70%
3 あまり思わない		526	45.46%
4 まったく思わない		158	13.66%
(SA)問7-2 テレビのバラエティ・情報番組 -問7-2			
		1157	100.00%
1 思う		110	9.51%
2 少し思う		493	42.61%
3 あまり思わない		426	36.82%
4 まったく思わない		128	11.06%
(SA)問7-2 テレビの料理番組 -問7-2			
		1157	100.00%
1 思う		120	10.37%
2 少し思う		523	45.20%
3 あまり思わない		411	35.52%
4 まったく思わない		103	8.90%
(SA)問7-2 その他のテレビ番組 -問7-2			
		1157	100.00%
1 思う		50	4.32%
2 少し思う		344	29.73%
3 あまり思わない		558	48.23%
4 まったく思わない		205	17.72%
(SA)問7-2 消費者団体の広報誌・Web -問7-2			
		1157	100.00%
1 思う		44	3.80%
2 少し思う		256	22.13%
3 あまり思わない		478	41.31%
4 まったく思わない		379	32.76%
(SA)問7-2 生協など協同組合の広報誌・Web -問7-2			
		1157	100.00%
1 思う		69	5.96%
2 少し思う		304	26.27%
3 あまり思わない		424	36.65%
4 まったく思わない		360	31.11%
(SA)問7-2 食品安全委員会の広報誌・Web -問7-2			
		1157	100.00%
1 思う		66	5.70%
2 少し思う		242	20.92%
3 あまり思わない		440	38.03%
4 まったく思わない		409	35.35%

(SA)問7-2 その他の行政の広報誌・Web -問7-2			
		1157	100.00%
1	思う	49	4.24%
2	少し思う	241	20.83%
3	あまり思わない	478	41.31%
4	まったく思わない	389	33.62%
(SA)問7-2 レシピを集めたWeb -問7-2			
		1157	100.00%
1	思う	93	8.04%
2	少し思う	376	32.50%
3	あまり思わない	450	38.89%
4	まったく思わない	238	20.57%
(SA)問7-2 その他のWeb -問7-2			
		1157	100.00%
1	思う	32	2.77%
2	少し思う	254	21.95%
3	あまり思わない	535	46.24%
4	まったく思わない	336	29.04%
(SA)問7-2 商品パッケージ -問7-2			
		1157	100.00%
1	思う	58	5.01%
2	少し思う	452	39.07%
3	あまり思わない	467	40.36%
4	まったく思わない	180	15.56%
(SA)問8 生協や産直などの信用できるルート以外では食品を買わない -以下のような考え方や行動は、あなたにどの程度あてはまりますか。それぞれひとつずつお答えください。			
		1157	100.00%
1	あてはまる	25	2.16%
2	まああてはまる	200	17.29%
3	どちらともいえない	359	31.03%
4	あまりあてはまらない	341	29.47%
5	あてはまらない	232	20.05%
(SA)問8 加工食品は、原料の安全性や添加物が気になるので買わない -以下のような考え方や行動は、あなたにどの程度あてはまりますか。それぞれひとつずつお答えください。			
		1157	100.00%
1	あてはまる	27	2.33%
2	まああてはまる	202	17.46%
3	どちらともいえない	409	35.35%
4	あまりあてはまらない	348	30.08%
5	あてはまらない	171	14.78%

(SA)問8 弁当・惣菜類は、原料の安全性や添加物が気になるので買わない -以下のような考え方や行動は、あなたにどの程度あてはまりますか。それぞれひとつずつお答えください。			
		1157	100.00%
1	あてはまる	29	2.51%
2	まああてはまる	174	15.04%
3	どちらともいえない	380	32.84%
4	あまりあてはまらない	387	33.45%
5	あてはまらない	187	16.16%
(SA)問8 価格が高くても安全な食品を選択している -以下のような考え方や行動は、あなたにどの程度あてはまりますか。それぞれひとつずつお答えください。			
		1157	100.00%
1	あてはまる	62	5.36%
2	まああてはまる	315	27.23%
3	どちらともいえない	433	37.42%
4	あまりあてはまらない	258	22.30%
5	あてはまらない	89	7.69%
(SA)問8 外国産の野菜や肉は危険だと思う -以下のような考え方や行動は、あなたにどの程度あてはまりますか。それぞれひとつずつお答えください。			
		1157	100.00%
1	あてはまる	199	17.20%
2	まああてはまる	370	31.98%
3	どちらともいえない	378	32.67%
4	あまりあてはまらない	154	13.31%
5	あてはまらない	56	4.84%
(SA)問8 子供には炭酸飲料やスナック菓子は与えないほうがよい -以下のような考え方や行動は、あなたにどの程度あてはまりますか。それぞれひとつずつお答えください。			
		1157	100.00%
1	あてはまる	244	21.09%
2	まああてはまる	485	41.92%
3	どちらともいえない	307	26.53%
4	あまりあてはまらない	91	7.87%
5	あてはまらない	30	2.59%
(SA)問8 ファーストフードは、身体に悪いので食べない -以下のような考え方や行動は、あなたにどの程度あてはまりますか。それぞれひとつずつお答えください。			
		1157	100.00%
1	あてはまる	74	6.40%
2	まああてはまる	251	21.69%
3	どちらともいえない	433	37.42%
4	あまりあてはまらない	302	26.10%
5	あてはまらない	97	8.38%

(SA)問8 残留農薬や食品添加物について日頃から勉強している－以下のような考え方や行動は、あなたにどの程度あてはまりますか。それぞれひとつずつお答えください。			
		1157	100.00%
1 あてはまる		44	3.80%
2 まああてはまる		198	17.11%
3 どちらともいえない		357	30.86%
4 あまりあてはまらない		341	29.47%
5 あてはまらない		217	18.76%
(SA)問8 食品についている表示や賞味期限などはそのまま信じてはいけない－以下のような考え方や行動は、あなたにどの程度あてはまりますか。それぞれひとつずつお答えください。			
		1157	100.00%
1 あてはまる		81	7.00%
2 まああてはまる		374	32.32%
3 どちらともいえない		493	42.61%
4 あまりあてはまらない		171	14.78%
5 あてはまらない		38	3.28%
(SA)問9 普段、新聞の朝刊(全国紙、地方紙などの一般紙)は読んでいますか。			
		1157	100.00%
1 毎日読んでいる		637	55.06%
2 ほぼ毎日読んでいる		198	17.11%
3 週に数回は読んでいる		81	7.00%
4 たまに読む		123	10.63%
5 まったく読まない		118	10.20%
(SA)問10 一面－朝刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。			
		1039	100.00%
1 毎回必ず読む		567	54.57%
2 可能な限り読むように心がけている		352	33.88%
3 たまに読むことがある		110	10.59%
4 ほとんど読まない		10	0.96%
(SA)問10 総合面(社説を含む2－3ページ目)－朝刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。			
		1039	100.00%
1 毎回必ず読む		353	33.97%
2 可能な限り読むように心がけている		415	39.94%
3 たまに読むことがある		221	21.27%
4 ほとんど読まない		50	4.81%
(SA)問10 経済面－朝刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。			
		1039	100.00%
1 毎回必ず読む		310	29.84%
2 可能な限り読むように心がけている		351	33.78%
3 たまに読むことがある		279	26.85%
4 ほとんど読まない		99	9.53%

(SA)問10 生活面(医療・健康)－朝刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。			
		1039	100.00%
1 毎回必ず読む		344	33.11%
2 可能な限り読むように心がけている		416	40.04%
3 たまに読むことがある		239	23.00%
4 ほとんど読まない		40	3.85%
(SA)問10 社会面(通常テレビ欄の裏面とその隣の見開き2ページ)－朝刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。			
		1039	100.00%
1 毎回必ず読む		527	50.72%
2 可能な限り読むように心がけている		348	33.49%
3 たまに読むことがある		144	13.86%
4 ほとんど読まない		20	1.92%
(SA)問11 普段、新聞の夕刊(全国紙、地方紙などの一般紙)は読んでいますか。			
		1157	100.00%
1 毎日読んでいる		292	25.24%
2 ほぼ毎日読んでいる		110	9.51%
3 週に数回は読んでいる		56	4.84%
4 たまに読む		117	10.11%
5 まったく読まない		582	50.30%
(SA)問12 一面－夕刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。			
		575	100.00%
1 毎回必ず読む		317	55.13%
2 可能な限り読むように心がけている		189	32.87%
3 たまに読むことがある		56	9.74%
4 ほとんど読まない		13	2.26%
(SA)問12 総合面(社説を含む2－3ページ目)－夕刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。			
		575	100.00%
1 毎回必ず読む		171	29.74%
2 可能な限り読むように心がけている		257	44.70%
3 たまに読むことがある		114	19.83%
4 ほとんど読まない		33	5.74%
(SA)問12 経済面－夕刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。			
		575	100.00%
1 毎回必ず読む		140	24.35%
2 可能な限り読むように心がけている		231	40.17%
3 たまに読むことがある		151	26.26%
4 ほとんど読まない		53	9.22%

