

平成 27 年度厚生労働科学研究費補助金

食品の安全確保推進研究事業

効果的なリスクコミュニケーション推進のための

調査と手法の評価

(H26 食品 一般 012)

平成 27 年度 総括・分担研究報告書

研究代表者 吉川肇子

平成 28 年(2016 年)3 月

目 次

. 総括研究報告

効果的なリスクコミュニケーション推進のための調査と手法の評価-----	3
吉川 肇子	

. 分担研究報告

1. リスク認知の測定法の検討と調査研究-----	30
竹村 和久	
2. 食品リスクコミュニケーションにおけるソーシャルメディアの活用について ：知識量及び事前態度によるセグメンテーションの有効性-----	48
杉谷 陽子	
3. 食品リスクコミュニケーションにおけるマスメディアのゲートキーピング機能 ：厚生労働省によるプレスリリースを題材に-----	75
小林 哲郎	

. 研究成果の刊行に関する一覧表-----	88
-----------------------	----

厚生科学研究費補助金（食品の安全確保推進研究事業）
総括研究報告書

効果的なリスクコミュニケーション推進のための調査と手法の評価

研究代表者 吉川肇子 慶應義塾大学商学部 教授

研究要旨 消費者のリスク認知調査やインターネット上での情報流通の調査を行った上で、食品に関するリスクコミュニケーションの効果の評価を行う。効果の評価には、主に厚生労働省をはじめとする行政機関が行ったものを対象として、その効果や改善点について検討する。あわせて、これら調査手法そのものの妥当性と改善点を明らかにし、実施可能な調査手法の提案を行う。

平成 27 年度は、（1）リスク認知調査のための測定手法の開発、（2）SNS におけるリスクコミュニケーションの効果の実験的検討、（3）リスクコミュニケーションのゲートキーピング機能の分析、を行った。これらの研究成果をリスク・コミュニケーションマニュアルとして作成した。

研究分担者

分担研究者

竹村和久 早稲田大学文学学術院
・教授

杉谷陽子 上智大学経済学部・准教授

小林哲郎 国立情報学研究所情報社会
相関研究系・准教授

A．研究目的

消費者のリスク認知調査やインターネット上での情報流通の調査を行った上で、食品に関するリスクコミュニケーションの効果の評価を行う。効果の評価には、主に厚生労働省をはじめとする行政機関が行ったものを対象として、その効果や改善点について検討する。あわせて、これら調査手法そのものの妥当性と改善点を明らかにし、実施可能な調査手法の提案を行う。

効果的なリスクコミュニケーションのためには、継続的な調査および突発的な

事象に対応するための調査が必須であるが、本研究ではこれを標準化して比較的簡易に実施できる手法を提案する。

B．研究方法

平成 27 年度は、以下の 4 つの課題を行った。

（1）食品のリスクに関する質問紙調査の尺度についての測定論的分析を行い、より客観的な観点からの尺度の分析および比較的信頼性のある尺度の開発を目指した。調査 1 では、質問紙の回答に一般的に使われる程度量表現用語の副詞の順位付けを行わせ、回答者がその表現の回答手段の下で正確に評価をできているかどうかを検討した。調査 2 では、実際のリスク事象の対に対して、リスクの危険度と選好との関係を検討した。

（2）主に若年層を中心として、テレビ離れ、新聞離れが指摘されており、その一方で、インターネット利用率は高い水準となっている（総務省情報通信政策研究所，2015；図 2 参照）。特に 10 代や 20

代においては、テレビよりもインターネットの視聴に費やす時間の方が長くなっている従来の情報提供の在り方を見直し、効果的な代替手段を検討することは、重要な課題と考え、ニュースサイトおよびSNSにおけるリスク情報を読ませ、その情報に対する反応のあり方を、クラスごとに比較した。具体的には、広告効果の研究において重要とされている代表的変数である「知識量」と「事前態度」について注目し、生活者をセグメント化することを試みた。知識量とは「食品リスクに関する知識量」であり、事前の態度とは、「その食品の摂取を危険と捉えているか、問題ないと捉えているか」ということである。この2つの変数によって生活者を4つにセグメント化（分割）し、リスク情報の効果を検証した。

(3)政府による食品リスクコミュニケーションに着目するため、厚労省のプレスリリースのうち食品リスクに関連するものをすべて抜き出した。分析の対象としたメディアの報道内容は2011年～2013年の読売・朝日・毎日の三紙であるため、対象とするプレスリリースも2011年～2013年のものに限定した。目視によって確認された食品リスク関連のプレスリリースは、2011年が702本、2012年が526本、2013年が409本であった。2011年は特に放射性物質関連のプレスリリースが多く、全体の本数を押し上げていた。さらに、食品リスク関連プレスリリースが報道記事内容に反映されているかどうかを確かめるため、プレスリリースごとに内容を精査して検索キーワードを設定し、そのキーワードをもとに三紙の三年分の記事データをすべて検索し、プレスリリースをベースとして書かれた記事を抽出した。ただし、食品に含まれる放射性物質関連の定期的な検査結果の報告は、数が非常に多いことから記事検索の対象には含めなかった。さらに、厚生労働省医薬・生活衛生局生活衛生・食品安全部 企

画情報課リスクコミュニケーション係へのヒアリングをベースに、マスメディアの報道を通して特に一般市民への情報伝播が強く期待されたプレスリリースをリストアップし、重点的な検索の対象とした。

(4)昨年度作成した食品リスクコミュニケーションの簡易マニュアルをより詳細なものに改訂した。

(倫理面への配慮)

ヒトを対象とする調査及び実験の実施にあたっては、行動科学研究の世界標準であるアメリカ心理学会の倫理規定を遵守した。

C. 結果と考察

平成27年度の成果概要は以下の通りである。

(1)調査1では、サーストンの一対比較法による分析で求めた刺激系列順位をもとめた。推移性と非推移性についての検討を行ったところ、危険性についての判断の非推移性に基づく循環が0個である完全な推移性を満たした人は8名、循環が全体の5%以下の14個の人は94名であった。次に、安全についての評価では、循環が0個である完全な推移性を満たした人は14名、循環が全体の5%以下の14個の人は84名であった。このように半数近くの人々には伝統的な数量的な分析が可能であるが残り的人々には数量的分析が困難であることが示唆された。また、尺度の「ひじょうに」と「たいへん」の尺度値平均にはやや乖離がみられ、続いて「たいへん」、「かなり」、「すごく」の間の乖離は狭く、反対に「とても」と「だいが」、「だいが」と「おおかた」の間の乖離は大きかった。

調査2では、人があるリスク事象に対し、「どちらがより危険であるか」という「評価」を問う質問(1)「どちらをより

危険だと思うか」と実際に行動として避けたいという意志を問う質問(2)の間の乖離について検討をしたが、そのような乖離は見られず、通常のリスク尺度が人々のリスク対象に対する選好をある程度反映していることを示唆した。次に、推移性と非推移性に関しての検討を行ったが、リスク判断で循環が0個である完全な推移性を満たした人は56名、循環が全体の5%以下の14個の人は137名であった。次に、選好について、循環が0個である完全な推移性を満たした人は44名、循環が全体の5%以下の14個の人は118名であった。このことからリスクの判断や選好に関しては、数量化とその分析がある程度可能であることが示唆された。

(2)まず、知識量の多少とリスク認知レベルの高低に基づき、4つのセグメントに分類を行った。

A クラスタ 知識少・リスク認知低

B クラスタ 知識少・リスク認知高

C クラスタ 知識多・リスク認知低

D クラスタ 知識多・リスク認知高

SNSの利用状況とクラスタとの関連について検討した。「ブログを書いているかどうか」、および、代表的なSNSである「Facebook」「Twitter」「Instagram」「GREE」の利用頻度が、クラスタごとに異なるかどうかを比較したが、有意な差は見られなかった。しかし、「Yahoo!ニュース」と「Yahoo!知恵袋」については有意差が得られた。リスク認知が高いクラスタ(B/D)の人々は、リスク認知が低いクラスタ(A/C)の人々よりも、「Yahoo!ニュース」を頻繁に参照していることが分かった。また、知識が少なくてもリスク認知が低い人たちは、他のクラスタに比べ、「Yahoo!知恵袋」を利用していないことが分かった。以上の結果からは、Yahoo!ニュースや知恵袋の利用は、食品リスクに関する知識やリスク認知と関係があることが示唆された。比較的知

識が豊富でリスク認知が高い人たちが、Yahoo!関連サービスをよく利用していることから、リスクコミュニケーションのプラットフォームとして、Yahoo!のようなポータルサイトが一定の役割を担える可能性が示唆されたと言える。その一方、FacebookやInstagramなどの対人交流を中心としたSNSは、リスクコミュニケーションにはあまり適さない可能性も示唆された。

(3)2011年～2013年の3年間に厚労省から発信された食品リスク関連のプレスリリースのうち、原発事故関連のものほど新聞で報道されやすい。さらに、非原発関連のプレスリリースでは食中毒など飲食店での食品リスクに関するものが報道されやすい一方、輸入段階でのリスクである牛海綿状脳症関連のプレスリリースは比較的報道されにくい傾向が見られた。原発事故関連のプレスリリースでは食品の出荷制限(またはその解除)に関するリリースが報道されやすく、それ以外のリリース(例えば、「食品中の放射性物質に関する「検査計画、出荷制限等の品目・区域の設定・解除の考え方」の改正について」や、「食品中の放射性セシウムスクリーニング法の一部改正について」などについては報道されにくい傾向が見られた。

総じて、消費者が直接さらされる食品リスクの方が報道されやすい傾向があるように思われる。また、顕在化した食品リスクが事件としてのニュース価値を持っていた場合、それに引きずられる形で厚労省のプレスリリースが報道されやすくなる傾向も示唆される。例えば、2011年5月に富山県内の焼肉チェーン店でユッケなど食肉を食べた多数の客が腸管出血性大腸菌感染による食中毒を発症する事件が発生した。この事件はマスメディアで広く報道されたために世間の注目が集まり、ニュース価値が高まった。同時に、食品リスクケースとして厚労省は継

続的に本件に関するプレスリリースを発信した。このように、事件性の高さに伴う形で政府が発信する食品リスクコミュニケーションがマスメディアのゲートキーピング機能を通して高まることは、今後の政府による食品リスクコミュニケーションのあり方について示唆を与えるものだろう。

さらに、厚生労働省医薬・生活衛生局生活衛生・食品安全部 企画情報課リスクコミュニケーション係へのヒアリングをベースに、マスメディアの報道を通して特に一般市民への情報伝播が強く期待されたプレスリリースをリストアップし、それらがどの程度新聞記事として報道されたかを調べた。表4に報道が特に期待されたプレスリリースの見出しと、記事数を示した。3年間で53本の特に報道が期待されたプレスリリースのうち、24本について少なくとも1件の記事が報道されていることが確認された。本数ベースでの割合は45%であり、これは3年間全体の食品リスクプレスリリース中の報道されたものの割合(55%:426本中235本)よりもむしろ低い。このことは、食品リスクコミュニケーションの発信者としての政府の意向は必ずしも報道機関のニュース価値評価とは一致せず、マスメディアにインプットとして与えられてもゲートキーピング機能によって漏れてしまう可能性があることを示している。

D. 結論

(1) 調査票の作成においては、サー斯顿の尺度化による安全性リスク認知と危険性リスク認知の間隔尺度を満たす新しい尺度を提案したい。この尺度化については、両極端の値を決め、それから等距離に近いものを採用する方針で決定した。これにより、サー斯顿尺度化の意味で等間隔な評定尺度が構成されることが期待できる。それによって作成された

尺度が図1の危険に関する尺度と安全に関する尺度である。危険と安全で若干評定尺度の副詞が異なっている。これらの尺度を用いて、今後はリスク認知を測定すると、比較的信頼性のある結果が得られると期待できる。

(2) インターネット上の食品リスク情報提供においては、以下のような現実への示唆が得られた。

マスメディアによるニュースサイトであっても、個人のブログの記事であっても、同程度の影響力を有する。

食品リスクに関する情報に接触した際の反応は、当該人物の「食品に対するリスク認知レベル」、および、「食品リスクに関する知識量」によって異なる。具体的には、以下の通りである。

a. 食品の危険性を訴えかける記事を参照した場合、もともと食品リスク認知が高かった人はあまり影響を受けず、食品リスク認知の低かった人のみが影響を受ける。一方、行動意図レベルでみると、事前のリスク認知レベルに関わらず、リスク記事の参照によって当該食品の摂取を避けようという意識が高まる。ただし、リスクに関する知識量が多く、リスク認知が低い人達は、豊富な知識に基づいて食品を危険ではないと考えているので、新しい情報によってすぐ行動を変えようとは考えない傾向がある。

b. 食品の安全性を訴えかける記事を参照した場合、危険性を訴えかける記事を参照した場合よりも態度変容を起こす人が多く、影響力が大きい。とりわけ、知識量が少なくてもリスク認知が低い人たちに影響量が大きく、リスク食品の摂取を控えようという行動意図も減

少するほどの影響がある。その他のクラスタは、リスク認知レベルは低下するものの、リスク食品を避けようとする行動意図には変化がない。

食品リスク情報を提供するオンラインサービスとして、最も可能性が大きいのは「Yahoo!ニュース」および「Yahoo!知恵袋」である。年齢や性別など、その他の要因を考慮した上でも、これらのサービスの利用とリスク認知およびリスク知識量には有意な相関がみられ、因果関係は特定できないものの、人々がこれらのサービスをリスク情報を得るために積極的に利用していることは確かである。一方、FacebookやTwitter、個人ブログは、対人交流を目的として使用されているため、リスク情報の提供には適さない。

(3) 原発事故関連の食品リスクは牛海綿状脳症関連など他の食品リスクと比較して報道されやすい傾向にあることが明らかとなった。また、非原発事故関連のプレスリリースでは、牛海綿状脳症関連などと比較して、外食チェーンでの食中毒など消費者の生活に近いレベルで存在するリスクほど報道されやすいことが明らかとなった。こうしたゲートキーピング機能は、報道機関が読者の生活へのインパクトの大きさという次元でインプット情報を取捨選択していることをうかがわせる。さらに、政府が特に重要視しているプレスリリースほど記事として報道されやすいという傾向は見られず、むしろ政府が重視するリリースほど報道されにくいという傾向が見られた。こうした傾向は報道機関が判断するニュース価値と政府が判断するリスクコミュニケーションの重要性は必ずしも一致せず、マスメディアは政府とは独立してゲートキーピング機能を発揮していることを示唆す

る。

ソーシャルメディアの普及によって玉石混交の情報が飛び交う中、高い情報収集能力と専門性に裏付けられた食品リスクコミュニケーションを発信できるのはごくわずかの主体に限られる。政府はそうした主体の中の1つである。したがって、政府が発信する食品リスクコミュニケーションがマスメディアのゲートキーピング機能によってどのように取捨選択されるのかを知ることは重要である。本研究の探索的分析から示唆されるのは、報道機関は消費者の生活に近いレベルでのリスクをニュース価値の高い情報として処理している可能性である。このため、牛海綿状脳症関連など、輸入段階でのリスクであり未だ消費者への直接的被害が顕在化していないリスクに関するリリースは報道されにくくなっていたのではないかと考えられる。したがって、政府が効率的なリスクコミュニケーションを行うためには、特定の食品リスクがどのような形で消費者の生活に直接影響を及ぼす可能性があるのかという点を明らかにしつつ発信することが有効だろう。

E. 引用文献

F. 研究発表

1. 論文発表

なし

2. 学会発表

井出野尚、吉川侑記、小山慎一、玉利祐樹、竹村和久(2015). リスク事象に対する知識とリスク認知の検討—医師と一般的消費者との対比—日本社会心理学会第58回大会(東京女子大学) p.69

杉谷陽子(2015). 食品リスクコミュニケーションにおけるソーシャルメディアの活用について 産業・組織心理学会 第117回部門別研究会消費者行動部門(招待講演)(筑波大学

5月)

杉谷陽子 (2015) SNS を用いた食品リスク・コミュニケーションの研究：知識量とリスクへの態度によるセグメンテーションの可能性 産業・組織心理学会第31回大会(明治大学 8月)

H. 知的財産権の出願・登録状況

1. 特許取得

なし

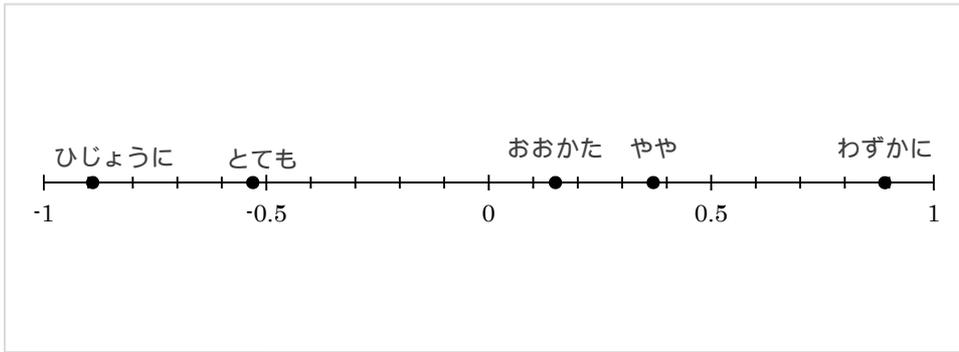
2. 実用新案登録

なし

3. その他

なし

危険に関わる副詞 5 件法



危険に関わる副詞 7 件法

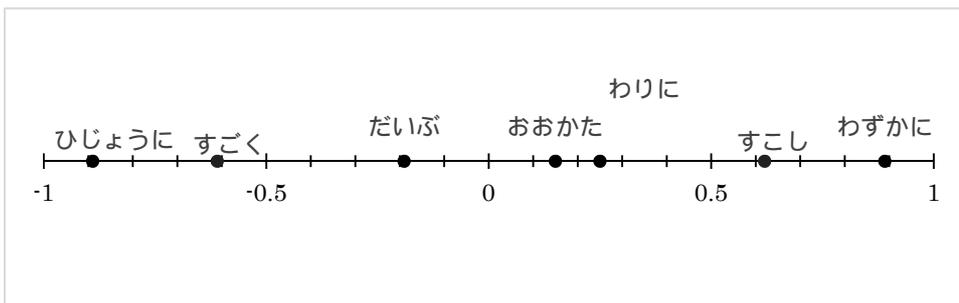


図 1 提案された評定尺度

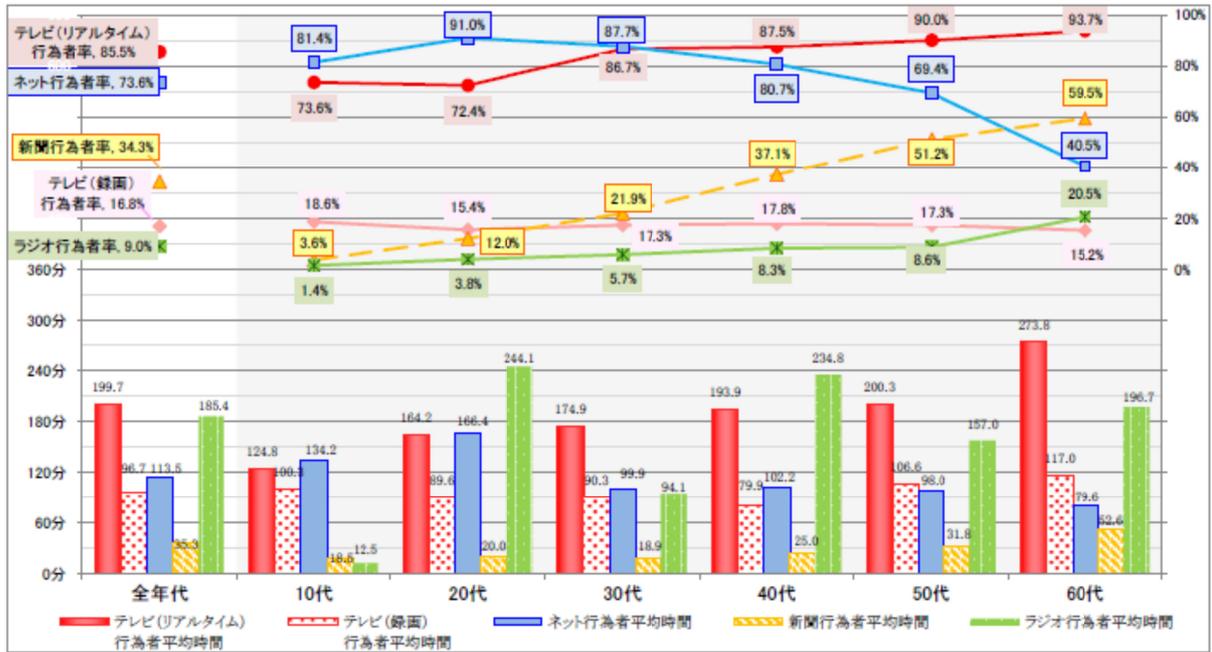


図2 平成26年[平日1日]主なメディアの行為者率・行為者平均時間(全年代・年代別)

