

メディアカバ―調査報告書

平成 21 年 2 月

MRI 株式会社 **三菱総合研究所**

目次

I. 調査の概要	1
1. 調査の目的.....	1
2. 調査の内容.....	1
II. 調査の結果	3
1. マスメディア報道に係る調査.....	3
1.1 調査の方法.....	3
1.1.1 報道量の調査.....	3
1.1.2 報道内容の分析.....	6
1.1.3 テレビ報道の分析.....	7
1.2 魚介類の摂食と水銀に係る注意喚起の事例.....	8
1.2.1 調査の概要.....	8
1.2.2 報道量の調査.....	9
1.2.3 報道内容の分析.....	16
1.2.4 平成 15 年と平成 17 年の比較分析.....	30
1.2.5 結果のまとめ.....	30
1.2.6 考察.....	32
1.3 中国からの輸入品におけるメラミン混入と回収対応の事例.....	34
1.3.1 調査の概要.....	34
1.3.2 報道量の調査.....	35
1.3.3 報道内容の分析.....	44
1.3.4 テレビ報道の分析.....	58
1.3.5 結果のまとめ.....	62
1.3.6 評価結果の考察.....	63
2. 国民の情報の受け取り方に係る調査.....	65
2.1 調査概要.....	65
2.1.1 本調査.....	65
2.1.2 追加調査.....	67
2.2 調査票の構成.....	69
2.3 調査結果.....	70
2.3.1 本調査.....	70
2.3.2 追加調査.....	128

2.3.3	結果のまとめ	130
2.4	考察	131
3.	補足調査	133
3.1	平成 15 年のキンメダイとメカジキに関する統計データ	133
3.1.1	キンメダイ	133
3.1.2	メカジキ	134
3.1.3	統計データに関する考察	135
3.2	ヒアリング調査	136
3.2.1	ヒアリング調査の目的と対象	136
3.2.2	ヒアリング調査で得られた要点	136
3.3	過去の調査事例	140
3.3.1	結果	140
4.	まとめ	143
4.1	調査結果のまとめ	143
4.1.1	マスメディア報道に係る調査	143
4.1.2	国民の情報の受け取り方に係る調査	144
4.1.3	補足調査	145
4.2	考察	146
4.2.1	報道発表について	146
4.2.2	国民への情報提供について	148
4.2.3	その他	149
4.3	結論	150

1. 調査の概要

1. 調査の目的

国民への食品安全に関する情報提供は、リスクコミュニケーションにおける重要な要素のひとつである。情報は、多くの場合、マスメディアからの報道により入手されていると考えられるが、情報が国民に正確に伝わらず、結果として誤解を招く場合も見受けられる。

当調査は、国民に食品に関する情報を的確かつ効果的に伝えるための方法を検討するため、厚生労働省から発信した食品の安全性に関する情報がどのように報道され、国民がどのように受け取っているかについてデータを収集し、現状を把握することを目的とした。

2. 調査の内容

当調査は、厚生労働省が発信する食品の安全性に関する情報について、マスメディアによる報道と国民の受け取り方の実態を調査した。

マスメディアによる報道については、以下の内容を調査した。

- ・ 厚生労働省が発信した過去の事例のうち、魚介類の摂食と水銀に係る注意喚起の事例（平成 15 年 6 月 3 日、6 月 5 日、平成 17 年 11 月 2 日発表）及び中国からの輸入品におけるメラミン混入と回収対応の事例（平成 20 年 9 月 20 日～11 月 27 日発表）の 2 つについて、報道実態を調査した。
- ・ 報道の規模について、経時的に調査した。
- ・ 各報道内容について、厚生労働省が発信した情報との整合性、論調について調査をした。
- ・ 発信内容と報道内容の趣旨の相違を生じた要因について分析した。

また、調査項目は、以下のとおりである。

- ・ 報道量の調査（定量、推移の分析）
- ・ 報道内容の分析（記事内容の定性分析）

国民の情報の受け取り方については、インターネットアンケート調査により、以下の内容を調査した。

- ・ 国民がどのような媒体を介して情報を入手しているかを調査した。
- ・ 発信した情報が国民にどのような趣旨で受け取られたかについて調査した。
- ・ 報道内容により、受け手側の行動がどのように影響を受けるかを調査した。
- ・ 受け手側の背景やその他の要因による影響を分析した。

また、主な調査項目は、以下のとおりである。

- ・ 情報源とその信頼度
- ・ 対象者の食品の安全性に関する知識の程度、関心度
- ・ 情報の受け取り方

- ・ 消費行動
- ・ 実際のリスクとの認知の差

また、平成 15 年の発表について実際に生じた被害を明らかにするため、統計データの調査を行った。さらに、調査対象となるそれぞれの厚生労働省の発表内容について、発信内容と報道内容あるいは自治体や関連事業者、国民の理解した内容との相違を生じた要因についてさらに明らかにするため、ヒアリング調査を補足的に行った。

最後に、過去の食品安全委員会において実施した「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」など、類似調査の結果を踏まえて分析を行った。

II. 調査の結果

1. マスメディア報道に係る調査

1.1 調査の方法

1.1.1 報道量の調査

(1) 調査対象媒体と期間

全国紙 5 紙（朝日、毎日、読売、産経、日経）の全国版に掲載された記事を対象とする。

対象期間は厚生労働省からのプレスリリースがなされた当日から 2 週間（発売日を基準）とする。これは、新聞は同一の内容の記事にすることは無く、これ以上長期の記事を調査対象としても、発表の内容とは異なる記事が増えてしまうためである。

なお、評価対象記事の抽出には、新聞・雑誌の市販データベースサービスである日経テレコン 21 を用いた。

(2) 評価方法

新聞記事を対象とした報道量の定量的評価の手法として次の 3 つを採用する。

① 記事件数

最も簡便な方法である。記事掲載紙の購読者数や記事の大きさを考慮せず、どのような記事でも掲載されれば同じ 1 件としてカウントする。

なお、評価対象は全国紙であるが、記事によっては特定地域にしか掲載されないものがある。したがって、分析では全国で掲載された記事を「全国」、特定地域のみでの掲載記事を「地方」と表記し、別々に掲載件数を整理した。

② 単純到達読者数

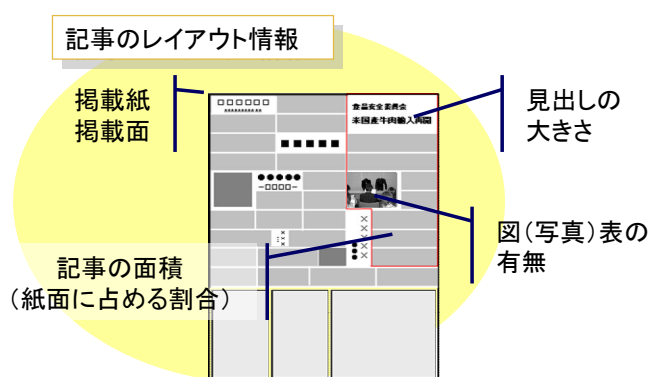
単純到達読者数とは次の式で定義される値である。

$$\text{単純到達読者数} = \text{記事件数} \times \text{当該記事掲載紙の発行部数}$$

つまり、新聞 1 部あたりの読者は 1 人と仮定し、当該記事を全読者が読んでいるとした場合の総読者数に相当する。記事件数よりも詳細な評価が行えるが、掲載面の違いや記事の大きさ等の記事レイアウトの違いは考慮できない。発行部数は全国単位での値が公表されているのみであるため、①で「全国」とした記事のみを評価対象とする。

③ 露出量ポイント

露出量ポイントとは前述した記事数や単純到達読者数では考慮していない記事のレイアウトも考慮した記事の露出の程度を定量化する評価手法である。新聞記事は図 1-1 に示すような掲載面（一面、総合面、社会面、等）や記事の面積、図や写真の有無などのレイアウトによって、その記事の読まれやすさが異なり、読まれやすい記事ほど、社会に与えるインパクトは大きいと考えられる。したがって、記事のレイアウト情報を加味した評価手法である露出量ポイントでは当該記事の社会に与えたインパクトを測定することができる。なお、露出量ポイントを算出する対象は、②と同様発行部数を加味して評価を行うため、「全国」の記事のみである。



出典：食品安全委員会 第 32 回リスクコミュニケーション専門調査会、資料 3
(<http://www.fsc.go.jp/senmon/risk/r-dai32/risk32-siryous3.pdf>)

図 1-1 新聞記事のレイアウト

露出量ポイントは以下の式から算出する。

$$\text{露出量ポイント} = \text{接触度ポイント} \times \text{購読ポイント}$$

接触度ポイントとは、新聞の購読者のうち対象記事の掲載されている紙面に到達する人数である。接触度ポイントは以下のように、各新聞社の発行部数と当該記事の掲載面（一面、総合面、社会面、等）への接触度（購読者のうち当該掲載面を読む人の割合）の積により算出できる。

$$\text{接触度ポイント} = \text{発行部数} \times \text{接触度}$$

ポイント算出に用いた各新聞社の発行部数を表 1-1 に、接触度を表 1-2 に示す。

表 1-1 全国紙各社の発行部数¹

	毎日	朝日	読売	産経	日経
朝刊	3974559	8225032	10033215	2191587	3034481
夕刊	1562789	3861868	3948941	635988	1618603

表 1-2 朝刊、夕刊別の面別接触度²

	一面	総合	経済	生活	社会
朝刊	0.70	0.57	0.53	0.58	0.66
夕刊	0.62	0.51	0.46	0.51	0.58

一方、購読ポイントとは、対象記事に接触した人がその記事を実際に読む度合いであり、記事レイアウトのうち、記事の大きさと図表の有無を考慮した評価を行う指標である。記事の大きさは記事の文字数により評価し、図表の有無については、図表が有る場合とどの程度対象記事の読みたさが増すかを示すパラメータである「強調度」を用いて評価する。このとき、購読ポイントを以下の式で算出する。

$$\text{購読ポイント} = \text{記事の文字数} \times \text{強調度}$$

ポイント算出に用いた図表の有無による強調度は下表の通りである。

表 1-3 図表の有無による強調度³

図表	強調度
有り	3.22
無し	1.00

露出量ポイント計算例を図 1-2 に示す。図中の上部に示された記事情報がポイント算出に用いられる項目である。新聞名と朝刊・夕刊の種別から発行部数が決まる。また、掲載

¹ 株式会社三菱総合研究所、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」、平成 19 年 3 月、p.306 参照

² 接触度は 2007 年 7 月に三菱総合研究所が実施した Web アンケートにより測定

³ 株式会社三菱総合研究所、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」、平成 19 年 3 月、p.308 参照

ページから掲載面名が決まり、これと朝刊・夕刊の種別から当該面への接触度が決まる。これらの値から接触度ポイントが算出できる。さらに、図表の有無と記事の文字数から購読ポイントが算出される。最後に接触度ポイントと購読ポイントの積により露出量ポイントが算出できる。

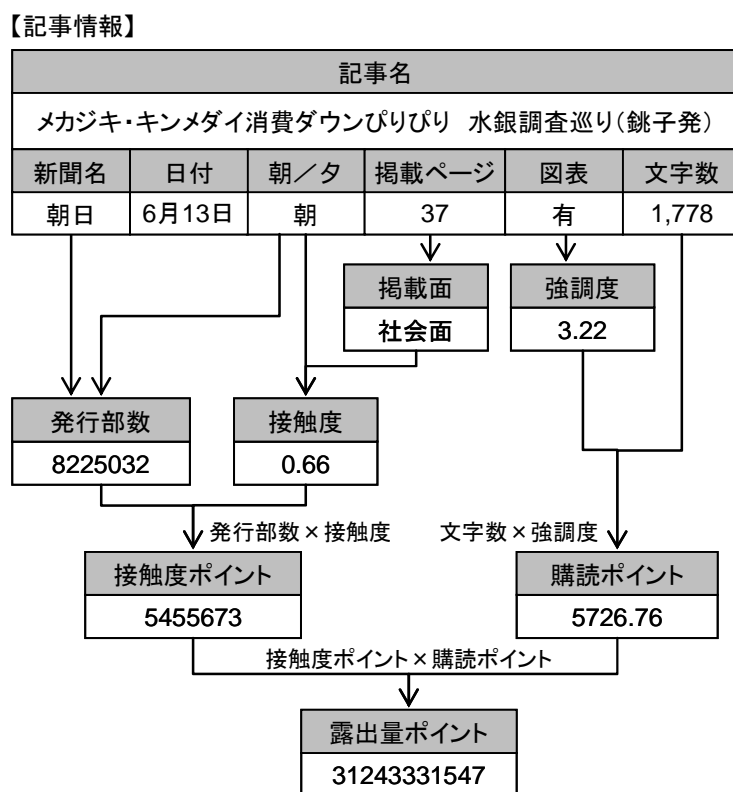


図 1-2 露出量ポイントの計算方法と算出例

1.1.2 報道内容の分析

報道内容の分析としては、分析対象媒体を新聞記事とし、その内容の正確性に関して調査を行った。評価対象媒体および期間は 1.1.1 と同様である。

具体的には、それぞれの事例において対象となる厚生労働省のプレスリリースからキーメッセージ（当該発表で必ず伝えるべき事項）を特定し、各メッセージに関して記事への掲載の有無をチェックすることで評価を行った。なお、報道量の評価で対象外とした地方版での掲載記事についても評価の対象とした。

1.1.3 テレビ報道の分析

最近では、新聞よりもテレビのほうが、より多くの国民に情報を伝えていると考えられている。例えば、当調査内で実施したアンケート調査においても、より多くの回答者が新聞よりもテレビで食品安全の情報を入手していると回答している（詳細については、2章を参照のこと）。したがって、当調査では、新聞の調査に加え、テレビの報道に関しても調査分析を行った。

調査対象は、在京キー局 6 社（NHK、日本テレビ、TBS、フジテレビ、日本テレビ、テレビ東京）の各局報道（いわゆるニュース）及び情報番組（いわゆるワイドショーなど）とし、調査期間は新聞の調査に準じる。なお、調査対象は、データベースの制約から中国からの輸入品におけるメラミン混入と回収対応の事例のみとする。調査分析の方法は、1日あたりの報道時間合計とする。また、NHK について取材先の分析を付加する。なお、調査対象報道番組データの抽出には、JCC 株式会社の提供する「テレビニュース検索サービス（1Q）」を用いた。

1.2 魚介類の摂食と水銀に係る注意喚起の事例

1.2.1 調査の概要

(1) 調査対象となる発表

魚介類の摂食と水銀に係る注意喚起の事例について、以下の 3 つの厚生労働省の発表を分析の対象とする。

A. 薬事・食品衛生審議会食品衛生分科会乳肉水産食品・毒性合同部会（平成 15 年 6 月 3 日開催）の検討結果概要等について

<平成 15 年 6 月 3 日プレスリリース 厚生労働省医薬局食品保健部>

平成 15 年 6 月 3 日に公表した「水銀を含有する魚介類等の摂食に関する注意事項」について（正しい理解のために）

<平成 15 年 6 月 5 日プレスリリース 厚生労働省医薬局食品保健部>

→以下、「平成 15 年発表」という

B. 妊婦への魚介類の摂食と水銀に関する注意事項について

<平成 17 年 11 月 2 日プレスリリース 厚生労働省医薬食品局食品安全部>

→以下、「平成 17 年発表」という

(2) 調査対象記事の抽出

平成 15 年の 2 つの発表については、発表間隔が短いため、対象期間を 1 つ目の発表日から 2 つ目の発表後 2 週間（つまり、6 月 3 日から 6 月 19 日までの 17 日間）として評価を実施する。

表 1-4 に平成 15 年発表、および平成 17 年発表に該当する記事の抽出条件を示す。キーワードとして「メチル水銀」を採用すると一部記事が抜けてしまうため、「水銀」を採用する。この場合無関係の記事が含まれてしまうため、記事の見出しを見ながら記事の精査を行うこととする。

表 1-4 調査対象事例と記事抽出条件

調査対象事例	キーワード	期間
A.平成 15 年発表	「厚生労働省」と「水銀」を含む記事のうち、該当するもの	平成 15 年（2003 年） 6 月 3 日～19 日
B.平成 17 年発表	「厚生労働省」と「水銀」を含む記事のうち、該当するもの	平成 17 年（2005 年） 11 月 2 日～16 日

1.2.2 報道量の調査

(1) 平成 15 年発表

① 記事数

表 1-5 に厚生労働省から 1 回目の発表が出された 6 月 3 日から分析対象期間である 19 日までの掲載記事数を、新聞社および日にちごとに示す。総掲載記事数は全国が 8 件、地方が 20 件の合計 28 件であった。なお、19 日以降は記事の掲載がないため表は作成していない。

全国版については 1 回目の発表翌日が最も掲載件数が多く、5 紙全て記事が掲載されていた。その後は散発的に 3 件の記事が掲載されている。一方、地方版では 6 月 5 日以降も 18 日まで継続的に 2、3 件程度掲載されている。なお、地方版の掲載地方は、日経新聞西部版（九州、山口県、島根県）、もしくは千葉県、静岡県、高知県であった。また、6 月 5 日の 2 回目の発表に関しては全国版、地方版問わず、特に新聞報道には取り上げられていない。

表 1-5 平成 15 年発表に関する新聞記事数

	朝日		毎日		読売		産経		日経		記事数	
	全国	地方	全国	地方	全国	地方	全国	地方	全国	地方	全国	地方
6 月 4 日	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	5	1
6 月 5 日	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
6 月 6 日	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2
6 月 7 日	0	1	0	2	0	1	0	0	0	1	0	5
6 月 8 日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6 月 9 日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6 月 10 日	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	3
6 月 11 日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6 月 12 日	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	3
6 月 13 日	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
6 月 14 日	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
6 月 15 日	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1
6 月 16 日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6 月 17 日	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
6 月 18 日	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
合計	2	6	2	5	1	4	2	2	1	3	8	20

※6 月 19 日以降は記事掲載件数 0 件のため記載せず

② 単純到達読者数

表 1-6、図 1-3 に厚生労働省から 1 回目の発表が出された 6 月 3 日から分析対象期間である 19 日までの掲載記事の単純到達読者数を、新聞社および日にちごとに示す。なお、本評価には購読者数が必要となるため、評価対象記事は全国版掲載記事（8 件）のみである。最も数値が高いのは、1 回目の発表直後である 6 月 4 日であった。

表 1-6 平成 15 年発表に関する新聞記事の単純到達読者数

	朝日	毎日	読売	産経	日経	到達読者数
6 月 4 日	8225032	3974559	10033215	2191587	3034481	27458874
6 月 5 日	0	0	0	0	0	0
6 月 6 日	0	0	0	0	0	0
6 月 7 日	0	0	0	0	0	0
6 月 8 日	0	0	0	0	0	0
6 月 9 日	0	0	0	0	0	0
6 月 10 日	0	3974559	0	0	0	3974559
6 月 11 日	0	0	0	0	0	0
6 月 12 日	0	0	0	0	0	0
6 月 13 日	8225032	0	0	0	0	8225032
6 月 14 日	0	0	0	0	0	0
6 月 15 日	0	0	0	2191587	0	2191587
合計	16450064	7949118	10033215	4383174	3034481	41850052

※6月 16 日以降は全国版への記事掲載件数 0 件のため記載せず

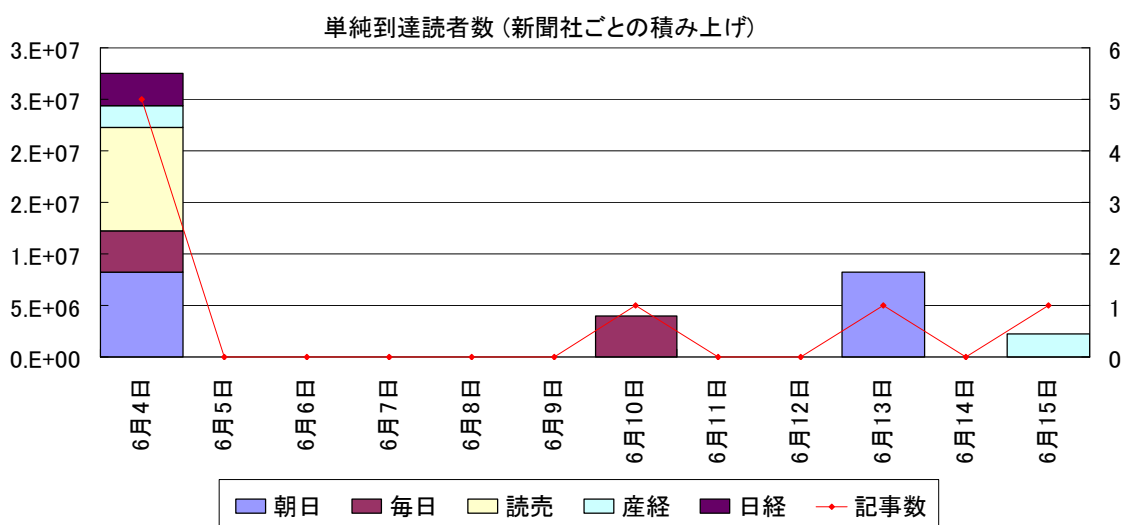


図 1-3 平成 15 年発表に関する新聞記事の件数と単純到達読者数の推移

③ 露出量ポイント

表 1-7、図 1-4 に、厚生労働省から 1 回目の発表が出された 6 月 3 日から分析対象期間である 19 日までの掲載記事の露出量ポイントを、新聞社および日にちごとに示す。なお、本評価の対象記事は全国版掲載記事（8 件）のみである。最もポイントが高くなったのは 6 月 13 日の朝日新聞での掲載記事であり、発表に関連する風評被害とされる経済的な被害等の一連の動きを総括する内容であった。

表 1-7 平成 15 年発表に関する新聞記事の露出量ポイント

	朝日	毎日	読売	産経	日経	ポイント
6 月 4 日	2.902E+09	9.252E+08	3.450E+09	1.201E+09	9.480E+08	9.426E+09
6 月 5 日	0	0	0	0	0	0
6 月 6 日	0	0	0	0	0	0
6 月 7 日	0	0	0	0	0	0
6 月 8 日	0	0	0	0	0	0
6 月 9 日	0	0	0	0	0	0
6 月 10 日	0	8.533E+09	0	0	0	8.533E+09
6 月 11 日	0	0	0	0	0	0
6 月 12 日	0	0	0	0	0	0
6 月 13 日	3.124E+10	0	0	0	0	3.124E+10
6 月 14 日	0	0	0	0	0	0
6 月 15 日	0	0	0	4.949E+09	0	4.949E+09
合計	3.415E+10	9.458E+09	3.450E+09	6.150E+09	9.480E+08	5.415E+10

※6 月 16 日以降は記事掲載件数 0 件のため記載せず

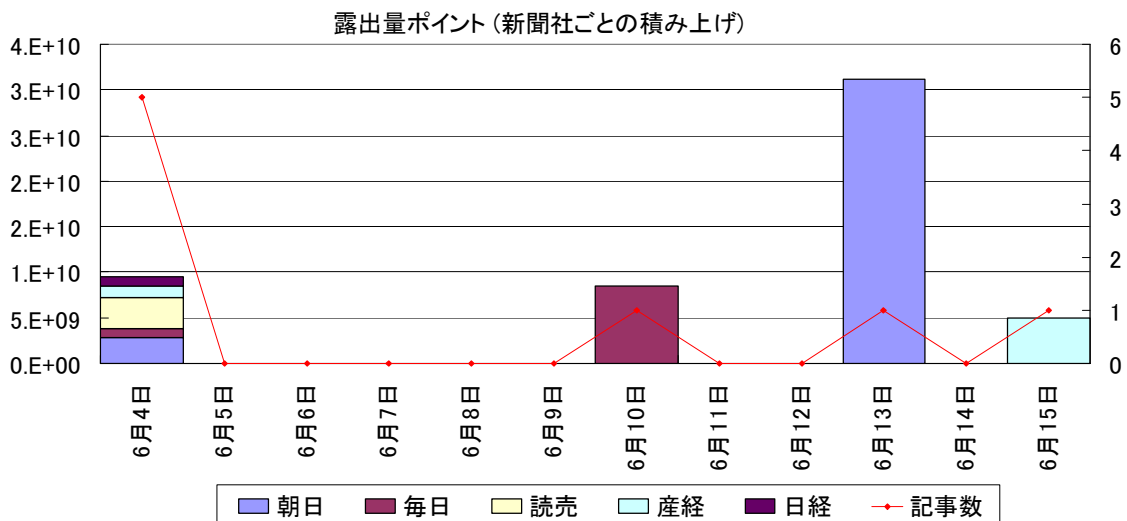


図 1-4 平成 15 年発表に関する新聞記事の件数と露出量ポイントの推移

(2) 平成 17 年発表

① 記事件数

表 1-8 に厚生労働省から発表が出された 11 月 2 日から分析対象期間である 16 日までの掲載記事件数を、新聞社および日にち、さらに全国版、地方版別に示す。平成 17 年の発表に関しては 3 件の記事が、読売新聞および日経新聞の全国版に掲載されている。なお、表に示した期間以外では該当記事の掲載はなかった。

表 1-8 平成 17 年発表に関する新聞記事件数

	朝日		毎日		読売		産経		日経		記事数	
	全国	地方	全国	地方	全国	地方	全国	地方	全国	地方	全国	地方
11月3日	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2	0
11月4日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11月5日	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
合計	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0	3	0

※11月6日以降は記事掲載件数0件のため記載せず

② 単純到達読者数

表 1-9、図 1-5 に厚生労働省からの平成 17 年の発表が出された 11 月 2 日から分析対象期間である 16 日までの掲載記事の単純到達読者数を、新聞社および日にちごとに示す。なお、表に示した期間以外では該当記事の掲載はなかった。

表 1-9 平成 17 年発表に関する新聞記事の単純到達読者数

	朝日	毎日	読売	産経	日経	到達読者数
11 月 3 日	0	0	10033215	0	3034481	13067696
11 月 4 日	0	0	0	0	0	0
11 月 5 日	0	0	0	0	1618603	1618603
合計	0	0	10033215	0	4653084	14686299

※11 月 6 日以降は記事掲載件数 0 件のため記載せず

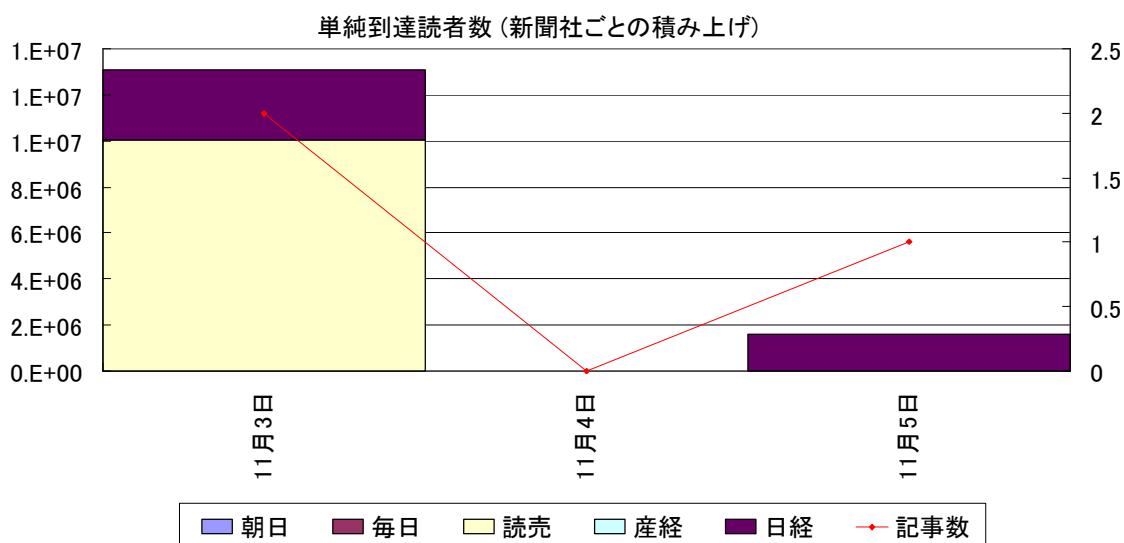


図 1-5 平成 17 年発表に関する新聞記事の件数と単純到達読者数の推移

③ 露出量ポイント

表 1-10、図 1-6 に厚生労働省からの平成 17 年の発表が出された 11 月 2 日から分析対象期間である 16 日までの掲載記事の露出量ポイントを、新聞社および日にちごとに示す。なお、表に示した期間以外では該当記事の掲載はなかった。

表 1-10 平成 17 年発表に関する新聞記事の露出量ポイント

	朝日	毎日	読売	産経	日経	ポイント
11 月 3 日	0	0	1.038E+09	0	5.414E+08	1.580E+09
11 月 4 日	0	0	0	0	0	0
11 月 5 日	0	0	0	0	3.763E+08	3.763E+08
合計	0	0	1.038E+09	0	9.178E+08	1.956E+09

※11 月 6 日以降は記事掲載件数 0 件のため記載せず

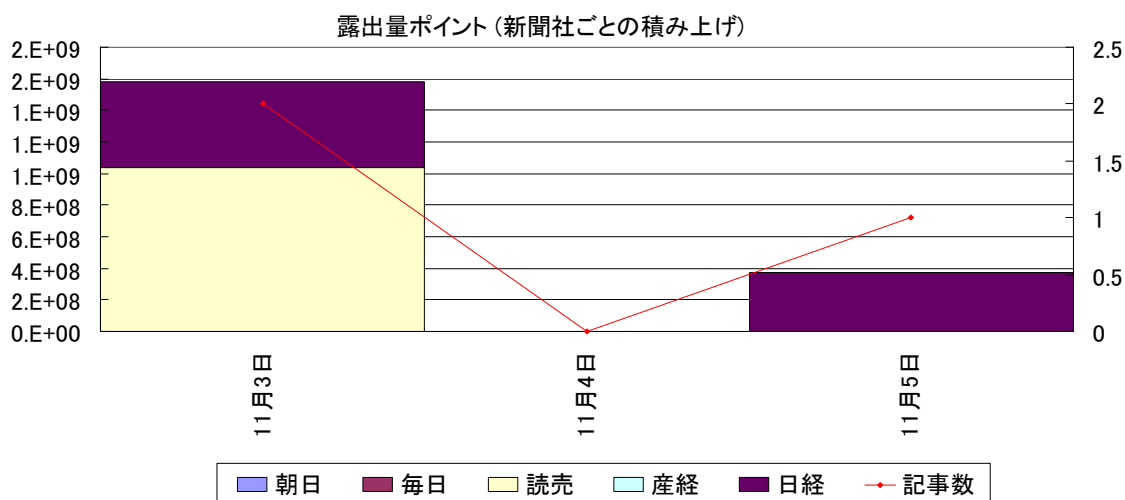


図 1-6 平成 17 年発表に関する新聞記事の件数と露出量ポイントの推移

④ 平成 17 年 8 月部会開催に関する記事

平成 17 年発表に関しては、11 月の発表前に同年 8 月 12 日に厚生労働省 薬事・食品衛生審議会 乳肉水産食品部会にて目安案がとりまとめられた際に、各社の新聞で報道がなされている。このときには厚生労働省からのプレスリリースはなされておらず、部会資料から記事が書かれたと考えられる。

部会開催の翌日から 2 週間での記事掲載状況を表 1-11 に示す。部会開催翌日の 8 月 13 日に全国紙 5 紙全てで記事が掲載されている。なお、14 日以降には関連記事の掲載は

なかった。露出量ポイントを、表 1-10 と比較すると、1 桁値が増えており 11 月の発表時よりも大きく扱われていたことがわかる。平成 15 年発表の発表翌日と比較しても、平成 15 年より値が大きいことから、比較的大きい記事が掲載されていたと言える。

表 1-11 平成 17 年 8 月 12 日部会開催時の記事掲載状況

	朝日	毎日	読売	産経	日経	合計
記事数	1	1	1	1	1	5
到達読者数	8225032	3974559	10033215	2191587	3034481	27458874
露出量 ポイント	2.337E+09	2.698E+09	1.164E+10	5.886E+08	5.493E+09	2.276E+10

※関連記事の掲載は 8 月 13 日のみ

1.2.3 報道内容の分析

(1) 平成 15 年発表

① キーメッセージの抽出

平成 15 年の発表に関しては、プレスリリースの内容から抽出した以下の 5 点をキーメッセージとする。

ア. 対象集団：妊娠している人又はその可能性のある人

イ. 対象魚種：

サメ、メカジキ、キンメダイ、クジラ類の一部（ツチクジラ、バンドウイルカ、コビレゴンドウ、マッコウクジラ）

ウ. 耐用摂取量：

1 回 60～80g として

バンドウイルカは 2 ヶ月に 1 回以下、ツチクジラ、コビレゴンドウ、マッコウクジラ及びサメ（筋肉）は週 1 回以下、メカジキ、キンメダイは、週 2 回以下

エ. 対象外集団：妊婦等を除く人については対象外

オ. 摂取の利点：魚介類等は一般に人の健康に有益である

なお、6 月 5 日の発表は 3 日の発表内容を改めて伝えるものであり、チェックすべき内容は同一である。

② 記事の正確性の評価

次ページから平成 15 年の発表に関連する新聞記事について、前述したキーメッセージ掲載の網羅性および正確性を評価した結果を示す。

併せて、記事の見出しに注目し、その内容を調査した。その結果、見出し中に「キンメダイ」もしくは「メカジキ」が含まれる記事は 21 件（28 件中）、このうち「水銀」も含む見出しは 13 件あり、さらにこの中で「妊婦」や「胎児」といった対象集団に関する言葉が含まれない記事は 6 件であった。

表 1-12 平成 15 年の発表に関する記事の正確性評価結果

○：掲載あり、△：一部掲載あり、－：掲載なし、×：誤報

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.対象 集団	イ.対象 魚種	ウ.耐用 摂取量	エ.対象外 集団	オ.摂取 の利点	備考
1	キンメダイ、メカジキ摂食、「妊婦、週 2 回まで」——水銀、胎児に悪影響の恐れ。	日経	6 月 4 日	朝刊	○	○	○	○	－	
2	メカジキ・キンメダイ、妊婦は「週 2 回以下に」 魚の水銀調査	朝日	6 月 4 日	朝刊	○	○	○	○	○	
3	妊婦さん、メカジキ・キンメダイ食べ過ぎご用心 「水銀濃度、胎児に影響も」	読売	6 月 4 日	朝刊	△	○	○	○	－	「妊婦」と記載。ただし「胎児に影響を及ぼす恐れがある」との記載はある。
4	キンメダイ/メカジキ 妊婦さん、週 3 食ご法度 厚労省名指し制限	産経	6 月 4 日	朝刊	△	○	○	○	－	「妊婦」と記載。ただし「胎児に悪影響を及ぼす可能性がある」との記載はある。
5	メカジキ キンメダイ 「妊婦は週 2 回以下に」 厚労省が注意喚起	産経	6 月 4 日	大阪朝刊	△	○	○	○	－	「妊婦」と記載。ただし「胎児に悪影響を及ぼす可能性がある」との記載はある。
6	メカジキなど 7 種に水銀 「妊婦は摂食抑制を」 ——厚労省部会	毎日	6 月 4 日	朝刊	○	○	○	○	○	

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝夕地方	ア.対象 集団	イ.対象 魚種	ウ.耐用 摂取量	エ.対象外 集団	オ.摂取 の利点	備考
7	キンメダイなど水銀含有注意 室戸漁協など不安の声 県が独 自検査検討＝高知	読売	6月5日	高知 県版	△	△	－	－	－	室戸漁協の反応を伝える記事であり、キンメダイ、 メカジキ以外の魚種や具体の耐用摂取量については 言及していない。
8	キンメダイ「妊婦は水銀に注意 して」 県、独自の検査開始 / 高知	朝日	6月6日	高知 県版	△	△	△	○	－	「妊婦」と記載。また、具体の魚種名についてはキン メダイとメカジキのみを記載している。
9	キンメダイ「騒動」、静岡県内漁 港で波紋広がる、取引量減り価 格も低下。	日経	6月6日	静岡 県版	○	△	△	○	－	キンメダイに関する記事であるため、キンメダイ以 外の魚種については言及していない。
10	買い控え懸念、出荷減 キンメ ダイ水銀問題 /静岡	朝日	6月7日	静岡 県版	△	△	△	－	－	静岡県の反応を伝える記事であり、キンメダイ、メ カジキ以外の魚種については言及していない。耐用 摂取量に関しても回数(週2回以下)のみを記載し ている。
11	妊婦摂取制限、マグロなぜ除外 ――水俣病患者連盟、厚労相ら に質問状	毎日	6月7日	西部 朝刊	△	△	－	－	－	質問状送付を伝える記事であるため、耐用摂取量に 関する詳細な記載はない。
12	キンメダイ水銀注意 取引に影 響も――県委員会対応協議、相 談体制を確立へ /静岡	毎日	6月7日	地方 版	○	△	－	○	－	魚種名はキンメダイのみが記載されている。ただ し、対象集団と対象外集団については改めて記載し ている。
13	特産キンメダイ「安全です」 県、ネットでPRへ 国は「胎 児に影響」＝静岡	読売	6月7日	静岡 県版	△	△	－	○	－	静岡県の反応を伝える記事であり、キンメダイ以 外の魚種や具体の耐用摂取量については言及してい ない。

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.対象 集団	イ.対象 魚種	ウ.耐用 摂取量	エ.対象外 集団	オ.摂取 の利点	備考
14	水俣病患者団体、「水銀含む」と妊婦へ魚制限、「なぜ対応遅れた」厚労相に質問状。	日経	6月7日	西部 朝刊	△	△	—	—	—	質問状の送付に関する記事であり、発表内容を伝える記事ではない。
15	[メディアを読む] サイバー牛は10ヶタ、人は11ヶタ＝岡村久道・近畿大講師	毎日	6月10日	朝刊	△	—	—	—	—	食の安全全般に関するコラムであり、メチル水銀に対して詳細な記載はない。
16	厚労省の水銀含有量発表で相次ぐ販売中止 漁師たちが悲鳴— 銚子市漁協 / 千葉	毎日	6月10日	地方 版	△	△	△	—	—	キンメダイに関する記事であるため、キンメダイ以外の魚種については言及していない。また、耐用摂取量は回数（週2回以下）のみを記載している。
17	キンメダイ漁を再開 銚子市漁協、信頼回復へPR活動＝千葉	読売	6月10日	千葉 県版	○	△	△	—	—	キンメダイ漁再開を伝える記事であり、キンメダイのみに言及している。
18	キンメ漁に大打撃 厚労省「水銀が胎児に悪影響の心配」 / 千葉	朝日	6月10日	千葉 県版	△	△	△	○	—	銚子市漁協の記者会見についての記事であり、具体魚種名はキンメダイのみである。耐用摂取量についても回数（週2回以下）のみを記載している。
19	キンメダイ、「安全性問題なし」農水省へ対策要請— 県 / 静岡	毎日	6月12日	地方 版	—	—	—	○	—	静岡県が農水省への対策を要請したことを伝える記事であり、発表内容を伝える記事ではない。
20	水銀問題でキンメダイ価格下落 県、国に安全PR要請＝静岡	読売	6月12日	静岡 県版	△	△	—	○	—	静岡県が農水省への対策を要請したことを伝える記事であり、キンメダイのみに言及している。
21	キンメダイ、取引価格の低迷続く— 下田市漁協、関係省庁へ要望書	日経	6月12日	静岡 県版	○	△	○	—	—	下田市漁協が要望書を提出したことを伝える記事であり、キンメダイのみに言及している。

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝夕地方	ア.対象 集団	イ.対象 魚種	ウ.耐用 摂取量	エ.対象外 集団	オ.摂取 の利点	備考
22	メカジキ・キンメダイ消費ダウン びりびり 水銀調査巡り（銚子発）	朝日	6月13日	朝刊	○	△	△	○	—	風評被害の経緯をまとめた記事であり、キンメダイ、メカジキ以外の魚種については言及していない。
23	水銀注意で風評、漁港にあおり （NEWSダブルクリック）【大阪】	朝日	6月14日	大阪朝刊	○	△	△	○	—	風評被害の経緯をまとめた記事であり、キンメダイ、メカジキ以外の魚種については言及していない。
24	水揚げ日本一の港直撃 キンメダイ水銀問題（スクランブル） ／静岡	朝日	6月14日	静岡県版	○	—	—	—	—	キンメダイへの風評被害を伝える記事であり、発表内容を伝える記事ではない。
25	キンメダイ値崩れ・休漁 「風評被害」猛反発、関係者は抗議	産経	6月15日	朝刊	△	△	△	○	○	キンメダイ、メカジキ以外の魚種については言及しておらず、耐用摂取量も回数（週2回以下）のみを記載している。
26	厚労省「水銀注意 妊婦は週2食まで」 キンメダイ風評で暴落	産経	6月15日	大阪朝刊	△	△	△	○	○	キンメダイ、メカジキ以外の魚種については言及しておらず、耐用摂取量も回数（週2回以下）のみを記載している。
27	「マグロは影響なし」チッソ水俣病患者連盟に厚労省回答 ／熊本	朝日	6月17日	熊本県版	○	—	—	—	—	質問状への回答内容を伝える記事であり、発表内容を伝える記事ではない。
28	「マグロで被害想定できず」— —厚労省、チッソ水俣病患者連 に回答／熊本	毎日	6月18日	地方版	△	—	—	—	—	質問状への回答内容を伝える記事であり、発表内容を伝える記事ではない。

(2) 平成 17 年発表

① キーメッセージの抽出

平成 17 年の発表に関しては、平成 15 年の注意事項の発表に対して、これを見直したことを伝えるプレスリリースであったため、キーメッセージとしては対象集団、および主な変更点として 2 つの合計 3 点を抽出する。なお、変更点として抽出した 2 点は、平成 15 年に出された注意事項と平成 17 年に改めて出された注意事項を比較し、その変更点を抽出したものである。

キーメッセージ

- ア. 対象集団：妊娠している人又はその可能性のある人
- イ. 変更点 1 魚種の拡大：マグロ等新たに注意対象の魚種が追加（クロマグロ、メバチ、エッチュウバイガイ、キダイ、マカジキ、ユメカサゴ、ミナミマグロ、ヨシキリザメ、イシイルカ）
- ウ. 変更点 2 耐容摂取量：キンメダイ、メカジキの摂取量が週 1 回まで、コビレゴンドウは 2 週間に 1 回まで、ツチクジラ、マッコウクジラは週 1 回まで

② 記事の正確性の評価

次ページに平成 17 年の発表に関連する新聞記事の内容について、前述したキーメッセージの網羅性および正確性を評価した結果を示す。

表 1-13 平成 17 年の発表に関する記事の正確性評価結果

○：掲載あり、△：一部掲載あり、－：掲載なし、×：誤報

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.対象 集団	イ.変更点1 魚種の拡大	ウ.変更点2 耐容摂取量	備考
1	クロマグロなど、妊婦の食べ過ぎ、注意事項見直し——厚労省、対象15種。	日経	11月3日	朝刊	○	○	○	「クロマグロやミナミマグロなどを追加」と記載。耐用摂取量についても主な魚種について掲載している。
2	妊婦に悪影響の魚介類からクロムツを除外／薬事・食品衛生審議会	読売	11月3日	朝刊	○	△	－	「注意を促していた魚介類16種」との記載であり、具体の魚種名は掲載していない。クロムツのみ除外されたことを言及している。
3	色鮮やかなキンメダイ——店頭価格は前年並み（菜時季）	日経	11月5日	夕刊	○	－	△	キンメダイのみに着目した記事であり、風評被害が無かったことを伝えている。キンメダイの耐用摂取量のみ記事に掲載されている。

(3) 平成 17 年 8 月部会開催に関する記事

平成 17 年発表に関しては、露出量の評価で示したとおり、8 月の部会で見直し案が提出された際の方が、より大きく報道されている。そこで、ここでは平成 17 年 8 月の掲載記事についての記事の正確性を評価する。

① キーメッセージの抽出

基本的には(2)平成 17 年の記事と同様であるが、対象魚種にクロムツが含まれる等、一部、異なる内容も含まれる。

キーメッセージ

ア. 対象集団：妊娠している人又はその可能性のある人

イ. 変更点 1 魚種の拡大：マグロ等新たに注意対象の魚種が追加（クロマグロ、メバチ、エッチュウバイガイ、キダイ、クロムツ、マカジキ、ユメカサゴ、ミナミマグロ、ヨシキリザメ、イシイルカ）

ウ. 変更点 2 耐容摂取量：キンメダイ、メカジキの摂取量が週 1 回まで、コビレゴンドウは 2 週間に 1 回まで、ツチクジラ、マッコウクジラは週 1 回まで

以上に加え、ここで提示されたものは「案」であり、意見募集等を経た正式決定は秋以降である、ということに記載しているのかについてもチェックを行う。（表中では当該項目を「位置付け」と記載）

② 記事の正確性の評価

次ページに平成 17 年 8 月部会開催を伝える新聞記事の内容について、前述したキーメッセージに対する正確性を評価した結果を示す。

表 1-14 平成 17 年 8 月の部会での見直し案提示に関する記事の正確性評価結果

○：掲載あり、△：一部掲載あり、－：掲載なし、×：誤報

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.対象 集団	イ.変更点1 魚種の拡大	ウ.変更点2 耐容摂取量	位置 付け	備考
1	クロマグロやメバチ、妊婦は食べ過ぎ注意——対象魚介類16種に拡大。	日経	8月13日	朝刊	○	○	○	○	魚介類のメリットについても記載されている。
2	妊婦さん、マグロ控えめに 水銀、胎児に影響 厚労省新基準	朝日	8月13日	朝刊	○	○	△	△	平成15年発表に含まれる魚種については耐用摂取量の変更についての記載がない。また、記事内容が「案」であることは読み取れず、厚労省の決定と受取れてしまう。
3	妊婦：胎児に影響、食べすぎ注意 メバチマグロ週1回、クロムツは2回まで——厚労省	毎日	8月13日	朝刊	○	○	○	△	「案」との記載はあるが、正式発表の時期についての記述はない。 魚介類のメリットについては記載している。
4	妊婦さん食べ過ぎ注意 クロマグロなど9種追加 メチル水銀、胎児に悪影響も	読売	8月13日	朝刊	○	○	○	△	「試案」との記載はあるが、正式発表の時期についての記述はない。 魚介類のメリットについては記載している。
5	「マグロ食べ過ぎ妊婦は避けて」 厚労省部会が目安案	産経	8月13日	朝刊	○	○	△	○	耐用摂取量についてはクロマグロ等一部のみを紹介。 魚介類のメリットについても記載している。
6	マグロ食べ過ぎ 妊娠中は注意を 胎児影響 水銀許容量を厳格化	産経	8月14日	大阪朝刊	○	○	△	○	耐用摂取量についてはクロマグロ等一部のみを紹介。 魚介類のメリットについても記載している。

