

第Ⅷ章 食肉関連情報の認知状況と影響力

第Ⅷ章 食肉関連情報の認知状況と影響力

1. 食肉関連情報の調査概要

今回調査から、消費者が食肉関連情報をどの程度認知しているのか、そして、それら食肉関連情報が、消費者の持つ食肉のイメージや、消費者の購買行動にどのような影響を与えているのかについて調べることにした。

前回調査から今回調査に至るまでに、食肉のイメージや購買に影響を与えそうな報道として、以下の3つを抽出した。

①平成20年1～2月：中国製冷凍餃子による中毒症状の報道

②平成20年4月下旬：米国産牛肉の危険部位混入について

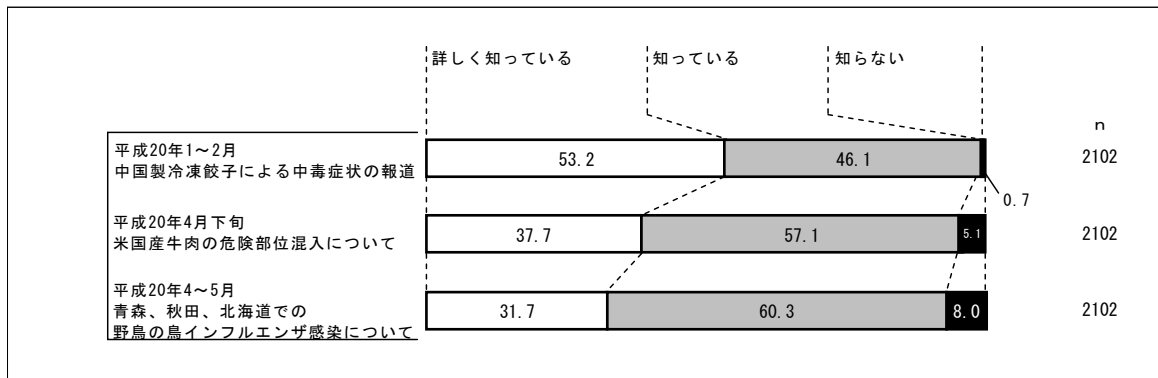
③平成20年4～5月：青森、秋田、北海道での野鳥の鳥インフルエンザ感染について

これら3つの情報が消費者にどのような影響を与えているのかにつき、明らかにする。

2. 食肉関連情報の認知状況

図表Ⅷ－1 食肉関連情報の認知状況

(単位:%)



「詳しく知っている」を詳細理解度、「詳しく知っている」と「知っている」の合計値を認知度とする。

「中国製冷凍餃子による中毒症状の報道」は、詳細理解度、認知度ともに、極めて高い。認知度は **99%** を上回っており、消費者の関心が著しく高い状況にあることがわかる

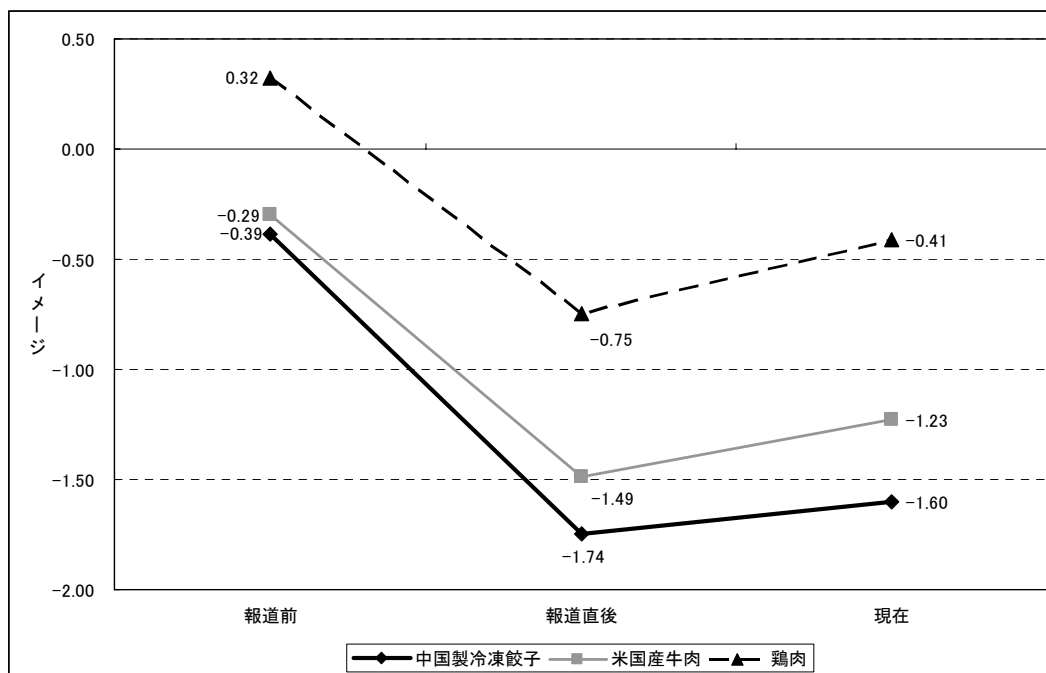
「米国産牛肉の危険部位混入について」は、「中国製冷凍餃子による中毒症状の報道」よりも、詳細理解度で **15.4** ポイント、認知度で **4.4** ポイント低く（詳細理解度：**37.7%**、認知度：**94.9%**）、「中国製冷凍餃子による中毒症状の報道」ほどは関心がないことがわかる。

