

食品と放射能に関する リスクコミュニケーションについて

- (1) 平成27年度以降の取組実績について
- (2) 風評被害に関する消費者意識の実態調査(第8回)抜粋
- (3) 食品に関するリスクコミュニケーション研究会について

平成29年2月
消費者庁

(1) 平成27年度以降の取組実績について

H27年度予算額： 39百万円の内数
H28年度予算額： 34百万円の内数
H29年度予算額(案)： 35百万円の内数

概要

- 対象地域：全国 / 対象者：一般消費者 ほか
- 関係府省(内閣府食品安全委員会、厚生労働省、農林水産省等)や地方公共団体等と連携し、食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーション*を実施
- 消費者への分かりやすい冊子の提供

* リスクコミュニケーション：消費者、生産者、事業者、行政担当者等の関係者が、それぞれの立場から相互に情報や意見を交換すること。

実績

○関係府省や地方公共団体等と連携したリスクコミュニケーション

- ・消費者庁、食品安全委員会、厚生労働省及び農林水産省の連携によるリスクコミュニケーションを実施。
- ・そのほか、環境省や地方公共団体等と連携したリスクコミュニケーションも実施。

開催年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度 (H29/2/24時点)	合計
開催数(回)	45(1)	175(27)	99(8)	99(6)	100(6)	91(9)	609(57)

※()内は関係府省連携分であり、内数である。なお、このほか、各府省独自の取組等もある。



リスクコミュニケーションの様子

○平成28年度に関係府省連携で新たに実施した取組

- ・全国4会場(東京都2会場、宮城県、大阪府)で実施された親子参加型イベントに出展(ブース等来場者数：約5,400名)。
小学生とその保護者に対し、食品中の放射性物質に関するセミナー等を実施し、約600名が参加。
- ・食品中の放射性物質の検査のあり方を考えるリスクコミュニケーションを全国で5回開催
(福島県：2回、東京都：2回、大阪府：1回)。

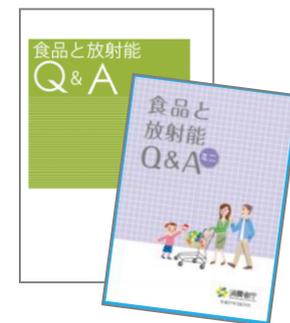


親子参加型イベントの様子

実績

○消費者への分かりやすい冊子の提供

- ・「**食品と放射能Q&A**」: 関係府省協力の下、最新情報に随時改訂(現在第10版(平成28年3月改訂))
平成28年度(2/24時点)は約1万部配布(全国でこれまでに**約16万部配布**)
※**福島県内**には平成26年度に**全戸配布(約70万部)**
- ・「**食品と放射能Q&Aミニ**」: 平成27年度以降、全国でこれまでに**約2万7千部配布**
(現在第2版(平成28年3月改訂))
- ・両冊子ともに英語版を含め消費者庁ウェブサイトにて公開(累計アクセス数 約230万件)



○そのほかに実施した省庁連携の取組

文部科学省と連携して教育関係者に「食品と放射能Q&A」等の内容を周知

- ・平成27年度: 健康教育・食育行政担当者連絡協議会で説明
(各都道府県、政令指定都市教育委員会の指導主事、学校保健技師、担当係長等が出席)
- ・平成28年度: 健康教育・食育行政担当者連絡協議会で説明
理科担当指導主事連絡協議会で説明
(各都道府県、政令指定都市の理科担当指導主事が出席)
同省のメールマガジン(教職員等のみに配信)で周知

(2) 風評被害に関する消費者意識の実態調査(第8回)抜粋

調査の概要

【目的】被災県の農林水産物等について、消費者が**買い控え**をしている場合の理由等を調査し、**効果的なリスクコミュニケーション**をはじめ、消費者理解の増進等に関する取組に資する目的で実施。

【実施状況】

第1回:平成25年2月
第2回: 同 8月
第3回:平成26年2月
第4回: 同 8月
第5回:平成27年2月
第6回: 同 8月
第7回:平成28年2月
第8回: 同 8月

