

**食品の安全に関する
リスクコミュニケーションのあり方について**

平成 27 年 5 月 28 日

食品安全委員会企画等専門調査会

目 次

はじめに	1
1. リスクコミュニケーションとは	2
2. これまでのリスクコミュニケーションの取組における課題	2
3. 食品分野におけるリスク	2
(1) 食品の特徴	
(2) 食品のリスク認知の特徴	
(3) 食品に係る様々な情報への反応	
4. 望ましいリスクコミュニケーションのあり方	4
(1) リスクコミュニケーションの目標	
(2) リスクコミュニケーションの取組体制	
(3) 個々のリスクコミュニケーションの目的の明確化と評価	
(4) リスクコミュニケーションの実施における留意点	
(5) 科学的妥当性を欠く情報への対応	
(6) 科学的な基礎知識の普及	
5. 関係者に期待される姿勢	6
(1) リスク評価機関としての食品安全委員会	
(2) 行政機関	
(3) 食品関係事業者	
(4) 消費者・消費者団体	
(5) 科学者	
(6) メディア	
おわりに	8

参考資料

- 1 クライシスコミュニケーションについて
- 2 様々なリスクコミュニケーションの事例
- 3 海外の機関が作成したリスクコミュニケーションに関する文書
- 4 関係者名簿

はじめに

平成 15 年にリスク評価機関として食品安全委員会が設置されてから 10 年余が経過した。この間、食品安全委員会は 1,800 件を超える食品健康影響評価（リスク評価）を行った。そして、BSE、放射性物質等社会的影響が大きいハザードや食品の安全の基礎的知識に関して、意見交換会、講演会等への講師派遣、季刊誌の発行、メールマガジンの配信等の様々な手段を通じて情報提供を行うなどリスクコミュニケーションの促進に取り組んできた。

リスクコミュニケーションにどのように取り組むべきかについて、国内外の多くの機関が取りまとめ公表している。食品安全委員会では、平成 16 年に「食品の安全に関するリスクコミュニケーションの現状と課題」、平成 18 年に「食品の安全に関するリスクコミュニケーションの改善に向けて」を取りまとめている。このほか、我が国においてはリスク管理機関である厚生労働省や農林水産省、海外においてはコーデックス委員会（脚注1）、EFSA（欧州食品安全機関）、FDA（米国食品医薬品庁）などがリスクコミュニケーションのあり方に関する文書や解説書等を公表している（脚注2）。

我が国の食品の安全に関するリスクコミュニケーションを取り巻く状況をみると、リスクアナリシスの考え方が適切に理解され定着しているとは言い難い。例えば、消費者が科学的に根拠のない情報に振り回されるという状況や、双方向の情報・意見交換を意図して開催した意見交換会が、一方的な説明や一部の者の主張の喧伝の場となっていた等である。それは、食品安全行政にリスク評価、リスク管理及びリスクコミュニケーションを 3 要素とするリスクアナリシスの考え方が導入されてからまだ 10 年余、ということもあるであろう。

そこで、食品安全委員会企画等専門調査会では、今後のより適切かつ効果的なリスクコミュニケーションを推進していくため、平成 26 年 12 月にワーキンググループを設置し、リスクコミュニケーションのあり方について検討を進めることとした。そして、同ワーキンググループにおける議論を報告書として取りまとめた。

なお、リスクアナリシスは健康被害の未然防止を旨とする考え方であることから、問題発生直後のクライシスコミュニケーションは本報告書における取りまとめの対象とせず、参考資料 1 での紹介に留めた。

本報告書が、多様なリスクコミュニケーションを促すために、これまでの経験を踏まえ、基本的な考え方をまとめた参考資料として、食品安全委員会はもとより、その他の行政機関や、食品安全に携わる関係者によって幅広く活用されることを期待する。

¹ FAO（国際連合食糧農業機関）及び WHO（世界保健機関）により設置された国際機関

² 参考資料 3 海外の機関が作成したリスクコミュニケーションに関する文書

1. リスクコミュニケーションとは

食品の安全に関するリスクコミュニケーションは、リスク評価、リスク管理とともにリスクアナリシスを構成している3つの要素の一つである。

コーデックス委員会は、リスクコミュニケーションを「リスクアナリシスの全過程において、リスクそのもの、リスク関連因子や認知されたリスクなどについて、リスク評価やリスク管理に携わる人、消費者、産業界、学界や他の関係者の間で、情報や意見を交換すること」と定義している。

リスクコミュニケーションは、分かりやすく言えば、リスク対象及びそれへの対応について、関係者間が情報・意見を交換し、その過程で関係者間の相互理解を深め、信頼を構築する活動である。その活動は、関係者が一堂に会した意見交換会のみならず、さまざまな媒体を通じた情報発信等、幅広い。

リスクコミュニケーションの目的は、「対話・共考・協働」(engagement)の活動であり、説得ではない。これは、国民が、ものごとの決定に関係者として関わるという公民権や民主主義の哲学・思想を反映したものである。

2. これまでのリスクコミュニケーションの取組における課題

リスクコミュニケーションの取組としては、これまで、関係者(国、地方公共団体、食品関係事業者、消費者、科学者、メディア等)間での情報・意見の交換、ホームページ等による情報発信、電話等による問合せへの対応等が実施されてきた。ただし、これらの試みが形骸化し、双方向的であるはずのリスクコミュニケーションが、リスク管理者からの一方的な情報提供に終始している問題が散見される。リスクコミュニケーションには様々な方法や活動が含まれるが、どれを用いるかはリスクコミュニケーションの目的に沿って選択されるべきである。しかし、目的が不明瞭な例や目的に対して方法が適切でない例も見受けられる。

また、科学的根拠に乏しい情報が氾濫し、消費者等がそれらに振り回されている状況がみられる。

上記のような現状は、科学的根拠に基づくリスクアナリシスの考え方が、リスク情報の送り手、受け手の双方に広く普及していないことによると考えられる。

3. 食品分野におけるリスク

「リスク」という言葉は、「危害(ハザード:hazard)」とは異なり、被害や損失を受ける可能性に言及する時に用いられる用語である。「リスク」は損失や危害の生じる可能性または確率及びその大きさのことであり、確率事象のため、一般的に理解し

づらい。

(1) 食品の特徴

食品分野におけるリスクを考える際には、以下に例示する食品の特徴に留意する必要がある。

- ・食品は（完全な嗜好品を除けば）人体に多様な栄養素を供給し、生存に欠かせないものである。
- ・食品が消費者に届くまでには、原料の生産・輸入、加工、流通等に係る多くの関係者が介在しており、その過程が消費者に見えにくくなっている。
- ・食生活及び食文化は国や地域で異なるため、食品の摂取量に差があり、海外で健康影響を指摘された食品であっても、必ずしも日本において該当するとは限らない。
- ・摂食経験のある食品から有効成分のみを抽出して、摂食形態を錠剤等に変更した場合には、摂取量が過剰になる可能性がある。
- ・通常の調理や加工の過程で起こる化学反応によって、新たな生成物ができることもある。
- ・分析等科学技術の進歩や研究の進展に伴って、新たなハザードが顕在化する場合がある。
- ・食品に含まれる成分とその健康影響が、全て科学的に解明されているわけではない。