「青森、秋田、北海道での野鳥の鳥インフルエンザ感染について」も、「中国製冷凍餃子による中毒症状の報道」よりも、詳細理解度で **21.4** ポイント、認知度で **7.3** ポイント低く（詳細理解度：**31.7%**、認知度：**92.0%**）、こちらも、「中国製冷凍餃子による中毒症状の報道」ほどは関心がなく、また、「米国産牛肉の危険部位混入について」よりも、若干、関心が低くなっている。

3. 食肉関連情報が食肉イメージに与える影響力

3. 1. 食肉関連情報が食肉イメージに与える影響力

図表Ⅷ-2 食肉関連情報が食肉イメージに与える影響力



今回対象としている食肉関連情報のイメージについて、「報道を聞く前」、「報道を聞いた直後」、「現在」のそれぞれごとに「極めて良いイメージ」に (+2)、「やや良いイメージ」に (+1)、「どちらとも言えない」に (0)、「やや悪いイメージ」に (-1)、「極めて悪いイメージ」に (-2) の値を乗じて平均 (加重平均値) を算出したものが「図表Ⅷ-2」である。

「中国製冷凍餃子」や「米国産牛肉」は、「報道前」の段階で既にマイナス評価となっている。これは、今回対象とする報道の前の時点での報道の、マイナスのインパクトが極めて高かった、もしくは、関連する各種報道がマイナスのイメージを持続させていたためであることが想定される。一方、鳥インフルエンザに関する「鶏肉」については、「報道前」の段階ではプラスの状況にある。今回対象とする報道の前の時点での報道の、マイナスのインパクトが低かった、もしくは、関連する各種報道があまりマイナスのイメージを持続させなかったためであることが想定される。

いずれの報道も、報道直後に最悪のイメージとなり、その後、持ち直すという推移になっている。

認知度が高い報道ほど、報道直後のマイナスイメージが悪くなっていることがわかる。

図表Ⅷ-3 食肉イメージの報道インパクトと持ち直しスピード

	報道インパクト	持ち直しスピード
中国製冷凍餃子	-1.36	0.14
米国産牛肉	-1.19	0.26
鶏肉	-1.07	0.34

「報道直後」から「報道前」を引いた値を、「報道インパクト」と定義し、「現在」から「報道直後」を引いた値を「持ち直しスピード」と定義した場合の、それぞれの数値を「図表Ⅷ-3」に示す。

この表を見ると、認知度が高い報道ほど、報道インパクトのマイナスの度合いが高くなり、認知度が低くなると、与えるマイナスの影響も小さくなっていることがわかる。

また、認知度が高い報道ほど、持ち直しスピードが遅く、認知度が低くなると、持ち直しスピードが速くなっている。

3. 2. 食肉関連報道が食肉イメージに与える影響力の年代別特徴

図表Ⅷ－4 食肉関連報道が食肉イメージに与える影響力の年代別特徴

	中国製冷凍餃子			米国産牛肉			鶏肉		
	報道前	報道直後	現在	報道前	報道直後	現在	報道前	報道直後	現在
10代	-0.31	-1.45	-1.16	-0.17	-1.22	-0.91	0.23	-0.63	-0.36
20代	-0.38	-1.68	-1.45	-0.13	-1.35	-0.97	0.56	-0.68	-0.20
30代	-0.40	-1.75	-1.63	-0.27	-1.49	-1.22	0.42	-0.67	-0.34
40代	-0.33	-1.83	-1.68	-0.34	-1.58	-1.29	0.35	-0.67	-0.31
50代	-0.41	-1.81	-1.71	-0.38	-1.54	-1.33	0.20	-0.84	-0.55
60歳以上	-0.49	-1.79	-1.75	-0.37	-1.59	-1.43	0.16	-0.96	-0.66