(4) 記事内容の推移

平成 15 年の発表に関しては、記事の掲載期間が長く、1 回目の発表から 2 週間程度断続的に記事が出されている。次ページ以降では、2 週間の間に掲載された記事から、発表後の動向を表に整理した。

記事の内容から、一部地域（特に首都圏）においてキンメダイを敬遠する動きがあり、価格の低下、出荷量の減少といった被害があったことが読み取れる。その一方で、あまり影響はない、との関係者コメントを掲載している記事も少なくない。2 週間程度で記事数も落ち着いており、後半では漁の再開を伝える記事が多く出ていることから、経済的な被害が発生したのは短期間であったと推測できる。

表 1-15 平成 15 年の発表後の動向の整理

日付	イベント	風評被害とされる内容	
		マイナス	その他（回復、影響なし、等）
6月3日	水銀を含有する魚介類の摂食に関する注意事項を発表	JF 静岡漁連：「水銀の不安が消費者の間に広がって、食べてくれなくなると値崩れが起きる。しばらくはだめになるかもしれない。」 大手スーパーの広報担当者：「まだ何も情報が入っていない」と困惑気味、「明日以降、情報収集を行わなければならない。」	
6月4日	高知県が情報収集を開始、独自調査も検討 高知県水産企画課担当者：「国の通知では、サンプルの採取海域や、部位による水銀含有量の差の有無などについて情報不足。正しい情報を生産者や消費者に知らせるためにも県独自に検査したい」	銚子市漁協：1 キロ当たり通常約千百円の浜値が平均 600 円と半値に下落、スーパーなどから返品相次ぐ 室戸漁協組合長関氏：「本当に危険なら注意喚起は必要だが、毎日食べるような種類ではないキンメダイが指定された根拠や対応方針をはっきりしてほしい」	
6月5日		室戸漁港：1 キロ当たりの浜値が一昨日より 200～300 円下がり、430 円程度に 同漁港担当者：「仲買人からは、関東方面などがでいるとも聞いている」 銚子市漁協：市場価格暴落により 50 隻のキンメ漁船が休漁へ 下田市漁協：市場値は昨年同期より 2～3 割落ち込む。 1 キロあたり約 580 円前後だった単価が 100 円前後下	高知市に本社のあるスーパーチェーン水産事業部の仕入れ担当者：「夏場は需要が少なく、消費からの反応も特に聞いていない」 下田市漁協：今のところ今回の問題で値下がりなどの影響は見られず、下田港に所属するキンメ船は通常通りの操業を続けている

日付	イベント	風評被害とされる内容	
		マイナス	その他（回復、影響なし、等）
		<p>落、一部取扱いを見送る動き。「量販店などの買いが鈍く、風評被害が大きい」</p> <p>御前崎漁協：キンメ船全てが操業見合わせ、休漁へ</p> <p>御前崎漁協組合長吉村氏：「国や県などが一日も早く安全宣言を出して欲しい」</p>	
・・・		<p>下田市漁協組合長佐々木氏：「魚種を強調した公表の仕方は理解できない」</p> <p>下田市場仲買人：首都圏スーパーなどが消費者の動向を見るためキンメダイの販売を手控えたため、東京都の築地市場への出荷が減少している</p> <p>東伊豆鮮魚店：「影響は少なくない。」取引先のホテルや旅館から、「客に出す料理の献立から外す」という連絡があったといい、「キンメダイが売り物だけに、扱わないわけにはいかない。店頭で安全を訴える張り紙を出しても、逆に客の不安をあおるかもしれない」</p>	<p>小売店は冷静に対応</p> <p>遠鉄ストア：「普通に食べる分には安全だと聞いている。取扱い中止は考えていない」</p> <p>静岡市内鮮魚店：「幸い、キンメは毎日食べるような大衆魚ではなく影響も少ない。騒動が他に広がらないかが心配だ」</p>
6月6日	しずおか食の安全推進委員会を開催し、今後の対応を協議し、チラシやインターネットを通じて「安全」をアピールしていくことを確認	<p>東京の市場で買い控えの動きが表面化</p> <p>下田市漁協組合長佐々木氏：「摂取制限の発表は、妊婦だけでなく、すべての消費者に『キンメダイは危険』という誤解を与えかねない」</p> <p>静岡県報告より：横浜の卸業者や一部の量販店で小型のキンメダイの売れ行きが悪く、千葉県内の内房などではキンメ漁を休業する港も出ている</p>	<p>静岡県農水部長栗原氏：「県内は今のところ、おおむね冷静な反応だが、伊豆ではキンメダイが地域振興に欠かせない。正確な情報発信が重要だ」</p> <p>静岡県報告より：神奈川県<small>の</small>川崎市場からは伊豆の稲取漁協へ「キンメダイがあればほしい」との連絡があった</p>

日付	イベント	風評被害とされる内容	
		マイナス	その他（回復、影響なし、等）
	熊本県水俣市の水俣病患者団体「チッソ水俣病患者連盟」が厚生労働相と環境相あてに質問状を送付。「水銀問題の研究者から『(水銀濃度が高く、日本人の) 摂取量が多いマグロを(制限)対象から外すのは対策の中心を外すこと』との指摘がある。この矛盾にどう対応するのか」などをたずねる内容		
6月8日			御前崎漁協：漁を再開。「様子見で休漁した。値は低いが売れているようなので、日曜日（8日）から漁を再開する」
6月9日	銚子市の漁師ら約20人が記者会見を開催、「一般家庭でキンメを週に2回食べるなど考えられない」などと厚労省への怒りをあらわに。安全性のPRを行うこと、独自に都内の研究機関にキンメの分析を依頼して安全を確認する右方新を示す。	銚子漁協組合長堀井氏：「妊婦は週2回以下が望ましいという話が、一般の人にも影響があるように受取られてしまった。漁民には死活問題だ。」	銚子市漁協：漁を再開。ただし水揚げは約2.6トンと通常の1/3以下。価格も戻らず、浜値は平均700円にとどまる
6月11日	静岡県がキンメダイの安全PRを推進するよう、農林水産省と水産庁に文書で申し入れ	静岡県水産振興室：首都圏の量販店では比較的小型のキンメダイの売上が依然低迷している	静岡県水産振興室：静岡県内の水揚げ量は11日現在で約7割まで持ち直す

日付	イベント	風評被害とされる内容	
		マイナス	その他（回復、影響なし、等）
6月12日		<p>築地市場：キンメダイは入荷量5.9トンで発表前の半分程度。キロ当たり700円前後で発表前より1割安い。メカジキは2.5トンで3割減。キロ当たり1000～1800円台で値を戻す。</p> <p>下田市漁協市場：12日現在キンメダイの平均卸値はキロ当たり700円台後半。昨年同時期より約2割安。</p>	<p>築地魚市場臼田課長：「キンメはなじみが深いだけに、小売店と消費者に過剰反応がみられた。高級店を中心に根強い需要もあるので、いずれ持ち直すのでは」</p>
6月13日	厚生労働省、「魚介類は一般に健康に有益」などと解説した一般向けQ&A集を作成。水産庁や都道府県、漁業・消費団体に送付。週明けにはホームページで公開へ		<p>静岡市内のスーパー：「発表直後は売上が少し落ちたが、家庭向けも戻りつつある。もともと、週に何度も食べられるような魚ではないし、お客さんもそんなに神経質になってないようだ」</p>
・・・		<p>稲取温泉旅館協同組合：「キンメダイ料理を食べたくないからというキャンセルが増えている」</p>	
6月16日	熊本県水俣市の水俣病患者団体「チッソ水俣病患者連盟」からの質問状に対して厚労省が回答		

1.2.4 平成 15 年と平成 17 年の比較分析

平成 15 年の発表と平成 17 年の発表を報道量の観点から比較する。図 1-7 に平成 15 年の発表、平成 17 年の部会開催、平成 17 年の発表に関する記事数と露出量ポイントを示す。平成 15 年の発表に対し、平成 17 年の発表では露出量が低下している。特に露出量ポイントでは差が顕著に表れている。また、時間的にこれらの発表の間に位置する平成 17 年の部会開催も加えてみると、記事数、露出量ポイントのいずれも、発表または公開の会議を重ねるごとに低下していることがわかる。

報道内容から比較を行うと、平成 15 年の発表では厚生労働省の発表内容を伝える記事に加え、発表への他組織反応として高知県等の自治体や漁協の記者会見の内容を伝える記事や、風評被害について伝える記事が掲載されている。これに対し、平成 17 年の発表では、発表への他組織の反応や風評被害を伝える記事は掲載されていない。

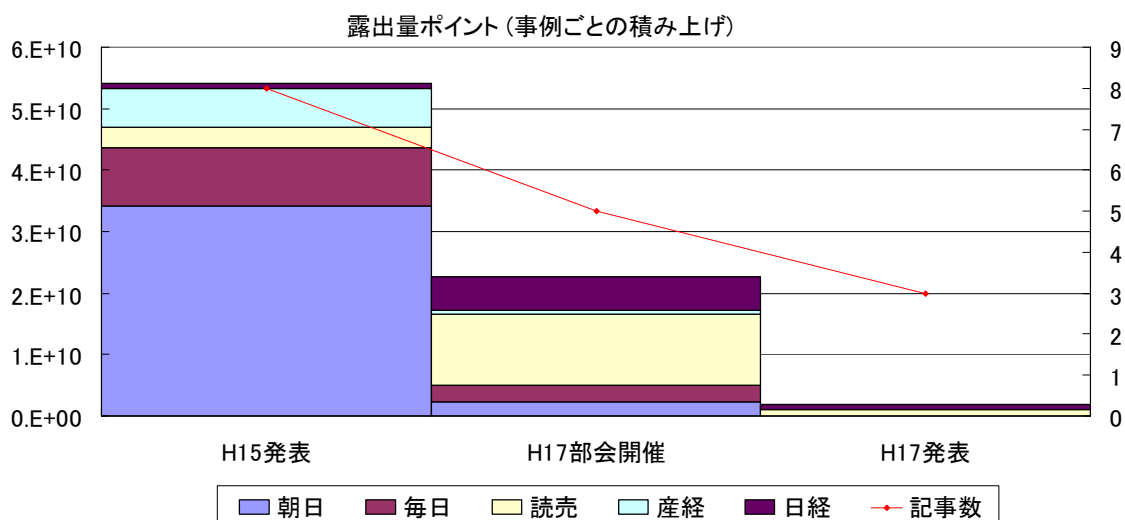


図 1-7 平成 15 年、17 年の発表における記事数と露出量の比較

1.2.5 結果のまとめ

(1) 平成 15 年の発表に関する報道量の調査結果

- 1) 評価対象期間中の総掲載記事数是全国で 8 件、地方で 20 件の合計 28 件であった。
- 2) 全国版では 1 回目の発表翌日が最も掲載件数が多く、5 紙全てに記事が掲載されていた。その後は散発的に 3 件の記事が掲載されていた。
- 3) 地方版 20 件のうち 19 件は 6 月 5 日以降の掲載であった。地方版の掲載地方は、日経新聞西部版（九州、山口県、島根県）、もしくは千葉県、静岡県、高知県であった。

- 4) 6月5日の2回目の発表に関しては全国版、地方版問わず、新聞報道に取り上げられていなかった。
- 5) 単純到達読者数の数値が最も高いのは、1回目の発表直後である6月4日であった。
- 6) 露出量ポイントが最も高くなったのは6月13日の朝日新聞での掲載記事であり、風評被害とされる内容を総括する内容であった。

(2) 平成17年の発表に関する報道量の調査結果

- 7) 評価対象期間中の総掲載記事件数は3件のみであり、読売新聞および日経新聞の全国版に掲載されていた。
- 8) 当調査で対象とした11月の正式発表前の同年8月12日に厚生労働省 薬事・食品衛生審議会 乳肉水産食品部会にて目安案がとりまとめられた際、翌日の8月13日に全国紙5紙全てに記事が掲載されていた。

(3) 平成15年の発表に関する報道内容の調査結果

- 9) 発表翌日の6月4日に掲載された全国紙5紙の記事は、キーメッセージを比較的網羅的に伝えていた。対象外集団についても、発表のメインの内容ではないにも関わらず、いずれの記事でも記載が確認された。
- 10) 6月5日以降の記事では、キーメッセージを網羅的に伝える記事はなかった。一方で、多くの記事で対象外集団についての但し書きが記載されていた。
- 11) キーメッセージの「オ. 魚介類摂取の利点」に関して記載している記事は少なく4件のみであった。
- 12) 6月5日以降の記事は、風評被害に関する記事が多く、対象魚種の記載がキンメダイ(一部メカジキ)に限られていた。
- 13) 記事の見出しの内容を調査した結果、見出し中に「キンメダイ」もしくは「メカジキ」が含まれる記事は21件(28件中)、このうち「水銀」も含む見出しは13件あり、さらにこの中で「妊婦」や「胎児」といった対象集団に関する言葉が含まれない記事は6件であった。

(4) 平成17年の発表に関する報道内容の調査結果

- 14) キーメッセージを網羅的に掲載した記事は1件のみであった。記事はどれも文字数が多くない比較的小さい記事であった。したがって、キーメッセージ以上の情報、例えば魚介類摂取のメリットまで記載した記事は見当たらなかった。
- 15) 記事の内容は、それまでの検討内容からの変更点に注目して記載されており、記事によって着目する変更点が異なっていた。読売新聞ではクロムツが対象から外れたことを、日経新聞ではマグロ類が追加されたとの記載であった。

(5) 平成 15 年と平成 17 年の比較

- 16) 平成 15 年の発表に比べ、平成 17 年の発表の報道量は、記事数、単純到達読者数、露出量ポイントのいずれの評価においても圧倒的に少ない。
- 17) 平成 15 年では厚生労働省の発表内容を伝える記事に加え、発表への他組織の反応として高知県等の自治体や漁協の記者会見の内容を伝える記事や、風評被害について伝える記事が掲載されていた。これに対し、平成 17 年の発表では、発表への他組織の反応や風評被害を伝える記事は掲載されていなかった。

1.2.6 考察

(1) 平成 15 年の発表

- 結果 1) に示した通り、平成 15 年の発表は、新聞の報道量は地方版が全国版に対して圧倒的に多いという点が特徴的である。
- 結果 4) は 6 月 5 日の発表は 1 回目の発表の内容を再度伝えるものであり、新聞記事では取り上げられにくいためと考えられる。ただし、いわゆる風評被害を抑制するための発表であれば、再度正しい情報が報道されるべきであったと言える。
- 結果 1)、5)、6) より、記事数と単純到達読者数での評価結果と露出量ポイントでの評価結果では最高ポイントの日が異なるという特筆すべき結果となった。記事数のみで評価したのでは見逃されてしまう記事の中に、読者にとってインパクトの大きい記事が含まれる可能性のあることが確認された。
- 結果 9)、10) より平成 15 年の発表に関する記事内容は、対象外の集団についても言及するなど、発表内容を正確に伝えることに配慮されたものである。
- また、結果 10) でキーメッセージの網羅性が低下したのは、新聞では同じ内容の記事が書かれることがないためと考えられる。
- 結果 11) については、ニュース報道では新規性のある情報をわかりやすく伝えることに重きが置かれるためメリットに関する情報を記載してもらうのは難しいと考えられる。ただし、生活情報の形で再構成し、取り上げてもらうことは可能であり、生活情報を担当する記者への情報伝達も活用していくことが必要と考えられる。
- 結果 12) により、国民に対してキンメダイといえば水銀という印象を強化してしまうことが懸念される。
- 結果 13) より、対象魚種としてはキンメダイとメカジキに注目が集中していることがわかる。また、これらの魚種と「水銀」で見出しが構成されるものも確認されたが、これによりキンメダイやメカジキといえば水銀、というイメージが形成される恐れがある。見出しの中には「キンメダイ水銀」という表現も見られた。これに加え、対象集団に関する言葉が含まれない 6 件の見出しについては、より魚種と水銀の関係を強く印象付ける可能性が強くなる。記事の絶対数が多くないため、実際には新聞報道だけで「キンメ

ダイ、メカジキ＝水銀」というイメージがつくとは考え難いが、記事の見出しは読者に強いインパクトを与えるものであり、露出内容の評価を行う際には、記事の全文の内容だけでなく、見出しの表現のみにも注意を払う必要がある。

(2) 平成 17 年の発表

- 結果 7) の通り、平成 17 年の発表は報道量が少ない。これは、食品安全委員会の評価を受けての決定で報道機関としては既に報道済みとの認識であったためとも考えられるが、国民の健康に影響する事項であり、全国紙には網羅的に取り上げられるべきである。
- 結果 8) から、部会開催時の報道が先行的になされたことにより、正式発表のニュース価値が下がり、結果的に正式発表を受けた記事掲載が少なくなった可能性が指摘できる。部会の際にはプレスリリースはなされていないため、会議資料を元に記事が書かれたと推測される。公開会議の場合には、プレスリリースの有無に関わらず記事が書かれることがあるため、プレスリリース時以外でもマスメディアの動向に注意を払う必要がある。
- 結果 14)、15) より、平成 17 年の発表に関する報道は量、内容ともに非常に限定されており、国民に広く発表内容を伝えることができていないと推測される。

(3) 平成 15 年と平成 17 年の比較

- 結果 16)、17) の通り、平成 15 年の発表で報道量が多くなったのは、平成 15 年の発表では、リスク情報を伝える記事に加え、発表による自治体や市場の反応を伝える記事が掲載されているためと考えられる。単にリスク情報を伝えるだけであれば、平成 15 年の発表での露出は発表翌日に集中したと思われるが、発表を受けて自治体や漁協が記者会見を開催する等の動きがあったことで、ニュース性が低下せず、記事が継続的に掲載され、露出量が増えたと推測できる。

1.3 中国からの輸入品におけるメラミン混入と回収対応の事例

1.3.1 調査の概要

(1) 調査対象となる発表

中国からの輸入品におけるメラミン混入と回収対応の事例（以下、「メラミン混入」という）について、以下の厚生労働省の発表を分析の対象とする。

- ・「中国における牛乳へのメラミン混入事案への対応について」（第1報～第23報）
＜平成20年9月20日～11月27日 プレスリリース 厚生労働省医薬食品局 食品安全部 監視安全課 輸入食品安全対策室＞
- ・「中国産乾燥卵からのメラミンの検出について」
＜平成20年10月16日 プレスリリース 厚生労働省医薬食品局 食品安全部 監視安全課 輸入食品安全対策室＞

(2) 調査対象記事の抽出

報道量の調査についての対象期間は厚生労働省からのプレスリリース第1報がなされた平成20年9月20日から第23報の発信された平成20年11月27日から後2週間（発売日を基準）とする。記事検索のキーワードは「メラミン」「中国」「輸入」を全て含むものと設定する。

報道内容の調査については、プレスリリース内容に対する記事の正確性を評価することから、プレスリリース内容が最も多く報道されるプレスリリース当日の夕刊、および翌日の朝刊への掲載記事を調査対象とし、記事検索のキーワードは報道量と同様の「メラミン」「中国」「輸入」の3つに、さらに「厚生労働省」を加える。これは、発表内容と関係ない記事を省くためである。

表 1-16 に報道量および報道内容の調査対象に該当する記事の抽出条件を示す。

表 1-16 調査対象事例と記事抽出条件

調査対象	キーワード	期間
報道量	「メラミン」「中国」「輸入」を全て含む記事のうち、該当するもの	平成20年（2008年）9月20日～12月11日
報道内容	「メラミン」「中国」「輸入」「厚生労働省」を含む記事	プレスリリース当日の夕刊および翌日の朝刊

1.3.2 報道量の調査

(1) 記事件数

表 1-17 に調査対象期間内の掲載記事件数を、新聞社および日にちごとに示す。総掲載記事件数は全国が 197 件、地方が 123 件の合計 320 件であった。

表 1-17 メラミン混入に関する新聞記事件数

	朝日		毎日		読売		産経		日経		記事数	
	全国	地方	全国	地方	全国	地方	全国	地方	全国	地方	全国	地方
9月20日	1	0	2	0	3	0	1	1	1	0	8	1
9月21日	3	0	5	0	2	2	4	3	2	0	16	5
9月22日	1	0	1	2	1	1	1	2	0	0	4	5
9月23日	0	1	1	1	1	1	1	0	5	0	8	3
9月24日	2	0	0	0	1	0	1	2	5	0	9	2
9月25日	1	0	0	0	0	1	1	0	2	0	4	1
9月26日	2	0	2	0	2	0	1	3	2	0	9	3
9月27日	3	0	2	0	1	0	2	4	4	0	12	4
9月28日	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	2	0
9月29日	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
9月30日	0	1	0	0	0	2	0	1	0	0	0	4
10月1日	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	3
10月2日	1	0	1	0	1	0	2	3	1	0	6	3
10月3日	1	1	1	0	0	0	2	1	0	0	4	2
10月4日	1	3	3	2	2	0	3	3	4	0	13	8
10月5日	2	1	2	1	3	2	1	2	3	0	11	6
10月6日	1	0	0	0	0	1	0	0	2	0	3	1
10月7日	0	5	0	1	2	4	1	1	1	0	4	11
10月8日	1	3	1	0	1	4	1	1	1	0	5	8
10月9日	1	2	1	0	2	4	0	0	2	0	6	6
10月10日	0	1	0	0	0	3	0	0	0	0	0	4
10月11日	0	2	1	1	1	4	0	1	0	0	2	8
10月12日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10月13日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10月14日	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
10月15日	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
10月16日	0	0	2	1	0	0	1	2	1	0	4	3

	朝日		毎日		読売		産経		日経		記事数	
	全国	地方	全国	地方	全国	地方	全国	地方	全国	地方	全国	地方
10月17日	1	1	2	0	4	0	2	2	1	0	10	3
10月18日	0	1	2	0	1	1	0	0	0	0	3	2
10月19日	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
10月20日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10月21日	1	0	4	0	2	0	1	1	1	0	9	1
10月22日	1	0	3	0	0	0	1	0	0	0	5	0
10月23日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10月24日	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	1	3
10月25日	0	0	1	0	2	0	0	0	1	0	4	0
10月26日	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	3	0
10月27日	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
10月28日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10月29日	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	2	3
10月30日	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	3	1
10月31日	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2	0
11月1日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11月2日	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0
11月3日	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2	0
11月4日	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
11月5日	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2	0
11月6日	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
11月7日	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
11月8日	0	1	1	0	0	0	0	2	1	0	2	3
11月9日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11月10日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11月11日	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1
11月12日	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
11月13日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11月14日	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0	3	0
11月15日	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	4
11月16日	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0
11月17日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11月18日	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	2

	朝日		毎日		読売		産経		日経		記事数	
	全国	地方	全国	地方	全国	地方	全国	地方	全国	地方	全国	地方
11月19日	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1
11月20日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11月21日	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	2
11月22日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11月23日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11月24日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11月25日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11月26日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11月27日	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
11月28日	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
11月29日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11月30日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12月1日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12月2日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12月3日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12月4日	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2	0
12月5日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12月6日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12月7日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12月8日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12月9日	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
12月10日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12月11日	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	29	29	46	15	36	38	34	40	51	0	197	123

(2) 単純到達読者数

表 1-18、図 1-8 に分析対象期間内の掲載記事の単純到達読者数を、新聞社及び日にちごと示す。

表 1-18 メラミン混入に関する単純到達読者数

	朝日	毎日	読売	産経	日経	合計
9月20日	3861868	3125578	17931097	2191587	3034481	30144611
9月21日	24675096	19872795	20066430	8766348	6068962	79449631
9月22日	8225032	1562789	3948941	2191587	0	15928349
9月23日	0	3974559	10033215	2191587	15172405	31371766
9月24日	16450064	0	10033215	2191587	10924771	39599637
9月25日	3861868	0	0	2191587	4653084	10706539
9月26日	12086900	7949118	20066430	2191587	6068962	48362997
9月27日	24675096	7949118	10033215	4383174	10722046	57762649
9月28日	0	3974559	0	2191587	0	6166146
9月29日	0	0	0	0	0	0
9月30日	0	0	0	0	0	0
10月1日	0	3974559	0	0	0	3974559
10月2日	8225032	3974559	10033215	4383174	3034481	29650461
10月3日	8225032	3974559	0	4383174	0	16582765
10月4日	3861868	9511907	20066430	6574761	10722046	50737012
10月5日	16450064	7949118	30099645	2191587	9103443	65793857
10月6日	8225032	0	0	0	4653084	12878116
10月7日	0	0	20066430	2191587	3034481	25292498
10月8日	8225032	3974559	10033215	2191587	3034481	27458874
10月9日	8225032	3974559	20066430	0	6068962	38334983
10月10日	0	0	0	0	0	0
10月11日	0	3974559	10033215	0	0	14007774
10月12日	0	0	0	0	0	0
10月13日	0	0	0	0	0	0
10月14日	0	0	0	0	1618603	1618603
10月15日	0	0	0	0	0	0
10月16日	0	7949118	0	2191587	3034481	13175186
10月17日	8225032	7949118	34048586	4383174	3034481	57640391
10月18日	0	7949118	3948941	0	0	11898059
10月19日	0	0	0	2191587	0	2191587
10月20日	0	0	0	0	0	0
10月21日	8225032	11074696	13982156	2191587	3034481	38507952

	朝日	毎日	読売	産経	日経	合計
10月22日	8225032	7100137	0	2191587	0	17516756
10月23日	0	0	0	0	0	0
10月24日	0	3974559	0	0	0	3974559
10月25日	0	1562789	7897882	0	1618603	11079274
10月26日	8225032	0	0	4383174	0	12608206
10月27日	8225032	0	0	0	0	8225032
10月28日	0	0	0	0	0	0
10月29日	8225032	3974559	0	0	0	12199591
10月30日	0	0	10033215	2191587	3034481	15259283
10月31日	0	0	0	2191587	3034481	5226068
11月1日	0	0	0	0	0	0
11月2日	0	0	0	0	6068962	6068962
11月3日	0	3974559	0	0	3034481	7009040
11月4日	0	3974559	0	0	0	3974559
11月5日	0	3974559	0	0	3034481	7009040
11月6日	0	3974559	0	0	0	3974559
11月7日	0	0	0	0	0	0
11月8日	0	3974559	0	0	3034481	7009040
11月9日	0	0	0	0	0	0
11月10日	0	0	0	0	0	0
11月11日	8225032	0	0	0	0	8225032
11月12日	0	0	0	2191587	0	2191587
11月13日	0	0	0	0	0	0
11月14日	0	0	3948941	0	4653084	8602025
11月15日	0	0	0	0	0	0
11月16日	8225032	0	10033215	0	0	18258247
11月17日	0	0	0	0	0	0
11月18日	0	0	0	0	0	0
11月19日	0	0	0	0	3034481	3034481
11月20日	0	0	0	0	0	0
11月21日	0	0	0	0	0	0
11月22日	0	0	0	0	0	0
11月23日	0	0	0	0	0	0
11月24日	0	0	0	0	0	0

	朝日	毎日	読売	産経	日経	合計
11月25日	0	0	0	0	0	0
11月26日	0	0	0	0	0	0
11月27日	0	0	0	0	3034481	3034481
11月28日	0	0	0	0	0	0
11月29日	0	0	0	0	0	0
11月30日	0	0	0	0	0	0
12月1日	0	0	0	0	0	0
12月2日	0	0	0	0	0	0
12月3日	0	0	0	0	0	0
12月4日	0	0	10033215	0	3034481	13067696
12月5日	0	0	0	0	0	0
12月6日	0	0	0	0	0	0
12月7日	0	0	0	0	0	0
12月8日	0	0	0	0	0	0
12月9日	0	0	0	0	0	0
12月10日	0	0	0	0	0	0
12月11日	0	0	0	0	0	0
合計	2.21E+08	1.61E+08	3.06E+08	74513958	1.44E+08	9.07E+08

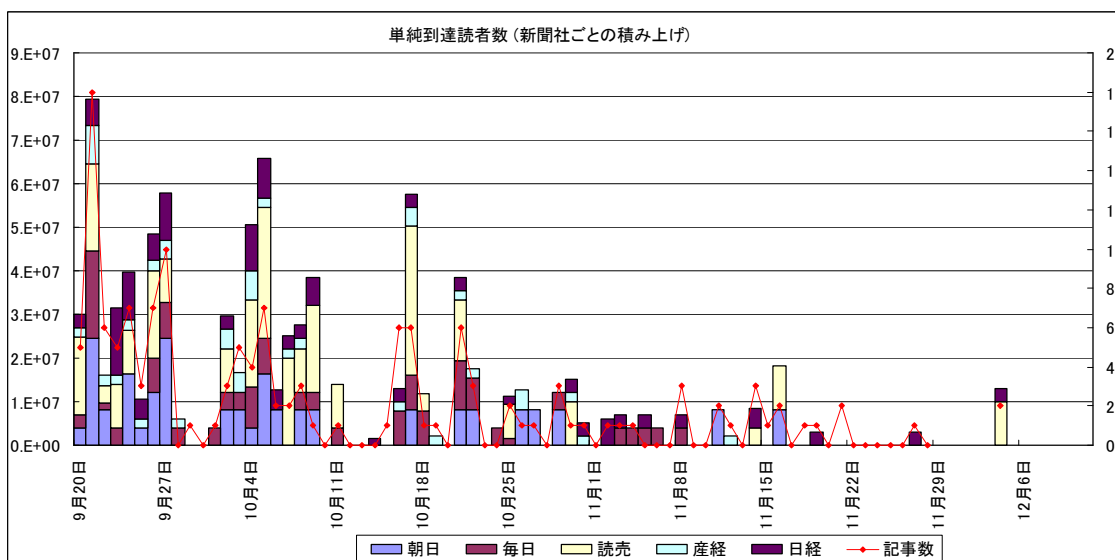


図 1-8 メラミン混入に関する新聞記事の件数と単純到達読者数の推移

(3) 露出量ポイント

表 1-19、図 1-9 に分析対象期間内の掲載記事の露出量ポイントを、新聞社及び日にちごとを示す。

表 1-19 メラミン混入に関する露出量ポイント

	朝日	毎日	読売	産経	日経	合計
9月20日	5.01E+08	1.12E+09	3.94E+09	1.25E+09	5.48E+09	1.23E+10
9月21日	1.3E+11	1.62E+10	8.02E+10	1.62E+10	5.66E+09	2.48E+11
9月22日	3.65E+09	1.16E+09	6.03E+08	1.16E+09	0	6.57E+09
9月23日	0	1.81E+09	1.01E+09	6.63E+08	1.41E+10	1.76E+10
9月24日	5.71E+09	0	5.44E+09	4.44E+09	1.17E+10	2.73E+10
9月25日	4.4E+08	0	0	2.32E+08	4.48E+08	1.12E+09
9月26日	1.39E+09	8.7E+08	1.54E+09	5.6E+08	2.28E+09	6.64E+09
9月27日	1.11E+10	1.3E+09	2.27E+09	3.23E+09	1.63E+10	3.42E+10
9月28日	0	2.47E+09	0	6E+08	0	3.07E+09
9月29日	0	0	0	0	0	0
9月30日	0	0	0	0	0	0
10月1日	0	3.12E+08	0	0	0	3.12E+08
10月2日	3.05E+09	1.16E+09	1.03E+10	7.73E+08	7.71E+08	1.61E+10
10月3日	1.76E+10	1.71E+09	0	1.57E+09	0	2.09E+10
10月4日	3.31E+08	2.07E+09	3.75E+09	4.7E+09	9.26E+09	2.01E+10
10月5日	2.07E+10	1.7E+09	8.86E+09	3.94E+09	7.86E+09	4.31E+10
10月6日	1.42E+09	0	0	0	5.11E+09	6.54E+09
10月7日	0	0	2.45E+09	5.65E+08	4.13E+08	3.43E+09
10月8日	9.12E+08	6.59E+08	1.38E+09	3.85E+08	2.58E+08	3.6E+09
10月9日	7.65E+08	4.64E+08	3.76E+09	0	6.16E+09	1.11E+10
10月10日	0	0	0	0	0	0
10月11日	0	4.18E+08	1.46E+09	0	0	1.88E+09
10月12日	0	0	0	0	0	0
10月13日	0	0	0	0	0	0
10月14日	0	0	0	0	6.69E+09	6.69E+09
10月15日	0	0	0	0	0	0
10月16日	0	7.83E+09	0	2.5E+09	1.52E+09	1.19E+10
10月17日	1.17E+09	1.69E+09	1.48E+10	2.18E+09	2.58E+08	2.01E+10

	朝日	毎日	読売	産経	日経	合計
10月18日	0	2.92E+09	7E+09	0	0	9.92E+09
10月19日	0	0	0	5.84E+09	0	5.84E+09
10月20日	0	0	0	0	0	0
10月21日	2E+09	4.39E+09	2.15E+10	2.54E+09	5.66E+09	3.6E+10
10月22日	2.19E+10	2.93E+09	0	1.37E+09	0	2.61E+10
10月23日	0	0	0	0	0	0
10月24日	0	9.32E+08	0	0	0	9.32E+08
10月25日	0	3.65E+08	1.32E+10	0	1.96E+08	1.38E+10
10月26日	2.09E+10	0	0	1.44E+09	0	2.24E+10
10月27日	2.96E+10	0	0	0	0	2.96E+10
10月28日	0	0	0	0	0	0
10月29日	7.82E+08	4.32E+08	0	0	0	1.21E+09
10月30日	0	0	3.18E+09	7.95E+08	3.66E+08	4.34E+09
10月31日	0	0	0	1.94E+08	3.08E+08	5.02E+08
11月1日	0	0	0	0	0	0
11月2日	0	0	0	0	9.05E+09	9.05E+09
11月3日	0	1.85E+09	0	0	2.04E+09	3.89E+09
11月4日	0	1.33E+09	0	0	0	1.33E+09
11月5日	0	3.74E+08	0	0	3.66E+08	7.41E+08
11月6日	0	4.61E+08	0	0	0	4.61E+08
11月7日	0	0	0	0	0	0
11月8日	0	6.8E+08	0	0	3.91E+08	1.07E+09
11月9日	0	0	0	0	0	0
11月10日	0	0	0	0	0	0
11月11日	1.4E+09	0	0	0	0	1.4E+09
11月12日	0	0	0	2.1E+09	0	2.1E+09
11月13日	0	0	0	0	0	0
11月14日	0	0	4.88E+08	0	1.25E+09	1.74E+09
11月15日	0	0	0	0	0	0
11月16日	6.8E+08	0	2.86E+09	0	0	3.55E+09
11月17日	0	0	0	0	0	0
11月18日	0	0	0	0	0	0
11月19日	0	0	0	0	5.23E+08	5.23E+08
11月20日	0	0	0	0	0	0

	朝日	毎日	読売	産経	日経	合計
11月21日	0	0	0	0	0	0
11月22日	0	0	0	0	0	0
11月23日	0	0	0	0	0	0
11月24日	0	0	0	0	0	0
11月25日	0	0	0	0	0	0
11月26日	0	0	0	0	0	0
11月27日	0	0	0	0	6.83E+09	6.83E+09
11月28日	0	0	0	0	0	0
11月29日	0	0	0	0	0	0
11月30日	0	0	0	0	0	0
12月1日	0	0	0	0	0	0
12月2日	0	0	0	0	0	0
12月3日	0	0	0	0	0	0
12月4日	0	0	6.34E+08	0	2.82E+08	9.16E+08
12月5日	0	0	0	0	0	0
12月6日	0	0	0	0	0	0
12月7日	0	0	0	0	0	0
12月8日	0	0	0	0	0	0
12月9日	0	0	0	0	0	0
12月10日	0	0	0	0	0	0
12月11日	0	0	0	0	0	0
合計	2.76E+11	5.96E+10	1.91E+11	5.92E+10	1.22E+11	7.07E+11

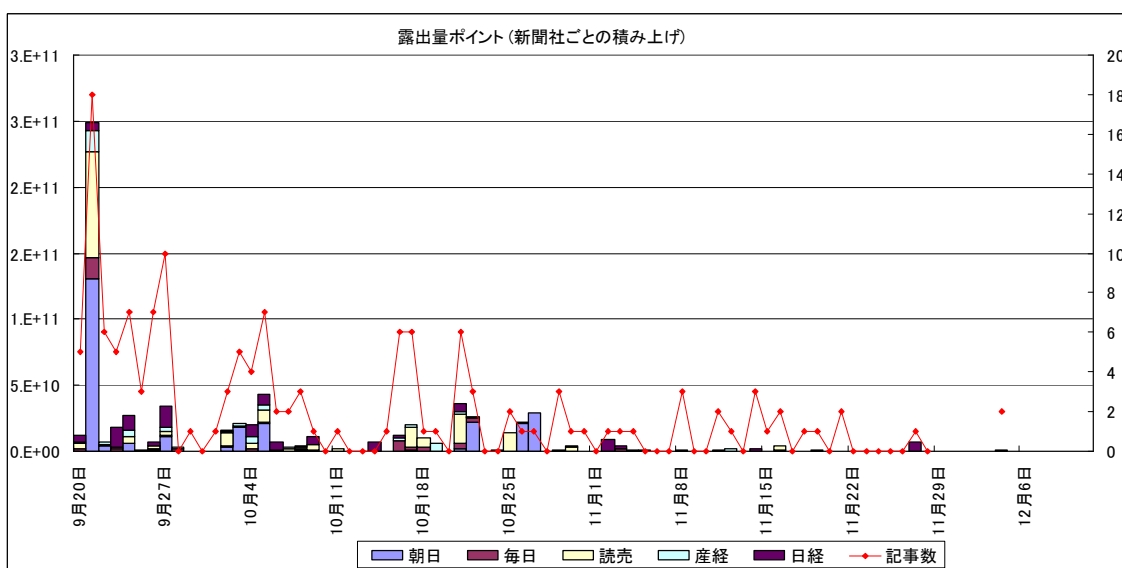


図 1-9 メラミン混入に関する新聞記事の件数と露出量ポイントの推移

1.3.3 報道内容の分析

(1) キーメッセージの抽出

メラミン混入については、連日、記者発表が行われている状況ため、各プレスリリースのキーメッセージについては既に発表された内容を除き、新しい発表内容だけを選定する。

キーメッセージ

① 「中国における牛乳へのメラミン混入事案への対応について」

第1報

- ア. メラミン混入が判明し、事業者が自主回収を開始した。
- イ. 中国から輸入される乳及び乳製品並びに加工食品の輸入者に対し、原材料に使用された乳及び乳製品にメラミンの混入の問題がないか、検疫所、業界団体を通じて点検するよう要請するとともに、輸入者に対しメラミンの検査を指示した。
- ウ. 本事案について、都道府県等及び関係団体に情報提供を行う。

第2報

- ア. 本事案については関係府省で連携して対応している。
- イ. 9月22日、中国から輸入される乳及び乳製品並びにこれを含む加工食品の輸入者に対し、メラミン混入について自主検査を積極的に行うよう要請した。

第3報

- ア. 検疫所を通じて輸入者に対し、現在実施中の(1)原材料の点検結果の早期の提出、及び(2)自主検査に当たっては、製品全体に占める原材料としての乳及び乳製品の配合割合が高い加工食品を優先するよう、指示するとともに、その旨を関係団体に周知した。
- イ. 9月26日、中国産加工食品からメラミンが検出されたことを受け、中国から輸入される乳及び乳製品並びにこれらを原材料とする加工食品について、食品衛生法第26第3項に基づく検査命令を実施することとした。

第4報以降は、メラミンが検出され回収決定された個別製品に関する発表のため、以下をキーメッセージとする。

- ア. 製品名
- イ. メラミン検出と回収等の措置に関する事実（流通していない場合も含む。措置が記載されていないプレスリリースは製品名のみをキーメッセージとした。）

② 「中国産乾燥卵からのメラミンの検出について」

- ア. 輸入者の自主検査により、中国産乾燥鶏卵からメラミンが検出され、当該品の採卵鶏に給餌されていた飼料からもメラミンが検出されたとの報告があり、10月16日に輸入者が公表を行った。
- イ. 厚生労働省としては、飼料等から食品中への間接的なメラミンの残留が確認された場合の取扱いとして、諸外国において規制値として示されている2.5 ppmを超えてメラミンが検出された場合にあつては、関係事業者に対し、自主的に当該食品の回収等の措置を講ずるよう指導することとした。

(2) 記事の正確性の評価

次ページ以降に、評価対象記事における前述したキーメッセージの掲載の正確性を評価した結果を示す。なお、1.3.1(2)に示した抽出条件に合致した総記事件数は70件であった。

第1報についてはキーメッセージのウ. を記載した記事が1つもない。第2報では誤報が確認された。第2報では厚労省から自主検査の要請をしたとの発表がなされているが、記事では「検査を義務付けることを決めた」と記載している。また、第2報は全体的にキーメッセージの記載された記事が少なく、ア. については記載した記事は存在しない。第3報以降は比較的キーメッセージを正しく、もしくはメッセージの一部を掲載する記事となっている。第4報以降は該当する記事数が非常に少なく、全国紙5紙全てに掲載されていないものはない。また、全てのプレスリリースに対応する記事が掲載されてはならず、第6、

13 報、および第 21 報以降については抽出条件に合致する記事は存在しなかった。

全ての記事を評価した結果、メラミン混入に関する厚労省のキーメッセージを網羅的に伝える記事は 24 件（全 70 件中）であった。特に前半のプレスリリースについてはその割合は低下し、第 4 報まででは 3 件（全 34 件中）のみであった。

表 1-20 メラミン混入に関する発表についての記事の正確性評価結果

○：掲載あり、△：一部掲載あり、－：掲載なし、×：誤報

【第1報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア. 自主 回収開始	イ. 対応 内容	ウ. 情報 提供	備考
1	メラミン問題、丸大自主回収、国内各社、対応急ぐ——中国製食品、不安が拡大。	日経	9月21日	朝刊	－	－	－	厚労省の発表を伝える記事ではない
2	メラミン混入——また中国産で問題、消費者に広がる不信、政府、チェックを強化。	日経	9月21日	朝刊	○	○	－	
3	丸大、回収5商品に 厚労・農水省、業者に点検指示 メラミン問題	朝日	9月21日	朝刊	○	△	－	点検指示との記載はあるが、検査指示の記載はない 記事中に厚労省食品安全部担当者コメントの掲載あり（「微量のメラミンが含まれていたとしても、腎機能障害などを起こす可能性はきわめて低いのではないか」）
4	（時時刻刻）メラミン汚染も波及 どの食品に？見通せず	朝日	9月21日	朝刊	○	○	－	コラム記事であるが、厚労省の対応等に対するものではない
5	中国製乳製品：メラミン検査義務化を通知——厚労省	毎日	9月21日	朝刊	－	○	－	

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア. 自主 回収開始	イ. 対応 内容	ウ. 情報 提供	備考
6	クローズアップ2008:メラミン疑惑 食品混入は想定外	毎日	9月21日	朝刊	—	△	—	「メラミン検査を業者などに指示」とのみ記載 厚労省見解を掲載(「健康被害を起こすほど大量のメラミンが入った食品が輸入される可能性はまずない」同省輸入食品安全対策室長は「安全面で最も確実なのは、牛乳・乳製品と同様に、乳製品が入った加工品の輸入も止めることだが、いつまで続ければいいのか判断が難しく、影響も予測できない」)
7	[スキャナー]「中国製」衝撃再び メラミン問題、飛び火	読売	9月21日	朝刊	—	—	—	行政の盲点を指摘するのみの記事(中面に発表内容を伝える記事を掲載) 厚労省見解を掲載(同省監視安全課「当初は粉ミルクの被害だけだったので、加工食品にまで広がるとは予測できなかった」、厚労省幹部「今回は丸大が自主的に公表したが、検査では素通りしてしまう」)
8	メラミン疑惑 丸大回収は5商品に中国製食品、不信拡大	読売	9月21日	朝刊	○	△	—	安全性の点検を求めた、とのみ記載
9	丸大食品、さらに2商品回収 メラミン混入恐れ 9月の出荷数は5000個	読売	9月21日	大阪朝刊	○	○	—	

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア. 自主 回収開始	イ. 対応 内容	ウ. 情報 提供	備考
10	丸大、中国製加工食品5品を回収 客 困惑「何を信用して買えば」＝中部	読売	9月21日	中部朝刊	○	△	－	安全性の点検を求めた、とのみ記載
11	中国食品への不信、内外で拡大 メラ ミン乳流通か 丸大が5商品回収	産経	9月21日	朝刊	○	×	－	全国の検疫所での検査強化を指示、食品団体に 自主検査の実施を指導、輸入業者に点検を指導、 と記載
12	検疫の盲点に驚き 厚労省 汚染牛 乳問題	産経	9月21日	朝刊	－	－	－	現行制度の盲点を伝える記事
13	メラミン混入 自主検査義務付け 厚労省、中国製輸入時に	産経	9月21日	大阪朝刊	○	○	－	
14	【水平垂直】牛乳に水加え メラミン で成分偽装 「何十年も前の手法」	産経	9月21日	大阪朝刊	－	－	－	現行制度の盲点を伝える記事
15	中国製メラミン食品、国内流通か 丸 大が3製品回収	読売	9月20日	夕刊	－	△	－	正式発表前の記事であり、「方針」として記載

【第2報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.省庁 間連携	イ.要請 内容	備考
16	メラミン混入の恐れ——全国知事会、中国 産乳製品の輸入停止を要請。	日経	9月23日	朝刊	－	－	厚労省の発表を伝える記事ではない
17	メラミン混入の恐れ——輸入済み製品、自 主検査要請、厚労省、輸入業者に。	日経	9月23日	朝刊	－	○	

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.省庁 間連携	イ.要請 内容	備考
18	中国製乳製品：メラミン疑惑 メーカーやスーパー、安全対策に追われ	毎日	9月23日	朝刊	—	×	「検査を義務付けることを決めた」と記載されているが、自主検査の要請であり、義務付けてはいない。
19	中国製乳製品：メラミン疑惑 中国産不信、再燃も 食品、流通に打撃——撤去広がる	毎日	9月23日	大阪朝刊	—	×	「検査を義務付けることを決めた」と記載されているが、自主検査の要請であり、義務付けてはいない。 (18と同様の記事、大阪本社版で掲載)
20	中国産乳製品「輸入全面停止を」 全国知事会長、国に要請へ	読売	9月23日	西部朝刊	—	—	厚労省の発表を伝える記事ではない
21	メラミン菓子 35万袋超出荷か	産経	9月23日	朝刊	—	—	厚労省の発表を伝える記事ではない