※10月5日公表

〈主な調査項目＝毎回定例〉

- ・放射線、放射性物質の基礎的知識の理解
 - ・基準値についての知識
 - ・検査実績についての知識
 - ・食品の選択についての考え方 等
- ※20～60代の男女、インターネット調査
(有効回答数 5,176人)

【調査対象地域】

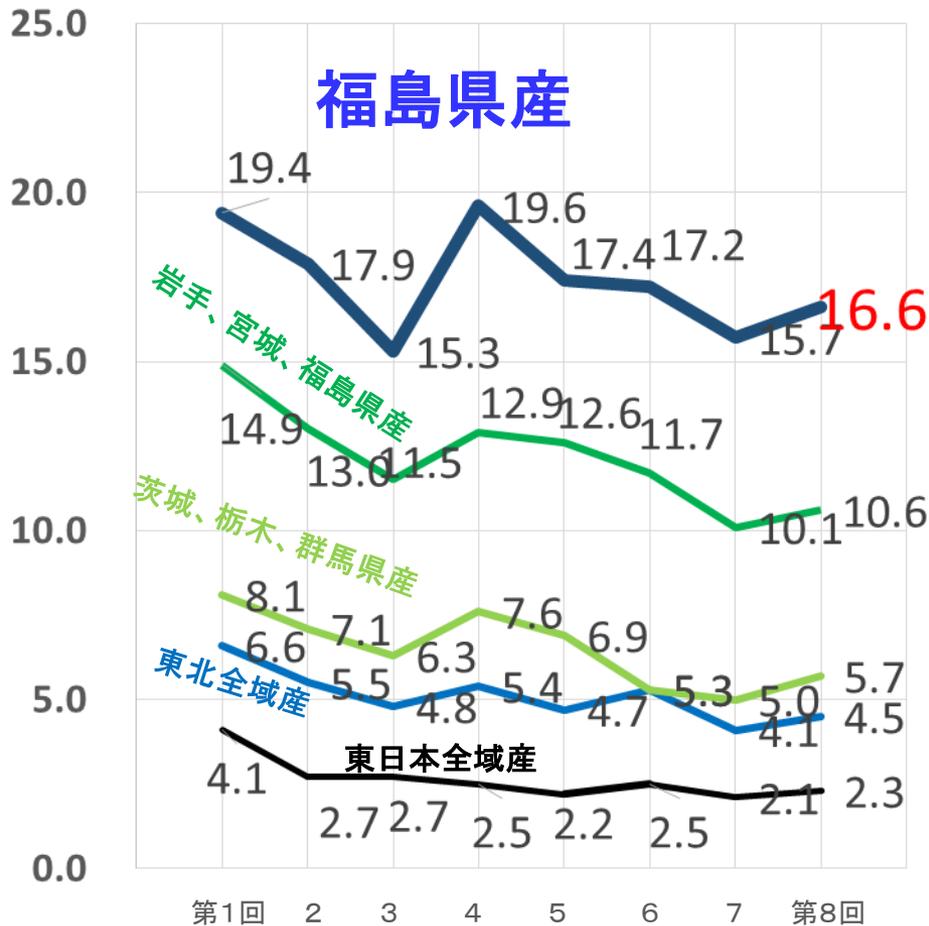
- 被災県(岩手県、宮城県、福島県、茨城県)
- 被災県農産物の主要仕向先
 - ・首都圏:埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県
 - ・中京圏:愛知県
 - ・関西圏:大阪府、兵庫県