	中国製冷凍餃子		米国産牛肉		鶏肉	
	報道インパクト	持ち直しスピード	報道インパクト	持ち直しスピード	報道インパクト	持ち直しスピード
10代	-1.14	0.29	-1.05	0.31	-0.86	0.27
20代	-1.30	0.23	-1.21	0.38	-1.24	0.48
30代	-1.36	0.13	-1.22	0.27	-1.09	0.33
40代	-1.50	0.14	-1.24	0.28	-1.02	0.36
50代	-1.40	0.10	-1.15	0.21	-1.04	0.29
60歳以上	-1.31	0.04	-1.23	0.16	-1.12	0.30

総じて、若年者層、特に「10代」は報道の段階に関わらず、食肉イメージが相対的に良い。このことは、若年者層は、これらの報道から食肉に対して悪いイメージを受けにくい、もしくは関心が低いことを示しているものと考えることができる。

一方、高齢者層、特に「60歳以上」は、若年者層とは正反対に、報道のどの段階にも関わらず、食肉イメージが相対的に悪い。このことは、高齢者層は、これらの報道から食肉に対して悪いイメージを受けやすい、もしくは関心が高いことを示しているものと考えることができる。高齢者層は、IV章においても、健康に対する関心の高さが示されたことから、この結果は納得的である。

また、「10代」は「報道インパクト」が低く、「持ち直しスピード」が速い傾向にあり、関心の低さを示していることが想定される。

「40代」が「中国製冷凍餃子」と「米国産牛肉」において「報道インパクト」が最も高かったことが特徴的であった。

「60歳以上」は総じて「報道インパクト」が高めで、「持ち直しスピード」が遅めであった。

3. 3. 食肉関連報道が食肉イメージに与える影響力の地域別特徴

図表Ⅷ-5 食肉関連報道が食肉イメージに与える影響力の地域別特徴

	中国製冷凍餃子			米国産牛肉			鶏肉		
	報道前	報道直後	現在	報道前	報道直後	現在	報道前	報道直後	現在
北海道	-0.48	-1.68	-1.56	-0.26	-1.37	-1.10	0.42	-0.52	-0.23
東北	-0.42	-1.75	-1.57	-0.31	-1.47	-1.21	0.46	-0.58	-0.27
関東	-0.46	-1.76	-1.62	-0.31	-1.51	-1.21	0.31	-0.86	-0.42
北陸	-0.35	-1.76	-1.60	-0.32	-1.53	-1.24	0.36	-0.69	-0.41
東海	-0.30	-1.79	-1.61	-0.32	-1.56	-1.29	0.33	-0.88	-0.56
近畿	-0.41	-1.77	-1.57	-0.23	-1.51	-1.24	0.34	-0.83	-0.43
中国	-0.40	-1.71	-1.56	-0.29	-1.45	-1.14	0.20	-0.77	-0.44
四国	-0.33	-1.69	-1.58	-0.33	-1.53	-1.28	0.27	-0.80	-0.44
九州	-0.33	-1.78	-1.69	-0.38	-1.53	-1.33	0.26	-0.78	-0.48
沖縄	-0.42	-1.77	-1.67	-0.19	-1.42	-1.24	0.26	-0.77	-0.43

	中国製冷凍餃子		米国産牛肉		鶏肉	
	報道インパクト	持ち直しスピード	報道インパクト	持ち直しスピード	報道インパクト	持ち直しスピード
北海道	-1.21	0.12	-1.11	0.26	-0.94	0.28
東北	-1.34	0.18	-1.17	0.26	-1.04	0.31
関東	-1.30	0.15	-1.20	0.30	-1.17	0.44
北陸	-1.41	0.16	-1.21	0.29	-1.05	0.28
東海	-1.49	0.17	-1.24	0.28	-1.21	0.32
近畿	-1.36	0.20	-1.28	0.27	-1.16	0.39
中国	-1.31	0.15	-1.16	0.31	-0.97	0.33
四国	-1.36	0.11	-1.20	0.25	-1.07	0.36
九州	-1.45	0.08	-1.15	0.20	-1.05	0.30
沖縄	-1.35	0.10	-1.23	0.17	-1.02	0.34

