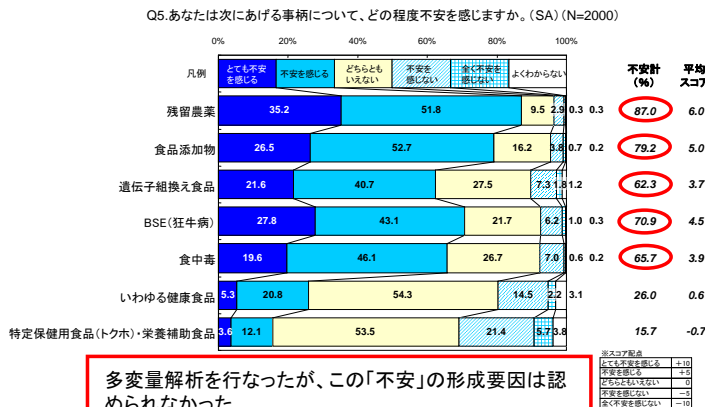


平成20年度リスク認知の形成要因等に関する調査 調査結果のまとめ

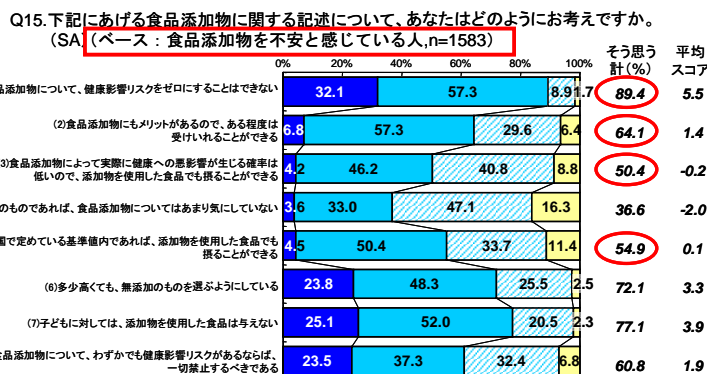
1. 食品分野ハザードに対するリスク認知・社会的受容性、及びリスク認知形成要因の特徴

- 食品分野の代表的ハザードに対しては、高い「不安」感を表明しながらも、実際の購買・摂食行動では比較的高い受容性を示す特徴がある。食生活の日常性・持続性等に起因することが示唆される。
 - 「不安」は総じて、“男性より女性”、“就業者等より専業主婦”、“未婚より既婚”、“子どもなしより子どもあり”、“理科系より文科系・その他”のほうが高い。
- 多変量解析を行なっても食品に関する「不安」の形成要因はあまり認められず、言わば“なんとなく不安”“漠然とした不安”という感覚が喚起されているものと考えられる。



【フォーカスグループインタビュー】

- 食生活は**毎日に関わる**こと。買い物などいろいろな際に不安を感じる。(20-30代子育て最中女性)
- 食べることは**毎日のこと**、三度三度、**半永久的に続くもの**。心配していながら、焦って何かしようと思っはてはない。(40-50代子育て一段落女性)



【フォーカスグループインタビュー】

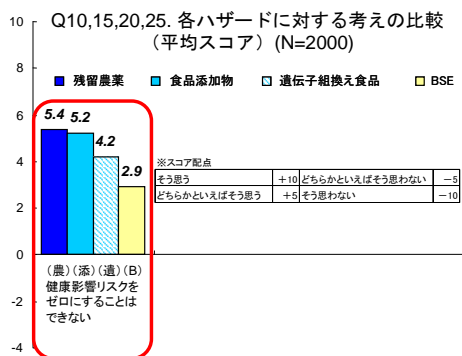
- できれば有機栽培、無農薬、低農薬の食品だけにしたいが、**経済的な問題**があるので、ある程度割り切ってしまう。特売品も買ってしまおう。**妥協し、バランスをとりながら買っている**。(20-30代子育て最中女性)
- **(無添加のほうが高かったら)たぶん買わない**。(30-40代ビジネスマン)

- 「不安」形成に大きな影響を与えているのは、マスメディア（特にニュース・報道等のテレビ番組と新聞）である。
 - ただし、「不安」形成におけるマスメディアの影響は食品分野のみの特徴ではないと思われる。
- しかし消費者はマスメディアが発信する具体的な情報内容によって判断しているというよりは、有害性等の論調や映像などによる印象付けによって「不安」が喚起されていることがうかがえる。
- 信頼できる情報源としても、定性的にはマスメディアは信頼できないという声も見られたが、定量的にはマスメディアに対する高い信頼感が示され、言わば印象付け効果によって「結果的に信じてしまう」という意識状況が推測される。