(SA)問12 生活面(医療・健康) -タ刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。			
		575	100.00%
1	毎回必ず読む	166	28.87%
2	可能な限り読むように心がけている	257	44.70%
3	たまに読むことがある	122	21.22%
4	ほとんど読まない	30	5.22%
(SA)問12 社会面(通常テレビ欄の裏面とその隣の見開き2ページ) -タ刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。			
		575	100.00%
1	毎回必ず読む	255	44.35%
2	可能な限り読むように心がけている	215	37.39%
3	たまに読むことがある	88	15.30%
4	ほとんど読まない	17	2.96%
(MA)問13 1位 -赤枠で囲まれた次の5つの新聞記事を見比べて、最も読みたいと思われるものを1位として、読みたい順に順位を付けてください。読みたさが同じくらいであれば同じ順位としてかまいませんが、図ひとつにつき選択できる順位は1つのみです。			
		1157	↓ MAX100.0%
1	図1	53	4.58%
2	図2	21	1.82%
3	図3	56	4.84%
4	図4	182	15.73%
5	図5	880	76.06%
(MA)問13 2位 -赤枠で囲まれた次の5つの新聞記事を見比べて、最も読みたいと思われるものを1位として、読みたい順に順位を付けてください。読みたさが同じくらいであれば同じ順位としてかまいませんが、図ひとつにつき選択できる順位は1つのみです。			
		1117	↓ MAX100.0%
1	図1	14	1.25%
2	図2	62	5.55%
3	図3	91	8.15%
4	図4	850	76.10%
5	図5	112	10.03%
(MA)問13 3位 -赤枠で囲まれた次の5つの新聞記事を見比べて、最も読みたいと思われるものを1位として、読みたい順に順位を付けてください。読みたさが同じくらいであれば同じ順位としてかまいませんが、図ひとつにつき選択できる順位は1つのみです。			
		1103	↓ MAX100.0%
1	図1	19	1.72%
2	図2	47	4.26%
3	図3	947	85.86%
4	図4	37	3.35%
5	図5	63	5.71%

(MA)問13 4位 -赤枠で囲まれた次の5つの新聞記事を見比べて、最も読みたいと思われるものを1位として、読みたい順に順位を付けてください。読みたさが同じくらいであれば同じ順位としてかまいませんが、図ひとつにつき選択できる順位は1つのみです。			
		1073	↓ MAX100.0%
1	図1	42	3.91%
2	図2	953	88.82%
3	図3	16	1.49%
4	図4	47	4.38%
5	図5	24	2.24%
(MA)問13 5位 -赤枠で囲まれた次の5つの新聞記事を見比べて、最も読みたいと思われるものを1位として、読みたい順に順位を付けてください。読みたさが同じくらいであれば同じ順位としてかまいませんが、図ひとつにつき選択できる順位は1つのみです。			
		1048	↓ MAX100.0%
1	図1	961	91.70%
2	図2	10	0.95%
3	図3	8	0.76%
4	図4	11	1.05%
5	図5	63	6.01%
(SA)問14この記事を必ず読まなくてはならないとして、(A)図なし、(B)図あり、のどちらを読みたいと思われますか。			
		1157	100.00%
1	図Aだけを読みたい	51	4.41%
2	やや図Aの方が読みたい	117	10.11%
3	図Aも図Bも読みたい	179	15.47%
4	やや図Bの方が読みたい	657	56.78%
5	図Bだけを読みたい	153	13.22%

(SA)問1食材は自分で買われることが多いですか？			
		1078	100.00%
1	はい	765	70.96%
2	いいえ	313	29.04%
(MA)問2食材を購入される際に気をつけていることは何ですか？当てはまるものすべてお選びください。			
		1078	↓ MAX100.0%
1	価格	961	89.15%
2	見栄え	163	15.12%
3	季節もの	532	49.35%
4	産地(国産、海外産等)	682	63.27%
5	安全性	634	58.81%
6	鮮度	903	83.77%
7	生産者、流通業者	148	13.73%
8	食べるために掛ける手間	218	20.22%
9	その他	10	0.93%
(FA)問2FAその他の方は具体的に			
		10	100.00%
	(自由記述)		
(SA)問3あなたは、今の自分の食生活にどの程度満足していますか？			
		1078	100.00%
1	とても満足している	67	6.22%
2	まあ満足している	811	75.23%
3	あまり満足していない	182	16.88%
4	まったく満足していない	18	1.67%
(MA)問4次の中で、あなたが食事についてふだん気をつけていることがありますか？当てはまるものすべてお選びください。			
		1078	↓ MAX100.0%
1	1日3食をきちんと取る	718	66.60%
2	夜遅い時間に食事をしない	450	41.74%
3	家族といっしょに食事を取る	381	35.34%
4	栄養のバランスが、かたよらないようにする	698	64.75%
5	カロリーをとりすぎない	556	51.58%
6	間食をしない	280	25.97%
7	その他	27	2.50%
8	特に無い	63	5.84%
(FA)問4FAその他の方は具体的に			
		27	100.00%
	(自由記述)		
(SA)問5 原産地 -食品を購入される際に参考にする表示の内容についてお聞かせください。			
		1078	100.00%
1	参考にする	561	52.04%
2	たまに参考にする	362	33.58%
3	どちらともいえない	71	6.59%
4	あまり参考にしない	62	5.75%
5	参考にしない	22	2.04%

(SA)問5 原材料名 -食品を購入される際に参考にする表示の内容についてお聞かせください。			
		1078	100.00%
1	参考にする	454	42.12%
2	たまに参考にする	415	38.50%
3	どちらともいえない	124	11.50%
4	あまり参考にしない	65	6.03%
5	参考にしない	20	1.86%
(SA)問5 内容量 -食品を購入される際に参考にする表示の内容についてお聞かせください。			
		1078	100.00%
1	参考にする	470	43.60%
2	たまに参考にする	363	33.67%
3	どちらともいえない	164	15.21%
4	あまり参考にしない	74	6.86%
5	参考にしない	7	0.65%
(SA)問5 賞味期限 -食品を購入される際に参考にする表示の内容についてお聞かせください。			
		1078	100.00%
1	参考にする	835	77.46%
2	たまに参考にする	175	16.23%
3	どちらともいえない	45	4.17%
4	あまり参考にしない	20	1.86%
5	参考にしない	3	0.28%
(SA)問5 保存方法 -食品を購入される際に参考にする表示の内容についてお聞かせください。			
		1078	100.00%
1	参考にする	405	37.57%
2	たまに参考にする	423	39.24%
3	どちらともいえない	168	15.58%
4	あまり参考にしない	65	6.03%
5	参考にしない	17	1.58%
(SA)問5 製造業者等の氏名又は名称及び住所 -食品を購入される際に参考にする表示の内容についてお聞かせください。			
		1078	100.00%
1	参考にする	147	13.64%
2	たまに参考にする	356	33.02%
3	どちらともいえない	314	29.13%
4	あまり参考にしない	208	19.29%
5	参考にしない	53	4.92%
(SA)問5 値段 -食品を購入される際に参考にする表示の内容についてお聞かせください。			
		1078	100.00%
1	参考にする	854	79.22%
2	たまに参考にする	164	15.21%
3	どちらともいえない	44	4.08%
4	あまり参考にしない	10	0.93%
5	参考にしない	6	0.56%

(SA)問6 食品添加物使用の有無 -食品を購入される際に以下の表示について参考にしますか？			
	1078	100.00%	
1 参考にする	410	38.03%	
2 たまに参考にする	384	35.62%	
3 どちらともいえない	148	13.73%	
4 あまり参考にしない	97	9.00%	
5 参考にしない	39	3.62%	
(SA)問6 農薬使用の有無 -食品を購入される際に以下の表示について参考にしますか？			
	1078	100.00%	
1 参考にする	335	31.08%	
2 たまに参考にする	401	37.20%	
3 どちらともいえない	201	18.65%	
4 あまり参考にしない	101	9.37%	
5 参考にしない	40	3.71%	
(SA)問6 アレルギー物質利用の有無 -食品を購入される際に以下の表示について参考にしますか？			
	1078	100.00%	
1 参考にする	176	16.33%	
2 たまに参考にする	251	23.28%	
3 どちらともいえない	279	25.88%	
4 あまり参考にしない	267	24.77%	
5 参考にしない	105	9.74%	
(SA)問6 遺伝子組み換え作物使用の有無 -食品を購入される際に以下の表示について参考にしますか？			
	1078	100.00%	
1 参考にする	338	31.35%	
2 たまに参考にする	344	31.91%	
3 どちらともいえない	210	19.48%	
4 あまり参考にしない	132	12.24%	
5 参考にしない	54	5.01%	
(SA)問6 栄養機能食品や特定保健用食品の表示 -食品を購入される際に以下の表示について参考にしますか？			
	1078	100.00%	
1 参考にする	177	16.42%	
2 たまに参考にする	438	40.63%	
3 どちらともいえない	243	22.54%	
4 あまり参考にしない	166	15.40%	
5 参考にしない	54	5.01%	
(SA)問6 その他 -食品を購入される際に以下の表示について参考にしますか？			
	1078	100.00%	
1 参考にする	16	1.48%	
2 たまに参考にする	10	0.93%	
3 どちらともいえない	5	0.46%	
4 あまり参考にしない	1	0.09%	
5 参考にしない	1046	97.03%	