総務省情報通信政策研究所(2015)「平成26年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」http://www.soumu.go.jp/main_content/000357570.pdf
 (2015年5月19日更新、2016年1月1日アクセス)

厚生労働科学研究費補助金食品の安全確保推進研究事業
分担研究報告書

リスク認知の測定法の検討と調査研究

研究分担者 竹村和久 早稲田大学文学学術院 教授

研究要旨 本研究では、食品のリスクに関する質問紙調査の尺度についての測定論的分析を行い、より客観的な観点からの尺度の分析および比較的信頼性のある尺度の開発を目指した。調査 1 では、質問紙の回答に一般的に使われる程度量表現用語の副詞の順位付けを行わせ、回答者がその表現の回答手段の下で正確に評価をできているのかどうかを検討した。調査 1 の対象者は、大学生 151 名(男性 60 名、女性 91 名、平均年齢 = 21.49 歳、SD = 0.99)であった。調査 2 では、実際のリスク事象の対に対して、リスクの危険度と選好との関係を検討した。調査 2 では、大学生 150 名(男性 64 名、女性 86 名、平均年齢 = 21.31 歳、SD = 1.14)を対象にした。まず、リスク認知測定の方法論を調査 1 で検討して、その結果をもとに、リスク事象に関する知識の程度に対する態度とリスク認知の関連性を探索的に検討すること目的とし調査 2 を実施した。

調査 1 では、サーストンの一対比較法で刺激系列順位をもとめた。推移性と非推移性に関して検討を行ったところ、大半の人々には推移性が満たされ、伝統的な数量的分析が可能であることが示唆された。また、尺度の「ひじょうに」と「たいへん」の尺度値平均にはやや乖離がみられ、続いて「たいへん」、「かなり」、「すごく」の間の乖離は狭く、反対に「とても」と「だいぶ」、「だいぶ」と「おおかた」の間の乖離は大きかった。調査 2 では、人があるリスク事象に対し、「どちらがより危険であるか」という「評価」を問う質問(1)「どちらをより危険だと思うか」と実際に行動として避けたいという意志を問う質問(2)の間の乖離について検討をしたが、そのような乖離は見られず、通常のリスク尺度が人々のリスク対象に対する選好をある程度反映していることを示唆した。次に、推移性と非推移性に関しての検討を行ったが、リスクの判断や選好に関しては、数量化とその分析がある程度可能であることが示唆された。またこれらの研究に基づいて、サーストンの尺度化による安全性リスク認知と危険性リスク認知の間隔尺度を満たす新しい尺度を提案した。

A . 研究目的

一般市民のリスク認知は、通常は、質問紙法で検討されている。例えば、このような質問紙調査で、リスク認知は、「恐ろしさ」、「未知性」といった次元で判断されやすいこと、実際のリスクとは乖離

があることがわかっている(Slovic,1987 ; 竹村,2006;吉川,1999)。このようなリスク認知を測定する場合、どのような方法で測定することが比較的正確なリスク認知を測定できるのかという問題がある。

社会的状況下で一般の人が行うリスク認知は、当該リスク事象の生起確率や結果の重大さを正確に把握しているとは必ずしも仮定することはできない(竹村, 2006)。このように、一般の人がリスク事象に関する知識を正確に有しているとは言えない状況を鑑みると、不確実性下におけるリスク認知では、分からないこと、曖昧なことに対する態度が重要な要因となりうると考えられる(吉川ら, 2014)。このような観点で、昨年度は調査を行ってきたが、本研究では、質問紙尺度の問題をさらに検討する研究を行う。

食品リスクの調査では質問紙による評定手法が用いられているが、必ずしもその客観性は保証されていない。また、リスク評定が選好とどのような関係にあるのかの検討もこれまで十分に明らかにされてこなかった。また、通常、評定尺度は数量的分析がなされるが、順序尺度でも、判断の推移性が満たされていないと数量化は不可能であることが理論的に示されている。

そこで本研究では、食品のリスクに関する質問紙調査の尺度についての測定論的分析を行い、より客観的な観点からの尺度の分析および比較的信頼性のある尺度の開発を目指した。調査1では、質問紙の回答に一般的に使われる程度量表現用語の副詞の順位付けを行わせ、回答者がその表現の回答手段の下で正確に評価をできているのかどうかを検討する。調査2では、実際のリスク事象の対に対して、リスクの危険度と選好との関係を検討する。さらに、本研究から新しい評定尺度を、サー斯顿の尺度化の考えに沿って提案する。

B. 研究方法

調査1

調査1では、大学生151名(男性60名、女性91名、平均年齢=21.49歳、SD=0.99)を対象に実施した。調査実施期

間は2015年11月12日~2015年11月30日であった。

本調査は、サー斯顿の一对比較法を用いた質問紙で実施した。項目は、織田(1970)の論文中にある、「かなり」、「ひじょうに」、「やや」、「たいへん」、「すごく」、「とても」、「だいぶ」、「わりに」、「たしょう」、「すこし」、「どちらかといえば」、「わずかに」、の12種類の程度量表現用語(副詞)を参考にして作成した。そしてこの12種類の副詞に新たに「おおかた」という語を入れた。選択率から標準正規分布の逆関数を求め、サー斯顿の一对比較法で危険と安全各13種類の副詞を順位付けた。また、評価の推移性の検討を行った。

各用語の語尾に危険をつけたものを危険13種類(かなり危険、ひじょうに危険、やや危険、おおかた危険、たいへん危険、すごく危険、とても危険、だいぶ危険、わりに危険、たしょう危険、すこし危険、どちらかといえば危険、わずかに危険)とした。また、語尾に安全をつけたものを安全13種類(かなり安全、ひじょうに安全、やや安全、おおかた安全、たいへん安全、すごく安全、とても安全、だいぶ安全、わりに安全、たしょう安全、すこし安全、どちらかといえば安全、わずかに安全)とした。

上記の危険13種類を、全て対にして計78項目をつくった。このようにして質問紙の(1)に危険13種類の78項目(2)に安全13種類の78項目、計156項目をのせた質問紙を4系列分作成した。教示は下記のように行った。

教示

これから、項目AとBに関して質問をします。

その質問に対してAかBを必ず選択してください。

項目Aを選択する場合は、左端のAの下の空欄に✓を入れて下さい。

項目Bを選択する場合は、左端のBの

下の空欄に✓を入れて下さい。

調査 2

調査 2 では、大学生 150 名（男性 64 名、女性 86 名、平均年齢 = 21.31 歳、SD = 1.14）を対象に実施した。調査実施期間は 2015 年 11 月 12 日 ~ 2015 年 11 月 30 日であった。

本調査は、サー斯顿の一对比較法を用いた質問紙法で実施した。質問紙に出てくるリスク事象は、「遺伝子組み換え食品」「食品添加物(政府が許可したもの)」「BSE(牛海綿状脳症)」「毒キノコ」「脳梗塞」「食中毒」「糖尿病」「悪性新生物(ガン)」の 8 種類のリスク事象を使用した。これらのリスク事象 8 種類を全て対にして計 28 項目をつくった。選択率から標準正規分布の逆関数を求め、サー斯顿の一对比較法で順位付けた。

質問紙の(1)では、作成した計 28 項目について対になるリスク事象を比較してもらい、どちらがより危険かを問うた。本調査において、(1)の質問は、被験者の方に、リスク事象への危険度の「評定」を行ってもらう為の質問である。また(2)では、作成した 28 項目について対になっているリスク事象を比較してもらい、どちらをより避けたいかを問う質問を行った。本調査においての(2)の質問は、(1)の質問とは違いリスク事象への危険度の「評定」ではなく、実際の行動としてどちらのリスク事象を避けたいかという被験者自身の「選択」を問う質問としている。(3)では、年間死亡者数の区間推定を求める項目「この事象(もの)により、日本国内(総人口:1億2700万人)において、毎年何人から何人くらいの方が死亡していると思いますか?(参考情報あり)」と、年間死亡者数の点推定を求める項目「この事象(もの)による、日本国内(総人口:1億2700万人)における年間死亡者数は正確には何人だと思いませんか?(参考情報あり)」を採択し使用した。教示は下記のように行った。

教示

これから、項目 A と B に関して質問をします。

その質問に対して A か B を必ず選択してください。

項目 A を選択する場合は、左端の A の下の空欄に✓を入れて下さい。

項目 B を選択する場合は、左端の B の下の空欄に✓を入れて下さい。

下の表の場合は、A を選択したことを示しています。

また、質問紙の項目中にでてくる事象の正式名称および条件は以下の通りです。

悪性新生物(ガン)

B S E (牛海綿状脳症)

食品添加物(政府が許可したもの)

(1)あなたは、どちらがより危険だと思いますか。

(2)あなたは、どちらをより避けたいと思いますか。

(3)以下の質問にお答えください。

この事象(もの)により、日本国内(総人口:1億2700万人)において、毎年何人から何人くらいの方が死亡していると思いますか?

以下の下線部に適切だと思う数値を記入してください。

(【参考:交通事故】日本国内の年間死亡者数(2013年):6060人)

この事象(もの)による、日本国内(総人口:1億2700万人)における年間死亡者数は正確には何人だと思いませんか?

以下の下線部に適切だと思う数値を記入してください。

(【参考:交通事故】日本国内の年間死亡者数(2013年):6060人)

以上の教示を行い、当てはまるほうに✓印を実験参加者に入れさせた。

C. 結果と考察

調査 1

調査 1 では、サーストンの一対比較法による分析で求めた刺激系列順位をもとめた。推移性と非推移性に関しての検討を行ったところ、危険性についての判断の非推移性に基づく循環が 0 個である完全な推移性を満たした人は 8 名、循環が全体の 5% 以下の 14 個の人は 94 名であった。次に、安全についての評価では、循環が 0 個である完全な推移性を満たした人は 14 名、循環が全体の 5% 以下の 14 個の人は 84 名であった。このように半数近くの人々には伝統的な数量的な分析が可能であるが残り的人々には数量的分析が困難であることが示唆された。また、尺度の「ひじょうに」と「たいへん」の尺度値平均にはやや乖離がみられ、続いて「たいへん」、「かなり」、「すごく」の間の乖離は狭く、反対に「とても」と「だいぶ」、「だいぶ」と「おおかた」の間の乖離は大きかった。

質問紙調査を行った刺激系列について一対比較した結果を示す。表 1 と表 2 はそれぞれ、危険 13 種類の計 78 項目、安全 13 種類の計 78 項目に関する結果である。各表は、刺激系列を選択した人数を示している。例えば、表 1 の「かなりひじょうに」のセル内の 45 という数字は、「かなり危険とひじょうに危険を比較した際、かなり危険の方がひじょうに危険よりも危険と感じると評価した人数」を示している。表 2 も同様である。

表 3 と表 4 では、危険 13 種類の計 78 項目、安全 13 種類の計 78 項目に関する結果である。各表は、それぞれの刺激系列に対する選択率を示している。例えば表 3 の、「かなりひじょうに」のセル内の 0.30 は、「かなり危険とひじょうに危険を比較した際、かなり危険の方がひじょうに危険よりも危険と感じると評価した人数の総数における比率が 30% である」ことを示している

次に表 3 と表 4 で示した選択率から標準正規分布の逆関数を求め、サーストンの一対比較法で危険と安全各 13 種類の副詞を順位付けた。最後に表 5 に、危険 13 種類と安全 13 種類の刺激系列順位と尺度値の平均を示す。

危険 13 種類の副詞では、「ひじょうに」が一番選択され、続いて「たいへん」、「かなり」、「すごく」、「とても」、「だいぶ」、「おおかた」、「わりに」、「やや」、「たしょう」、「すこし」、「どちらかといえば」の順番でより選択され、そして「わずかに」が最も選択されなかった。

安全 13 種類の副詞では、「ひじょうに」が一番選択され、続いて「たいへん」、「かなり」、「すごく」、「とても」、「だいぶ」、「おおかた」、「わりに」、「やや」、「たしょう」、「どちらかといえば」、「すこし」の順番でより選択され、そして「わずかに」が最も選択されなかった。

その結果をもとに、比較的等間隔になる組み合わせから新しいリスク認知尺度を提案することにした。その結果は、結論に示す。

調査 2

調査 2 では、人があるリスク事象に対し、「どちらがより危険であるか」という「評価」を問う質問(1)「どちらをより危険だと思うか」と実際に行動として避けたいという意志を問う質問(2)の間の乖離について検討をしたが、そのような乖離は見られず、通常のリスク尺度が人々のリスク対象に対する選好をある程度反映していることを示唆した。次に、推移性と非推移性に関しての検討を行ったが、リスク判断で循環が 0 個である完全な推移性を満たした人は 56 名、循環が全体の 5% 以下の 14 個の人は 137 名であった。次に、選好について、循環が 0 個である完全な推移性を満たした人は 44 名、循環が全体の 5% 以下の 14 個の人は 118 名であった。このことからリスクの

判断や選好に関しては、数量化とその分析がある程度可能であることが示唆された。

質問紙で調査を行った刺激系列の、一対比較による選択課題の結果を示した。表 6 と表 7 はそれぞれ、質問(1)「あなたは、どちらがより危険だと感じますか。」の計 28 項目、質問(2)「あなたは、どちらをより避けたいと思いますか。」の計 28 項目に関する結果である。各表は、刺激系列を選択した人数を示している。例えば、表 6 「脳梗塞 糖尿病」のセル内の 118 という数字は、「脳梗塞と糖尿病を比較した際、脳梗塞の方が糖尿病よりも危険と感じると評価した人数」を示している。表 7 も同様である。表 8 と表 9 は、質問(1)「あなたは、どちらがより危険だと感じますか。」の計 28 項目、質問(2)「あなたは、どちらをより避けたいと思いますか。」の計 28 項目に関する結果である。各表は、それぞれの刺激系列に対する選択率を示している。例えば表 8 の、「脳梗塞 糖尿病」のセル内の 0.79 は、「脳梗塞と糖尿病とを比較した際、脳梗塞の方が糖尿病よりも危険と感じると評価した人数の総数における比率が 79% である」ことを示している。表 9 も同様である。

表 8 と表 9 で示した選択率から標準正規分布の逆関数を求め、サーストンの一対比較法で質問(1)「あなたは、どちらがより危険だと感じますか。」の計 28 項目、質問(2)「あなたは、どちらをより避けたいと思いますか。」の計 28 項目のリスク事象を順位付けた。その結果を表 10 に示した。

D. 結論

本研究では、食品のリスクに関する質問紙調査の尺度についての測定論的分析を行い、より客観的な観点からの尺度の分析および比較的信頼性のある尺度の開発を目指した。調査 1 では、質問紙の回

答に一般的に使われる程度量表現用語の副詞の順位付けを行わせ、回答者がその表現の回答手段の下で正確に評価をできているのかどうかを検討した。調査 1 の対象者は、大学生 151 名(男性 60 名、女性 91 名、平均年齢 = 21.49 歳、SD = 0.99)であった。調査 2 では、実際のリスク事象の対に対して、リスクの危険度と選好との関係を検討した。調査 2 では、大学生 150 名(男性 64 名、女性 86 名、平均年齢 = 21.31 歳、SD = 1.14)を対象にした。まず、リスク認知測定の方法論を調査 1 で検討して、その結果をもとに、リスク事象に関する知識の程度に対する態度とリスク認知の関連性を探索的に検討することを目的とし、調査 2 を実施した。

調査 1 では、サーストンの一対比較法による分析で求めた刺激系列順位をもとめた。推移性と非推移性に関しての検討を行ったところ、大半の人々には推移性が満たされ、伝統的な数量的な分析が可能であることが示唆された。また、尺度の「ひじょうに」と「たいへん」の尺度値平均にはやや乖離がみられ、続いて「たいへん」、「かなり」、「すごく」の間の乖離は狭く、反対に「とても」と「だいぶ」、「だいぶ」と「おおかた」の間の乖離は大きかった。調査 2 では、人があるリスク事象に対し、「どちらがより危険であるか」という「評価」を問う質問(1)「どちらをより危険だと思うか」と実際に行動として避けたいという意志を問う質問(2)の間の乖離について検討をしたが、そのような乖離は見られず、通常のリスク尺度が人々のリスク対象に対する選好をある程度反映していることを示唆した。次に、推移性と非推移性に関しての検討を行ったが、リスクの判断や選好に関しては、数量化とその分析がある程度可能であることが示唆された。

本研究では、これらの研究に基づいて、サーストンの尺度化による安全性リスク

認知と危険性リスク認知の間隔尺度を満たす新しい尺度を提案したい。この尺度化については、両極端の値を決め、それから等距離に近いものを採用する方針で決定した。これにより、サーストン尺度化の意味で等間隔な評定尺度が構成されることが期待できる。それによって作成された尺度が図1（危険に関する尺度）と図2（安全に関する尺度）である。危険と安全で若干評定尺度の副詞が異なっている。これらの尺度を用いて、今後はリスク認知を測定すると、比較的信頼性のある結果が得られると期待できる。

E . 文献

- 藤井聡・吉川肇子・竹村和久.(2004). 東電シュラウド問題にみる原子力管理への信頼の変化. 社会技術研究論文集, 2(0), 399-405.
- 吉川肇子 (1999). リスク・コミュニケーション —相互理解とよりよい意思決定を目指して— 福村出版
- 国立がん研究センター (2014). がん情報サービス 独立行政法人国立がん研究センター
<http://ganjoho.jp/public/index.html>
- 国立循環器病研究センター (2014). 脳卒中 循環器病情報サービス
<http://www.ncvc.go.jp/cvdiFo/disease/stroke.html>
- 厚生労働省 (2013a). 死因簡単分類別に見た性別死亡数・死亡率 (人口10万対) 厚生労働省
http://www.mhlw.g.jp/toukei/saikin/hw/jinkou/kakutei13/dl/11_h7.pdf
- 厚生労働省 (2013b). 性別にみた死因順位 (第10位まで) 別 死亡数・死亡(人口10万対)・構成割合 厚生労働省
http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/jinkou/kakutei13/dl/10_h6.p

dF

- 厚生労働省 (2014a). 平成25年(2012年)食中毒発生状況 厚生労働省
http://www.mhlw.go.jp/stF/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryoushokuhin.syokuchu/04.html
- 国立感染症研究所感染症情報センター (2001). リステリア・モノサイトゲネス感染症 感染症の話 IDWR 感染症発生動向調査週報
http://idsc.nih.gov/idwr/kan.senk01_g1/k01_4.html
- 織田揮準 (1970). 日本語の程度量表現用語に関する研究. 教育心理学研究 18, 3, 166-176.
- Slovic, P. (1987). Perception of risk. Science, 236(4799), 280-285.
- 竹村和久 (2006). 安全の認知科学 リスク社会における判断と意思決定. 認知科学, 13(1), 17-31.
- 吉川侑記・井出野尚・小山慎一・竹村和久(2014). 無知に対する態度がリスク認知に及ぼす影響 日本心理学会大会第78回大会発表論文集.