○ 放射性物質を意識し、産地を気にする人が購入をためらう産地

＜福島県産食品の購入をためらう人が、引き続き一定割合存在＞

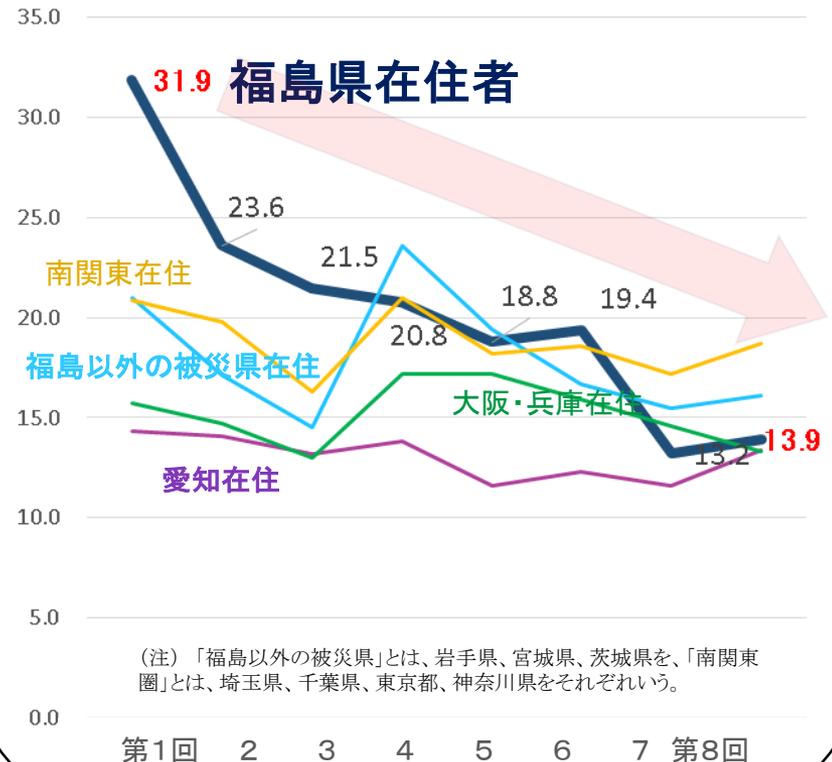
(%)



※ 全回答者のうち、それぞれの産地の食品の購入をためらう人の割合

福島県民の理解は着実に進展

(%) 福島県産の購入をためらう人



(注) 「福島以外の被災県」とは、岩手県、宮城県、茨城県を、「南関東圏」とは、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県をそれぞれいう。

※ それぞれの在住者のうち、福島県産食品の購入をためらう人の割合

(3) 食品に関するリスクコミュニケーション研究会について

趣旨

消費者庁では、平成28年8月以降、これまで消費者庁が実施したさまざまなテーマの食品に関するリスクコミュニケーションの取組を検証し、課題を整理した上で、今後の取組方向を検討するため、研究会(座長: 関崎勉氏 東京大学大学院農学生命科学研究科附属食の安全研究センター長)を開催。

報告書概要

(風評被害に関連する取組方向)

- ・ 「食品と放射能Q&A」は高い評価を受けたことから、当面の間、最新の知見に基づき改訂を実施し、教育関係者等を含め幅広く周知を図るほか、英語版も含めウェブサイトにも引き続き掲載。
- ・ 食品中の放射性物質に関する意見交換会等については、引き続き関係府省庁と連携し、風評被害の実態調査等を活用しつつ、**福島県等の被災地から消費地へ重心を移して実施。**
- ・ 食品中の放射性物質に関する意見交換会等を消費地で実施する際には、リスクを評価し、適切な範囲で管理するという食品の安全確保の基本的な考え方(※)を説明する等の配慮をする。

※ゼロリスクはないこと。また、食品には様々なハザード(危害要因)があり、そのうちのひとつとして放射性物質があるということ等

平成 29 年 2 月 21 日

食品に関するリスクコミュニケーション研究会報告書の公表について

食品に関するリスクコミュニケーションについて、消費者庁が開催した、「食品に関するリスクコミュニケーション研究会」により検討を行い、その検討結果について、本日、「食品に関するリスクコミュニケーション研究会報告書」のとおり取りまとめられました。

消費者庁では、平成 28 年 8 月から平成 29 年 1 月までの全 5 回にわたり、「食品に関するリスクコミュニケーション研究会」を開催し、これまでに消費者庁が実施した食品に関するリスクコミュニケーションの取組の評価と今後の取組方向について検討を行ってまいりました。

本日、「食品に関するリスクコミュニケーション研究会報告書」が取りまとめられましたので、資料を公表いたします。

【本件に関する問合せ先】

消費者庁消費者安全課 藤田、石川、石亀

TEL : 03(3507)9280 (直通)