総じて、「北海道」は、「報道直後」および「現在」の食肉イメージが、他の地域に比べ、相対的に良い。報道による影響を受けにくい、もしくは無関心であることが想定された。

一方、「東海」は、「報道直後」の段階で、全ての報道について、食肉イメージが他の地域と比較し、最悪になっている。報道による影響を受けやすい、もしくは食肉に関する報道の関心が高いことが想定された。

「報道インパクト」を見ると、上記傾向を裏付けるように、「北海道」のインパクトが最も小さく、「東海」のインパクトが大きめになる傾向が見られた。

「持ち直しスピード」は「東海」、「近畿」がやや速めで、「九州」、「沖縄」がやや遅めであった。

3. 4. 食肉関連報道が食肉イメージに与える影響力の世帯年収別特徴

図表Ⅷ-6 食肉関連報道が食肉イメージに与える影響力の世帯年収別特徴

	中国製冷凍餃子			米国産牛肉			鶏肉		
	報道前	報道直後	現在	報道前	報道直後	現在	報道前	報道直後	現在
300万円未満	-0.39	-1.67	-1.54	-0.28	-1.43	-1.21	0.24	-0.73	-0.46
300～499万円	-0.38	-1.75	-1.57	-0.26	-1.47	-1.18	0.39	-0.72	-0.33
500～699万円	-0.35	-1.76	-1.63	-0.28	-1.49	-1.22	0.33	-0.78	-0.41
700～999万円	-0.34	-1.79	-1.65	-0.31	-1.57	-1.29	0.35	-0.74	-0.43
1,000万円以上	-0.59	-1.81	-1.68	-0.44	-1.53	-1.31	0.24	-0.80	-0.50
未回答	0.50	-1.50	-1.50	1.00	-1.00	-1.00	0.50	-1.00	0.00

	中国製冷凍餃子		米国産牛肉		鶏肉	
	報道インパクト	持ち直しスピード	報道インパクト	持ち直しスピード	報道インパクト	持ち直しスピード
300万円未満	-1.28	0.13	-1.15	0.22	-0.97	0.27
300～499万円	-1.36	0.17	-1.21	0.29	-1.10	0.39
500～699万円	-1.40	0.13	-1.20	0.27	-1.12	0.38
700～999万円	-1.45	0.14	-1.26	0.28	-1.09	0.31
1,000万円以上	-1.22	0.13	-1.10	0.23	-1.04	0.30
未回答	-2.00	0.00	-2.00	0.00	-1.50	1.00

総じて、年収 500 万円未満の層は、報道のどの段階においても、食肉イメージが他の年収層に比べ、相対的に良かった。報道による影響を受けにくい、もしくは無関心であることが想定された。

一方、「1,000 万円以上」世帯は、上記とは反対に、報道のどの段階においても、ほとんどの食肉イメージが他の年収層と比較し、悪くなっている。報道による影響を受けやすい、もしくは食肉に関する報道の関心が高いことが想定された。

「報道インパクト」を見ると、「700～999 万円」世帯のインパクトが相対的に大きく、「1,000 万円以上」世帯のインパクトが相対的に大きかった。隣り合っている年収世帯にも関わらず、インパクトの大きさが正反対になっている点が特徴的であった。

「持ち直しスピード」は「300 万円未満」世帯のスピードが相対的に遅く、「300～499 万円」世帯のスピードが相対的に速かった。ここも隣り合う年収世帯であり、特徴的な傾向となった。

3. 5. 食肉関連報道が食肉イメージに与える影響力の世帯構成別特徴

図表Ⅷー7 食肉関連報道が食肉イメージに与える影響力の世帯構成別特徴

	中国製冷凍餃子			米国産牛肉			鶏肉		
	報道前	報道直後	現在	報道前	報道直後	現在	報道前	報道直後	現在
子供が小学生以下の世帯	-0.38	-1.74	-1.60	-0.32	-1.52	-1.24	0.37	-0.69	-0.35
成長期の子供がいる世帯	-0.31	-1.68	-1.47	-0.25	-1.45	-1.16	0.33	-0.67	-0.35
20歳代の成人がいる世帯	-0.41	-1.73	-1.56	-0.25	-1.44	-1.12	0.41	-0.78	-0.37
子供がいない世帯	-0.41	-1.80	-1.72	-0.34	-1.53	-1.32	0.27	-0.78	-0.45
高齢者のみの世帯	-0.53	-1.84	-1.85	-0.43	-1.59	-1.51	0.03	-0.94	-0.72