【第3報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.対応 内容	イ.検査命 令の発令	備考
22	メラミン検出——工業物質は想定外、輸入食品、難しい安全管理。	日経	9月27日	朝刊	—	—	厚労省の発表を伝える記事ではない
23	メラミン検出、「まさか本当に…」、丸大苦渋「責任を痛感」＝訂正あり	日経	9月27日	朝刊	—	—	厚労省の発表を伝える記事ではない
24	メラミン検出——中国製乳製品の原材料点検命令、輸入業者に厚労省。	日経	9月27日	朝刊	—	○	
25	国内商品からメラミン 回収の総菜など丸大製	朝日	9月27日	朝刊	—	—	「厚労省が日本に入る乳製品や加工食品のチェックに乗り出す」との記載があるが、発表を伝える記事ではない

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.対応 内容	イ.検査命 令の発令	備考
26	12国・地域製の輸入品検査を指示 丸大食品からメラミン 厚労省、検疫所に	朝日	9月27日	朝刊	△	○	点検結果の早期提出についての記載はない
27	中国製乳製品：厚労省、中国製乳使用の食品検査を命令	毎日	9月27日	朝刊	○	○	
28	メラミン検出 中国乳製品に検査命令／厚労省	読売	9月27日	朝刊	—	○	
29	丸大食品メラミン検出 「やっぱり出たか」中国製品の不信増大	産経	9月27日	朝刊	△	○	点検結果の早期提出についての記載はない
30	丸大 メラミン混入 検査各1個、精度に疑問	産経	9月27日	大阪朝刊	△	○	点検結果の早期提出についての記載はない 厚労省監視安全課コメントを掲載（「検出は予想の範囲内で、回収もほぼ終了したことから、被害は広がらないのでは」との見解を示している）

【第4報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.製品 名	イ.自主回 収の措置	備考
31	輸入菓子にメラミン 通販のエッグタルト 兼松	朝日	10月2日	朝刊	○	○	
32	中国製輸入菓子からメラミン 兼松が自主回収	読売	10月2日	朝刊	○	○	

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.製品 名	イ.自主回 収の措置	備考
33	中国菓子からメラミン エッグタルト 兼松に回収命令へ	産経	10月2日	朝刊	○	—	近く港区保健所が回収命令を出す見込み、との記載はあるが、厚労省が自主回収の措置を指示したとの記載はない
34	兼松の菓子里にメラミン 中国から輸入、自 主回収	産経	10月2日	大阪朝刊	○	△	自主回収を開始したことの記載はあるが、厚労省が自主回収の措置を指示したとの記載はない

【第5報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.製品 名	イ.自主回 収の措置	備考
35	中国製チョコにメラミン、大阪の業者が輸 入、8万袋回収へ。	日経	10月4日	朝刊	○	△	大阪市が自主回収を指示したとの記載にとどまる
36	中国菓子またメラミン 80万袋輸入、検 出量は最大	産経	10月4日	朝刊	○	○	

【第7報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.製品 名	イ.自主回 収の措置	備考
37	中国製冷凍たこ焼き、微量のメラミン検出 ／厚労省	読売	10月8日	朝刊	○	○	
38	たこ焼きからも微妙のメラミン	産経	10月8日	朝刊	○	○	
39	たこ焼きからメラミン	産経	10月8日	大阪朝刊	○	○	

【第8報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.製品 名	イ.自主回 収の措置	備考
40	大阪の輸入会社、中国製パンからメラミンを検出。	日経	10月9日	朝刊	△	○	全四品目のうち1品目の品名を掲載し、他四品目と記載
41	中国製パン生地、メラミン検出/厚労省	読売	10月9日	朝刊	○	○	

【第10報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.製品 名	イ.自主回 収の措置	備考
42	フライドチキンからもメラミン検出【大阪】	朝日	10月17日	朝刊	○	○	
43	中国製食品:冷凍チキンからメラミン検出 ー兵庫の会社輸入	毎日	10月17日	朝刊	○	○	
44	中国産フライドチキン、微量のメラミン検出 兵庫の会社が輸入	読売	10月17日	朝刊	○	○	
45	汚染食品、検疫に限界 「海外工場に日本人管理者」案も浮上	産経	10月17日	朝刊	ー	ー	厚労省の発表を伝える記事ではない
46	中国産インゲン 混入は冷凍処理後か 殺虫剤、日中で流通	産経	10月16日	大阪夕刊	ー	ー	厚労省の発表を伝える記事ではない

【中国産乾燥卵】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア. 飼料 からの検 出の報告	イ. 飼料 等への残 留の取扱	備考
47	中国産の乾燥卵からメラミン検出 菓子 パン用、被害報告なし	読売	10月17日	朝刊	—	—	特定の製品についての報道であり、厚労省からの 発表内容を伝えるものではない
48	中国産にメラミン 「卵製品も汚染とは」 消費者、募る不安	読売	10月17日	朝刊	—	△	中国産卵製品や加工食品の自主検査を指示したこ とのみ記載
49	中国産鶏卵からメラミン	産経	10月17日	朝刊	○	△	中国産卵製品や加工食品の自主検査を指示したこ とのみ記載
50	中国産乾燥鶏卵 メラミン検出	産経	10月17日	大阪朝刊	○	△	これから輸入する際の自主検査を指示したこと のみ記載

【第11報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.製品 名	イ.流通 なし	備考
51	社説: 食の安全 自給率高める方策考えた い	毎日	10月18日	朝刊	—	—	厚労省の発表を伝える記事ではない
52	中国製食品: 輸入冷凍たこやきからメラミ ン検出	毎日	10月18日	朝刊	○	○	

【第12報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.製品 名	イ.消費 済み	備考
53	サイゼリヤ、ピザに微量メラミン、中国製生地から検出。	日経	10月21日	朝刊	○	○	
54	中国製食品：「サイゼリヤ」のピザから微量メラミン 外食店メニューで初	毎日	10月21日	朝刊	○	○	
55	サイゼリヤでも中国製ピザ生地からメラミン 4万8600枚販売 健康被害なし	読売	10月21日	朝刊	○	○	
56	サイゼリヤ 中国ピザにメラミン 検査結果待たず542店へ	産経	10月21日	朝刊	○	—	全量消費済みであることは記載されていない
57	ピザにメラミン混入 伊料理「サイゼリヤ」542店 中国輸入品	産経	10月21日	大阪朝刊	○	○	

【第14報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.製品 名	イ.流通 なし	備考
58	中国製食品：冷凍たこ焼き、メラミン検出	毎日	10月29日	朝刊	○	○	
59	中国製食品：業務用の冷凍たこ焼き、メラミン検出	毎日	10月29日	大阪朝刊	○	○	
60	たこ焼きからもメラミン検出 中国から輸入/厚労省	読売	10月29日	大阪朝刊	○	○	
61	激増する「食」検査 相次ぐ有害物質検出 食品各社が態勢強化	産経	10月29日	大阪朝刊	—	—	厚労省の発表を伝える記事ではない

【第 15 報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.製品 名 1	イ.製品 名 2	備考
62	かぼちゃまん メラミン混入	産経	10月30日	朝刊	○	○	

【第 16 報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.製品 名 1	イ.製品 名 2	ウ.流通 なし	備考
63	冷凍食品からメラミン、東京と川崎、 中国から輸入（ピックアップ）	日経	10月31日	朝刊	○	○	○	
64	冷凍食品 2 品目でメラミン	産経	10月31日	朝刊	○	○	○	

【第 17 報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.製品 名	イ.流通 なし	備考
65	ピザ生地からメラミン検出、業者輸入の中国 製。	日経	11月5日	朝刊	○	○	

【第 18 報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.製品 名	イ.流通 なし	備考
66	中国製食品：冷凍パン生地からメラミン検出	毎日	11月6日	朝刊	○	○	

【第 19 報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.製品 名	イ.流通 なし	備考
67	中国製食品：福岡の業者輸入、冷凍食品から メラミン検出	毎日	11月7日	西部朝刊	○	○	

【第 20 報】

No.	記事名	掲載新聞	掲載日	朝/夕 地方	ア.製品 名 1	イ.製品 名 2	ウ.製品 名 3	エ.製品 名 4	備考
68	マレーシア製食品にメラミン、大 阪の業者が輸入。	日経	11月8日	朝刊	△	△	△	△	製品が特定できるまでの名称は記載され ていない 流通状況等についての記載はない
69	メラミン：中国製など4製品から 検出	毎日	11月8日	朝刊	○	○	○	○	4 製品の流通状況についてもそれぞれ記 載
70	マレーシア製菓子も メラミン 混入 大阪市が回収命令	産経	11月8日	大阪朝刊	—	○	—	—	マレーシア製菓子についてのみ記載

1.3.4 テレビ報道の分析

(1) 報道時間の分析

表 1-21、図 1-10 にテレビ報道番組における一日あたりの累計報道時間の推移を示す。

9月22日、10月21日に報道時間が突出していることがわかる。9月22日の報道の多くは、回収対象商品の菓子約3万袋（約30万個）が、業務用として病院や老人保健施設など全都道府県の計3054施設に納入されていたことについてであり、10月21日の報道の多くは、外食チェーンが店舗で提供したピザの中国製生地から有毒物質のメラミンを検出したことを明らかにしたことについてである。

表 1-21 メラミン混入に関するテレビ報道時間（1日あたり累計）の推移

報道日	報道時間(秒)						
	NHK 総合	日本テレビ	TBS テレビ	フジテレビ	テレビ朝日	テレビ東京	計
9月20日	544	278	391	278	335	406	2,232
9月21日	1,127	863	550	153	406	65	3,164
9月22日	1,474	1,762	3,160	2,226	1,930	437	10,989
9月23日	591	1,245	440	741	939	26	3,982
9月24日	232	0	196	391	383	81	1,283
9月25日	476	666	403	41	194	67	1,847
9月26日	1,103	223	902	149	362	29	2,768
9月27日	1,775	1,074	381	306	331	16	3,883
9月28日	1,387	0	121	0	0	0	1,508
9月29日	465	0	399	456	0	0	1,320
9月30日	0	0	0	0	0	0	0
10月1日	313	69	33	0	96	0	511
10月2日	347	179	255	226	329	88	1,424
10月3日	333	76	0	0	0	0	409
10月4日	608	27	373	186	235	64	1,493
10月5日	612	97	204	68	62	0	1,043
10月6日	376	35	69	0	90	0	570
10月7日	104	34	0	0	0	0	138
10月8日	145	199	141	0	0	31	516
10月9日	530	0	0	0	0	35	565
10月10日	0	73	0	0	0	0	73
10月11日	0	0	0	0	0	0	0

報道日	報道時間(秒)						
	NHK 総合	日本テレビ	TBS テレビ	フジテレビ	テレビ朝日	テレビ東京	計
10月12日	0	0	0	0	0	0	0
10月13日	0	0	0	0	0	0	0
10月14日	0	0	0	0	0	0	0
10月15日	0	51	123	0	0	0	174
10月16日	86	37	65	20	0	0	208
10月17日	103	80	370	513	144	63	1,273
10月18日	446	139	118	56	51	34	844
10月19日	0	108	30	54	50		242
10月20日	871	246	170	308	76	30	1,701
10月21日	1464	1227	1305	1831	780	162	6,769
10月22日	0	1130	1133	1175	399	52	3,889
10月23日	246	0	1090	0	70	0	1,406
10月24日	83	127	78	23	305	0	616
10月25日	414	515	193	516	334	0	1,972
10月26日	0	1004	207	307	0	0	1,518
10月27日	0	1072	748	502	84		2,406
10月28日	0	218	0	0	0	0	218
10月29日	71	0	0	0	0	0	71
10月30日	0	199	61	90		36	386
10月31日	0	0	0	0	0	0	0
11月1日	0	0	0	0	0	0	0
11月2日	0	0	141	0	61	0	202
11月3日	425	0	0	0	345	0	770
11月4日	169	0	0	51	0	0	220
11月5日	0	0	0	0	0	0	0
11月6日	181	0	0	0	0	0	181
11月7日	166	0	0	0	0	0	166
11月8日	0	0	0	0	0	0	0
11月9日	0	0	0	0	0	0	0
11月10日	78	0	0	0	0	0	78
11月11日	0	0	0	0	90	0	90
11月12日	0	0	0	0	81	0	81
11月13日	0	0	0	0	0	0	0

報道日	報道時間(秒)						
	NHK 総合	日本テレビ	TBS テレビ	フジテレビ	テレビ朝日	テレビ東京	計
11月14日	60	37	0	0	0	0	97
11月15日	0	0	0	0	0	0	0
11月16日	0	0	0	0	0	0	0
11月17日	0	0	0	0	31	0	31
11月18日	0	0	0	0	0	59	59
11月19日	39	0	0	0	0	0	39
11月20日	0	44	0	0	0	0	44
11月21日	40	0	0	0	0	0	40
11月22日	0	0	0	0	0	0	0
11月23日	0	0	0	0	0	0	0
11月24日	0	0	0	0	0	0	0
11月25日	0	0	0	0	0	0	0
11月26日	129	0	0	0	0	0	129
11月27日	0	0	0	0	0	0	0
11月28日	0	0	0	0	0	0	0
11月29日	0	0	0	0	0	0	0
11月30日	0	0	0	0	0	0	0
12月1日	0	0	17	0	0	0	17
12月2日	97	53	356	52			558
12月3日	0	0	0	0	0	0	0
12月4日	0	0	0	0	0	0	0
12月5日	84	0	0	0	0	0	84
12月6日	0	51			192		243
12月7日	0	0	0	0	0	0	0
12月8日	0	0	0	0	0	0	0
12月9日	0	0	0	0	0	0	0
12月10日	87	0	0	0	0	0	87
12月11日	0	0	0	0	0	0	0
計	17,881	13,238	14,223	10,719	8,785	1,781	66,627

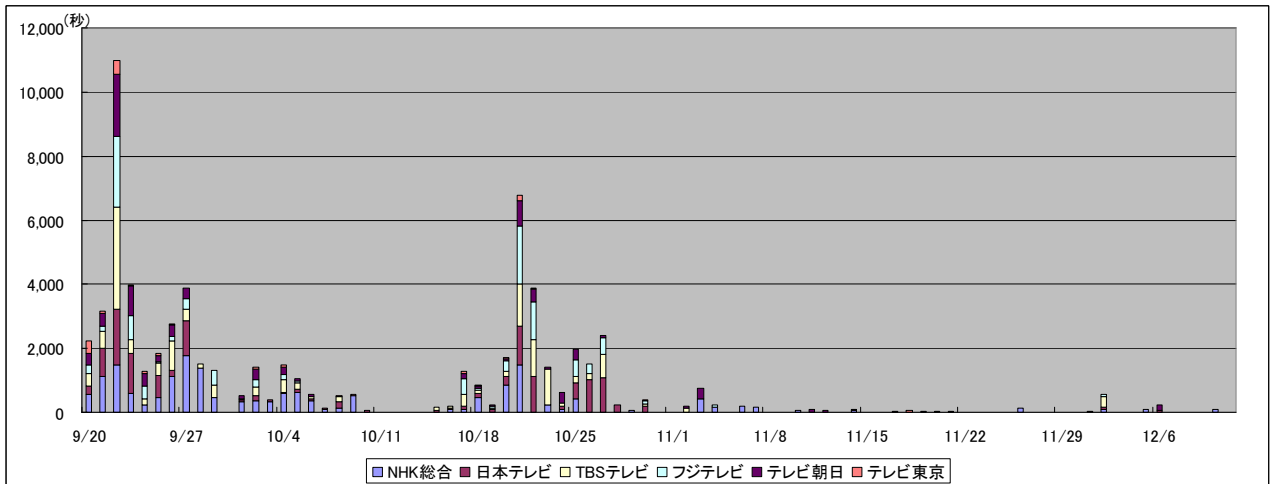


図 1-10 メラミン混入に関するテレビ報道時間（1日あたり累計）の推移

(2) 取材先の分析

表 1-22 に NHK の取材先の推移を示す。事件発生後 10 日間は、様々な関係機関に取材を行っているが、その後は、取材先自体が減少し、製品回収を行う企業を中心に取材していることがわかる。WHO や科学者など専門家は、10 月 10 日以降、報道に出演していない。

表 1-22 メラミン混入に関する NHK 取材先の推移⁴

	中国当局	企業	納入先施設	WHO	科学者/研究者	消費者団体	その他 ⁵
9/20～9/29	5	4	1	2	4	2	9
9/30～10/9	1	1	0	0	2	0	1
10/10～10/19	0	1	0	0	0	0	2
10/20～10/29	0	3	0	0	0	0	2
10/30～11/8	0	0	0	0	0	0	2
11/9～11/18	0	0	0	0	0	0	0
11/19～11/28	0	3	0	0	0	0	2
11/29～12/8	0	0	0	0	0	0	2
12/9～12/11	0	0	0	0	0	0	0

⁴ 本データは実際に報道されたものを集計している。報道機関は実際には報道されているよりも多くの取材を行っていると考えられる。

⁵ 「その他」には、一般の人の該当コメントが主に含まれる。9/28 には国際的な情報特集する報道番組「海外ネットワーク」で中国の市民や医師などのコメントが 6 件取り上げられているために、9/20～29 の件数が多くなっている。

また、NHK 報道に出演した科学者/研究者は表 1-23 のとおりである。

表 1-23 メラミン混入に関して NHK に出演した科学者/研究者⁶

出演者	出演回数
大学教授（毒物学）	3 回
研究所研究者（毒性学）	1 回
大学教授（農業経済学）	1 回
大学教授（農業経済学）	2 回
メラミン検査会社従業員	1 回

1.3.5 結果のまとめ

(1) 報道量の調査結果

- 1) 総掲載記事件数は全国が 197 件、地方が 123 件の合計 320 件であり、10 月末までの間は日々連続して記事掲載があった。
- 2) 露出量ポイントによる評価から、第 1 報の翌日である 9 月 21 日に大きく報道されたあとは、ほとんど大きな記事の取り扱いになっていないことが確認された。
- 3) 11 月に入ってから、厚生労働省からの発表そのものは続いているにもかかわらず、記事掲載の件数自体が非常に限定されていた。

(2) 報道内容の分析結果

- 4) 第 2 報では誤報が確認された。第 2 報では厚労省から自主検査の要請をしたとの発表がなされているが、記事では「検査を義務付けることを決めた」と記載していた。
- 5) 全ての記事を評価した結果、メラミン混入に関する厚労省のキーメッセージを網羅的に伝える記事は 24 件（全 70 件中）であった。特に前半のプレスリリースについてはその割合は低下し、第 4 報まででは 3 件（全 34 件中）のみであった。
- 6) 全てのプレスリリースに対応する記事が掲載されてはおらず、第 6、13 報、および第 21 報以降については抽出条件に合致する記事は存在しなかった。
- 7) いずれのプレスリリースでも健康被害の有無や可能性について明確な記載がされていないが、記事ではこの点を言及しているものが見られた。

⁶ これらの研究者/科学者については出演したことは確認されているが、どのようなコメントをしたかについては当調査では明らかではない。

(3) テレビ報道の分析結果

- 8) 報道時間は、9月22日、10月21日に突出していた。9月22日の報道の多くは、回収対象商品の菓子約3万袋（約30万個）が、業務用として病院や老人保健施設など全都道府県の計3054施設に納入されていたことについてであり、10月21日の報道の多くは、外食チェーンが店舗で提供したピザの中国製生地から有毒物質のメラミンを検出したことを明らかにしたことについてであった。
- 9) NHKの取材先の推移を整理した結果、事件発生後10日間は、様々な関係機関に取材を行っているが、その後は、取材先が減少し、製品回収を行う企業を中心に取材していることがわかった。WHOや科学者のような専門家は、10月10日以降、報道に出演していなかった。

1.3.6 評価結果の考察

- 結果1)、2)、3)となった要因は、メラミン混入に関しては、厚生労働省の対応が最初の発表で説明された後、それほど大きな変化は無かったこと、また、10月1日（第4報）以降は、個別事案の取り扱いに関する発表であることから、報道として大きく取り上げられるものは無かったためと考えられる。
- 結果4)の通り、記事には誤報が含まれる可能性が確認された。このように誤報が確認された場合には誤って情報が国民や関係者に伝わりさらに混乱をきたす可能性があるため、何らかの対応が必要である。
- 結果5)、6)に示すように、記事になっていないキーメッセージやリリースが多く確認された。記事にならないメッセージは新聞の読者である一般国民には直接関係が無い内容と記者が判断したと考えられる。これらのメッセージについては、他のメッセージと共に記載されるべきであったのかを見直し、他のメッセージと必ずしも併記しなくてもよい内容であれば、より簡潔でわかりやすいプレスリリースとするため、書き方を見直す必要がある。
- 結果5)、7)より、第1報から第4報までは、記事の内容と厚生労働省の発表内容が一致していない点が多く、それは記者が欲していた内容と厚生労働省が報道に期待した内容に開きがあることによるものと推察される。
- 結果8)より、新聞とテレビで報道量の分析結果が異なっており、媒体により報道のされ方が異なることが確認された。
- 結果8)に示した2日の報道が多いのは、回収対象商品の病院や老人保健施設への納入、及び大手外食チェーンの発表が報道の中心であり、視聴者に対してもわかりやすく、かつ、よく知られた企業のニュースであったためと思われる。結果1)、2)に示した通り、新聞では、両日ともそれほどインパクトのある記事が掲載されてはいない。これは、新聞が事件発生の初期に集中して記事を多く掲載するのに対し、テレビは視聴者

にわかりやすい内容を何度も繰り返し放送するという媒体の特性に依存すると考えられる。特に、大手外食チェーンについては、社長が記者会見を行うなど、報道の素材となる映像が提供されたために、より繰り返しの報道になったと考えられる。

- 結果 9) より、専門家のコメントは初期に集中して出されており、特に、後期については視聴者に対して安全性に関する理解が十分に訴求されていない可能性があると言える。

2. 国民の情報の受け取り方に係る調査

2.1 調査概要

2.1.1 本調査

国民の情報の受け取り方に係る調査の本調査の実施概要を表 2-1 に示す。調査方法としてはインターネットアンケートを採用し、クロス・マーケティング社の登録モニターを対象として実施した。有効回答者数は 1478 であり、うち 1325 サンプルは平成 17 年の国勢調査結果に沿うように性別、年齢別、地域別の合計 60 区分で割付を行った（以降、「一般サンプル」）残りの 153 サンプルは、別途、平成 15 年 6 月以降に妊娠していた人、もしくは妊娠していた可能性のあった人として、5 歳以下の幼児をもつ母親に限定して収集した（以降、「特殊サンプル」）。表 2-2 に国勢調査結果をもとにした一般サンプルの割付、回収目標数、および実際に回収されたサンプル数を示す。

表 2-1 調査概要（本調査）

調査方法	インターネットアンケート
調査対象	「クロス・マーケティング」登録モニター
調査期間	2009 年 1 月下旬～2 月上旬
有効回答者総数	1478
回答者属性	【一般サンプル】（1325） 平成 17 年の国勢調査結果を元に、性別、年齢別、地域別（合計 60 区分）でサンプリング 【特殊サンプル】（153） 5 歳以下の幼児をもつ母親

表 2-2 回答者の地域、年齢、性別ごとの回収数（本調査；一般サンプル）

地域	年齢	人口構成比(H17国勢調査)				目標回収数		回収数	
		男	女	男	女	男	女	男	女
北海道・東北	20～29歳	824,700	818,800	0.8%	0.8%	7	7	12	12
	30～39歳	928,600	951,500	0.9%	0.9%	8	8	14	15
	40～49歳	945,800	974,000	0.9%	0.9%	8	8	12	14
	50～59歳	1,183,200	1,245,900	1.1%	1.2%	10	11	15	14
	60歳以上	1,951,100	2,616,200	1.9%	2.5%	17	23	26	31
関東	20～29歳	2,958,800	2,706,400	2.9%	2.6%	26	23	36	34
	30～39歳	3,554,800	3,389,900	3.4%	3.3%	31	29	43	43
	40～49歳	2,890,400	2,740,600	2.8%	2.6%	25	24	34	35
	50～59歳	3,321,400	3,296,400	3.2%	3.2%	29	29	40	41
	60歳以上	5,246,900	6,299,700	5.1%	6.1%	46	55	64	72
中部	20～29歳	1,183,400	1,105,500	1.1%	1.1%	10	10	15	15
	30～39歳	1,460,000	1,395,800	1.4%	1.3%	13	12	17	22
	40～49歳	1,292,000	1,253,000	1.2%	1.2%	11	11	17	16
	50～59歳	1,547,200	1,574,700	1.5%	1.5%	13	14	18	20
	60歳以上	2,552,500	3,213,700	2.5%	3.1%	22	28	28	38
関西	20～29歳	1,220,100	1,233,400	1.2%	1.2%	11	11	16	18
	30～39歳	1,481,500	1,536,200	1.4%	1.5%	13	13	17	23
	40～49歳	1,217,000	1,293,700	1.2%	1.2%	11	11	17	23
	50～59歳	1,515,100	1,602,500	1.5%	1.5%	13	14	18	19
	60歳以上	2,550,700	3,224,600	2.5%	3.1%	22	28	31	38
四国・中国	20～29歳	597,900	600,600	0.6%	0.6%	5	5	8	8
	30～39歳	711,300	713,300	0.7%	0.7%	6	6	9	10
	40～49歳	676,100	714,900	0.7%	0.7%	6	6	10	11
	50～59歳	925,900	961,400	0.9%	0.9%	8	8	11	12
	60歳以上	1,571,200	2,123,900	1.5%	2.0%	14	18	20	25
九州・沖縄	20～29歳	809,500	849,300	0.8%	0.8%	7	7	12	13
	30～39歳	881,200	923,600	0.9%	0.9%	8	8	14	13
	40～49歳	875,800	936,400	0.8%	0.9%	8	8	13	15
	50～59歳	1,097,300	1,152,700	1.1%	1.1%	10	10	15	17
	60歳以上	1,766,400	2,476,000	1.7%	2.4%	15	21	23	33
性別合計		49,737,800	53,924,600	48.0%	52.0%	432	468	625	700
【合計】		103,662,400		100.0%		900		1325	

2.1.2 追加調査

追加調査の概要を表 2-3 に示す。調査方法としては、本調査と同様に、インターネットアンケートを採用し、クロス・マーケティング社の登録モニターを対象として実施した。有効回答者数は 1268 であり、うち 1154 サンプルは平成 17 年の国勢調査結果に沿うように性別、年齢別、地域別の合計 60 区分で割付を行った（以降、「一般サンプル」）残りの 114 サンプルは、別途、平成 15 年 6 月以降に妊娠していた人、もしくは妊娠していた可能性のあった人として、5 歳以下の幼児をもつ母親に限定して収集した（以降、「特殊サンプル」）。表 2-4 に国勢調査結果をもとにした一般サンプルの割付、回収目標数、および実際に回収されたサンプル数を示す。

表 2-3 調査概要（追加調査）

調査方法	インターネットアンケート
調査対象	「クロス・マーケティング」登録モニター
調査期間	2009 年 2 月中旬～下旬
有効回答者総数	1268
回答者属性	【一般サンプル】（1154） 平成 17 年の国勢調査結果を元に、性別、年齢別、地域別（合計 60 区分）でサンプリング 【特殊サンプル】（114） 5 歳以下の幼児をもつ母親

表 2-4 回答者の地域、年齢、性別ごとの回収数（追加調査；一般サンプル）

地域	年齢	人口構成比(H17国勢調査)				目標回収数		回収数	
		男	女	男	女	男	女	男	女
北海道・東北	20～29歳	824,700	818,800	0.8%	0.8%	7	7	7	10
	30～39歳	928,600	951,500	0.9%	0.9%	8	8	11	16
	40～49歳	945,800	974,000	0.9%	0.9%	8	8	11	17
	50～59歳	1,183,200	1,245,900	1.1%	1.2%	10	11	13	11
	60歳以上	1,951,100	2,616,200	1.9%	2.5%	17	23	20	26
関東	20～29歳	2,958,800	2,706,400	2.9%	2.6%	26	23	29	26
	30～39歳	3,554,800	3,389,900	3.4%	3.3%	31	29	34	32
	40～49歳	2,890,400	2,740,600	2.8%	2.6%	25	24	31	49
	50～59歳	3,321,400	3,296,400	3.2%	3.2%	29	29	34	43
	60歳以上	5,246,900	6,299,700	5.1%	6.1%	46	55	52	67
中部	20～29歳	1,183,400	1,105,500	1.1%	1.1%	10	10	13	13
	30～39歳	1,460,000	1,395,800	1.4%	1.3%	13	12	16	12
	40～49歳	1,292,000	1,253,000	1.2%	1.2%	11	11	15	28
	50～59歳	1,547,200	1,574,700	1.5%	1.5%	13	14	13	20
	60歳以上	2,552,500	3,213,700	2.5%	3.1%	22	28	25	33
関西	20～29歳	1,220,100	1,233,400	1.2%	1.2%	11	11	13	14
	30～39歳	1,481,500	1,536,200	1.4%	1.5%	13	13	14	15
	40～49歳	1,217,000	1,293,700	1.2%	1.2%	11	11	14	23
	50～59歳	1,515,100	1,602,500	1.5%	1.5%	13	14	15	21
	60歳以上	2,550,700	3,224,600	2.5%	3.1%	22	28	25	39
四国・中国	20～29歳	597,900	600,600	0.6%	0.6%	5	5	8	8
	30～39歳	711,300	713,300	0.7%	0.7%	6	6	9	7
	40～49歳	676,100	714,900	0.7%	0.7%	6	6	10	8
	50～59歳	925,900	961,400	0.9%	0.9%	8	8	11	8
	60歳以上	1,571,200	2,123,900	1.5%	2.0%	14	18	17	21
九州・沖縄	20～29歳	809,500	849,300	0.8%	0.8%	7	7	10	10
	30～39歳	881,200	923,600	0.9%	0.9%	8	8	8	10
	40～49歳	875,800	936,400	0.8%	0.9%	8	8	11	11
	50～59歳	1,097,300	1,152,700	1.1%	1.1%	10	10	12	13
	60歳以上	1,766,400	2,476,000	1.7%	2.4%	15	21	18	24
性別合計		49,737,800	53,924,600	48.0%	52.0%	432	468	519	635
【合計】		103,662,400		100.0%		900		1154	

2.2 調査票の構成

表 2-5 に本調査調査票の全体構成を示す。設問は全部で 28 問からなり、最後の 2 問は特殊サンプルとした 5 歳以下の幼児をもつ母親のみを対象とした設問である。これらの問を分析することで調査項目に示したア～オについての知見を得ることができる。

追加調査は、魚介類の摂食と水銀に係る注意喚起の事例において、1.2 に示した一部の報道、および関係者から、厚生労働省の発表後にキンメダイ等の特定の魚介類で風評被害が起こっていたとの指摘を受け、国民の認識を確認するため、2 問構成の調査を実施した。

表 2-5 本調査調査票の構成

対象事例	調査項目	設問内容
食 品 安 全 全 般	ア. 情報源とその信頼度	情報を得ている媒体
		媒体の信頼度
		発信元の信頼度
	イ. 対象者の食品の安全性に関する知識の程度、関心度（対象者の背景）	食品安全情報の収集
		食品安全情報の発信
		食品安全に関する知識
		食品安全に関する情報に対する行動
メチル 水銀	ウ. 情報の受け取り方	魚介類の好みと消費
		注意喚起の対象者
		注意喚起の認知度
		新聞見出しの印象
	エ. 消費行動	注意喚起を受けての消費行動
オ. 実際のリスクとの認知の差	消費行動を変える理由（リスク認知）	
メラミン	ウ. 情報の受け取り方	事件の認知度と情報源
	エ. 消費行動	事件を知った後の消費行動
	オ. 実際のリスクとの認知の差	消費行動を変える理由（リスク認知）
事故米	ウ. 情報の受け取り方	事件の認知度と情報源
	エ. 消費行動	事件を知った後の消費行動
	オ. 実際のリスクとの認知の差	消費行動を変える理由（リスク認知）
妊婦 ⁷	—	食品に関する情報源
	—	情報内容

⁷ 5 歳以下の幼児をもつ母親のみを対象にした設問

2.3 調査結果

2.3.1 本調査

(1) 単純集計結果

ア. 一般サンプルの回答

① 食品安全に関する情報との接触と行動

普段、食品の安全性に関する情報を得ている媒体について、図 2-1 に示す。食品安全に係る情報源としてはテレビが最も多く利用されており(94.9%)、最も情報を多く得ている媒体としても半数の人はテレビと回答している。また、情報を得た、最も多くの情報を得た、どちらの回答においても、新聞よりもインターネットニュースの方が活用されているという結果となった。ただし、今回の調査では、インターネットアンケートを利用しており、回答者のインターネット利用率は一般国民よりも高い傾向がある可能性があることにも注意する必要がある。口コミで情報を得た人も 55.5%と比較的多くなっている。

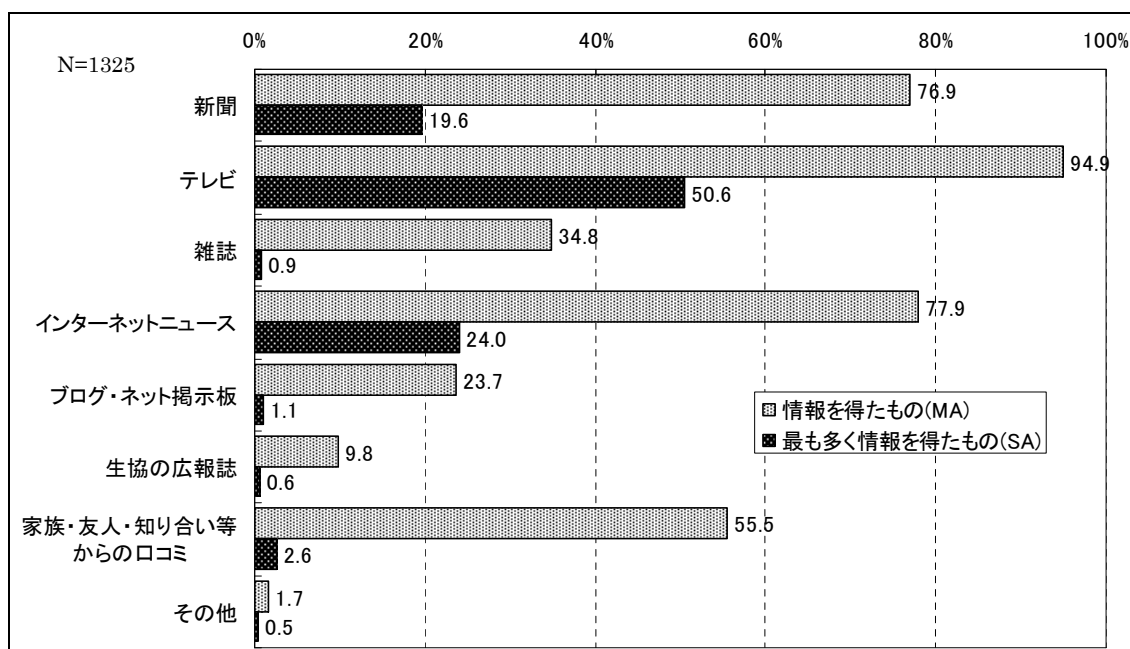


図 2-1 食品安全に関する情報を得ている媒体⁸

⁸ 設問文：「あなたは、普段、食品の安全性に関する情報をどこから得ていますか。普段から情報を得ているものをすべて選び、そのなかでも最も多く情報を得ているものをひとつ選んでください。」

食品の安全性に関する情報媒体の信頼度を図 2-2 に示す。「信頼している」「どちらかといえば信頼している」を合わせると、最も信頼されている媒体は新聞であった。次いで、テレビ、インターネットニュース、口コミと続く。

ブログ・ネット掲示板の信頼度は、インターネットニュースの 4 分の 1 以下と、低くなっており、同じインターネットからの情報でも、発信元によって信頼度が異なっていることがわかる。

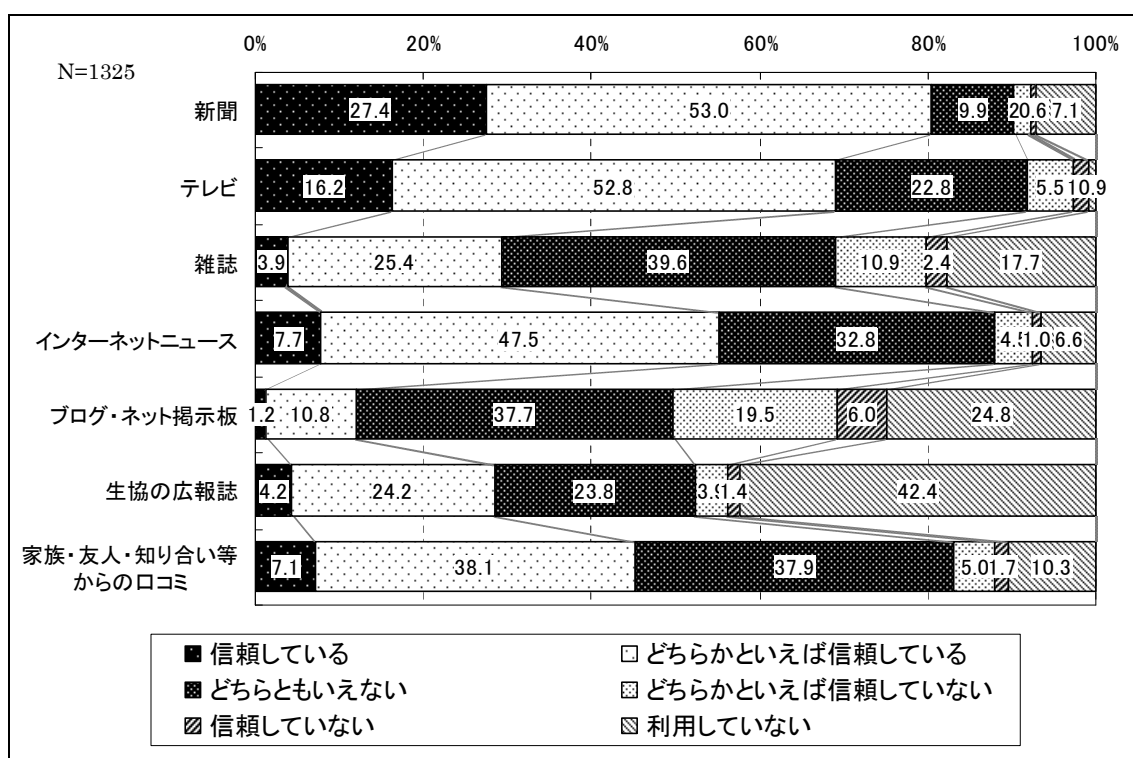


図 2-2 食品安全に関する情報媒体の信頼度⁹

⁹ 設問文：「あなたは、以下に挙げる食品の安全性に関する情報伝達手段（メディア）をどの程度信頼していますか。それぞれについて、ひとつずつ選んでください。」

食品の安全性に関する情報の情報源の信頼度を図 2-3 に示す。「信頼している」「どちらかといえば信頼している」を併せると、情報発信源として最も信頼されているのは研究機関であった。次いで、消費者団体、地方自治体、国と続く。

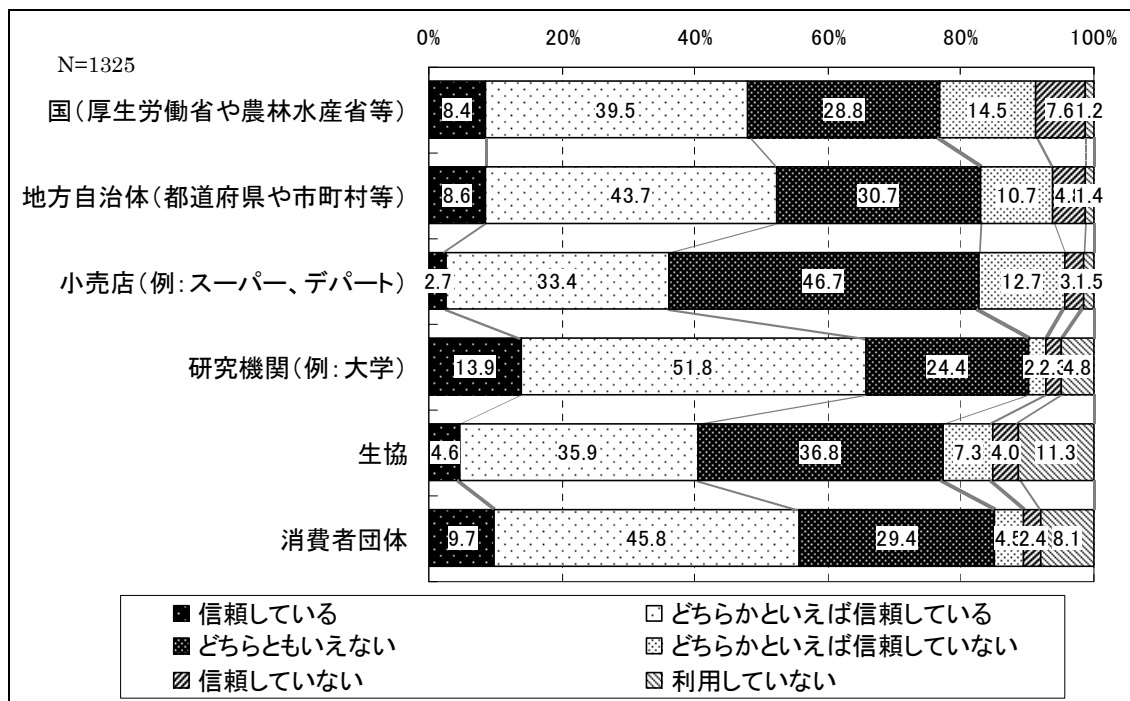


図 2-3 食品安全に関する情報の発信源の信頼度¹⁰

¹⁰ 設問文:「あなたは、以下に挙げる食品の安全性に係る情報を発信している機関や団体等をどの程度信頼していますか。それぞれについて、ひとつずつ選んでください。」

日常の食品の安全性に関する情報の収集と発信に関する行動について図 2-4 に示す。食品の安全性に関する情報を新聞、およびテレビから積極的に収集する行動をとっているかについて尋ねた設問に対し、「あてはまる」もしくは「どちらかといえばあてはまる」との回答が約 6 割を占めた。

逆に、家族・友人に話したり、インターネットを使って情報発信したりしている人は、「あてはまる」、もしくは「どちらかといえばあてはまる」とした回答は、約 2 割に留まっている。

なお、本設問への回答結果の一部は、【2.3.1 (2) クロス集計】での回答者のグループ分けにも使用している。

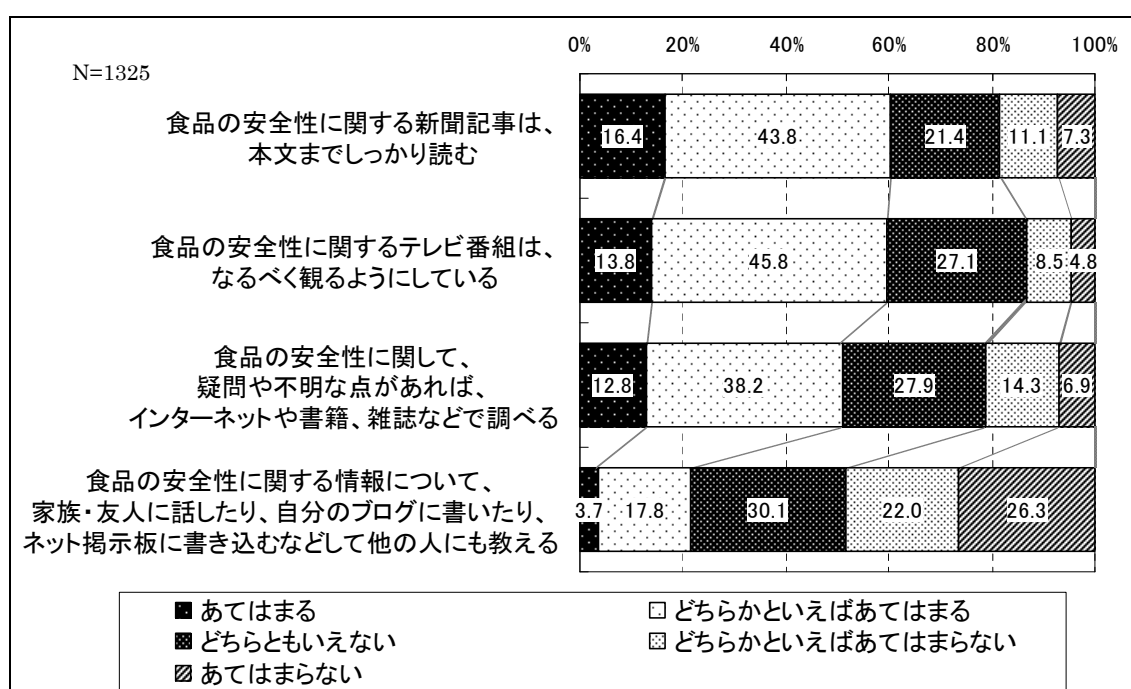


図 2-4 食品安全に関する情報収集と発信に関する行動¹¹

¹¹ 設問文：「あなたは普段、食品の安全性に関する情報を積極的に集めたり、発信したりしていますか。以下に示す行動について、どの程度あてはまるかお答えください。」

食品安全に関する知識を問うクイズへの回答結果を図 2-5 に示す。ノロウイルスに関するクイズへの正解率が最も高かった。次いで、トランス脂肪酸、BSE と続く。

なお、本設問への回答結果の一部は、【2.3.1 (2) クロス集計】での回答者のグループ分けにも使用している。

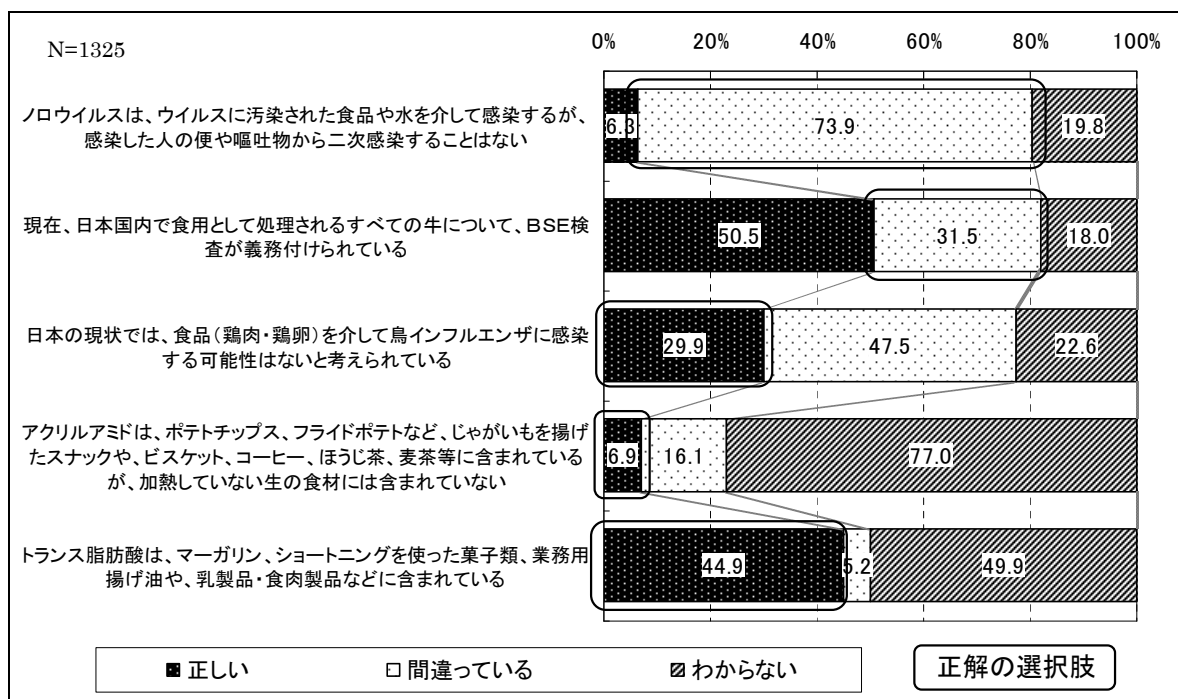


図 2-5 食品安全クイズへの回答結果¹²

¹² 設問文：「以下に示す食品の安全性に関する項目は、正しいと思いますか、それとも間違っていると思いますか。それぞれについて選んでください。(注意：改めて調べず、現在知っている範囲でお答えください)」