Q6,Q11,Q16,Q21.〇〇について、不安を感じるようになったきっかけは何ですか。(MA)(属性別)
(ベース:各ハザードについて不安と感じている人)

残留農薬			食品添加物			遺伝子組換え食品			BSE		
	n	%		n	%		n	%		n	%
全体	1740	100.0	全体	1583	100.0	全体	1246	100.0	全体	1417	100.0
1 事件・事故のニュース・報道を見て	1563	89.8	1 事件・事故のニュース・報道を見て	1043	65.9	1 事件・事故のニュース・報道を見て	560	44.9	1 事件・事故のニュース・報道を見て	1172	82.7
2 危険性・有害性に関する見解・論調に接して	754	43.3	2 危険性・有害性に関する見解・論調に接して	617	39.0	2 危険性・有害性に関する見解・論調に接して	436	35.0	2 テレビなどで衝撃的な映像を見て	605	42.7
3 テレビなどで衝撃的な映像を見て	625	35.9	3 危険性・有害性を示すデータを見て	449	28.4	3 なんとなく	392	31.5	3 危険性・有害性に関する見解・論調に接して	507	35.8
4 危険性・有害性を示すデータを見て	553	31.8	4 テレビなどで衝撃的な映像を見て	360	22.7	4 危険性・有害性を示すデータを見て	248	19.9	4 危険性・有害性を示すデータを見て	334	23.6
5 家族や知人などから話を聞いて	147	8.4	5 なんとなく	295	18.6	5 テレビなどで衝撃的な映像を見て	172	13.8	5 なんとなく	112	7.9
6 なんとなく	77	4.4	6 家族や知人などから話を聞いて	183	11.6	6 家族や知人などから話を聞いて	89	7.1	6 家族や知人などから話を聞いて	65	4.6
7 国や研究機関などからの勧告を見て	71	4.1	7 講習会・セミナー等に参加して	72	4.5	7 国や研究機関などからの勧告を見て	36	2.9	7 国や研究機関などからの勧告を見て	41	2.9
8 講習会・セミナー等に参加して	52	3.0	8 国や研究機関などからの勧告を見て	54	3.4	8 講習会・セミナー等に参加して	29	2.3	8 身のまわりで被害を受けた人がいる	15	1.1
9 身のまわりで被害を受けた人がいる	32	1.8	9 学校の授業を受けて	39	2.5	9 学校の授業を受けて	5	0.4	9 講習会・セミナー等に参加して	14	1.0
10 学校の授業を受けて	18	1.0	10 身のまわりで被害を受けた人がいる	38	2.4	10 自分自身が被害を受けたことがある	4	0.3	10 自分自身が被害を受けたことがある	4	0.3
11 自分自身が被害を受けたことがある	8	0.5	11 自分自身が被害を受けたことがある	21	1.3	11 身のまわりで被害を受けた人がいる	3	0.2	11 学校の授業を受けて	4	0.3
12 その他	20	1.1	12 その他	16	1.0	12 その他	21	1.7	12 その他	5	0.4

- 一方、実際の考え方や行動の側面では、総じて「健康影響リスクをゼロにすることができない」という点は理解されており、一定のリスク認知構造の存在も認められる。
- よって、高い「不安」にも関わらず、消費者なりの判断枠組みを持って食生活を形成していることがうかがえる。
- しかし、その判断枠組みも俄かにパターン化するものが認められず、多様なスタイルが存在することが示唆される。



ハザード別リスク認知構造
(因子分析結果:ハザード別因子)

	残留農業	食品添加物	遺伝子組換え食品	BSE
因子1	人体や将来世代に対する影響	人体や将来世代に対する影響	人体や将来世代に対する影響	安全管理体制・食品表示
因子2	安全管理体制・食品表示	安全管理体制・食品表示	安全管理体制・食品表示	蓄積性・将来世代
因子3	理解	理解	未知性	人体への健康被害
因子4	メリット認識	未知性	理解	未知性
因子5	未知性	メリット認識	メリット認識	理解
因子6	事件・事故	事件・事故		