	中国製冷凍餃子		米国産牛肉		鶏肉	
	報道インパクト	持ち直しスピード	報道インパクト	持ち直しスピード	報道インパクト	持ち直しスピード
子供が小学生以下の世帯	-1.36	0.14	-1.20	0.28	-1.06	0.34
成長期の子供がいる世帯	-1.37	0.21	-1.20	0.29	-1.00	0.32
20歳代の成人がいる世帯	-1.32	0.16	-1.19	0.31	-1.19	0.40
子供がいない世帯	-1.39	0.09	-1.20	0.22	-1.05	0.32
高齢者のみの世帯	-1.30	-0.01	-1.17	0.08	-0.97	0.23

総じて、「成長期の子供がいる世帯」は、報道のどの段階においても、食肉イメージが他の世帯構成層に比べ、相対的に良かった。また、「米国産牛肉」については、「20歳代の成人がいる世帯」が報道のどの段階でも食肉イメージが良かった。いずれも、報道による影響を受けにくい、もしくは無関心であることが想定された。

一方、「高齢者のみの世帯」は、全ての報道段階、報道種類において、食肉イメージが最悪となった。報道による影響を受けやすい、もしくは食肉に関する報道の関心が高いことが想定された。このことは年齢別特徴とも合致する。

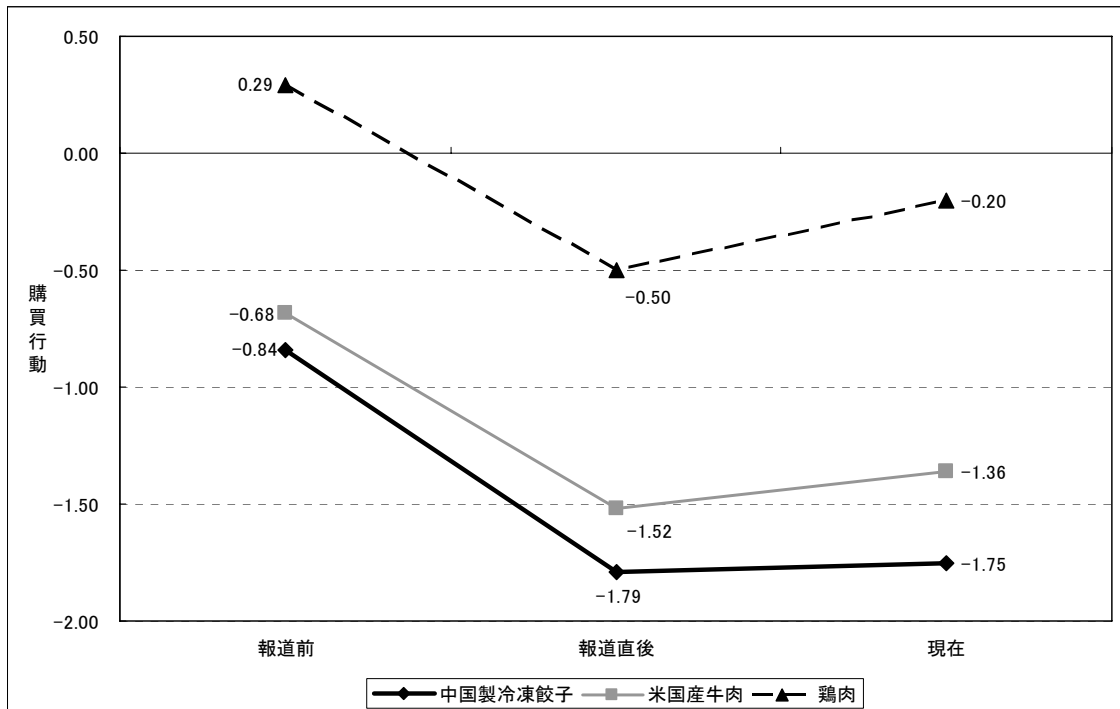
「報道インパクト」を見ると、「高齢者のみの世帯」のインパクトが小さく、それ以外の世帯との間に格差が見られる。おそらくは、もともとのイメージが悪かったため、報道で急激に落ちなかったものと考えられる。