(2) 食品のリスク認知の特徴

WHO/FAO による 1988 年の報告書で、安全な食品とはゼロリスクを意味するものではないとされているにもかかわらず、食品におけるリスクの認知は主観に影響され、「食品のリスクはゼロであるべき」と考える傾向にある。

また、食品添加物、農薬等の人工物については、リスクを過大に捉え、対照的にジャガイモのソラニン等の天然物質については、リスクを過小に捉える傾向がある。さらに、専門家とそうでない人々の間でリスクの認知に大きな差異がある。

以上のような傾向は、日常生活におけるリスク判断は、一般的なリスク認知の特徴と同様に、人間の持つ二つの思考システム、即ち、「分析的システム」と「経験システム」のうち、後者が優先することが要因として考えられる（脚注3）。なお、「分析的システム」は精緻なプロセスをたどる思考であり、「経験システム」は直感と感情が支配する思考である。

(3) 食品に係る様々な情報への反応

食品への関心は高く、食品のリスクや効果について、新聞、雑誌等の刊行物やいわゆるソーシャル・ネットワーキング・サービスといった多様な媒体によって、様々

³ リスクコミュニケーションのあり方に関するワーキンググループ第3回資料も参考にされたい。

な情報が発信されている。これらの中には、科学的な根拠に乏しい例や、偏った情報を基に危険性を煽る例が見受けられる。そして、これらの情報は、正確性を確認されることなく、受け入れられる傾向にある。

4. 望ましいリスクコミュニケーションのあり方

前項までに述べてきたことを踏まえ、この項では、主に食品安全委員会におけるリスクコミュニケーションの望ましいあり方について述べる。

(1) リスクコミュニケーションの目標

リスクコミュニケーションは、十分な情報提供を踏まえた関係者間の双方向の情報・意見の交換である。これらの取組は関係者がともに考え、立場を相互に理解し、信頼を確保することを目指す。その結果、合意形成に至ることもあるが、合意形成が主目的ではない場合があることを留意しておくべきである。また、消費者の食品安全に関連する様々な意思決定が、偏った情報に左右されず、科学的根拠に基づき合理的に行われるよう支援することも、目標である。

(2) リスクコミュニケーションの取組体制

リスクコミュニケーションに取り組む際には、我が国のリスクアナリシス体系を前提に、リスク評価機関である食品安全委員会とリスク管理機関である厚生労働省、農林水産省、消費者庁等が連携することが重要である。各組織の責任者はリスクコミュニケーションの重要性を認識し、関係機関の連携を図るべく指導力を発揮すべきである。また、関係者の意見をリスク管理措置等へ反映させる場合には、リスク管理機関の措置等に責任を持った者が参画することが重要である。

リスクコミュニケーションは、その実施主体が関係者に信頼されているかどうか、極めて重要となる。なぜなら、人のリスク認知・リスク判断は、直感や感情が支配する「経験システム」(脚注3、4)中心でなされやすく、それには信頼性が大きく関与するからである。

リスクコミュニケーションの実施には、一定の費用と労力がかかる。リスクコミュニケーションによってもたらされる利益は、社会全体で享受するため、それに係る費用と労力については、社会全体で負担すべきである。

(3) 個々のリスクコミュニケーションの目的の明確化と評価

リスクコミュニケーションを実施する際は、何を目的とするのかを明確にするこ

⁴ リスク認識に関しては、リスクコミュニケーションのあり方に関する第1回勉強会の山田氏の講演概要「食品安全行政とリスクコミュニケーション」、第2回勉強会の田中氏の講演概要「リスクコミュニケーションの議論を踏まえて」も参考にされたい。

とが必要である。食品安全に関する科学情報を提供するためなのか、食品の個々のリスクに対する理解を促進するためなのか、関係者の意見を収集しリスク管理措置に反映させるためなのか、などである。そして、実施後には、目的の達成度を評価することが必要である。なお、評価においては、各々の目的にあった適切な評価法を選択し、事前に綿密に設計しておく必要がある。評価に質問票を利用する場合は、リスク情報や送り手の信頼性を「公正性」の観点から評価することを中心に据える。

(脚注5)

(4) リスクコミュニケーションの実施における留意点

情報提供に当たっては、極力公開に努めるとともに、その時点で公表できない情報はその理由を説明し、透明性を確保する必要がある。食品のリスク情報を提供する際に、ベネフィット情報も併せて提供するかどうかは、意見が分かれるところである。また、専門用語を多用すると、情報の受け手は疎外感を覚え、不信感を抱きやすいため、なるべく平易な言葉を用いなければならない。そのため、情報提供者には、科学的な専門知識のみならず、コミュニケーションスキルも要求される。なお、関係者の意見をリスク管理措置等に反映することを目的とする意見交換会では、単なる情報提供の場とならないよう、多様な意見をバランスよく引き出すための工夫が重要である。

社会的に影響が大きいと考えられるリスク情報は、その時点で得られた情報を即時に提供することが重要である。さらに、新しい情報を収集し適宜提供していかなければならない。このような場合には、ソーシャル・ネットワーキング・サービスの活用も一つの方法であるが、消費者等の情報へのアクセスの仕方は人それぞれであることから、情報提供の方法は多様化を図るべきである。

(5) 科学的妥当性を欠く情報への対応

科学的妥当性を欠く情報に対しては、正確な情報を継続的に発信する等の対応が必要である。話題となった情報に対する専門家のコメントを発信する取組が行われている^(脚注6)が、ごく一部に留まっている。

科学的妥当性を欠く情報の拡散の状況や影響の大きさの分析を行った上で、科学的根拠に基づく情報発信を戦略的、効率的に進めるべきである。

また、食品の安全性に関する情報が正確かどうかを判断する際の要点を消費者に周知することも重要である。^(脚注7)

⁵ リスクコミュニケーションのあり方に関するワーキンググループ第2回資料も参考にされたい。

⁶ 例えば一般社団法人サイエンスメディアセンターでは、食品分野に限らず情報を発信している。

⁷ National Health Service, UK(英国健康保健サービス)は「健康情報の読み方」として、科学的な研究に基づいているか、第三者がチェックした論文か、ヒトを対象とした研究か、何人の研究者の研究か、比較対照群はあるか、情報のタイトルは研究内容を表しているか、資金の提供者は誰かなどの点に留意すべきとしている。

(6) 科学的な基礎知識の普及

食品安全を理解するためには科学的知識が必要不可欠である。学校教育、社会教育、消費者教育等、様々な場面での習得が求められる。成長過程の初期段階で科学的な知識を習得する機会となる学校教育では、食品安全について触れられるようになってきているものの、それを体系的に教えることのできる人材や教材が十分とは言えない。FDA（米国食品医薬品庁）は、教員を対象とした一週間の食品安全に関する研修を実施しており、我が国においても、例えば夏季の期間を利用して教職員を対象とした研修を行うなど、学校教育において適切に食品安全に関する知識の普及が行われるよう、教職員の研修の実施や教材の作成を検討すべきである。