F . 研究発表

- 井出野尚、吉川侑記、小山慎一、玉利祐樹、竹村和久 (2015) リスク事象に対する知識とリスク認知の検討— 医師と一般的消費者との対比 — 日本社会心理学会第58回大会(東京女子大学) p.69

G . 知的財産権の出願・登録状況

なし

H . 付記

本調査の分析と報告書作成にあたって、安田彩香(早稲田大学)、原口僚平(早稲田大学)、武藤杏里(早稲田大学)への協力を得た。記して謝意を表す。

表 1 危険 13 種類 各刺激系列を選択した人数(人)

	かなり	ひじょうに	とても	すごく	たいへん	たいぶ	わりこ	おおかた	やや	たしお	すこし	わずかに	どちらかといえば
かなり		46	106	84	68	114	121	132	116	129	125	124	134
ひじょうに	106		112	115	114	117	127	121	128	133	131	130	131
とても	46	39		66	55	108	131	129	135	132	128	118	129
すごく	67	36	85		61	117	133	130	129	127	133	131	124
たいへん	83	37	96	90		111	127	130	123	129	139	129	133
たいぶ	37	34	42	33	40		120	116	123	123	121	127	126
わりこ	30	24	20	18	24	31		63	99	107	108	117	123
おおかた	19	30	22	21	21	45	88		120	114	119	125	116
やや	25	23	16	22	25	38	52	31		104	103	133	104
たしお	22	18	19	24	22	28	44	37	47		80	118	93
すこし	26	20	23	18	12	30	43	32	48	48		120	83
わずかに	27	21	33	20	22	24	34	26	18	33	31		61
どちらかといえば	17	20	22	27	18	25	28	35	47	58	68	90	

表 2 危険 13 種類 各刺激系列を選択した人数の割合

	かなり	ひじょうに	とても	すごく	たいへん	たぶん	わりに	おおかた	やや	たしよ	すこし	わずかに	どちらかといえば
かなり		0.30	0.70	0.56	0.45	0.75	0.80	0.87	0.77	0.85	0.83	0.82	0.89
ひじょうに	0.70		0.74	0.76	0.75	0.77	0.84	0.80	0.85	0.88	0.87	0.86	0.87
とても	0.30	0.26		0.44	0.36	0.72	0.87	0.85	0.89	0.87	0.85	0.78	0.85
すごく	0.44	0.24	0.56		0.40	0.77	0.88	0.86	0.85	0.84	0.88	0.87	0.82
たいへん	0.55	0.25	0.64	0.60		0.74	0.84	0.86	0.81	0.85	0.92	0.85	0.88
たぶん	0.25	0.23	0.28	0.22	0.26		0.79	0.77	0.81	0.81	0.80	0.84	0.83
わりに	0.20	0.16	0.13	0.12	0.16	0.21		0.42	0.66	0.71	0.72	0.77	0.81
おおかた	0.13	0.20	0.15	0.14	0.14	0.30	0.58		0.79	0.75	0.79	0.83	0.77
やや	0.17	0.15	0.11	0.15	0.17	0.25	0.34	0.21		0.69	0.68	0.88	0.69
たしよ	0.15	0.12	0.13	0.16	0.15	0.19	0.29	0.25	0.31		0.53	0.78	0.62
すこし	0.17	0.13	0.15	0.12	0.08	0.20	0.28	0.21	0.32	0.32		0.79	0.55
わずかに	0.18	0.14	0.22	0.13	0.15	0.16	0.23	0.17	0.12	0.22	0.21		0.40
どちらかといえば	0.11	0.13	0.15	0.18	0.12	0.17	0.19	0.23	0.31	0.38	0.46	0.60	

表 3 安全 13 種類 各刺激系列を選択した人数(人)

	かなり	ひじょうに	とても	すごく	たいへん	たぶん	わりに	おおかた	やや	たしよ	すこし	わずかに	どちらかといえば
かなり		43	83	83	84	117	124	123	128	127	126	128	128
ひじょうに	108		108	114	112	117	124	124	113	130	131	127	129
とても	68	53		75	72	112	130	119	132	126	129	123	130
すごく	68	37	76		72	117	135	123	131	132	131	130	125
たいへん	67	39	79	79		118	127	129	130	124	137	129	104
たぶん	34	34	39	34	33		128	106	129	126	128	127	124
わりに	27	27	21	16	24	23		42	107	114	114	125	114
おおかた	28	27	32	28	22	46	109		130	126	127	124	125
やや	23	20	19	20	21	22	44	21		77	90	119	89
たしよ	24	21	25	19	27	25	37	25	74		87	113	86
すこし	25	20	22	20	14	23	37	24	61	64		110	70
わずかに	23	24	28	21	22	24	26	27	32	38	41		54
どちらかといえば	23	22	31	26	23	27	37	26	62	65	81	97	

表 4 安全 13 種類 各刺激系列を選択した人数の割合

	かなり	ひじょうに	とても	すごく	たいへん	たいぶ	わりに	おおかた	やや	たしよ	すこし	わずかに	どちらかといえば
かなり		0.28	0.55	0.55	0.56	0.77	0.82	0.81	0.85	0.84	0.83	0.85	0.85
ひじょうに	0.72		0.72	0.75	0.74	0.77	0.82	0.82	0.75	0.86	0.87	0.84	0.85
とても	0.45	0.35		0.50	0.48	0.74	0.86	0.79	0.87	0.83	0.85	0.81	0.86
すごく	0.45	0.25	0.50		0.48	0.77	0.89	0.81	0.87	0.87	0.87	0.86	0.83
たいへん	0.44	0.26	0.52	0.52		0.78	0.84	0.85	0.85	0.82	0.91	0.85	0.69
たいぶ	0.23	0.23	0.26	0.23	0.22		0.85	0.70	0.85	0.83	0.85	0.84	0.82
わりに	0.18	0.18	0.14	0.11	0.16	0.15		0.28	0.71	0.75	0.75	0.83	0.75
おおかた	0.19	0.18	0.21	0.19	0.15	0.30	0.72		0.86	0.83	0.84	0.82	0.83
やや	0.15	0.13	0.13	0.13	0.14	0.15	0.29	0.14		0.51	0.60	0.79	0.59
たしよ	0.16	0.14	0.17	0.13	0.18	0.17	0.25	0.17	0.48		0.58	0.75	0.57
すこし	0.17	0.13	0.15	0.13	0.09	0.15	0.25	0.15	0.40	0.42		0.73	0.46
わずかに	0.15	0.16	0.19	0.14	0.15	0.16	0.17	0.13	0.21	0.25	0.27		0.36
どちらかといえば	0.15	0.15	0.21	0.17	0.15	0.18	0.25	0.17	0.41	0.43	0.54	0.64	

表 5 危険 13 種類と安全 13 種類の各刺激系列ごとの順位と尺度値平均。

危険13種類			安全13種類		
1	ひじょうに	-0.89	1	ひじょうに	-0.85
2	たいへん	-0.70	2	たいへん	-0.63
3	かなり	-0.65	3	かなり	-0.62
4	すごく	-0.61	4	すごく	-0.62
5	とても	-0.53	5	とても	-0.56
6	だいふ	-0.19	6	だいふ	-0.24
7	おおかた	0.15	7	おおかた	-0.03
8	わりに	0.25	8	わりに	0.27
9	やや	0.37	9	やや	0.54
10	たしょう	0.54	10	たしょう	0.56
11	すこし	0.62	11	どちらかど	0.59
12	どちらかど	0.73	12	すこし	0.68
13	わずかに	0.89	13	わずかに	0.86

表 6 各刺激系列を選択した人数(人) 質問(1)

	脳梗塞	糖尿病	悪性新生物	毒牛/口	BSE	遺伝子組み換え食品	食中毒	食品添加物
脳梗塞		118	97	119	101	124	130	128
糖尿病	32		30	66	42	104	70	120
悪性新生物	65	120		95	97	121	117	126
毒牛/口	31	84	95		53	111	90	116
BSE	49	108	93	97		119	107	123
遺伝子組み換え食品	26	46	29	39	31		36	81
食中毒	20	80	33	60	43	114		114
食品添加物	22	30	24	34	27	69	36	

表 7 各刺激系列を選択した人数の割合 質問(1)

	脳梗塞	糖尿病	悪性新生物	毒牛ノコ	BSE	遺伝子組み換え食品	食中毒	食品添加物
脳梗塞		0.79	0.65	0.79	0.67	0.83	0.87	0.85
糖尿病	0.21		0.20	0.44	0.28	0.69	0.47	0.80
悪性新生物	0.43	0.80		0.63	0.65	0.81	0.78	0.84
毒牛ノコ	0.21	0.56	0.37		0.35	0.74	0.60	0.77
BSE	0.33	0.72	0.35	0.65		0.79	0.71	0.82
遺伝子組み換え食品	0.17	0.31	0.19	0.26	0.21		0.24	0.54
食中毒	0.13	0.53	0.22	0.40	0.29	0.76		0.76
食品添加物	0.15	0.20	0.16	0.23	0.18	0.46	0.24	

表 8 各刺激系列を選択した人数(人) 質問(2)

	脳梗塞	糖尿病	悪性新生物	毒牛/口	BSE	遺伝子組み換え食品	食中毒	食品添加物
脳梗塞		111	81	112	99	122	118	125
糖尿病	39		42	77	52	106	84	124
悪性新生物	69	108		101	82	117	99	120
毒牛/口	38	83	49		58	113	95	118
BSE	51	98	68	92		117	103	121
遺伝子組み換え食品	28	44	33	37	33		36	77
食中毒	32	66	51	55	47	114		111
食品添加物	25	26	30	32	29	73	39	

表 9 各刺激系列を選択した人数の割合 質問(2)

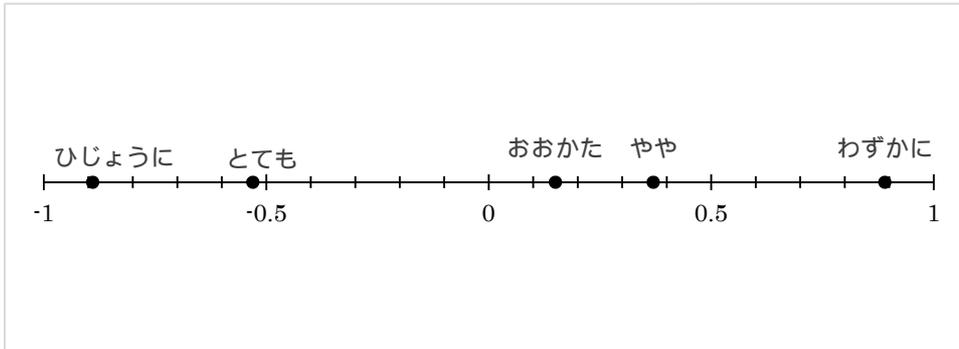
	脳梗塞	糖尿病	悪性新生物	毒キノコ	BSE	遺伝子組み換え食品	食中毒	食品添加物
脳梗塞		0.74	0.54	0.75	0.66	0.81	0.79	0.83
糖尿病	0.26		0.28	0.51	0.35	0.71	0.56	0.83
悪性新生物	0.46	0.72		0.67	0.55	0.78	0.66	0.80
毒キノコ	0.25	0.55	0.33		0.39	0.75	0.63	0.79
BSE	0.34	0.65	0.46	0.61		0.78	0.69	0.81
遺伝子組み換え食品	0.19	0.29	0.22	0.25	0.22		0.24	0.51
食中毒	0.21	0.44	0.34	0.37	0.31	0.76		0.74
食品添加物	0.17	0.17	0.20	0.21	0.19	0.49	0.26	

表 1 0 各リスク対象のサー斯顿尺度値

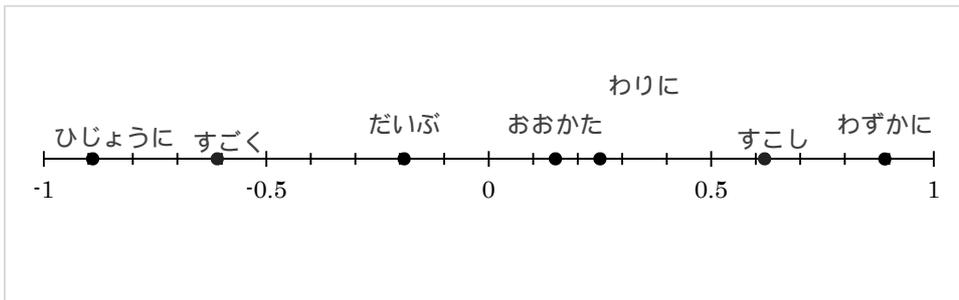
質問(1)		質問(2)	
1 脳梗塞	-0.76	1 脳梗塞	-0.64
2 悪性新生物	-0.54	2 悪性新生物	-0.44
3 BSE	-0.35	3 BSE	-0.33
4 毒キノコ	-0.04	4 毒キノコ	-0.06
5 糖尿病	0.16	5 糖尿病	0.02
6 食中毒	0.17	6 食中毒	0.12
7 遺伝子組み換え食品	0.63	7 遺伝子組み換え食品	0.62
8 食品添加物	0.77	8 食品添加物	0.73

図 1 提案される危険に関わる評定尺度

危険に関わる副詞 5 件法



危険に関わる副詞 7 件法

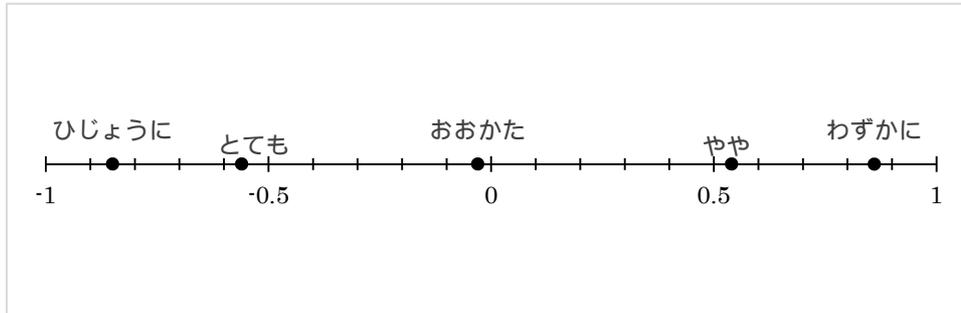


等間隔尺度値とそれに最も近い尺度値

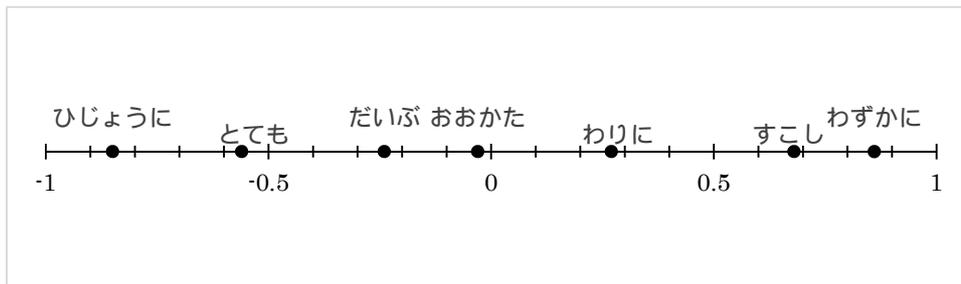
The nearest scale point					
5point			7point		
-0.89	ひじょうに	-0.89	-0.89	ひじょうに	-0.89
-0.445	とても	-0.53	-0.593	すごく	-0.61
0	おおかた	0.15	-0.297	だいが	-0.19
0.445	やや	0.37	0	おおかた	0.15
0.89	わずかに	0.89	0.2967	わりに	0.25
			0.5933	すこし	0.62
			0.89	わずかに	0.89

図2 提案される安全に関する評定尺度

安全に関する副詞 5 件法



安全に関する副詞 7 件法



等間隔尺度値とそれに最も近い尺度値

The nearest scale point					
5point			7point		
-0.85	ひじょうに	-0.85	-0.85	ひじょうに	-0.85
-0.42	とても	-0.56	-0.57	とても	-0.56
0.01	おおかた	-0.03	-0.28	だいぶ	-0.24
0.43	やや	0.54	0.01	おおかた	-0.03
0.86	わずかに	0.86	0.29	わりに	0.27
			0.58	すこし	0.59
			0.86	わずかに	0.86