「持ち直しスピード」も、「高齢者のみの世帯」のスピードが遅く、他の世帯との間に格差があった。「高齢者のみの世帯」では、最悪になった食肉のイメージを、その後も持続して悪いイメージを抱き続けることを示している。

4. 食肉関連情報が食肉購買行動に与える影響力

4. 1. 食肉関連情報が食肉購買行動に与える影響力

図表Ⅷ－8 食肉関連情報が食肉購買行動に与える影響力



今回対象としている食肉関連情報の食肉購買行動について、「報道を聞く前」、「報道を聞いた直後」、「現在」のそれぞれごとに「好んで買う」に(+2)、「やや好んで買う」に(+1)、「どちらとも言えない」に(0)、「あまり買わない」に(-1)、「全く買わない」に(-2)の値を乗じて平均(加重平均値)を算出したものが「図表Ⅷ－8」である。

ここでも、食肉イメージ同様、いずれも、報道直後に最悪の購買状況となり、じきに持ち直している。

食肉購買行動についても、食肉イメージ同様、「報道インパクト」と「持ち直しスピード」を算出したものを、「図表Ⅷ－9」に示す。

図表Ⅷ－9 食肉購買行動の報道インパクトと持ち直しスピード

	報道インパクト	持ち直しスピード
中国製冷凍餃子	-0.95	0.04
米国産牛肉	-0.84	0.16
鶏肉	-0.79	0.30

食肉イメージ同様、認知度が高い報道ほど、報道インパクトのマイナスの度合いが高くなり、認知度が低くなると、与えるマイナスの影響も小さくなっていることがわかる。

また、認知度が高い報道ほど、持ち直しスピードが遅く、認知度が低くなると、持ち直しスピードが速くなっている点も食肉イメージ同様である。

食肉イメージと食肉購買行動を比較すると、食肉購買行動の方が、「報道インパクト」は小さく、「持ち直しスピード」は遅くなっていることが特徴的である。このことは、消費者は、報道を聞いても、イメージほど購買行動が悪くなりはないが、一度悪くなった購買行動はイメージよりも、戻りにくいということを示している。「中国製冷凍餃子」については、「報道直後」と「現在」とで、ほとんど値に変化がない。

4. 2. 食肉関連報道が食肉購買行動に与える影響力の年代別特徴

図表Ⅷ－10 食肉関連報道が食肉購買行動に与える影響力の年代別特徴

	中国製冷凍餃子			米国産牛肉			鶏肉		
	報道前	報道直後	現在	報道前	報道直後	現在	報道前	報道直後	現在
10代	-0.59	-1.40	-1.35	-0.37	-1.06	-0.91	0.24	-0.32	-0.14
20代	-0.83	-1.76	-1.70	-0.56	-1.37	-1.18	0.44	-0.41	-0.01
30代	-0.82	-1.81	-1.78	-0.62	-1.54	-1.36	0.54	-0.33	-0.05
40代	-0.82	-1.86	-1.83	-0.66	-1.62	-1.43	0.39	-0.42	-0.07
50代	-0.85	-1.89	-1.85	-0.83	-1.62	-1.48	0.12	-0.63	-0.36
60歳以上	-1.05	-1.83	-1.79	-0.88	-1.64	-1.53	-0.03	-0.83	-0.56

	中国製冷凍餃子		米国産牛肉		鶏肉	
	報道インパクト	持ち直しスピード	報道インパクト	持ち直しスピード	報道インパクト	持ち直しスピード
10代	-0.81	0.05	-0.69	0.15	-0.56	0.18
20代	-0.93	0.06	-0.80	0.19	-0.85	0.40
30代	-1.00	0.04	-0.92	0.19	-0.87	0.28
40代	-1.04	0.02	-0.96	0.19	-0.81	0.35
50代	-1.04	0.04	-0.79	0.14	-0.75	0.27
60歳以上	-0.78	0.04	-0.76	0.10	-0.80	0.27

食肉イメージ同様、「10代」の食肉購買行動が、どの報道段階、どの報道種類においても、他の年代と比較すると、該当食肉の購買に肯定的である。他の年代より報道が購買行動に及ぼすマイナスの影響が弱いことが想定された。