さらに、科学技術は日々進展していることから、学校教育修了後に食品の安全・リスク教育の機会を多く設けることも重要である。

5. 関係者に期待される姿勢

リスクコミュニケーションの目標を達成するためには、食品安全委員会の取組だけではなく、リスクコミュニケーションに参加する関係者の協力も必要である。以下、食品安全委員会も含め、関係者ごとに期待される取組姿勢についてふれる。

(1) リスク評価機関としての食品安全委員会

科学的知見に基づいてリスク評価を行っている食品安全委員会には、リスク評価の内容について、分かりやすく説明することが求められている。

そして、食品安全に関する幅広い科学的知見の蓄積があることから、消費者が食品に関して合理的な選択を行えるよう、食品の安全に関する基礎的な科学的知識の普及を様々な媒体と機会を通じて行うことが求められている。

さらに、中立、公正な立場でリスク評価に取り組んでいる食品安全委員会は、国民から信頼できる情報の入手先として、信頼されていなければならない。

しかし、食品安全に係るリスク管理機関に比べ、設置されてから約 10 年と短いこともあり、食品安全委員会が果たしている役割は多くの国民に知られていない。そのため、リスク評価機関としての食品安全委員会そのものの存在感をより強化する方法も考えるべきである。

(2) 行政機関

食品安全行政には、食品安全委員会のほか、厚生労働省、農林水産省、消費者庁、環境省、地方公共団体などの多くの機関が関わっている。加えて、教育行政全般を担っている文部科学省なども関係する。これらの関係省庁が、食品のリスクについて科学的根拠に基づく共通認識を持ち、一貫性をもって情報を発信するように連携を強化することが重要である。

関係機関が連携した意見交換会においては、リスク管理機関からはリスク管理措置とその費用及び効果について説明されることを期待する。

(3) 食品関係事業者

食品関係事業者は、食品を供給する立場にあり、そのリスク管理を担うことから、食品安全において重要な位置づけを占めている。

食品関係事業者は、社会の信頼や共感を得るための活動も広く実施している。一方、消費者の購入意欲を促進するような情報提供に重きを置く姿勢も見受けられるが、ハザードやリスクに関する情報を積極的に提供することも社会的責任の一つとして認識すべきである。

(4) 消費者・消費者団体

消費者は食品安全に幅広く関心を持つことが期待される。様々なメディアで発信される食品に関する情報について信頼できるか、正確かどうか、自ら情報を収集し判断する姿勢、すなわちメディアリテラシーが求められる。ソーシャル・ネットワーク・サービスにより発信される情報は、その発信者の背景が不明の場合も少なくなく、注意を要する。食品の表示やパッケージから食品安全に関して得られる情報も少なくない。

食品安全に関する最新情報の入手や意見表明のため、リスクコミュニケーションの場に積極的に参加することが期待される。また、消費者団体は消費者が正確な情報を得たり意見を発信するための手助けとなる活動を行うことが期待される。

(5) 科学者

食品のリスク評価には、様々な専門分野の科学者が関与している。科学者には、その専門知識を踏まえて分かりやすく説明すること、すなわちコミュニケーションスキルを備えていることも求められている。また、科学的に妥当性を欠く情報が発信された場合、消費者が科学的根拠に基づき合理的に食品を選択できるように、科学に基づいた意見を積極的に表明することが求められている。

そして、このような社会的貢献は、科学者の評価として十分に配慮されるべきと考える。

(6) メディア

食品に関する情報は消費者の関心が高いことから、様々なメディアに取り上げられている。メディアが提供する情報は単純化されやすく、そのまま受け入れられやすい。

メディアには、表現の自由は確保されなければならないものの、国民一人ひとりが判断できる科学的に正確な情報の発信が求められる。また、当該リスクの大きさを情報の受け手が理解できるような表現で報道すること、そのためにリスク評価

機関等から当該リスクについての正確な情報を十分に取材する必要がある。

おわりに

これまで、リスクコミュニケーションの課題と今後の望ましいあり方について、述べてきた。

科学的知見に基づいて客観的かつ中立公正に食品のリスク評価を行っている食品安全委員会は、リスクの考え方や正確で科学的な情報を提供するとともに、リスク評価の結果等を分かりやすく伝えるリスクコミュニケーションの担い手としての取組が重要である。また、様々な情報が発信されている中で、国民から信頼される機関とならなければならない。

リスクコミュニケーションの実施に当たっては、目的を明確にし、評価を行い、評価に基づき改善を図ること、そして関係者との連携によって、より良いリスクコミュニケーションに努めていくことが重要である。そのため広く関係者によって、本報告書が活用されることを期待する。

クライシスコミュニケーションについて

クライシスコミュニケーションは、何らかの非常事態（事故・事件）が起こり、健康影響が現れている、若しくは、現れる可能性が高い場合に行うコミュニケーション活動である。共に考えるのではなく、適切なリーダーシップが求められる。^{*}

リスクコミュニケーションは、問題が生じないようにリスクを管理するためのものであり、健康影響は現れていない（又は現れる可能性は低い）が、リスクについて正しく理解されていない（リスクが社会に受け入れられていない）ことにより起こる社会的混乱への対応も、リスクコミュニケーションの一環として整理できる。

両者には、情報の発信者への信頼が重要、全ての情報の提供が原則、科学的な内容をわかりやすく説明するなどの共通性がある。農薬の混入など消費者に不安をもたらす事件が最近でも起こっており、クライシスコミュニケーションによって対応することが必要である。

^{*} FAO/WHO: Food and Nutrition Paper 70 の第5章「STRATEGIES FOR EFFECTIVE RISK COMMUNICATION」の中の「Strategies for risk communication during a food safety crisis」が参考となる。

様々なリスクコミュニケーションの事例

タイトル：食品添加物のリスクコミュニケーション
目的：情報提供（説明）・情報共有・相互理解や信頼感の醸成・合意形成
形式：①媒体作成・HP や印刷物への掲示 ②Facebook、twitter 等での情報発信（双方向性） ③講演会・説明会 ④出張講座・意見交換会（双方向性） ⑤個別対応 ⑥研修 ⑦その他（ ）
日時（回数）：2 回
実施者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（ 企業 ）
対象者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（ メディア ）
概要及び特徴 上野製菓株式会社は食品添加物（食品保存料）の大手メーカーであり、ソルビン酸の最大手企業である。保存料のリスクコミュニケーションを行うために、大学等の研究機関と連携し消費者の誤解の背景となる行動原理をインターネットアンケートを用いて分析した上で、保存料に対する主観的リスクの増大には「保存料の役割に関する基本的理解がほとんど存在していない」ということが原因として大きいことを理解した。そこでリスクコミュニケーションとあわせて保存料の役割（食中毒リスク削減と食品廃棄の抑制）を説明するベネフィットコミュニケーションを行った。具体的には分析結果を反映して作成した啓蒙用のパンフレットの作成（このパンフレットは小学校の副教材として用いられている）、またパンフレットの内容を中心とした出張講座、意見交換会を消費者およびメディアに対して実行している。 参考 URL http://www.ueno-fc.co.jp/foodsafety/index.html

