

20003/8/7

中村委員メモ

『リスク・コミュニケーション』について

1. 位置づけ

リスクアナリシスを円滑に進めるための要素

- (1) リスク・アセスメント（評価） (2) リスク・マネージメント（管理）
- (3) リスク・コミュニケーション

アセスメントとマネージメントは分離して進められている国（カナダ、ドイツ）と同一の省庁内で行われている国（アメリカ）とある。

どちらにしても、お互いの情報交流は必要。

カナダ：リスク・アセスメント - 保健省。マネージメント - 食品検査庁。

ドイツ：アセスメント - 連邦リスク・アセスメント研究所
(リスク・コミュニケーションも行う)

マネージメント - 連邦消費者保護食品安全庁。

2. 目的

生産者、消費者、食品取り扱い業者、行政組織などが、相互に情報と意見を交換する過程を通じて、関係者全員が食品の安全性に関する問題や対策について理解を深めることを目的とする。

このことがリスクを少なくする要因となる。

3. 食品のリスク・コミュニケーションにおいて留意すべき点

- (1) 消費者は、意図しなかったもの、個人的な予防措置では免れがたいもの、馴染みのないもの、人為的なものが原因であるものなどのリスクについては、科学者が考えるリスクより大きいと受け止める。

また、消費者の意識と、科学者の客観的な見解とは必ずしも一致しない。ここに情報ギャップが生じてしまう。

- (2) 消費者は、食事について普通安全性を侵すような事態が発生していない限りは、特に危険とは認識していないが、一般に食品のリスクには敏感である。いったん食品の安全性に関する懸念が生じると、短時間では回復しがたい心理状態となる。（BSE発生と牛肉消費との関係）

4. リスク・コミュニケーションを進める上での課題

- (1) 事前の準備として、危機に際しての対応マニュアルを作っておく。そして、このマニュアルを公開する。
- (2) リスク評価をする過程で、消費者、生産者、食品取り扱い業者、科学者、専門家グループに情報を流し、合意形成を計る。

(専門調査会)

情報を流す場合には、極力専門的で難解な用語を避け、できるだけ分かりやすいメッセージとすることが重要。

安全性確保のための政策決定にあたって、管理部門と緊密な情報交換を行う。

- (3) パブリックコメントの実施に当たっては、案件を単にホームページに公開するだけではなく、利害や関心を持っているグループに対して通知する。論点を整理して意見を求めることが重要。また、出された意見がどのように政策に反映されたかを明らかにする。

もちろん、日常的にホームページに情報を公開しておくことは当然。

- (4) 調整役の育成が必要。食品の安全性について、利害や関心のあるグループの意見の調整を専門とする人物（ファシリテーター調整役）を育成すること。

(リスクコミュニケーション官)

- (5) 消費者のための窓口を設けること。

(食の安全ダイヤル)

- (6) 関係機関の間で、情報を共有し、必要な調整を行うための協議会を設立する必要がある。食品安全委員会、厚生労働省、農林水産省などの関係省庁、それに研究機関を含めた協議会（コンソーシアム）である。
- (7) 食育を進める中で、食品の安全性の確保に係るリスク・コミュニケーションをどう位置づけるか。
- (8) メディアに対しては、全ての情報公開が原則。対策がまとまっていない段階でもここまでは出来た、次の目標はここまで、といった公開の仕方が大切。

また、日頃からメディアのいろいろな部門との交流、意見交換の場を設けておくことが必要。

最近よく言われるフード・チェーンのなかで、構成要素が常に緊張を維持していくことは難しい。その隙間を埋め、情報を流しながらリスクを意識してもらう役割が、リスク・コミュニケーションか？