一方、「60歳以上」については、「10代」とは逆に、どの報道段階、どの報道種類においても、他の年代と比較して、該当食肉の購買に否定的であった。他の年代より報道が購買行動に及ぼすマイナスの影響が強いことが想定された。

総じて、年齢の上昇とともに、報道に関与した食肉の購買に否定的になる傾向があることが想定された。

「報道インパクト」も食肉イメージ同様、「40代」において比較的高くなっている点が特徴的であった。

「持ち直しスピード」は年代によるばらつきが小さく、特徴的な傾向は見られなかった。特に「中国製冷凍餃子」は年代に関わらず、「持ち直しスピード」が極めて遅くなっている。

4. 3. 食肉関連報道が食肉購買行動に与える影響力の地域別特徴

図表Ⅷ－11 食肉関連報道が食肉購買行動に与える影響力の地域別特徴

	中国製冷凍餃子			米国産牛肉			鶏肉		
	報道前	報道直後	現在	報道前	報道直後	現在	報道前	報道直後	現在
北海道	-0.97	-1.78	-1.75	-0.72	-1.44	-1.23	0.62	-0.08	0.20
東北	-0.89	-1.79	-1.75	-0.61	-1.50	-1.27	0.48	-0.34	-0.06
関東	-1.00	-1.82	-1.76	-0.62	-1.56	-1.32	0.30	-0.59	-0.15
北陸	-0.76	-1.85	-1.76	-0.66	-1.58	-1.37	0.38	-0.48	-0.22
東海	-0.88	-1.81	-1.76	-0.66	-1.55	-1.41	0.28	-0.65	-0.29
近畿	-0.90	-1.79	-1.74	-0.74	-1.57	-1.44	0.32	-0.64	-0.25
中国	-0.71	-1.73	-1.69	-0.73	-1.46	-1.36	0.12	-0.54	-0.30
四国	-0.72	-1.73	-1.73	-0.81	-1.60	-1.46	0.19	-0.52	-0.26
九州	-0.77	-1.80	-1.76	-0.76	-1.52	-1.39	0.13	-0.52	-0.26
沖縄	-0.82	-1.81	-1.80	-0.53	-1.42	-1.34	0.09	-0.64	-0.43

	中国製冷凍餃子		米国産牛肉		鶏肉	
	報道インパクト	持ち直しスピード	報道インパクト	持ち直しスピード	報道インパクト	持ち直しスピード
北海道	-0.81	0.03	-0.72	0.22	-0.69	0.28
東北	-0.90	0.04	-0.89	0.23	-0.83	0.28
関東	-0.81	0.05	-0.94	0.24	-0.89	0.43
北陸	-1.09	0.10	-0.92	0.21	-0.86	0.26
東海	-0.94	0.05	-0.89	0.14	-0.92	0.36
近畿	-0.89	0.05	-0.84	0.13	-0.95	0.39
中国	-1.02	0.04	-0.73	0.10	-0.66	0.23
四国	-1.01	0.00	-0.79	0.13	-0.71	0.26
九州	-1.03	0.04	-0.76	0.13	-0.65	0.26
沖縄	-1.00	0.01	-0.89	0.09	-0.73	0.21

報道種類によって地域差が見られた。「中国製冷凍餃子」は、どの報道段階においても、該当食肉の購買に対して、「中国」が比較的肯定的であった。「米国産牛肉」については、どの報道段階においても、該当食肉の購買に対して、「四国」が比較的否定的であった。「鶏肉」については、どの報道段階においても、該当食に項の購買に対して、「北海道」が比較的肯定的であった。

「報道インパクト」は「北海道」がやや低く、「北海道」の人は報道が購買に及ぼす影響が弱いものと考えられる。

「持ち直しスピード」は「関東」がやや速く、「沖縄」がやや遅めであった。

4. 4. 食肉関連報道が食肉購買行動に与える影響力の世帯年収別特徴

図表Ⅷ－12 食肉関連報道が食肉購買行動に与える影響力の世帯年収別特徴

	中国製冷凍餃子			米国産牛肉			鶏肉		
	報道前	報道直後	現在	報道前	報道直後	現在	報道前	報道直後	現在
300万円未満	-0.78	-1.72	-1.68	-0.63	-1.43	-1.33	0.17	-0.51	-0.25
300～499万円	-0.81	-1.81	-1.77	-0.63	-1.47	-1.30	0.33	-0.46	-0.18
500～699万円	-0.89	-1.79	-1.76	-0.69	-1.55	-1.35	0.31	-0.51	-0.16
700～999万円	-0.78	-1.82	-1.77	-0.72	-1.65	-1.48	0.37	-0.46	-0.17
1,000万円以上	-1.05	-1.86	-1.79	-0.88	-1.55	-1.39	0.22	-0.65	-0.31
未回答	-0.50	-1.00	-1.00	1.00	-1.50	-1.00	1.00	-0.50	0.50

