

委員の皆様から事前にいただいた御意見

政府による情報提供について	政府以外の様々な主体による情報提供について	自身の立場で情報提供をする場合	その他
<p>山本分科会長</p>			<p>テーマがよく言えば包括的、見方によってはおまじりに茫漠としているので、当日の審議を多少なりとも有意義なものとするためには、情報提供という言葉の意味(定義)や目的について交通整理をするための大まかな見取り図のようなもの(行政の政策の視点から言えば、政策体系のマップ)を示していただくことが必要ではないかという感想を持ちます。</p> <p>1 情報提供という言葉の意味(定義)            ① 表示・広告            ② 購買段階での情報提供(狭義の情報提供)――食品においては、①でカバーされることが多く、相対的に意義が少くない。            ③ 啓発・教育            ④ 情報公開            ほかにもあるかもしれません。</p> <p>2 情報提供の目的            ① 安全――食品安全政策の中での情報提供政策の位置づけを示すとよいのではないか            ② 商品選択――理論的には①を当然包含すると理解されるべきか?            ③ 啓発・教育            ④ 行政情報の国民への開示            ほかにもあるかもしれません。</p>
<p>駒谷委員</p>	<p>食料を海外に多く依存する日本において、その食料に関する情報が必要になる。海外で問題としていることは何か、同期化が必要である。食品安全委員会で検討されている分野別情報海外では当たり前になっているアラート情報</p>	<p>偏った見方や主張は誤解を招くので公平性のある情報とすべきである。業界基準は正しいのか?</p>	<p>特別栽培農産物は、化学合成農薬又は化学肥料を50%以下で生産して第三者登録認定機関が認定した農産物であり、表示については認定機関名が良いと思う。            担い手が努力をして化学合成農薬又は化学肥料を50%以下で生産しても販売するときは表示のない普通栽培農産物より、消費者には不利に見られて売れなくなる又は少なくなつたなど特別栽培の取組をやめる農家も出ている。            19年度からの品目横断的経営安定対策の中にも環境保全に取り組み集落に対策を打って取り進めるようになってきていることから、登録認定機関を信じて表示を免除すべき</p>
<p>宮地委員</p>	<p>内容など            ・問題点の方向性、あるいは推移が確認できる必要がある。時事の話題は公聴会、パンフレットでの周知であり、時系列の情報管理はホームページで管理をしていく。緊急情報についての新通知ルート(携帯が利用できないか?)            公聴会は意見が反映されることが必要、現在はしたことが価値のようになっていないか?</p>	<p>生活者の視点で考えた問題の解決法を提供する。</p>	<p>消費者が選択できることや選択できるように情報を提供する。パンフレット、食事メニューの提案等消費者が手にしやすいこと。字の大きさも適切でありわかりやすいこと(ラベル、チラシ)</p>

政府による情報提供について	政府以外の様々な主体による情報提供について	自身の立場で情報提供をする場合	その他
<p>内容など 方法媒体など</p> <p>大木委員</p>			
<p>内容など</p> <p>長谷川委員</p>	<p>先進的な研究成果や事例など、学界では消費者利益や保護に直結するような課題が調査研究されていても、それが消費者の目に触れることは難しい。そのような情報を積極的に提供することと、提供方法になるが、専門情報を一般消費者の理解度に合わせて提供できる体制づくり(例えば、NPOとの協働など)を進めることも重要。</p>	<p>消費者のニーズは一面では作られていると考えられる。その意味で言えば、企業(生産や販売などの)の情報も含め、政策の全体像がわかるような提供をしたい。また、持論の展開ではなく、正確な情報を広く提供することによって消費者の積極的な判断の材料提供としたい。さらに、企業等も、持続可能な将来ビジョンの中で、どのように消費者との関係性を築いていくのかも、食のあり方についてどう考え行動するかなどが含め、情報共有と議論をすることが必要だと考える。</p>	<p>先にも述べたが、消費者にもさまざまな層が存在し、そのそれぞれで必要とする情報は違う。また、それによつて、提供手段も選択する必要が有ると考える。大きな課題は、大多数の積極的に情報を得ようと考えていない層に、どうアプローチするか。そのことを常に念頭におく必要があると考えている。</p>
<p>提供媒体・方法など</p> <p>伊藤(潤)委員</p>	<p>例えば、「食事バランスガイド」のような情報は、消費者リーダ層への普及は、難しくないだろうが、一般消費者にいかん情報提供し、理解、活用してもらおうかとなると、非常に難しい。その際、食品産業や流通業など、直接消費者と向き合う場において、どのように普及させるかを検討するべきである。商品販促の場の活用。通常の売り場でのポツジなど、日常的に目に触れることが重要。最新の情報はスマホなど、スマホの活用が重要。</p>	<p>提供する範囲としては、限られるが、現在情報の信頼性という意味では、口コミ、それも信頼できる提供者からの情報提供が選択基準になることが多いとも言われる。故に、自分の持つネットワークの活用と、ネットワークの拡大を図りながら、MLやメルマガ、ブログなどを活用したい。</p>	
<p>内容など</p> <p>伊藤(潤)委員</p>	<p>政府以外の様々な主体による情報提供、自分の立場での情報提供はほぼ同じであるので、あわせて述べます。とりわけ、自分の立場で...ということについては、私がこの間生協において、組合員さんとの間での委員会、会議、学習会を進める上で、実践してきたことです。リスクコミュニケーションを意識してのここ3年ほどでほぼ基本的な考え方は確立したと考えます。組合員の関心事は何か、生協として組合員に伝えたいことは何か、台意を取りたいことは何か、社会的な動きからして必要なことは何かを考慮して決めます。</p>	<p>専門性の高いものなどは、電子媒体などの提供だけでも良いのではないか。しかし、海外の消費者関連情報など一般消費者にも有益と思われるものについては、広く広報できるツールを選択するべき(スマホアプリ活用やシンポジウムの開催)。</p>	

