

No.8	調査課題名：食品の安全性に係るリスクコミュニケーションに関する調査					
調査目的	国内外におけるリスクコミュニケーションの詳細な事例把握等による知識情報等の蓄積、リスクコミュニケーションの効果の評価、情報発信態勢の評価、消費者意識の把握を行うことを目的として実施する。					
その他	進捗状況 (<input type="checkbox"/> で表示)	契約手続き準備中 ・ 企画競争 公告中 ・ 調査実施中 ・ <input checked="" type="checkbox"/> 調査終了				
	公告日	H18. 4. 27	契約締結日	H18. 5. 17	履行期限	H19. 3. 30
	調査実施機関	株式会社 三菱総合研究所				
	契約金額	31,854,940円				
	仕様書 (調査内容の詳細)	別紙のとおり				

食品の安全性に係るリスクコミュニケーションに関する調査
仕様書

1. 調査の目的

食品安全委員会は、食品に関してリスク評価を行い、その際に、リスクコミュニケーションを行うことを主要な任務としており、信頼される食品安全行政を確立し、我が国のリスクコミュニケーションに関する取組を一層推進していくためには、食品安全分野のリスクコミュニケーションの進め方を検討し、その手法を開発する必要がある。

本調査は、そのような検討の場であるリスクコミュニケーション専門調査会における検討材料を収集するため、国内外におけるリスクコミュニケーションの詳細な事例把握等による知識情報等の蓄積、リスクコミュニケーションの効果の評価、情報発信態勢の評価、消費者意識の把握を行うことを目的とする。

2. 調査項目

① 諸外国のリスクコミュニケーション手法に係る調査

- ・ 具体的には、現地でのヒアリング調査と、日本でのワークショップ開催に分かれる。
- ・ 公開資料を中心に、英国・フランス・ドイツなどのEU加盟国の他、食品の安全性について我が国との関係が深い諸国（米国、カナダ、韓国等）を対象として、調査時点において特に調査が必要と考えられる国を、最低3カ国選ぶ。
- ・ 各国の食品安全関連の政府機関について、各組織のマスメディア対応業務の概要、組織、対応態勢（通常時の調査分析及び緊急時対応）、予算配分、食品関連危害要因報道への主たる対応事例を調査する。
- ・ 特に、マスメディア対応担当者の育成・教育に係る態勢・プログラムを調査する。

② 食品安全委員会のリスクコミュニケーション手法の評価・改善

- ・ 具体的には、「フォーカス・グループ・インタビュー」と「市民パネル（コンセンサス会議）」を、試験的に実施し、その導入効果等を評価する。
- ・ 食品安全委員会が取り組むリスクコミュニケーションについて、第三者的な検討会を組織し、食品安全委員会が行うリスクコミュニケーションが置かれている環境等を踏まえて、より効果的・効率的なリスクコミュニケーションを実施する観点から、既存のリスクコミュニケーション手法の評価、効果的なモデル事例とその導入に係る有効性評価について検討を行う。
- ・ 評価結果は、リスクコミュニケーション専門調査会での検討材料とするとともに、今後のリスクコミュニケーションの企画・実施に向けた基礎資料とする。

③ マスメディアを通じた情報発信態勢の強化・改善に係る調査

- ・ 具体的には、当委員会委員等を対象に、いわゆる「メディア・トレーニング」を実施する。
- ・ 食品安全委員会が実施するリスクコミュニケーションにおける情報発信態勢を強化・改善する観点から、有識者による検討会を設置し、その情報発信手法・態勢の有効性・改善すべきポイントについて評価・検討を行う。
- ・ 評価結果を踏まえ、メディア・トレーニングの導入有効性を評価するテストを実施し、その導入に係る有効性評価について検討を行うとともに、メディア・トレーニングの導入を中心に、今後の食品安全委員会が実施する食品安全に係る情報発信への提言を取りまとめる。

④ マスメディア報道とその影響分析に係る調査

- ・食品安全委員会の発信情報について、マスメディアによる伝達実態と、消費者による受け止められ方の実態のそれぞれをより適時適切に把握するべく、いわゆる「メディアカバー分析」の導入テストを実施して、有効性を評価する。
- ・17、18年度の食品安全委員会からの食品健康影響評価事例から、5事例程度を選び、その報道ぶりの実態を調査する。
- ・また、各報道内容について、評価書の内容と比較し、どのように解釈されたかを、その背景を含めて分析する。
- ・加えて、上記の食品健康影響評価事例のうち広汎に報道されたものについて、読者・視聴者にどのように受け止められたかを、フォーカス・グループ・インタビューやそれらの報道に基づく2次的な公表資料、公的機関への相談内容等を基に分析する。
- ・上記の分析手法・分析結果に基づいて、食品安全委員会における日常的な「メディアカバー分析」の実施について、必要条件や注意点を評価し、取りまとめる。