(FA)問6FAその他の方は具体的に			
	33	100.00%	
(自由記述)			
(SA)問7 製造・販売元が商品パッケージ等に記載する商品の紹介 -食品を購入される際に参考にする表示の種類についてお聞かせください。			
	1078	100.00%	
1 参考にする	382	35.44%	
2 たまに参考にする	489	45.36%	
3 どちらともいえない	136	12.62%	
4 あまり参考にしない	53	4.92%	
5 参考にしない	18	1.67%	
(SA)問7 販売店による独自の紹介(POP表示など) -食品を購入される際に参考にする表示の種類についてお聞かせください。			
	1078	100.00%	
1 参考にする	236	21.89%	
2 たまに参考にする	515	47.77%	
3 どちらともいえない	214	19.85%	
4 あまり参考にしない	89	8.26%	
5 参考にしない	24	2.23%	
(SA)問8現在、日本で流通販売されている食品の安全性についてのあなたのお考えをお選びください。			
	1078	100.00%	
1 安全性は確保されている	256	23.75%	
2 安全性は確保されていない	415	38.50%	
3 分からない	407	37.76%	
(SA)問9生産、輸入から加工、流通、販売までの全ての過程で、国等が定める規制や基準が実際に守られているかどうかについて、あなたのお考えをお選びください。			
	1078	100.00%	
1 守られている	163	15.12%	
2 守られていない	507	47.03%	
3 分からない	408	37.85%	
(MA)問10食品の安全性を確保するためには、食品の生産から消費までのうち、どの段階において、改善していくことが重要と考えますか？ 当てはまるものを最大2つまでお選びください。			
	1078	↓ MAX100.0%	
1 生産段階(肥培管理、農薬散布、収穫時の管理など)	755	70.04%	
2 製造・加工段階	625	57.98%	
3 自然環境(水、土壌、大気など)	261	24.21%	
4 販売段階	98	9.09%	
5 流通段階	228	21.15%	
6 家庭での段階(保存・調理方法など)	36	3.34%	
7 外食での段階(保存・調理方法など)	27	2.50%	
8 その他	5	0.46%	
(FA)問10FAその他の方は具体的に			
	5	100.00%	
(自由記述)			

(SA)問11 国産牛と比較した場合 -あなた自身が購入するかどうかは別にして、日本国内に輸入されている米国産牛肉の安全性についてあなたのお考えをお選びください。			
		1078	100.00%
1 同じくらい安全である	83		7.70%
2 あまり安全ではない	420		38.96%
3 かなり安全ではない	438		40.63%
4 分からない	129		11.97%
5 その他	8		0.74%
(SA)問11 BSEが発生していない国からの輸入牛肉と比較した場合 -あなた自身が購入するかどうかは別にして、日本国内に輸入されている米国産牛肉の安全性についてあなたのお考えをお選びください。			
		1078	100.00%
1 同じくらい安全である	155		14.38%
2 あまり安全ではない	436		40.45%
3 かなり安全ではない	305		28.29%
4 分からない	175		16.23%
5 その他	7		0.65%
(FA)問11FAその他の方は具体的に			
		9	100.00%
(自由記述)			
(MA)問12中学校または高校の授業で、食品の安全について習った覚えがありますか？当てはまるものすべてをお選びください。			
		1078	↓ MAX100.0%
1 中学校で習った覚えがある	239		22.17%
2 高校で習った覚えがある	161		14.94%
3 その他	42		3.90%
4 習った覚えは無い	721		66.88%
(FA)問12FAその他の方は具体的に			
		42	100.00%
(自由記述)			
(MA)問13具体的には中学校のどの科目の授業で習いましたか？当てはまるものすべてをお選びください。			
		239	↓ MAX100.0%
1 家庭科(技術・家庭を含む)	213		89.12%
2 保健体育	17		7.11%
3 理科	17		7.11%
4 社会	33		13.81%
5 その他	0		0.00%
6 科目までは覚えていない	14		5.86%
(FA)問13FAその他の方は具体的に			
		0	100.00%
(自由記述)			

(MA)問14具体的には高校のどの科目の授業で習いましたか？当てはまるものすべてをお選びください。			
		161	↓ MAX100.0%
1 家庭科	133		82.61%
2 保健体育	11		6.83%
3 理科	15		9.32%
4 社会	16		9.94%
5 その他	3		1.86%
6 科目までは覚えていない	13		8.07%
(FA)問14FAその他の方は具体的に			
		3	100.00%
(自由記述)			
(FA)問15授業で取り上げられた内容で、今でもあなたの食生活の参考になっていることは何ですか？			
		311	100.00%
(自由記述)			
(MA)問16消費者の立場として、農薬が利用されることに何らかのメリットをお感じになりますか？当てはまるものすべてをお選びください。			
		1078	↓ MAX100.0%
1 農薬を使用しなければほとんど収穫できない農作物がある(りんご、ももなど)	497		46.10%
2 農薬は病気や害虫、雑草の害を食い止め、品質の良い農作物を安定的に供給することに役立っている	548		50.83%
3 真夏の草取りなど、農作物の生産者の過重な労働の軽減に役立っている	447		41.47%
4 価格の高騰を押さえている	383		35.53%
5 その他	13		1.21%
6 メリットは無い	142		13.17%
(FA)問16FAその他の方は具体的に			
		13	100.00%
(自由記述)			
(MA)問17消費者の立場として、食品添加物が利用されることに何らかのメリットをお感じになりますか？当てはまるものすべてをお選びください。			
		1078	↓ MAX100.0%
1 食品の微生物の増殖や酸化を抑えることにより、保存性を高める	550		51.02%
2 食品の微生物の増殖や酸化を抑えることにより、食中毒の発生を予防する	412		38.22%
3 食品の保存性を高めることで、資源の無駄を省くことができる	223		20.69%
4 栄養素の強化ができる	81		7.51%
5 食品の色などの嗜好性が高められる	96		8.91%
6 食品の香りなどの嗜好性が高められる	82		7.61%
7 食品の味などの嗜好性が高められる	71		6.59%
8 食品の製造過程で使用することで、工程の短縮や大量生産が可能になる	175		16.23%
9 その他	5		0.46%
10 メリットは無い	275		25.51%

(FA)問17FAその他の方は具体的に			
		5	100.00%
	(自由記述)		
(SA)問18あなたは食品の安全に関するWebアンケートに、ここ一年で何回くらい参加したことがありますか？国や自治体、マスメディアなど調査主体は問いません。			
		1078	100.00%
1	今回が初めて	873	80.98%
2	1－2回程度	144	13.36%
3	3－4回程度	24	2.23%
4	5回程度以上	37	3.43%

(SA)問1食材は自分で買われることが多いですか？			
		1269	100.00%
1	はい	906	71.39%
2	いいえ	363	28.61%
(MA)問2食材を購入される際に気をつけていることは何ですか？当てはまるものすべてお選びください。			
		1269	↓ MAX100.0%
1	価格	1111	87.55%
2	見栄え	211	16.63%
3	季節もの	578	45.55%
4	産地(国産、海外産等)	791	62.33%
5	安全性	732	57.68%
6	鮮度	1085	85.50%
7	生産者、流通業者	171	13.48%
8	食べるために掛ける手間	225	17.73%
9	その他	13	1.02%
(FA)問2FAその他の方は具体的に			
		13	100.00%
	(自由記述)		
(SA)問3あなたは健康に悪影響を与えないようにするために、どのような食品を選ぶと良いか、どのような調理法が必要かについての知識があると思いますか？			
		1269	100.00%
1	十分にあると思う	93	7.33%
2	ある程度あると思う	721	56.82%
3	あまりないと思う	408	32.15%
4	全くないと思う	47	3.70%
(SA)問4あなたは食品の安全に関するWebアンケートに、ここ一年で何回くらい参加したことがありますか？			
		1269	100.00%
1	今回が初めて	936	73.76%
2	1－2回程度	275	21.67%
3	3－4回程度	33	2.60%
4	5回程度以上	25	1.97%
(SA)問5フライドポテトやポテトチップスなどジャガイモを素揚げ調理したものは好きですか？			
		1269	100.00%
1	最も好きな部類に入る	122	9.61%
2	まあまあ好き	728	57.37%
3	どちらとも言えない	198	15.60%
4	あまり好きではない	210	16.55%
5	最も嫌いな部類に入る	11	0.87%