過去の食品に関連した事例が発生した際の行動を図 2-6 に示す。それぞれの選択肢に示した行動について、「あてはまる」と「どちらかといえばあてはまる」を併せると、中国餃子事件で最も多くなっている。次いで、BSE となっており、その他の事例では行動を取った人は半数以下であった。

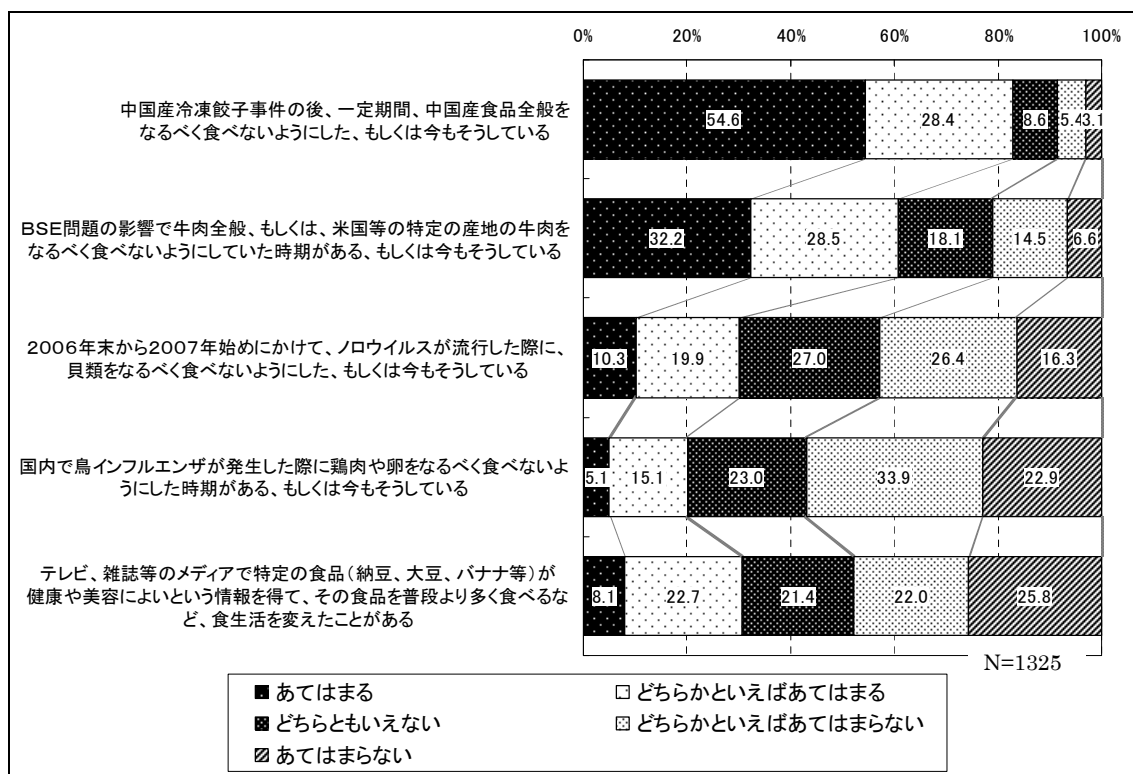


図 2-6 食品に関連する事例発生時の行動¹³

¹³ 設問文：「過去に食品に関する問題が起きたとき、あなたはどのように行動しましたか。それぞれについて最も近いものをひとつずつ選んでください。」

② 魚介類の摂食と水銀に係る注意喚起の事例

魚介類の嗜好を図 2-7 に、食べる頻度を図 2-8 に、健康に与える影響への関心度を図 2-9 に示す。「最も好きな部類に入る」と「まあまあ好き」を併せると、9 割近くが魚介類を嗜好する傾向にあることがわかる。また、約 1 割が毎日、約 6 割が 2-3 日に一度は魚介類を食べており、84.7%が魚介類が健康に与える影響について関心があると答えている。

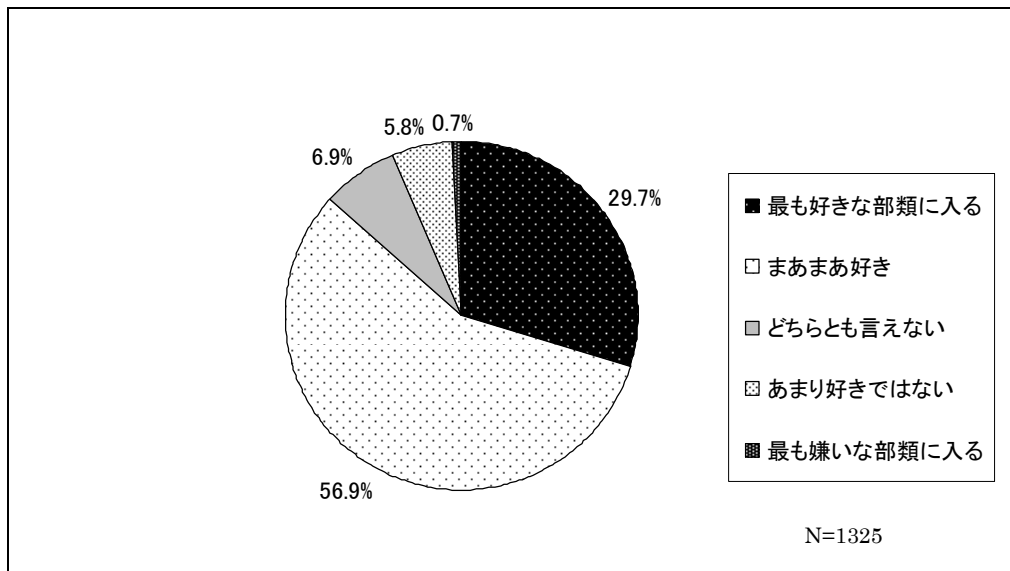


図 2-7 魚介類の嗜好¹⁴

¹⁴ 設問文：「魚介類は好きですか。」

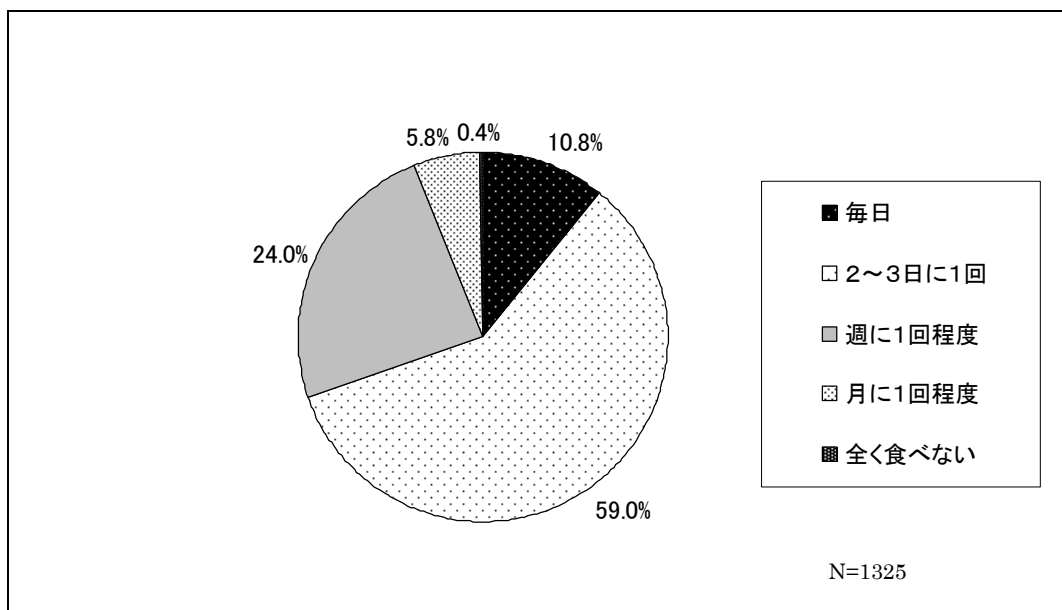


図 2-8 魚介類を食べる頻度¹⁵

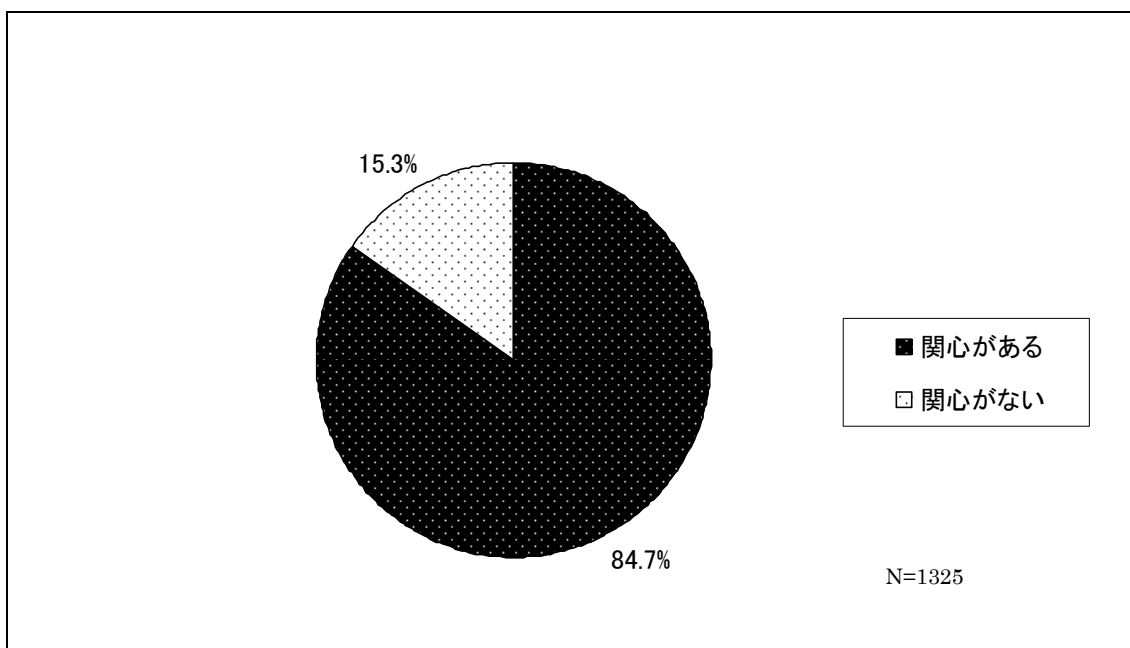


図 2-9 魚介類が健康に与える影響への関心度¹⁶

¹⁵ 設問文：「魚介類をどのくらいの頻度で食べますか。」

¹⁶ 設問文：「魚介類が健康に与える影響について関心はありますか。」

注意喚起が初めに発表された平成15年6月以降に、注意喚起の対象者である妊婦（妊娠している、もしくは妊娠している可能性のある女性）であった期間がある、もしくは父親等、当該期間に生まれた子どもがいる回答者は、全体の6.9%を占めた。大部分は、注意喚起の対象者ではなかったことがわかる。

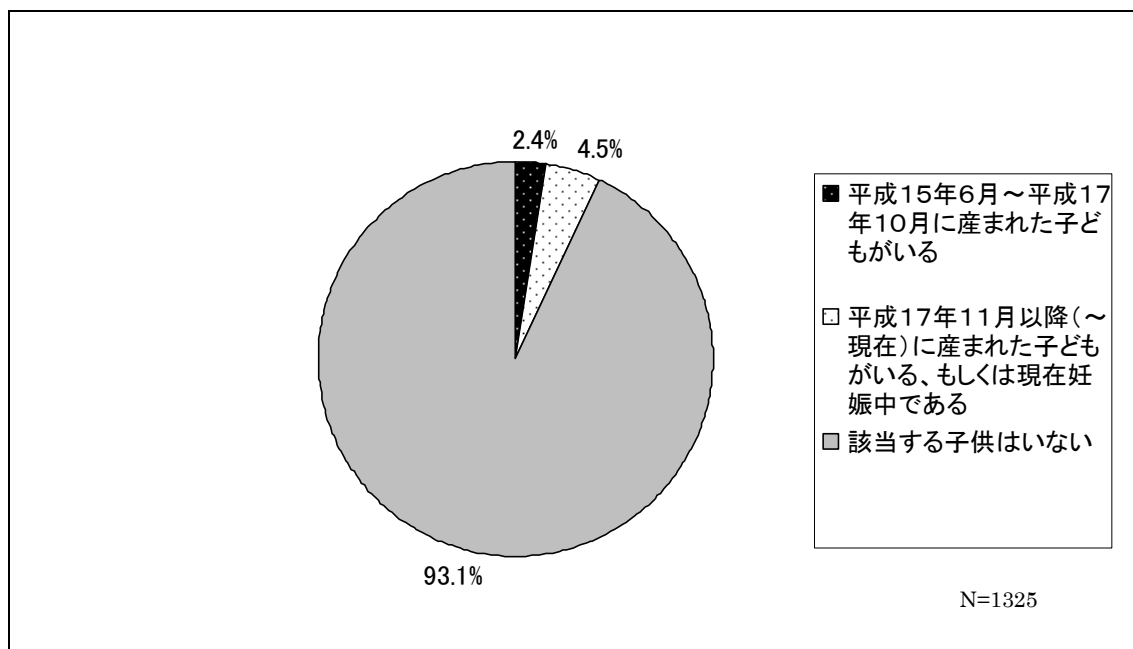


図 2-10 注意喚起の対象期間に生まれた子どもの有無¹⁷

¹⁷ 設問文：「現在、あなたには、下記の年月に生まれたお子さんがいらっしゃいますか。複数いらっしゃる場合は、最年少のお子さんの生まれた年月で考えてください。」

魚介類の摂食と水銀に関する情報の認知度を図 2-11 に示す。魚介類を食べることのメリットについての認知度は、84.2%と高かったが、水銀の含有やその健康影響についての調査結果に関する情報の認知度は半分以下であった。

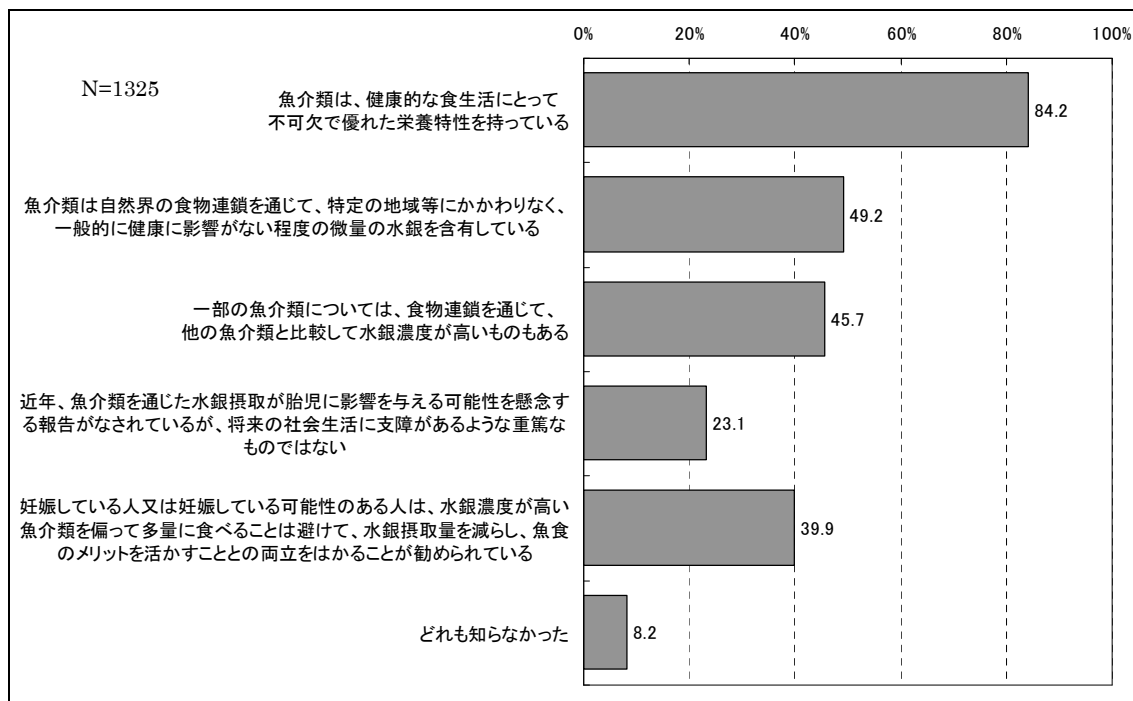


図 2-11 魚介類の摂食と水銀に関する情報の認知度¹⁸

¹⁸ 設問文：「魚介類に関する以下に示す事項について、知っているものをすべて選んでください。」

魚介類の摂食と水銀に関する情報を知ったきっかけを図 2-12 に示す。いずれの項目でもテレビとの回答が最も多く、次いで新聞が多い。

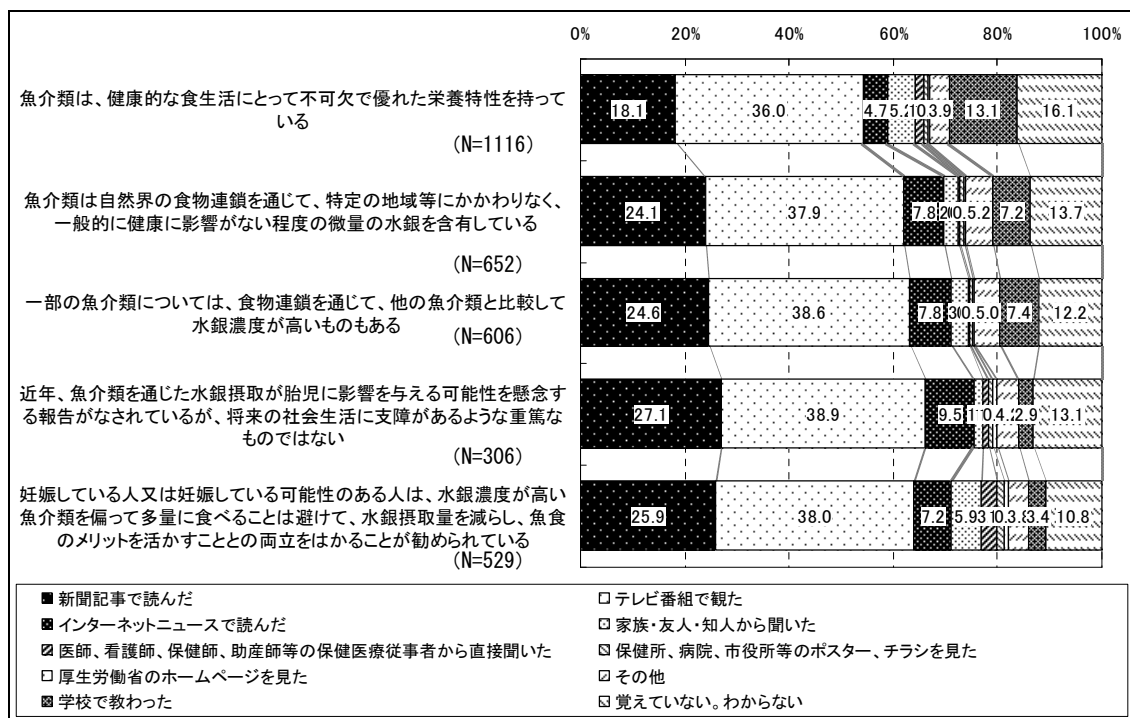


図 2-12 魚介類に関する情報を知ったきっかけ¹⁹

¹⁹ 設問文：「知っているとお答えになった項目を知ったきっかけは何でしたか。それぞれについてひとつずつ選んでください。」

平成 15 年の厚労省の発表直後の実際の新聞見出しが与える消費行動への影響を図 2-13 に示す。「ほとんど、もしくは全く食べなくなると思う」と「食べる量を減らすと思う」を併せると、各見出しで大きな差は見られなかったが、「買い控え懸念、出荷減 キンメダイ水銀問題」という見出しを読んで、魚介類の摂食量を変えるという回答が若干多い。

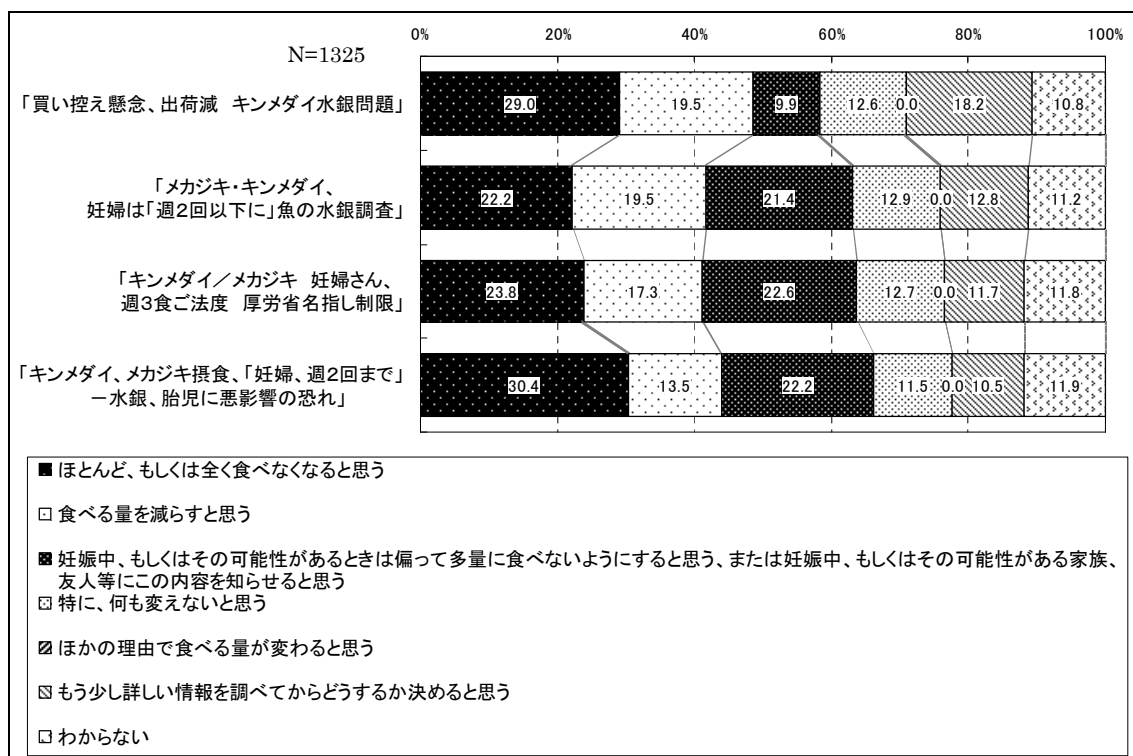


図 2-13 新聞見出しの影響²⁰

²⁰ 設問文：「以下の新聞見出しを読んで、あなたのキンメダイやメカジキの食べ方はどのように影響を受けるとお思いますか。最も近いものをひとつずつ選んでください。」

アンケート回答者に、図 2-14 に示す魚介類の摂食と水銀に関する情報を提示し、「水銀濃度が高い魚介類」と「その他の魚介類」について、内容を知らせた後の食べ方などの行動への影響を図 2-15 に示す。「水銀濃度が高い魚介類」を「ほとんど、もしくは全くたべなくなった／食べなくなると思う」、もしくは「食べる量を減らした／減らすと思う」とした回答を併せると半数を超え、注意喚起の対象者でない人の魚介類の食べ方にもある程度の影響を及ぼすことがわかった。また、注意喚起の対象魚種ではない「その他の魚介類」についても、食べ方を変えたとした回答が約 2 割を占めた。

Q11 の選択肢に示した魚介類に関する情報(以下に記述)は、厚生労働省が、もともとは、平成15年6月に発表された内容を見直し、平成17年11月に再度行った発表の概要です。

- 妊娠している人又は妊娠している可能性のある人は、水銀濃度が高い魚介類を偏って多量に食べることは避けて、水銀摂取量を減らし、魚食のメリットを活かすこととの両立をはかることが勧められている。
- 近年、魚介類を通じた水銀摂取が胎児に影響を与える可能性を懸念する報告がなされたが、例えば音を聞いたときの反応が1/1000秒以下のレベルで遅れるようになるもので、将来の社会生活に支障があるような重篤なものではない
- 魚介類は、健康的な食生活にとって不可欠で優れた栄養特性を持っている。
- 魚介類は自然界の食物連鎖を通じて、特定の地域等にかかわらず、一般的に健康に影響がない程度の微量の水銀を含有している。
- 一部の魚介類については、食物連鎖を通じて、他の魚介類と比較して水銀濃度が高いものもある。

以下に続く質問は、この内容についてお伺いします。

(詳しい発表内容は、厚生労働省のホームページを参照

<http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/suigin/>)

図 2-14 回答者に提示した魚介類の摂食と水銀に関する情報

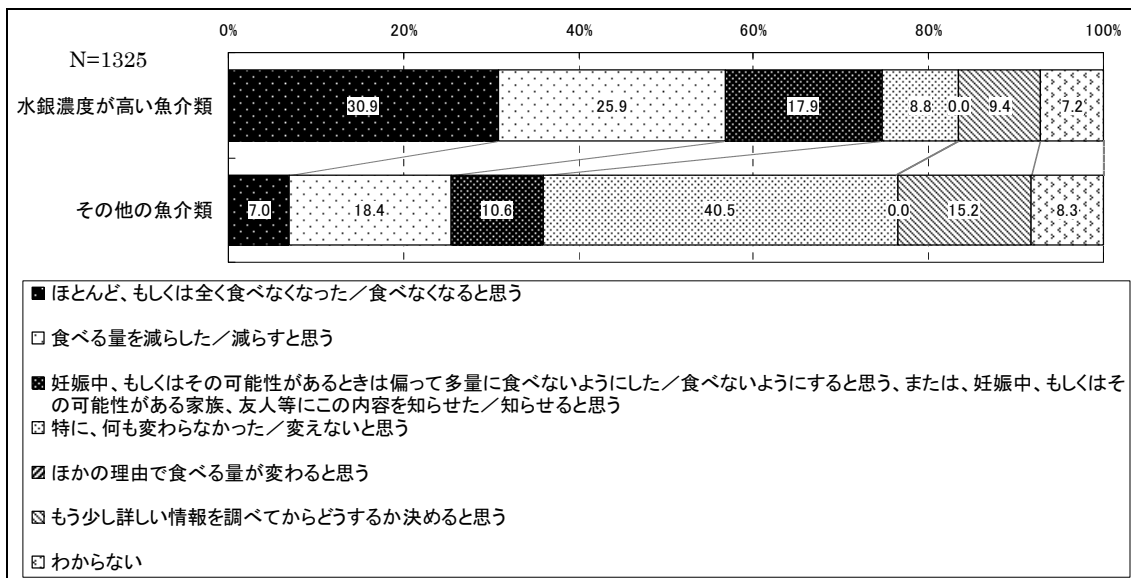


図 2-15 魚介類の摂食と水銀に関する情報の行動への影響²¹

²¹ 設問文：「以下に示す魚介類について、これらの内容を知ったことにより、魚介類を食べる量はどのように変わるでしょうか。既に内容をご存知だった方は、知ったときの行動を振り返って、また、今回はじめて知った方は、今後どのように変わるかについて、最も近いものをひとつずつ選んでください。」

「水銀濃度が高い魚介類」、もしくは「その他の魚介類」について、食べ方に何らかの変化があるとした回答者²²にその理由についてたずねた結果を図 2-16 に示す。「自分の健康に重大ではないが、何らかの影響があるかもしれないと思ったから」とした回答が最も多く(40.6%)、次いで「自分の健康に重大な影響があるかもしれないと思ったから」、「胎児、子孫の健康に重大な影響があるかもしれないと思ったから」と続く。

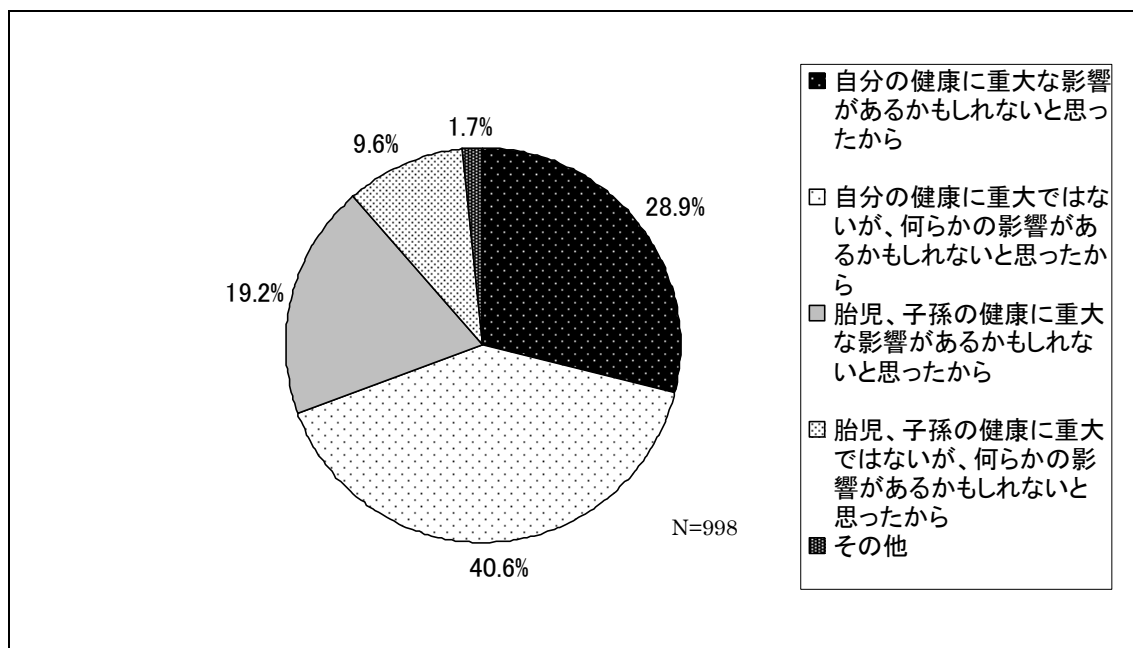


図 2-16 魚介類の食べ方を変える理由²³

²² 「ほとんど、もしくは全くたべなくなった／食べなくなると思う」、「食べる量を減らした／減らすと思う」、もしくは「妊娠中、もしくはその可能性があるときは偏って多量に食べないようにすると思う。または、妊娠中、もしくはその可能性がある家族、友人等にこの内容を知らせると思う」を選んだ回答者。

²³ 設問文：「食べなくなった、もしくは、食べる量を減らした最も大きな理由は何ですか。」

③ 中国からの輸入品におけるメラミン混入と回収対応の事例

本事例の認知度を図 2-17 に示す。「よく知っている」という回答は 31.8%、「見たり、聞いたりしたことはある」という回答は 59.4%で、2つを併せると 9 割以上を占め、認知度の高い事例であったことがわかる。

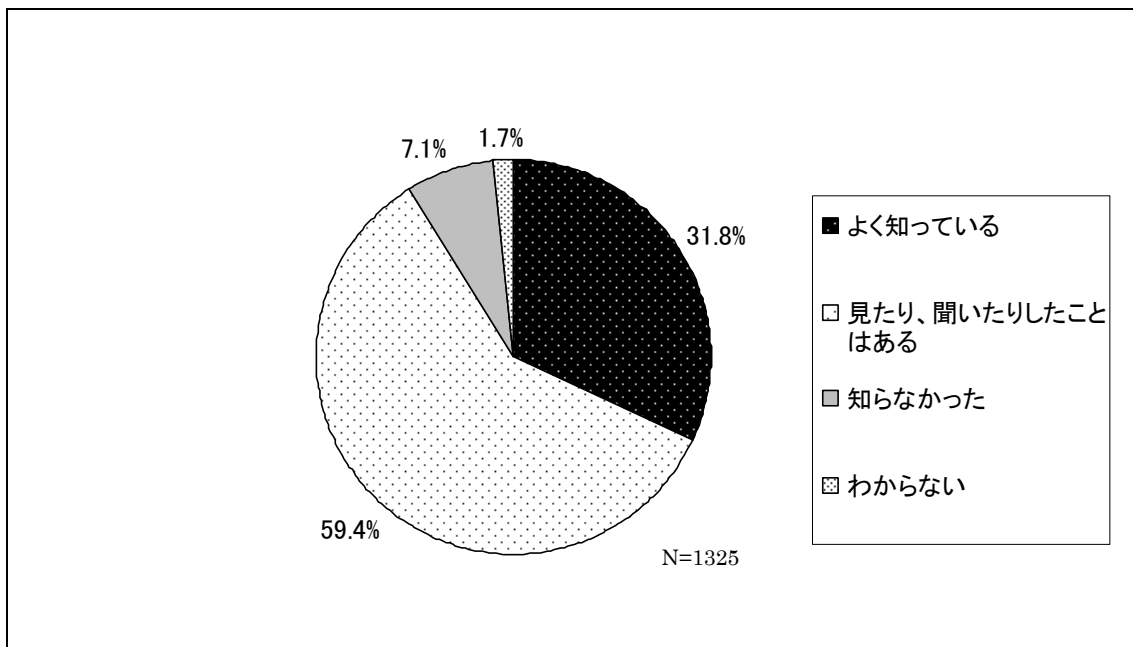


図 2-17 事例の認知度（メラミン）²⁴

²⁴ 設問文：「2008年9月に中国で有毒なメラミンが混入した粉ミルクを飲んだ乳幼児が健康被害にあう事件が発生しました。その後、国内で販売されている一部の製品への混入が明らかとなり、製品回収が行われました。あなたはこの事件のことを知っていましたか。」

本事例を「よく知っている」、もしくは「見たり、聞いたりしたことはある」と回答した人が事例に関する情報を得た情報源を図 2-18 に示す。ほとんどの人がテレビからの情報を得ており、新聞、インターネットニュースからも半数以上が情報を得ている。また、情報源のなかでもテレビから最も多く情報を得たという回答が 72.2%と最も多かった。

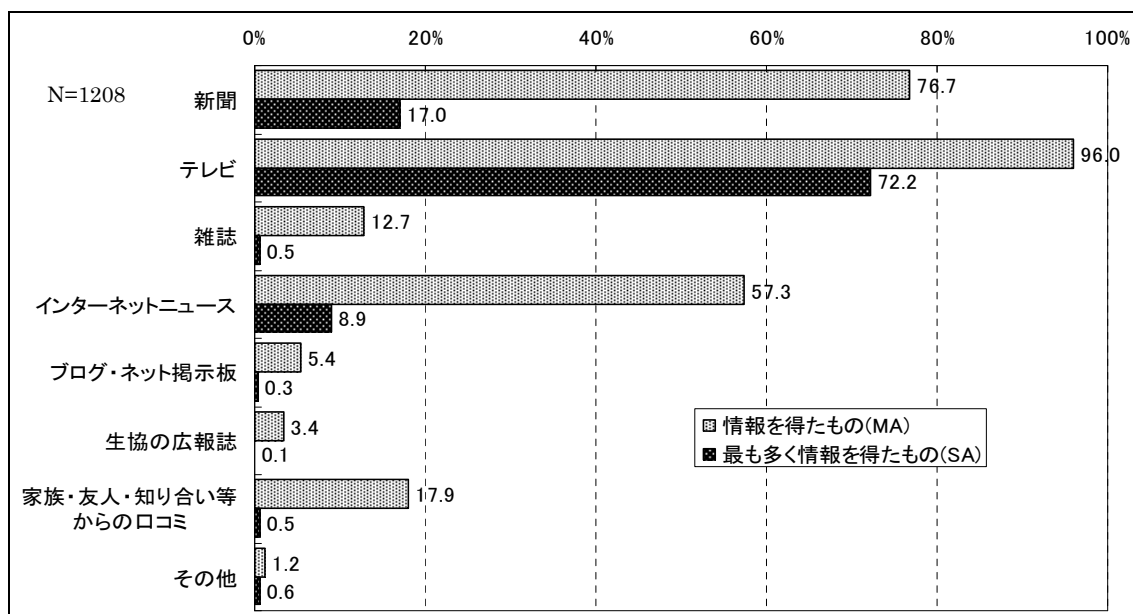


図 2-18 事例に関する情報源 (メラミン) ²⁵

²⁵ 設問文:「メラミン混入製品の回収事件についての情報をどのような情報源から得ましたか。情報を得た媒体をすべて選び、その中でももっとも多く情報を得た媒体をひとつ選んでください。」

同じく、本事例について知っていた回答者の事例発生時の行動を図 2-19 に示す。「中国製食品全般の購入を控えた」という選択肢に対し、「あてはまる」、もしくは「どちらかといえばあてはまる」とした回答が約 7 割を占めた。

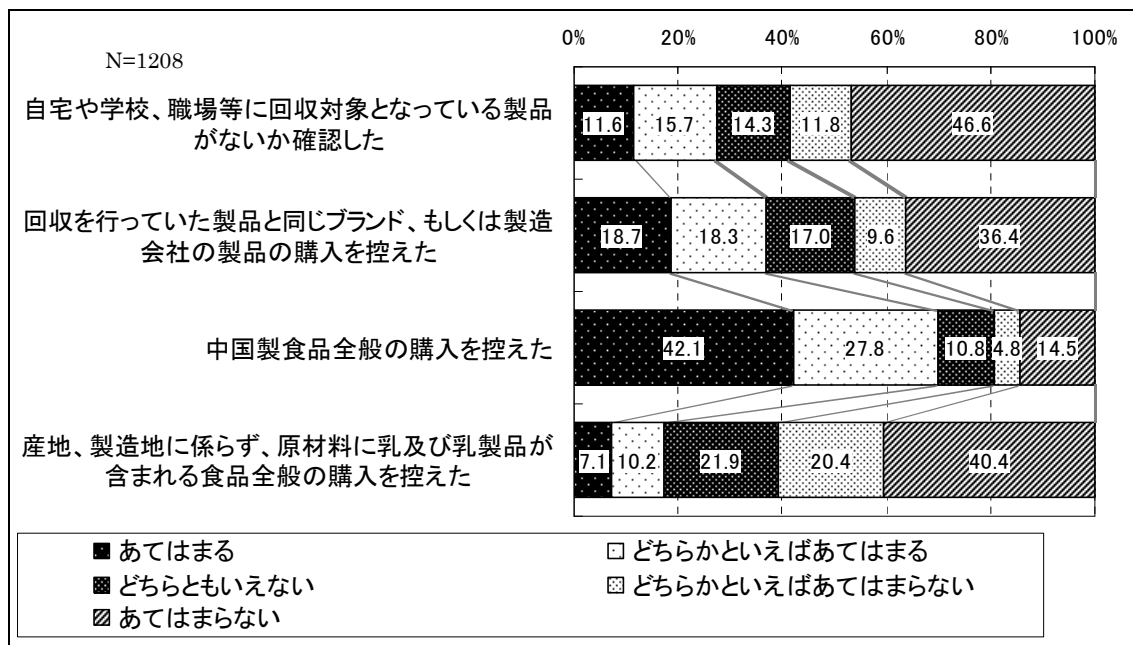


図 2-19 事例発生時の行動（メラミン）²⁶

²⁶ 設問文：「メラミン混入製品の回収事件を知ったことによってあなたの行動はどのように変化しましたか。以下に示すそれぞれの行動についてどの程度あてはまるかを教えてください。」

前問において、回収対象以外の製品の購入を控えるとした理由を図 2-20 に示す²⁷。「回収対象の製品でなくともメラミンが入っているかもしれないと思ったから」という回答が最も多く、約半数を占める。次いで、「よくわからないが、なんとなく不安だったか」という回答も 40.8%と比較的多くの人が回答している。

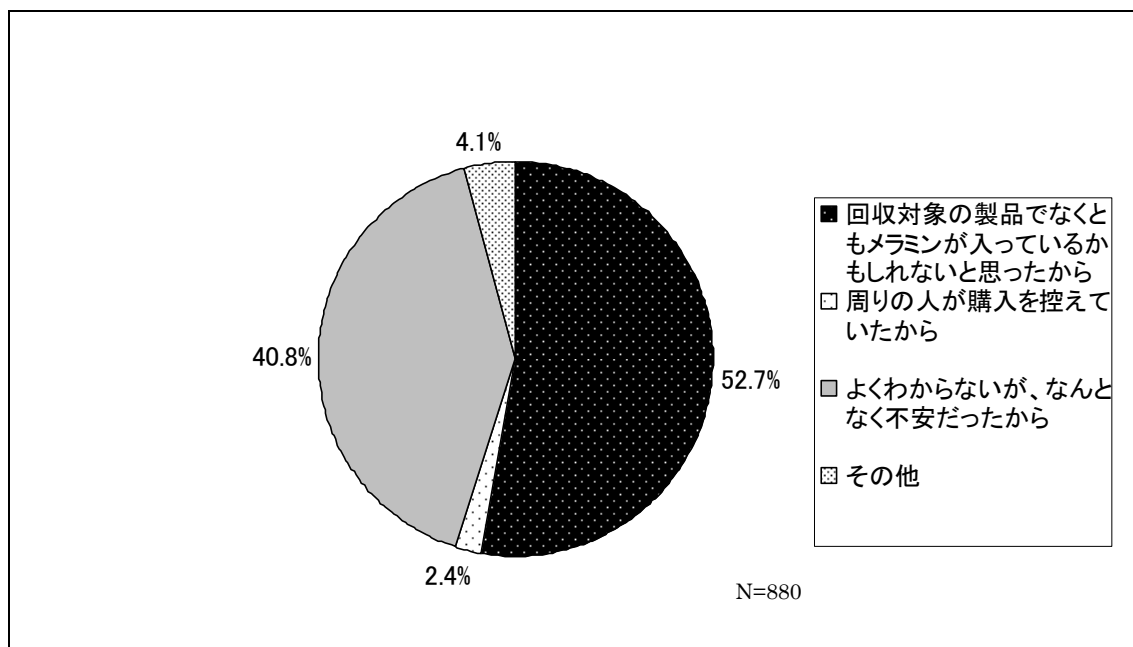


図 2-20 回収対象以外の製品の購入を控えた理由（メラミン）²⁸

²⁷ 前問の選択肢、「回収を行っていた製品と同じブランド、もしくは製造会社の製品の購入を控えた」、「中国製食品全般の購入を控えた」、もしくは、「産地、製造地に係らず、原材料に乳及び乳製品が含まれる食品全般の購入を控えた」のいずれかにおいて、「あてはまる」、もしくは「どちらかといえばあてはまる」とした回答者への設問への回答結果。

²⁸ 設問文：「購入を控えた最も大きな理由は何ですか。」

④ 非食用事故米穀の不正規流通事例

本事例の認知度を図 2-21 に示す。「よく知っている」という回答は 51.2%、「見たり、聞いたりしたことはある」という回答は 44.5%で、2つを併せると 9 割以上を占め、認知度の高い事例であったことがわかる。