報告者：有路 昌彦

様々なリスクコミュニケーションの事例

タイトル：組合員リーダー向け「食品安全セミナー」
目 的：情報提供（説明）・情報共有・相互理解や信頼感の醸成・合意形成
形式：①媒体作成・HP や印刷物への掲示 ②Facebook、twitter 等での情報発信（双方向性） ③講演会・説明会 ④出張講座・意見交換会（双方向性） ⑤個別対応 ⑥研修 ⑦その他（参加型のセミナー）
日時（回数）：2 回/1 年 開催時間は午前、午後の部でおおよそ 1 日
実 施 者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（ ）
対 象 者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（ ）
概要及び特徴 生協はくらしの安全や安心を求める消費者の願いに応える為に 1960 年代から食品の安全を守る取り組みを行っている。日本生協連は、国内で BSE 感染牛が確認される以前から、食品の安全を支える社会の仕組みの整備を求め、全国の生協や消費者団体とともに、食品衛生法の改正を求める署名活動などを行ってきた。その結果、2003 年食品衛生法の改正、食品安全基本法の制定が行われ、国際的な食品安全の考え方としてリスクアナリシスが法律に明記された。リスクアナリシスはリスク評価、リスク管理およびリスクコミュニケーションの 3 つの要素から構成されており、特にリスクコミュニケーションの重要である認識の下で、様々な活動を行っている。 その一つの取組として、2008 年から会員生協の組合員理事などのリーダーに向けたセミナーを開催している。 本セミナーは、地方自治体などの食品安全審議会委員や行政等による意見交換会等に消費者として参加したり、地域で学習会などの企画を行う生協役職員・組合員リーダーを対象に、食品安全について考えを深め、発言する力を養うことを目的に、学習と論議を行っている。放射性物質、BSE 対策、食品表示制度など、その時々タイムリーなテーマを設定し、各分野の専門家・有識者による講演とグループディスカッションを行っている。このセミナー開催後に、同様のテーマで地域で学習会が開かれることもある。これを通じて、各地で多くの消費者が食品安全についての考えを深め、様々なリスクコミュニケーションの場にも対応できる消費者を育成することをめざしている。

報告者：鬼武 一夫

様々なリスクコミュニケーションの事例

タイトル：食物アレルギーに関して
目的：情報提供（説明）・情報共有・相互理解や信頼感の醸成・合意形成
形式：①媒体作成・HP や印刷物への掲示 ②Facebook、twitter 等での情報発信（双方向性） ③講演会・説明会 ④出張講座・意見交換会（双方向性） ⑤個別対応 ⑥研修 ⑦その他
日時（回数）：
実施者：行政・事業者（団体） 消費者（団体）・教育機関・その他（ ）
対象者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・ その他（医師、栄養士、管理栄養士等の栄養指導者等所謂インフルエンサー）
実施者：日本酪農乳業協会（J ミルク） 概要及び特徴 ◆食品事業者がリスクコミュニケーションの主体者になることはめったにない。 Hazard のリスク評価に基づくコミュニケーションは行政と学術専門家に委ねている。 ◆しかし、例えば牛乳・乳製品の様に、ヒトの生命活動の維持の為に栄養摂取にとって非常に効果的と考えている食品の場合、その特定成分が条件によっては Hazard になる場合に、事業者も独自にコミュニケーションを試みることが多い。 Hazard 物質が話題になったからその食品の摂取を完全にやめた場合、栄養不良に伴う別のリスクを負うことになるので、リスクとベネフィットのバランスのとり方を説明し、かつ最終食品中の Hazard を低減する方法について、事業者がやることを表明し、消費者にやってもらいたいことを教育、依頼する必要があるからである。 ◆J ミルクは、中央酪農会議、全農、全酪連を初めとする全国の酪農団体、乳協等全国の乳業団体、生乳販売団体、各県の牛乳普及協会等を会員とする団体。活動は①乳の価値（社会的価値と、特に栄養的価値）の普及とその基礎となるエビデンスの蓄積と活用のための調査研究、②その広報と研修、出版物、食育活動を通じた普及、③学校牛乳事業推進、④需給も含む酪農乳業の情報共有事業が主体。医師と学術専門家、栄養管理者からなる「乳の学術連合」を組織している。 ◆乳・乳製品のリスクに関するコミュニケーションは、アレルギーとメタボリックシンドロームと関連した消費者の不安への対応が主要なもの。J ミルクのコミュニケーションを紹介すると・・・ ・2002 年以降 37 回の「メディアミルクセミナー」講演会を農畜産業振興機構の後援を得て開催し、内容の出版も行っている。2010 年 2 月の第 22 回は「牛乳アレルギーの最新治療法」講師国立病院機構相模原病院の海老澤元宏先生。 ・別冊メディカル朝日に解説記事（2013 年 4 月号）に、「学校における食物アレルギー対応最前線」（昭和大学小児科学講座の今井孝成講師）、「座談会：小児食物アレルギーへの適切な対応のために」（上記海老澤医師、今井講師、長島全国学校栄養士協議会会長、J ミルク高見理事）を掲載している。 ◆キューピー株式会社が自社ホームページ（1 面⇒「知る・楽しむ」⇒「食の安全・安心」⇒「アレルギー、知ってほしい！食物アレルギーのこと」）で、自社の取り組みと食物アレルギーの一般概論をやさしく解説して、そのあとに Q&A を付けている。対象は一般消費者。

報告者：小出 薫

様々なリスクコミュニケーションの事例

タイトル：アクリルアミドに関する説明
目的：情報提供（説明）・情報共有・相互理解や信頼感の醸成・合意形成
形式：①媒体作成・HP や印刷物への掲示 ②Facebook、twitter 等での情報発信（双方向性） ③講演会・説明会 ④出張講座・意見交換会（双方向性） ⑤個別対応 ⑥研修 ⑦その他（ ）
日時（回数）：常時掲載
実施者：行政・事業者【カルビー株式会社】（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他
対象者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（一般）
概要及び特徴 主力商品であるポテトチップスとリンクして語られる Hazard であるアクリルアミドについて、下記の様な基礎的な解説を企業ホームページで行っている。 ◆アクセスは、同社の web サイトから、お客様相談室⇒よくある質問 Q&A⇒アクリルアミドに関する Q&A⇒そして詳細な 12 ページの pdf ファイルも見ることが出来る。 ◆内容は・・・ ・2002 年にスウェーデンである種の食品群がアクリルアミドを含むことを公表、その後 CODEX 委員会で食品中の濃度低減が勧告されたこと、発がん性について「人に対しておそらく有る」という 2A レベルとされていること ・一方で、還元糖とアスパラギンを含む食品、多くの野菜を含むものを工業的にも家庭であっても 120℃以上で加熱すれば発生することから人々がこれまでも長い摂取経験を持つ物質であり、日常生活でゼロにすることは出来ないことも説明。 ・以上の内容は、農水省の HP をはじめ、行政のサイトへのリンクも提示している。 ・企業としては、原料の選択と商品製造過程での技術開発によるアクリルアミド生成量の低減を図り研究を続けていることを紹介。 ・自社の関係学術論文、学会発表へのリンクも付けた。 参考 URL : http://www.calbee.co.jp/index.php