⑤ 消費者の意識調査

我が国における食品の安全性に関する消費者意識を機動的に把握するため、国民の関心の高い対象や食品健康影響評価を行った個別テーマについてインターネットを通じた意識調査を行い、リスクコミュニケーションの効果並びに今後の方向性への指標とする観点から、同分野の世論調査結果等と比較して、調査の信憑性等を統計的に検討し、結果を取りまとめる。

3. 調査方法

次の①～⑤の事項について調査し、それぞれを報告書の各章にまとめた上で、最終章では、各調査結果を踏まえ、食品安全委員会が行うリスクコミュニケーション全体の効果的・効率的な実施の観点から、総合的な考察・提言を行う。

① 諸外国のリスクコミュニケーション手法に係る調査

(1) 欧米諸国の食品安全関連機関におけるマスメディア対応に関するヒアリング等

本調査においては、ウェブサイト、刊行資料、発表資料等の公開資料を基にして、それらを翻訳・整理した上で、対象各国の食品安全関連機関のマスメディア対応業務態勢や直近の対応事例について情報収集・分析を行い、各国各機関へのヒアリングを行った上で、調査報告書として取りまとめ、提出する。ただし、これら以外に調査内容として適当と考えられる内容があれば、受託者（契約の相手方）から提案し、調査内容への取り込みについては、内閣府食品安全委員会事務局担当官と協議することとする。

(調査項目・要件)

1) 対象国における食品安全関連機関を特定

2) 上記1) で特定された機関について以下の事項を調査

- ・マスメディア対応部署・担当者の構成、人員配置、予算配分（媒体別・業務内容別に調査分析）
- ・当該部署・担当者の設置時期・変遷
- ・近年のマスメディア対応に係る主要な取組、公表資料（特に、メディア報道に対する事前・事後の対応事例を調査分析）
- ・マスメディア対応担当者の育成・教育（プログラム、期間、手法等）

(2) 欧米諸国から有識者等を招いて国際ワークショップの運営、提言等の取りまとめ

カナダ、オランダなど、食品安全委員会との連携実績のある諸国から2カ国以上を選択し、リスクコミュニケーションの実務経験を有する有識者を日本に招聘し、国内3日間の日程で、日本及び招聘国の食品安全に係るリスクコミュニケーションの現状・課題等について意見交換を実施するため、次の事項を実施する。

(調査項目・要件)

- ・国際ワークショップの開催（東京都内）及び最終的な提言の取りまとめ作業
- ・参加各国との連絡調整業務（資料送付等を含む）
- ・参加者の招聘に係る業務（訪日から離日までの関連業務一般）

② 食品安全委員会のリスクコミュニケーション手法の評価・改善

本調査においては、食品安全委員会が実施したリスクコミュニケーションについて、その手法の有効性・改善を要するポイントを抽出するとともに、今後実施するリスクコミュニケーション手法として、「フォーカス・グループ・インタビュー」及び「市民パネル（コンセンサス会議）」をモデル事例として取り上げ、その導入有効性を、評価検討会により評価し、今後のリスクコミュニケーション手法への提言を報告書に取りまとめる。

(調査項目・要件)

1) リスクコミュニケーション手法評価検討会設置

- ・有識者4名以上の委員からなる「リスクコミュニケーション手法評価検討会」を設置すること。
- ・委員選定に当たっては、リスクコミュニケーション（特にフォーカス・グループ・インタビュー）の開催・参加実績を有すること以外は、幅広い分野から選抜すること。

2) フォーカス・グループ・インタビュー及び市民パネルに係る評価項目作成

- ・「リスクコミュニケーション手法評価検討会」において、食品安全委員会が実施したリスクコミュニケーションについて、その手法の有効性・改善すべきポイントを、特に「対象を絞り込んだリスクコミュニケーションの実施」を中心に抽出し、評価項目・評価基準を作成して評価を実施する。
- ・「リスクコミュニケーション手法評価検討会」において、市民パネルと専門家パネルによるコンセンサス会議の導入有効性について、評価項目・評価基準を作成して評価を実施する。
- ・上記評価結果を基に、フォーカス・グループ・インタビュー及び市民パネルの導入有効性を評価する実施テストを計画し、テストの評価項目・評価基準を作成する。
- ・評価基準の作成に当たっては、フォーカス・グループ・インタビュー、市民パネルといった各手法単体の評価軸だけでなく、今後の食品安全委員会のリスクコミュニケーションの中での利活用の可能性や位置付けも評価軸として加えること。