厚生科学研究費補助金（食品の安全確保推進研究事業）
分担研究報告書

食品リスクコミュニケーションにおけるソーシャルメディアの活用について：知識量と事前態度によるセグメンテーションの有効性

研究分担者 杉谷陽子 上智大学経済学部 准教授
研究協力者 高木彩 千葉工業大学社会システム科学部 准教授

研究要旨 本研究の目的は、食品リスクコミュニケーションにおけるソーシャルメディアの活用の可能性について検証することである。これまでの研究によって、ソーシャルメディアで交わされる食品リスク情報は、マスメディアと同程度に信頼されており、一定の影響を持つことがわかっている。しかし、それらの食品リスク情報が、すべての利用者に対して、同じ強さ、同じ方向性の影響を持つわけではないと考えられる。そこで本研究は、マーケティング領域で広告効果を捉える際に用いられるセグメンテーション・ターゲティングの考え方を援用し、一般生活者をいくつかのセグメントに分けてリスクコミュニケーションを計画する必要性について検証することとした。昨年度の予備調査の結果、食品リスクに関する知識量および事前のリスク認知レベルによるセグメント化が有効であることが確認されたため、本年度は知識量と事前リスク認知レベルによってセグメンテーションを実施した上で、ソーシャルメディア上の食品リスク情報の影響力を検証した。Web 実験の結果、知識が多い回答者、および、事前のリスク認知レベルが高い回答者において、食品リスク情報の影響力が小さくなることが示された。また、普段のソーシャルメディアへの接触が、リスク認知レベルや知識量に影響をあたえている可能性も示唆された。

A. 研究目的

本研究は、食品リスク情報を提供するメディアとしてのインターネット、とりわけソーシャルメディアの有効性について検証を行うことを目的とする。

インターネットの登場以降、食品リスク情報の主な入手経路は大きく変化していると言える。かつては、ニュース番組や新聞などのマスメディアを通じて、食中毒事件などを知り、それに付随して情報提供を受ける形が多かったと思われる。あるいは病院のポスターやチラシな

どを通じ情報提供を受けることもあったであろう。いずれにしても、政府や公的機関から一方向的に情報を得るという形態が主であったと言える。

しかしながら近年では、主に若年層を中心として、テレビ離れ、新聞離れが指摘されており、その一方で、インターネット利用率は高い水準となっている（総務省情報通信政策研究所，2015；添付資料1参照）。特に10代や20代においては、テレビよりもインターネットの視聴に費やす時間の方が長くなっており、新聞の閲読率も極めて低い値にとどまってい

る。したがって、テレビニュースや新聞などのマスメディアを活用したリスクコミュニケーションに重点を置くことは、高年齢層に対しては有効であるかもしれないが、若年層においては訴求力を持たない可能性が懸念される。また、若年層は町会や自治会への加入率も低いことが分かっており(総務省, 2014)、地域のネットワークを活用した説明会なども、若年層においては有効な手段とは言えない。また、若年層に限らず、中年層以上においても、今後はマスメディアや自治会ネットワークに頼らないリスクコミュニケーションが重要となってくると考えられる。テレビ視聴時間や新聞の閲読率は、経年変化を見ると、高年齢層においても低下傾向にある(総務省情報通信政策研究所, 2015)。個人情報保護や個人プライバシーの観点から、町会・自治会のような地域を結ぶネットワークも、今後衰退していく可能性もある。従来の情報提供の在り方を見直し、効果的な代替手段を検討することは、重要な課題であろう。

このような現状において、ソーシャルメディアは、注目すべきいくつかの利点を備えていると考えられる。第一に、その利用率の高さである(総務省情報通信政策研究所, 2015; 野村総合研究所, 2014)。利用時間で言えば若年層において特に利用が多いが、利用率で見ると高年齢層においても高い値であることがわかる(添付資料2参照)。すなわち、ソーシャルメディアを用いたリスクコミュニケーションは、年代を問わずに訴求力を持つことが示唆される。もう一つのメリットは、ソーシャルメディアに限った話ではないが、インターネット・コミュニケーションには双方向性があるという点である。一方向的に情報が流れてくるマスメディアと異なり、誰もが容易に情報発信者にもなれる。したがって、疑問があれば投げかけたり、議論をした

りすることが可能である。食品リスク情報のように、白か黒かと正解を一つに絞れないような話題においては、双方向的なコミュニケーションは極めて重要な役割を担うと思われる。

しかしながら、その一方で、ソーシャルメディアの活用には懸念点がないわけではない。インターネット上に流通している情報は、情報源が定かではない場合も多く、誰もが匿名で発信者になれるということからも、その信頼性は必ずしも高いとは言い切れない。特に食品リスクのような、誤れば命にかかわるような重要な情報については、ソーシャルメディアのようなCGM(Consumer Generated Media)ではなく、ある程度権威づけされたメディアからの情報でなければ信頼されず、したがって適切なリスク認知やリスク対処行動を動機づける力を持ち得ないかもしれない。ただし、見方を変えれば、この問題はメリットにもなり得る。ソーシャルメディアは、利用者にとって、情報の発信者が自分と同じような立場の生活者であるという特徴がある。医師などの専門家がマスメディアを通じて情報発信する場合には、確かに権威はあるが、それゆえに遠くの話と捉えられ、あまり自分に関わる問題として関心を持たれないかもしれない。彼らにとっては、近い人間が情報の発信者であるということ、関心を持って情報に接するきっかけとなり得る。そのように考えると、「誰もが情報の発信者になれる」という特徴は、インターネットがリスクコミュニケーションの場として非常に有効である可能性にもつながるだろう。

この予測通り、杉谷(2014)では、インターネットが食品リスク情報を提供するメディアとして、有効である可能性が示された。具体的には、次のような知見が得られている。

1. Facebook、Twitter、Yahoo!知恵袋などの食品リスク情報は、公的機関のウ

ウェブサイトの情報と同程度に信頼できる情報と認識されている。これは、年代を問わずに見られる現象である。

2. かといって、人々はそれらの情報を鵜呑みにすることはなく、食品のリスクについては冷静に吟味する姿勢を持っている。

3. ソーシャルメディアにおいてディスカッションを行うことで、人々は食品リスクに関する関心を高め、また、リスク対処行動を積極的にとろうとする意思を強めている。

以上の結論は、食品リスク提示メディアとしても、インターネットおよびソーシャルメディアの有効性を示唆するものと言えよう。

しかしながら、食品リスク情報に接した時の人々の反応は一様には予測できない。すなわち、その人が立場やリスクに関する知識量によって、同じ情報に接してもその反応は大きく異なるだろう。例えば、幼い子供を持つ親と高齢者、あるいは健康な20代の若者では、同じリスク情報を提供しても、その反応は異なるものと予測できる。また、例えば料理に関心が高く、普段から食品のリスクについて考える機会が多く知識が多い人と、1日3食を外食で済ませることを当たり前としているような人とは、やはり同じ情報に接しても反応は異なるだろう。これまでの研究は、そういった前提を一切問わずに行われた検討であるため、現実場面へ知見を応用するためには限界が多いと考えられる。

マーケティングや消費者行動の研究領域においては、消費者を年齢や性別のような人口学的特徴だけでなく、価値観やブランド態度のような心理学的変数で分類し、マーケティング活動への反応を予測する手法が一般的である。例えば、ある一つの広告を提示した場合、それに消費者がどう反応するかは、その人の事前の態度や知識量によって大きく異なる。

消費者をマスで一様に捉えるのではなく、まず消費者をいくつかのセグメントに分け、その中の誰を対象にしているのか、ターゲットを絞ることで、意図通りの最大限の効果を得ることを目指す。

食品のリスクコミュニケーションにおいても、同様の視点が重要であろう。すなわち、一般生活者をいくつかのセグメントに分けて捉え、それぞれの特徴に応じた適切なリスクコミュニケーションを設計する必要がある。そこで本研究は、広告効果の研究において重要とされている代表的変数である「知識量」と「事前態度」について注目し、生活者をセグメント化することを試みた。本研究にあてはめてより具体的に表現すれば、知識量とは「食品リスクに関する知識量」であり、事前の態度とは、「その食品の摂取を危険と捉えているか、問題ないと捉えているか」ということである。この2つの変数によって生活者をセグメント化し、リスク情報の効果を検証することで、対象者別にリスクコミュニケーションの評価を検証できる枠組みの確立を目指す。

「知識量」と「事前態度」によるセグメンテーションが有効である可能性を検証することを目的とし、2014年度には、予備調査を実施した。その結果、生活者を予測通りの各象限（クラスタ）に分類可能であることが確認され、また、クラスタごとに、メディア視聴やライフスタイルなどが異なっていることが示唆された。本年度はこの成果を受け、本実験を実施した。実験では、ニュースサイトおよびSNSにおけるリスク情報を読ませ、その情報に対する反応のあり方を、クラスタごとに比較した。

なお、本実験では、食品リスクとして食品添加物を取り上げて研究対象とした。昨年度の予備調査では、食品添加物、カフェイン、牛の生食に関するリスクを対象として調査を行ったが、その3つの中で、食品添加物がもっともリ

スク認知と知識量の分散が大きく、かつ偏りが少なかったため、セグメンテーションによる検討に適していると判断した。

また、実験参加者に提示するリスク情報の主張内容は2種類用意した。食品リスクコミュニケーションとは、必ずしも食品の危険性を訴えかけて理解してもらおうということだけではない。摂取するリスクと安全性について、十分に情報を吟味し、自らの対処を考えることが重要である。したがってリスク情報の影響力を検討するにあたり、提示するメッセージが「食品は危険だ」という一方向のみであるのは不十分であろう。そこで実験では、リスク回避的なメッセージとリスク容認的なメッセージを用意し、両者の影響力を比較した。分析においては、添加物のリスクに対する事前態度でセグメンテーションを行うが、この手続きにより、事前態度と実験刺激の主張の方向性のマッチングから、その効果を検討することも可能となる。

B. 研究方法

実験は Web 上で実施した。まず、対象者の食品添加物に関する知識量を測定した後、リスク認知レベルを問うた。次に、ニュースサイトおよび Facebook 上の個人の書き込みとして、食品添加物に関するリスク情報を提示し、それを読んだ後で、再度リスク認知レベルを測定した。情報を読む前と後で、どの程度リスク認知が変化したかを、知識量と事前のリスク認知レベルでセグメンテーションをした上で、比較した。

(1)対象者：調査会社のモニターより抽出された一般生活者 483 名(25 歳～65 歳)。ただし、政府・公官庁関係者、飲食店勤務、食品メーカー勤務、報道関係勤務、医療従事者は除く。

(2)実験時期：2015 年 11 月

(3)実験計画：リスク情報の提示メディア(ニュースサイト or Facebook)×リスク情報の内容(リスク回避的 or リスク容認的)の2要因被験者間計画であった。

(4)実験手続き：実験はウェブ上で実施され、Time1、Time2 の2段階で構成されていた。

Time1:実験参加者は指定されたウェブサイトにアクセスした。そこでは、食品添加物に関する知識量を問う正誤問題が出され、各問について、「正しい」「正しくない」「わからない」の3つの選択肢の中から一つを選んだ。また、食品添加物に関するリスク認知レベルを問ういくつかの設問に回答した。具体的な設問は、添付資料3に示した。

Time2:2週間後に、実験参加者は同じウェブサイトに再度アクセスした。画面には、以下のいずれかの1つがランダムに提示されるように設定されていた。

ニュースサイトに掲載された添加物の危険性を訴えるメッセージ(ニュース・リスク回避的メッセージ条件)

ニュースサイトに掲載された添加物の安全性を訴えるメッセージ(ニュース・リスク容認的メッセージ条件)

Facebookに書き込まれた添加物の危険性を訴えるメッセージ(Facebook・リスク回避的メッセージ)

Facebookに書き込まれた添加物の安全性を訴えるメッセージ(Facebook・リスク容認的メッセージ)

以上4つのメッセージのいずれかを読んだ後、実験参加者は、Time1と同じリスク認知レベルを測定する設問に回答した。また、実験刺激であるメッセージを精読したかどうかを確認するために、メッセージ内容に関する正誤問題に回答させた。最後に、個人差として、健康への関心やパーソナリティを問う設問、普段のSNSの利用状況についての設問にも回答した。具体的な設問は添付資料3に示した。

なお、実験で提示したメッセージ（ニュースサイト条件）は、いずれも実在するサイトに記載されていた記事をそのままスクリーンショットで撮影して用いた。Facebook条件では、その記事を個人の発言として投稿し、その画面のスクリーンショットを用いた。

C. 研究結果および考察

ニュースサイトおよびSNS上の食品リスク情報を参照することで、リスク認知がどう変化したかについて、統計的手法を用いて分析を行った。

以下、分析の手順に従って結果を報告する。

(1) リスク認知の測定方法

リスク認知測定の因子分析

下位尺度の合成

(2) セグメンテーションの実施

添加物に関する知識量について

添加物に関するリスク認知レベルについて

セグメントごとの特徴

(パーソナリティとSNS利用)

(3) リスク情報の影響力

リスク回避的文章の効果について

リスク容認的文章の効果について

リスク回避文章と容認文章の比較

(4) その他

SNSの利用と知識量・リスク認知の相関関係

記事の精読率について

(1) リスク認知の測定方法

リスク認知測定の因子分析

食品添加物に関するリスク認知レベルの測定のため、添加物を危険だと思うか、普段添加物を避けるためにコンビニの惣菜などを買わないようにしているか、添加物も少量ならば摂取しても大丈夫だと

感じるか等、9項目で尋ねた(Time1)。また、食品リスク情報を提示した後でも、同様の質問をした(Time2)。Time1とTime2の9項目に対して、それぞれ因子分析(最尤法・プロマックス回転)を実施した。その結果を添付資料4に示す。因子分析の結果、第1因子として「リスク回避行動」(添加物の摂取を出来るだけ回避しようとする行動、第2因子として「リスク認知」(添加物摂取を危険だと感じること)、第3因子として「添加物容認態度」(少量ならば摂取に問題ないと感じること)の3因子が抽出された。因子構造は、Time1およびTime2で全く同じであった。

下位尺度の合成

因子分析の結果に従い、各因子に負荷が高かったそれぞれ3項目の平均値を算出し、次の下位尺度を合成した。

- ・リスク認知(Time1) =0.898
- ・リスク容認態度(Time1) =0.777
- ・リスク回避行動(Time1) =0.967
- ・リスク認知(Time2) =0.903
- ・リスク容認態度(Time2) =0.79
- ・リスク回避行動(Time2) =0.977

(2) セグメンテーションの実施

添加物に関する知識量について

添加物に関する知識量を問うた正誤問題への回答の分布を確認したところ、13点満点中、平均点は4.66点であった。回答数の分布の詳細は添付資料5に示す通りである。正規分布に近い分散と判断できたため、中央値5点で折半して、得点5点以上を知識量が多い群、5点以下を知識量が少ない群とした。

添加物に関するリスク認知レベルについて

(1)で合成した下位尺度「リスク認

知 (Time1)」の分布を確認したところ、7点満点中平均値が4.61点であった。得点の分布の詳細は添付資料6に示す。中央値4.66点で折半して、得点4.66点以上をリスク認知が高い群、4.66点以下をリスク認知が低い群とした。

セグメントごとの特徴

知識量の多少とリスク認知レベルの高低に基づき、4つのセグメントに分類を行った。

A クラスタ 知識少・リスク認知低

B クラスタ 知識少・リスク認知高

C クラスタ 知識多・リスク認知低

D クラスタ 知識多・リスク認知高

各クラスタに割り振られた人数や男女比、平均年齢は、添付資料6に示す通りである。クラスタAで平均年齢がやや低めであるものの、特定のクラスタに特定の年齢・性別が集中するような大きな偏りはないことがわかった。

次に、ここで得られた4クラスタごとに、パーソナリティや普段からのSNSの利用状況などに違いがあるかを検討した。パーソナリティやSNSの利用頻度を尋ねた問いの答えに対して、クラスタの一要因4水準による分散分析を実施したところ、一部の項目で有意差が得られた。結果の詳細は添付資料7に示す。

まず、パーソナリティ項目については、リスク認知が高いクラスタ(BおよびD)において、リスク認知が低いクラスタ(AおよびC)と比べ、「周囲の人と比較して健康には気を使っている」「何事も慎重に判断している」「インターネット上の情報はあまり信用していない」の3項目の得点が高かった。健康に関心が高く、慎重で、ネット上の情報を信頼していない人たちはリスク認知が高いという傾向が示された。また、「学生の頃に数学が得意であった」「マスメディアの情報はあまり信用していない」という項目は、知識量が多いクラスタ(C/D)において知識量

が少ないクラスタ(A/B)よりも得点が高かった。理数系でマスコミを信頼していない人ほど添加物に関する知識が豊富であった。最後に、「人と比較して楽天的な性格である」という項目においては、Aクラスタ(知識量少ない・リスク認知低い)が他のクラスタよりも得点が低い傾向にあった。一般的には、楽天的な性格であるとリスク認知が低くなるのではと予測されるが、結果は逆であった。この結果については、本実験で用いたパーソナリティ測定方法に問題があったと考えられる。楽天的な性格であることと、自らを人と比べて楽天的であると自覚していることは、別である。最も添加物の知識が豊富でリスク認知が高かった層が自らを楽天的と評価していることから、この項目が実際に楽天的な性格かどうかを反映していなかった可能性を強く示唆する。

次に、SNSの利用状況とクラスタとの関連について検討した。「ブログを書いているかどうか」、および、代表的なSNSである「Facebook」「Twitter」「Instagram」「GREE」の利用頻度が、クラスタごとに異なるかどうかを比較したが、有意な差は見られなかった。しかし、「Yahoo!ニュース」と「Yahoo!知恵袋」については有意差が得られた。リスク認知が高いクラスタ(B/D)の人々は、リスク認知が低いクラスタ(A/C)の人々よりも、「Yahoo!ニュース」を頻繁に参照していることが分かった。また、知識が少なくてもリスク認知が低い人たちは、他のクラスタに比べ、「Yahoo!知恵袋」を利用していないことが分かった。以上の結果からは、Yahoo!ニュースや知恵袋の利用は、食品リスクに関する知識やリスク認知と関係があることが示唆された。比較的知識が豊富でリスク認知が高い人たちが、Yahoo!関連サービスをよく利用していることから、リスクコミュニケーションのプラットフォームとして、

Yahoo!のようなポータルサイトが一定の役割を担える可能性が示唆されたと言える。その一方、FacebookやInstagramなどの対人交流を中心としたSNSは、リスクコミュニケーションにはあまり適さない可能性も示唆された。

