


- 5 . 食の風評被害のメカニズムに関する実証的調査研究

Study of mechanism of stigma on the field of food safety

 キーワード	食品安全、風評被害、メカニズム
Key Word	Food safety, stigma, amplification, mechanism

1. 調査の目的

本調査研究は、財団法人サントリー文化財団の助成(代表:慶応義塾大学商学部 助教授)を受けて平成17年度から18年度にかけて実施する。

今日、食品安全問題に付随する「風評被害」が大きな社会的問題になっている。風評被害とは、問題が発生していない事業者に被害が及ぶ場合、問題の当事者に問題終結後にも影響が及ぶ場合のことである。一度「汚名をきせられた産地」や「問題となった食品」のイメージを拭い去るのは容易なことではない。このように風評被害の検討の重要性が指摘されているにもかかわらず、その具体的な風評被害の実態や、その影響の範囲については未だ明らかにされていない。

本調査研究は、「水銀を含有する魚介類等の摂食に関する注意事項」発表に伴う風評被害の問題をケーススタディとして、ステークホルダー(利害関係者)間の利害関係を社会心理学、社会システム論の観点から分析を行い、そのメカニズムを解明する。

2. 調査研究成果概要

(1) 調査の構造

具体的には、各ステークホルダー(国、自治体、産業界(生産者、中間流通、小売)、消費者、情報ターゲット層(妊婦、妊娠可能性のある女性))の情報行動や影響の程度(定性的把握)について、消費者モニター調査、産業界へのインタビュー調査を実施して実態を把握する。

(2) 調査の内容

平成17年度に公表された「水銀を含有する魚介類等の摂食に関する注意事項」の前後にアンケート調査を実施し、注意事項が発表される前と後とで、消費者のリスク認知がどのように変化するかについて調査を実施した。

本調査の特色は、「水銀を含有する魚介類等の摂食に関する注意事項」の情報発信がリスク情報のみならず、魚介類を摂食することのベネフィットをも伝える伝達情報であるために、消費者がどのように情報判断をするのかが不明な状況で、その影響と消費者の態度変化について分析考察することにある。

本調査は平成18年度にかけて実施し、とりまとめを行う予定である。