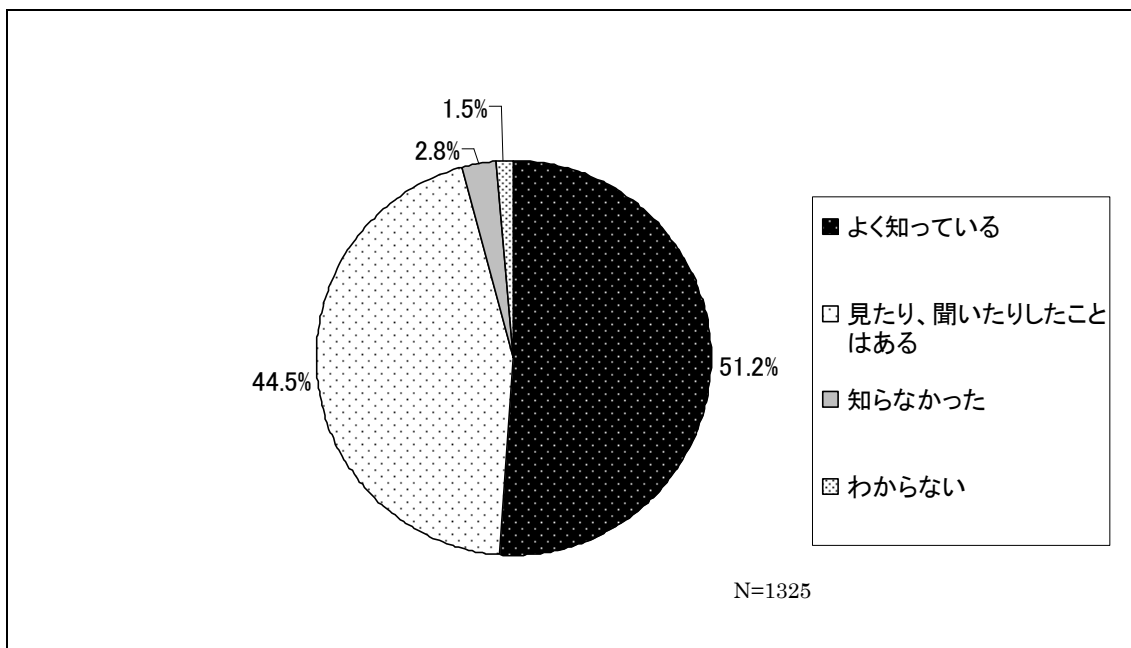
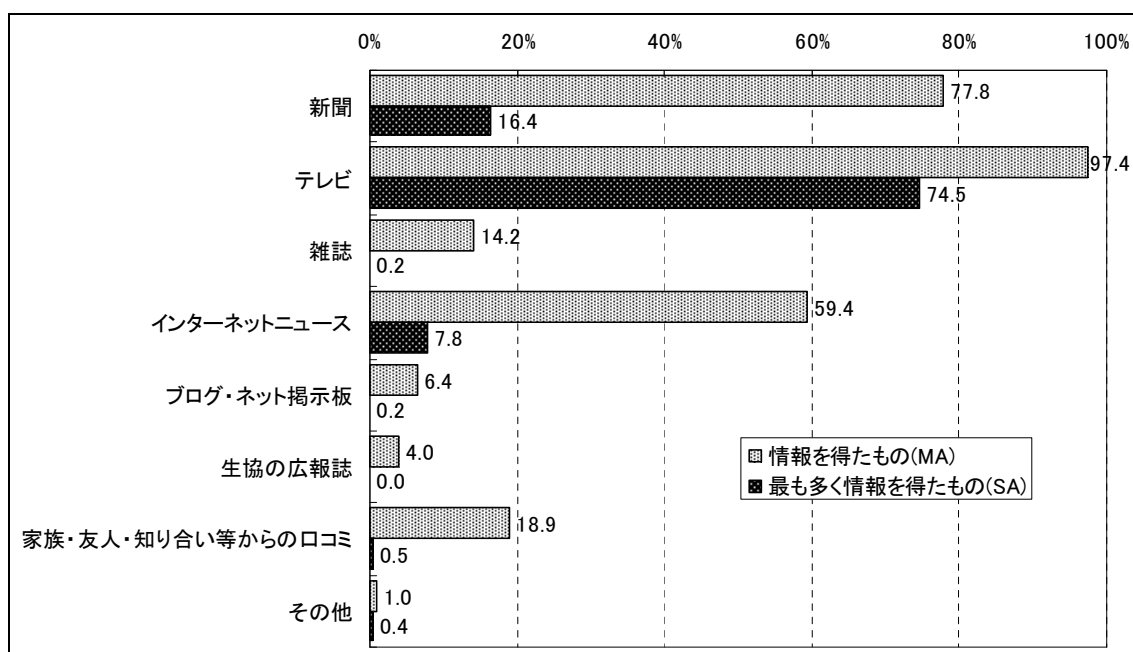


図 2-21 事例の認知度（事故米）²⁹

²⁹ 設問文：「2008年9月、一部の米穀業者等が、農薬やカビなどに汚染された非食用の事故米を食用に転用していたことが発覚し、この事故米を原材料に使っていることが判明した製品が回収されました。あなたはこの事件のことを知っていましたか。」

本事例を「よく知っている」、もしくは「見たり、聞いたりしたことはある」と回答した人が事例に関する情報を得た情報源を図 2-22 に示す。ほとんどの人がテレビからの情報を得ており、新聞、インターネットニュースからも半数以上が情報を得ている。また、情報源のなかでもテレビから最も多く情報を得たという回答が最も多い。この回答は、図 2-18 に示したメラミン混入の事例と同様の傾向である。



N=1268

図 2-22 事例に関する情報源（事故米）³⁰

³⁰ 設問文：「非食用の事故米が食用に転用され、これを原材料とする製品が回収された事件についての情報をどのような情報源から得ましたか。情報を得た媒体をすべて選び、その中でももっとも多く情報を得た媒体をひとつ選んでください。」

同じく、本事例について知っていた回答者の事例発生時の行動を図 2-23 に示す。「事故米が使用されていた製品と同じブランド、もしくは製造会社の製品の購入を控えた」という選択肢に対し、「あてはまる」、もしくは「どちらかといえばあてはまる」とした回答が約 4 割を占めた。メラミン事例の際の行動（図 2-19）と比べると、本事例の方が、行動に与えた影響は比較的小さかったことがわかる。

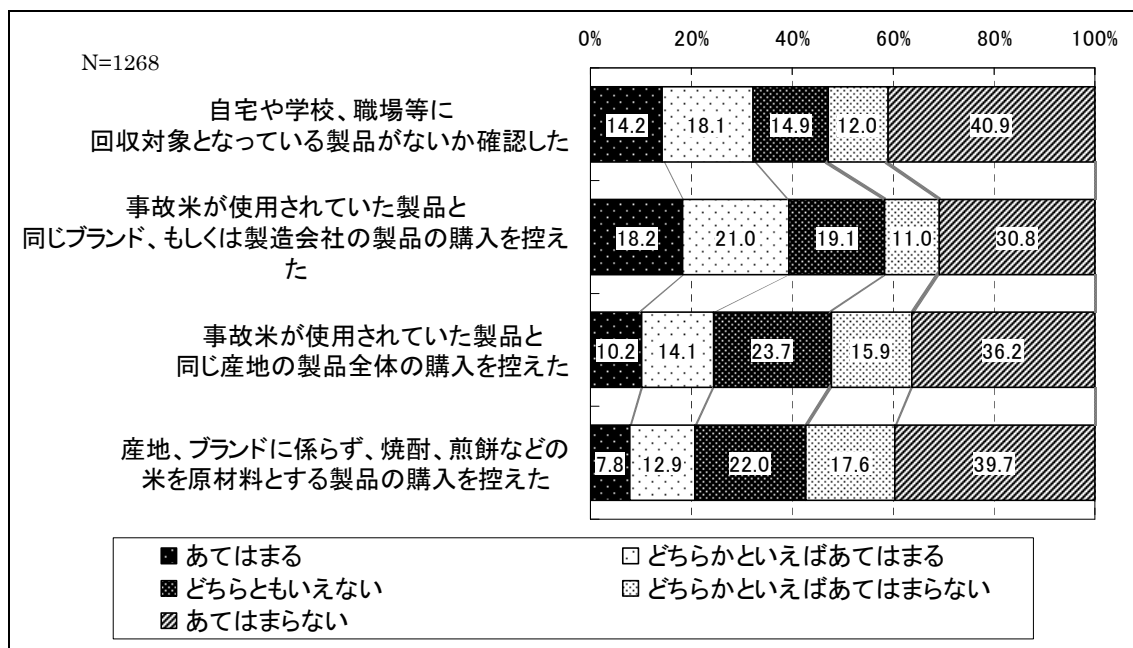


図 2-23 事例発生時の行動（事故米）³¹

³¹ 設問文：「非食用の事故米が食用に転用され、これを原材料とする製品が回収された事件を知ったことによってあなたの行動はどのように変化しましたか。以下に示すそれぞれの行動についてどの程度あてはまるかを教えてください。」

回収対象以外の製品の購入を控えるとした理由を図 2-24 に示す³²。「回収対象の製品でなくとも事故米が入っているかもしれないと思ったから」という回答が最も多く、約 7 割を占めた。

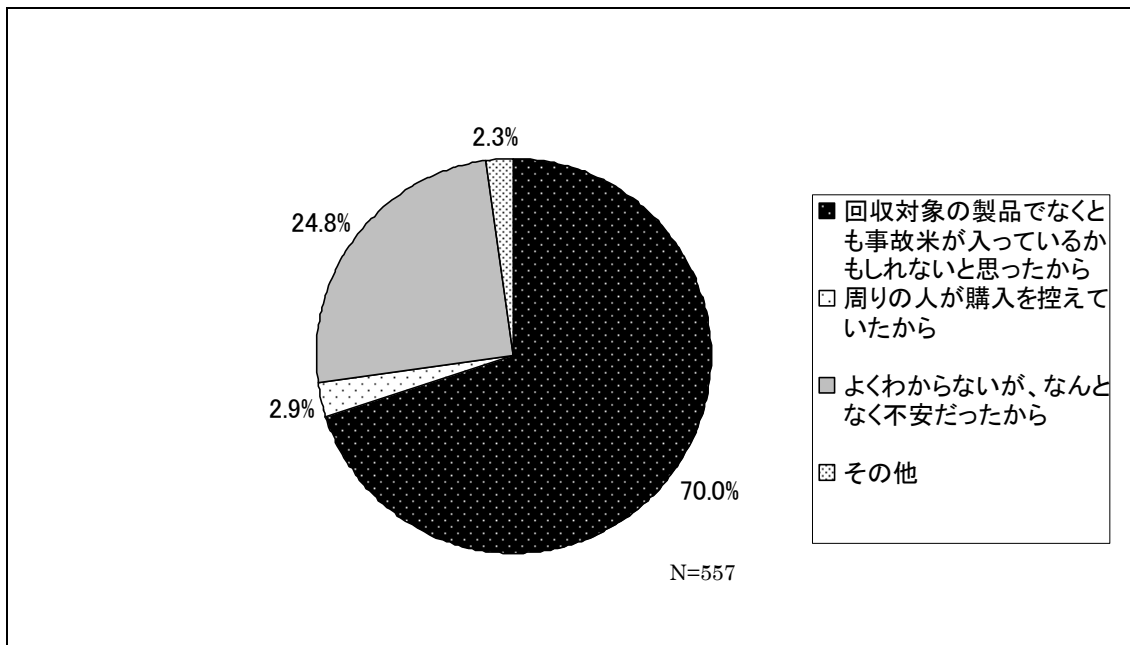


図 2-24 回収対象以外の製品の購入を控えた理由³³

イ. 特殊サンプルの回答

魚介類の摂食と水銀に係る注意喚起が発表された平成 15 年以降に妊娠、もしくは妊娠していた可能性のある女性（対象集団）153 サンプルの回答を以下に示す。

一般サンプルと特殊サンプルの魚介類の摂食と水銀に係る情報の認知度の比較を図 2-25 に示す。「魚介類は、健康的な食生活にとって不可欠で優れた栄養特性を持っている」で若干、一般サンプルでの認知度が高いが、他の項目では、特殊サンプルでの認知度が高かった。特に、「妊娠している人又は妊娠している可能性のある人は、水銀濃度が高い魚介類を偏って多量に食べることは避けて、水銀摂取量を減らし、魚食のメリットを活かすこととの両立をはかることが勧められている」ことを知っているとした回答は 65.4%と一般サンプルの 39.9%と比較すると認知度が高いことがわかる。ただし、「近年魚介類を通じた

³² 前問の選択肢、「事故米が使用されていた製品と同じブランド、もしくは製造会社の製品の購入を控えた」、「事故米が使用されていた製品と同じ産地の製品全体の購入を控えた」、もしくは、「産地、ブランドに係らず、焼酎、煎餅などの米を原材料とする製品の購入を控えた」のいずれかにおいて、「あてはまる」、もしくは「どちらかといえばあてはまる」とした回答者への設問への回答結果。

³³ 設問文：「購入を控えた最も大きな理由は何ですか。」

水銀摂取が胎児に影響を与える可能性を懸念する報告がなされているが、将来の社会生活に支障があるような重篤なものではない」ことを知っているとした回答が 30.7%にとどまる。

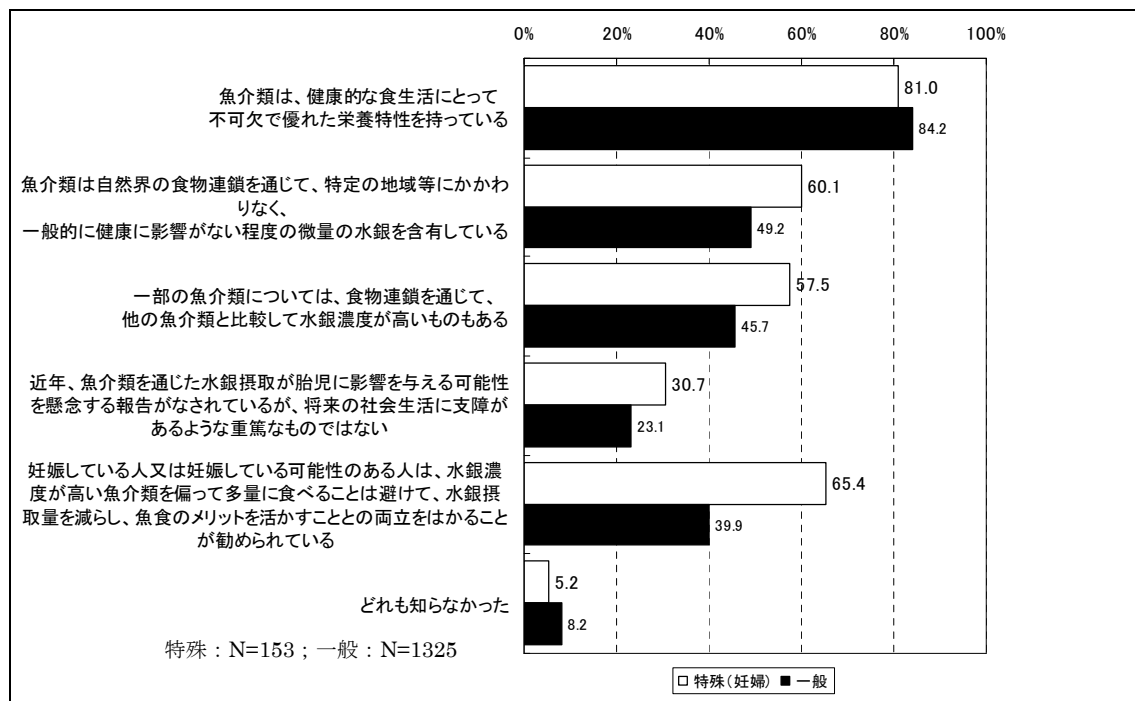


図 2-25 魚介類の摂食と水銀に係る情報の認知度の比較³⁴

魚介類に関する情報を知ったきっかけを図 2-26 に、参考として、一般サンプルでの同問での回答結果の再掲と合わせて示す。二つを比較すると、特殊サンプルでは、「新聞で読んだ」という回答が少ない傾向がある。逆に、「医師、看護師、保健師、助産師等の保健医療従事者から直接聞いた」という回答が多い傾向があることが特徴的である。

³⁴ 設問文：「魚介類に関する以下に示す事項について、知っているものをすべて選んでください。」

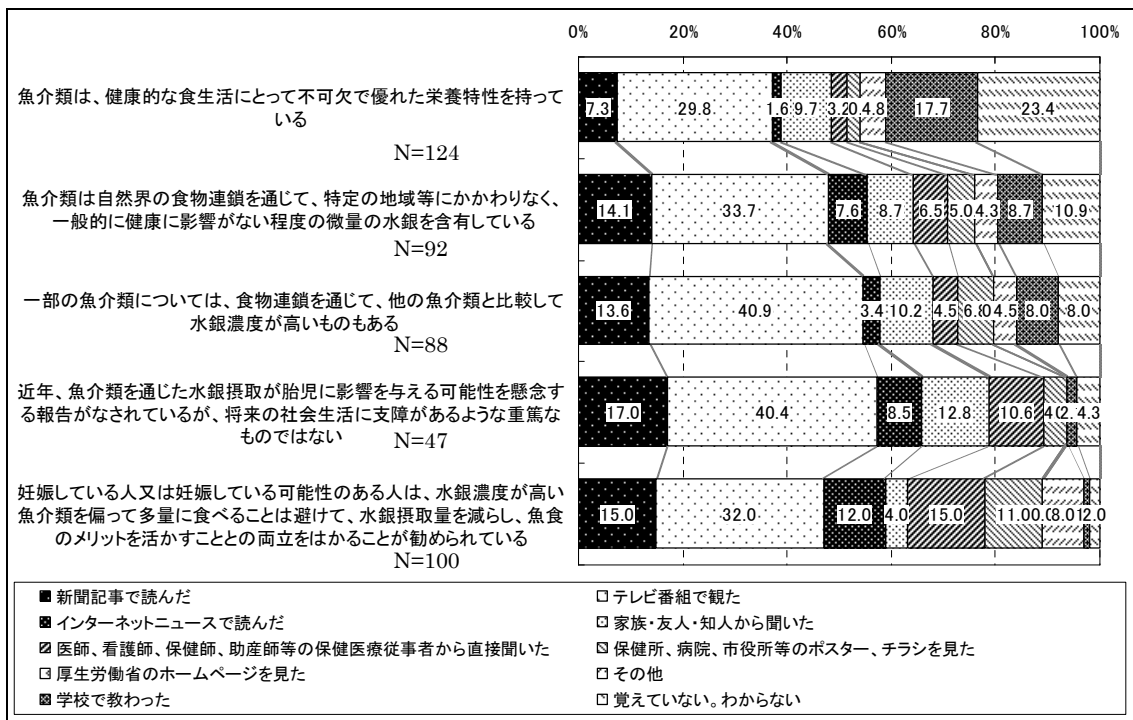


図 2-26 魚介類に関する情報を知ったきっかけ (特殊サンプル) 35

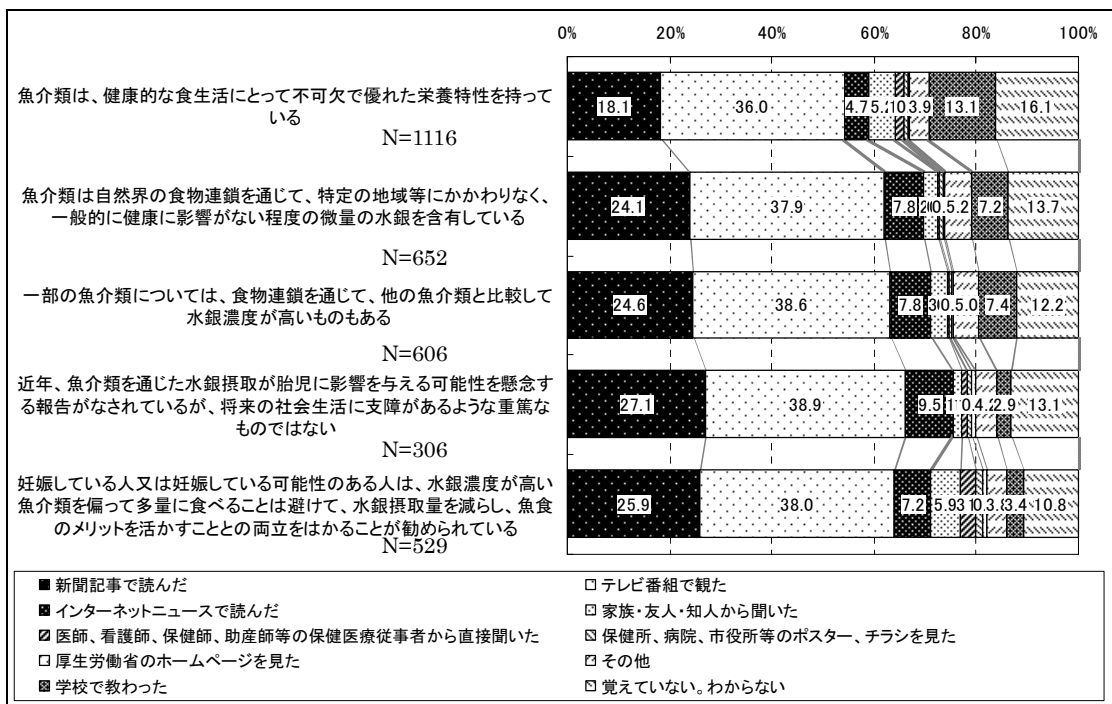


図 2-12 魚介類に関する情報を知ったきっかけ (一般サンプル ; 再掲)

35 設問文：「知っているとお答えになった項目を知ったきっかけは何でしたか。それぞれについてひとつずつ選んでください。」

魚介類の摂食と水銀に関する情報の行動への影響を図 2-27 に、参考として一般サンプルでの同問での回答結果の再掲と合わせて示す。特殊サンプルでは、「水銀濃度が高い魚介類」について、「ほとんど、もしくは全く食べなくなった／食べなくなると思う」という回答が最も多く (35.9%)、次いで、「妊娠中、もしくはその可能性があるときは偏って多量に食べないようにした／食べないようにすると思う、または、妊娠中、もしくはその可能性がある家族、友人等にこの内容を知らせた／知らせると思う」(30.7%)、「食べる量を減らした／減らすと思う」(22.9%)と続く。「その他の魚介類」への回答では、「妊娠中、もしくはその可能性があるときは偏って多量に食べないようにした／食べないようにすると思う、または、妊娠中、もしくはその可能性がある家族、友人等にこの内容を知らせた／知らせると思う」という回答が特殊サンプルでは一般サンプルの 3 倍近く多くなっている。総合的にみて、一般サンプルと比較すると、特殊サンプルの方が、本情報の行動への影響度が大きいことがわかる。

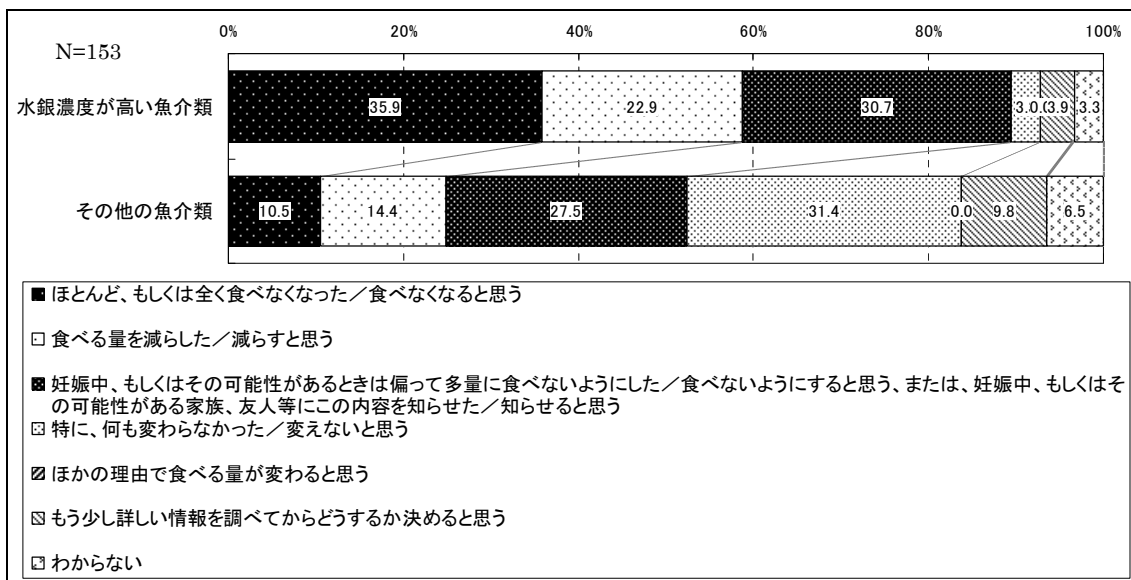


図 2-27 魚介類の摂食と水銀に関する情報の行動への影響（特殊サンプル）³⁶

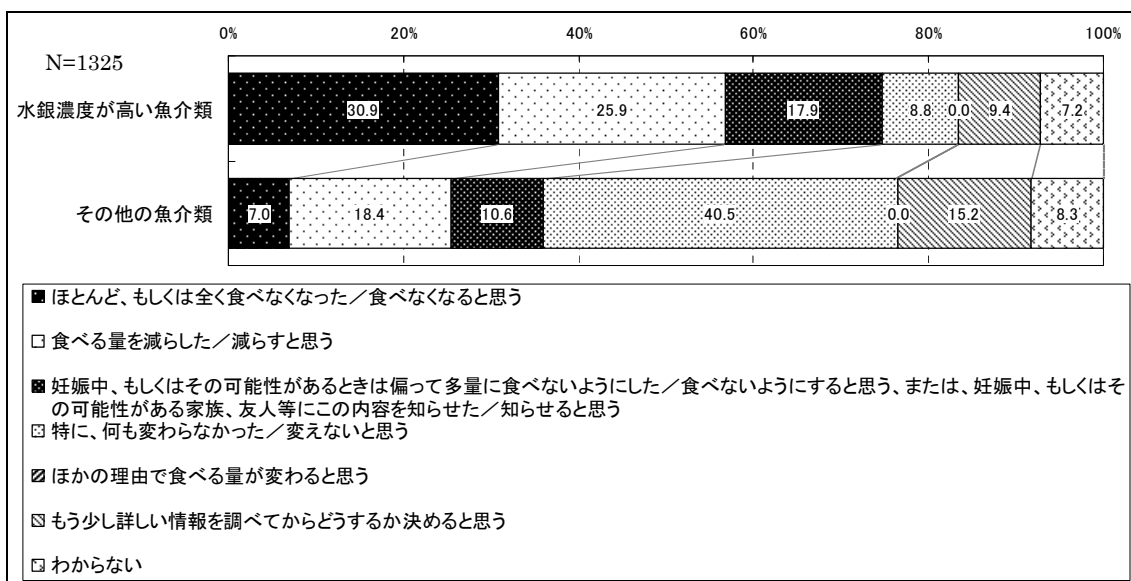


図 2-15 魚介類の摂食と水銀に関する情報の行動への影響（一般サンプル；再掲）

³⁶ 設問文：「以下に示す魚介類について、これらの内容を知ったことにより、魚介類を食べる量はどのように変わのでしょうか。既に内容をご存知だった方は、知ったときの行動を振り返って、また、今回はじめて知った方は、今後どのように変わるかについて、最も近いものをひとつずつ選んでください。」

「水銀濃度が高い魚介類」、もしくは「その他の魚介類」について、食べ方に何らかの変化があるとした回答者にその理由についての回答を二つのサンプルで比較した結果を図2-28に示す。特殊サンプルでは、「胎児、子孫の健康に重大な影響があるかもしれないと思ったから」という回答が最も多く、6割近くを占めている。一般サンプルの19.2%と比較しても、特殊サンプルは、自分自身より、胎児、子孫の健康影響への影響を懸念して、魚介類の食べ方を変える傾向が強いことがわかる。

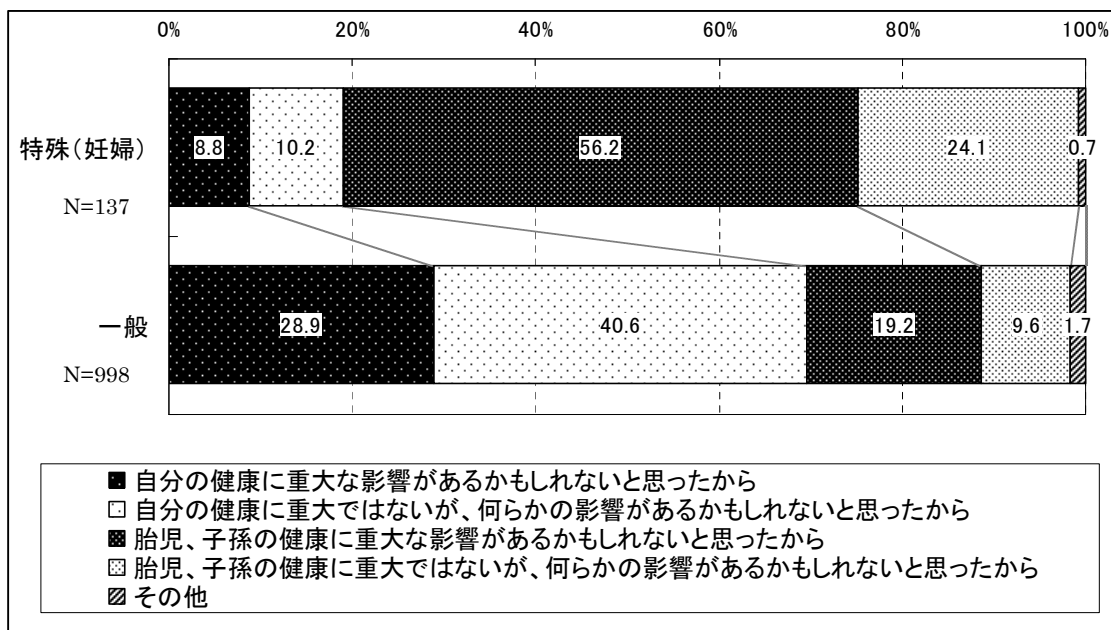


図 2-28 魚介類の食べ方を変える理由 (比較) ³⁷

³⁷設問文:「食べなくなった、もしくは、食べる量を減らした最も大きな理由は何ですか。」

特殊サンプルの妊娠中の食生活に関する情報の情報源を図 2-29 に示す。「情報を得たもの」への回答結果から、さまざまな情報源から情報を得ていることがわかる。「最も多く情報を得たもの」としては、雑誌という回答が最も多く(24.2%)、次いでインターネットサイト(18.3%)、医療機関関係者(17.6%)と続く。「最もよく参考にしたもの」としては、医療機関関係者という回答が最も多く(26.1%)、次いで雑誌(17.6%)、インターネットサイト(15.7%)と続く。

妊娠中の食生活に関して得た具体的な情報の内容としては、バランスのよい食事を心がけるというような食生活全般に係るもの、鉄分、カルシウム、葉酸等の積極的に摂るべき栄養素、および塩分を摂り過ぎないようにするといったものが挙げられていた。このほか、マグロ等の魚介類を摂り過ぎないようにとの情報を得たという回答も複数あった。

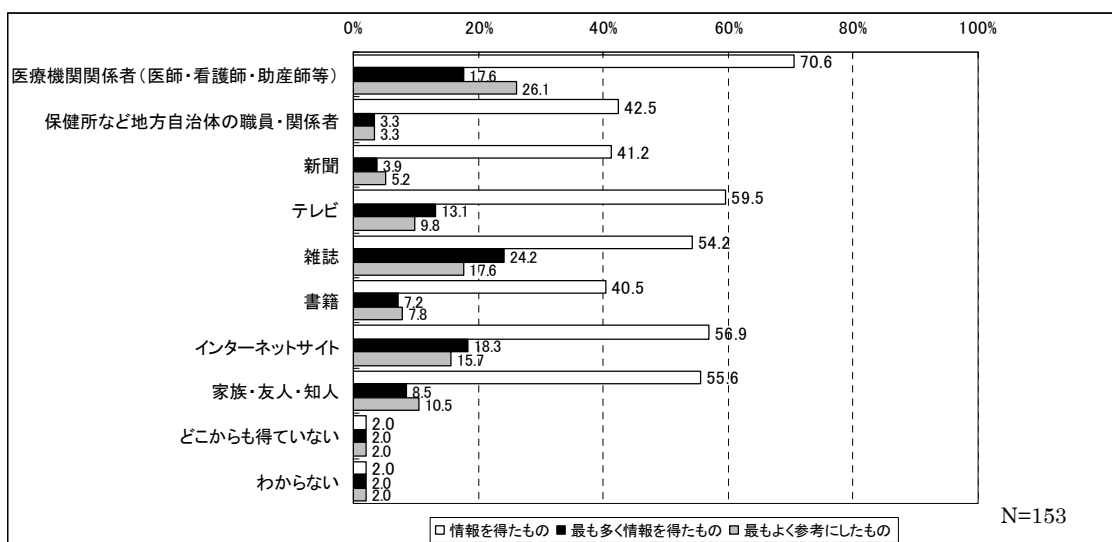


図 2-29 妊娠中の食生活に関する情報源 (特殊サンプル)

以上の結果から、平成 15 年 6 月以降に、厚生労働省の発表した魚介類の摂食と水銀に関する情報で、食べ方に対する注意喚起の対象集団であった期間のある 5 歳児以下の子どもを持つ女性 (特殊サンプル) では、発表内容の認知度は一般と比べて高く、メディアや保健医療関係者よりその情報を得ていることがわかった。

(2) プロフィール別集計

ア. 分析の方針

本調査における性別、年代の分布をそれぞれ、図 2-30、図 2-31 に示す。これらのプロフィール情報別に結果を集計し、性別、年代による差異で特徴的なものを取り上げ、分析を行った。

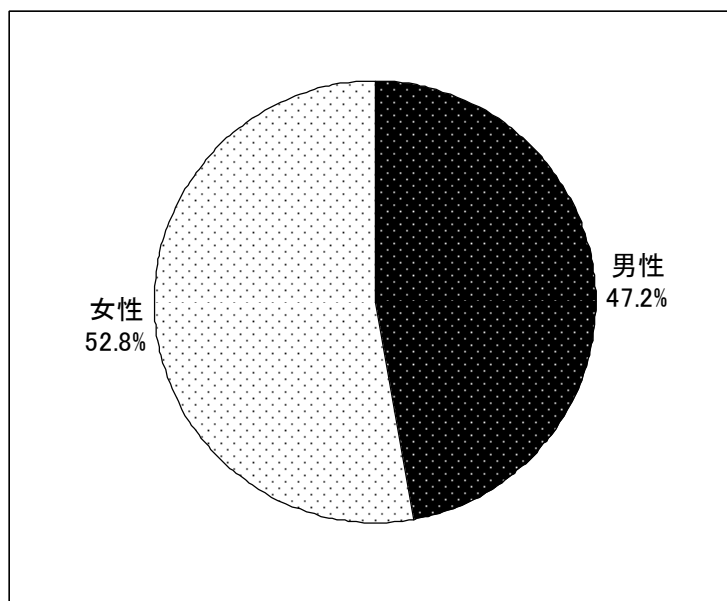


図 2-30 性別構成（本調査；一般サンプル）

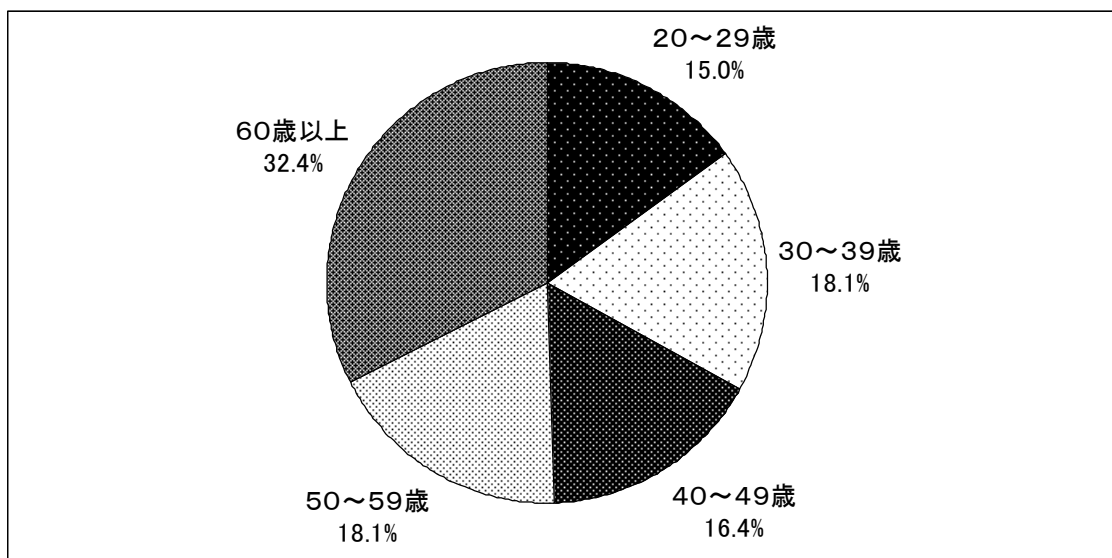


図 2-31 年代構成（本調査；一般サンプル）

イ. 分析結果

食品安全に関する情報を最も多く得ている媒体について、男女別の集計結果を図 2-32、年代別の集計結果を図 2-33 に示す。男女別では、新聞、インターネットニュースという回答が男性の方が多く、テレビという回答が女性の方が多い。年代別では、全ての年代において、テレビという回答が最も多くなっており、特に、60 歳以上での回答率が 53.8%と最も高い。また、新聞とインターネットニュースにおいて、年代の差が顕著に現れている。新聞という回答の割合は、20 代で 7.0%と最も小さく、年代が上がるほど、徐々に高くなり、60 歳以上で 31.7%と最も高くなっている。逆に、インターネットニュースという回答の割合は、20 代で 39.7%と最も高く、年代が上がるほど、徐々に低くなり、60 歳以上で 10.3%と最も低くなっている。

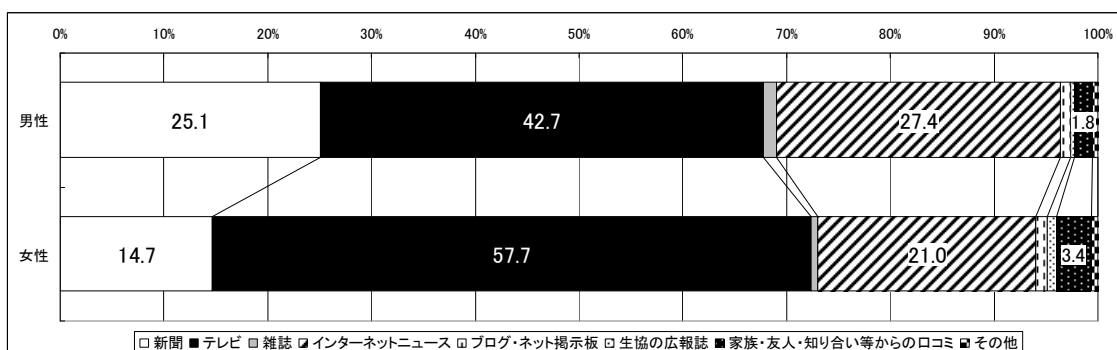


図 2-32 食品安全に関する情報を最も多く得ている媒体（一般サンプル；男女別）³⁸

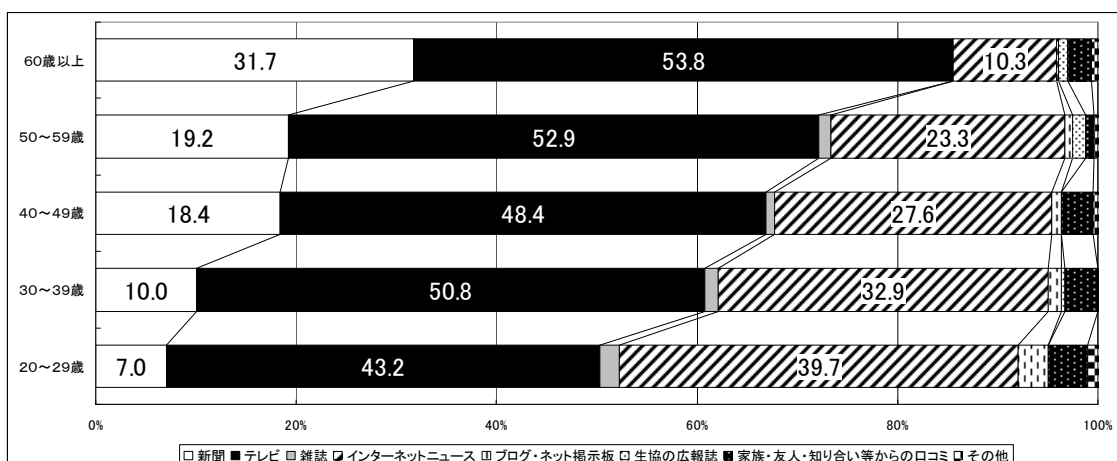


図 2-33 食品安全に関する情報を最も多く得ている媒体(一般サンプル；年代別)³⁸

³⁸ 設問文：「あなたは、普段、食品の安全性に関する情報をどこから得ていますか。普段から情報を得ているものをすべて選び、そのなかでも最も多く情報を得ているものをひとつ選んでください。」

過去の食品関連事例が発生した際の消費行動について、男女別、および年代別の集計結果を図 2-34～図 2-43 に示す。それぞれの選択肢に示した行動について、「あてはまる」と「どちらかといえばあてはまる」を併せると、男女別では、すべてにおいて、女性の方が男性より割合が高い。年代別では、中国産冷凍餃子、BSE 事例、およびノロウイルスでは、年齢が高くなるほど、消費行動に与えた影響が比較的、割合が高かい。健康・美容に関する情報に対する行動については、40 代で若干低いものの、年代間での顕著な差はみられなかった。