3) フォーカス・グループ・インタビュー及び市民パネルに係るテスト・評価の実施

- ・調査実施期間内に、フォーカス・グループ・インタビュー及び市民パネルについて、各2回以上、実施テストを開催し、評価項目・評価基準によって評価を行う。

4) 評価結果の取りまとめ

- ・フォーカス・グループ・インタビュー及び市民パネルのテスト実施ごとに、実施後、10日以内に予備的な評価結果を報告すること。また、2回目以降のテスト実施では、前回の予備評価結果を反映して、実施手法等を改善すること。

- ・ 最終報告として、各回の評価結果を取りまとめ、フォーカス・グループ・インタビュー及び市民パネルの導入及び今後のリスクコミュニケーションにおける量手法の利活用の可能性を中心に、今後の食品安全委員会が実施するリスクコミュニケーションへの提言を取りまとめる。

③ マスメディアを通じた情報発信態勢の強化・改善に係る調査

本調査においては、マスメディアを通じた情報発信態勢を強化・改善する観点から、「メディア・トレーニング」の導入についてテストを実施し、その有効性に係る評価を報告書に取りまとめる。

(調査項目・要件)

1) メディア・トレーニングに係る評価項目作成

- ・ 食品安全委員会が実施したリスクコミュニケーションについて、その情報発信手法・態勢の有効性・改善すべきポイントを、特に「マスメディアへのより適切な説明・対応」を中心に抽出し、評価項目・評価基準を作成して評価を実施する。
- ・ 上記評価結果を基に、食品安全委員会の情報発信業務へのメディア・トレーニングの導入有効性を評価する実施テストを計画し、テストの評価項目・評価基準を作成する。

2) メディア・トレーニングに係るテスト・評価の実施

- ・ 調査実施期間内に、メディア・トレーニングについて、3回以上実施テストを開催し、評価項目・評価基準によって評価を行う。

3) 評価結果の取りまとめ

- ・ メディア・トレーニングのテスト実施ごとに、実施後10日以内に、予備的な評価結果を報告すること。また、2回目以降のテスト実施では、前回の予備評価結果を反映して、実施手法等を改善すること
- ・ 最終報告として、各回の評価結果を取りまとめ、メディア・トレーニングの導入を中心に、今後の食品安全委員会が実施する食品安全に係る情報発信への提言を取りまとめる。

④ マスメディア報道とその影響分析に係る調査

本調査においては、当委員会からの発信情報について、マスメディアによる伝達実態と、消費者の受け止め方の実態への対応を強化・改善する観点から、食品安全委員会業務へのいわゆる「メディアカバー分析」について導入テストを実施し、その有効な実施手法と実施態勢の確立に向けたテスト評価を報告書に取りまとめる。

(調査項目・要件)

1) マスメディア報道とその影響分析に係る評価項目作成

- ・ 食品安全委員会の発信情報が、マスメディアによってどのように報道されたか、消費者はそれをどのように受け止めたか、それぞれの実態を把握する手法・態勢（いわゆる「メディア・カバー分析」の導入）について、今後整備すべきポイントを、特に「マスメディアを通じた正確な情報伝達の実現」の観点から抽出し、実現に向けた評価項目・評価基準を取りまとめる。
- ・ 上記評価ポイントを基に、食品安全委員会業務への「メディアカバー分析」の導入可能性・有効性を評価する実施テストを計画し、テストの評価項目・評価基準を作成する。

2) 「メディアカバー分析」に係るテスト・評価の実施

- ・ 調査実施期間内に、「メディアカバー分析」について、5回程度、実施テストを開催し、上記の評価項目・評価基準によって評価を取りまとめる。

- ・ 実施テスト対象としては、平成17年度の食品健康影響評価事例から、マスメディアに大きく取り上げられた1～2事例とあまり取り上げられなかった1事例を抽出するとともに、18年度中の食品健康影響評価事例から選んだ2事例程度についても実施する。
- ・ 報道ぶりの実態は、テレビ、新聞、雑誌、ネットなどでの報道ぶりについて情報収集・分析する。ただし、18年度事例への実施については機動的な対応を要する。
- ・ 各報道ぶりについては、その報道内容が、評価の情報を正確・適切に伝達しているかを分析する。
- ・ また、各報道ぶりのうち、大きく取り上げられた事例については、フォーカス・グループ・インタビュー等の手法を用いて、読者・視聴者の当該評価情報の受け止め方について、その時点・量・正確性を分析する。

