

食品の安全に関するリスクコミュニケーションの 在り方に関する研究会（第2回）

平成16年11月26日(金)
15時から17時
法曹会館 1階「孔雀の間」

議 事 次 第

1 開 会

2 研究会構成員及び有識者の発表

- ① 大 山 敏 雄 構成員
- ② 神 田 敏 子 構成員
- ③ 金 川 智 恵 構成員
- ④ 山 田 友紀子 氏（独立行政法人 食品総合研究所 国際食品研究官）

3 意見交換

4 閉 会

<配布資料>

- 資料1 大山 構成員 提出資料
- 資料2 神田 構成員 提出資料
- 資料3 金川 構成員 提出資料
- 資料4 山田 氏 提出資料

資料 1

大山構成員提出資料

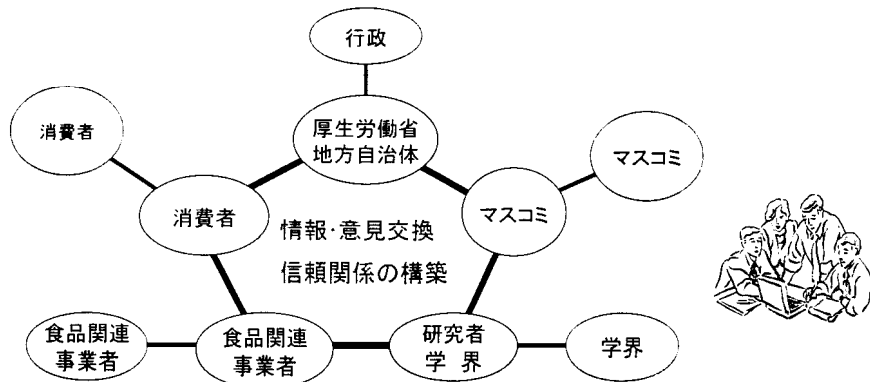
2004. 11. 26

食品の安全に関するリスク コミュニケーションの在り方 について(事業者の視点から)

キューピー株式会社
広報室 大山敏雄

リスクをどのように削減するかについて、お互いの理解を深め、ともに考える

前提: 食品にゼロリスクは無い。日常に食べている食品
の中にもハザードはあり、リスクは存在する。



厚生労働省におけるリスクコミュニケーションは何点なの？

目標設定値はどこにおいたの(自己採点してください)

採点項目(思いつくままに)

- リスクコミュニケーションプロパーの養成
- 利害関係者は参画したか
 - ・パブリックコメント
 - ・意見交換会
 - ・委員会
 - ・その他
- 情報の受け手が理解できたか
- 何を、どのように、どういう情報を伝えたいのか
- 利害関係者の信頼・信用は確立できたか。
厚労省、農水省、食品製造業者は消費者から信用されたか
- リスクコミュニケーションの評価方法は作成したか。
(専門の先生方に採点シート作成をお願いします。)



課題の抽出(何が問題なのか)

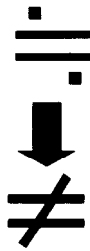
メーカーがどんなに安全な製品を作っても、安心いただければ、商品にはならない。

安全

理性 論理的

製品

製造した品物



安心

感性 心理的

商品

売る為に作られたもの

安心いただく為、リスクコミュニケーションは必要

食の安全・安心に対して

1. 安全性は10年前に比べて低下している？ 否である。
2. お客様からの食品全般に対する安心感が揺らいでいる。
お客様に安心頂くため、食品業界をあげて努力しなければならない。
3. 絶対安全な食品はない。

食品企業のリスクコミュニケーションの取り組み事例

基本はフェース to フェースのお付き合い

- ・お客様相談室(お客様)
- ・工場見学
(消費者、マスコミ、行政)
- ・ホームページ(消費者)
- ・発行物で情報提供
(オピニオンリーダー、先生)
- ・講演活動(消費者、行政)
- ・業界活動