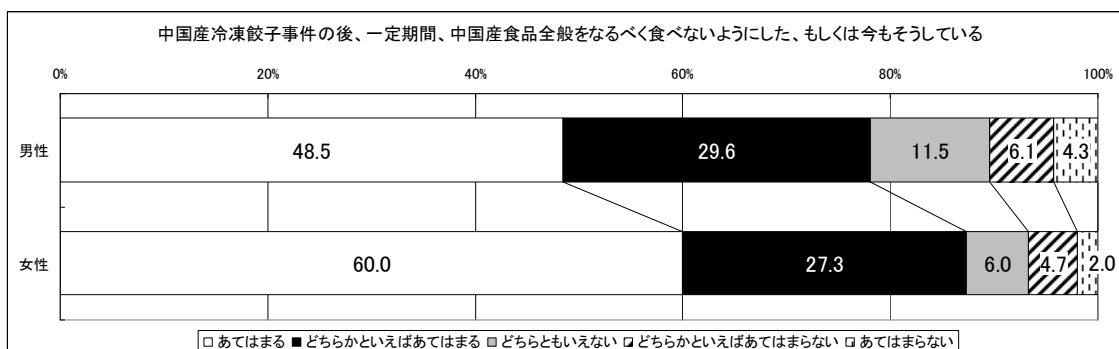


図 2-34 中国産冷凍餃子事例発生時の行動（一般サンプル；男女別）³⁹

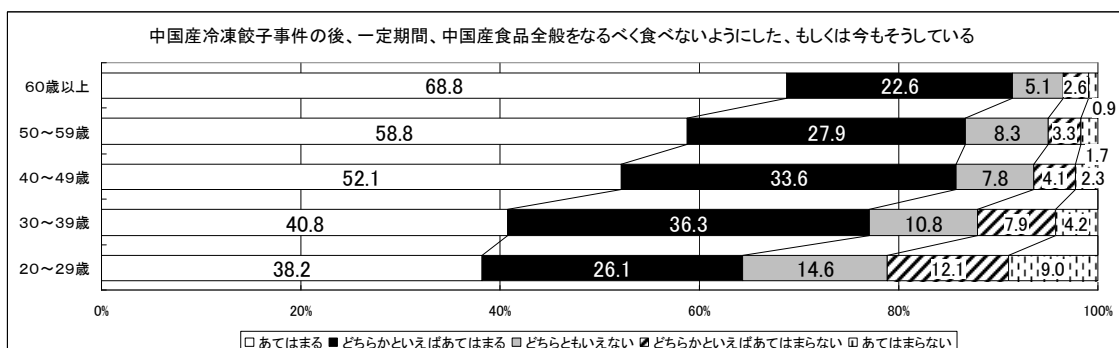


図 2-35 中国産冷凍餃子事例発生時の行動（一般サンプル；年代別）³⁹

³⁹ 設問文：「過去に食品に関する問題が起きたとき、あなたはどのように行動しましたか。それぞれについて最も近いものをひとつずつ選んでください。」

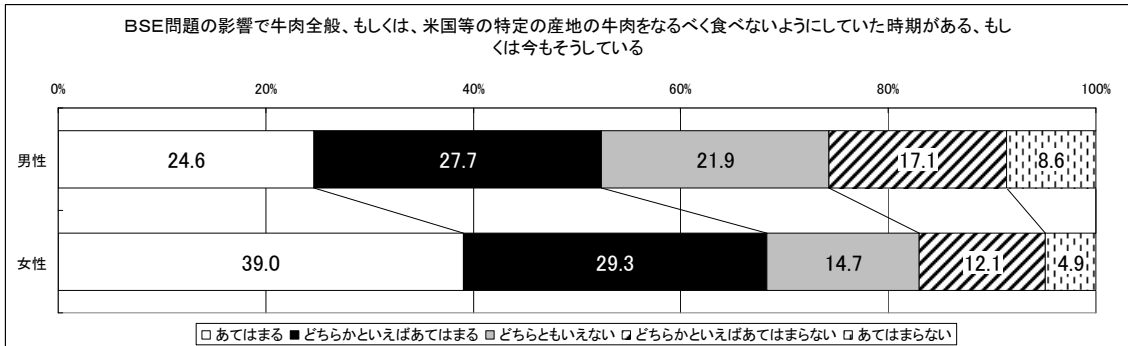


図 2-36 BSE 問題発生時の行動（一般サンプル；男女別）³⁹

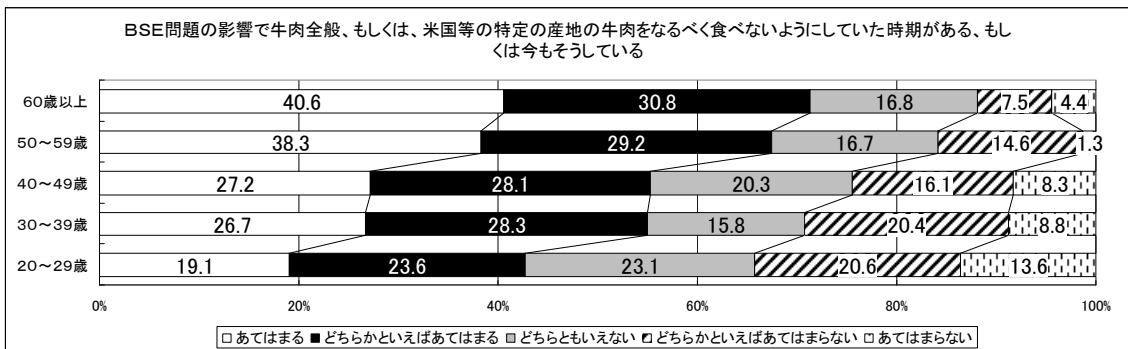


図 2-37 BSE 問題発生時の行動（一般サンプル；年代別）³⁹

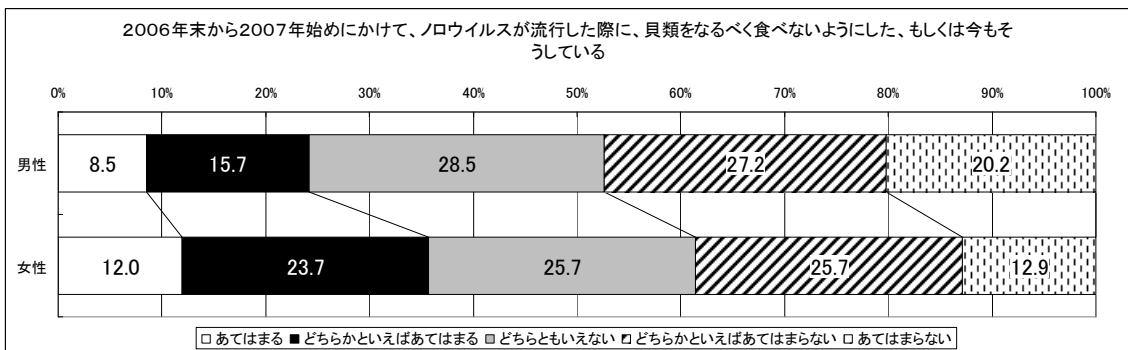


図 2-38 ノロウイルス流行時の行動（一般サンプル；男女別）³⁹

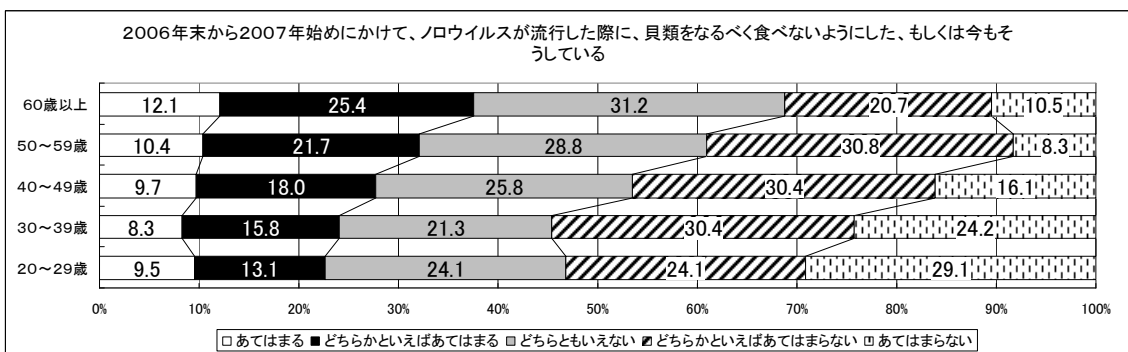


図 2-39 ノロウイルス流行時の行動（一般サンプル；年代別）³⁹

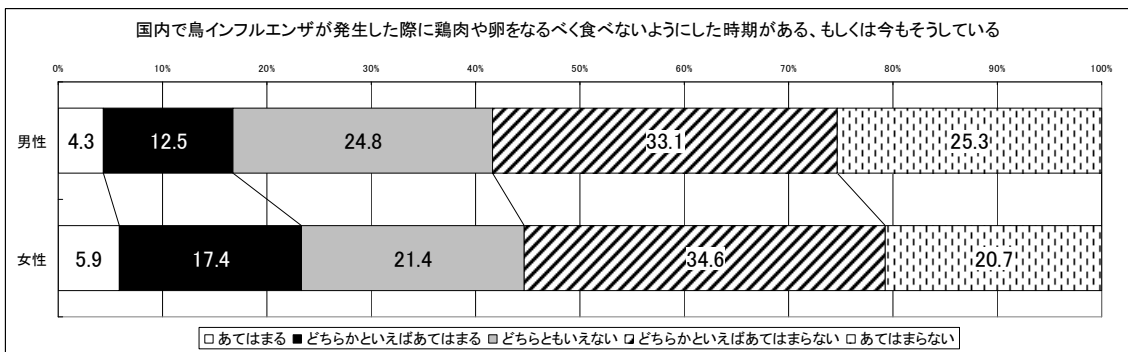


図 2-40 国内での鳥インフルエンザ発生時の行動（一般サンプル；男女別） 39

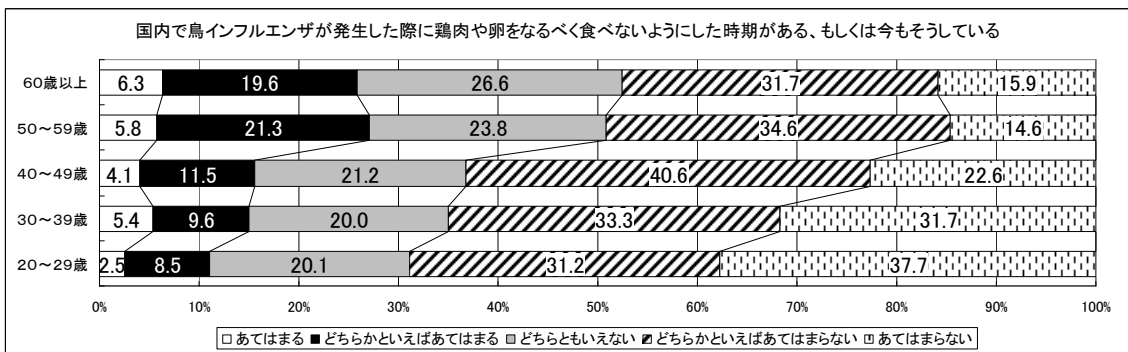


図 2-41 国内での鳥インフルエンザ発生時の行動（一般サンプル；年代別） 39

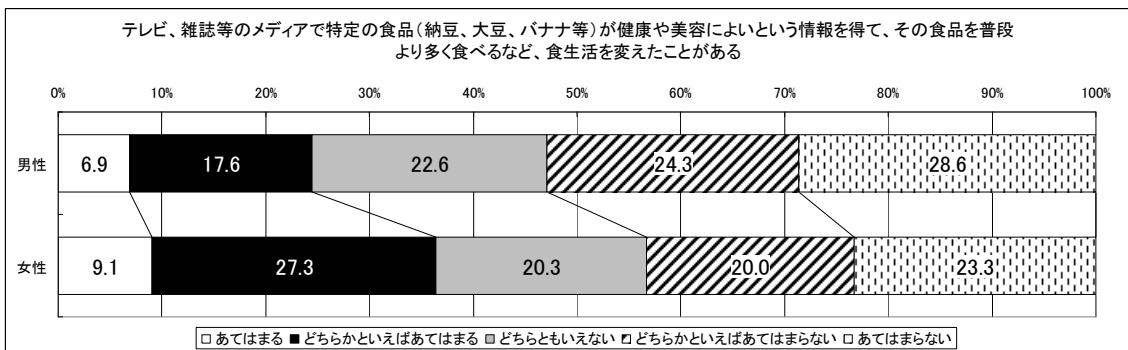


図 2-42 健康・美容情報を入手した際の行動 (一般サンプル ; 男女別) 39

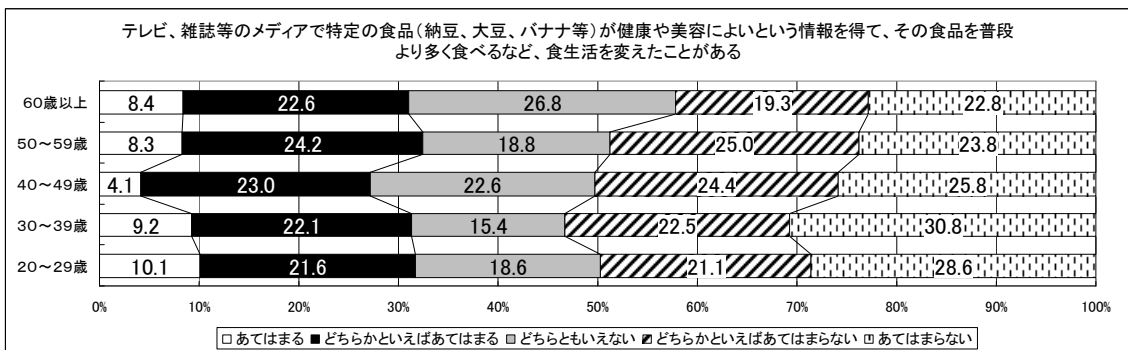


図 2-43 健康・美容情報を入手した際の行動 (一般サンプル ; 年代別) 39

魚介類の摂食と水銀に関する情報を得ることによる魚介類の食べ方の変化の男女別、年代別の集計結果を図 2-45～図 2-47 に示す。いずれも、男女、年代での顕著な差はみられなかった。

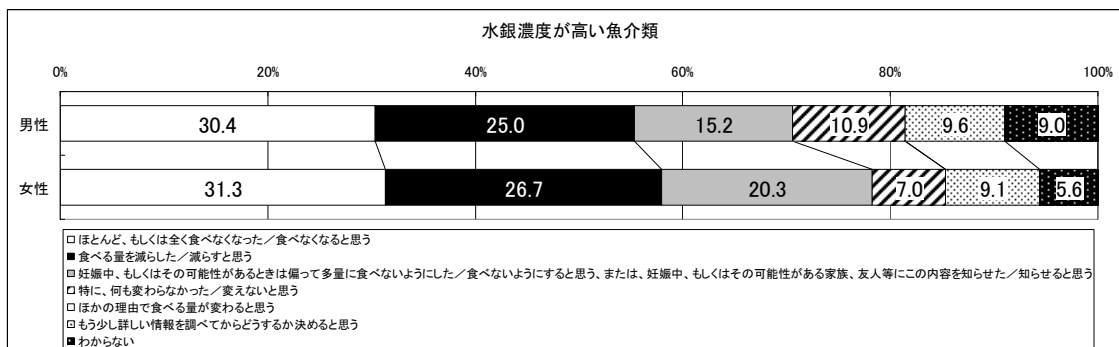


図 2-44 魚介類の摂食と水銀に関する情報の行動への影響（水銀濃度が高い魚介類）（一般サンプル；男女別） 40

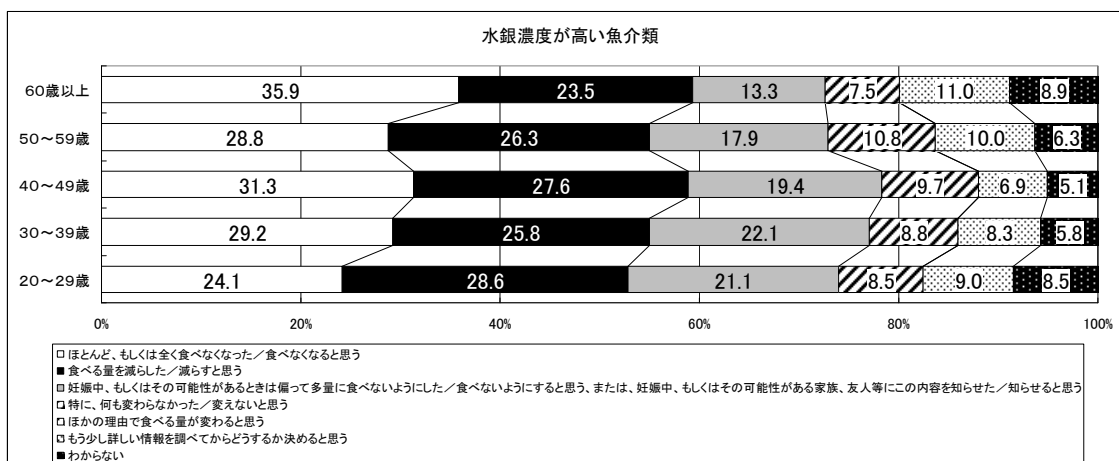


図 2-45 魚介類の摂食と水銀に関する情報の行動への影響（水銀濃度が高い魚介類）（一般サンプル；年代別） 40

40 設問文：「以下に示す魚介類について、これらの内容を知ったことにより、魚介類を食べる量はどのように変わるでしょうか。既に内容をご存知だった方は、知ったときの行動を振り返って、また、今回はじめて知った方は、今後どのように変わるかについて、最も近いものをひとつずつ選んでください。」

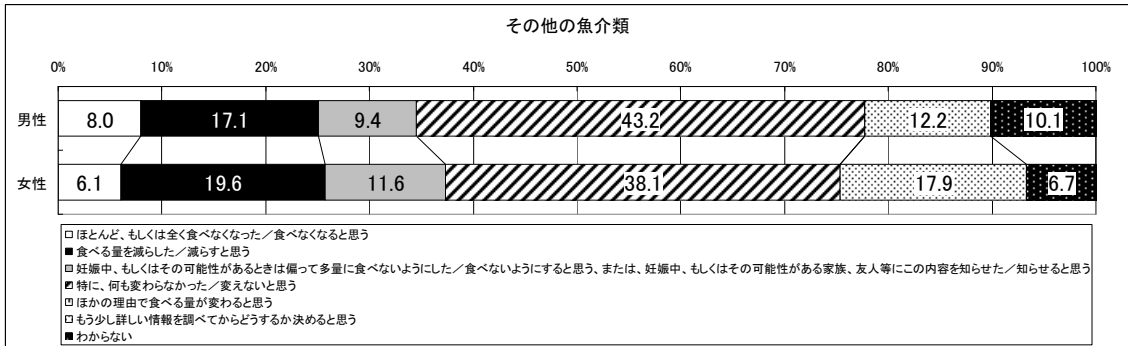


図 2-46 魚介類の摂食と水銀に関する情報の行動への影響（その他の魚介類）（一般サンプル；男女別） 40

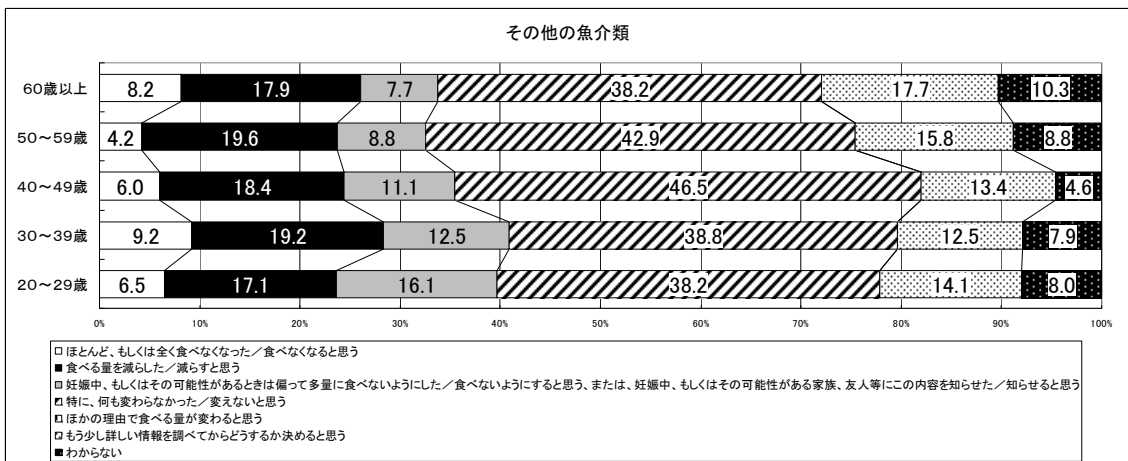


図 2-47 魚介類の摂食と水銀に関する情報の行動への影響（その他の魚介類）（一般サンプル；年代別） 40

2008年に起きたメラミン事例の男女別、年代別の認知度をそれぞれ、図 2-48、図 2-49に示す。男女別での差はほとんどないが、年代別では、20代での認知度が最も低く、年代があがるにつれ、高くなり、60歳以上で最も高くなっている。

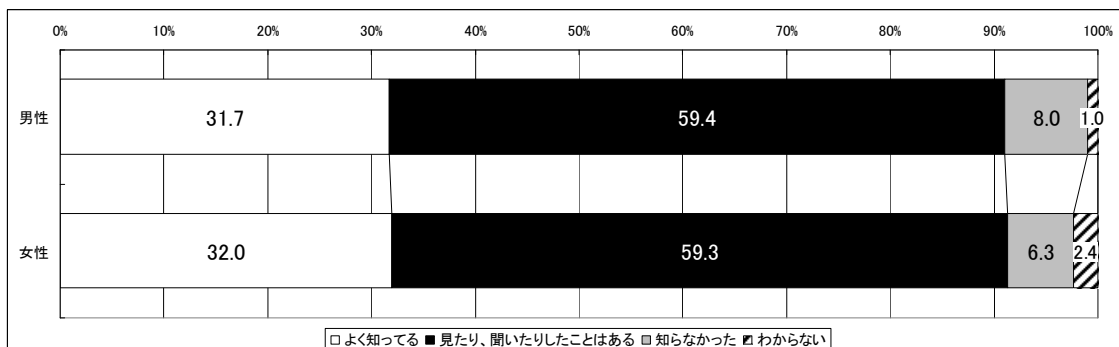


図 2-48 事例の認知度（メラミン）（一般サンプル；男女別）⁴¹

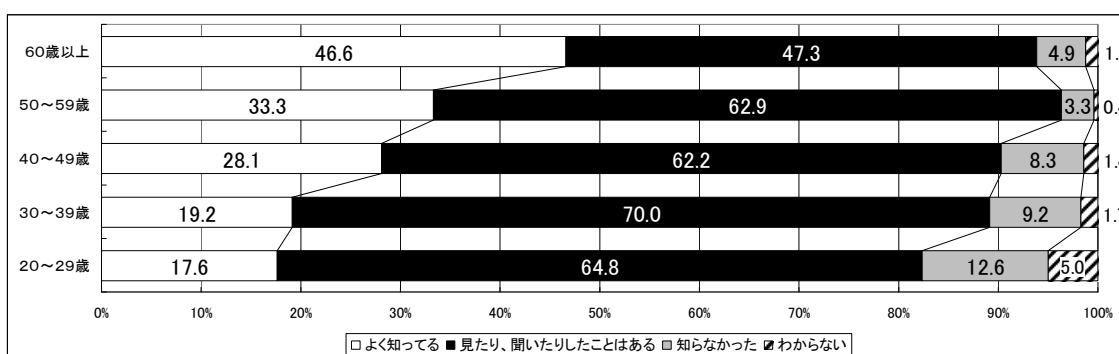


図 2-49 事例の認知度（メラミン）（一般サンプル；年代別）⁴¹

⁴¹ 設問文：「2008年9月に中国で有毒なメラミンが混入した粉ミルクを飲んだ乳幼児が健康被害にあう事件が発生しました。その後、国内で販売されている一部の製品への混入が明らかとなり、製品回収が行われました。あなたはこの事件のことを知っていましたか。」

メラミン事例発生時に、中国製食品全般の購入を控えたかどうかについて、男女別では女性が、年代別では若い世代ほど、「あてはまる」もしくは「どちらかといえばあてはまる」とした回答が多かった。

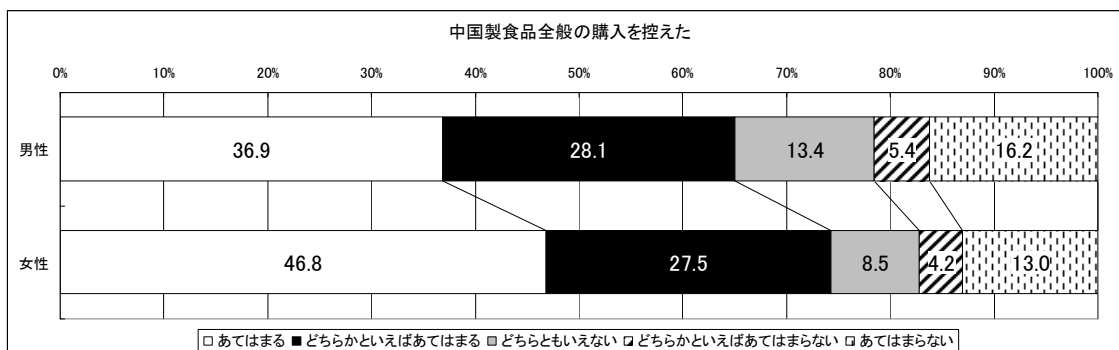


図 2-50 事例発生時の行動（メラミン）（一般サンプル；男女別）⁴²

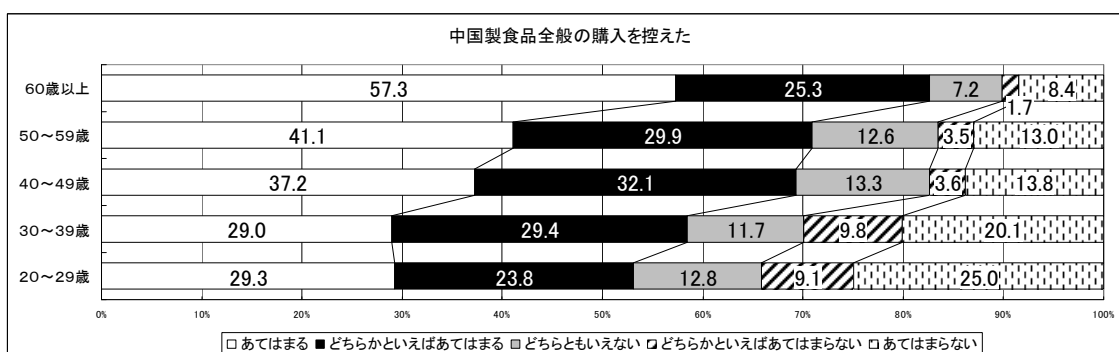


図 2-51 事例発生時の行動（メラミン）(一般サンプル；年代別)⁴²

⁴² 設問文：「メラミン混入製品の回収事件を知ったことによってあなたの行動はどのように変化しましたか。以下に示すそれぞれの行動についてどの程度あてはまるかを教えてください。」

事故米事例の認知度を男女別、年代別に集計した結果をそれぞれ、図 2-52、図 2-53 に示す。男女差はほとんどないが、年代別では、若い世代ほど認知度が低くなっている。

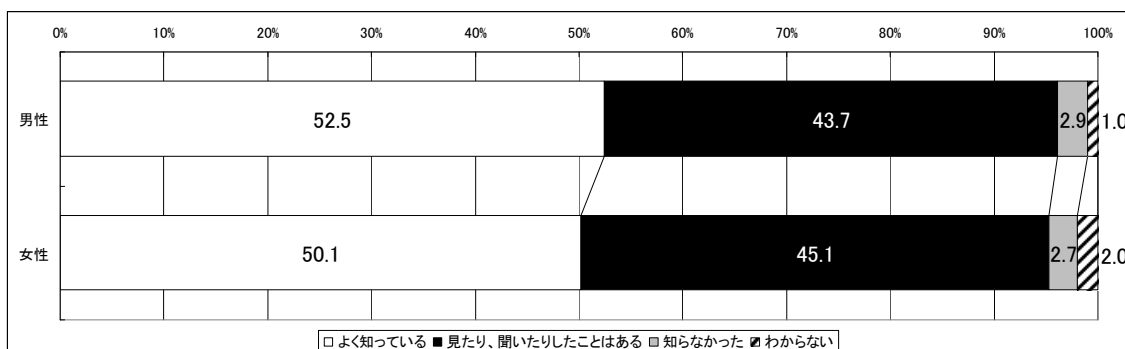


図 2-52 事例の認知度（事故米）（一般サンプル；男女別）⁴³

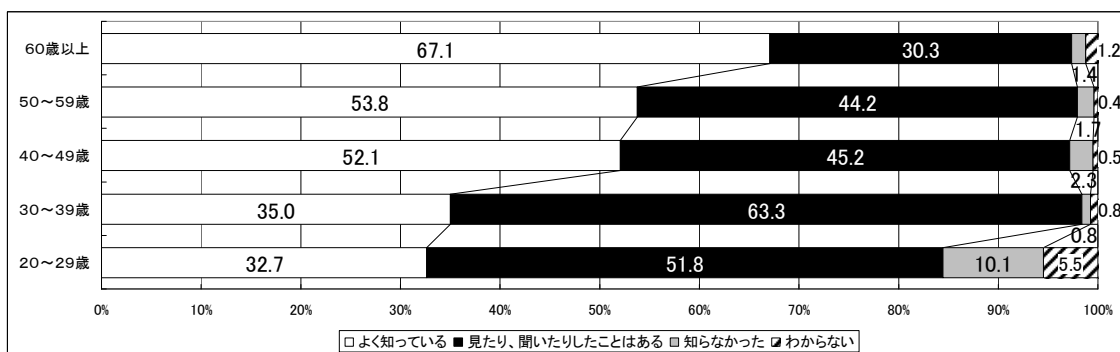


図 2-53 事例の認知度（事故米）（一般サンプル；年代別）⁴³

⁴³ 設問文：「2008年9月、一部の米穀業者等が、農薬やカビなどに汚染された非食用の事故米を食用に転用していたことが発覚し、この事故米を原材料に使っていることが判明した製品が回収されました。あなたはこの事件のことを知っていましたか。」

事故米事例発生時に、事故米が使用されていた製品と同じブランド、もしくは製造会社の製品の購入を控えたかどうかについて、年代別では若い世代ほど、「あてはまる」もしくは「どちらかといえばあてはまる」とした回答が多かった。

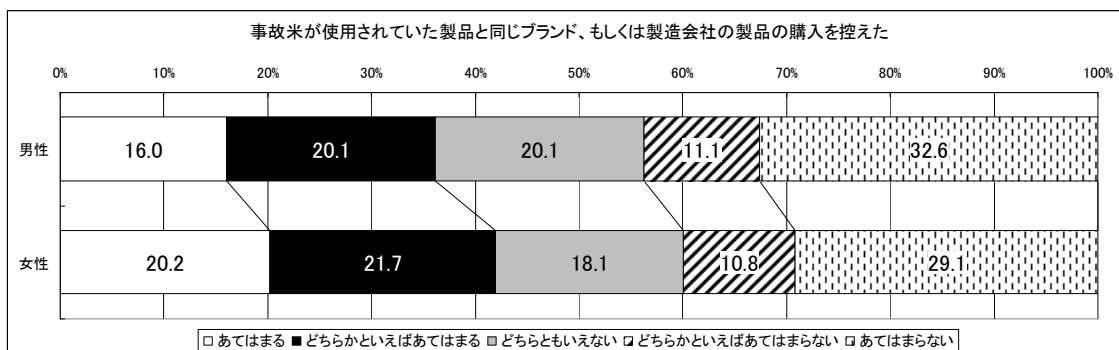


図 2-54 事例発生時の行動（事故米）（一般サンプル；男女別）⁴⁴

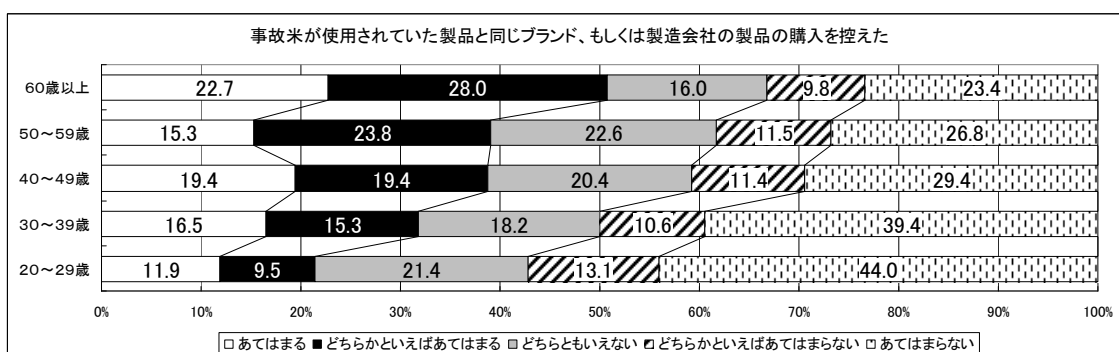


図 2-55 事例発生時の行動（事故米）（一般サンプル；年代別）⁴⁴

⁴⁴ 設問文：「非食用の事故米が食用に転用され、これを原材料とする製品が回収された事件を知ったことによってあなたの行動はどのように変化しましたか。以下に示すそれぞれの行動についてどの程度あてはまるかを教えてください。」

(3) クロス集計

ア. 分析の方針

クロス集計では、(a)食品安全に関する情報収集の積極性(図 2-4)と(b)食品安全に関する知識(図 2-5)の2軸によって、回答者をA,B,C,Dの4グループに分類し、それぞれのグループにおけるプロフィール情報等の特徴、及び、食品に関する事例での行動の変化を分析した。

(a)情報収集の積極性を測るために、図 2-4 に示した設問において、「食品の安全性に関する新聞記事は、本文までしっかり読む」、「食品の安全性に関するテレビ番組は、なるべく観るようにしている」、及び「食品の安全性に関して、疑問や不明な点があれば、インターネットや書籍、雑誌などで調べる」に対して、「あてはまる」を5点、「どちらかといえばあてはまる」を4点、「どちらともいえない」を3点、「どちらかといえばあてはまらない」を2点、「あてはまらない」を1点とし、3つの項目での回答の合計点をその回答者の情報収集の積極性を示す指標とみなした。回答者全体の分布を図 2-56 に示す。全体の平均は、10.42であった。全ての手段について「あてはまる」とした回答者(15点)は4.2%、反対に全てについて「あてはまらない」とした回答者(3点)は2.7%であった。

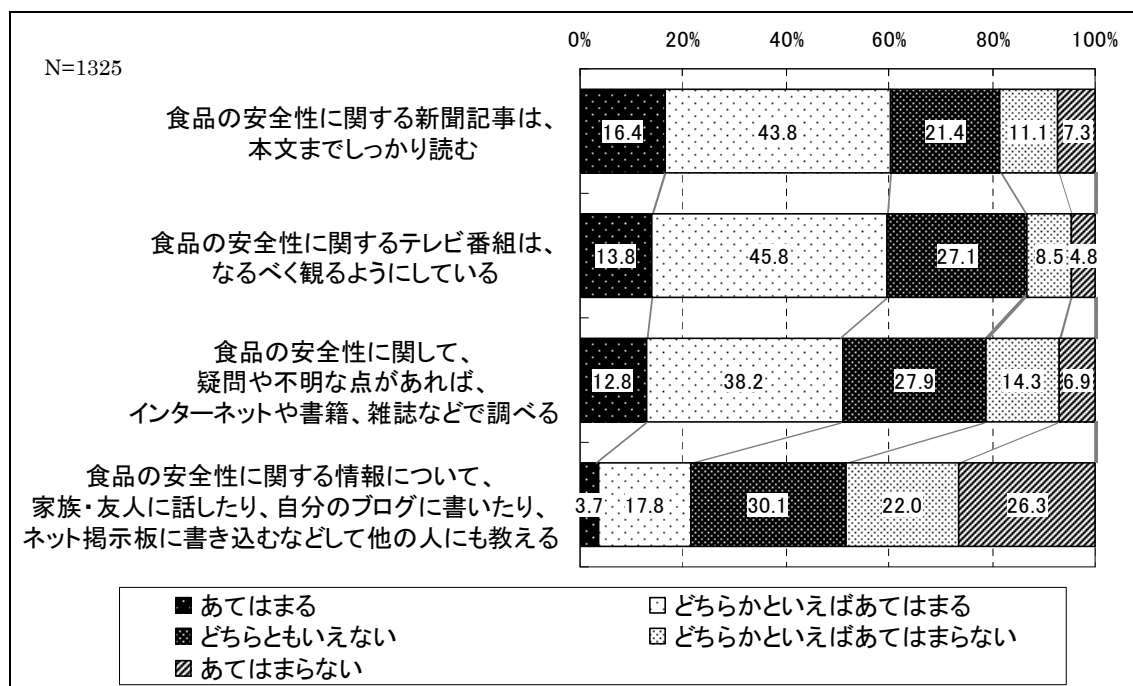


図 2-4 食品安全に関する情報収集と発信に関する行動 (再掲)

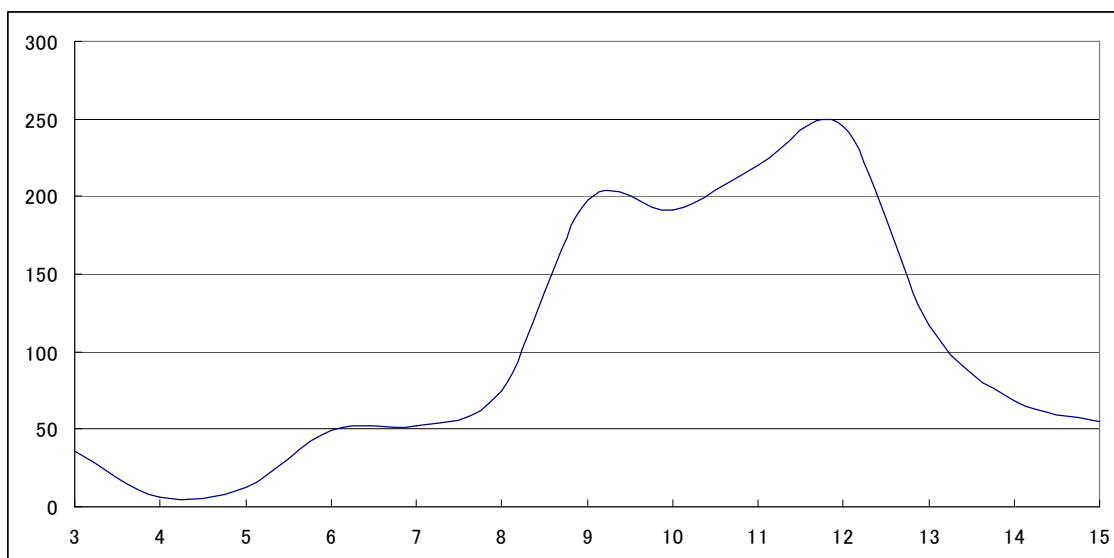


図 2-56 情報収集の積極性分布

併せて、(b)食品安全に関する知識を測るために、図 2-5 に示した設問において、食品安全に関連する一部に間違った内容を含む文章3つと、正しい内容の2つ文章の合計 5 つの文章について、それぞれ、正しいと思うか、間違っていると思うかを尋ね、回答の正誤数を食品安全に関する知識を示す指標とみなした。回答者全体の分布を図 2-57 に示す。全体の正解率の平均は、5 問中、1.87 であった。また、全問正解者は 1.1%、0 問正解者は 13.8% であった。これは、5 つの文章は、いずれも厚生労働省、もしくは内閣府食品安全委員会からの発表内容をもとに作成されたものであり、これらの発表内容の認知度の低さが読み取れる。

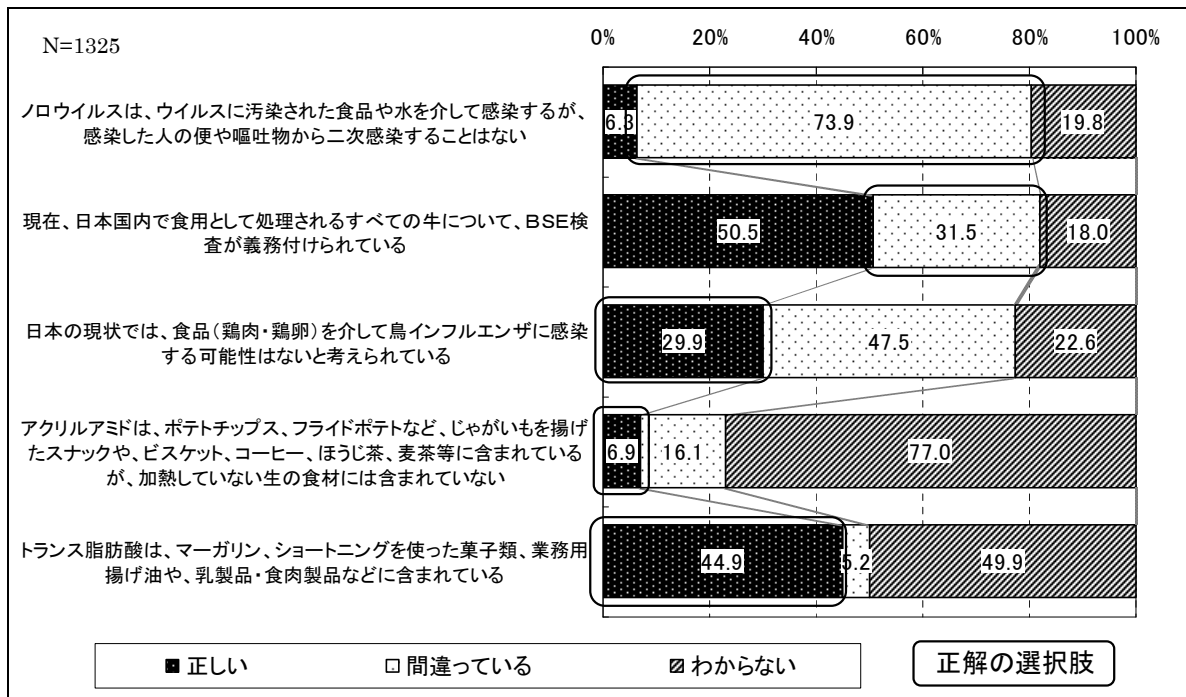


図 2-5 食品安全クイズへの回答結果 (再掲)

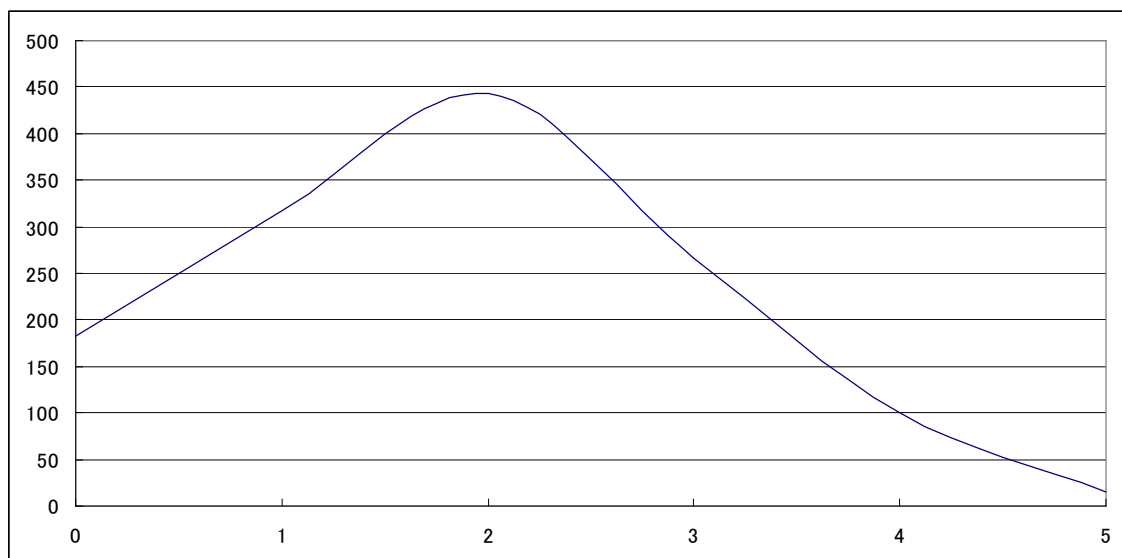


図 2-57 食品安全の知識レベル分布

次に、プロフィール情報（性別、年代）による分布の特徴をみるため、クロス集計を行った。情報収集の積極性、知識レベルの全体の平均点をそれぞれ、X 軸、Y 軸とした、男女別、年代別、それぞれ図 2-58、図 2-59 に示す。さらに、性別（2 区分）×年代（5 区分）で、合計 10 区分の層別に分けた分布を図 2-60 に示す。男女で比べると、顕著な差は出ていないが、女性の方が男性より、知識が豊富で、情報収集にも積極的であることがわかる。年代別では、30 代、40 代、50 代の知識レベルが全体の平均を若干上回っており、20 代、60 歳以上では、若干下回っている。情報収集の積極性では、20 代が最も消極的で、年代が上がるにつれ、積極性が増している。さらに、性別×年代の 10 区分での分布をみると、20 代男性の知識レベルが他のグループと比べて、限定的で、情報収集も消極的であることが顕著に現れている。

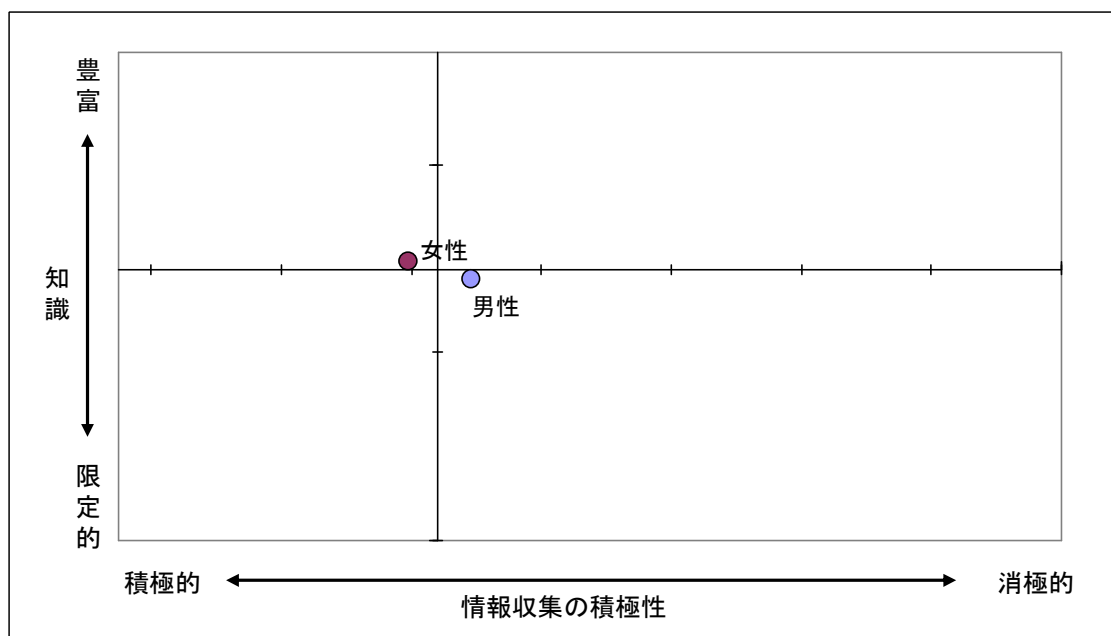


図 2-58 男女別分布

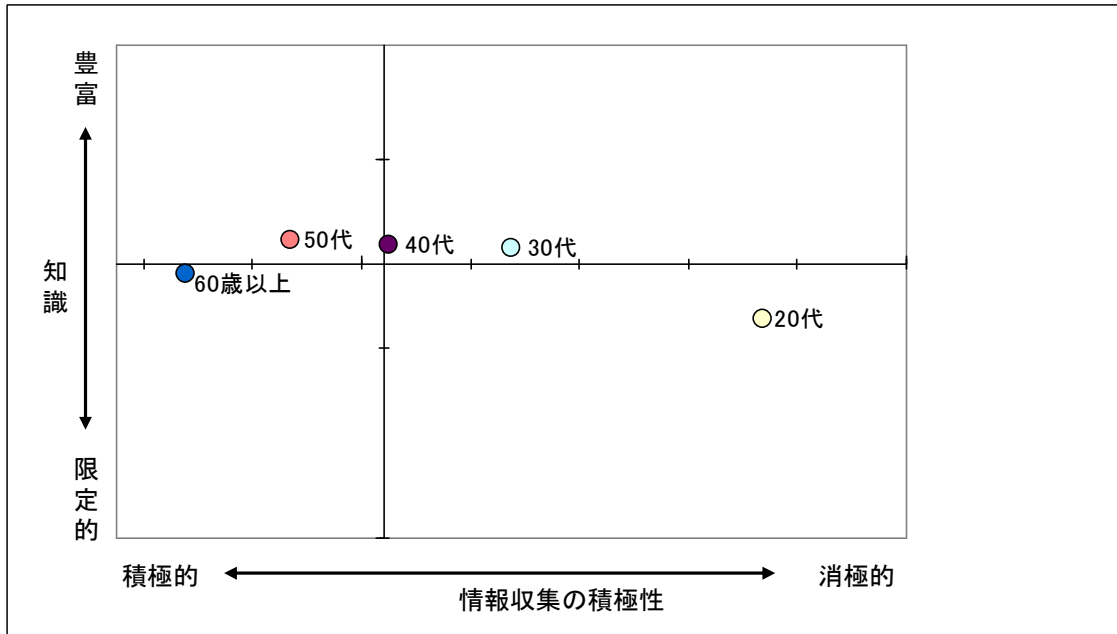


図 2-59 年代別分布

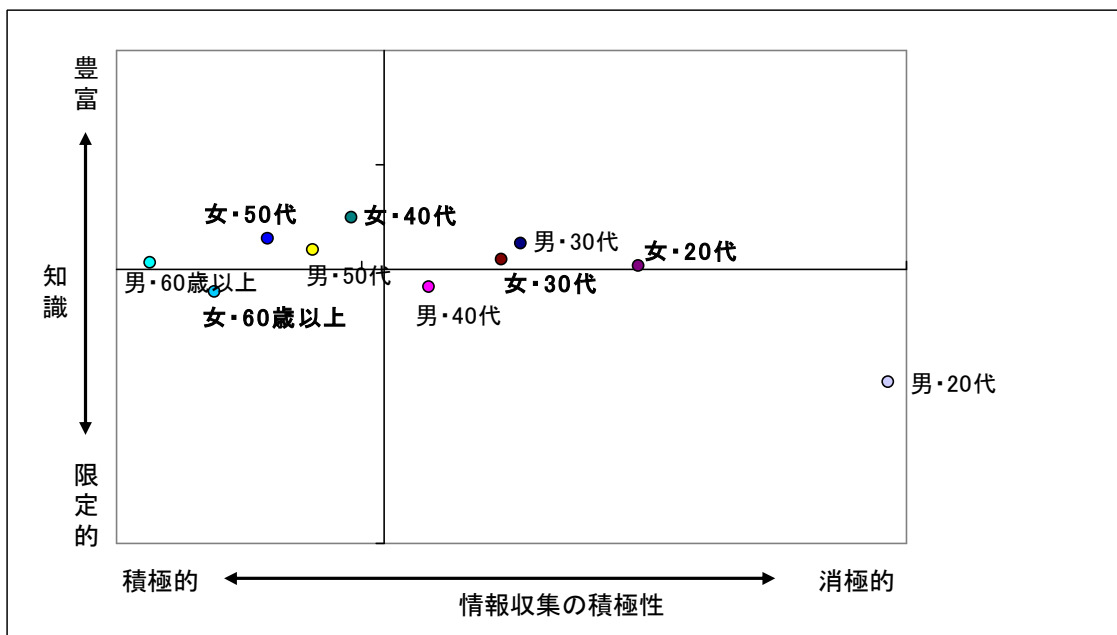


図 2-60 性別×年代別分布

食品安全に関する情報収集の積極性と知識レベルによって、回答者を分類した場合の分布を図 2-61 に示す。各グループで 100 人以上のサンプルを確保できるように、A-D の区分軸を設定した。