(3) リスク情報の影響力

SNS上で提示されたリスク情報の影響力について、クラスタごとに比較を行った。前述の通り、提示したリスク情報には、「添加物摂取は危険である」というメッセージと、「添加物摂取は危険ではない」というメッセージの、2つの方向のものが用意された。これらはリスク認知に対して、逆方向の影響を持つものと考えられる。したがって以下では、リスク回避的文章(添加物は危険である)とリスク容認的文章(添加物は危険ではない)に分けて分析を行った。また、記事の掲載されていたプラットフォームとして、Facebookとニュースサイトがあった。したがって、実験参加者は「リスク回避文章・ニュースサイト」「リスク回避文章・Facebook投稿」「リスク容認文章・ニュースサイト」「リスク容認文章・Facebookサイト」の4種類のいずれかを参照した。

回答者のリスク認知レベルは、(1)において作成した3つの変数(リスク認知、リスク容認態度、リスク回避行動)によって検討する。この3つの値が、記事を読む前後でどのように変化したかを比較することで、記事の影響力の程度を検証した。

リスク回避的文章の効果について

A~Dクラスタそれぞれのリスク認知、リスク容認態度、リスク回避行動に対して、記事を読む前後(被験者内要因)×記事の掲載メディア(ニュースサイトor Facebook; 被験者間要因)の2要因混合分散分析を行なった。その結果を添付

資料8に示す。

まず、掲載メディアの影響はいずれのクラスタにおいても見られなかった(主効果および交互作用は非有意)。したがって、ニュースサイトとFacebookのどちらに掲載されていた記事であるかということによって、リスク情報の影響力に違いはないことが分かった。リスク情報の発信者は、Facebook条件では一般人、ニュースサイトでは、新聞記者と想定されるはずである。ニュースサイトの方が情報の信頼性が高く評価され、影響力も大きいことも予想されたが、実際には差は見られなかった。

次に、記事提示前後の「リスク認知」の得点の変化についてだが、もともとリスク認知が低い人(クラスタAとC)において若干リスク認知得点が上昇したものの、リスク認知がもともと高かったクラスタBおよびDにおいては有意な上昇は見られなかった。平均値を見ても天井効果は生じていないことから、リスク回避文章の内容は、もともとリスク認知が高い人にとっては、あまり危険性を喚起する内容になっておらず、彼らは自分自身の平素からの態度が正しいと確認するだけであった、と考えることも出来る。ただし、「リスク回避行動」については、リスク認知が低いクラスタだけでなく、もともと高いクラスタB・Dにおいても、有意な得点の上昇が見られた。すなわち、もともとリスク認知が高かった人にとっても、あらためて危険性を明示されると、「今よりもなお一層添加物の摂取を控えよう」という行動意図が形成されることが分かった。リスク容認態度については、クラスタBで和すかに低下が見られたものの、有意な結果ではなかった。

以上の結果より、web上のリスク回避的文章の影響力は、それを読む人のもともとのリスク認知レベルによって異なることが示された。もともとリスク認知が低かった人においては、リスク回

避的メッセージへの接触はリスク認知を高めてリスク回避行動を促進する効果があることが分かった。一方で、もともとリスク認知が高い人にとっては、リスク回避的メッセージは認知レベルではあまり効果を持っていないが、リスク回避的な行動については促進的な効果を持つ、ということがわかった。

リスク容認的記事の効果について

リスク容認的な記事の効果についても、リスク回避的記事と同様、2 要因混合分散分析を実施した。その結果を、添付資料 9 に示す。

分析の結果、リスク回避的記事と異なり、メディアの違いによる効果が見られた。しかし、同じクラスタ内でも、ニュースサイトの方が影響力が大きい場合と小さい場合があり、この差がなぜ生じたかに説明をつけることは困難である。ただし、統計的には有意傾向差にとどまる項目が多く、また、ニュースサイト条件と Facebook 条件で同じクラスタ内でも Time1 時点のリスク認知レベルに差異があり、その影響で有意差が出てしまったとも解釈できる。したがってメディアによる影響力の差は、ほとんどみられなかった、と結論付けてもよいだろう。

記事を読む前後での「リスク認知」の変化を見てみると、興味深いことに、リスク認知が低く知識量が少ないクラスタ A においては、「添加物を食べても大丈夫だ」という記事を読んでもらったにもかかわらず、リスク認知が上昇していた。記事の内容は「少々摂取しても大丈夫である」というものであったが、それでもリスク認知が低い人にとっては、危険性を喚起する内容と認識されたのだろう。一方で、元々リスク認知が高かったクラスタ B・D においては、リスク認知が低下し、リスク容認態度が上昇するという効果が見られた。また、「リスク容認態度」については、すべてのクラスタにおいて

容認的態度が高まるという強い影響力を持っていた。

また、「リスク回避行動」については、リスク回避記事の影響は大きかったが、リスク容認記事については、記事を参照したことによる有意な変化が見られず、行動意図よりも認知に影響を与えるということが分かった。

全体的に見て、知識が多くてリスク認知が低いクラスタ C がもっとも記事によって影響を受けにくかった。彼らにとっては、読んでもらった記事の内容が賛同できるもので、自分自身の事前態度にちかかったのである。

リスク回避記事と容認記事の比較

リスク回避記事とリスク容認記事の結果を見比べてみると、リスク容認記事において記事の提示前後で態度変容が生じる場合が高く見られた。したがって食品リスクコミュニケーションにおいては、危険性を訴える記事よりも、安全性を訴える記事の方が、読者に対して大きな影響を与える可能性が示唆された。この結果は、二つの解釈が可能である。ひとつは、もともと食品添加物については危険だと考える人が多く、「危険である」というリスク回避的メッセージよりも「安全である」というリスク容認的メッセージの方が、情報の新規性があり、影響力が大きかったという可能性である。しかしながら、この解釈については、リスク認知低クラスタのリスク認知の平均値が 3.67 ~ 3.86 と理論的中央値を下回っており、「もともと危険であると考えていたから」という説明は妥当ではないだろう。ふたつめの解釈は、選択的情報接触が生じたという可能性である。現代人は食品添加物を完全に避けて生活することは不可能である。そのようなものを、危険だと言われるよりも、安全だと言われた方が、認知的不協和を生じない。したがっ

てリスク容認的メッセージの方が影響力が大きいという可能性である。

(4) その他

SNSの利用と知識量・リスク認知の相関関係

本研究では、ニュースサイトおよびSNS上のリスク情報の影響力について検証を行ったが、現状、SNSをよく利用する人は食品リスクについてどのような認識を持っているのだろうか。SNSを使用すればするほど知識が増えたり、リスク認知が高まったりするのか、あるいは、リスク認知が高い人や知識が多い人がSNSを良く利用するのか、双方向の影響が想定されるため、ここでは因果関係については議論できない。しかし、今後の研究への参考資料として、SNSの利用頻度とリスク認知・知識量の間を調べた。

分析対象としたSNSは、近年若年層を中心に利用者が多い「Facebook」「Twitter」「Instagram」「GREE」である。また、これに関連し、「Yahoo!」のニュースサイト、「Yahoo!知恵袋」、スマホ利用、ブログ執筆についても質問した。

その結果、すべてのSNS利用頻度と「添加物容認態度」の間に有意な相関がみられた。スマホ利用、Yahoo!知恵袋利用頻度とも相関が有意であった。このことから、SNS利用者は「添加物は少しなら食べても大丈夫である」という認識が高いことが分かった。しかし、その態度と逆の方向である、添加物を危険だと感じる「リスク認知」の変数では、SNSではInstagramのみが有意となり、ほとんどのSNSとの関連が見られなかった。SNSの利用頻度は、若年であるほど高いので、この相関関係には年齢の媒介効果が存在していると考えられる。一方、リスク認知、知識量、容認的態度すべてと強い関係を持っていたのが「Yahoo!知恵袋」で

ある。「Yahoo!知恵袋」をよく利用する人は、リスク認知が高く、知識が多く、容認的態度も高いということが分かった。前述の通り、因果関係については議論できないが、この結果は、様々なSNS、ウェブサービスの中で、「Yahoo!知恵袋」がもっとも食品リスク認知に適したプラットフォームであることを示唆する結果である。少なくとも、食品リスクに関心が高いと思われる層が、情報を求めて「Yahoo!知恵袋」を訪れていることがわかる。

記事の精読率について

本実験はウェブ上で実施されたため、実験参加者が、提示した記事をどれくらい熱心に読んでいたかは不明である。記事をよく読んでから質問紙進むように指示をしたものの、現実には記事をあまり読まずに質問に回答することも可能であった。

そこで、実験で提示した記事を指示通り精読したかをチェックするため、内容に関する正誤問題を用意した。添付資料11と12に、リスク回避的記事、リスク容認記事それぞれの正誤問題の正答数を示す。

正誤問題は、文章をきちんと読めばすべて正答できるように作っていたが、いずれの記事でも、正答率50%程度の実験参加者が最も多いという結果であった。

念のため、記事を精読していなかった実験参加者（正答率が40%以下）をサンプルから除外して、クラスタの設定や分散分析等を行ったが、条件ごとのサンプル数が少なくなってしまう、統計的分析が実施できなかった。したがって、本研究では、すべての実験参加者のデータを分析に用いた。

精読率が著しく低かったという結果は、インターネット調査の問題でもあるが、一般的に言って、人々の食品リ

スクへの関心が低いことも示している。ネット上の食品リスクコミュニケーションを考える際には、同時に食品リスクへの関心を高める施策も必要であろう。

D. 結論

本年度の研究結果より、以下の結論が導かれた。

1. インターネット上での食品リスク情報提供においては、マスメディアによるニュースサイトであっても、個人のブログの記事であっても、同程度の影響力を有する。

2. 食品リスクに関する情報に接触した際の反応は、当該人物の「食品に対するリスク認知レベル」、および、「食品リスクに関する知識量」によって異なる。

食品の危険性を訴えかける記事を参照した場合、もともと食品リスク認知が高かった人はあまり影響を受けず、食品リスク認知の低かった人のみが影響を受ける。一方、行動意図レベルで見ると、事前のリスク認知レベルに関わらず、リスク記事の参照によって当該食品の摂取を避けようという意識が高まる。ただし、リスクに関する知識量が多く、リスク認知が低い人達は、豊富な知識に基づいて食品を危険ではないと考えているので、新しい情報によってすぐ行動を変えようとは考えない傾向がある。

食品の安全性を訴えかける記事を参照した場合、危険性を訴えかける記事を参照した場合よりも態度変容を起こす人が多く、影響力が大きい。とりわけ、知識量が少なくてもリスク認知が低い人たちに

影響量が大きく、リスク食品の摂取を控えようという行動意図も減少するほどの影響がある。その他のクラスタは、リスク認知レベルは低下するものの、リスク食品を避けようとする行動意図には変化がない。

3. 食品リスク情報を提供するオンラインサービスとして、最も可能性が大きいのは「Yahoo!ニュース」および「Yahoo!知恵袋」である。年齢や性別など、その他の要因を考慮した上でも、これらのサービスの利用とリスク認知およびリスク知識量には有意な相関がみられ、因果関係は特定できないものの、人々がこれらのサービスをリスク情報を得るために積極的に利用していることは確かである。一方、Facebook や Twitter、個人ブログは、対人交流を目的として使用されているため、リスク情報の提供には適さない。

最後に、以上の結果は、「食品添加物」という食品リスクを取り上げた実験の結果であり、その他の食品のリスクにすべてそのままあてはまるかどうかについては、慎重に検討する必要性があることを付記しておく。

E. 健康危険情報

該当なし

F. 研究発表

杉谷陽子 2015 食品リスクコミュニケーションにおけるソーシャルメディアの活用について 産業・組織心理学会 第117回部門別研究会消費者行動部門 (招待講演)(筑波大学 5月)

杉谷陽子 2015 SNSを用いた食品リスク・コミュニケーションの研究：知識量

とリスクへの態度によるセグメンテーションの可能性 産業・組織心理学会第31回大会（明治大学 8月）

G. 知的財産権の出願・登録状況

1. 特許取得

なし

2. 実用新案登録

なし

3. その他

なし

添付資料 1

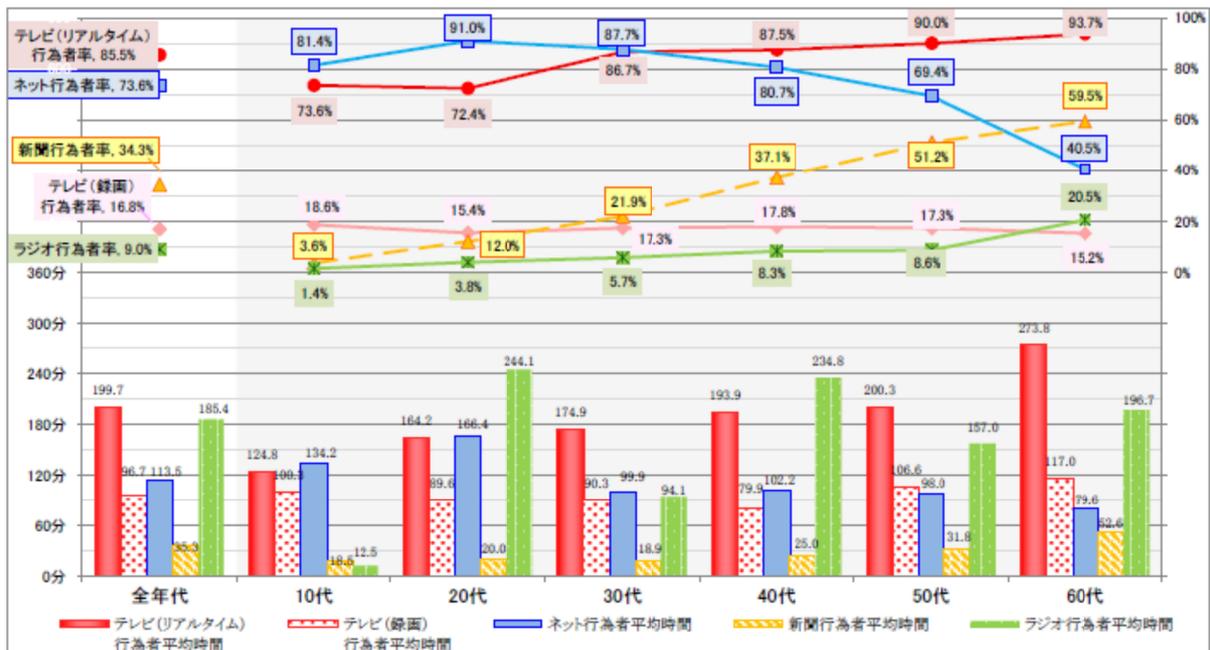


図1 平成26年[平日1日]主なメディアの行為者率・行為者平均時間(全年代・年代別)

総務省情報通信政策研究所(2015)「平成26年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」http://www.soumu.go.jp/main_content/000357570.pdf
(2015年5月19日更新、2016年1月1日アクセス)

添付資料 2

	全年代(N=1500)	10代(N=140)	20代(N=221)	30代(N=281)	40代(N=303)	50代(N=255)	60代(N=300)
LINE	55.1%	77.9%	90.5%	69.8%	63.4%	37.3%	11.3%
Facebook	28.1%	25.0%	61.1%	39.9%	23.8%	19.6%	6.0%
Twitter	21.9%	49.3%	53.8%	21.4%	14.9%	10.6%	2.7%
mixi	8.1%	3.6%	20.4%	13.2%	6.3%	3.1%	2.3%
Mobage	8.6%	10.7%	19.0%	12.5%	8.6%	2.0%	2.0%
GREE	6.9%	7.1%	12.2%	9.6%	7.3%	3.9%	2.3%
Google+	22.5%	30.7%	24.4%	25.6%	28.1%	20.8%	10.0%
YouTube	65.1%	83.6%	89.1%	82.9%	75.9%	50.2%	24.0%
ニコニコ動画	19.1%	31.4%	40.7%	18.5%	17.2%	13.7%	4.7%
Vine	1.9%	10.0%	3.2%	1.1%	1.7%	0.0%	0.0%
7つのいずれか利用	65.0%	79.3%	95.5%	84.0%	73.6%	50.6%	21.7%
6つのいずれか利用 (Google+除く)	62.3%	78.6%	95.0%	82.6%	70.3%	45.9%	17.3%
10のいずれか利用 (動画系の3つ含む)	74.1%	88.6%	97.3%	91.1%	85.8%	63.9%	31.0%

図2 平成26年主なソーシャルメディアの利用率(全年代・年代別)

総務省情報通信政策研究所(2015)「平成26年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」http://www.soumu.go.jp/main_content/000357570.pdf
(2015年5月19日更新、2016年1月1日アクセス)

質問紙 (Time1)

問 1

次に示す文章は、国内における「食品添加物」について説明したものです。

あなたが知っていることと照らし合わせて、これらの文章が正しいと思った場合には「正しい」の欄にチェックを、これらの文章を誤りであると思った場合には「正しくない」の欄にチェックを入れてください。

また、これまでに聞いたことがない、わからない場合には、「わからない・知らない」の欄にチェックを入れてください。

- 1) 食品添加物とは、食品を作ったり、加工したり、保存したりするときに使用する保存料、着色料、甘味料などの総称である。
- 2) 食品添加物は、化学的に合成されたものであり、豆腐を固める際に使用されるにがりのようなものは含まれない。
- 3) 「バニラ香料」のように動植物から得られる香料は食品添加物にあたらない。
- 4) 防かびの目的で収穫後の農産物に使用されるものは、添加物として扱われている。
- 5) 食品の製造工程で使用されたとしても、最終食品に残存しない添加物など食品のパッケージに表示する必要がない添加物がある。
- 6) 食品添加物に係るリスク評価は、食品安全委員会により、リスク管理は厚生労働省で行われている。
- 7) 戦後、食品添加物による死亡事故が起きたことはない。
- 8) 「ソルビン酸」は、ハムなどの色をよく見せるために使われる発色剤である。
- 9) 「L-グルタミン酸ナトリウム」は、うまみ成分の調味料である。
- 10) 「キシリトール」は、チューインガムなどに用いられる甘味料である。
- 11) 米国で使用が認められている食品添加物は、国内の規制に関わらず、使用することができる。
- 12) すべての食品添加物は、使用できる食品の種類が決められている。
- 13) 食品添加物の用途名の表示（甘味料、着色料、保存料など）は、全て事業者の任意で表示するか決めることができる。