(SA)問6フライドポテトやポテトチップスなどジャガイモを素揚げ調理したものをどのくらいの頻度で食べますか？			
		1269	100.00%
1	毎日	1	0.08%
2	2～3日に1回	43	3.39%
3	週に1回程度	374	29.47%
4	月に1回程度	728	57.37%
5	全く食べない	123	9.69%
(SA)問7フライドポテトやポテトチップスなどジャガイモを素揚げ調理したものが健康に与える影響について関心はありますか？			
		1269	100.00%
1	関心がある	968	76.28%
2	関心が無い	301	23.72%
(SA)問8-1(1)加工食品中のアクリルアミドは遺伝毒性や発がん性が懸念される物質であり、デンプンを多く含む食材を高温で加熱した食品に生成されるということを、2002年4月にスウェーデン政府が発表した。アクリルアミドについては、極めて高用量を投与した動物実験では、その影響が確認されているが、ヒトが食品中に含まれる極めて微量のアクリルアミドを摂取した際の影響については、未だ明らかになっておらず、食品中に含まれる微量のアクリルアミドが、ヒトに対して影響を示すのかどうかについて調査研究が進められている。			
		1269	100.00%
1	知っていた	181	14.26%
2	知らなかった	1088	85.74%
(SA)問8-2(2)2004年3月に開催された第36回コーデックス委員会食品添加物汚染物質部会(CCFAC)では様々な食品中のアクリルアミド含有量が示された中で、多くの食品にアクリルアミドが確認されているが、ジャガイモをゆでたり蒸したりしても生成は確認されておらず、フライドポテトやポテトチップスなどの素揚げ調理したものに生成が見られる。			
		1269	100.00%
1	知っていた	141	11.11%
2	知らなかった	1128	88.89%
(SA)問8-3(3)アクリルアミドは高温で加熱した様々な加工食品に含有することが分かっているが、現在の食生活を直ちに直す必要はないと考えられる。大切なことは、以下の通りである。1. 十分な果実、野菜を含む様々な食品をバランスよく取り、揚げ物や脂肪が多い食品の過度な摂取を控える。2. 炭水化物の多い食品を必要以上に長時間、高温で加熱しない。3. 生のジャガイモを低温で保存するとデンプンの一部が糖へと変化するため、冷蔵庫に保存した生のジャガイモは、揚げ物などの高温加熱を避ける。			
		1269	100.00%
1	知っていた	113	8.90%
2	知らなかった	1156	91.10%
(SA)問8-4(4)アクリルアミドが高温で加熱した食品に含まれていることが判った後も、各国の公的機関で今までの食生活を変えるように指導しているところはない。			
		1269	100.00%
1	知っていた	86	6.78%
2	知らなかった	1183	93.22%

(SA)問9フライドポテトやポテトチップスなどジャガイモを素揚げ調理したものに「アクリルアミド」が含まれることを知って、今後これらを食べることに不安を感じましたか。			
		1269	100.00%
1	不安を感じる	371	29.24%
2	まあまあ不安を感じる	510	40.19%
3	どちらとも言えない	258	20.33%
4	あまり不安を感じない	113	8.90%
5	不安を感じない	17	1.34%
(SA)問10フライドポテトやポテトチップスなどジャガイモを素揚げ調理したものの安全性に対して、なぜ不安を感じているのですか？			
		881	100.00%
1	生産者、流通業者や行政機関の安全管理能力が十分でないと感じるから	151	17.14%
2	生産者、流通業者や行政機関が、消費者の安全よりコストを優先していると感じるから	215	24.40%
3	国内の生産者、流通業者や行政機関による監視が行き届かないところがあるから	105	11.92%
4	いくら体制を整えても、アクリルアミドを摂取することによる健康被害の危険はゼロにならないから	385	43.70%
5	その他	25	2.84%
(FA)問10FAその他の方は具体的に			
		25	100.00%
	(自由記述)		
(SA)問11不安が理由で、フライドポテトやポテトチップスなどジャガイモを素揚げ調理したものを食べたり、買ったりにすることを控えるようになりましたか(控えようと思いましたが)？			
		881	100.00%
1	全く食べたり、買ったりにしなくなった(今後そうなると思う)	135	15.32%
2	多少食べたり、買ったりにしなくなった(今後そうなると思う)	492	55.85%
3	健康に影響が及ぶ可能性は殆ど無いと感じるので、食べたり、買ったりにすることを控えていない(今後も控えない)	33	3.75%
4	できれば控えたいが、他の食材や食品と比べ割安であるので、食べたり、買ったりにすることを控えていない(今後も控えない)	134	15.21%
5	多少不安はあるが、ポテトチップスが好きなので、食べたり、買ったりにすることを控えていない(今後も控えない)	61	6.92%
6	その他	26	2.95%
(FA)問11FAその他の方は具体的に			
		26	100.00%
	(自由記述)		
(SA)問12フライドポテトやポテトチップスなどジャガイモを素揚げ調理したものの安全性に対して、なぜ、不安を感じないのですか？			
		130	100.00%
1	発がんのリスクは、この食品以外にも多く存在し、この食品を摂取しただけで深刻な影響が及ぶとは思わないから	96	73.85%
2	生産者、流通業者や行政機関の安全管理能力が十分であると感じるから	11	8.46%
3	その他	23	17.69%

(FA)問12FAその他の方は具体的に			
		23	100.00%
	(自由記述)		
(SA)問13牛肉は好きですか？			
		1269	100.00%
1	最も好きな部類に入る	236	18.60%
2	まあまあ好き	733	57.76%
3	どちらとも言えない	179	14.11%
4	あまり好きではない	106	8.35%
5	最も嫌いな部類に入る	15	1.18%
(SA)問14牛肉をどのくらいの頻度で食べますか？			
		1269	100.00%
1	毎日	5	0.39%
2	2～3日に1回	146	11.51%
3	週に1回程度	566	44.60%
4	月に1回程度	489	38.53%
5	全く食べない	63	4.96%
(SA)問15牛肉の安全性について関心はありますか？			
		1269	100.00%
1	関心がある	1150	90.62%
2	関心が無い	119	9.38%
(SA)問16牛肉の安全性に対して不安を感じていますか？			
		1269	100.00%
1	不安を感じる(国内産の牛肉の安全性)	45	3.55%
2	不安を感じる(海外産の牛肉の安全性)	473	37.27%
3	不安を感じる(産地にかかわらず、牛肉全般の安全性)	208	16.39%
4	まあまあ不安を感じる(国内産の牛肉の安全性)	21	1.65%
5	まあまあ不安を感じる(海外産の牛肉の安全性)	207	16.31%
6	まあまあ不安を感じる(産地にかかわらず、牛肉全般の安全性)	123	9.69%
7	どちらとも言えない	85	6.70%
8	あまり不安を感じない	92	7.25%
9	不安を感じない	15	1.18%
(SA)問17牛肉の安全性に対して、なぜ不安を感じているのですか？			
		1077	100.00%
1	生産者、流通業者や行政機関の安全管理の能力が十分でないと感じるから	437	40.58%
2	生産者、流通業者や行政機関が、消費者の安全よりコストを優先していると感じるから	300	27.86%
3	国内の生産者、流通業者や行政機関による監視が行き届かないところがあるから	166	15.41%
4	いくら体制を整えても、牛肉による健康被害の危険はゼロにならないから	160	14.86%
5	その他	14	1.30%

(FA)問17FAその他の方は具体的に			
		14	100.00%
	(自由記述)		
(SA)問18不安が理由で、米国産牛肉を食べたり、買ったりすることを控えるようになりましたか(控えようと思いましたが)？			
		1077	100.00%
1	全く食べたり、買ったりしなくなった(今後そうなると思う)	461	42.80%
2	多少食べたり、買ったりしなくなった(今後そうなると思う)	413	38.35%
3	健康に影響が及ぶ可能性は殆ど無いと感じるので、食べたり、買ったりすることを控えていない(今後も控えない)	55	5.11%
4	できれば控えたいが、他の食材や食品と比べ割安であるので、食べたり、買ったりすることを控えていない(今後も控えない)	90	8.36%
5	多少不安はあるが、米国産牛肉が好きなので、食べたり、買ったりすることを控えていない(今後も控えない)	33	3.06%
6	その他	25	2.32%
(FA)問18FAその他の方は具体的に			
		25	100.00%
	(自由記述)		
(SA)問19牛肉の安全性に対して、なぜ、不安を感じないのですか？			
		107	100.00%
1	米国産牛肉を摂取しても、安全性に問題ないと感じるから	56	52.34%
2	生産者、流通業者や行政機関の安全管理能力が十分であると 感じるから	18	16.82%
3	その他	33	30.84%
(FA)問19FAその他の方は具体的に			
		33	100.00%
	(自由記述)		
(MA)問20牛肉の安全性に関する次のキーワードをご存じですか？			
		1269	↓ MAX100.0%
1	BSE(牛海綿状脳症)	1218	95.98%
2	vCJD(変異型クロイツフェルト・ヤコブ病)	614	48.38%
3	米国産牛肉の輸入問題	968	76.28%
4	食品安全委員会による牛肉のリスク評価	311	24.51%
(SA)問21米国産牛肉について、「特定危険部位除去と20ヶ月齢以下という輸出プログラムが守られれば国産牛肉とのリスクの差は非常に小さい」という食品安全委員会の評価結果をご存じですか？			
		1269	100.00%
1	知っていた	783	61.70%
2	知らなかった	486	38.30%