FAX : 03(3507)9290

消費者庁ホームページ : <http://www.caa.go.jp/>

食品に関するリスクコミュニケーション研究会報告書
-消費者庁が実施する食品に関するリスクコミュニケーションの今後の取組方向-
について

平成 29 年 2 月
消費者安全課

○背景等

消費者庁が開催した、食品に関するリスクコミュニケーション研究会においては、平成 28 年 8 月に開催した第 1 回研究会以降、これまで消費者庁が実施した食品に関するリスクコミュニケーションの取組の実績を検証し、課題を整理した上で、今後の取組方向を検討してきたところ。第 5 回研究会において報告書が座長一任とされた。

○報告書案概要

1 消費者庁が実施した食品に関するリスクコミュニケーションの取組実績

平成 23 年度から平成 27 年度までに消費者庁が実施した食品に関するリスクコミュニケーションの取組実績について整理。

2 消費者庁が取り組む食品に関するリスクコミュニケーションの評価と取組方向

(1) リスクコミュニケーション全体に係る事務の調整

- ①リスクコミュニケーション担当者会議において、引き続き関係府省庁連携のリスクコミュニケーションを調整するとともに、新たに、関係府省庁それぞれが実施した意見交換会等の情報を共有。
- ②食品と放射能 Q&A は英語版も含め、消費者庁ウェブサイトに掲載する。健康食品や残留農薬、食品添加物、遺伝子組換え食品等の分野の分かりやすい Q&A を新たに作成。
- ③風評被害に関する消費者意識の実態調査を引き続き実施するが、状況の変化に応じて対象地域の拡大、調査回数の調整等を検討。

(2) リスクコミュニケーションの実施

- ①関係府省庁連携で行う意見交換会はシンポジウム形式の意見交換会を中心として引き続き実施。
- ②消費者庁が関わるリスクコミュニケーションのテーマは、今後は次の観点から選定。
 - 1) 食品の安全性の確保に関する施策の策定や変更等がある場合
 - 2) 食品等により健康被害が生じる可能性があるもの（健康食品等）
 - 3) その他消費者の関心が高いもの（リスクが適切に管理され、明確な健康被害は生じていないが消費者の関心が高いもの（残留農薬、食品添加物、遺伝子組換え食品等））

食品中の放射性物質に関する意見交換会等については、関係府省庁と引き続き連携し、風評被害の実態調査等を活用しつつ、福島県等の被災地から消費地へ重心を移して実施。

③意見交換会等への参加が困難な者への対応として、今後は、メールマガジン、SNS、ホームページ等、ITの活用を図ったリスクコミュニケーションを実施。

④意見交換会等に関心が低い消費者への対応として、今後は、

- 1) 人が集まる日や場所でのリスクコミュニケーションの実施・支援
 - 2) 地方公共団体・事業者等の多様な主体・多様な形式によるリスクコミュニケーションの実施の支援
 - 3) 効果的な形式・伝え方の手法の検討
- を実施。

(3) リスクコミュニケーションの促進

①地方公共団体等が積極的にリスクコミュニケーションに取り組むことを支援するため、引き続き、消費者庁職員の派遣、有識者の紹介、会場借料等の協力支援を行うことに加え、新たに、消費者庁がこれまでに実施・支援してきた意見交換会等のテーマ一覧、運営マニュアル等を提供。