		情報収集の積極性 → ← 積極的 消極的													
		Q4													
		15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	総計
豊富 ↑ 知識 ↓ 限定的	5	2	1	1	6	1	1	0	0	1	1	0	0	1	15
	4	12	6	15	14	20	15	7	5	2	3	0	0	1	100
	3	12	18	31	55	46	42	30	14	4	6	2	1	6	267
	2	16	23	37	86	76	65	69	26	21	14	3	2	5	443
	1	10	15	27	56	54	53	42	22	12	11	6	1	8	317
	0	3	5	6	28	23	15	50	8	12	14	2	2	15	183
	総計	55	68	117	245	220	191	198	75	52	49	13	6	36	1325

図 2-61 グループ分類

イ. グループの特徴

分析方針に則って 4 分類された A~D グループの特徴とサンプル数を表 2-6 に整理する。全体の構成としては、D グループが最も多く (36.1%)、B グループが最も少なかった (10.7%)。今回のグループ分けは、回答者の偏りに関係なく、暫定的に設定したものであるが、知識レベルについて、限定的であるグループに回答者が集中する傾向があることがわかる。

表 2-6 各グループの特徴とサンプル数

グループ	特徴	数	比率
A	情報収集に積極的、知識は豊富	240	18.1%
B	情報収集に消極的、知識は豊富	142	10.7%
C	情報収集に積極的、知識は限定的	465	35.1%
D	情報収集に消極的、知識は限定的	478	36.1%
合計	-	1325	100.0%

ウ. 分析結果

本節では、グループごとの食品の安全性に関する情報の入手、および行動への影響の傾向をみるため、いくつかの設問についてグループ別に回答を比較する。

食品安全に関する情報を得ている媒体についてのグループ別の集計結果を図 2-62 に示す。全てのグループにおいて、テレビという回答が最も多い。次いで、グループ A、B、D では、インターネットニュースという回答が多く、グループ C では、新聞という回答が多い。グループ間での差が最も大きいのは、新聞で、グループ A (86.3%) とグループ D (66.1%) では、20%以上の差がある。

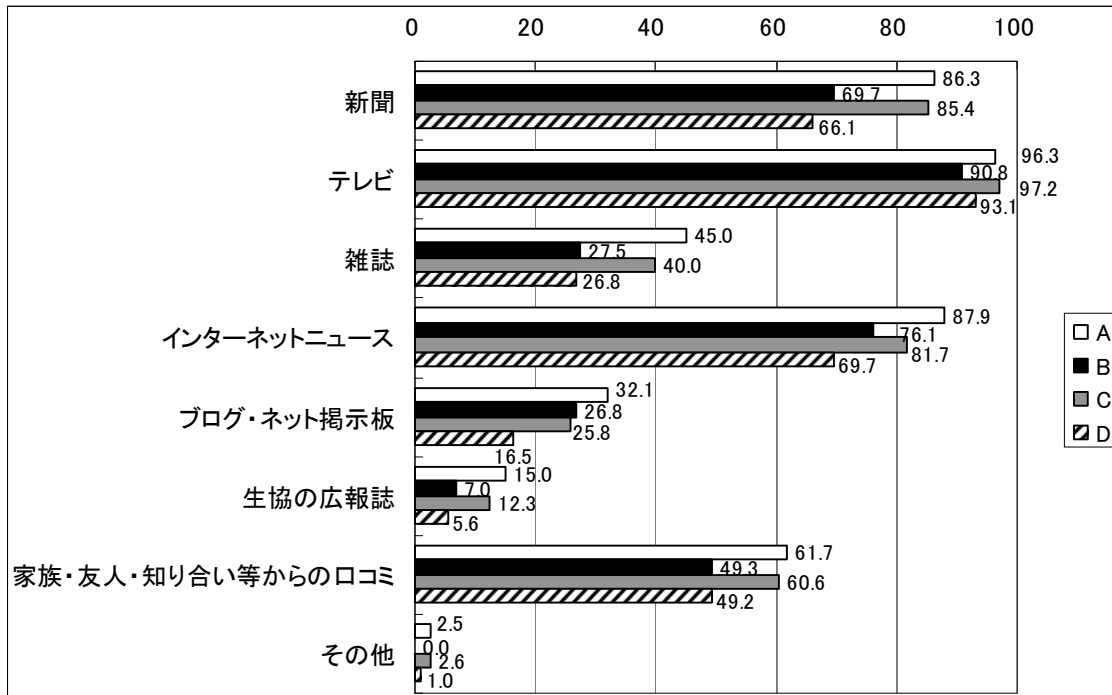


図 2-62 食品安全に関する情報を得ている媒体 (グループ別)

食品安全に関する情報を最も多く得ている媒体についてのグループ別の集計結果を図 2-63 に示す。ここでもテレビという回答が各グループで最も多くなっているが、その中でもグループ D、C での比率が高く (それぞれ 53.8%、52.3%)、グループ A での比率が最も低くなっている(43.8%)。

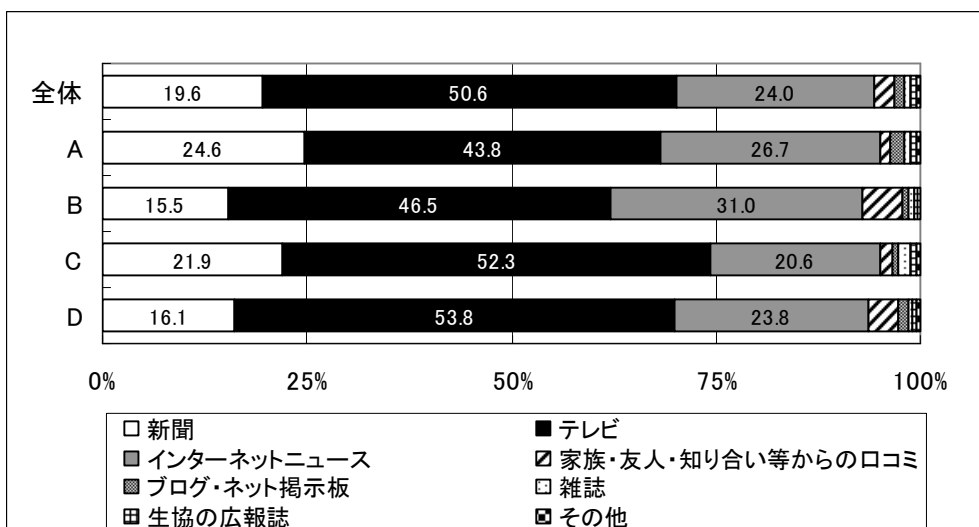


図 2-63 食品安全に関する情報を最も多く得ている媒体（グループ別）

グループ別の情報発信行動の傾向を図 2-64 に示す。最も積極的に情報発信を行っているのは、グループ A で、最も消極的なのは、グループ D、およびほぼ同程度でグループ B であることがわかる。

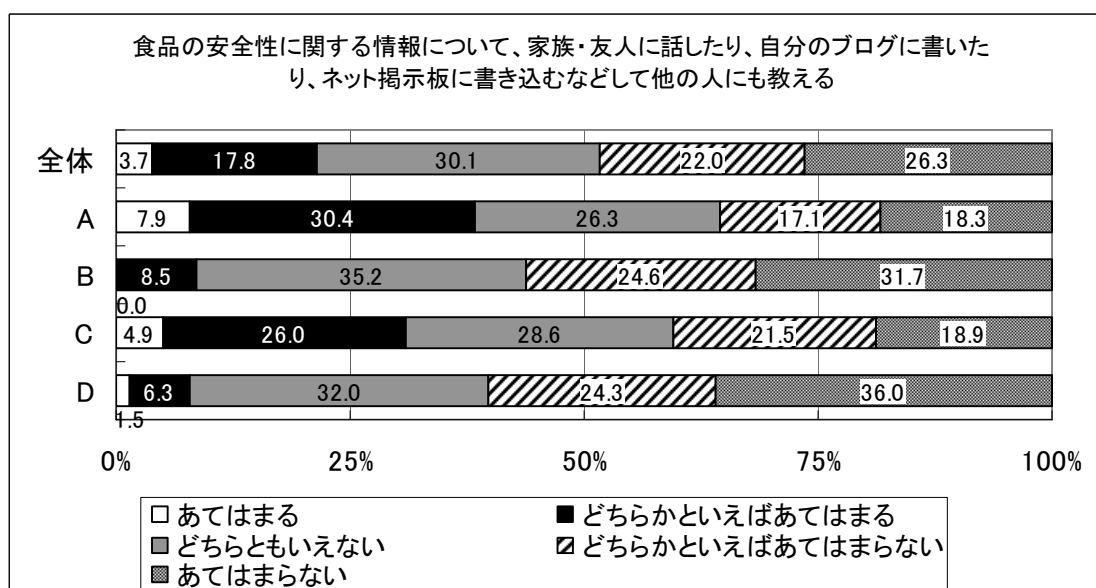


図 2-64 食品安全に関する情報の発信（グループ別）

過去の食品に関連する事例発生時の行動について、グループ別の集計結果を図 2-65～図 2-69 に示す。事例ごとに傾向は多少異なるが、総合的に見て、グループ A と C が行動を起こしやすく、グループ B と D が比較的、影響を受けにくいことがわかる。グループ A と C、グループ B と D の違いは、情報収集の積極性であり、積極的に情報収集しているグループほど、消費行動への影響が大きいこと読み取れる。

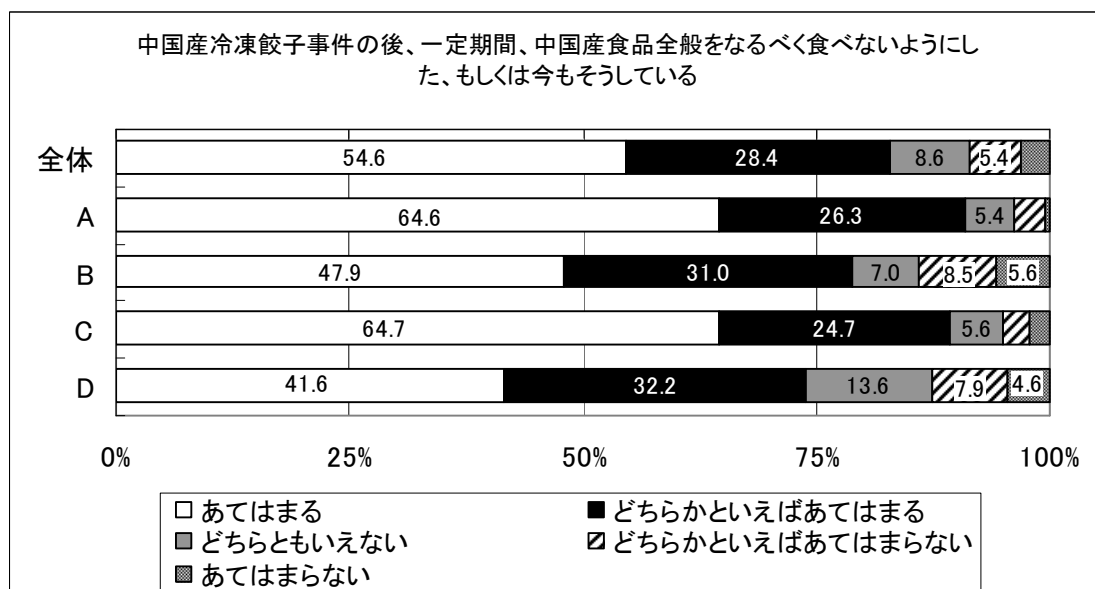


図 2-65 中国産冷凍餃子事例発生時の行動（グループ別）

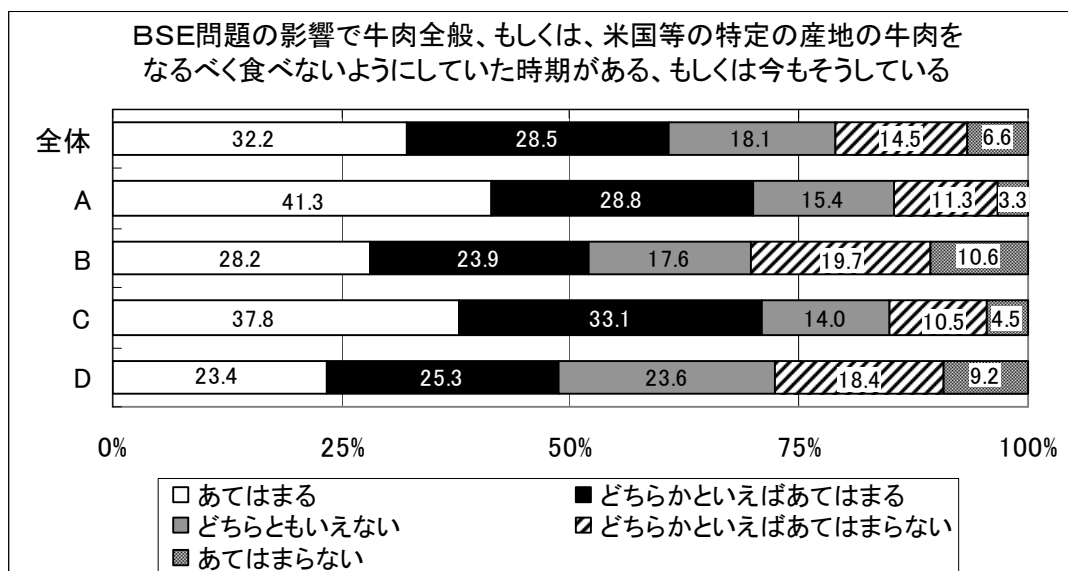


図 2-66 BSE 問題発生時の行動（グループ別）

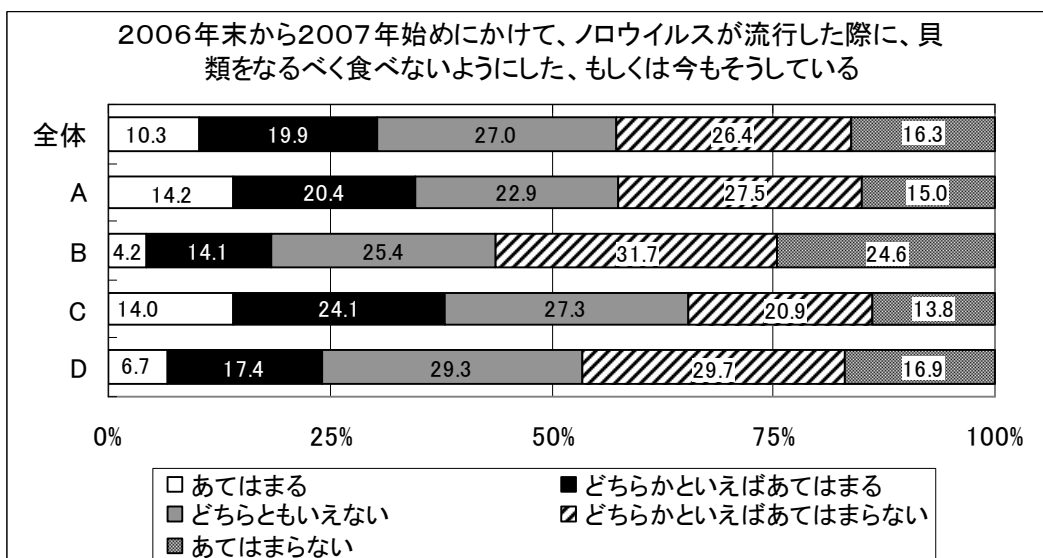


図 2-67 ノロウイルス流行時の行動（グループ別）

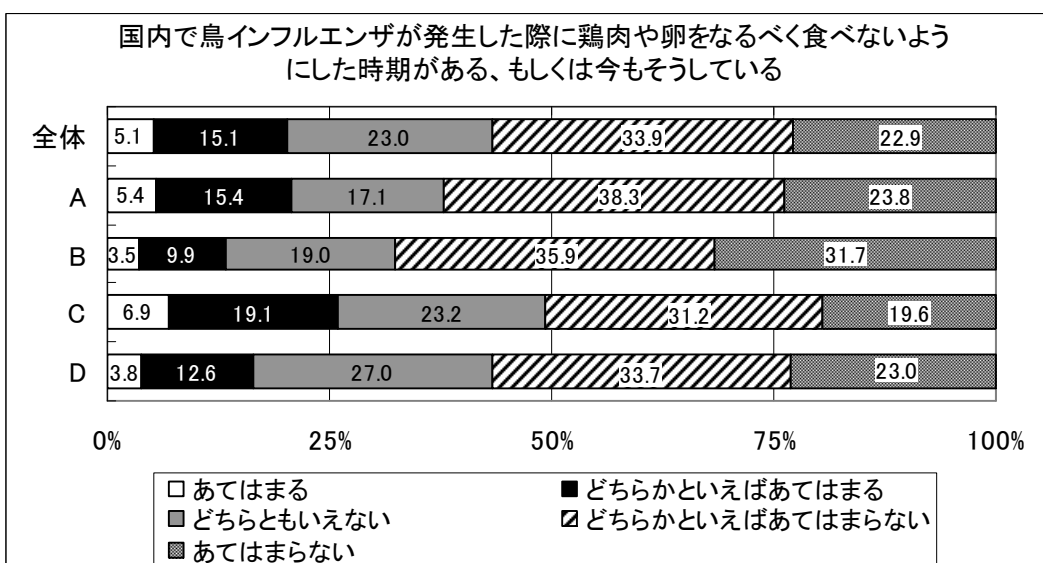


図 2-68 国内での鳥インフルエンザ発生時の行動（グループ別）

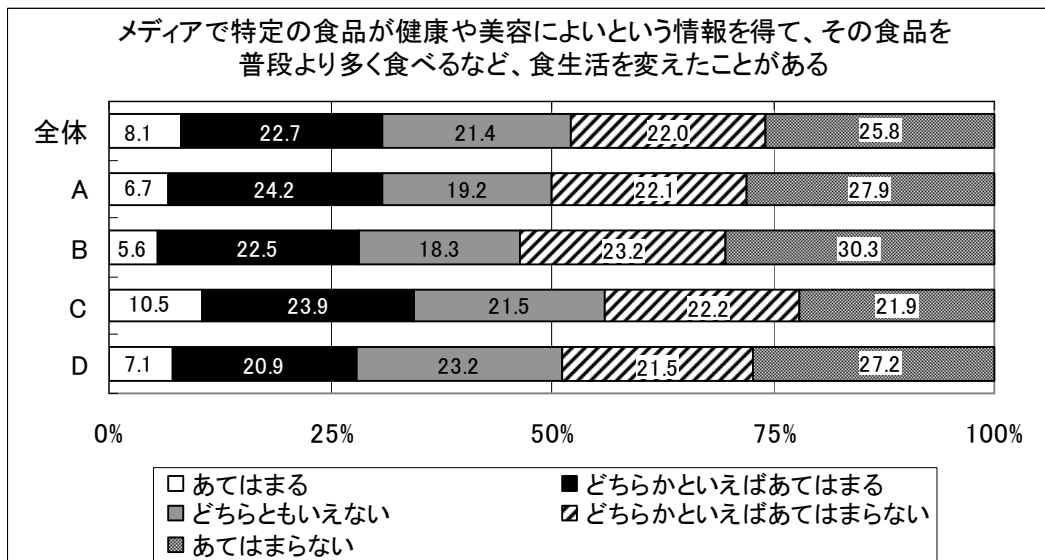


図 2-69 健康・美容情報を入手した際の行動（グループ別）

次に、当調査の主題のひとつである魚介類の摂食と水銀に関する情報を受けての消費行動の変化について、グループ別の集計結果を図 2-70（水銀濃度の高い魚介類）、及び図 2-71（その他の魚介類）に示す。水銀濃度の高い魚介類の食べる量を減らす（食べなくなるも含む）傾向が最も強いのは、グループ C であった。逆に、食べる量が変わらないという回答が最も多かったのは、グループ B であった。

その他の魚介類では、全てのグループにおいて、「特に何も変わらなかった/変えないと思う」とする回答が最も多かった。

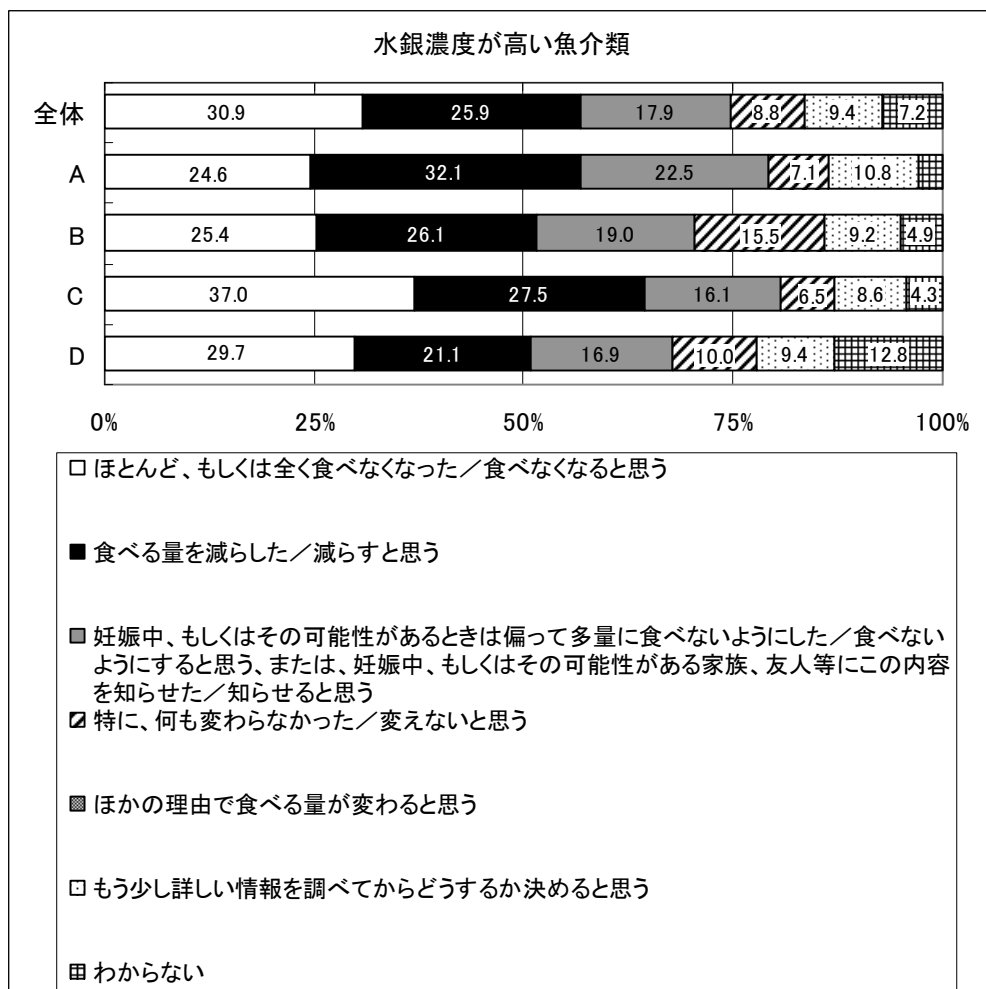


図 2-70 魚介類の摂食と水銀に関する情報の行動への影響（水銀濃度の高い魚介類）
（グループ別）

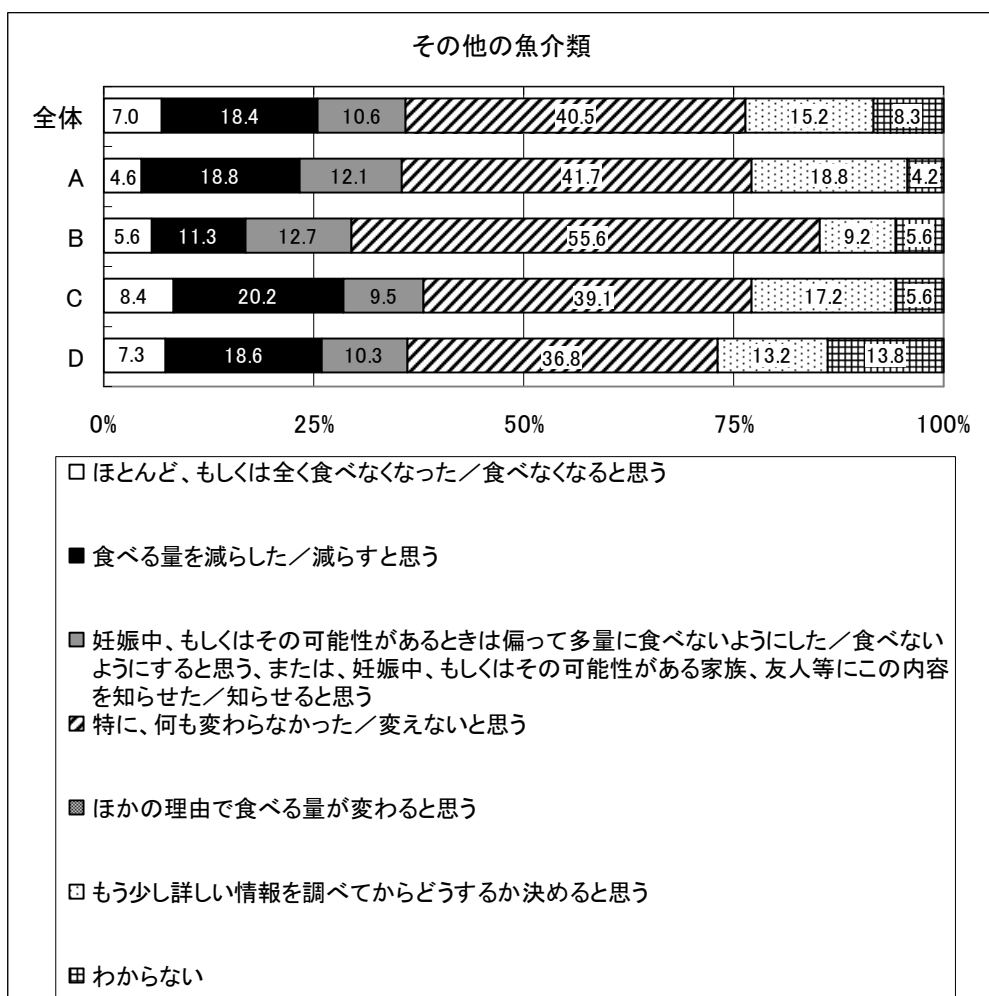


図 2-71 魚介類の摂食と水銀に関する情報の行動への影響（その他の魚介類）（グループ別）

加えて、近年の事例として、メラミンの事例、及び事故米の事例発生時の行動をグループ別に集計した結果を図 2-72、及び図 2-73 に示す。いずれの事例においても他の事例と同様に、グループ A、C で行動を起こしやすい傾向がある。

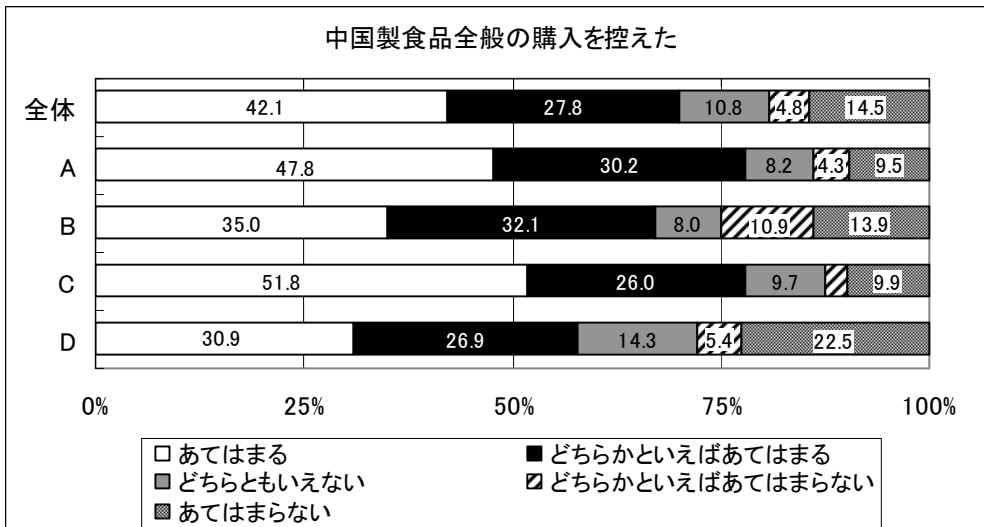


図 2-72 メラミン事例発生時の行動 (グループ別)

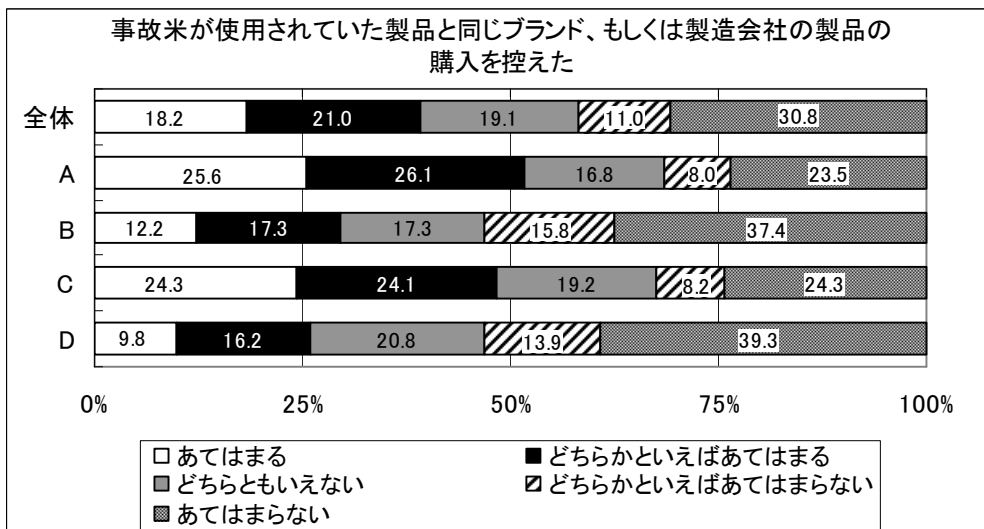


図 2-73 事故米事例発生時の行動 (グループ別)

これらの結果から、各グループの特徴を以下のように整理することができる。

○ グループ A

食品安全に関する情報収集に積極的で、知識も豊富であるグループ A は、全体の 18.1%を占めた。食品安全に関して情報を得ている媒体としては、8 割以上がテレビ、インターネットニュース、新聞を挙げており、その他の媒体についても、他のグループと比べ、利用率が高く、さまざまな媒体から情報を入手する傾向があった。そのなかでも最も多く情報を得ている媒体としては、上位から、テレビ、インターネットニュース、新聞が挙げられており、特に、新聞という回答は、他のグループと比べると、最も多かった。また、情報の発信についても、最も積極的であることがわかった。過去の主な食品安全関連事例の中では、中国産冷凍餃子、BSE、ノロウイルス、鳥インフルエンザの事例において、いわゆる風評被害の原因となるような消費行動を起こす傾向が強いという結果が見られた。

○ グループ B

食品安全に関する情報収集に消極的であるが、知識は豊富であるグループ B は、全体の 10.7%を占め、サイズとしては最も小さかった。食品安全に関して情報を得ている媒体としては、上位からテレビ、インターネットニュース、新聞が挙げられていた。そのなかでも最も多く情報を得ている媒体としては、上位から、テレビ、インターネットニュース、新聞が挙げられており、特に、インターネットニュースという回答は、他のグループと比べると、最も多かった。情報の発信については、グループ A、C と比べると極端に消極的であった。過去の主な食品安全関連事例の中では、いずれにおいても、いわゆる風評被害の原因となるような消費行動を起こす傾向が弱いという結果が出た。

○ グループ C

食品安全に関する情報収集に積極的であるが、知識は限定的であるグループ C は、全体の 35.1%を占め、サイズとしては、比較的大きかった。食品安全に関して情報を得ている媒体としては、上位からテレビ、新聞、インターネットニュースが挙げられており、その他の媒体についても他のグループと比べ、利用率が高く、さまざまな媒体から情報を入手する傾向が見られた。そのなかでも最も多く情報を得ている媒体としては、上位から、テレビ、新聞、インターネットニュースが挙げられており、特に、テレビという回答が占める割合が他のグループと比べて比較的高かった。情報の発信については、グループ A に次いで積極的であることがわかった。過去の主な食品安全関連事例の中では、ほぼ全てにおいて、いわゆる風評被害の原因となるような消費行動を起こす傾向が強いという結果が出た。

○ グループ D

食品安全に関する情報収集に消極的で、知識も限定的であるグループ D は、全体の 36.1%を占め、サイズとしては最も大きかった。食品安全に関して情報を得ている媒体としては、上位から、テレビ、インターネットニュース、新聞が挙げられているが、いずれも他のグループと比べると利用率は低かった。最も多く情報を得ている媒体としては、上位から、テレビ、インターネットニュース、新聞が挙げられており、特に、テレビという回答が占める割合が4つのグループのなかで最も高かった。情報の発信については、グループ A,C と比べると極端に消極的であった。過去の主な食品安全関連事例の中では、ほぼ全てで、いわゆる風評被害の原因となるような消費行動を起こす傾向が弱いという結果が出た。

2.3.2 追加調査

1.2 に示した報道分析、および、3.2 に示したヒアリング結果より、魚介類の摂食と水銀に関する事例では、平成 15 年の厚生労働省からの発表時に、キンメダイ、およびメカジキへのいわゆる風評被害が起こったことが指摘されている。一方で、平成 17 年の発表の際には、平成 15 年の発表で注意喚起の対象となった魚介類、および、新たに追加された魚介類において、風評被害が起こったという指摘はなされていない。国民が対象魚種について、どの程度認知しているのかを確認するため、「妊娠している人又は妊娠している可能性のある人は、水銀濃度が高い魚介類を偏って多量に食べることは避けて、水銀摂取量を減らし、魚食のメリットを活かすこととの両立をはかることが勧められている」ことを知っていた回答者に対し、「水銀濃度が高い魚介類」とは具体的にどのような魚介類であるか考えるかを確認した。一般サンプル、および特殊サンプルの注意喚起の認知度を図 2-74 に、具体的な魚介類の認知度を図 2-75、および図 2-76 に示す。

本調査での調査結果と同様に、特殊サンプル（5 歳以下の子どもを持つ女性）での認知度は約 6 割と高いのに比べて、一般サンプルでの認知度は、4 割に満たない。注意喚起の対象魚介類の認知については、平成 17 年の発表で追加されたミナミマグロ、メバチ（メバチマグロ）を「当てはまる」とした回答者が、一般サンプルでそれぞれ 46.2%、特殊サンプルで 56.5%、58.0%とそれぞれ上位 2 位を占めた。風評被害が起きたと指摘されているキンメダイについては、一般サンプルでは、38.9%、特殊サンプルでは、31.9%と、他の対象魚介類と比べて、特別に高く認知されているわけではないことがわかった。

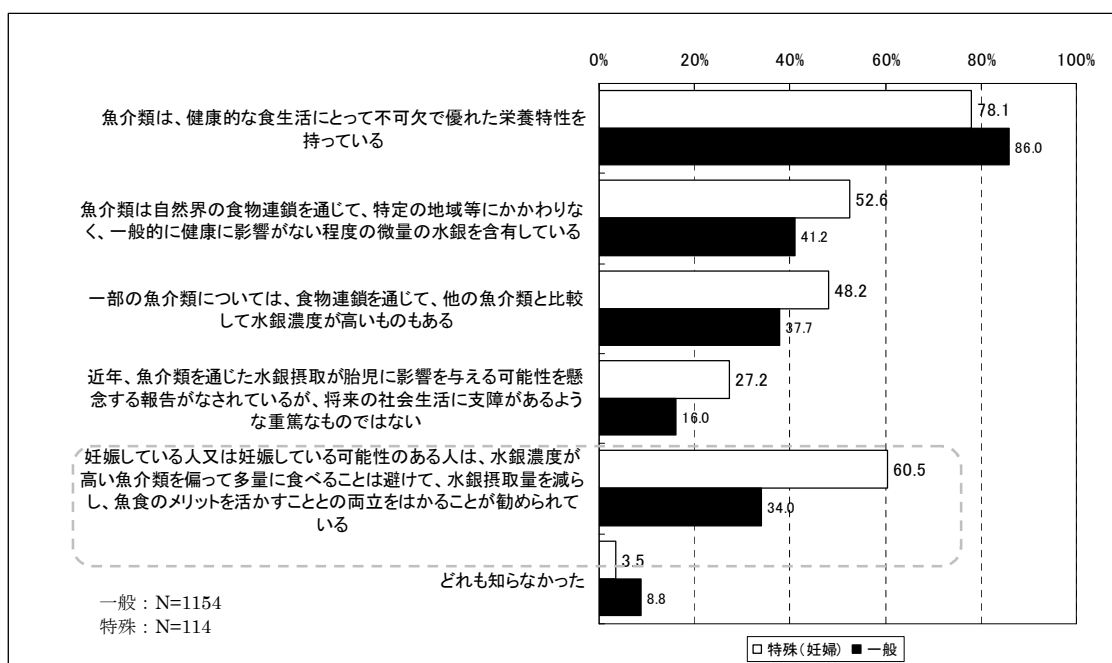


図 2-74 魚介類の摂食と水銀に係る情報の認知度比較（追加調査）

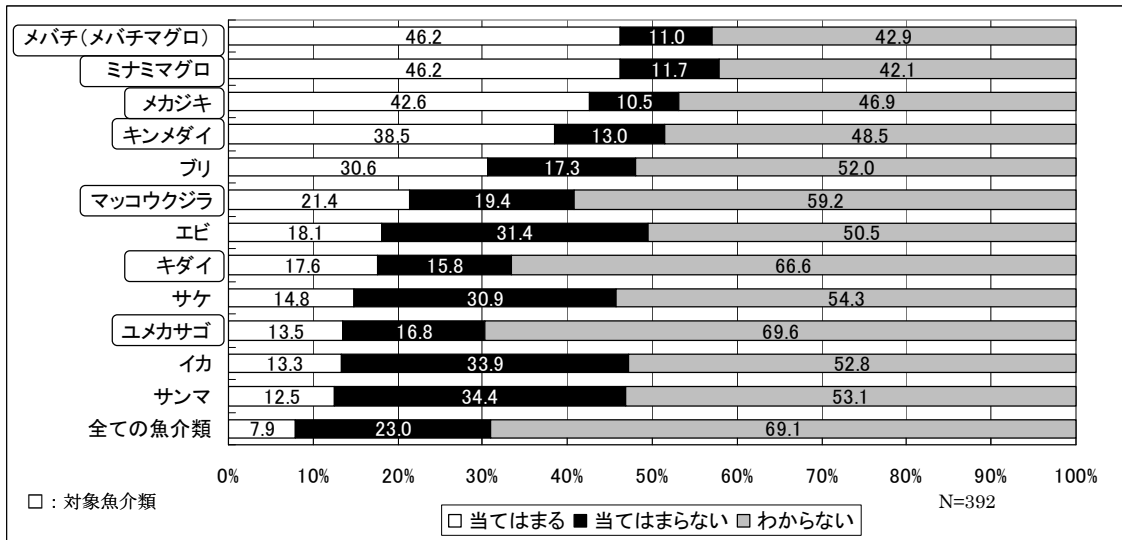


図 2-75 「水銀濃度の高い魚介類」の種類 (一般サンプル)

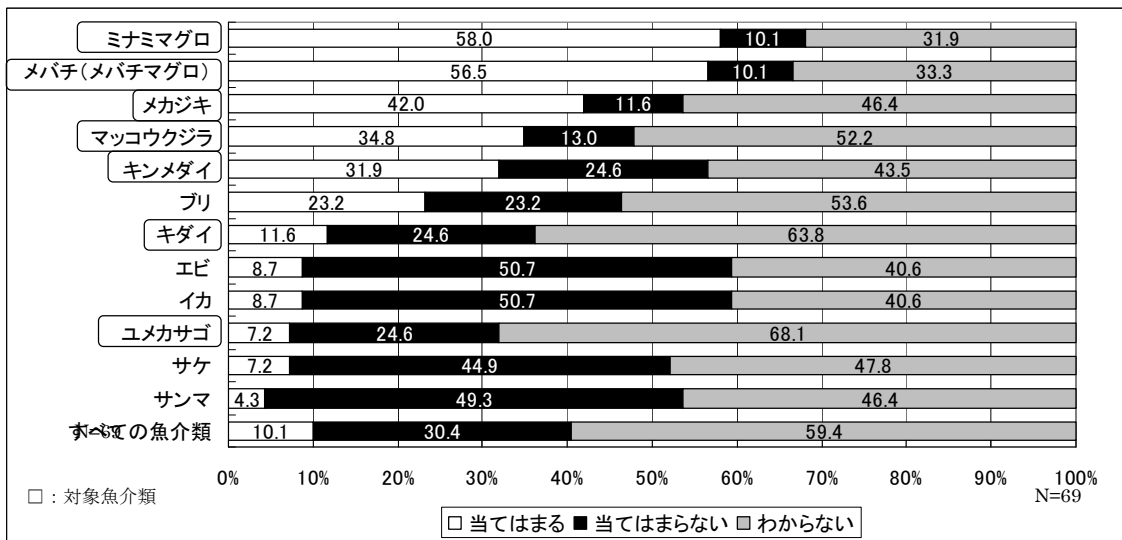


図 2-76 「水銀濃度の高い魚介類」の種類 (特殊サンプル)

2.3.3 結果のまとめ

(1) 全体

- 1) 食品安全に関する情報を得ている媒体としては、テレビが最も多く利用されているが、最も信頼されているのは新聞である。口コミで情報を得ている人も半数を超えた。(図 2-1、図 2-2) また、最も信頼されている情報源は研究機関であり、国を信頼しているのは約半数であった。(図 2-3)
- 2) メチル水銀の事例では、対象集団と対象食品が限定され、その影響も重篤でないことを説明したとしても、その影響は、対象集団の方が強いものの、対象集団以外、および対象食品以外にも及ぶ傾向があることがわかった。(図 2-10、図 2-15、図 2-27)
- 3) メチル水銀濃度が高い魚種としての認知度は、平成 15 年の厚生労働省の発表後、いわゆる風評被害が起きたとされたキンメダイよりも、メバチ (メバチマグロ)、ミナミマグロ等、他の魚種の方が高かった。(図 2-75、図 2-76)
- 4) 平成 20 年のメラミン、および事故米の事例が発生した際の消費行動の変化をみると、回収対象ではない製品であっても安全性への不安から、買い控えが起こっていたことがわかった。(図 2-17~図 2-24)
- 5) 情報発信を積極的に行っているのは、全体の 2 割程度に留まった。(図 2-4)

(2) 性別・年代別相对比较

- 6) 男女別では、女性の方が新聞の利用率が低く、その分、テレビの利用率が高かった。世代別では若い世代での新聞の利用率が比較的 low、インターネットニュースの利用率がテレビに次いで高かった。(図 2-32、図 2-33)
- 7) 若い世代ほど、情報収集に消極的であることがわかった。特に、20 代男性が他と比べ、顕著な差が現れており、知識レベルも比較的 low 傾向が見られた。(図 2-58~図 2-60)
- 8) 事例の内容による差はあるが、総合的にみて、男女別では女性が、世代別では、高い年代の人ほど、いわゆる風評被害の原因となるような行動を起こしやすい傾向があることがわかった。(図 2-34~ 図 2-41)

(3) グループ別相对比较

- 9) 情報収集に消極的なグループで全体の約半分を占めた。そのうち、7 割は知識も限定的であった。(表 2-6)
- 10) 食品安全に関する知識レベルが比較的 low グループは、食品安全に関する情報をテレビから得ている傾向が強かった。(図 2-63)
- 11) 情報収集に積極的な 2 グループについては、情報は比較的伝わりやすいが買い控えなどの消費行動の変化を起こしやすいことがわかった。また、情報発信にも比較的積極的であった。ただし、そもそも全体的に知識は限定されていることに留意しなければ

ならない。(図 2-65～図 2-73)

(4) 妊婦

- 12) 妊婦であっても、妊娠している人または妊娠している可能性のある人は水銀摂取量を減らし、メリットとの両立をはかることが勧められていることを知っていた人は65.4%魚介類を通じたメチル水銀摂取が胎児に与える影響は重篤なものではないことを知っていたのは30.7%に留まった。(図 2-25)
- 13) 妊婦の妊娠期間中の食生活に関する情報源として、雑誌、および医療機関関係者(医師・看護師・助産師等)の利用率が高かった。(図 2-29)

2.4 考察

- 結果 1)、6)、10)より、食品安全情報発信の際には、テレビを通じて情報を伝達することが最も有効である可能性が指摘できる。また、若い世代では、新聞の利用率が顕著に低くなっており、若い世代に対する情報発信についてはテレビのほか、インターネットニュースをはじめとするブログ、掲示板、SNS⁴⁵等、インターネット上の情報を効率的に利用する方法も今後、検討していかなくてはならない。
- 結果 2)、4)が示すのは、対象集団や対象食品が限定されていることを説明すれば理解を得られるという考えは通用しない場合もあるということである。様々な手段を講じ、より丁寧に説明を行うことが有効と思われるが、具合的な検討のためには、食品安全に関する情報が消費行動に及ぼす影響についてのさらなる分析が必要となる。
- 結果 3)より、平成 15 年に話題になったキンメダイよりも、報道量が少なかった平成 17 年の発表にのみ含まれるミナミマグロ、メバチ(マグロ)が良く知られていることから考えると、厚生労働省の発表後、国民には、妊婦の食生活全般に関する新聞記事やテレビ番組、および、医療機関、地方自治体や大学等の研究機関等、他の機関・団体からの情報提供等、別の情報源からの情報も伝わったうえで知識が形成されていると推測できる。これらの結果から、キンメダイ以外の対象魚種についてもキンメダイと同等、もしくはそれ以上に認知されてきているものがあり、平成 15 年の発表当時に報道されたようなキンメダイに限定された形での経済的被害の影響が近年まで続いていることは考えにくい状況にあると言える。
- 結果 9)より、比較的情報収集に消極的な層が全体の半分であり、そのうちの 7 割については、知識も限定されているために食品安全情報を伝えても他のグループよりも伝わりにくく、緊急を要するような情報発信の際には注意が必要である。
- 結果 5)、11)より、情報を積極的に入手しつつ、買い控えのような風評被害を招く行動

⁴⁵ SNS とは、Social Networking Site の略称。インターネット上での社会的なつながり(Social Network)の構築を促進するサービス。日本国内では、mixi、GREE などがある。