報告者：小出 薫

様々なリスクコミュニケーションの事例

タイトル：トランス脂肪酸
目的：情報提供（説明）・情報共有・相互理解や信頼感の醸成・合意形成
形式：①媒体作成・HP や印刷物への掲示 ②Facebook、twitter 等での情報発信（双方向性） ③講演会・説明会 ④出張講座・意見交換会（双方向性） ⑤個別対応 ⑥研修
日時（回数）：
実施者：行政・事業者【雪印メグミルク株式会社】・消費者（団体）・教育機関・その他
対象者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（ ）
概要及び特徴 ◆マーガリンの大手メーカーとして、水素添加植物油脂のトランス脂肪酸が問題になっていることから、ホームページ上での説明文をアップした。 ◆アクセス・・ホームページ1面の最下段⇒ CSR の取り組み、会社情報、株主・投資家の皆様へ、という項目に並んで「その他のお知らせ」2点がある。⇒ その1つがPDFで「トランス脂肪酸、その他の資質成分について」という12頁の解説文である。 ・内容・・トランス脂肪酸は日本人の食生活では摂取量が低く、それ程健康危害が問題にならない事、食品安全委員会でも評価結果が出ていることを踏まえつつ、 ・欧米で脂肪全体と、飽和脂肪酸、トランス脂肪酸が規制や表示義務の対象となっている背景を受けて、消費者向けにトランス脂肪酸の発生の仕方、その健康上の問題、多く含む食品をやさしく紹介。 ・さらに、様々な脂質成分の栄養価値やトランス脂肪酸量だけを気にすることの誤り等も解説している。 ・主として、マーガリンに対して不安を抱く消費者を対象としている。 ・製品中のトランス脂肪酸含量を抑制する手段も説く。 ・農水省、厚労省、日本マーガリン工業会のサイトへのリンクを付け、最後に、「詳細については食品安全委員会ホームページを参照」としている。 参考 URL www.meg-snow.com

報告者：小出 薫

様々なリスクコミュニケーションの事例

タイトル：企業内「食品安全委員会」の運営
目的：情報提供（説明）・情報共有・相互理解や信頼感の醸成・合意形成
形式：①媒体作成・HPや印刷物への掲示 ②Facebook、twitter等での情報発信（双方向性） ③講演会・説明会 ④出張講座・意見交換会（双方向性） ⑤個別対応 ⑥研修 ⑦その他（リスコミのベースとなるリスクアセスメントと説明方針の社内共有）
日時（回数）：
実施者：行政・事業者【（株）明治】・消費者（団体）・教育機関・その他
対象者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・ その他（直接的には企業内。これを基に様々な形で社外発信。発信応答の評価）
概要及び特徴 ◆2003年4月に、社内版食品安全委員会を立ち上げ現在に至っている。 ・事業に関係する様々なHazard候補や、それらのリスクの評価と防御する設備と体制、システムのレベルの評価を行い、かつ社外への発信の方針等も議論する。 ・微生物Hazardと化学物質Hazardの社外専門家を顧問として迎え、事務局は本社品質本部、同技術部と研究本部が共同で運営。定例会議は通常年4回。 ◆微生物Hazard、化学物質Hazard、製造ラインや包材が食品と接触、またそれらの破損により「異物」として混入する可能性もあることから、関係する化学物質について、「ファクトシート」を作成している。 ◆議論した、あるいは「ファクトシート」にまとめたHazard等について、社外に対する説明会、懇談会等での所謂リスクコミュニケーションはやらない。 社内の食品安全担当責任者が社外で講義を行う場合や、お客様相談窓口が消費者と直接会話する際の基礎情報としては使われる。 ◆牛乳アレルギーについては、過去にも議論は行っているが、現在改めて社外へのコミュニケーションを想定して、再検討を行っている。現時点では乳業会社はどこも食物アレルギーについてはQ&A以外にはまとまったコミュニケーションを実施しておらず、Jミルクのホームページを共通見解としている。

報告者：小出 薫

様々なリスクコミュニケーションの事例

タイトル：「食品の新たな機能性表示制度に関する検討会報告書を読み解く」
目的：情報提供（説明）・情報共有・相互理解や信頼感の醸成・合意形成
形式：①媒体作成・HP や印刷物への掲示 ②Facebook、twitter 等での情報発信（双方向性） ③講演会・説明会 ④出張講座・意見交換会（双方向性） ⑤個別対応 ⑥研修 ⑦その他（ ）
日時（回数）：2014 年 9 月 16 日 18：00～20：00
実施者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（ ）
対象者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（ ）
概要及び特徴 【講師】 松本 恒雄 国民生活センター理事長 【出席者】 21 名 昨年 6 月の規制改革実施計画及び日本再興戦略の閣議決定を受け、今年の 7 月まで 8 回にわたり「食品の新たな機能性表示制度に関する検討会」が開催され、報告書がまとめられました。それを受け、新制度に係る食品表示基準案についてパブリックコメントが募集されるにあたり、報告書の内容を学び、意見を準備していくために、国民生活センターの松本恒雄理事長を招いて学習会を行いました。 最も重要な「安全性」「機能性の根拠」「品質管理」に関して、検討会報告書の中では一定に整理が行われてるものの、今回のパブコメの中では「今後、ガイドライン等で具体的な内容を示す予定」とされるに止まっており、制度としてどのように担保されていくのか明確でない点が指摘されました。また、これまでの栄養機能食品、特定保健用食品に加えて新たに機能性表示食品が設けられますが、各制度に認められる表示とその条件について、公表された資料の解説図では読み取れないこと、さらに「健康被害の情報収集体制」の届け出が求められているものの、収集された重大事故の情報の取り扱いに関しても明確ではない点、などが指摘されました。 届け出られた情報は販売前から国民が自由にアクセスできるようにするとされています。行政による制度運用の監視に加えて、消費者が事前届出情報を手がかりに監視を行っていくことが大切になると感じられました。 参加者アンケートより ・監視・取締りの重要性を痛切に感じると共に消費者団体、消費者自身がこれからどうすべきか大きな課題だと思いました。 ・食品表示基準案の課題や消費者団体による監視の重要性が見えとても参考になりました。 ・機能性表示制度にはいろいろな問題があることがよくわかりました。 ・機能性表示制度を多面的に、皆さんの発言を踏まえて、ふくらませて、イメージすることができました。食品表示基準案を基に考えてみようと思いました。