②関係府省や地方公共団体等が行うリスクコミュニケーターになり得る者の養成やそのフォローアップ等に消費者庁は引き続き協力。

食品に関するリスクコミュニケーション研究会報告書

-消費者庁が実施する食品に関する

リスクコミュニケーションの今後の取組方向-

目次

はじめに	1
1 平成 23 年度から平成 27 年度までの消費者庁による食品に関するリスクコミュニケーションの総合的マネジメントの取組実績	2
(1) リスクコミュニケーション全体に係る事務の調整	2
1) リスクコミュニケーション担当者会議	2
2) 食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションを補助する取組	2
①「食品と放射能 Q&A」	2
②「風評被害に関する消費者意識の実態調査」	2
(2) リスクコミュニケーションの実施	3
1) 関係府省庁連携による意見交換会	3
2) 消費者庁による意見交換会（放射性物質等）	3
(3) リスクコミュニケーションの促進	3
1) 地方公共団体等が行うリスクコミュニケーションの支援	3
2) リスクコミュニケーションの養成	3
2 消費者庁が取り組む食品に関するリスクコミュニケーションの評価と取組方向	4
(1) リスクコミュニケーション全体に係る事務の調整	4
1) リスクコミュニケーション担当者会議	4
2) 食品に関する Q&A	4
3) 風評被害に関する消費者意識の実態調査	5
(2) リスクコミュニケーションの実施	6
1) リスクコミュニケーション全体について	6
2) リスクコミュニケーションのテーマ設定	7
①テーマの選定	7
②食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションの取組	8
3) IT を活用したリスクコミュニケーション	9
4) 多様なリスクコミュニケーションの手法	10
①人が集まる日や場所等でのリスクコミュニケーションの実施・支援	10
②多様な主体・多様な形式のリスクコミュニケーションの実施の支援	10
③効果的な形式の検討	10

④消費者の状況に応じた伝え方の検討	11
(3) リスクコミュニケーションの促進	11
1) 地方公共団体等が行うリスクコミュニケーションの支援	12
2) リスクコミュニケーターの養成	12

はじめに

消費者政策においては、消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映されることが重要である。また、消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して必要な知識を習得したり、必要な情報を収集したりするなど、自主的かつ合理的に行動するよう努めることが必要である。

さらに、食品に関するリスクコミュニケーションについては、食品安全基本法において、「食品の安全性の確保に関する施策の策定に当たっては、(略)関係者相互間の情報及び意見の交換の促進を図るために必要な措置を講じなければならない」と定められている。

以上を踏まえ、消費者庁は、消費者庁及び消費者委員会設置法において「食品の安全性の確保に関する関係者相互間の情報交換及び意見の交換に関する関係行政機関の事務の調整」を担うこととされている。また、「食品安全基本法第21条第1項に規定する基本的事項」(平成24年6月29日閣議決定)において、リスクコミュニケーション全体に係る総合的マネジメントとして、

- (1) 消費者庁は、リスクコミュニケーションについてリスク評価機関(食品安全委員会)及びリスク管理機関(消費者庁、厚生労働省、農林水産省、環境省その他のリスク管理措置を講じる行政機関)(以下「関係行政機関」という。)の事務の調整を担う
- (2) 消費者庁及び関係行政機関は、相互に連携して、食品の安全性の確保に関する消費者等との意見交換会を開催する等により、政府全体として、食品の安全性の確保に関する望ましいリスクコミュニケーションの在り方を検討する
- (3) 消費者庁及び関係行政機関は、相互に連携して、消費者・事業者・行政関係者等幅広い関係者を対象とした横断的なリスクコミュニケーションを促進することとされている。

平成21年9月に設立された消費者庁は、平成23年3月に発生した東京電力福島第一原子力発電所事故を原因とする、食品の新たなリスクに対応するため、リスクコミュニケーションに取り組んできたが、平成28年3月で事故の発生から5年が経過したことから、食品に関するリスクコミュニケーション研究会を設置し、これまで消費者庁が実施したリスクコミュニケーションの取組を検証し、課題を整理した上で、消費者庁が今後行うべき食品に関するリスクコミュニケーションの取組方向を検討した。

1 平成 23 年度から平成 27 年度までの消費者庁による食品に関するリスクコミュニケーションの総合的マネジメントの取組実績

(1) リスクコミュニケーション全体に係る事務の調整

1) リスクコミュニケーション担当者会議

意見の交換に関する事務の調整を行うため、消費者庁、食品安全委員会、厚生労働省、農林水産省及び環境省はリスクコミュニケーション担当者会議を隔週で開催した。

同会議では、複数の府省庁が連携して実施する意見交換会のテーマや日程、具体的な実施方法等の調整を行い、同会議で実施が決定された意見交換会の事務は、消費者庁が担当した。

