

資料 1

メディアカバー調査の結果(概要)

平成 21 年 3 月 16 日
株式会社 三菱総合研究所

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

当調査では、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。

2.1 マスメディアによる報道についての調査

(1) 調査対象

- ・ 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）（以下、「メチル水銀の事例」という）
- ・ 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）（以下、「メラミン混入の事例」という）

(2) 調査項目

調査項目を表 1 に示す。

表 1 報道分析の調査項目

事例	種別	具体的な調査項目
メチル水銀の事例	報道量の調査	・新聞報道（全国紙 5 紙）について、記事数/単純到達読者数/露出量ポイントの調査
	報道内容の分析	・厚労省の発表内容との比較 ・記事の見出し
メラミン混入の事例	報道量の調査	・新聞報道（全国紙 5 紙）について、記事数/単純到達読者数/露出量ポイントの調査 ・テレビ報道（在京キー局 6 社）の報道時間
	報道内容の分析	・厚労省の発表資料との比較 ・テレビ報道における取材先（NHK のみ）

(3) 調査結果

①メチル水銀の事例

○平成 15 年

- ・平成 15 年の発表に関しては、記事掲載件数が全国版 8 件、地方版 20 件で、地方版での掲載が多い点が特徴的である。
- ・地方版では、関西、千葉県、静岡県、高知県において、発表後約 2 週間後まで継続的に報道されている。
- ・発表翌日となる 6 月 4 日に各紙が記事を掲載しており、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。

- ・ 露出量評価においては、記事件数や単純到達読者数では、1回目の発表直後のポイントが高いが、記事の掲載面、量や見出しの大きさ等を勘案した露出量ポイントでは、発表から約1週間後の風評被害を総括する記事の方が多くなった。
- ・ 内容は、キーマッセージを比較的網羅的に伝えており、多くの記事に対象外集団についての但し書きが掲載されており、記者側が本内容の伝え方に配慮していたことが窺える。魚介類摂取の利点に関して記載している記事は、4件であった。
- ・ 報道発表以降の記事は、風評被害に関する内容が多くなるため、他の魚種への言及はなく、キンメダイのみに関する記載に限られる。
- ・ 記事の見出しに注目すると、「キンメダイ」もしくは「メカジキ」が含まれる見出しが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ものは6件あった。

○平成17年

- ・ 平成17年の発表に関しては、掲載記事件数が3件のみであった。
- ・ 11月3日の正式決定の前に、8月の部会での案提示の段階で全国紙5紙全てに記事が掲載されていた。内容は、比較的メッセージを網羅的に伝えた記事となっていたが、正式に確定したものではないこと明示していない記事が半数あった。
- ・ 正式発表を受けた記事では、マグロ類が対象魚種に追加されたことが記載されていない記事もあり、新聞記事を通しての妊婦に対するマグロ類摂取の注意喚起はできていないことになる。
- ・ 正式発表を受けた報道は量、内容ともに非常に限定されていた。

②メラミン混入の事例

- ・ メラミン混入に関しては、プレスリリース第1報の9月20日から10月末までの間は日々連続して記事掲載があるが、露出量ポイントを見ると、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おらず、11月以降は、記事掲載の件数自体が非常に限定されていた。
- ・ テレビ報道では、9月22日、10月21日に報道時間が突出しており、これは新聞の定量分析結果とは異なっている。その内容は、回収対象商品の病院や老人保健施設への納入、大手外食チェーンの発表が中心であった。
- ・ 新聞の露出量分析を見ると、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。この差は新聞が事件発生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よって発生したと考えられる。特に、大手外食チェーンの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、繰り返しの報道になったと考えられる。
- ・ テレビ報道での専門家のコメントは初期に集中して出されていた。

2.2 国民の情報の受け取り方についての調査

(1) 調査概要

インターネットアンケート調査を表2のとおり実施した。

表2 アンケート調査の概要

	本調査	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1月下旬～2月上旬	2009年2月中旬～下旬
有効回答者総数	1478	1268

回答者属性	【一般サンプル※1】 1325 【特殊サンプル※2】 153	【一般サンプル※1】 1154 【特殊サンプル※2】 114
-------	-----------------------------------	-----------------------------------

※1 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

※2 5 歳以下の幼児をもつ母親

(2) 調査結果

- ・メチル水銀の事例については、極めて限定的な対象集団に対する特定の魚介類に関する注意喚起であり、その影響も重篤なものではないという情報提供を行ったとしても、対象集団ではない消費者においても一部で魚介類の摂食を控える傾向があることが明らかになった。加えて、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に不安を持ったために買い控えを起こしていたことがわかった。
- ・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」（注意喚起の対象魚介類である）とした回答者が、一般サンプルとともに 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。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、一般消費者には、厚生労働省の発表後、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得た上で知識が形成されていると推測できる。
- ・食品安全に関する情報収集の積極性と知識レベルという 2 つの指標を用いて、回答者を 4 グループに分け、それぞれの行動パターンを分析した。その結果、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ことがわかった。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。
- ・グループごとのプロフィール分析では、若い世代ほど、食品安全に関する情報収集に消極的であることがわかった。この世代が年齢を重ねると情報収集への態度が積極的になっていくのかについては、本調査では明らかになっていない。
- ・食品安全に関する情報媒体では、総じてテレビの影響力が最も強いことがわかった。また、インターネットニュースは、新聞を上回る影響力を持つまでに成長してきていることもわかっており、インターネット上の情報を効率的に分析する方法も今後、検討していかなくてはならない。

2.3 補足調査

① 統計データの収集

- ・キンメダイ、メカジキについて、平成 12 年～平成 15 年の東京都中央卸売市場における入荷数量及び平均単価の推移データから、実際の市場への影響を調査した。
- ・キンメダイについては、厚生労働省の発表のあった平成 15 年 6 月 及び翌 7 月の 2 ヶ月において、市場平均単価が他の年よりも下回っていた。
- ・メカジキについては当該データからは、必ずしも影響があったとはいえなかった。

② ヒアリング調査

- ・厚生労働省の発表した内容と報道内容あるいは自治体や関連事業者、一般消費者の理

解した内容との相違が生じた要因をさらに明らかにするために、研究者（環境学、心理学）、地方自治体担当者、水産関係事業者、報道関係者合計 10 名に対し、ヒアリング調査を実施した。

○ヒアリングで指摘された主な要点

- ・ 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。
- ・ 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。
- ・ 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。