(MA)問22食品の安全性についてどの情報源が信頼できますか。信頼できると思う情報源を最大3つまでお選びください。			
		1269	↓ MAX100.0%
1	新聞	772	60.84%
2	テレビ番組	615	48.46%
3	雑誌	55	4.33%
4	書籍	44	3.47%
5	インターネット	226	17.81%
6	消費者団体・生協等からの情報	375	29.55%
7	研究者(大学、研究所等)	272	21.43%
8	評論家・専門家(研究者以外)	56	4.41%
9	行政機関	114	8.98%
10	食品安全委員会	215	16.94%
11	売り場での情報	37	2.92%
12	その他	11	0.87%
13	上記いずれも該当するものはない	117	9.22%
(FA)問22FAその他の方は具体的に			
		11	100.00%
	(自由記述)		
(FA)問23-1 回答された情報源のうち、一つ目の情報源の具体例をお書きください。			
		1152	100.00%
	(自由記述)		
(FA)問23-2 回答された情報源のうち、二つ目の情報源の具体例をお書きください。			
		639	100.00%
	(自由記述)		
(FA)問23-3 回答された情報源のうち、三つ目の情報源の具体例をお書きください。			
		368	100.00%
	(自由記述)		

(SA)問1食材は自分で買われることが多いですか？			
		1100	100.00%
1	はい	735	66.82%
2	いいえ	365	33.18%
(SA)問2あなたは、今の自分の食生活にどの程度満足していますか？			
		1100	100.00%
1	とても満足している	85	7.73%
2	まあ満足している	773	70.27%
3	あまり満足していない	224	20.36%
4	まったく満足していない	18	1.64%
(SA)問3“無添加”と目に付くところに表示されている商品とそうでない商品を比べて以下のうち、一般にどのような印象を受けますか？			
		1100	100.00%
1	“無添加”とあるほうが安全	197	17.91%
2	“無添加”とあるほうが、どちらかと言うと安全	675	61.36%
3	どちらも変わらない	220	20.00%
4	“無添加”とあるほうが、どちらかと言うと安全ではない	8	0.73%
5	“無添加”とあるほうが、安全ではない	0	0.00%
(MA)問4その理由をお答えください。			
		1100	↓ MAX100.0%
1	少しでも添加物が入っていれば、健康に悪影響がある	245	22.27%
2	添加物の使用が国の基準内であっても、国の基準は甘いので健康には悪影響がある	323	29.36%
3	“無添加”と表記されていても、実際に無添加かどうか信用できない	427	38.82%
4	たとえ“無添加”とあっても、全く添加物を使用していないわけではない	402	36.55%
5	たとえ“無添加”とあっても、添加物に代わる化学物質が用いられている	194	17.64%
6	(保存料などが使われていないと)早くいたんだり、腐りやすいこともある	159	14.45%
7	その他	18	1.64%
(FA)問4FAその他の方は具体的に			
		18	100.00%
	(自由記述)		
(SA)問5このメッセージはわかりやすいですか？			
		1100	100.00%
1	わかりやすい	89	8.09%
2	どちらかというわかりやすい	441	40.09%
3	どちらでもない	261	23.73%
4	どちらかというわかりにくい	251	22.82%
5	わかりにくい	58	5.27%

(MA)問6その理由をお答えください。			
		530	↓ MAX100.0%
1	専門用語を使っている	23	4.34%
2	日常的に話される言葉を使っている	151	28.49%
3	正確で厳密な説明をしている	87	16.42%
4	ポイントを絞って説明している	322	60.75%
5	安全か危険かを断定している	161	30.38%
6	長い文章で詳細な説明をしている	15	2.83%
7	短い文章で簡潔な説明をしている	139	26.23%
8	箇条書きになっている	90	16.98%
9	図やイラストが多い	118	22.26%
10	図やイラストが少ない	6	1.13%
(MA)問7その理由をお答えください。			
		309	↓ MAX100.0%
1	専門用語を使っている	141	45.63%
2	日常的に話される言葉を使っている	4	1.29%
3	正確で厳密な説明をしている	12	3.88%
4	ポイントを絞って説明している	4	1.29%
5	安全か危険かを断定している	40	12.94%
6	長い文章で詳細な説明をしている	138	44.66%
7	短い文章で簡潔な説明をしている	13	4.21%
8	箇条書きになっている	15	4.85%
9	図やイラストが多い	30	9.71%
10	図やイラストが少ない	101	32.69%
(SA)問8このメッセージには、あなたが知りたい情報が含まれていましたか？			
		1100	100.00%
1	はい	810	73.64%
2	いいえ	290	26.36%
(SA)問9農薬、食品添加物、遺伝子組み換え食品など、食品の安全に関して、あなたはリスク評価の専門家から直接話を聞いたり質問したりしたいと思いますか？数人で集まって、集中的にある課題について討論する場に参加することを想定してご回答ください。			
		1100	100.00%
1	思う	490	44.55%
2	思わない	610	55.45%
(MA)問10参加可能な開催場所をお選びください。旅費や宿泊費は主催者が支払うとお考えください。			
		490	↓ MAX100.0%
1	半日程度で参加できる場所	314	64.08%
2	日帰りで参加できる場所	200	40.82%
3	1泊2日で参加できる場所	85	17.35%
4	2泊3日で参加できる場所	26	5.31%

(MA)問11参加可能な開催日をお選びください。前後の移動に関しては、問10でお答えいただいた条件を満たしているとお考えください。		
	490	↓ MAX100.0%
1 平日の昼間	243	49.59%
2 平日の夜	85	17.35%
3 土曜の昼間	171	34.90%
4 土曜の午後	162	33.06%
5 日曜、祝日の昼間	174	35.51%
6 日曜、祝日の午後	105	21.43%
(SA)問12参加可能な最も多い回数をお選びください。問10、11でお答えいただいた条件を満たしているとお考えください。		
	490	100.00%
1 半年で1回程度	223	45.51%
2 半年で2回程度	151	30.82%
3 半年で3回程度	43	8.78%
4 半年で4回以上	73	14.90%
(SA)問13専門家から直接話を聞くことに加えて、参加者同士で議論することに興味がありますか？		
	490	100.00%
1 興味がある	384	78.37%
2 興味がない	106	21.63%
(SA)問14普段、新聞の朝刊(全国紙、地方紙などの一般紙)は読んでいますか。		
	1100	100.00%
1 毎日読んでいる	561	51.00%
2 ほぼ毎日読んでいる	242	22.00%
3 週に数回は読んでいる	83	7.55%
4 たまに読む	94	8.55%
5 まったく読まない	120	10.91%
(SA)問15 一面：新聞の1ページ目、その新聞の顔となるページ－朝刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。		
	980	100.00%
1 毎回必ず読む	564	57.55%
2 可能な限り読むように心がけている	310	31.63%
3 たまに読むことがある	101	10.31%
4 ほとんど読まない	5	0.51%
(SA)問15 総合面：社説を含む2－3ページ目、一面に入りきらなかった政治、経済、国際関係の重要記事や関連記事を扱うページ－朝刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。		
	980	100.00%
1 毎回必ず読む	260	26.53%
2 可能な限り読むように心がけている	442	45.10%
3 たまに読むことがある	217	22.14%
4 ほとんど読まない	61	6.22%

(SA)問15 経済面：経済情報を扱うページ、企業情報等も提供する－朝刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。		
	980	100.00%
1 毎回必ず読む	263	26.84%
2 可能な限り読むように心がけている	369	37.65%
3 たまに読むことがある	259	26.43%
4 ほとんど読まない	89	9.08%
(SA)問15 生活面：生活に密着した情報(医療・健康情報、料理・グルメ情報、ファッション情報等を含む)を扱うページ－朝刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。		
	980	100.00%
1 毎回必ず読む	289	29.49%
2 可能な限り読むように心がけている	401	40.92%
3 たまに読むことがある	254	25.92%
4 ほとんど読まない	36	3.67%
(SA)問15 社会面：通常テレビ欄の裏面とその隣の見開き2ページで構成される、ニュース性の高い幅広い分野の記事を扱うページ－朝刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。		
	980	100.00%
1 毎回必ず読む	455	46.43%
2 可能な限り読むように心がけている	363	37.04%
3 たまに読むことがある	146	14.90%
4 ほとんど読まない	16	1.63%
(SA)問16普段、新聞の夕刊(全国紙、地方紙などの一般紙)は読んでいますか。		
	1100	100.00%
1 毎日読んでいる	249	22.64%
2 ほぼ毎日読んでいる	126	11.45%
3 週に数回は読んでいる	61	5.55%
4 たまに読む	125	11.36%
5 まったく読まない	539	49.00%
(SA)問17 一面：新聞の1ページ目、その新聞の顔となるページ－夕刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。		
	561	100.00%
1 毎回必ず読む	299	53.30%
2 可能な限り読むように心がけている	185	32.98%
3 たまに読むことがある	74	13.19%
4 ほとんど読まない	3	0.53%
(SA)問17 総合面：社説を含む2－3ページ目、一面に入りきらなかった政治、経済、国際関係の重要記事や関連記事を扱うページ－夕刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。		
	561	100.00%
1 毎回必ず読む	136	24.24%
2 可能な限り読むように心がけている	261	46.52%
3 たまに読むことがある	129	22.99%
4 ほとんど読まない	35	6.24%