2) 食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションを補助する取組

平成 23 年度から平成 27 年度にかけて消費者庁と厚生労働省、農林水産省等の関係府省庁が連携して実施した意見交換会は、食品中の放射性物質に関するテーマが多かったことから、消費者庁は、リスクコミュニケーションに係る事務の調整の一環として、食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションを補助する次の取組を行った。

① 「食品と放射能 Q&A」

各関係府省庁の説明を包摂して、放射性物質や食品の安全について Q&A 形式で分かりやすく説明した冊子「食品と放射能 Q&A」を作成した。本冊子は平成 23 年 5 月から関係府省庁が連携して行った意見交換会で配布されたほか、リスクコミュニケーションを促進するために、地方公共団体が実施した意見交換会の場でも配布された。また、福島県内では全戸に配布された。

本冊子は、その時々の方費者の関心に応じて内容が改訂され(平成 27 年度末で第 10 版が最新)、平成 27 年度までに 148, 124 部が配布された。また、平成 27 年度に作成した要約版の「食品と放射能 Q&A ミニ」は、14, 638 部が配布された。なお、本冊子は英語版も含め、消費者庁ウェブサイトに掲載されており、平成 27 年度末までに約 231 万部のアクセスがあった。

② 「風評被害に関する消費者意識の実態調査」

東京電力福島第一原子力発電所の事故による食品中の放射性物質に関する消費者の意識及び行動の実態を把握し、風評被害対策に役立てるため、平成 25 年 2 月から年 2 回、平成 28 年 3 月末までに計 7 回の「風評被害に関する消費者意識の実態調査」を実施し、公表した。

(2) リスクコミュニケーションの実施

1) 関係府省庁連携による意見交換会

平成 23 年度から平成 27 年度にかけて、消費者庁及び関係府省が連携し、食品中の放射性物質 (48 回)、健康食品 (7 回)、牛海綿状脳症 (4 回)、食中毒 (4 回)、輸入食品 (3 回)、農薬 (3 回) に関する意見交換会を開催した。

これらの意見交換会はシンポジウム方式を基本とし、行政担当者による説明又は有識者による基調講演の後、パネルディスカッションや質疑応答を実施した。

福島県においては、食品中の放射性物質について 20 名程度の参加者による車座形式による意見交換会も実施した (48 回中 3 回)。

2) 消費者庁による意見交換会 (食品中の放射性物質等)

地方公共団体等の依頼を受け、食品中の放射性物質等についての意見交換会の共催、講師派遣、後援等を平成 27 年度末までに 470 回実施した。多くの意見交換会には、消費者庁職員も行政関係者として参加し、「食品と放射能 Q&A」や「風評被害に関する消費者意識の実態調査」の内容の紹介等を行った。

消費者庁からの職員派遣は 358 回行い、うち 212 回が福島県で実施された意見交換会等への派遣であった。

(3) リスクコミュニケーションの促進

1) 地方公共団体等が行うリスクコミュニケーションの支援

地方公共団体等が実施を予定しているリスクコミュニケーションについて、消費者庁との連携を募り、地方公共団体等が食品に関するリスクコミュニケーションを実施する際に、消費者庁職員を講師として派遣するほか、有識者への講師謝金、会場借料及び講師紹介等の協力・支援を行った。また、必要に応じてリスクコミュニケーションに用いる資料として「食品と放射能 Q&A」の提供も行った。

2) リスクコミュニケーションの養成

消費者庁は、子育て世代等が参加する意見交換会やミニ集会等で食品中の放射性物質に関する正確な情報提供を行う中心的な役割を担うことを期待し、地方公共団体や関係団体と協力して、平成 25 年度に約 3,400 人のリスクコミュニケーションを養成し、平成 27 年度末時点で 113 件の活動実績報告があった。

2 消費者庁が取り組む食品に関するリスクコミュニケーションの評価と取組方向

(1) リスクコミュニケーション全体に係る事務の調整

1) リスクコミュニケーション担当者会議

(評価)

リスクコミュニケーション担当者会議は、関係府省庁が連携して意見交換会等を実施する際に、各府省庁の意向を共有し、既開催分の質疑応答・アンケート結果等を基にテーマや日程、具体的な実施方法等を調整する場として有効であった。