政府による情報提供について	政府以外の様々な主体による情報提供について	自身の立場で情報提供をする場合	その他
<p>場面を設定するにあたって、主催者の抜本的な意識改革を必要があります。</p> <p>具体的に言えば、  「伝えたい・理解して欲しい」「開催することに意義あり」  「そつなく」という考え方  「パワースを配慮した出席者」、「スキルに関係のない人選」、「通り一遍の決まり切った進行」  などです。</p> <p>その上で方法の工夫が大切です。</p> <p>① 開催は、参加者のためのものであり、主催者のためのものではありません。おもねることはありませんが、常に「参加者がどう感じるか」の視点をもちつづけることが大切です。開催目的に沿った組み立てを考えます。そのためには、今回の分科会のように事前の意識調査をします。それによって、関心のありかを探ります。</p> <p>② 組み立てに相応しい人選をします。序列・横並びの配慮は極力排除します。スキルのある人を採用(とりわけ進行役は)、人材育成のための場でもありますので、それに相応しい役割の割り当てを配慮します。</p> <p>③ 開催の演出に工夫を凝らします。毎回終了後反省をして、次への工夫をします。この段階で、「ルーティンが忙しいにできない」ということであれば、このようなことを考えるのは無駄です。意外性、報告者の説明ツールとしてのPPTではなく、振り返り、論点整理、進行など、多様に使えます。また、意外性も必要です。</p> <p>④ 参加者募集については、この場で「何をしよう(タイトルではなく、当日をイメージできるもの)としているのかを明確にして、関係者・機関に伝えます。消費者センター、消費者団体、各種委員などへ呼びかけます。</p> <p>⑤ 実際の進行にあたっては、誠実で柔軟に、しかし「会」を充実させようとする強い意志と力量が必要です。主催官庁の職員がこれにあたるのはこの意味からも、また公正感を確保するためにも望ましくありません。本人がそのように配慮しても参加者はそのように思わないからです。加えて、知らず知らずのうちに「役人臭さ」は醸し出されます。質問については、事前提出されたもの、議論を深めると思われるもの、出席者が疑問を持っていると推測されるものから抽出をして、司会者から紹介し、論議、補足説明をします。すべて会場発言に割くと、「発言者のための会」となり、「参加者のための会」にはなりません。発言者によっては「発言すること自体」を目的としています。あくまで、全ての参加者がその「会を割り上げる」というスタンスを買かねばなりません。会場発言を妨げるものではありませんが、「……このように論議が進んできましたが、……」については、異論があるかもしれないと思えます。この点について会場の皆さんから発言を求めたいと思えますが、如何でしょうかというように野放しにせず、コントロールすることが必要です。</p> <p>ii) 情報提供の仕方について  情報を受けての意見を聞くことを提案します。</p> <p>① そのような内容の情報を欲しいと思っているのか  ② レベルにあった説明  ③ 適切な媒体の選定  ④ HPの利用にあたっては、利用方法の説明などがあると利用しやすいが、これも困った経験のある利用者の話を聞くことも有効</p>	<p>政府による情報提供で述べたことを行います。</p> <p>結果、アンケートによる参加者の満足度は、(大変良い、良い)98～96%を維持し、フリーの記入も「次回も是非」というものになっています。以前のやり方と変えて大きく評価が変わり、出席者も350人を超えようになりました。</p> <p>今年は、日生協で「たべるといせつフェスタ2006」を神戸で開催に關連し、これに臨むにあたり、なぜ「たべるといせつ」なのかを、健康のためには①食品の安全 ②食べ方がたいせつの確認のもとに</p> <p>① 食品の安全と社会的枠組の到達点  ② 食べ方 (栄養バランス)……サブリメントとの付き合い  ③ 健康を求めるとき、他者への配慮も  学習会を組み立て</p> <p>① 唐木 英明氏(5/18)  ② 金沢 和樹氏(7/27)  ③ 松永 和紀氏、小島 和美氏(9/28)</p> <p>文章や、言葉では十分にお伝えできないので、是非、官庁からもご参考にご参加いただきたいと思います。</p>		