(SA)問17 経済面:経済情報を扱うページ、企業情報等も提供する-タ刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。		
	561	100.00%
1 毎回必ず読む	119	21.21%
2 可能な限り読むように心がけている	235	41.89%
3 たまに読むことがある	154	27.45%
4 ほとんど読まない	53	9.45%
(SA)問17 生活面:生活に密着した情報(医療・健康情報、料理・グルメ情報、ファッション情報等を含む)を扱うページ-タ刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。		
	561	100.00%
1 毎回必ず読む	143	25.49%
2 可能な限り読むように心がけている	244	43.49%
3 たまに読むことがある	145	25.85%
4 ほとんど読まない	29	5.17%
(SA)問17 社会面:通常テレビ欄の裏面とその隣の見開き2ページで構成される、ニュース性の高い幅広い分野の記事を扱うページ-タ刊を読む際に通常、次の面をどの程度の頻度で読みますか。		
	561	100.00%
1 毎回必ず読む	218	38.86%
2 可能な限り読むように心がけている	224	39.93%
3 たまに読むことがある	104	18.54%
4 ほとんど読まない	15	2.67%
(MA)問18 1位-赤枠で囲まれた次の5つの新聞記事を見比べて、最も読みたいと思われるものを1位として、読みたい順に順位を付けてください。なお、1位は必ずお選びください。		
	1100	↓ MAX100.0%
1 図1	48	4.36%
2 図2	15	1.36%
3 図3	266	24.18%
4 図4	699	63.55%
5 図5	122	11.09%
(MA)問18 2位-赤枠で囲まれた次の5つの新聞記事を見比べて、最も読みたいと思われるものを1位として、読みたい順に順位を付けてください。なお、1位は必ずお選びください。		
	1080	↓ MAX100.0%
1 図1	7	0.65%
2 図2	70	6.48%
3 図3	485	44.91%
4 図4	255	23.61%
5 図5	281	26.02%
(MA)問18 3位-赤枠で囲まれた次の5つの新聞記事を見比べて、最も読みたいと思われるものを1位として、読みたい順に順位を付けてください。なお、1位は必ずお選びください。		
	1062	↓ MAX100.0%
1 図1	34	3.20%
2 図2	71	6.69%
3 図3	306	28.81%
4 図4	79	7.44%
5 図5	580	54.61%

(MA)問18 4位-赤枠で囲まれた次の5つの新聞記事を見比べて、最も読みたいと思われるものを1位として、読みたい順に順位を付けてください。なお、1位は必ずお選びください。		
	1039	↓ MAX100.0%
1 図1	75	7.22%
2 図2	876	84.31%
3 図3	15	1.44%
4 図4	45	4.33%
5 図5	36	3.46%
(MA)問18 5位-赤枠で囲まれた次の5つの新聞記事を見比べて、最も読みたいと思われるものを1位として、読みたい順に順位を付けてください。なお、1位は必ずお選びください。		
	1009	↓ MAX100.0%
1 図1	891	88.31%
2 図2	32	3.17%
3 図3	19	1.88%
4 図4	15	1.49%
5 図5	61	6.05%
(SA)問19この記事を必ず読まなくてはならないとして、(A)図なし、(B)図あり、のどちらを読みたいと思われるか。		
	1100	100.00%
1 記事Aだけを読みたい	40	3.64%
2 やや記事Aの方が読みたい	118	10.73%
3 記事Aも記事Bも読みたい	152	13.82%
4 やや記事Bの方が読みたい	644	58.55%
5 記事Bだけを読みたい	146	13.27%
(SA)問20あなたは食品の安全に関するWebアンケートに、ここ一年で何回くらい参加したことがありますか? 国や自治体、マスメディアなど調査主体は問いません。		
	1100	100.00%
1 今回が初めて	753	68.45%
2 1-2回程度	243	22.09%
3 3-4回程度	69	6.27%
4 5回程度以上	35	3.18%

(SA)問1食材は自分で買われることが多いですか？			
		1106	100.00%
1	はい	773	69.89%
2	いいえ	333	30.11%
(MA)問2食材を購入される際に気をつけることは何ですか？			
		1106	↓ MAX100.0%
1	価格	960	86.80%
2	味	618	55.88%
3	品質	850	76.85%
4	趣味	100	9.04%
5	家族の好み	465	42.04%
6	自分と家族の健康	495	44.76%
7	生産方法(有機栽培, 環境にやさしい, など)	301	27.22%
8	見栄え／鮮度	405	36.62%
9	ブランド	93	8.41%
10	安全性	601	54.34%
11	手軽さ／入手しやすさ	237	21.43%
12	原産国	468	42.31%
13	アレルギー物質でないこと	87	7.87%
14	特に無い	13	1.18%
15	その他	12	1.08%
(SA)問3あなたは、今の自分の食生活にどの程度満足していますか？			
		1106	100.00%
1	とても満足している	70	6.33%
2	まあ満足している	851	76.94%
3	あまり満足していない	172	15.55%
4	まったく満足していない	13	1.18%
(MA)問4次の中で、あなたが食事についてふだん気をつけていることがありますか？当てはまるものすべてをお選びください。			
		1106	↓ MAX100.0%
1	1日3食をきちんと取る	765	69.17%
2	夜遅い時間に食事をしない	458	41.41%
3	家族といっしょに食事を取る	386	34.90%
4	栄養のバランスが、かたよらないようにする	700	63.29%
5	カロリーをとりすぎない	559	50.54%
6	間食をしない	241	21.79%
7	その他	19	1.72%
8	特に無い	69	6.24%
(FA)問4FAその他の方は具体的に			
	(自由記述)	19	100.00%

(SA)問5あなたは、健康に悪影響を与えないようにするために、どのような食品を選んだ方がよいかや、どのような調理が必要かについての知識があると思いますか。			
		1106	100.00%
1	十分にあると思う	76	6.87%
2	ある程度あると思う	658	59.49%
3	あまりないと思う	345	31.19%
4	まったくないと思う	27	2.44%
(SA)問6国が定める食品添加物や農薬の使用基準についてどのようにお考えですか？			
		1106	100.00%
1	基準を緩めるべき	25	2.26%
2	現状維持でよい	363	32.82%
3	基準を強化すべき	700	63.29%
4	一切使用禁止とすべき	18	1.63%
(MA)問7前問の回答の理由をお聞かせください。			
		1106	↓ MAX100.0%
1	ごく僅かに摂取しても毒性があるから。	157	14.20%
2	現状の科学的な毒性評価の不確かさが大きいから。	562	50.81%
3	使用基準が守られない可能性があるから。	561	50.72%
4	その他	84	7.59%
(FA)問7FAその他の方は具体的に			
	(自由記述)	84	100.00%
(SA)問8あなたは、ご自身が日頃から食品を扱う際に、手を洗う、食品を室温に長く放置しない、きれいな調理器具を使うなどに気をつけることで、ある程度微生物による食中毒を防げるとは思いますか。			
		1106	100.00%
1	思う	1031	93.22%
2	思わない	75	6.78%
(MA)問9思わない理由をお選びください。			
		75	↓ MAX100.0%
1	僅かな量の微生物でも食中毒の原因になるから。	28	37.33%
2	自宅等で食品が適切に保存されず微生物等が増える可能性があるから。	34	45.33%
3	買ったばかりの食品でも微生物で汚染されている可能性があるから。	36	48.00%
4	その他	1	1.33%
(FA)問9FAその他の方は具体的に			
	(自由記述)	1	100.00%

(SA)問10 1位 -あなたは、食品の安全性に関する情報をどういったところから入手していますか。以下の選択肢の中から重要視するものを3つ選んで順位をつけてください。			
		1106	100.00%
1	国の機関	92	8.32%
2	地方自治体	13	1.18%
3	食品メーカー	38	3.44%
4	新聞	252	22.78%
5	雑誌	23	2.08%
6	テレビ	355	32.10%
7	ラジオ	5	0.45%
8	消費者団体	24	2.17%
9	スーパー・小売店等	19	1.72%
10	生協などの協同組合	56	5.06%
11	大学や国の研究機関・研究者	10	0.90%
12	学校・町内会	0	0.00%
13	家族・知人	19	1.72%
14	インターネット(上記のものを除く)	67	6.06%
15	食品パッケージの食品表示	80	7.23%
16	その他	7	0.63%
17	どこからも情報を得ていない	46	4.16%
(SA)問10 2位 -あなたは、食品の安全性に関する情報をどういったところから入手していますか。以下の選択肢の中から重要視するものを3つ選んで順位をつけてください。			
		1060	100.00%
1	国の機関	38	3.58%
2	地方自治体	42	3.96%
3	食品メーカー	61	5.75%
4	新聞	230	21.70%
5	雑誌	64	6.04%
6	テレビ	222	20.94%
7	ラジオ	18	1.70%
8	消費者団体	46	4.34%
9	スーパー・小売店等	62	5.85%
10	生協などの協同組合	45	4.25%
11	大学や国の研究機関・研究者	14	1.32%
12	学校・町内会	2	0.19%
13	家族・知人	39	3.68%
14	インターネット(上記のものを除く)	89	8.40%
15	食品パッケージの食品表示	85	8.02%
16	その他	3	0.28%
17	どこからも情報を得ていない	0	0.00%