報告者：河野 康子

様々なリスクコミュニケーションの事例

タイトル：輸入食品の安全性確保に関する意見交換会 ～食品に関するリスクコミュニケーション～	
目 的：	情報提供（説明）・情報共有・相互理解や信頼感の醸成・合意形成
形式：	①媒体作成・HP や印刷物への掲示 ②Facebook、twitter 等での情報発信（双方向性） ③講演会・説明会 ④出張講座・意見交換会（双方向性） ⑤個別対応 ⑥研修 ⑦その他 （ ）
日時（回数）：	平成27年1月29日
実 施 者：	行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（ ）
対 象 者：	行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（ ）
概要及び特徴 主催：厚生労働省 対象：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・その他 開催目的：厚生労働省では、輸入食品の安全性確保のため、食品などの輸入の際に国が行う監視指導について、毎年度「輸入食品監視指導計画」を定め、重点的、効率的かつ効果的な監視指導に取り組んでおり、今回の意見交換会は、『一緒に考えよう輸入食品の安全性』をテーマに、行政、食品関係事業者や消費者がそれぞれの立場から講演を行うほか、これら関係者によるパネルディスカッション、参加者との意見交換が行われた。 内容：情報提供とパネルディスカッション・会場参加者との意見交換 （1）情報提供①「輸入食品の安全性確保について」～平成27年度輸入食品監視指導計画（案）について～ 厚生労働省医薬食品局食品安全部監視安全課 ②検疫所における輸入食品の安全性確保への取組 成田空港検疫所食品監視課 ③「企業における品質保証の取組」 味の素冷凍食品株式会社品質保証センター ④「消費者からみた輸入食品」 生活協同組合ユーコープ参加と連携推進本部 （2）パネルディスカッション・会場参加者との意見交換 コーディネーター：松永和紀さん（一般社団法人 Food Communication Compass 代表） パネリスト：情報提供者4名	

報告者：夏目 智子

様々なリスクコミュニケーションの事例

タイトル：食と健康
目的：情報提供（説明）・情報共有・相互理解や信頼感の醸成・合意形成
形式：①媒体作成・HPや印刷物への掲示 ②Facebook、twitter等での情報発信（双方向性） ③講演会・説明会 ④出張講座・意見交換会（双方向性） ⑤個別対応 ⑥研修 ⑦その他（ ）
日時（回数）：平成26年10月19日
実施者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（ ）
対象者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（ ）
実施者：全国地域婦人団体連絡協議会 形式：全国大会の分科会として開催 概要及び特徴 （１）情報提供 ①「今考えよう私たちの身体」～震災前後の検針データから～（公財）福島県保健衛生協会 ②家庭で出来るメタボ解消の健康体操（公財）福島県保健衛生協会 ③県産農林水産物の安全・安心確保に向けた取り組み 福島県農林水産部農産物流通課 ①では福島県民の検針を受託している保険衛生協会から、震災前後の検針結果について報告があった。震災後は全体的に肥満度、中性脂肪、血糖値が上昇していた。これは原発事故で非難を余儀なくされた方々に顕著であった。外出の機会や野菜摂取が減り、外食が増えたことによるものと推察された。③県農林水産部からは、震災後の放射線被害による農産物の検査の方法や、安心して購入していただくためのPRの方法、風評被害払拭に向けた熱意ある取り組みなどの報告があった。 （２）意見交換 参加者からは放射線被害に対する県民調査についての質問や、福島県産農産物が安全であることをもっと分かりやすく消費者に示してほしいなどの意見が出された。 その他 参加者は情報提供を受け、全国の各地に戻ってからの活動に活かすことを目的に開催しているので、概ね目的は達成されているものと推察される。

報告者：夏目 智子

様々なリスクコミュニケーションの事例

タイトル：アレルギー表示検討会
目的：情報提供（説明）・ 情報共有・相互理解や信頼感の醸成・合意形成
形式：①媒体作成・HP や印刷物への掲示 ②Facebook、twitter 等での情報発信（双方向性） ③講演会・説明会 ④出張講座・意見交換会（双方向性） ⑤個別対応 ⑥研修 ⑦その他（ステイクホルダーをメンバーとする非公開の会議）
日時（回数）：平成 13 年度～平成 14 年度 毎月 1 回以上。
実施者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・ 教育機関 ・その他（ ）
対象者： 行政・事業者 （団体）・消費者（団体）・ 教育機関 ・その他（医療関係者・患者）
場所：順天堂大学、厚生労働省
概要： 平成 13 年 3 月に改正された食品衛生法により平成 14 年 4 月より加工食品におけるアレルギー表示が義務化されることになり、ステイクホルダー間の議論により、具体的な表示のルール等の基準づくりを行った。議題によっては、それに関わるステイクホルダーを適宜オブザーバーとして参加依頼し、当事者との検討を行った。合意が得られた内容は、研究班で運営する検討会の中間報告及び最終報告書として公表し、患者向け、事業者向けリーフレットの版下を作成した。中間報告は、通知として厚生労働省より自治体に出され、患者向け、事業者向けリーフレット厚生労働省より発行され、現在は改訂を重ね、消費者庁から発行されている。 会議の運営：平成 13 年度～14 年度 厚生科学研究補助金生活安全総合研究事業「食品表示が与える社会的影響とその対策及び国際比較に関する研究」の研究代表者が所属する順天堂大学公衆衛生学教室 特徴： アレルギー表示について、ステイクホルダー（食品原材料メーカー、食品加工メーカー、流通メーカー、患者、患者団体、小児科医（臨床医）、食物アレルギー研究者、検知法開発メーカー、公衆衛生研究者、疫学者等）の置かれている状況や要望を相互に理解しつつ、対話を重ねた。 検討会メンバーを核として、企業向け勉強会を企画・実施し、その後、ステイクホルダーを理事とする NPO 法人が発足し、活動を継続している。 参考 URL：中間報告 http://www.mhlw.go.jp/topics/2001/0110/tp1031-1.html リーフレット http://www.caa.go.jp/foods/pdf/syokuhin18.pdf