以上、すべて3択

「2.正しい」

「1.正しくない」

「0.わからない・知らない」

問 2

ここからはあなた自身について伺います。

次の文章を読んで、普段のあなたの気持ちや行動にあてはまるところに、チェックを入れてください。

- 1) 食品添加物を摂取することは、種類に関わらず、危険であると思う。
- 2) 食品添加物がたくさん使われている食品は、危険であると思う。
- 3) 食品添加物の安全性は、きちんと審査されていると思う。
- 4) 食品添加物は、豊かな食生活には欠かせないと思う。
- 5) 食品添加物の摂取を出来るだけ避けたいと思う。
- 6) 少量であれば、食品添加物を摂取することは問題ないと思う。
- 7) 食品添加物が気になるので、コンビニで弁当を買うことは避けている。
- 8) 食品添加物が気になるので、コンビニでサンドイッチを買うことは避けている。
- 9) 食品添加物が気になるので、コンビニで菓子パンを買うことは避けている。

(以上、すべて7段階尺度 「7. 大変そう思う」「6. そう思う」「5. どちらかと言えばそう思う」「4. どちらとも言えない」「3. どちらかといえばそう思わない」「2. そう思わない」「1. 全くそうは思わない」)

質問紙 (Time2)

問 1

先程の記事を読んで、**今のあなたの気持ちや行動にあてはまる**ところに、チェックを入れてください。

- 1) 食品添加物を摂取することは、種類に関わらず、危険であると思う。
- 2) 食品添加物がたくさん使われている食品は、危険であると思う。
- 3) 食品添加物の安全性は、きちんと審査されていると思う。
- 4) 食品添加物は、豊かな食生活には欠かせないと思う。
- 5) 食品添加物の摂取を出来るだけ避けたいと思う。
- 6) 少量であれば、食品添加物を摂取することは問題ないと思う。
- 7) 食品添加物が気になるので、コンビニで弁当を買うことは避けようと思う。
- 8) 食品添加物が気になるので、コンビニでサンドイッチを買うことは避けようと思う。
- 9) 食品添加物が気になるので、コンビニで菓子パンを買うことは避けようと思う。

(以上、すべて7段階尺度 「7. 大変そう思う」「6. そう思う」「5. どちらかと言え
ばそう思う」「4. どちらとも言えない」「3. どちらかといえばそう思わない」「2. そ
う思わない」「1. 全くそうは思わない」)

問 2

先ほど読んでいただいた記事の印象について伺います。

- 1) 先ほどの記事の内容は、信頼できると思いましたが。
(「7. 大変信頼できると思う」「6. 信頼できると思う」「5. どちらかと言え
ば信頼できると思う」「4. どちらとも言えない」「3. どちらかといえ
ば信頼できないと思う」「2. 信頼できないと思う」「1. 全く信頼できない
と思う」)

- 2) 先ほどの記事の結論に、あなたは賛成ですか。
(「4. 賛成である」「3. どちらかといえば賛成である」「2. どちらか
といえば反対である」「1. 反対である」)

問3は、提示した記事に応じて2パターンであった

問3（提示された記事が「リスク回避的条件」だった回答者用）

以下の文章を読み、先ほどの記事の中に書かれていた内容には、書かれていなかった内容にはxをつけてください。

- 1) pH調整剤には高い毒性があることが動物実験で明らかになった。
- 2) コンビニの菓子パンは出来るだけ食べるのを避けた方がいい。
- 3) pH調整剤は、使用量に制限がないためコンビニにとって都合がいい添加物である。
- 4) 保存料には発がん性の不安を感じている消費者が多い。
- 5) 正しい知識を持てば、食品添加物を恐れる必要はない。
- 6) 食品メーカーの「リン酸塩隠し」が巧妙化している。
- 7) 「混ぜ屋」と呼ばれる食品添加物メーカーがある。
- 8) 子供は特に食品添加物には気を付けた方がいい。

問3（提示された記事が「リスク容認的条件」だった回答者用）

以下の文章を読み、先ほどの記事の中に書かれていた内容には、書かれていなかった内容にはxをつけてください。

- 1) 「添加物が怖いからコンビニパンを食べない」と言うのは、「交通事故が怖いから外出しない」と言っているようなものである。
- 2) 日本の消費者は、欧米と比較して、食品添加物に過敏である。
- 3) 日本人は、平均して年間で赤ちゃんの頭の大きさほどの量の食品添加物を摂取しているといわれている。
- 4) 自作農園で作った野菜は、絶対に安全である。
- 5) 猛毒と恐れられている亜硝酸ナトリウムも、元々は岩塩の中に多く含まれている成分である。
- 6) 食品添加物の名前の印象から、「気持ちが悪い」と考えるのは単なる感情論で、文明人として避けるべきである。
- 7) 動物実験のデータは人間には必ずしもあてはまらないので、ニュースなどで取り上げられていることを鵜呑みにしないほうが良い。
- 8) 食品添加物に関して正しい知識を持っている人は、添加物をむやみに怖がったりはしないものである。

問 4

最後に、普段のあなた自身について伺います。

次の文章を読んで、普段のあなたの気持ちや行動にあてはまるところに、チェックを入れてください。

- 1) 周囲の人と比較して、健康管理には気を使っている方である。
- 2) 何事も慎重に判断するようにしている。
- 3) 学生の頃、数学は得意な方であった。
- 4) 人と比較して、楽天的な性格である。
- 5) 他人をあまり信頼しない方である。
- 6) 地図を見ながら、初めて行く場所にたどり着くことは苦手である。
- 7) インターネット上の情報はあまり信用していない。
- 8) マスメディアの情報はあまり信用していない。

(以上すべて、7段階尺度)

「7.大変あてはまる」「6.あてはまる」「5.どちらかと言えばあてはまる」「4.どちらとも言えない」「3.どちらかといえばあてはまらない」「2.あてはまらない」「1.全くあてはまらない」

- 9) スマートフォンを使用している。
 - 10) 自分のブログを書いている。
- (以上、「はい」「いいえ」)

- 11) 次に示すオンライン上のサービスの利用頻度について教えてください。

Facebook

Twitter

Instagram

GREE

Yahoo!ニュース

Yahoo!知恵袋

(以上すべて、5段階尺度)

「5.毎日、あるいは、ほぼ毎日利用している」「4.2～3日に1度くらい利用している」「3.1週間に1度くらい利用している」「2.たまにしか利用していない」「1.利用していない、利用したことがない」

添付資料 4

表 1 因子分析の結果

	提示前(Time1)			提示後(Time2)		
	第1因子 リスク回避 行動	第2因子 リスク認知	第3因子 リスク容認 態度	第1因子 リスク回避 行動	第2因子 リスク認知	第3因子 リスク容認 態度
食品添加物が気になるので、コンビニでサンドイッチを買うことは避けている。	1.00			.99		
食品添加物が気になるので、コンビニで菓子パンを買うことは避けている。	.96			.95		
食品添加物が気になるので、コンビニで弁当を買うことは避けている。	.88			.91		
食品添加物がたくさん使われている食品は、危険であると思う。		1.01			.98	
食品添加物を摂取することは、種類に関わらず、危険であると思う。		.82			.89	
食品添加物の摂取を出来るだけ避けたいと思う。		.74			.60	
食品添加物は、豊かな食生活には欠かせないと思う。			.79			.82
少量であれば、食品添加物を摂取することは問題ないと思う。			.78			.77
食品添加物の安全性は、きちんと審査されていると思う。			.63			.69

因子負荷量 .35以下は省略した

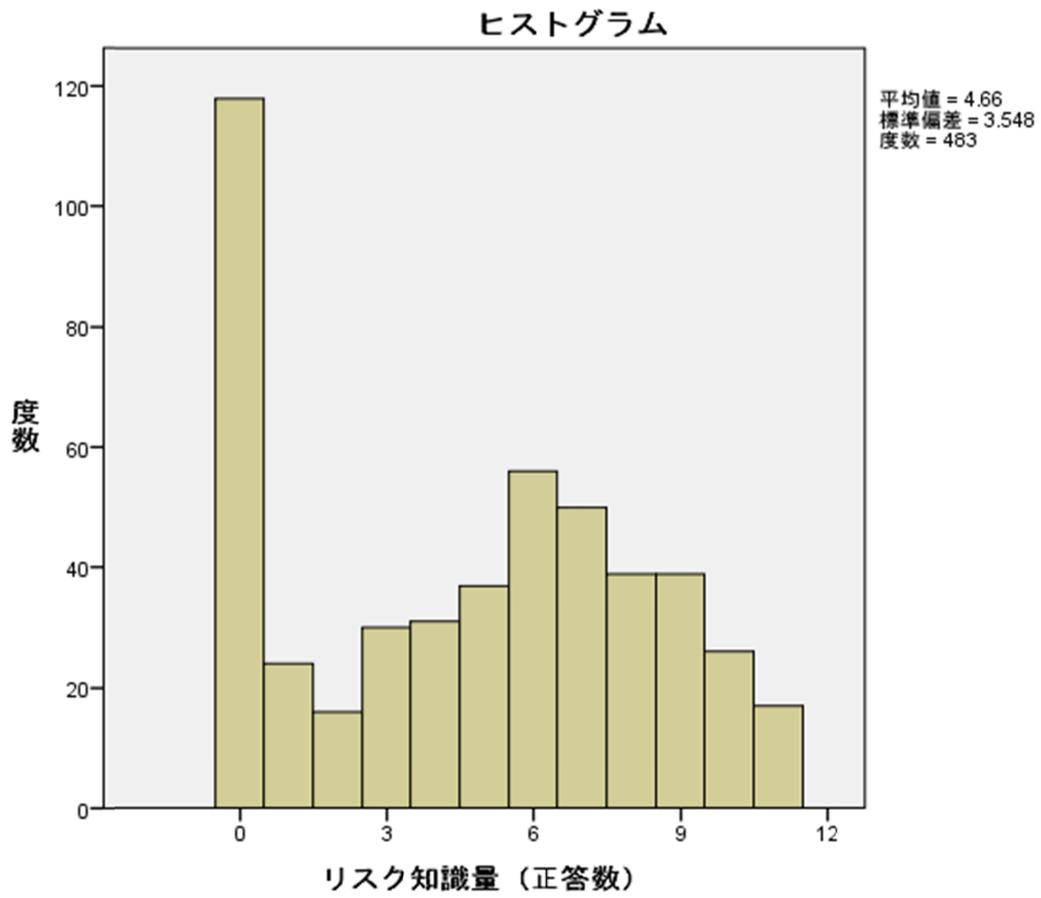


図 3 食品リスクに関する知識量を問う設問 (13 問) の正答数

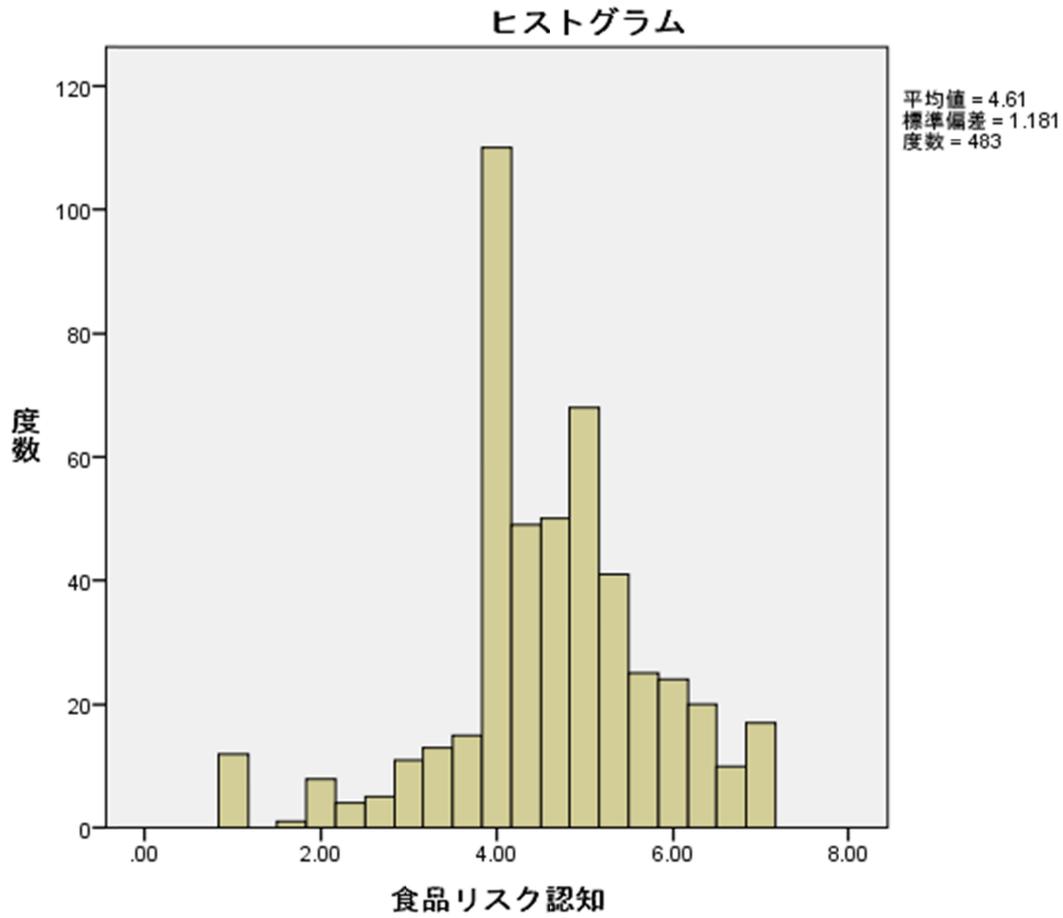


図 4 食品リスク認知レベルの分布

添付資料 6

表 2 各クラスタの人数と平均年齢

	A クラスタ	B クラスタ	C クラスタ	D クラスタ
	知識少・リ スク認知低	知識少・リ スク認知高	知識多・リ スク認知低	知識多・リ スク認知高
女性	58 名	68 名	30 名	88 名
男性	87 名	43 名	53 名	56 名
	145 名	111 名	83 名	144 名
平均年齢	42.79 歳	45.37 歳	45.81 歳	45.81 歳

添付資料 7

表 3 クラスごとのパーソナリティとSNS利用

		Aクラス 知識少・リ スク認知低	Bクラス 知識少・リ スク認知高	Cクラス 知識多・リ スク認知低	Dクラス 知識多・リ スク認知高
周囲の人と比較して、健康管理には気を使っている方である。	<i>Mean</i>	3.87a	4.33b	3.96a	4.44b
	<i>SD</i>	1.19	1.43	1.20	1.15
何事も慎重に判断するようにしている。	<i>Mean</i>	4.11a	4.56b	4.39a	4.79b
	<i>SD</i>	1.13	1.18	.96	1.06
学生の頃、数学は得意な方であった。	<i>Mean</i>	3.74a	3.5a	4.07b	4.04b
	<i>SD</i>	1.47	1.68	1.75	1.71
人と比較して、楽天的な性格である。	<i>Mean</i>	3.83a	4.00b	4.11b	4.26b
	<i>SD</i>	1.22	1.46	1.29	1.35
他人をあまり信頼しない方である。	<i>Mean</i>	4.10	4.35	4.10	4.33
	<i>SD</i>	1.13	1.17	1.19	1.17
地図を見ながら、初めて行く場所にたどり着くことは苦手である。	<i>Mean</i>	3.75	3.43	3.34	3.77
	<i>SD</i>	1.46	1.68	1.52	1.75
インターネット上の情報はあまり信用していない。	<i>Mean</i>	3.9a	4.10b	3.9a	4.19b
	<i>SD</i>	1.05	1.00	1.02	1.07
マスメディアの情報はあまり信用していない。	<i>Mean</i>	3.94a	4.19a	4.24b	4.51b
	<i>SD</i>	1.08	1.11	1.11	1.17
スマートフォンを使用している。	<i>Mean</i>	4.29	4.52	3.93	4.25
	<i>SD</i>	1.99	1.94	2.01	1.99
自分のブログを書いている。	<i>Mean</i>	2.52	2.40	2.43	2.44
	<i>SD</i>	1.35	1.20	1.25	1.26
Facebookの利用頻度	<i>Mean</i>	1.92	1.86	2.00	1.97
	<i>SD</i>	1.48	1.44	1.47	1.47
Twitterの利用頻度	<i>Mean</i>	1.81	1.64	1.93	1.87
	<i>SD</i>	1.46	1.31	1.54	1.42
Instagramの利用頻度	<i>Mean</i>	1.28	1.37	1.11	1.30
	<i>SD</i>	.86	1.07	.49	.79
GREEの利用頻度	<i>Mean</i>	1.23	1.21	1.02	1.19
	<i>SD</i>	.78	.84	.15	.66
Yahoo!ニュースの利用頻度	<i>Mean</i>	2.83a	3.34b	2.96a	3.45b
	<i>SD</i>	1.74	1.67	1.55	1.58
Yahoo!知恵袋の利用頻度	<i>Mean</i>	1.74a	1.94b	1.94b	2.08b
	<i>SD</i>	.98	1.00	.94	1.01

太字は、有意差が見られた項目を示す。

添付資料 8

表 4 リスク回避記事提示前後のリスク認知・リスク容認態度・リスク回避行動の
平均値

			Time1	Time2	情報提示 の主効果	メディアの 主効果	交互作用
Aクラスタ (知識少・リ スク認知 低)	リスク認知	ニュースサイト	3.74	3.88	†		
		Facebook	3.60	3.97			
	リスク容認態度	ニュースサイト	4.21	4.30	*		
		Facebook	3.85	4.04			
	リスク回避行動	ニュースサイト	3.12	3.51			
		Facebook	3.22	3.68			
Bクラスタ (知識少・リ スク認知 高)	リスク認知	ニュースサイト	5.38	5.28			
		Facebook	5.27	5.23			
	リスク容認態度	ニュースサイト	4.10	3.80	†		
		Facebook	4.19	4.07			
	リスク回避行動	ニュースサイト	4.26	4.72			
		Facebook	3.96	4.43			
Cクラスタ (知識多・リ スク認知 低)	リスク認知	ニュースサイト	3.68	4.32			**
		Facebook	3.85	4.74			
	リスク容認態度	ニュースサイト	4.23	4.18			
		Facebook	4.55	4.21			
	リスク回避行動	ニュースサイト	3.25	3.50			
		Facebook	3.12	3.52			
Dクラスタ (知識多・リ スク認知 高)	リスク認知	ニュースサイト	5.35	5.54			
		Facebook	5.44	5.47			
	リスク容認態度	ニュースサイト	4.11	4.13			
		Facebook	4.32	4.10			
	リスク回避行動	ニュースサイト	3.84	4.63			
		Facebook	4.25	4.91			