(SA)問10 3位 -あなたは、食品の安全性に関する情報をどういったところから入手していますか。以下の選択肢の中から重要視するものを3つ選んで順位をつけてください。		
	1060	100.00%
1 国の機関	59	5.57%
2 地方自治体	45	4.25%
3 食品メーカー	67	6.32%
4 新聞	112	10.57%
5 雑誌	81	7.64%
6 テレビ	96	9.06%
7 ラジオ	28	2.64%
8 消費者団体	45	4.25%
9 スーパー・小売店等	87	8.21%
10 生協などの協同組合	48	4.53%
11 大学や国の研究機関・研究者	16	1.51%
12 学校・町内会	6	0.57%
13 家族・知人	87	8.21%
14 インターネット(上記のものを除く)	141	13.30%
15 食品パッケージの食品表示	134	12.64%
16 その他	8	0.75%
17 どこからも情報を得ていない	0	0.00%
(FA)問10FAその他の方は具体的に		
	18	100.00%
(自由記述)		
(SA)問11 食品安全委員会 -以下の行政機関から出されている食品の安全性に関する情報を見たり、聞いたりしたことがありますか。		
	1106	100.00%
1 よく見たり、聞いたりする	54	4.88%
2 見たり、聞いたりしたことがある	376	34.00%
3 見たり、聞いたりしたことはない	676	61.12%
(SA)問11 農林水産省 -以下の行政機関から出されている食品の安全性に関する情報を見たり、聞いたりしたことがありますか。		
	1106	100.00%
1 よく見たり、聞いたりする	115	10.40%
2 見たり、聞いたりしたことがある	493	44.58%
3 見たり、聞いたりしたことはない	498	45.03%
(SA)問11 厚生労働省 -以下の行政機関から出されている食品の安全性に関する情報を見たり、聞いたりしたことがありますか。		
	1106	100.00%
1 よく見たり、聞いたりする	116	10.49%
2 見たり、聞いたりしたことがある	460	41.59%
3 見たり、聞いたりしたことはない	530	47.92%
(SA)問11 保健所 -以下の行政機関から出されている食品の安全性に関する情報を見たり、聞いたりしたことがありますか。		
	1106	100.00%
1 よく見たり、聞いたりする	111	10.04%
2 見たり、聞いたりしたことがある	489	44.21%
3 見たり、聞いたりしたことはない	506	45.75%

(SA)問11 その他 -以下の行政機関から出されている食品の安全性に関する情報を見たり、聞いたりしたことがありますか。		
	1106	100.00%
1 よく見たり、聞いたりする	13	1.18%
2 見たり、聞いたりしたことがある	27	2.44%
3 見たり、聞いたりしたことはない	1066	96.38%
(FA)問11FAその他の方は具体的に		
	40	100.00%
(自由記述)		
(SA)問12 マスコミを通じた食品の安全に関する情報提供 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1106	100.00%
1 非常に重要である	518	46.84%
2 重要である	497	44.94%
3 あまり重要ではない	59	5.33%
4 全く重要ではない	5	0.45%
5 わからない	27	2.44%
(SA)問12 インターネットによる食品の安全に関する情報提供 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1106	100.00%
1 非常に重要である	291	26.31%
2 重要である	657	59.40%
3 あまり重要ではない	109	9.86%
4 全く重要ではない	6	0.54%
5 わからない	43	3.89%
(SA)問12 季刊誌、パンフレットによる食品の安全に関する情報提供 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1106	100.00%
1 非常に重要である	181	16.37%
2 重要である	625	56.51%
3 あまり重要ではない	213	19.26%
4 全く重要ではない	26	2.35%
5 わからない	61	5.52%
(SA)問12 消費者からの相談窓口の設置 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1106	100.00%
1 非常に重要である	308	27.85%
2 重要である	624	56.42%
3 あまり重要ではない	124	11.21%
4 全く重要ではない	6	0.54%
5 わからない	44	3.98%

(SA)問12 事業者等の監視(指導や検査)の徹底 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1106	100.00%
1 非常に重要である	572	51.72%
2 重要である	434	39.24%
3 あまり重要ではない	65	5.88%
4 全く重要ではない	6	0.54%
5 わからない	29	2.62%
(SA)問12 違反や危険に関する情報のあった場合の速やかな公表 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1106	100.00%
1 非常に重要である	724	65.46%
2 重要である	324	29.29%
3 あまり重要ではない	32	2.89%
4 全く重要ではない	4	0.36%
5 わからない	22	1.99%
(SA)問12 食に関する講習会の開催などの啓発事業の実施 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1106	100.00%
1 非常に重要である	154	13.92%
2 重要である	613	55.42%
3 あまり重要ではない	255	23.06%
4 全く重要ではない	30	2.71%
5 わからない	54	4.88%
(SA)問12 消費者、生産者、事業者、行政が集まって意見交換できる機会の提供 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1106	100.00%
1 非常に重要である	181	16.37%
2 重要である	589	53.25%
3 あまり重要ではない	247	22.33%
4 全く重要ではない	25	2.26%
5 わからない	64	5.79%
(SA)問12 学校等で子供達に食品安全に関する教育を実施 -食品の安全性を確保するために次のような行政の取組は重要と思いますか。		
	1106	100.00%
1 非常に重要である	345	31.19%
2 重要である	608	54.97%
3 あまり重要ではない	97	8.77%
4 全く重要ではない	17	1.54%
5 わからない	39	3.53%
(SA)問13 (A)について -あなたは、上記のリスク評価の結論が発表されたことをご存じでしたか。(A)～(C)それぞれについてあてはまるものを一つお選びください。		
	1106	100.00%
1 良く知っている	43	3.89%
2 ある程度知っている	318	28.75%
3 あまり知らなかった	332	30.02%
4 まったく知らなかった(このアンケートで初めて知った)	413	37.34%

(SA)問13 (B)について -あなたは、上記のリスク評価の結論が発表されたことをご存じでしたか。(A)～(C)それぞれについてあてはまるものをお選びください。			
		1106	100.00%
1	良く知っている	36	3.25%
2	ある程度知っている	271	24.50%
3	あまり知らなかった	384	34.72%
4	まったく知らなかった(このアンケートで初めて知った)	415	37.52%
(SA)問13 (C)について -あなたは、上記のリスク評価の結論が発表されたことをご存じでしたか。(A)～(C)それぞれについてあてはまるものをお選びください。			
		1106	100.00%
1	良く知っている	40	3.62%
2	ある程度知っている	317	28.66%
3	あまり知らなかった	352	31.83%
4	まったく知らなかった(このアンケートで初めて知った)	397	35.90%
(SA)問14 (A)について -この評価の内容は、理解しやすかったですか。(A)～(C)それぞれについてあてはまるものをお選びください。			
		1106	100.00%
1	十分理解できた	58	5.24%
2	ある程度理解できた	489	44.21%
3	あまり理解できなかった	465	42.04%
4	まったく理解できなかった	94	8.50%
(SA)問14 (B)について -この評価の内容は、理解しやすかったですか。(A)～(C)それぞれについてあてはまるものをお選びください。			
		1106	100.00%
1	十分理解できた	51	4.61%
2	ある程度理解できた	459	41.50%
3	あまり理解できなかった	490	44.30%
4	まったく理解できなかった	106	9.58%
(SA)問14 (C)について -この評価の内容は、理解しやすかったですか。(A)～(C)それぞれについてあてはまるものをお選びください。			
		1106	100.00%
1	十分理解できた	69	6.24%
2	ある程度理解できた	488	44.12%
3	あまり理解できなかった	452	40.87%
4	まったく理解できなかった	97	8.77%
(SA)問15平成18年5月11日、食品安全委員会は「大豆イソフラボンを含む特定保健用食品の食品健康影響評価」を決定しました。この内容について、どの程度知っていますか。次の中から最も近いものをお選びください。			
		1106	100.00%
1	良く知っている	30	2.71%
2	だいたい知っている	250	22.60%
3	決定したことは知っている	263	23.78%
4	知らなかった(このアンケートで初めて知った)	563	50.90%

