

# - 1. 食の風評被害の定量化に関する実証的調査研究

## Experimental survey on quantification of stigma on food

<b>キーワード</b>	食品安全、風評被害、鳥インフルエンザ、鶏卵、鶏肉
<b>Key Words</b>	Food safety, stigma, avian flu, egg, chicken meat

### 1. 調査の目的

本研究は、浦上食品・食文化振興財団の平成 16 年度採択の助成研究（代表 慶應義塾大学商学部 助教授 吉川肇子）である。2 カ年のプロジェクトである。

今日、BSE や鳥インフルエンザなど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「ケチがついた産地」や「ケチのついた食品」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、鳥インフルエンザの問題をケーススタディとして、風評被害の項目(売上高減少など)及び説明要因(消費者行動や生産者行動など)を明らかにする。実施に際しては、食品問題発生から問題終結までの期間と問題終結以後までの時系列の分析、食品流通チェーンの各段階における分析、問題発生地域と他地域との影響の程度の違いなど地域差に関する分析を行い、風評被害を定量的に把握する。

### 2. 調査内容

- ・ 調査対象：食品流通チェーン((1)養鶏場、(2)加工食品業者、(3)卸・小売、(4)レストラン)、及び消費者
- ・ 風評被害タイプ：タイプ 「近隣波及型」鳥インフルエンザ発生近隣地域であるがために事業者がこうむる被害  
タイプ 「全国波及型」鶏肉・鶏卵、加工食品であるという理由で事業者がこうむる被害  
タイプ 「遅延波及型」鳥インフルエンザの終結後、即ち終息宣言以後もこうむる被害
- ・ 風評被害 項目：売上高減少、対策費用(ポスター、表示など)、企業イメージ
- ・ 説明因子：消費者行動要因(不買、購入先限定、代替食品への移行)生産者行動要因(生産販売控え、契約解除)
- ・ 波及効果：代替食品の売上高向上、別地域の売上高向上など
- ・ 分析項目：時系列 食品流通チェーン段階 地域的(輸入も含む)

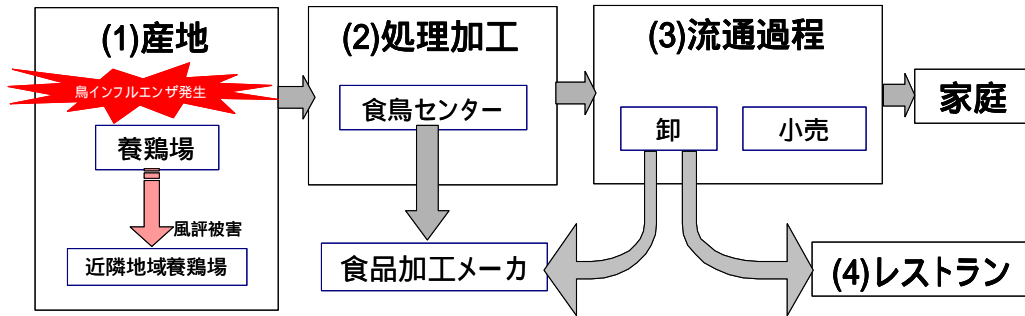


図 鶏卵・鶏肉 業界構造図

### 3. 調査の進捗状況

平成 16 年度は、業界におけるインタビュー調査ならびにアンケート調査( (社)日本養鶏協会、(社)日本食鳥協会を經由して)を実施した。これらの調査結果のまとめは翌年、平成 17 年度に継続して実施される予定である。