報告者：堀口 逸子

様々なリスクコミュニケーションの事例

タイトル：サイエンスカフェ
目的：情報提供（説明）・情報共有・相互理解や信頼感の醸成・合意形成
形式：①媒体作成・HP や印刷物への掲示 ②Facebook、twitter 等での情報発信（双方向性） ③講演会・説明会 ④出張講座・意見交換会（双方向性） ⑤個別対応 ⑥研修 ⑦その他（ ）
日時（回数）：12 回（2015 年 3 月 6 日現在）
実施者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関 その他（ ）
対象者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（ ）
概要及び特徴 場所：東京大学大学院 農学生命科学研究科 フードサイエンス棟 2 階カフェ 主催：東京大学大学院 農学生命科学研究科 食の安全研究センター 内容：センター教員によるファシリテーションのもと、当該分野を専門とする話題提供者が、スライドや実物を用いた情報提供を行う。参加者からの質問には随時回答する。当日の配布資料と開催報告は食の安全研究センターのホームページ上で公開している（Facebook にリンク）。参加費用は無料だが、カフェで飲み物を注文するよう依頼している。 第 1 回 聞いてみよう！放射性物質と農産物のコト 2012 年 7 月 4 日 第 2 回 アイソトープイメージングで見る植物活動～見えないを『見える』にする技術～ 2012 年 8 月 28 日 第 3 回 続・聞いてみよう！放射性物質と農産物のコト 2013 年 1 月 18 日 第 4 回 放射性セシウムを減らす！なぜカリウムで？ 2013 年 7 月 27 日 第 5 回 おいしく焼き肉を食べるための食中毒講座 2013 年 8 月 2 日 第 6 回 放射線で分かる植物のミクロの世界～見えないを『見える』にする技術② 2013 年 12 月 21 日 第 7 回 聞いてみよう！放射性物質と農産物のコト ～福島県のある食の安全について～ 2014 年 1 月 17 日 第 8 回 聞いてみよう！食品中の放射性セシウムとシーベルト 2014 年 7 月 29 日 第 9 回 聞いてみよう！福島県の放射線レベル～現在とこれから～ 2014 年 8 月 11 日 第 10 回 聞いてみよう！コミック誌から見る放射線の作用 2014 年 12 月 8 日 第 11 回 聞いてみよう！食とアレルギーのコト 2015 年 1 月 9 日 第 12 回 聞いてみよう！食品添加物のコト～嫌われ者の正体～ 2015 年 3 月 4 日 参考 URL:http://www.frc.a.u-tokyo.ac.jp/

報告者：細野 ひろみ

様々なリスクコミュニケーションの事例

タイトル：消費者段階における品質保証の取組み（適正消費者規範）	
目 的：	情報提供（説明）・情報共有・相互理解や信頼感の醸成・合意形成
形式：	①媒体作成・HP や印刷物への掲示 ②Facebook、twitter 等での情報発信（双方向性） ③講演会・説明会 ④出張講座・意見交換会（双方向性） ⑤個別対応 ⑥研修 ⑦その他
日時（回数）：	2012 年度 10 月～月 1 回以上
実 施 者：	行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（ ）
対 象 者：	行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（ ）
実施者：コープ九州事業連合品質管理部等 概要： 生協では、HACCP・ISO22000 等に基く品質マネジメントシステム（QMS）を、2006 年度より構築してきた。フードチェーンアプローチは、生産者から販売者までは考え方が定着しつつあるが、消費者には浸透しておらず、「自分たちにも、安全を守る役割がある」と意識を持つ消費者は少ない。そのため、消費者の段階で食品の適切な保管がなされずかびが生えたり、適正でない食べ方がなされたりするなどして、食中毒リスクが高まったり食品の廃棄につながったり、というようなケースが多い（事例：開封後は冷蔵保管すべきなのに室温保管してしまう／肉の生食／ハンバーグの加熱不足／賞味期限切れの鶏卵の生食など） そのため、九州・沖縄の 8 生協で構成する「コープ九州事業連合」は、生産から販売までに加え、組合員段階でも品質保証システムが必要と位置づけ、2013 年度から構築を目指した。所属する各生協は、組合員の有志と職員が意見交換しながら食のリスクの理解を深め、消費者が注意すべきことをまとめ、「セルフチェックシート」を作成した（マイバッグは清潔ですか？／冷蔵庫の開閉はできるだけ短時間で行っていますか？／調理する前に材料の消費・賞味期限を確認していますか？／調理の前や肉・魚類を扱った後には都度きちんと手を洗っていますか？—など約 20 項目）。約 1 年間の作業となった。 これを、消費者段階での QMS と位置づけ「食の安全まもるちゃん」と名付け、九州・沖縄の生協組合員に紙媒体で、目的やセルフチェック表を配布した（2014 年 2 月～7 月、3 回シリーズ）。 その後、賛同したコープネット事業連合、日本生活協同組合連合会も、運動を広げて行こうとしている。 特徴： 消費者の意識の変革を目標としたリスクコミュニケーションを実施。商品を利用する“お客さん”という立場から、フードチェーンを担う立場であり役割がある、と意識を変えてもらうことを狙い、「“食の安全”を担保するためのバトンリレー。消費者はその最終走者」ということを強調し、「食の安全のバトンをつなごう」と呼びかけている。 消費者自身に、家族の安全を担保するために何が必要か、何をすべきか、ということを考えてもらい、実行してもらう。生協での継続的な組合員活動として取り組むことで、最終的には、リスクアナリシスの考えに基づいた行動ができる消費者を増やして行きたい、としている。 参考 URL 取組み概要 http://www.kyushu.coop/shokunoanzen/index.html 取引先向け報告 http://www.kyushu.coop/new/1307/index.html	

報告者：松永 和紀

様々なリスクコミュニケーションの事例

タイトル：栄養教諭・家庭科教諭向けセミナー「食育を科学的に考える」
目的：情報提供（説明）・情報共有・相互理解や信頼感の醸成・合意形成
形式：①媒体作成・HPや印刷物への掲示 ②Facebook、twitter等での情報発信（双方向性） ③講演会・説明会 ④出張講座・意見交換会（双方向性） ⑤個別対応 ⑥研修 ⑦その他（ ）
日時（回数）：2013年3月より、年間3回程度開催
実施者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（報道機関）
対象者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（栄養教諭・家庭科教諭）
実施者：毎日新聞社主催、農薬工業会協力 概要及び特徴 栄養教諭・家庭科教諭への科学的根拠のある食情報の提供を目指してセミナーを開催。毎回、2人のパネリストが講演し、その後に参加者との質疑応答が行われる。 食品のリスクはゼロではなく、自然天然のリスクも多種多様にあること／多くのリスクをコントロールして行くことが重要であること／食事の構成、栄養成分の役割／調理における科学的思考、リスク管理の重要性など、多様な角度から食のリスクと食育にかんする情報を提供している。 講演だけでなく質疑応答の時間を多くとっており、さまざまな質問に答えている。また、講演の内容、質疑応答の概要、それに参加者の感想等を、ウェブサイトで公開している。 参加者は毎回多く、200人を超えることもある。農薬工業会が協力しているが、農薬を理解してもらうための説得型コミュニケーションではない。食品が持つ多種多様なハザード、リスクを科学的に理解してもらい、学校給食の献立作りや調理に活かしてもらったり、家庭科教育、食育等に役立ててもらうことを目標としている。 毎回参加者へのアンケートを実施しており、「このような機会は今までなかった」「セミナーに参加して偏った考えや誤った情報を改めることができた」、「講演の内容を授業で活用したい」、「次回も同様のセミナーに参加したい」と回答した参加者が多く、特に、栄養教諭・家庭科教諭は「食」に対して常に新しい情報、専門性の高い情報を求めていることが分かった。 参考 URL：農薬工業会農薬情報局 教育関係者セミナーレポート「食と未来の教え方」http://www.jcpa.or.jp/labo/

