

消費・安全局の業務に関わる情報提供についての意見交換

【趣旨】

国民が健全な食生活を送るには、食品の安全性についての知識を持ち、正しく食品を選んだり、取り扱うことが重要です。それには、食品の安全性について正しく理解するための参考となるような情報を政府や食品事業者が提供することが前提となります。

消費・安全局では、食品安全や食生活と健康に関するホームページを作成するなど、国民へのわかりやすい情報提供への取組を始めました。

様々な立場の委員の皆様が集まるこの場で、消費・安全局の業務に関わる情報提供について意見交換をしたいと思います。意見交換を通じ、政府だけでなく食品事業者や消費者団体が消費者の知りたいと思っている情報をどのように把握し提供しているか等について経験や知見を共有していただくことは、今後のよりよい情報提供につながるのではないかと考えています。共有したことは、政府だけではなく、今後の皆様の情報発信に役立てていただきたいと思いますと考えております。

委員の皆様から事前にいただいた御意見を以下のとおり取りまとめました。分科会場で紹介はしませんが、御発言の参考にしていただきたいと思います。

1. 自身の立場での情報提供

(1) 提供する内容

- ・ 生活者の視点で考えた問題の解決法
- ・ 消費者のニーズは一面では作られている。企業の情報も含め政策の全体像がわかるような情報
- ・ 企業等もどのように消費者との関係を築いていくか、食のあり方をどう考え行動するのか、情報共有と議論が必要
- ・ 自信がないと情報発信できないのが現状。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言できるものも
- ・ 食に関する科学的、技術的リスク・ベネフィットと同様、社会的なリスク・ベネフィット、食品に対するリスク認知の特徴やバイアスなどを解説し、人間としての素朴な感情も重要だが、科学的・社会的・理性的な判断も必要

(2) 提供媒体・方法など

- ・ 消費者が選択できるための情報を提供。消費者が手にしやすく（パンフレット・食事メニューの提案等）。字の大きさが適切でわかりやすく（ラベル・チラシ）
- ・ 口コミ、信頼できる情報提供者からの情報が選択基準。自分のネットワークの活用と拡大を図り、メーリングリストやメルマガ、ブログを活用
- ・ ホームページ上での情報発信、執筆活動。チャンスのある方しかできない。個人の情報発信は個人の努力に負う、内容の吟味も大切
- ・ 大学での教育・学術活動を通じた情報提供。リスクコミュニケーションの指導・講演を通じ、食品のリスクを考える機会を提供。食品のリスクについて国民と直接対話する機会があれば積極的に参加

2. 政府以外の様々な主体による情報提供

(1) 提供する内容

- ・ 公平性のある情報。業界基準は正しいか？
- ・ 食品産業など、都合の良い情報だけでなく、リスクに関する情報や対策も自主的に迅速に公開を
- ・ 消費者利益・保護に直結するような研究成果や事例など
- ・ 地域的な関心が高いものは、県や自治体が詳細に情報提供すべき。各自治体との連携も課題
- ・ (生協での実践では) 組合員の関心事、伝えたいこと、合意を取りたいこと、社会的な動きを考慮して決める
- ・ 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

(2) 提供媒体・方法など

提供方法

- ・ 双方向の情報交換の場を持つと情報の信頼度が向上。セミナーや討論会の開催
- ・ 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 (NPO との協働など)
- ・ 食事バランスガイドのような情報は、消費者リーダー層への普及は難しくないが、一般消費者が理解・活用するのは非常に難しい。食品産業や流通業など直接消費者と向き合う場での普及の検討を
- ・ 商品販促の場やポップなど日常的に目に触れることが重要
- ・ 各個人が食の安全に関する正しい知識や考え方を身につけ、草の根的なリスクコミュニケーターとして積極的に情報提供することが、国民全体の知識向上や健康増進につながる

提供媒体

- ・ 最新の情報はマスコミなどのマスメディアを活用
- ・ 地方の広報誌の定期的な活用
- ・ 各主体が独自に持つ媒体や機会

3. 政府による情報提供

(1) 提供する内容

- ・ 食料について海外で問題となっている情報
- ・ グローバルな視点や農業政策全般を視野に入れ、食のあり方や安全という視点から言及
- ・ 市民には精査・評価しにくい専門性の高い情報の提供、先進事例や学術調査など情報の峻別を
- ・ 安全に関する情報は、基礎的な知識が不足している人には解説が必要
- ・ 伝えたいことだけでなく、知りたいことを把握して提供すべき
- ・ 主婦の関心が高いのは、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。生産段階や流通段階の措置が、何のためにどの程度必要であるかを提供すべき
- ・ 遺伝子組換え食品などの問題では、科学的・技術的知識の解説の上に、ベネフィットとリスク、対策も伝えるべき。社会的な側面も説明する必要

(2) 提供媒体・方法など

内容・相手に応じた提供方法の工夫

- ・ 問題点の方向性、推移が確認できる必要。時事の話題は公聴会やパンフレットで周知、時系列の情報はホームページで管理
- ・ 公聴会では、意見が反映される必要
- ・ 専門性の高いものは、電子媒体の提供だけで良い。一般消費者に有益な情報は広く広報できるツールを
- ・ それぞれの消費者が必要とする情報は違う。提供手段の選択が必要。大多数の積極的に情報を得ようと考えていない層へのアプローチの検討が必要
- ・ 安全性に関心を持っている層（成長期の子供の親）をターゲットとした情報提供
- ・ その情報を求めているか、レベルにあった説明か、適切な媒体か等について、情報の受け手の意見を聞くべき
- ・ 消費者の意識や意見交換会での意見を整理して、安全と安心の距離を推測したテーマの組み立てを
 - ① 常に参加者の視点が必要
 - ② スキルのある人など相応しい人選
 - ③ 「何をしよう」としているかを明らかにして参加募集を
 - ④ 進行では、誠実で柔軟に
 - ⑤ 質問は事前に提出して紹介し、論議、補足説明をするのも一つの手法。全て会場発言に割くのは適当ではない。

提供媒体について

- ・ NHK などの TV の活用。特定の曜日・時間を政府の広報活動に利用。定期的な実施が重要
- ・ 新聞等で図式化した広報活動を推進。定期的に行う必要
- ・ ホームページは、詳しく物事を知るのに有効だが、関心のない方は見ない
- ・ マス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