を起こしやすい消費者層が存在するといえる。現在の社会では、リスク情報の発信が必須であることを前提に考えると、情報発信を積極的に行うことが買い控えのような消極的消費行動につながる可能性は否定できないため、より注意深い情報発信の方法を検討する必要がある。また、この層については、情報発信も積極的に行うことがわかっており、この層を介して他の層へも情報が伝わる可能性もあるため、この層に対しては、十分に正確な情報伝達を行うことが期待される。

- 結果 7)、8)より、いわゆる風評被害の原因となるような行動を起こしやすい年代の高い層については、情報収集にも積極的であることから、マスコミ等を通じたより丁寧なわかりやすい情報提供が必要と考えられる。一方で、若い世代については、いわゆる風評被害の原因となるような行動を起こす傾向は弱いですが、逆に、注意喚起の対象となる場合など、着実に情報を伝えたい場合に、マスメディアを代表とした情報伝達手段以外の手段を検討し始めることが重要となる。たとえば、単に若い世代の食品安全への関心が低いために情報収集に消極的であり、その他の分野の情報について積極的に情報を入手している媒体があるのならば、その媒体が何であるのかを調査し、利用を検討すべきである。
- 結果 12)より、妊婦であっても、魚介類の接触と水銀に係る情報の認知度が広く知れ渡っているとは言えない。
- 結果 13)より、妊婦については他の集団と情報収集の手段が違っていることがわかった。妊婦が注意喚起の対象集団である場合には、妊婦が食生活についての情報を得ている媒体に積極的に情報提供を行う等、対象者に着実に届く方法を用いることが重要である。

3. 補足調査

3.1 平成 15 年のキンメダイとメカジキに関する統計データ

1.2 で分析したように、報道では平成 15 年にはキンメダイ及びメカジキに関する風評被害が指摘されている。実際にどの程度の被害があったのか、統計データから考察を行う。調査対象は報道で風評被害が指摘されているキンメダイ、メカジキとし、東京都中央卸売市場の統計データ⁴⁶を平成 12 年～15 年の 4 年間について比較分析した。

3.1.1 キンメダイ

東京都中央卸売市場における平成 12 年～平成 15 年のキンメダイの入荷数量の推移を図 3-1 に、平均単価を図 3-2 に示す。

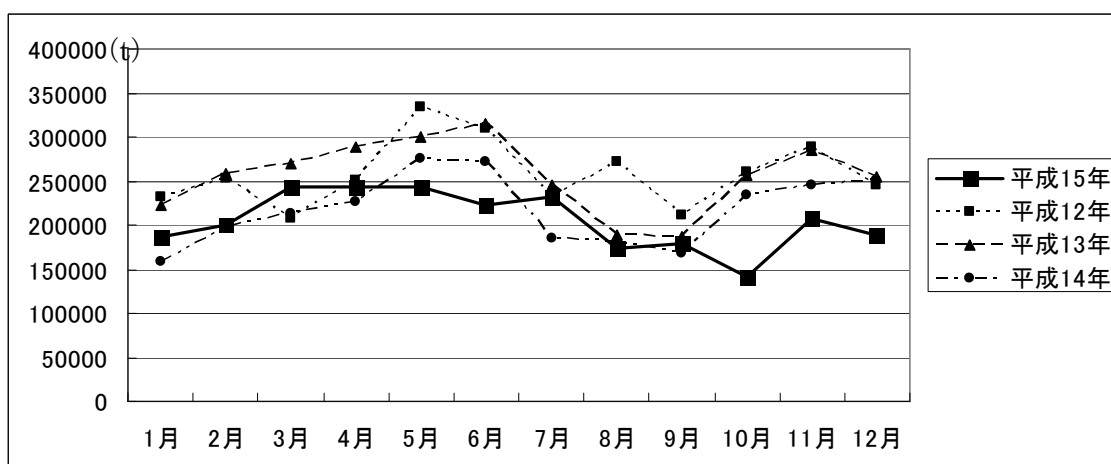


図 3-1 キンメダイの東京都中央卸売市場入荷数量推移（平成 12 年～平成 15 年）

⁴⁶ 東京都中央卸売市場 市場統計情報より

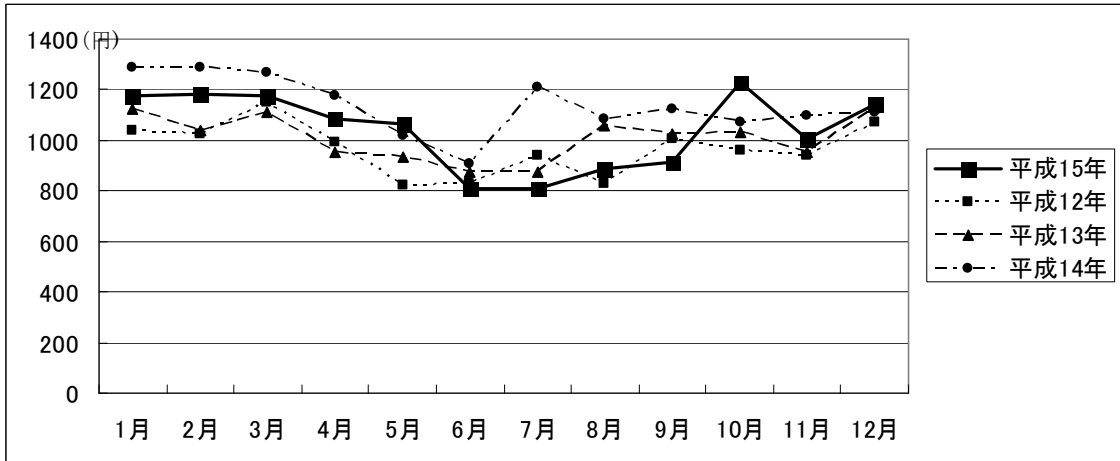


図 3-2 キンメダイの東京都中央卸売市場平均単価推移（平成12年～平成15年）

3.1.2 メカジキ

東京都中央卸売市場における平成12年～平成15年のメカジキの入荷数量の推移を図3-3に、平均単価を図3-4に示す。

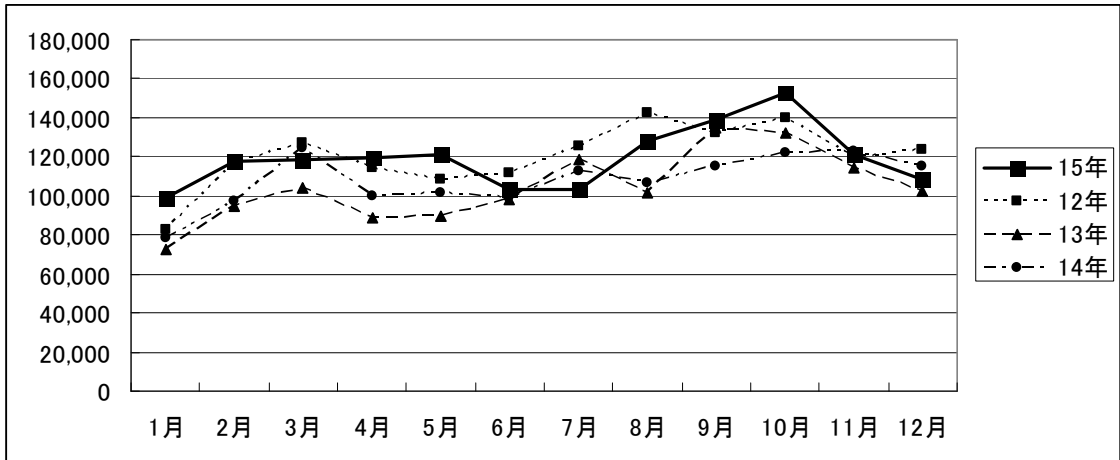


図 3-3 メカジキの東京都中央卸売市場入荷数量推移（平成12年～平成15年）

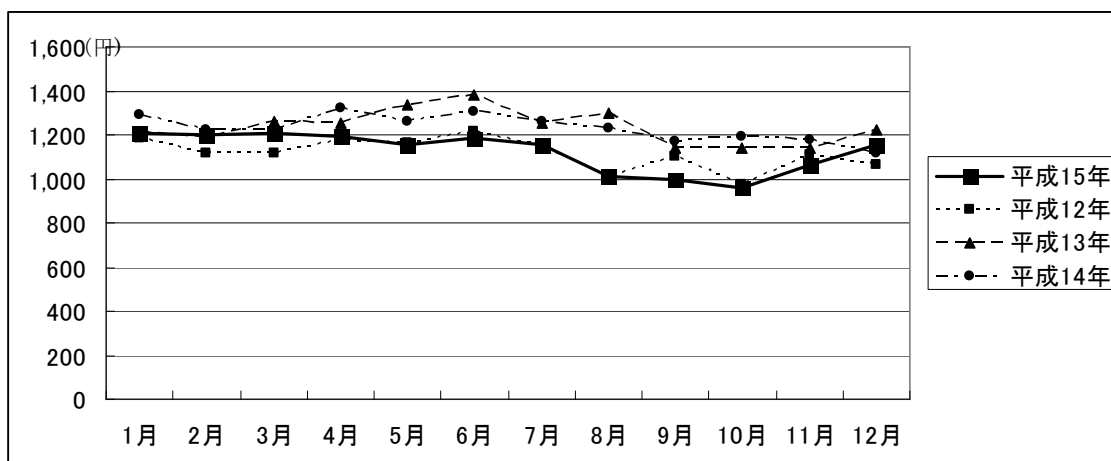


図 3-4 メカジキの東京都中央卸売市場平均単価推移 (平成 12 年～平成 15 年)

3.1.3 統計データに関する考察

キンメダイについては、平成 15 年の市場平均単価が厚生労働省の発表のあった 6 月及びその次月の 7 月の 2 ヶ月間において他の年よりも下回っている。また、平成 15 年の入荷数量は、6 月において他の年より下回っている。したがって、キンメダイについては、厚生労働省の発表の影響があった可能性が指摘できる。

メカジキについては、平均単価が 6～11 月にかけて他の年の最低水準で推移しているが、発表の前の 4 月 5 月についても同様の傾向であり、厚生労働省の発表の影響を受けたためとは断定できない。また、入荷数量については、7 月に他の年を下回っているものの、6 月及び 8 月は他の年と比較して低い水準とはいえない状態であり、経済的被害が発生したとは必ずしもいえない状態である。

ただし、キンメダイ、メカジキともに季節及びその年の様々な環境により、入荷数量、平均単価の変動幅は大きく、本データのみから本事例の厚生労働省の発表における東京都中央卸売市場における売上への影響を特定することは難しいことに配慮する必要がある。

3.2 ヒアリング調査

3.2.1 ヒアリング調査の目的と対象

調査対象となるそれぞれの発表内容について、厚生労働省の意図した発信内容と報道内容あるいは自治体や関連事業者、国民の理解した内容との相違を生じた要因についてより具体的に把握するべく、ヒアリング調査を行った。なお、ヒアリングの対象者は以下のとおりである。

- ・ 環境学研究者 1名
- ・ 心理学研究者 1名
- ・ 地方自治体担当者 3名
- ・ 水産加工品取り扱い事業者 3名
- ・ 全国紙 生活面担当記者 2名

3.2.2 ヒアリング調査で得られた要点

(1) 平成 15 年の発表当時の状況に関する補足

発表日からテレビで大きく扱われ、水俣病の映像と合わせて解説されるなど、一部誤ったリスク認識を促すような報道もあったことが指摘された。

また、実際に卸売市場ではキンメダイが売れなくて事業者が困っていた、キンメダイの市場への影響が 1 年近く続いたとの指摘もあった。特に、キンメダイについて、どの程度の期間続いたかは不明瞭ではあるが、価格の下落や売上量の低迷などの影響があったのは事実であった。さらに、今回のヒアリングを行った対象者のほとんどがこの状況を招いた原因として、テレビ報道の消費者心理への影響を指摘した。したがって、少なくとも関係者の間では、テレビ報道の影響が非常に大きかったと考えられる。

ただし、ヒアリングにおいてもその立場によって経済的影響に関する認識に開きがあり、市場への影響が 2～3 ヶ月と指摘する場合もあれば、1 年程度との指摘もあった。また、消費者の買い控えに対応して事業者が取り扱いをやめたとする指摘もあれば、消費者の多くは取り立てて買い控えの行動を行ったわけではないが、関係事業者が消費者への影響を危惧した結果、経済的に被害が生じたとの指摘もあり、消費者が本当に買い控え行動をとったかどうかについては、ヒアリング調査では明らかにならなかった。

(2) 厚生労働省の発表資料への意見

メチル水銀の事例については、平成 15 年、平成 17 年の発表ともに、資料がわかりにくく、それが誤ったリスク認知を促し、センセーショナルな報道につながったという指摘があった。

特に、平成 15 年の資料については、発表に至った背景や数値を導き出した根拠などの情報が不足しており、そのことが情報の重要性の判断を誤らせるとの指摘もあった。また、「魚を食べることにメリットがあること」と「一部の魚には水銀の含有量が高いものがあり、

胎児に影響を及ぼすリスクがあること」の相反する 2 つのメッセージが同時に出されており、どちらのメッセージが重要か判別できなくなってしまうため、リスク情報の伝達が目的であれば、メリットの情報は不要ではないかとの指摘があった。妊婦に対しては、喫煙や飲酒などもっと重要な生活上のリスクがあるにもかかわらず、メチル水銀の事例だけを取り上げるとリスクの大きさを誤って認識する可能性があることから、自分で判断できるように他のリスクと比較するなど、生活者の視点でのリスク情報の提供の方法が必要ではなかったかとの指摘もあった。Q&Aについても、言葉がわかりにくく、消費者対応の現場で使えるものではなかったとの指摘もあった。

平成 17 年の資料についても、見直した内容が明示されておらず、報道ができないとの指摘があった。

メラミン混入の事例については、リスク評価や生活面での留意点が発表資料になく、やはりわかりにくいとの指摘があった。特に、単なる基準の違反なのか、健康被害があるものかの区別がわかりにくい点について、情報が不足しているとの指摘を受けた。また、EU など海外でも同時期にメラミンに関する注意喚起を行っており、そのような世界的な動向や基準の考え方についても、説明が不足していたとの指摘もあった。厚生労働省が食品安全委員会と別々の発表を行っていることについて、分かりにくいとの指摘もあった。また、EFSA がメラミンに関して行っている発表資料について、日常的な食品の摂取の統計量からメラミンの TDI を超えるかどうかを客観的に説明した結果がシンプルに記載されており、分かりやすく参考になったとの指摘があった。EFSA の記者発表資料を図 3-5、図 3-6 に示す。さらに、この事例について、「犯罪行為」であることを国民に対して明確に伝えていないことが問題であるとの指摘もあった。そもそも、現在行われている食品安全に関する情報は、①食品に対する不正や犯罪行為（事故米、中国産冷凍餃子など）に関するものと②それ以外のリスクに関するものに分けられるが、情報提供の際にもこれらを明確に区別して扱うべきであるとする指摘があった。本来、個人がリスク回避の行動をとるために必要なのは②の情報であり、①については予防措置が難しく、リスク回避が個人単位ではできないためである。現在は全ての情報について、同様の情報提供の形式をとっていることから、メディアはこれを同じレベルで扱い、問題の本質を誤って伝え、国民に混乱を招いているとの指摘であった。さらに、このような社会的混乱が起こっている要因として、メディア記者の勉強不足、国民のメディアリテラシー及び食品に対するリスクリテラシーの不足が指摘された。

また、対象集団が限定されている場合は、その集団が通常行っているコミュニケーションの状況をよく調査し、マスメディア以外の伝達方法も含めて行うことが重要であるとの指摘があった。特に、若年層においてマスメディアの影響力が低下しているため、医師や保健師の栄養指導といった直接人から人へ伝える機会の活用など、これに配慮した対応が必要とのことであった。

European Food Safety Authority (EFSA)

Press Releases & News Stories

Press Release
25 September 2008

EFSA assesses possible risks related to melamine in composite foods from China

Following recent events in China, the European Commission asked the European Food Safety Authority (EFSA) to provide urgent scientific advice on health risks for European consumers related to the possible presence of melamine^[1] in composite foods containing milk or milk products originating from China.

EFSA's scientists today issued a statement saying that if adults in Europe were to consume chocolates and biscuits containing contaminated milk powder, they would not exceed the TDI (Tolerable Daily Intake) of 0.5 mg/kg body weight, even in worst case scenarios^[2].

Children with a mean consumption of biscuits, milk toffee and chocolate made with such milk powder would also not exceed the TDI. However, in worst case scenarios with the highest level of contamination, children with high daily consumption of milk toffee, chocolate or biscuits containing high levels of milk powder would exceed the TDI. Children who consume both such biscuits and chocolate could potentially exceed the TDI by up to more than three times.

High levels of melamine can primarily affect the kidneys. EFSA applied the TDI of 0.5 mg/kg body weight for melamine in a specific case of contamination in 2007^[3].

The Commission requested EFSA to focus its assessment on biscuits and chocolate which contain milk powder as such products can be imported from China. EFSA developed theoretical exposure scenarios based on European consumption figures^[4] of biscuits and chocolate. In the absence of available data for contaminated milk powder, EFSA also used the highest value of melamine, reported in Chinese infant formula as a basis for worst case scenarios. EFSA stressed that it is not known at the moment whether such theoretical high level exposure scenarios could occur in Europe.

[Statement of EFSA on risks for public health due to the presences of melamine in infant milk and other milk products in China.](#)

[Request from the European Commission for urgent scientific and technical assistance](#)

See also:

[EFSA's provisional statement related to melamine and structurally related compounds such as cyanuric acid in protein-rich ingredients used for feed and food \(2007\)](#)

[Report of the Scientific Committee for Food on certain monomers of other starting substances to be used in the manufacture of plastic materials and articles intended to come into contact with foodstuffs \(1984\)](#)

For media enquiries, please contact:

Ian Palombi

E-mail: Press@efsa.europa.eu

Tel: +39 0521 036 149

[1] Melamine is a chemical compound commonly used in the manufacture of resins, plastics and glues. In Europe, melamine is approved for manufacturing plastic materials and articles, but the addition of melamine in food and animal feed is prohibited.

[2] EFSA used the highest value of melamine (approximately 2,500 mg/kg) reported in Chinese infant formula and consumption at the 95th percentile as a basis for worst case scenarios.

図 3-5 EFSA の記者発表資料 1/2

[3] Because there is uncertainty with respect to the time scale for development of kidney damage, EFSA used the TDI of 0.5 mg/kg body weight which is protective for exposure over a lifetime in considering possible effects of exposure to melamine over a relatively short period, such as might occur with repeated consumption of melamine contaminated products

[4] Panel evaluated data from the Concise European Consumption Database, the CAOBISCO industry association; data on levels of melamine in infant formula reported by the Chinese State Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine.

図 3-6 EFSA の記者発表資料 2/2

(3) 関係者との連携不備への指摘

地方自治体関係者や水産加工事業者などの関係者においては、発表前からマグロとメチル水銀の問題が海外で話題になっており、日本でも近々問題になるであろうとの認識があった。したがって、関係者はそれぞれマグロのメチル水銀が問題になった場合に備えて様々な対策を考えていたが、平成 15 年の注意喚起の対象はマグロではなく、全く対策が検討されていないキンメダイとメカジキであったため、対応に混乱が出たとの指摘があった。また、マグロを注意喚起の対象から外した根拠についても明らかにされなかったため、「マグロは業界が大きい」とか「数値の計算にトリックがある」などの疑念も生じた。さらに、平成 15 年の注意喚起については、それまでの暫定基準との関係が不明瞭で対応に苦慮したとの指摘もあった。

また、経済的被害についてであるが、実際には消費者が買い控えを起こすよりも、流通事業者など事業者側がメディア報道の消費への影響を過大にとらえてしまうために、独自の判断で商品を撤去してしまう行為が影響しているとの指摘があった。さらに、キンメダイの例だけでなく、現在の社会は安全かどうかの判断よりも、風評を恐れて廃棄や撤去などの安易な対策を実施しがちであるとの指摘もあった。一般に、風評になる情報はメディアによって提供されると考えた場合、やはり、少なくとも食品を扱う関係者はメディアの報道を意識しており、ネガティブな報道については非常に敏感に反応する状態が起きていると解釈できる。

一方で、事業者としては事前に十分な情報提供があれば、対応の準備を行うことができるため、たとえ、一部に予想外の内容の報道があったとしても、売り場や消費者の動揺に対応できる可能性が高まるとの指摘もあった。

3.3 過去の調査事例

3.3.1 結果

(1) 食品安全委員会における調査

ア. 調査対象

以下の文献を調査対象とする。

- 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」、株式会社三菱総合研究所、平成 19 年 3 月

イ. 当調査において参考とすべき調査結果

当調査において参考とすべき調査結果は以下のとおりである。

①露出量評価

- 平成 17 年 6 月 8 日の内閣府食品安全委員会第 10 回汚染物質専門調査会で検討されたメチル水銀の評価結果について、全国紙における記事を調査したところ、同日の夕刊に 2 紙、翌日朝刊に 3 紙掲載されており、5 紙全てに記事が掲載されている。また、共同通信でも記事が配信されており、同様の記事が地方紙への掲載も行われていたと推測できる。

②露出内容評価

- 平成 17 年 6 月 8 日の内閣府食品安全委員会第 10 回汚染物質専門調査会で検討されたメチル水銀の評価結果のリスクメッセージを 3 つの項目に分け、これに関する記事の内容についてこれらリスクメッセージとの整合性を評価したところ、いずれも高いポイントとなっており、比較的リスクメッセージを網羅した記事が掲載されていたといえる。ただし、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に言及していない記事が散見されている。
- 同じ記事について事実との整合性を評価したところ、メチル水銀の耐容週間摂取量が食品安全委員会の資料では $3.4\mu\text{g}$ となっているのに対し、記事では $3.3\mu\text{g}$ となっているものが複数ある。参照している資料が異なっていることが推察されているが、参照資料を特定することは困難であったとされる。

(2) 食品の安心・安全確保推進研究事業の調査

ア. 調査対象

以下の文献を調査対象とする。

- 平成17年度厚生労働科学研究費補助金 食品の安心・安全確保推進研究事業 「健康保護を目的とした食に関するリスクコミュニケーションのすすめ方に関する研究」 主任研究者 丸井英二 順天堂大学医学部公衆衛生学教室
- マス・メディアの情報伝達に関する研究 ―新聞における報道の実態―

イ. 当調査において参考とすべき調査結果

当調査において参考とすべき調査結果は以下のとおりである。

①マス・メディアの情報伝達に関する研究 ―新聞における報道の実態―

- 平成17年のメチル水銀の事例について、平成17年6月5日から11月15日までの期間について関連する記事を調べた結果は以下のとおりであった。なお、この期間内には、食品安全委員会の耐用摂取量の見直しの発表（6月8日）、厚生労働省の薬事・食品衛生審議会 乳肉水産食品部会にて目安案のとりまとめ（8月12日）、厚生労働省の注意喚起の正式発表（11月2日）の全てを含んでいる。
- 調査対象とする記事は12件であり、食品安全委員会が見直した耐用摂取量を公表した6月8日の夕刊あるいは9日の朝刊で全国紙5紙全てがニュース記事として扱っている。厚生労働省の審議会で食べ過ぎないための試案を発表した翌日である8月13日には、4社がニュース記事として報道している。最終結論がまとまった翌日の11月3日には、2社がニュース記事として報道している。
- 厚生労働省が掲げた留意点を記載していたか新聞社ごとに調べたところ、3社が掲載していた留意点は「魚介類は健康的な食生活を営む上で重要な食材であること」「魚介類は食物連鎖の課程で水銀を蓄積すること」「妊婦については一定の注意をしたうえで魚介類を摂食することが重要であること」「多量に食べるのは避けて、水銀の摂食量を減らすことで魚介類のメリットとの両立が可能であること」の4点である。「水銀の影響はあったとしても胎児の将来の社会生活に支障のあるような重篤なものではないこと」「妊婦が注意事項の対象であり、子どもや一般の方々は対象外であること」については、1社しか記述していない。
- 同様に新聞社ごとに「注意事項を正確に理解しているよう、努めていたか」を評価者2人で確認したところ、2人とも「努めていた」と評価したのは1社であり、2人とも「努めていなかった」と評価したのは2社である。

②リスクコミュニケーションの評価 ―魚介類に含まれる水銀の報道に関して―

- 平成 17 年のメチル水銀の事例について、平成 18 年 1 月に全国に在住する 20 歳以上の 2000 名を対象として調査を行った結果は以下のとおりであった。
- 魚介類に含まれる水銀に関しては、自分に対して 57.4%、社会に対して 79.3%が「危険がある」と回答している。食の報道に関しては、「週に 3 日以上見聞きした」のが 14.8%、「週に 1～2 日見聞きした」のが 37.1%である。食に関する情報源で最も多かったのは「民放のニュース」で 33.2%、次いで「NHK ニュース」26.5%である。食の安全に関する報道の信頼度では、「非常に信頼できる」のは「国際機関の発表」が最も多く 14.6%である。次いで、「大学・研究所などの専門家の発表」12.6%と続いた。「政府・省庁の発表」は 9.6%である。
- 魚介類に含まれる水銀に関する報道は、見聞きしたのは 36.6%に留まり、テレビニュースが最も多い。どのような魚に注意が必要か認知しているのは約 3 割である。

4. まとめ

4.1 調査結果のまとめ

4.1.1 マスメディア報道に係る調査

(1) メチル水銀の事例

- 1) 平成 15 年の発表については、全国版では 1 回目の発表翌日に最も掲載件数が多く、5 紙全てに記事が掲載されていた。これらの記事は、キーメッセージを比較的網羅的に伝えていたが、魚介類摂取の利点については掲載している記事が 6 件中 2 件に留まっていた。6 月 5 日以降は、主にキンメダイ（一部メカジキ）の風評被害に関する記事が主に地方版に掲載されていた。また、6 月 5 日の 2 回目の発表に関しては、新聞報道に取り上げられていなかった。露出量ポイントが最も高くなったのは 6 月 13 日に掲載された風評被害とされる内容を総括する記事であり、記事件数全体では減少傾向の時期のものであった。記事の見出しの内容を調査した結果、見出し中に「キンメダイ」もしくは「メカジキ」が含まれる記事は 21 件（28 件中）、このうち「水銀」も含む見出しは 13 件あり、さらにこの中で「妊婦」や「胎児」といった対象集団に関する言葉が含まれない記事は 6 件であった。
- 2) 平成 17 年の発表については、評価対象期間中の掲載記事は 3 件のみであり、そのうちキーメッセージを網羅的に掲載した記事は 1 件であった。記事の内容は、平成 15 年の発表からの変更点に注目して記載されており、記事によって着目する変更点が異なっていた。また、11 月の正式発表前の同年 8 月 12 日に厚生労働省 薬事・食品衛生審議会 乳肉水産食品部会にて目安案がとりまとめられた際、翌日の 8 月 13 日に全国紙 5 紙全てに記事が掲載されていた。
- 3) 平成 15 年と平成 17 年の記事を比較すると、平成 17 年のほうが、記事件数、単純到達読者数、露出量ポイントのいずれの評価においても圧倒的に少ない。また、平成 15 年では厚生労働省の発表内容を伝える記事に加え、発表への他組織の反応として高知県等の自治体や漁協の記者会見の内容を伝える記事や、風評被害について伝える記事が掲載されていた。これに対し、平成 17 年の発表では、発表への他組織の反応や風評被害を伝える記事は掲載されていなかった。

(2) メラミン混入の事例

- 4) 新聞報道については、総掲載記事件数は全国が 197 件、地方が 123 件の合計 320 件と多いが、第 1 報の翌日である 9 月 21 日に大きく報道されたあとは、ほとんど大きな記事の取り扱いになっていないことが確認された。特に、11 月に入ってから、厚生労働省からの発表そのものは続いているにもかかわらず、記事掲載の件数自体が非常に限定されていた。また第 2 報では厚労省から自主検査の要請をしたことについて、検査を「義務付けることを決めた」とする誤報が発見された。厚労省のキーメッセージを網羅的に伝える記事は 24 件（全 70 件中）であり、第 4 報まででは 3 件（全 34 件中）

のみであった。第 6、13 報、および第 21 報以降については抽出条件に合致する記事は存在しなかった。いずれのプレスリリースでも健康被害の有無や可能性について明確な記載がされていないが、記事ではこの点を言及しているものが見られた。

- 5) テレビ報道については、報道時間は、9 月 22 日、10 月 21 日に突出していた。9 月 22 日の報道の多くは、回収対象商品の菓子、業務用として病院や老人保健施設など全都道府県の計 3054 施設に納入されていたことについてであり、10 月 21 日の報道の多くは、外食チェーンが店舗で提供したピザの中国製生地からメラミンを検出したことを明らかにしたことについてであった。取材先の推移を整理した結果、事件発生後 10 日間は、様々な関係機関に取材を行っているが、その後は、取材先が減少し、製品回収を行う企業を中心に取材していることがわかった。WHO や科学者のような専門家は、10 月 10 日以降、報道に出演していなかった。

4.1.2 国民の情報の受け取り方に係る調査

- 6) 食品安全に関する情報を得る媒体としては、全体的にテレビが最も多く利用されているが、最も信頼されているのは新聞であった。口コミで情報を得ている人も半数を超えている。また、最も信頼されている情報源は研究機関であり、国を信頼しているのは約半数であった。
- 7) メチル水銀の事例では、対象集団と対象食品が限定され、その影響も重篤でないことを説明したとしても、対象集団以外および対象食品以外にも買い控えのような消極的な消費行動が起こる可能性があることがわかった。メチル水銀濃度が高い魚種としての認知度は、メバチ（メバチマグロ）、ミナミマグロ等、他の魚種の方が、平成 15 年にいわゆる風評被害が起きたとされたキンメダイよりも高い。平成 20 年のメラミンおよび事故米の事例が発生した際の消費行動の変化をみると、回収対象ではない製品についても買い控えが起こっていた。
- 8) 若い世代では、新聞の利用率が比較的低く、インターネットニュースの利用率がテレビに次いで高い。当調査はインターネット調査であることに配慮する必要はあるが、若い世代でのインターネットニュースの利用率が非常に高まっている状況が確認された。また、若い世代ほど、情報収集に消極的である。特に、20 代男性に他の年代・性別と比べて顕著な傾向が現れており、また、知識レベルも比較的低いことがわかった。事例の内容による差はあるが、女性および高い年代の人ほど、いわゆる風評被害の原因となるような行動を起こしやすい傾向があることが示唆された。
- 9) 食品安全に関する知識レベルが比較的低い層において、テレビを利用する傾向は強まることが確認された。食品安全の知識レベルによらず、情報をより積極的に収集しているグループの方が、消極的なグループよりも買い控えなどの消費行動の変化を起こしやすい傾向が確認された。また、比較的情報収集に消極的な層が全体の半分であり、そのうちの 7 割については、知識も限定されていた。

- 10) 妊婦であっても、妊娠している人または妊娠している可能性のある人は水銀摂取量を減らし、メリットとの両立をはかることが勧められていることを知っていた人は65.4%、魚介類を通じたメチル水銀摂取が胎児に与える影響は重篤なものではないことを知っていたのは30.7%に留まった。
- 11) 妊婦の妊娠期間中の食生活に関する情報源としては、雑誌、および医療機関関係者（医師・看護師・助産師等）の利用率が高かった。

4.1.3 補足調査

- 12) キンメダイについては、2ヶ月間に渡り市場平均単価が、1ヶ月の入荷数量が他の年より下回っており幾分経済的な影響があったことが統計データから推察される。
- 13) 平成15年の発表当時、テレビで水俣病と関連付けた報道が行われ、関係者に対してはその影響が少なからずあったことがヒアリングで指摘された。また、厚生労働省の発表資料が分かりにくく、それが誤ったリスク認知を促し、センセーショナルな報道につながった可能性があることがヒアリングで指摘された。さらに、地方自治体関係者や水産加工事業者との連携ができていなかったため、売り場や消費者対応の現場が混乱し、結果的に経済的被害を拡大した可能性があることがヒアリングで指摘された。
- 14) ヒアリングにおいて、関係者はそれぞれマグロのメチル水銀が問題になった場合に備えて様々な対策を考えていたが、平成15年の注意喚起の対象はマグロではなく、全く対策が検討されていないキンメダイとメカジキであったため、対応に混乱が出たとの指摘があった。
- 15) ヒアリングにおいて、経済的被害は、実際には消費者が買い控えを起こすよりも、流通事業者など事業者側がメディア報道の消費への影響を過大にとらえてしまうために、独自の判断で商品を撤去してしまう行為が影響しているとの指摘があった。
- 16) 過去の調査事例では、食品安全委員会で検討されたメチル水銀の評価結果について、全国紙5紙全てに同日または翌日の記事掲載が確認され、いずれの記事も比較的风险メッセージを網羅した記事であったが、対象団体の言及については必ずしも正しくない記事が存在することが指摘されている。また、耐用週間摂取量については異なる数値を掲載しているものが確認されている。さらに、厚生労働省の審議会で試案が発表された翌日には4紙、最終結論がまとまった翌日には2紙への掲載が確認されている。
- 17) 過去の調査事例では、平成18年にメチル水銀の事例についてアンケート調査を行ったところ、魚介類に含まれる水銀に関しては、自分に対して57.4%、社会に対して79.3%が「危険がある」との回答を得ている。また、魚介類に含まれる水銀に関する報道を、見聞きしたのは36.6%に留まり、テレビニュースから得たとの回答が最も多くなっている。さらに、どのような魚に注意が必要か認知しているのは約3割との結果が示されている。

4.2 考察

4.2.1 報道発表について

- 結果 1)より、平成 15 年の新聞報道はキーメッセージを網羅的に伝えるものであった。しかしながら、見出しに特定の魚と水銀を含むなど、買い控えを誘発する可能性のあるものが散見された。また、結果 13)に示したとおり、テレビで水俣病と関連付けた報道が行われたとの指摘があるが、結果 6)及び 17)より、テレビが情報源として利用されていることを考えると、その消費者心理への影響は少なからずあった可能性がある。結果 12)より、統計データでは幾分経済的な影響があったことが確認されている。ただし、これは実際に消費者が買い控えの行動を起こしたことによって生じたものなのか、消費者の買い控えを懸念した市場関係者が起こしたものなのかについてはデータが不足しており、当調査では明らかにならなかった。いずれにしても、水俣病との関連付けは明らかに誤ったリスク認知に基づく報道であり、本来は即座に訂正の明確なメッセージが正式に出されるべきであった。メディアカバー分析による誤報把握の体制を整備することが望まれる。また、このような報道が行われないうち、水銀の摂取量と健康影響に関する情報および本発表で対象とする魚介類に含まれる水銀の量との関連も含めて最初から発表すべきであった。この点については、ヒアリングで指摘されている EFSA のメラミンの事例に関する発表内容が参考になる。さらに、本発表の重要性についてもわかりやすく明示すれば、このような誤ったリスク認知に基づいた報道は減らすことができる可能性がある。
- 結果 1)より、魚介類摂取の利点については記事にあまり書かれていない。ニュース報道では新規性のある情報をわかりやすく伝えることに重きが置かれるため古くから知られている魚介類摂取の利点に関する情報を記載してもらうのは難しいが、生活情報の形で再構成し、取り上げてもらうことは可能であり、生活情報を担当する記者への情報伝達も同じくらい重要といえる。
- 結果 2)より、正式な発表に関する掲載記事が少なく、また、未決定の情報が報道されていることで、誤った情報が国民に伝わった可能性がある。評価の委員会等が開催され、これがマスコミにも公開される場合は、未決定の情報と決定済みの情報を明確にするべく、マスコミ向けレクチャーなどを開催したほうがよいのではないかとと思われる。また、結果 13)に示したとおり、厚生労働省の資料がわかりにくかったことがセンセーショナルな報道につながった可能性もあり、正式決定時には改めて、平成 15 年時点からの変更点及び既に報道されている内容からの変更点をわかりやすく伝える必要があったのではないかと推察される。

- 結果 3) より、メチル水銀の事例では、平成 17 年の発表は平成 15 年の発表と比較し、報道量が圧倒的に少ない。その理由は、①平成 15 年の発表では、リスク情報を伝える記事に加え、発表による自治体や市場の反応を伝える記事が掲載されていること、②結果 16) に示した通り、平成 17 年は食品安全委員会の評価の際に一度関連記事が掲載されており、これを受けての決定であったことから報道機関としては既に報道済みとの認識があった可能性があること、③結果 2) 記載の通り、正式発表前の部会を契機に目安案が報道され報道機関としては既に報道済みとの認識があった可能性があることによると考えられる。しかしながら、結果 17) より、平成 18 年当時であってもメチル水銀の報道は国民の 4 割程度、さらにその内容については 3 割程度にしか伝わっておらず、魚介類に含まれる水銀を自分に対して「危険がある」と考える人が約 6 割で、実際には報道によって一般の国民にメチル水銀のリスクが正確に伝わっていたとはいえない。
- 結果 4) より、メラミンの事例において、単調な低下ではないが、全体の傾向としては発表を重ねるごとに記事数や露出量ポイントが低下している。上述のメチル水銀の事例とあわせて考えると、一般に同一原因による食品安全情報を断続的に発表した場合、ニュース価値が低下し、その結果、露出量が低下すると考えられる。ニュース価値の低下は、報道側が国民の関心が薄れていると判断したということでもあることから、露出量の低下は国民の関心度の低下と相関関係にあると推測される。したがって、何らかの食品安全情報を初めて発表する際は、その食品安全情報に最も注目が集まるタイミングであり、正確に広く食品安全情報を伝えられる絶好のタイミングとして、情報発信の仕方に非常に留意しつつ、積極的に活用すべきであると言える。
- 結果 4) より、メラミン混入の事例については、初期の段階で記事の内容と厚生労働省の発表内容が一致していない点が多く、それは記者が欲していた内容と厚生労働省が報道に期待した内容に開きがあることによるものと推察される。報道は国民に必要と思われる情報を編集していると考えられることから、報道されている内容から情報へのニーズをよく分析し、発表資料に反映していくことが必要となる。
- 結果 4)、5) より、新聞とテレビで報道量の分析結果が異なっており、媒体により報道のされ方が異なることが確認された。したがって、それぞれの媒体のニーズに合わせた情報提供を検討していくことが望ましい。特に、結果 6) で示したとおり、情報源として最も利用されているのはテレビであることに配慮し、映像を充実させるなどテレビを意識した対応を検討する必要がある。

4.2.2 国民への情報提供について

- 結果 6)より、最も信頼されている情報源は研究機関であり、国への信頼度よりも高いことから、必要に応じて研究機関からの情報提供も有効である。
- 結果 6)、9)より、広く伝達すべき食品安全情報発信の際には、テレビが最も有効である可能性が指摘できる。ただし、情報の信頼度では新聞が有力であり、新聞も同時に活用していくことは重要である。
- 結果 8)より、若い世代では、新聞の利用率が顕著に低くなっており、情報収集自体に消極的な傾向が確認されている。したがって、若い世代に食品安全情報を伝達するには、テレビの以外も用いて、より幅広く情報提供手段も含めて検討していく必要がある。若い世代でのインターネットニュースの利用率が高まっていることから、インターネットニュースをはじめとするブログ、掲示板、SNS 等、インターネット上の情報伝播を意図した情報提供の有り方も検討に入れていくことが望まれる。
- 結果 7)より、対象集団や対象食品が限定されていることを説明すれば理解を得られるという考えは通用しない場合もあるといえる。様々な手段を講じ、より丁寧に説明を行うことが有効と思われるが、具体的な検討のためには、食品安全に関する情報が消費行動に及ぼす影響についてのさらなる分析が必要となる。
- 結果 9)より、全体の半数程度の人には情報収集に消極的であり、緊急の食品安全情報が伝わりにくい可能性がある。特に、そのうちの 7 割については、知識も限定されているために、さらに情報を伝えたとしても正しく理解されにくい可能性もある。緊急を要するような情報発信の際には、例えば直接人を介して伝える方法や店頭での POP、交通広告など、自分から情報収集を行わなくても情報に接触するような伝達手段の活用も考慮していく必要がある。
- 結果 9)より、情報を積極的に入手しつつ、買い控えのような風評被害を招く行動を起こしやすい消費者層が存在するといえる。現在の社会では、リスク情報の発信が必須であることを前提に考えると、情報発信を積極的に行うことが買い控えのような消極的消費行動につながる可能性は否定できないため、より注意深い情報発信の方法を検討する必要がある。また、この層については、情報発信も積極的に行うことがわかっており、この層を介して他の層へも情報が伝わる可能性もあるため、この層に対しては、十分に正確な情報伝達を行うことが期待される。

- 結果 10)より、妊婦であっても、魚介類の接触と水銀に係る情報の認知度が広く知れ渡っているとは言えない状況であり、今後も継続して情報提供に努めていく必要がある。
- 結果 11)より、特定集団が対象となる注意喚起については、その対象者の特性に配慮した媒体の選定が重要であるといえる。

4.2.3 その他

結果 3)より、平成 15 年のメチル水銀の発表について報道量が多くなった原因として、発表への他組織の反応として高知県等の自治体や漁協の記者会見が報道に取り上げていることが推察される。メチル水銀の事例については、結果 14)の通り、ヒアリングにおいても水産加工事業者及び地方自治体の連携に問題があったことが指摘されており、社会的な混乱を生じた要因の一つと考えられる。メディアに発表する場合には、関係者との連携方法も十分に検討したうえで行われる必要がある。

特に、経済的被害の発生を抑制するためには、関係者との連携が非常に重要であるといえる。たとえば、結果 15) に示したとおり、ヒアリング調査において流通事業者など事業者側がメディア報道の消費への影響を過大にとらえてしまうために、独自の判断で商品を撤去してしまう行為が影響しているとの指摘があった。既存の心理学の研究において、マスメディアが単独で消費者の行動に多大な影響力を持つとは考えにくく⁴⁷、それを補強する要因としてマスメディアの報道を受けた関連事業者の店頭での情報提供や広告など、関連事業者の動きも消費者の行動に大きく影響を及ぼすとされているが⁴⁸、メチル水銀の事例においても、関連事業者が行った店頭からの商品撤去のようなネガティブな行動により、さらに問題が大きくなったと可能性が指摘できる。また、ヒアリングから得た結果 14) では、関連事業者が厚生労働省の発表に予想外のキンメダイが含まれていたことに驚き、動揺したことを指摘しているが、キンメダイの水銀の含有量など消費者に詳細な説明ができない状況で店頭から商品を撤去するという行動は、関連事業者にとっては十分ありえる事態と考えられる。もし、関連事業者と国が連携を図っていれば、消費者への説明内容も検討できたであろうし、関連事業者が独自判断で記者会見を開く必要性もなくなっていた可能性も有り、事態は大きく変わっていた可能性もある。

⁴⁷ 吉川肇子 2005 「切り取られた情報—報道とリスクコミュニケーションの実態」『農業と経済』2005 年 12 月号

⁴⁸ 吉川肇子 2005 「消費者のリスク認知とコミュニケーション」『農業と経済』2007 年 9 月号

4.3 結論

何らかの食品安全情報を初めて発表する際は、その食品安全情報に最も注目が集まるタイミングであり、正確に広く食品安全情報を伝えられる絶好のタイミングとして、情報発信の仕方に非常に留意しつつ、積極的に活用すべきである。反対に、最初の段階で発表内容や方法に不備や不足があると、非常に注目が集まっているためにマスメディアで誤ったリスク認知に基づく報道があった場合、経済的な被害等も拡大しやすいともいえる。したがって、食品安全情報を新たに発表する際は、特にマスメディアに対してリスクレベルや発表情報の重要性についてもわかりやすく伝え、マスメディア、およびその先の消費者にそのリスクについて、過大、もしくは過小に解釈されないように配慮していく必要がある。また、難易度の高い初回の発表を的確に実施するためには、これまでの実績に基づいた厚生労働省内におけるマスメディア対応ノウハウの集約と伝承が必要と考えられる。発表に際しては、マスメディアの記者には必ずしも食品のリスクに関する知識を持たない者がいることにも配慮しなければならない。例えば、リスクレベルや発表情報の重要性をわかりやすく明示すれば、明らかに誤ったリスク認知に基づく報道や緊急性の読み違いなども防止することが可能と考えられるため、そのようなレベル分けの方法も今後検討していく必要がある。さらに、報道が行われた後も、報道を確認して情報へのニーズをよく分析し、さらなる発表資料に反映していくことが食品安全のリスクコミュニケーションとして有効と考えられる。情報提供に際しては新規性を重視するニュース報道だけに頼らず、既存の情報も含めて生活情報として再構成し、生活情報を担当する記者へ伝達していくことも重要である。

当調査では国民に広く食品安全情報を提供するにはテレビが有効であることが明らかとなった。ただし、情報への信頼度では新聞が最も高いことや、若い世代を中心にインターネットニュースの利用度が高まっていることなどにも配慮し、様々なメディアを同時に活用して情報を提供することが必要である。テレビへの情報提供に際しては、映像を重視するといったテレビメディアの特性にも配慮し、記者会見の設定なども検討していく必要がある。テレビ映像で効果的にメッセージを伝達するためには、相当のスキルが必要であることはいうまでもなく、担当者に対するメディアトレーニングの実施も必要であろう。国民は情報源として国よりも研究機関への信頼度を高く持っていることから、テレビでメッセージを出す際は、必要に応じて、研究機関や食品安全委員会など科学的中立機関の協力も得て行うと良い。

さらに、当調査では情報を積極的に入手しつつ、買い控えのような風評被害を招く行動を起こしやすい消費者層が存在することがわかった。つまり、対象集団や対象食品が限定されていることを説明しても、買い控えのような経済的被害につながる消費行動が起こる可能性があることが示唆されている。様々な手段を講じ、より丁寧に説明を行うことが有効と思われるが、具体的な検討のためには、食品安全に関する情報が消費行動に及ぼす影響についてのさらなる分析が必要となる。また、国民の半数程度は情報収集に消極的であ

り、緊急の食品安全情報が伝わりにくい可能性がある。特に、そのうちの7割については、知識も限定されているために、情報を伝えたとしても正しく理解されにくい可能性もある。緊急を要する情報発信の際には、例えば直接人を介して伝える方法や店頭のPOP、交通広告など、自分から情報収集を行わなくても情報に接触するような伝達手段の活用も考慮していく必要がある。

最後に、食品安全情報を発表する際の関係事業者、自治体関係者等との連携の不備が、マスメディアの報道量を増加させ、その結果消費者心理に影響を与え、社会的な混乱を招く可能性が示唆された。食品安全情報を発表する際には、マスメディアだけでなく関係事業者や自治体関係者等との連携が重要である。