3) 評価結果の取りまとめ

- ・ 「メディアカバー分析」の実施事例それぞれについて、予備的な評価結果を報告すること。また、17年度事例のテスト分析を先行実施して、18年度事例のテスト実施では、17年度事例での予備評価結果を反映して、実施手法等を改善すること。
- ・ 最終報告として、各事例の評価結果を取りまとめ、「メディアカバー分析」の導入について、その実施手法・態勢の必要条件や注意点を中心に、導入に向けた提言を取りまとめる。

⑤ 消費者の意識調査

本調査においては、世論調査のように消費者の意見・意識を効果的に把握し、食品安全委員会における食品健康影響評価等の進行に合わせて機動的に実施できるよう、以下の事項を満たすこと。

(調査項目・要件)

- 1) インターネットを通じたアンケートによる。
- 2) 対象者は、次の事項を満たすこと。
 - ・ 日本国在住の20歳以上の男女
 - ・ 20歳以上の国民を母集団として、性別、年齢、職業、居住地域を考慮に入れて、母集団をできるだけ精確に反映したサンプリングを行う。
 - ・ 本調査参加に当たって、参加者への特別なインセンティブ提供はできるだけ実施しない(本調査のみに関わらないものは除く)。
- 3) 実施頻度は、調査期間内に7回以上とし、実施スケジュールについては、緊急な必要に応じて柔軟な変更に対応できること。
- 4) 調査規模は、1回につき質問数30問程度、サンプル数1000件以上とする。
- 5) 調査項目は、以下の事項を考慮に入れた設問設定を行う。
 - ・ 消費者の食品選択に係る選好・意識の把握
 - ・ 食品に関するリスクの認知度
 - ・ 食品に関するリスクへの対応能力の認識
 - ・ 食品に関する情報源とその信頼度合い
 - ・ 新たな食品安全行政(リスク分析)の認知度・理解度
 - ・ リスクコミュニケーションへの参加実績と参加意欲、望む方向性
- 6) 調査報告
 - ・ 本調査と同分野の世論調査等についてその結果の差異、同等性を、統計的に比較分析する。
 - ・ 実施回ごとに、調査終了後、10営業日以内に単純集計と単純なクロス集計

を提出する（緊急実施の場合を含む）。

- なお、各実施回につき、回答者の重複があれば、その概要を各回の報告に入れること。
- 最終報告では、消費者の食品選択行動やリスク認知について、その一般的な規定要因並びに各種のリスクコミュニケーションがそれらに与えている効果・影響に関し、統計的な有意性に係る分析を行うこと。
- また、同様の分野での世論調査等と比較して、本調査の信憑性等を統計的に検討し、本調査のような形式での意識調査の有効性について結論をまとめ、必要があれば手法改善の方向性等も取りまとめること。

4. 報告書の作成

調査項目について情報を体系的に整理・分析し、報告書を作成する。報告書には、本調査のために収集した基礎資料、引用文献及び参考資料を明記する。なお、報告書の構成、分量等については、事前に内閣府食品安全委員会事務局担当官の了解を得ることとする。

5. その他

- (1) 業務の実施に当たっては事前に内閣府食品安全委員会事務局担当官と連絡を密にとることとし、作業の実施に当たって疑義が生じた場合には、内閣府食品安全委員会事務局担当官の指示に従うこと。
- (2) 本業務により知り得た成果については、許可なく第三者に譲渡してはならない。
- (3) また、本業務により入手した個人情報については、本業務以外に利用してはならない。その管理態勢として、本調査従事者の中から、入手した個人情報の保管責任者、消去責任者を定め、入手した個人情報ごとにその入手時点・保管責任者・保管媒体・保管先・消去時点・消去方法・消去責任者の消去確認を記載した台帳を整備し、必要に応じて、内閣府食品安全委員会事務局担当官のチェックを受けることとし、当該個人情報の取扱いを第三者に再委託する場合には、上述と同様の管理態勢を整備させ、必要に応じて、内閣府食品安全委員会事務局担当官から上述と同様のチェックを受けることとする。
- (4) 入手した外国語の資料については、必要なものについて日本語に翻訳する。
- (5) この調査を実施するに当たり、調査期間中に食品に係る緊急な危害情報を入手した場合は、速やかに食品安全委員会事務局に通知する。
- (6) 本契約により著作権が生じた場合には、その権利は内閣府に帰属するものとする。
- (7) 本業務の期間中及び終了時において、内閣府食品安全委員会事務局担当官が必要と認めた場合には、当該業務について説明を行うものとする。

6. 成果物

履行期限までに、調査報告書を作成し、印刷物100部及び電子媒体10部を提出すること。

7. 作業期間

契約日～平成19年3月30日

8. 履行期限

平成19年3月30日