報告者：松永 和紀

海外の機関が作成したリスクコミュニケーションに関する文書

○When food is cooking up a storm :EFSA (欧州食品安全機関)【2015 年. 2 月】

〈主な内容〉優れたコミュニケーションの原則(開放性、透明性、独立性、タイミング)、コミュニケーションの水準・種類に影響する要素(ハザードの特性、ばく露水準、制御可能か)、ツールとチャンネル(メディア、ウェブ、印刷物)、経験から学ぶこと(事例集)

○A handbook on risk communication applied to food safety

:FAO/WHO (国連食糧農業機関/世界保健機関)【2014 年】

〈主な内容〉国、食品安全に係る機関、食品事業者等の食品の安全に係る関係者を対象にした、リスクコミュニケーションを実施する際のハンドブック。

食品安全リスクコミュニケーション(何が重要か、目標等)、適正なリスクコミュニケーションの原則(公開性と透明性、タイムリーさと責任)、考慮すべき要素(リスクとベネフィットの本質、危害の本質、相手のニーズの理解)、リスクの実施(相手の理解の重要性、メディアとの相互作用、モニタリングと評価)。

○Risk Analysis in Food Regulation:FSANZ (オーストラリア・ニュージーランド食品基準機関)【2013 年】

〈主な内容〉7 食品関連の健康リスクの意思伝達

リスクコミュニケーション、戦略(低リスク低認識:受け身、低リスク高認識:迅速対応、高リスク低認識:教育的、高リスク高認識:積極的)

○Risk Communication :EPA (米国環境保護庁)

〈主な内容〉リスクコミュニケーションのヒント

信用を得て信頼を確立、戦略の作成、外部の専門家の活用、情報が多すぎても少なすぎても問題となる、透明性、正直に・過去の問題と誤りを認める、忍耐強く優しく、電話とメールの回答は 24 時間以内

○FDA's Strategic Plan for Risk Communication :FDA (米国食品医薬品庁)【2009 年. 秋】

〈主な内容〉効果的なリスクコミュニケーションを支援する科学の強化、効果的なリスクコミュニケーションの作成、普及及び監視のための FDA の能力向上、リスク、ベネフィットのコミュニケーションに関する FDA 政策の最適化

○Food safety risk analysis :FAO/WHO (国連食糧農業機関/世界保健機関)【2006 年】

〈主な内容〉4. リスクコミュニケーション

コミュニケーションの目標(目標の設定、リスクコミュニケーションは教育でも広報でもない、安全と伝えることは必ずしも安心に繋がらない)、戦略(ある関係者が懸念するリスク関連の問題を特定、公開性・透明性・柔軟性の確保)、関係者の特定、コミュニケーションの方法(会合の持ち方)とメディア

○A Framework for Strategic Risk Communication :Health Canada (カナダ保健省)【2006 年】

〈主な内容〉戦略的なリスクコミュニケーションの原則

戦略はリスク管理の各段階でのリスクコミュニケーションを含む、関係者が重要、社会及び自然科学に基づいた決定、透明性、評価による継続的な改善

○食品安全委員会 企画等専門調査会

有路 昌彦	近畿大学農学部水産学科准教授
石川 広己	公益社団法人日本医師会常任理事
大澤 幸弘	株式会社イトーヨーカ堂QC室食品担当総括マネージャー
大瀧 直子	主婦
大西 由美	アンデルセングループ株式会社タカキフードサービスパートナーズ品質管理室課長
鬼武 一夫	日本生活協同組合連合会品質保証本部安全政策推進部部長
神村 裕子	医療法人社団三圭会副院長
◎ 川西 徹	国立医薬品食品衛生研究所所長
藏内 勇夫	公益社団法人日本獣医師会会長
小出 薫	株式会社明治顧問
河野 康子	一般社団法人全国消費者団体連絡会代表理事・事務局長
迫 和子	公益社団法人日本栄養士会専務理事
鈴木 春美	JA全国女性組織協議会理事
高岡 慎一郎	一般社団法人日本フードサービス協会副会長
竹原 智恵子	畜産農家
田崎 達明	前東京都福祉保健局健康安全部食品監視課長
民野 摂子	管理栄養士、野菜ソムリエ
坪田 恵子	サントリービジネスエキスパート株式会社お客様リレーション本部課長
○ 局 博一	東京大学大学院農学生命科学研究科特任教授
戸部 依子	公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会消費生活研究所所長
中本 絵里	主婦・管理栄養士
夏目 智子	全国地域婦人団体連絡協議会事務局長
藤原 英憲	公益社団法人日本薬剤師会常務理事
堀口 逸子	長崎大学広報戦略本部(東京事務所)准教授
松谷 和重	日本労働組合総連合会副会長(日本食品関連産業労働組合総連合会会長)
宮野 廣美	伊奈オリーブ薬局薬剤師
山根 香織	主婦連合会会長
山本 唯子	一般財団法人消費科学センター理事
渡邊 治雄	前国立感染症研究所所長
※ 唐木 英明	公益財団法人食の安全・安心財団理事長
※ 中村 重信	東京都福祉保健局健康安全部食品監視課長
※ 原田 光康	UAゼンセン総合サービス部門副事務局長
※ 横田 篤宣	農薬工業会技術部部長

五十音順、敬称略

◎:座長、○:座長代理、※専門参考人

○リスクコミュニケーションのあり方に関するワーキンググループ

有路 昌彦	近畿大学農学部水産学科准教授
鬼武 一夫	日本生活協同組合連合会品質保証本部安全政策推進部部長
小出 薫	株式会社明治顧問
河野 康子	一般社団法人全国消費者団体連絡会代表理事・事務局長
夏目 智子	全国地域婦人団体連絡協議会事務局長
◎ 堀口 逸子	長崎大学広報戦略本部(東京事務所)准教授
※ 金川 智恵	追手門学院大学経営学部教授
※ 高橋 久仁子	群馬大学名誉教授
※ 細野 ひろみ	東京大学大学院農学生命科学研究科准教授
※ 松永 和紀	科学ライター

五十音順、敬称略

◎:座長、※専門参考人

〈リスクコミュニケーションのあり方に関する勉強会メンバーは上記ワーキンググループと同じ〉

○事務局

姫田 尚	内閣府食品安全委員会事務局長
東條 功	内閣府食品安全委員会事務局次長
植木 隆	内閣府食品安全委員会事務局情報・勧告広報課長
野口 武人	内閣府食品安全委員会事務局リスクコミュニケーション官*
木下 光明	内閣府食品安全委員会事務局リスクコミュニケーション官**
高橋 佐和子	内閣府食品安全委員会事務局情報・勧告広報課課長補佐
武元 民雄	内閣府食品安全委員会事務局情報・勧告広報課リスクコミュニケーション専門官
小林 協子	内閣府食品安全委員会事務局技術参与

* :平成27年3月まで

** :平成27年4月から