一方で、関係府省庁等がそれぞれ実施する意見交換会等の実施実績（テーマ、開催地、講師、資料等）については、これまで、関係府省庁間で十分に情報が共有されていなかった。

今後は、消費者庁が、年度終了後のリスクコミュニケーション担当者会議において、前年度に関係府省庁等がそれぞれ実施した意見交換会等の実績を可能な限り取りまとめて共有し、その情報を活用しつつ、関係府省庁が実施するリスクコミュニケーションのより効果的な展開が図られることが必要である。

(取組方向)

- ・今後も継続して、定期的にリスクコミュニケーション担当者会議を開催する。
- ・リスクコミュニケーション担当者会議では、関係府省庁が連携して実施する意見交換会等の企画・立案を行うほか、この場を活用して、関係府省等が実施した意見交換会等の実績を把握し、共有する。

2) 食品に関する Q&A

①食品と放射能 Q&A

(評価)

「食品と放射能 Q&A」は、以下の i～iv の点において、地方公共団体職員や食品メーカーの担当者が消費者からの相談に応じる際に対話の基軸となったほか、食品メーカーが原材料や自社商品の調査、分析等を検討し、計画を立てる際の参考資料としても有効であった等の高い評価がある。

- i. 事案の発生直後に作成され、常に最新の情報に更新されている（平成 23 年 5 月に初版を発行、平成 28 年 3 月に第 10 版を発行）
- ii. 関係府省庁の所掌内容が 1 冊にまとまっており、基本的な内容を網羅している
- iii. 消費者が持つ疑問に対して回答する Q&A 形式で構成
- iv. 製本され配布が可能

一方、「食品と放射能 Q&A」のデータは消費者庁ウェブサイトに掲載され、一

定のアクセス数（平成 27 年度約 4 万 5 千件）があったが、冊子については、意見交換会の会場での配布や、地方公共団体・消費者団体等の求めに応じた提供がされており、福島県内への全戸配布以外は系統立てた配布がなされてはいなかった。

（取組方向）

- ・「食品と放射能 Q&A」は当面の間、最新の知見に基づき改訂する。
- ・全国の図書館等に「食品と放射能 Q&A」を広く系統的に配布をすること、この Q&A の存在を小学校から大学までの教育関係者等へ幅広く周知を図ること等、広く活用される方策を検討する。
- ・引き続き、英語版も含め消費者庁ウェブサイトにも冊子データを掲載し、必要な者が「食品と放射能 Q&A」を自由に活用できるようにする。

②その他の分野に関する Q&A

（評価）

その他の分野に関する Q&A は作成されていないが、「食品と放射能 Q&A」で評価された i ～ iv の点のうち、ii ～ iv の点については、健康食品や残留農薬、食品添加物、遺伝子組換え食品といった他の分野についても応用し、新たな Q&A を作成することができると考えられる。

（取組方向）

- ・食品中の放射性物質以外の分野についても、消費者にとって分かりやすく、基本的な内容を網羅し、より専門的な内容については関係府省庁等が作成している資料を紹介する、といった内容の、分かりやすい Q&A を作成する。
- ・その際、消費者庁ならではの視点として、PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）・事故情報データベースに寄せられる消費者からの相談等や、意見交換会等の場で消費者が表明する問題意識等を踏まえ、より消費者の関心に沿ったものを作成するよう心掛ける。

3) 風評被害に関する消費者意識の実態調査について

（評価）

風評被害に関する消費者意識の実態調査については、平成 25 年 2 月から継続的に実施されている数少ない調査であり、その情報は学術的にも活用される貴重なものとなっている。

（取組方向）

- ・風評被害に関する消費者意識の実態調査は、当面の間、継続して実施する。
- ・なお、現在、被災県（岩手県、宮城県、福島県及び茨城県）及び被災県の農産物の主要消費地である首都圏（埼玉県、千葉県、東京都及び神奈川県）・中京圏（愛知県）・関西圏（大阪府及び兵庫県）が調査対象地域となっているが、今後被災県の農産物の流通状況が変化する場合等には、対象地域の拡充等を検討することが望ましい。
- ・今後、調査結果の変動が小さくなってきた場合には、これまで年2回実施していた調査を年1回に減じ、調査項目や調査対象地域を変えた別の調査を年1回行うことを検討する。