添付資料 9

表 5 リスク容認記事提示前後のリスク認知・リスク容認態度・リスク回避行動の
平均値

			Time1	Time2	情報提示 の主効果	メディアの 主効果	交互作用
Aクラスタ (知識少・ リスク認知 低)	リスク認知	ニュースサイト	3.86	4.36	**	*	
		Facebook	3.54	3.96			
	リスク容認態度	ニュースサイト	3.92	4.30	**		
		Facebook	3.89	4.12			
	リスク回避行動	ニュースサイト	3.41	3.73	**		
		Facebook	3.18	3.59			
Bクラスタ (知識少・ リスク認知 高)	リスク認知	ニュースサイト	5.65	5.06	**		
		Facebook	5.36	4.94			
	リスク容認態度	ニュースサイト	4.22	4.35	†		
		Facebook	3.89	4.33			
	リスク回避行動	ニュースサイト	4.19	4.29			†
		Facebook	3.61	3.65			
Cクラスタ (知識多・ リスク認知 低)	リスク認知	ニュースサイト	3.67	3.88			
		Facebook	3.40	3.65			
	リスク容認態度	ニュースサイト	4.00	4.29	*	*	
		Facebook	4.40	5.01			
	リスク回避行動	ニュースサイト	3.23	3.35			
		Facebook	2.63	3.21			
Dクラスタ (知識多・ リスク認知 高)	リスク認知	ニュースサイト	5.41	4.91	**		†
		Facebook	5.75	5.24			
	リスク容認態度	ニュースサイト	4.11	4.37	*		
		Facebook	3.89	4.35			
	リスク回避行動	ニュースサイト	3.86	3.87			†
		Facebook	4.59	4.48			

表 6 SNSの利用とリスク認知・知識量の相関関係

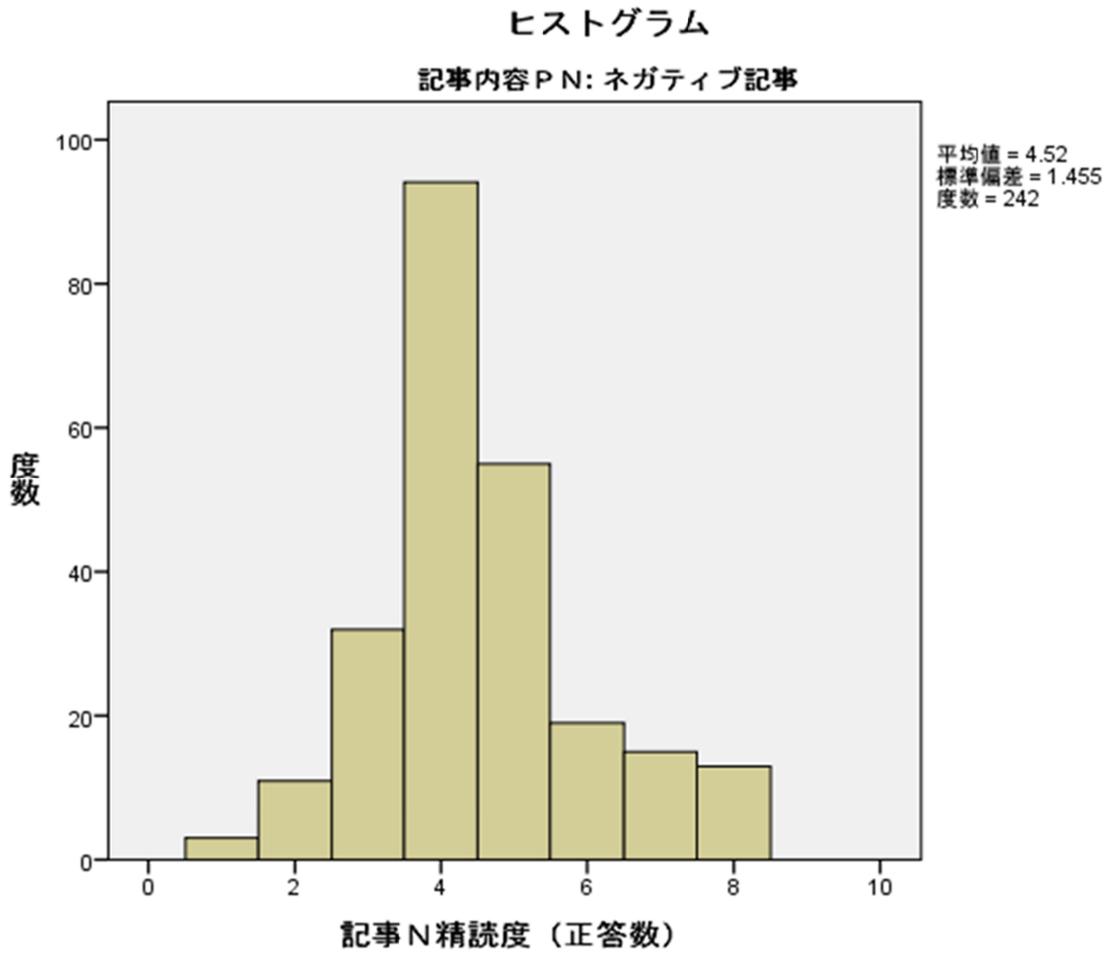
	リスク 知識量	リスク 認知	添加物 許容態度	添加物 回避行動
スマートフォンを使用している 自分のブログを書いている			.103 [*]	
Facebook利用頻度			.099 [*]	
Twitter利用頻度			.158 ^{**}	
Instagram利用頻度		.104 [*]	.094 [*]	.141 ^{**}
GREE利用頻度			.105 [*]	
Yahoo!ニュース利用頻度		.141 ^{**}		
Yahoo!知恵袋利用頻度	.122 ^{**}	.142 ^{**}	.145 ^{**}	
<i>N</i>	483	483	483	483

** = $p < .01$ * = $p < .05$

表には、有意であった相関係数だけを掲載している。

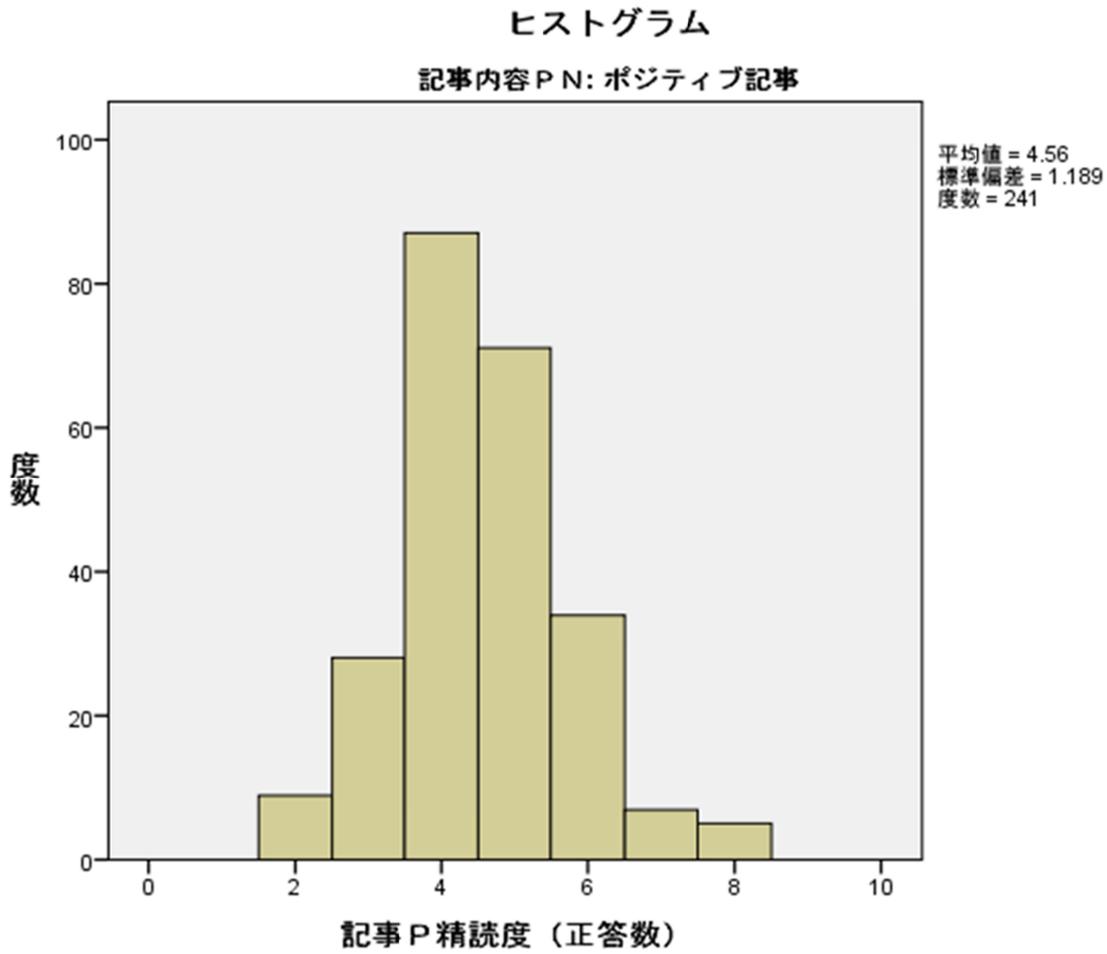
添付資料 1 1

記事を読んだかどうかをチェックする問題の正答数



添付資料 1 2

記事を読んだかをチェックする問題の正答数



厚生労働科学研究費補助金食品の安全確保推進研究事業
分担研究報告書

食品リスクコミュニケーションにおけるマスメディアのゲートキーピング機能：
厚生労働省によるプレスリリースを題材に

研究分担者 小林哲郎 国立情報学研究所 情報社会相関研究系 准教授

研究要旨

本研究は、マスメディアのゲートキーピング機能に注目し、政府が発信する食品リスクコミュニケーションのうちどのような特徴を持つものが新聞記事として報道されやすいのかを探索的に検討した。厚生労働省が発表するプレスリリースがすべてアーカイブされていることを利用し、ゲートキーピング機能のインプットの母集団を設定することが可能となった。これらのインプット情報と、2011年～2013年の3年間分の三大全国紙すべての記事を分析対象とすることで、プレスリリースレベルでの特徴と報道の有無を関連付けた分析を行った。

分析の結果、原発事故関連の食品リスクは牛海綿状脳症関連など他の食品リスクと比較して報道されやすい傾向にあることが明らかとなった。また、非原発事故関連のプレスリリースでは、牛海綿状脳症関連などと比較して、外食チェーンでの食中毒など消費者の生活に近いレベルで存在するリスクほど報道されやすいことが明らかとなった。こうしたゲートキーピング機能は、報道機関が読者の生活へのインパクトの大きさという次元でインプット情報を取捨選択していることをうかがわせる。さらに、政府が特に重要視しているプレスリリースほど記事として報道されやすいという傾向は見られず、むしろ政府が重視するリリースほど報道されにくいという傾向が見られた。こうした傾向は報道機関が判断するニュース価値と政府が判断するリスクコミュニケーションの重要性は必ずしも一致せず、マスメディアは政府とは独立してゲートキーピング機能を発揮していることを示

A. 研究目的

リスクコミュニケーションの多様な主体の中で、政府の重要性は高い。政府には国内外からさまざまな一次情報が集まるだけでなく、その信憑性や重要性を判断するための専門的知識も集積している。さらに、政府は報道機関にとってもっとも重要な情報源の1つであり、一般的に政府の発表は他のリスクコミュニケーションの主体よりもマスメディアに報道さ

れやすい。したがって、政府が発信するリスクコミュニケーションはマスメディアに媒介されて一般の人々に届きやすく、その信憑性もソーシャルメディアなどで一般の人々が発信する情報よりも高く評価される。特に、食品リスクに関する情報は政府しか知りえない情報も多く、事実上政府のみが有効なリスクコミュニケーションの主体となることができる場合も多い。たとえば、米国産の食肉が対日

輸出基準を満たしているかどうかの検査は政府によって行われている。検査の結果、基準を満たしているか確認できない食肉が輸入されていた場合、この事実をリスクコミュニケーションとして発信できるのは事実上政府に限られている。したがって、リスクコミュニケーションにおいて、政府が発信する情報がどの程度一般の人々に届いているのかを検討することは、リスクコミュニケーションの有効性という観点から重要な課題である。

政府は日常的に多様なリスク情報を発信しているが、その多くはパッシブな発信であり直接国民に届きやすい形ではない。たとえば本章で検討する厚生労働省（以下、厚労省）は、プレスリリースをすべてウェブ上で公開している。しかし、一般の人々が日常的に厚労省のプレスリリースをウェブでチェックしていると想定することは難しいだろう。近年では厚労省もソーシャルメディアでリスク情報を発信するなど、プッシュ型のリスクコミュニケーションに着手しているが、ソーシャルメディアのユーザが厚労省のアカウントをフォローしていなければ継続的に情報が届くことはなく、関心を持っていない人にまで広く注意を喚起することは難しいだろう。こうした状況では、政府が発信するプレスリリースはマスメディアによって報道されて始めて、広く国民に届くものとなる。インターネットの普及に伴ってテレビ視聴時間や新聞閲読率は低下傾向にあるが、依然として広い範囲に迅速に情報を届けるという意味においてマスメディアの果たす役割は大きい。したがって、政府によるリスクコミュニケーションが有効となるためには、マスメディアに報道される必要がある。

ここで問題となるのがマスメディアのゲートキーピング機能である。ゲートキーピング機能とは、マスメディアにインプットされる情報のうち、どの情報が記事やニュースなどのアウトプットとして

報道されるかという選別の関数を表す。マスメディアに集まる膨大な情報のすべてが記事化されることは事実上不可能であり、マスメディア内部でその専門性や組織的な要因によって報道される情報と報道されない情報に選別される。いわばマスメディアは複雑な世界から作り出される情報のうち、どれが人々に届けられ、どれが届けられないのかを決定する「門番」の役割を果たしていることから、ゲートキーピング機能と呼ばれる。

ゲートキーピング機能を実証することは極めて難しい。なぜなら、多くの場合観察可能なのはマスメディアからのアウトプットである報道内容に限られており、それがどのような選別のプロセスを経ているのかを明らかにするためにはインプットの総体を知る必要があるためである。しかし、マスメディアが収集している情報は膨大であり、インプット情報の母集団を正確に知ることは多くの場合不可能である。そのため、ゲートキーピング機能がどのような関数を持っているのかを明らかにした研究は多くない。

Soroka(2012)は、マスメディアのゲートキーピング機能を分布アプローチによって推定した数少ない研究例の一つである。彼は現実世界の経済指標として失業率に注目し、まずその分布を描いた。失業率は政府によって定期的に発表されるため、マスメディアへのインプットの母集団を明確に定めることができる。失業率は上がったたり下がったりすることがあるが、このうちどのような場合にマスメディアによって報道されやすくなるかが分析の焦点であった。そこで、マスメディアからのアウトプットとしてNew York Timesの1980年から2008年までの経済記事に限定して8284記事を分析した。具体的には、コーダーを使わない機械的な内容分析によってポジティブ語、ネガティブ後によるトーンの解析を行った。その結果、アウトプットの分布が得られ

る。最後に、アウトプットの分布をインプットの分布で割ることによって、どのような場合にマスメディアに報道されやすくなるのかを明らかにした。その結果、経済ニュースは現実の経済状況をほぼ反映しているが、マスメディアのゲートキーピング機能はネガティブ記事の方が報道されやすいというバイアスをもってフィルタリングしていることが明らかとなった。

Soroka(2012)による研究は、経済指標という誰もがアクセス可能な政府発表をインプット情報の母集団情報として設定したことによってゲートキーピング機能を推定することを可能にした。この手法を本研究の関心に応用すれば、政府発表のリスクコミュニケーションの総体を母集団として設定可能であれば、マスメディアの報道内容を分析することによってどのような政府発表のリスク情報がマスメディアに報道されやすいかを推定することが可能になるだろう。ただし、経済指標のように良い・悪いという1次元が容易に設定可能なものとは異なり、リスク情報についてはどのような次元がゲートキーピング機能にとって重要となるのかは事前に明らかではない。リスクによって影響される人数が重要であるかもしれないし、あるいはリスクの重篤さ(たとえば死に至るか否か)が重要であるかもしれない。そこで、本研究ではSoroka(2012)が取った分布アプローチは採用せず、政府発表のリスクコミュニケーションのテキストから、どのような特徴がマスメディアのゲートを「通過」させやすくするのかを探索的に検討することとする。このことは、政府が有効なリスクコミュニケーションを効率的に行うための方法論において、有用な示唆を与えることとなる。

本研究では、政府によるリスクコミュニケーションの主体として厚労省に注目し、リスクの分野として食品に限定する。

厚労省は日常的にリスクに関するプレスリリースを行っており、こうした情報は記者クラブ等を通じて主要なマスメディアにインプットされる。したがって、本研究では厚労省による食品リスクに関するプレスリリースをゲートキーピング機能のインプットの母集団として定義し、報道された記事との対応関係を分析することで食品リスクコミュニケーションのゲートキーピング機能の特徴を描き出すことを目的とする。

B. 研究方法

前述のように、メディアのゲートキーピング機能を検証するためには、メディアへのインプットとなる情報の母集団を定義する必要がある。本研究では政府による食品リスクコミュニケーションに着目するため、厚労省のプレスリリースのうち食品リスクに関連するものを母集団として定義する。

厚労省のプレスリリースはホームページ上にまとめられており¹、ここから目視によって食品リスクに関連するものをすべて抜き出した。分析の対象となるメディアの報道内容は2011年～2013年の読売・朝日・毎日の三紙であるため、対象とするプレスリリースも2011年～2013年のものに限定した。目視によって確認された食品リスク関連のプレスリリースは、2011年が702本、2012年が526本、2013年が409本であった。2011年は特に放射性物質関連のプレスリリースが多く、全体の本数を押し上げている。

次に、ゲートキーピング機能のアウトプットであるメディアの報道内容の下処理を行った。各紙の全記事データベースはフォーマットが異なっているため、これを統一した形式に変換する処理を施し、三紙を統一して分析できるようにした。さらに、食品リスク関連プレスリリース

¹ <http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/>

が報道記事内容に反映されているかどうかを確かめるため、プレスリリースごとに内容を精査して検索キーワードを設定し、そのキーワードをもとに三紙の三年分の記事データをすべて検索し、プレスリリースをベースとして書かれた記事を抽出した。

たとえば、2011年2月8日には「米国産牛肉の混載について」というプレスリリースが配信されており、対日輸出条件を満たしているか確認できない米国産牛肉が輸入されていたことが報告されている。このプレスリリースは米国産牛肉に関する食品リスクコミュニケーションであるため、「(厚生労働省 or 厚労省) and 米国産牛肉」のキーワードで新聞記事を検索し、記事の日付を確認しながらプレスリリースを元に書かれた新聞記事を検索した²。検索にはpythonで書かれたコードを用いた。その結果、プレスリリースの翌日に、朝日新聞と毎日新聞においてそれぞれ「条件外の牛肉混入が 米国産輸入で」と「冷凍牛肉：米企業の牛肉輸入停止」という見出しでプレスリリースを元にした記事が書かれていたことが確認された。