	中国製冷凍餃子		米国産牛肉		鶏肉	
	報道インパクト	持ち直しスピード	報道インパクト	持ち直しスピード	報道インパクト	持ち直しスピード
300万円未満	-0.94	0.04	-0.80	0.10	-0.67	0.25
300～499万円	-1.00	0.04	-0.83	0.16	-0.79	0.28
500～699万円	-0.90	0.03	-0.86	0.20	-0.82	0.35
700～999万円	-1.04	0.05	-0.93	0.17	-0.83	0.29
1,000万円以上	-0.81	0.07	-0.68	0.16	-0.87	0.34
未回答	-0.50	0.00	-2.50	0.50	-1.50	1.00

「300万円未満」世帯が、報道のどの段階、どの報道種類においても、相対的に該当食肉に対する購買に、肯定的であった。

「中国製冷凍餃子」と「鶏肉」については、「1,000万円以上」世帯が、「米国産牛肉」については「700～999万円」世帯が、購買に対して比較的否定的であった。

総じて、所得が高まると、報道に関与した食肉の購買に対して否定的な意見が多くなる傾向にある。

「報道インパクト」については、「1,000万円以上」世帯が、「中国製冷凍餃子」、「米国産牛肉」においては最もインパクトが小さく、「鶏肉」については最もインパクトが大きくなった。

「持ち直しスピード」は、「500～699万円」世帯が「中国製冷凍餃子」については最も遅く、「米国産牛肉」、「鶏肉」については最も速くなった。

4. 5. 食肉関連報道が食肉購買行動に与える影響力の世帯構成別特徴

図表Ⅷ－13 食肉関連報道が食肉購買行動に与える影響力の世帯構成別特徴

	中国製冷凍餃子			米国産牛肉			鶏肉		
	報道前	報道直後	現在	報道前	報道直後	現在	報道前	報道直後	現在
子供が小学生以下の世帯	-0.82	-1.80	-1.77	-0.67	-1.55	-1.39	0.41	-0.42	-0.13
成長期の子供がいる世帯	-0.71	-1.70	-1.66	-0.57	-1.44	-1.24	0.34	-0.40	-0.10
20歳代の成人がいる世帯	-0.84	-1.80	-1.74	-0.66	-1.47	-1.29	0.34	-0.48	-0.16
子供がいない世帯	-0.89	-1.86	-1.81	-0.72	-1.58	-1.46	0.24	-0.55	-0.25
高齢者のみの世帯	-1.22	-1.88	-1.84	-1.08	-1.71	-1.61	-0.16	-0.92	-0.71

	中国製冷凍餃子		米国産牛肉		鶏肉	
	報道インパクト	持ち直しスピード	報道インパクト	持ち直しスピード	報道インパクト	持ち直しスピード
子供が小学生以下の世帯	-0.98	0.03	-0.89	0.16	-0.82	0.28
成長期の子供がいる世帯	-0.99	0.04	-0.87	0.20	-0.74	0.30
20歳代の成人がいる世帯	-0.96	0.05	-0.81	0.18	-0.83	0.33
子供がいない世帯	-0.97	0.05	-0.86	0.12	-0.79	0.30
高齢者のみの世帯	-0.66	0.03	-0.63	0.10	-0.76	0.21

「成長期の子供がいる世帯」が、報道のどの段階、どの報道種類においても、相対的に該当食肉に対する購買に、肯定的であった。

一方、「高齢者のみの世帯」については、全ての報道段階、報道種類において、他の世帯構成層と比較して、該当食肉に対する購買に最も否定的であった。

「報道インパクト」については、「子供が小学生以下の世帯」が、比較的インパクトが大きく、「高齢者のみの世帯」で、比較的インパクトが小さくなっている。

「持ち直しスピード」は、「高齢者のみの世帯」が最も遅く、「20歳代の成人がいる世帯」で、比較的速かった。