属性別因子得点平均の分析やクラスター分析を行ったが、容易なパターン化は困難であり、消費者の認知構造は多様性が認められる。

2. 「残留農薬」「食品添加物」「遺伝子組換え食品」「BSE」の比較的特徴

○ 典型的な食品ハザードに対する消費者のリスク認知及びその形成要因は総じて共通項が認められるが、下記のとおり差異が認められる側面もある。

	残留農薬	食品添加物	遺伝子組換え食品	BSE
リスク認知 (不安度)	○ 9割不安	○ 8割不安	○ 6割不安	○ 7割不安
リスク認知 (不安) 形成要因	○ テレビ・新聞	○ テレビ・新聞	○ テレビ・新聞 ○ なんとなく不安	○ テレビ・新聞 (特に映像系)。
リスク認知 構造 ※因子分析による。	○ 人体や将来世代に対する影響 ○ 安全管理体制・食品表示。 ○ 理解。 ○ メリット認識 ○ 未知性 ○ 事件・事故。	○ 人体や将来世代に対する影響 ○ 安全管理体制・食品表示。 ○ 理解。 ○ 未知性。 ○ メリット認識 ○ 事件・事故。	○ 人体や将来世代に対する影響 ○ 安全管理体制・食品表示。 ○ 未知性。 ○ 理解。 ○ メリット認識	○ 安全管理措置。 ○ 蓄積性・将来世代 ○ 人体への健康被害。 ○ 未知性。 ○ 理解
リスク認知 (8割以上が「そう思う」イメージ) ※下線は比較的特徴点。	○ <u>人体に悪い影響</u> ○ 蓄積性 ○ <u>被害が大きい</u> 。 ○ 人工的・人為的。 ○ 安全性判断材料不足。 ○ <u>将来世代へ影響</u> ○ <u>怖い</u> 。 ○ <u>回復が難しい</u> 。 ○ <u>発生確率が高い</u> 。	○ 人工的・人為的。 ○ 安全性判断材料不足。 ○ 蓄積性	○ 人工的・人為的。 ○ 安全性判断材料不足。 ○ <u>科学的未知性</u> 。 ○ <u>得体が知れない</u> 。	○ <u>人体に悪い影響</u> ○ <u>被害が大きい</u> 。 ○ <u>回復が難しい</u> 。 ○ <u>怖い</u> 。 ○ 安全性判断材料不足。 ○ <u>将来世代へ影響</u> ○ <u>得体が知れない</u> 。 ○ <u>発生確率が高い</u> 。
(安全管理体制確立や消費者の選択肢確保)	○ 否定的	○ 否定的	○ 否定的	○ 否定的
社会的受容性 (考え方・行動) の比較的特徴	○ ゼロリスク不可能性理解 ○ 多少高くても回避 (実際にはバランス)。	○ ゼロリスク不可能性理解 ○ 多少高くても回避 (実際にはバランス)。 ○ ベネフィットによる受容性高い。	○ ゼロリスク不可能性理解 ○ 多少高くても回避する (実際にはバランス)。 ○ 国の基準による受容性低い。 ○ ゼロリスク要求度高い。	○ ゼロリスク不可能性理解 ○ ゼロリスク要求度高い。 ○ 子どもの摂食回避は低い。

3. 食品安全委員会（リスクコミュニケーション主体）について

- 食品安全委員会がどのような機関であるかが理解されていない。
 - 機関内容認知者は 6.5%に留まり、そのうち 74.4%が「食品安全の基準設定や規制を実施している」と誤認。
 - 食品安全委員会のイメージ・認識として「わからない・イメージがない」が 33.8%。
- 食品安全委員会の特徴が伝わっていない。
 - 「中立・公正」（全体の 11.8%、機関内容認知者の 22.5%）、「科学的」（全体の 10.4%、機関内容認知者の 25.6%）、「食品安全について正確な情報を提供」（全体の 7.5%、機関内容認知者の 11.6%）。
- 信頼性が低い水準に留まる。
 - 信頼できる情報源として食品安全委員会は 13.3%（機関内容認知者の 34.1%）。
 - 食品安全委員会のイメージ・認識として「信頼性がある」は全体の 7.3%、機関内容認知者の 14.0%。
- 消費者への貢献、親しみやすさが伝わっていない。
 - 「消費者の安全・安心に貢献」（全体の 15.7%、機関内容認知者の 32.6%）、「消費生活に密着」（全体の 8.8%、機関内容認知者の 15.5%）、「消費者に分かりやすい情報の提供」（全体の 4.9%、機関内容認知者の 6.2%）、「消費者の立場や意見を大切にしている」（全体の 3.9%、機関内容認知者の 8.5%）。