以上の検索プロセスをすべての食品リスク関連プレスリリースについて行った。その際、食品に含まれる放射性物質関連の定期的な検査結果の報告は、数が非常に多いことから記事検索の対象には含めなかった。さらに、厚生労働省医薬・生活衛生局生活衛生・食品安全部 企画情報課リスクコミュニケーション係へのヒアリングをベースに、マスメディアの報

² 記事の日付を確認したのは、プレスリリースよりもかなり時間が経ってからの記事は、キーワードには合致していてもプレスリリースをベースとして書かれた記事であるとは考えられにくいためである。プレスリリースの速報性を考慮すれば、それを元に書かれた記事は遅くとも数日後には出ているはずであろう。

道を通して特に一般市民への情報伝播が強く期待されたプレスリリースをリストアップし、重点的な検索の対象とした。

放射性物質関連の定期検査に関するプレスリリースを除いた結果、記事検索対象となったプレスリリースの本数は、2011年で129本、2012年で171本、2013年で126本であった。そのうち、3紙で報道されたものは、2011年で90本(70%)、2012年で105本(61%)、2013年で40本(32%)であった。年によって記事化率には違いが見られ、分析した3年間の間では低下傾向が見られた。これは放射性物質関連の食品リスク情報がプレスリリースとして発信される頻度が徐々に低下したことが主要な原因と見られる。

C. 研究結果

まず、プレスリリースの見出しを形態素解析し、単語レベルに分解した³。その際、強制抽出する語として、BSE、スクリーニング、厚労省、ヨウ素、セルリーを指定した。出現回数の上位5件は、原子力(456回)、対策(421回)、災害(410回)、食品(303回)であり、2011年の福島第一原子力発電事故後の食品に含まれる放射性物質に関するリリースが多いことが伺われる。

次に、新聞で報道されたプレスリリースと報道されなかったプレスリリースの違いを探るため、それぞれの見出しで使われている特徴語の抽出を行った(表1)。表中の数値はJaccard係数を表し、この値が大きいほど当該カテゴリ(「報道なし」または「報道あり」)に特徴的な語であることを現す。表1から明らかなように、「原子力」という語が含まれているプレスリリースは含まれていない場合よりも

³ 形態素解析および以下の分析にはKH Coderを用いた(樋口, 2014)。KH Coderは立命館大学の樋口耕一によって開発された計量テキスト分析用ソフトウェアである。<http://khc.sourceforge.net/>

報道されやすい。「制限」や「出荷」という語も特徴語として上位に現れていることから、原子力発電所の事故に伴う食品リスクであるほど、新聞に報道されやすいということがわかる。一方、報道されなかったプレスリリースに特徴的な語は、検査や牛、海綿、BSEなどが含まれることから、牛海綿状脳症にかかわる食品リスクに関するプレスリリースが多く含まれることがわかる。まとめると、2011年～2013年の間には主に放射線リスクと牛海綿状脳症リスクに関する食品リスクコミュニケーションが厚労省からプレスリリースとして発信されたが、報道機関にとっては前者の食品リスクのほうが高いニュース価値を持つと判断された。こうした組織的なニュース価値判断に基づいたゲートキーピング機能の結果、放射性物質にかかわる食品リスクコミュニケーションのほうが報道されやすくなったと考えられる。

以上の結果は、福島第一原発の事故に伴うリスクの甚大さを考慮すれば、驚きに値するものではないだろう。本研究では、「食品中の放射性物質の検査結果について」や「水道水中の放射性物質の検出について」といった定期的な検査報告のプレスリリースについては分析の対象外としたが、それでもなお原発事故関連のリリースのニュース価値が高く判断されたことが示唆される。

では、原発事故関連のリリースを除外した場合には、どのような語が報道の有無を予測するのだろうか。この点を検討するため、「原子力」「放射」を見出しに含むプレスリリースを原子力関連プレスリリースとして定義し、それらを除外した上で再度報道の有無別の特徴語を探った(表2)

表2から読み取れるように、飲食店チェーンでの腸管出血性大腸菌食中毒に関連するプレスリリースが報道されやすい傾向がある。一方、報道されなかったプ

レスリリースには牛海綿状脳症関連の単語が多く表れていることから、ここでも牛海綿状脳症関連のリスクコミュニケーションは新聞社のゲートキーピング機能によって報道されにくい状況が生じていたことがわかる。

次に、原発事故関連の食品リスクコミュニケーションに限定して報道機関のゲートキーピング機能を探る。すでに原発事故関連の食品リスクプレスリリースはそのほかのプレスリリースと比較して報道されやすい傾向が確認されていた(表1)。では、原発事故関連の食品リスクコミュニケーションに限定した場合には、どのような内容が報道されやすいのだろうか。表3から、原発事故に関連した出荷制限に関するプレスリリースは、その他の原発事故関連プレスリリースよりも報道されやすいことがわかる。

ここまでの結果をまとめると、2011年～2013年の3年間に厚労省から発信された食品リスク関連のプレスリリースのうち、原発事故関連のものほど新聞で報道されやすい。さらに、非原発関連のプレスリリースでは食中毒など飲食店での食品リスクに関するものが報道されやすい一方、輸入段階でのリスクである牛海綿状脳症関連のプレスリリースは比較的報道されにくい傾向が見られた。原発事故関連のプレスリリースでは食品の出荷制限(またはその解除)に関するリリースが報道されやすく、それ以外のリリース(例えば、「食品中の放射性物質に関する「検査計画、出荷制限等の品目・区域の設定・解除の考え方」の改正について」や、「食品中の放射性セシウムスクリーニング法の一部改正について」などについては報道されにくい傾向が見られた。総じて、消費者が直接さらされる食品リスクの方が報道されやすい傾向があるように思われる。また、顕在化した食品リスクが事件としてのニュース価値を持っていた場合、それに引きずられる形で厚

労省のプレスリリースが報道されやすくなる傾向も示唆される。例えば、2011年5月に富山県内の焼肉チェーン店でユッケなど食肉を食べた多数の客が腸管出血性大腸菌感染による食中毒を発症する事件が発生した。この事件はマスメディアで広く報道されたために世間の注目が集まり、ニュース価値が高まった。同時に、食品リスクケースとして厚労省は継続的に本件に関するプレスリリースを発信した。このように、事件性の高さに付随する形で政府が発信する食品リスクコミュニケーションがマスメディアのゲートキーピング機能を通して伝達される可能性が高まることは、今後の政府による食品リスクコミュニケーションのあり方について示唆を与えるものだろう。

ここまでの分析は、新聞社が政府発のプレスリリースのニュース価値をどのように判断して取捨選択するかというゲートキーピング機能を検討してきたが、リスクコミュニケーションの発信者である政府の意向は無視してきた。しかし、政府は、リスクコミュニケーションとして発信される情報のすべてが報道機関で報道されるべきと考えてはいないかもしれない。定期的な検査結果などのリリースは、継続的に公表されて蓄積されること自体に意味があり、一般の国民が日常的に注意を払うことはそれほど期待されてはいないだろう。一方、放射性物質関連の食品出荷制限や食中毒などの緊急度の高いプレスリリースについては、報道機関を通して広く国民に広報されること期待されているだろう。こうした発信者側の意図を定量的に把握することは極めて困難であるが、マスメディアのゲートキーピング機能がどの程度発信者の意図に沿う形で情報を取捨選択しているのかを知ることは極めて重要であろう。政府が広く国民に知ってほしいと思う情報は、その他の情報と比較して報道されやすい傾向にあるのだろうか。

この問いに答えるため、厚生労働省医薬・生活衛生局生活衛生・食品安全部 企画情報課リスクコミュニケーション係へのヒアリングをベースに、マスメディアの報道を通して特に一般市民への情報伝播が強く期待されたプレスリリースをリストアップし、それらがどの程度新聞記事として報道されたかを調べた。表4に報道が特に期待されたプレスリリースの見出しと、記事数を示した。3年間で53本の特に報道が期待されたプレスリリースのうち、24本について少なくとも1件の記事が報道されていることが確認された。本数ベースでの割合は45%であり、これは3年間全体の食品リスクプレスリリース中の報道されたものの割合（55%：426本中235本）よりもむしろ低い。このことは、食品リスクコミュニケーションの発信者としての政府の意向は必ずしも報道機関のニュース価値評価とは一致せず、マスメディアにインプットとして与えられてもゲートキーピング機能によって漏れてしまう可能性があることを示している。食品リスクが消費者に近いレベルで生じている場合には報道されやすい傾向が見られたことと併せて考えると、政府が重要視する食品リスクコミュニケーションを報道機関にインプットする際には、消費者へのインパクトが明確になるような形で作成するなど、コミュニケーションのフレーミングに注意を払うべきだろう。

D. 考察

本研究は、マスメディアのゲートキーピング機能に注目し、政府が発信する食品リスクコミュニケーションのうちどのような特徴を持つものが新聞記事として報道されやすいのかを探索的に検討した。厚労省が発表するプレスリリースがすべてアーカイブされていることを利用し、ゲートキーピング機能のインプットの母集団を設定することが可能となった。これらのインプット情報と、2011年～2013

年の3年間分の三大全国紙すべての記事を分析対象とすることで、プレスリリースレベルでの特徴と報道の有無を関連付けた分析を行った。

分析の結果、原発事故関連の食品リスクは牛海綿状脳症関連など他の食品リスクと比較して報道されやすい傾向にあることが明らかとなった。また、非原発事故関連のプレスリリースでは、牛海綿状脳症関連などと比較して、外食チェーンでの食中毒など消費者の生活に近いレベルで存在するリスクほど報道されやすいことが明らかとなった。こうしたゲートキーピング機能は、報道機関が読者の生活へのインパクトの大きさという次元でインプット情報を取捨選択していることをうかがわせる。さらに、政府が特に重要視しているプレスリリースほど記事として報道されやすいという傾向は見られず、むしろ政府が重視するリリースほど報道されにくいという傾向が見られた。こうした傾向は報道機関が判断するニュース価値と政府が判断するリスクコミュニケーションの重要性は必ずしも一致せず、マスメディアは政府とは独立してゲートキーピング機能を発揮していることを示唆する。

リスクコミュニケーションの主体が多様化する中で、政府がオーソライズする食品リスクコミュニケーションの役割は大きい。ソーシャルメディアの普及によって玉石混交の情報が飛び交う中、高い情報収集能力と専門性に裏付けられた食品リスクコミュニケーションを発信できるのはごくわずかの主体に限られる。政府はそうした主体の中の1つである。したがって、政府が発信する食品リスクコミュニケーションがマスメディアのゲートキーピング機能によってどのように取捨選択されるのかを知ることは重要である。本研究の探索的分析から示唆されるのは、報道機関は消費者の生活に近いレベルでのリスクをニュース価値の高い情

報として処理している可能性である。このため、牛海綿状脳症関連など、輸入段階でのリスクであり未だ消費者への直接的被害が顕在化していないリスクに関するリリースは報道されにくくなっていたのではないかと考えられる。したがって、政府が効率的なリスクコミュニケーションを行うためには、特定の食品リスクがどのような形で消費者の生活に直接影響を及ぼす可能性があるのかという点を明らかにしつつ発信することが有効だろう。

本研究の限界としては、まずは検討対象の時期が3年間に限定され、かつ福島原発事故という巨大な事件の影響が大きく表れていた時期であるため、その知見の一般化可能性が不明確である点があげられるだろう。原発事故に伴う放射線物質の食品リスクは国民の関心も高く、その他の一般的な食品リスクとは性格が異なっている可能性がある。また、報道内容の分析対象が新聞3紙に限られていたことも知見の一般化可能性に一定の留保を与えるものとなっている。たとえば、テレビニュースでは映像が決定的に重要となるため、新聞記事とは異なるゲートキーピング機能が発揮されているかもしれない。また、新聞社ごとにゲートキーピング機能が異なる関数形を持っている可能性も検討しきれていない。一方、本研究はプレスリリース一本ごとに検索キーワードを設定し、データベース化した新聞記事からそのプレスリリースを元に作成されたと思われる新聞記事を目視で確認していくという膨大な作業を必要とした。したがって、分析対象となる新聞数を増やしたり分析対象をテレビに拡大したりすることはかなり困難である。Soroka (2012)のようにより自動化した方法でゲートキーピング機能の関数形を推定する方法論を考案する必要があるだろう。

E . 引用文献

Soroka, S. N. (2012). The gatekeeping function: Distributions of information in media and the real world. *The Journal of Politics*, 74(02), 514-528.

樋口耕一 (2014). 社会調査のための計量テキスト分析 内容分析の継承と発展を目指して ナカニシヤ出版.

F . 研究発表

なし

G . 知的財産権の出願・登録状況

なし

表1 報道の有無ごとに見たプレスリリースに現れる特徴語

報道なし		報道あり	
検査	.323	原子力	.655
平成	.199	制限	.640
牛	.193	出荷	.640
結果	.185	本部	.510
海綿	.183	災害	.510
脳症	.183	指示	.510
輸入	.172	対策	.502
スクリーニ	.162	措置	.483
実施	.155	特別	.483
BSE	.152	規定	.483

表2 報道の有無ごとに見たプレスリリースに現れる特徴語（非原発事故関連）

報道なし		報道あり	
検査	.471	食中毒	.214
食品	.462	出血	.175
牛	.322	大腸菌	.175
平成	.305	チェーン	.175
海綿	.297	腸管	.175
脳症	.297	飲食	.175
結果	.279	事例	.159
輸入	.277	施設	.154
BSE	.246	食用	.118
クリーニング	.237	浅漬	.118

表3 報道の有無ごとに見たプレスリリースに現れる特徴語（原発事故関連）

報道なし		報道あり	
食品	.320	原子力	.742
措置	.274	制限	.727
規定	.274	出荷	.727
特別	.274	解除	.327
基づく	.274	福島	.249
本部	.265	係る	.230
指示	.265	一部	.229
災害	.265	関連	.214
設定	.264	発電	.214
対策	.263	事故	.213

表4 広い範囲での周知が期待されたプレスリリースとその新聞記事数

プレスリリース見出し	記事数
米国産牛肉の混載について	2
魚介類中の放射性ヨウ素に関する暫定規制値の取扱いについて	5
関係都県における食品・水道水中の放射性物質に関する検査計画の策定・実施状況について	0
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について	1
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第2報)	6
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第3報)	2
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第4報)	0
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第5報)	0
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第6報)	1
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第7報)	0
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第8報)	.
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第9報)	0
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第10報)	0
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第11報)	.
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第12報)	1
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第13報)	1
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第14報)	0
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第15報)	1
生食用食肉を取り扱う施設に対する緊急監視の結果について	15
生食用生鮮食品による病因物質不明有症事例への対応について	2
米国産牛肉の混載事例について	2
「日中食品安全推進イニシアチブ第二回閣僚級会議」の結果について	.
食品衛生法に基づく安全性審査を経ていなかった遺伝子組換え微生物を利用した添加物についての対応	2
米国産牛肉の混載事例	3
食品衛生法に基づく安全性審査を経ていなかった遺伝子組換え微生物を利用した添加物についての対応(第2報)	0
バターバー(西洋フキ)を含む食品の摂取に関する注意喚起についての対応	2
食品衛生法に基づく安全性審査を経ていなかった遺伝子組換え微生物を利用した添加物についての対応(第3報)	1
ポツリヌス食中毒事例の発生について	5
食品衛生法に基づく安全性審査を経ていなかった遺伝子組換え微生物を利用した添加物についての対応(第4報)	0
米国産牛肉(大腸)の混載事案に関する米国農務省の調査報告書の提出について	0
食品衛生法に基づく安全性審査を経ていなかった遺伝子組換え微生物を利用した添加物についての対応(第5報)	0
米国産牛肉(冷凍バラ肉)の混載事例に関する米国農務省の調査報告書の提出について	0
米国産牛肉の混載事例に関する米国農務省の調査報告書の提出について	0
7月1日から牛のレバー(肝臓)の生食用としての販売・提供を禁止～夏場の食中毒予防とあわせて広報・周知を開始～	0
食品衛生法に基づく安全性審査を経ていなかった遺伝子組換え微生物を利用した添加物についての対応(第6報)	0
豚レバーを生で食べるリスクに関する注意喚起	0
真空パック詰め食品などのポツリヌス食中毒対策についての注意喚起の実施について	0
ノロウイルスによる食中毒や感染に注意～感染性胃腸炎の患者数は、過去10年の同時期で2番目に多い水準～	3
米国産牛肉の混載事例について	0
米国産牛肉の混載事例に関する米国農務省の調査報告書の提出について	0
オランダ産及びフランス産の子牛肉の混載事例について	1
オランダ産子牛肉の混載事例に関するオランダ政府の調査報告書の提出	0
フランス産の牛肉の混載事例について	1
フランス産牛肉及び子牛肉の混載事例に関するフランス政府の調査報告書の提出	0
健康食品(OxyElite Pro)に関する注意喚起について	2
いわゆる健康食品による健康被害(疑い)事例について(第2報)	0
いわゆる健康食品による健康被害(疑い)事例について(第3報)	1
いわゆる健康食品による健康被害(疑い)事例について(第4報)	0
いわゆる健康食品による健康被害(疑い)事例について(第5報)	0
いわゆる健康食品による健康被害(疑い)事例について	0
OxyElite Pro(米国製サプリメント)に関する注意喚起について(再周知)	1
農薬(マラチオン)を検出した冷凍食品の自主回収について	0
農薬(マラチオン)を検出した冷凍食品の自主回収について(第2報)	2

研究成果の刊行に関する一覧表

書籍

著者氏名	論文タイトル名	書籍全体の編集者名	書籍名	出版社名	出版地	出版年	ページ
該当なし							

雑誌

発表者氏名	論文タイトル名	発表誌名	巻号	ページ	出版年
該当なし					

学会発表

発表者氏名	論文タイトル名	学会名	巻号	場所	年月
杉谷陽子	食品リスクコミュニケーションにおけるソーシャルメディアの活用について	産業・組織心理学会	第117回部門別研究会 消費者行動部門（招待講演）	筑波大学	2015年5月
杉谷陽子	SNSを用いた食品リスク・コミュニケーションの研究：知識量とリスクへの態度によるセグメンテーションの可能性	産業・組織心理学会	第31回大会	明治大学	2015年8月
井出野尚、吉川侑記、小山慎一、玉利祐樹、竹村和久	リスク事象に対する知識とリスク認知の検討 医師と一般消費者との対比	日本社会心理学会	第56回大会 ポスター発表	東京女子大学	2015年10月