信頼感を上げるために

- ・お客様視点
- ・都合の悪いことも
隠さず公表する。
- ・質問事項には誠意
を持って答える。



リスクコミュニケーションでの課題(個人的意見です)

不安解消の為の回収は不安感を助長する。リスクの大きさを分かり易く伝えて欲しい

行政:消費者の不安に
応えて回収措置をとる
BSEの事例

消費者に一見迎合している
ように見えるが、
かえって不安を助長

不安を解消する為、安易な
回収をするのではなく、その
目的をはっきり説明すべき。

リスクの大きさでの行政措置で、不安感を抑え、地球環境に配慮

「健康被害の発生はないものと
考えられるが、法律違反なので
回収」のパターンが多かった
違反者:回収の連鎖

健康危害なくとも
コンプライアンスである。
残留量:0.01ppm
許容値:0.1ppm

リスクの高い食品を
回収するだけでは世界的食糧
不足の原因にならない。

事業者と消費者のリスコミこそが、不安感を減らす

流通や事業者が、単に消費者
の気持ちの先取りする。
不使用又は店頭から撤去する
鳥インフル、〇〇県の鶏卵不使用のユーザー

消費者は望んで
いるのだろうか？

情報の共有と認識の
共有は別である。

情報の共有と認識の共有は別である。

認識の共有を図るなら・・・(分かって貰うには)

文章を読めば分かるか、話せば分かるか？

1. 理路整然と理屈で説明すること。
簡潔明瞭を旨とする。
2. 相手のイメージが出やすいように「具体例」や「たとえ話」で説明する。イメージと直結した言葉で訴える。
3. 適宜、理屈で纏める。イメージだけでは「何をいわんとするか」曖昧になるため。

参考資料:リスクコミュニケーションの今後の課題

(独)食品総合研究所 国際食品研究官 山田友紀子氏の資料の転載です。

- ・政府：意識改革
- ・消費者：知識、経験の蓄積;勉強の必要
- ・生産者・産業界：如何に一般大衆に分かりやすく説明するか？ 適切に責任を認める。
- ・流通業界：単に消費者に迎合せずに、本当に安全なものを供給するように努力(経済原則には反するかも)
- ・科学者：如何に一般大衆にわかりやすく説明するか？ 社会のニーズに敏感に
- ・報道：センセーショナルな記事を狙わず、正確に報道

資料 2

神田構成員提出資料

食品の安全に関する

リスクコミュニケーションの在り方に関する研究会

04.11.26

(意見メモ)

全国消費者団体連絡会
神田 敏子

1. リスクコミュニケーションの必要性・重要性

- ① リスクアナリシス手法の導入
リスクコミュニケーションへの期待
- ② 食品安全行政組織の変化の中でよくなってきたこと
情報提供のあり方
会議・議事録の公開
パブリックコメントの増加
意見交換会、シンポジウム、学習会
省庁間の連携と消費者参加
都道府県・庁内関係部署の連携と消費者参加

2. リスクコミュニケーション・これまでの実施で感じたこと

- ①スタイル・運営について
委員会形式（ラウンドテーブル形式）
パネルディスカッション
シンポジウム
意見交換会
※ 時間の不足（討論、意見交換になりにくい）
※ パネルディスカッションの希望が多い
- ②分かりやすさということ
分かりやすい＝簡素化 単純化ではない
- ③情報の受け方・・・いわゆる「風評被害」といわれないために
- ④マスコミ報道のあり方
BSE 報道の例から・・・リスコミュに与える影響
- ⑤本当の消費者・・・「一般消費者」「消費者団体」
消費者団体は消費者ではない？
- ⑥専門家委員のあり方
関連企業との関係
- ⑦意見の反映ということ
何のためにやるのか・・・アリバイづくりと言われなかったために
出された意見は誰がまとめるのか（まとめ方への不満）
- ⑧リスコミュ専門委員会
議論を深める恒常的委員会と意見交換会、パネルディスカッション