(SA)問16「大豆イソフラボンを含む特定保健用食品の食品健康影響評価」の内容をどこで知りましたか。次の中から一つお選びください。			
		543	100.00%
1	国(国の機関のホームページ、電話等による問い合わせ等)	21	3.87%
2	自治体(自治体の広報誌やホームページ、保健所・消費生活センター等への電話等による問い合わせ等)	17	3.13%
3	マスコミ	451	83.06%
4	消費者団体等の民間団体	9	1.66%
5	小売店	11	2.03%
6	知人又は友人	17	3.13%
7	その他	17	3.13%
(FA)問16FAその他の方は具体的に			
	(自由記述)	17	100.00%
(SA)問17 1について -以下に掲げる評価の内容について、あなたはどの程度知っていますか。1～5の各評価内容について、選択肢の中からそれぞれ一つお選びください。			
		543	100.00%
1	よく知っている	76	14.00%
2	だいたい知っている	319	58.75%
3	知らなかった	148	27.26%
(SA)問17 2について -以下に掲げる評価の内容について、あなたはどの程度知っていますか。1～5の各評価内容について、選択肢の中からそれぞれ一つお選びください。			
		543	100.00%
1	よく知っている	81	14.92%
2	だいたい知っている	284	52.30%
3	知らなかった	178	32.78%
(SA)問17 3について -以下に掲げる評価の内容について、あなたはどの程度知っていますか。1～5の各評価内容について、選択肢の中からそれぞれ一つお選びください。			
		543	100.00%
1	よく知っている	67	12.34%
2	だいたい知っている	320	58.93%
3	知らなかった	156	28.73%
(SA)問17 4について -以下に掲げる評価の内容について、あなたはどの程度知っていますか。1～5の各評価内容について、選択肢の中からそれぞれ一つお選びください。			
		543	100.00%
1	よく知っている	55	10.13%
2	だいたい知っている	323	59.48%
3	知らなかった	165	30.39%
(SA)問17 5について -以下に掲げる評価の内容について、あなたはどの程度知っていますか。1～5の各評価内容について、選択肢の中からそれぞれ一つお選びください。			
		543	100.00%
1	よく知っている	42	7.73%
2	だいたい知っている	271	49.91%
3	知らなかった	230	42.36%

(SA)問18「大豆イソフラボンを含む特定保健用食品の食品健康影響評価」のリスク評価の内容について、知った当時どのように感じましたか。次の中から最も近いものを一つお選びください。			
		543	100.00%
1	日常の食生活から考えると自分には関係ない	193	35.54%
2	サプリメント等で大豆イソフラボンを含む食品を摂取するとき は、摂取量に注意が必要だ	246	45.30%
3	日常の食生活で大豆食品を食べることによる健康への影響が 不安だ	46	8.47%
4	よくわからない	55	10.13%
5	その他	3	0.55%
(FA)問18FAその他の方は具体的に			
		3	100.00%
	(自由記述)		
(SA)問19日常生活の中で、納豆や豆腐等の大豆食品やサプリメント等の形態の大豆イソフラボンを含む食品をどのように摂取していますか。次の中から最も近いものを一つお選びください。			
		1106	100.00%
1	日常の食生活の中で、大豆食品はあまり食べておらず、また、 サプリメント等で大豆イソフラボンを含む食品も摂取していな い。	143	12.93%
2	日常の食生活の中で、大豆食品はよく食べているが、サブリメ ント等で大豆イソフラボンを含む食品は摂取していない。	874	79.02%
3	日常の食生活の中で、大豆食品はよく食べており、また、サブリ メント等で大豆イソフラボンを含む食品も摂取している。	65	5.88%
4	日常の食生活の中で、大豆食品はあまり食べていないが、サブリ メント等で大豆イソフラボンを含む食品は摂取している。	24	2.17%
(SA)問20 納豆や豆腐等の大豆食品 -「大豆イソフラボンを含む特定保健用食品の食品健康影響評価」を知った後、以下の食品の摂取量はどのように変化しましたか。選択肢の中から一つずつお選びください。			
		543	100.00%
1	増えた	67	12.34%
2	減った	21	3.87%
3	変わらない	455	83.79%
(SA)問20 サプリメント等の形態の大豆イソフラボン -「大豆イソフラボンを含む特定保健用食品の食品健康影響評価」を知った後、以下の食品の摂取量はどのように変化しましたか。選択肢の中から一つずつお選びください。			
		543	100.00%
1	増えた	15	2.76%
2	減った	78	14.36%
3	変わらない	450	82.87%
(SA)問21 高病原性鳥インフルエンザが国内で発生しております。あなたは、鶏肉や卵を食べることを控えるようになりましたか。			
		1106	100.00%
1	インフルエンザ発生地域のものは控えるようになった。	134	12.12%
2	産地によらず控えるようになった。	93	8.41%
3	特に控えてはいない。	879	79.48%

(SA)問22 食品安全委員会は、平成19年1月30日に、鳥インフルエンザの発生に関する食品安全委員会委員長談話により、鶏肉と鶏卵の安全性についての見解を示しました。あなたは、委員長談話が発表されたことを知っていましたか。		
	1106	100.00%
1 知っていた	427	38.61%
2 知らなかった	679	61.39%
(SA)問23 日常生活をとりまく安全の分野のうち、自然災害、環境問題、犯罪、交通事故などの分野に比べて、食の安全の分野に対するあなたの不安感は相対的にどの程度の大きさですか。次の中から一つお選びください。		
	1106	100.00%
1 最も不安感が大きい	49	4.43%
2 比較的不安感が大きい	334	30.20%
3 中程度の不安感	447	40.42%
4 比較的不安感が小さい	241	21.79%
5 最も不安感が小さい	35	3.16%
(SA)問24 遺伝子組換え食品 -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「その他」に具体的な要因名を記入してください。		
	1106	100.00%
1 非常に不安である	315	28.48%
2 ある程度不安である	486	43.94%
3 あまり不安を感じない	244	22.06%
4 全く不安を感じない	29	2.62%
5 よく知らない	32	2.89%
(SA)問24 いわゆる健康食品 -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「その他」に具体的な要因名を記入してください。		
	1106	100.00%
1 非常に不安である	70	6.33%
2 ある程度不安である	461	41.68%
3 あまり不安を感じない	500	45.21%
4 全く不安を感じない	42	3.80%
5 よく知らない	33	2.98%
(SA)問24 汚染物質 -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「その他」に具体的な要因名を記入してください。		
	1106	100.00%
1 非常に不安である	742	67.09%
2 ある程度不安である	295	26.67%
3 あまり不安を感じない	46	4.16%
4 全く不安を感じない	4	0.36%
5 よく知らない	19	1.72%

(SA)問24 家畜用抗生物質 -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「その他」に具体的な要因名を記入してください。			
		1106	100.00%
1 非常に不安である	490	44.30%	
2 ある程度不安である	489	44.21%	
3 あまり不安を感じない	82	7.41%	
4 全く不安を感じない	5	0.45%	
5 よく知らない	40	3.62%	
(SA)問24 食品添加物 -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「その他」に具体的な要因名を記入してください。			
		1106	100.00%
1 非常に不安である	362	32.73%	
2 ある程度不安である	574	51.90%	
3 あまり不安を感じない	142	12.84%	
4 全く不安を感じない	13	1.18%	
5 よく知らない	15	1.36%	
(SA)問24 農薬 -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「その他」に具体的な要因名を記入してください。			
		1106	100.00%
1 非常に不安である	610	55.15%	
2 ある程度不安である	398	35.99%	
3 あまり不安を感じない	81	7.32%	
4 全く不安を感じない	5	0.45%	
5 よく知らない	12	1.08%	
(SA)問24 BSE(牛海綿状脳症) -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「その他」に具体的な要因名を記入してください。			
		1106	100.00%
1 非常に不安である	685	61.93%	
2 ある程度不安である	275	24.86%	
3 あまり不安を感じない	115	10.40%	
4 全く不安を感じない	11	0.99%	
5 よく知らない	20	1.81%	
(SA)問24 有害微生物(細菌・ウイルス) -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「その他」に具体的な要因名を記入してください。			
		1106	100.00%
1 非常に不安である	643	58.14%	
2 ある程度不安である	360	32.55%	
3 あまり不安を感じない	80	7.23%	
4 全く不安を感じない	6	0.54%	
5 よく知らない	17	1.54%	

(SA)問24 その他 -以下の八つの要因それぞれについて、食の安全性の観点からあなたが感じている不安の程度を次の中から一つずつお選びください。また、以下の八つの要因以外に不安を感じているものがあれば、併せて「その他」に具体的な要因名を記入してください。			
		808	100.00%
1 非常に不安である	26	3.22%	
2 ある程度不安である	25	3.09%	
3 あまり不安を感じない	105	13.00%	
4 全く不安を感じない	10	1.24%	
5 よく知らない	642	79.46%	
(FA)問24FAその他の方は具体的に			
		51	100.00%
(自由記述)			
(SA)問25あなたは食品の安全に関するWebアンケートに、ここ一年で何回くらい参加したことがありますか？ 国や自治体、マスメディアなど調査主体は問いません。			
		1106	100.00%
1 今回が初めて	826	74.68%	
2 1－2回程度	219	19.80%	
3 3－4回程度	40	3.62%	
4 5回程度以上	21	1.90%	