伊藤(潤)委員  
提供媒体・方法など

政府による情報提供について	政府以外の様々な主体による情報提供について	自身の立場で情報提供をする場合	その他
<p>一般の主婦の方が関心をもたれている項目は多くありますが、以下の項目はもともと関心の高い項目です。農作物の残留農薬、遺伝子組換え食品、食品添加物、食品の産地と表示</p> <p>上記項目で共通して言えることは、生産性や食品の流通性を重視したあまり、生産段階や流通段階でとってきた食品に対する人為的な措置への不信感であります。こうした措置が何の為に、どの程度必要であるかを情報提供することが、現代的な意味での「食育」なのではないかと考えております。</p>	<p>県や自治体においては、政府が提供する内容以上に詳細に情報提供する必要もあるものもあります。地域的な関心が高いものです。こうした内容は(1)の内容とは異なった形で情報提供しなければなりません。各自治体との連携をどのように組むかもこれからの問題かと思えます。</p>	<p>自信がないと、情報発信できないのが現状です。逆に、組織に属しているとできない内容も、個人レベルでは自由に発信できるものもあります。特に、批判的な意見は個人レベルでの発信が発端となり、認知されていくケースが多いように感じます。個人の発想や意見も大切にしたいものです。</p>	
<p>不特定多数の方に情報を提供する媒体として以下の媒体を考える必要がある。</p> <p>1) テレビでの広報活動 ある特定の曜日、特定の時間(10分程度)を政府の広報活動に利用させていただいてはどうでしょうか。ホームページ等に関しては、詳しく物事を知る上では有効ですが、関心のない方はホームページをみないものです。何事も、定期的な実施が重要かと思えます。</p> <p>2) 新聞等による広報活動 これまでも広報活動(広報誌を含む)がなされてきましたが、今後とも層わかりやすく、図式化した広報活動を推進すべきかと思えます。これも、ある程度定期的に行う必要があるでしょう。</p>	<p>地方の広報誌やメディアの定期的な活用は消費者にとつては有効です。生産者および食品産業者には、それなりのメリットを活用すべきです。</p>	<p>ホームページ上での情報発信と執筆活動等によるものと考えます。ただ、そうしたチャンスのある方しかなかないのが現状です。個人での情報発信は個人の努力に負う処が大ですので、内容の吟味も含めて大切にしたいものです。</p>	
<p>政府が国民に伝えたい情報だけではなく、国民が食品の安全についてどのようなことを知りたいかと思っているかを、まず適切に把握した上で、それに応じた内容の情報提供を行うべきである。また遺伝子組換え食品などの問題では、科学的・技術的知識を平易に解説した上で、ベネフィットとともにリスクやそれへの対策などについて伝えるべきである。またこの際、技術的な側面ばかりでなく社会的側面からも説明する必要がある。</p>	<p>政府の場合と同様に、各主体が国民に伝えたい情報だけではなく、消費者が知りたい情報も提供すべきである。また特に食品産業者などは、自分たちに都合の良い情報ばかりではなく、リスクに関する情報やそれへの対策もきちんと、自主的に、しかも迅速に公開することが、ひいては国民や消費者から支持や信頼を得ることにつながる。</p>	<p>社会学者(社会心理学者)として、食に関する科学的・技術的リスクやベネフィットと同様に、社会的な側面でのリスクやベネフィット、また一般の人々が食品に対して持つリスク認知の特徴やバイアス、など心理的側面についても解説し、人間としての素朴な感情も尊重すべき重要な価値ではあるが、科学的、社会的、あるいは理性的な判断も必要であることなどを伝える。</p>	
<p>内容など 提供媒体・方法など</p>	<p>田中委員</p>	<p>まずはやはりリヌメディアやホームページ、書籍、意見交換会や各種イベント、リスクコミュニケーションの場などによる提供が考えられる。また学校教育の場においても、食育の重要性や食品の安全に関する知識や考え方を学ぶ機会を提供することを、国として行うべきではないか。</p>	<p>リヌメディアやホームページなどの他、各主体が独自に持つ媒体や機会を活用すべきだ。また、各主体の組織としての活動と共に、各主体における各個人が、各主体を通じて食の安全に関する正しい知識や適切な考え方を身につけた上で、草の根的なリスクコミュニケーションとして、様々な機会を利用して、国民に対して積極的な情報を提供する活動を担っていくことが、食の安全や選択に関する国民全体の知識向上や健康増進につながるのではないか。</p>