なお、風評被害については、消費者意識だけでなく、流通実態等を含めた総合的な調査も必要であるとの指摘があったことを関係府省庁で共有する。

（２）リスクコミュニケーションの実施

１）リスクコミュニケーション全体について

（評価）

関係府省庁が連携して実施してきた意見交換会等については、これまで主たるテーマが食品中の放射性物質であったが、食品と放射性物質の問題について政府が一体となって対応していることを示す点で消費者の信頼感を醸成する効果があったと考えられる。また、参加者との意見交換により、行政側が消費者、事業者等の反応を直に知ることが可能となり、施策の検討を充実させることが可能となった。

意見交換会の形式は、シンポジウム形式が基本であったが、一度に大人数に対して等しく情報提供が可能なこと、自身と異なる意見の人々の存在を参加者が知ることが可能であったことなどから、一定の意義があったと考えられる。

消費者庁が実施してきた意見交換会等についても、地方公共団体等の依頼を受けて実施した結果、これまでの主たるテーマは食品中の放射性物質であり、その形式はシンポジウム形式や数十人から100人程度のセミナー形式が中心であった。関係府省庁と連携して実施する意見交換会等には実施回数に限度があったところ、多数実施することで、多くの者と意見交換の場を持つことができた。

一方で、今後は今まで以上に食品中の放射性物質以外のテーマにも取り組むことから、テーマ選定の考え方を定める必要があること、シンポジウム形式では参加が困難な消費者が参加しやすいリスクコミュニケーションの手法をとることが必要である。

（取組方向）

- ・関係府省庁が連携して行う意見交換会等を引き続き実施する。

- ・消費者庁が地方公共団体等の依頼を受けて行う意見交換会等を引き続き実施する。
- ・意見交換会等を実施するために必要な調整は引き続きリスクコミュニケーション担当者会議で行う。
- ・意見交換会等のテーマの設定に当たっては、後述の（２）リスクコミュニケーションの実施 ②リスクコミュニケーションのテーマ設定に沿って対応する。
- ・消費者がより参加しやすいリスクコミュニケーションの手法については、（２）リスクコミュニケーションの実施 ③ITを活用したリスクコミュニケーション及び④その他、多様なリスクコミュニケーションの手法に沿って対応する。
- ・消費者庁が行う意見交換会等については、後述の（３）リスクコミュニケーションの促進に沿って対応する。
- ・リスクコミュニケーションを行う際には、消費者に情報を提供することに留まらず、意見交換を行った結果を施策や次のリスクコミュニケーションに活かす双方向性を重視する。

2) リスクコミュニケーションのテーマ設定

①テーマの選定

（評価）

これまで、関係府省庁連携の意見交換会等で実施するテーマについては、各府省庁の意向、既開催分の質疑応答・アンケート結果等を基に、リスクコミュニケーション担当者会議において決定されてきた。食品の安全性の確保に関する施策の策定に当たっては、関係者相互間の情報及び意見の交換の促進を図るために必要な措置を講ずることが求められていることから、リスク管理機関及びリスク評価機関は相互に連携して、これらのテーマを優先してリスクコミュニケーションに取り組んできた。しかし、それ以外に実施するテーマを選定するための明確な基準はなかった。

食品の安全性の確保に関する施策の策定や変更等がある場合の次に優先されるものとして何を選定すべきかについては、国民の健康の保護が最も重要であるとの考え方から、食品による健康被害が生じる可能性があるものを選定することが考えられる。

これに加え、実際の健康被害は生じていないが、消費者の関心が高いものについても、リスクコミュニケーションのテーマとするべきである。

（理由）

消費者は、食品や食品に含まれる物質等が危害や危険をもたらすという情報を、量の概念や情報の真偽を考慮せずに受け止める傾向がある。実際には明確な

被害が生じていないにもかかわらず、根拠がない情報や一部の報道等により消費者が関心を高め、食の安全を脅かす、と判断してしまうケースもある。その結果、対策に過剰なコストが生じたり、消費者が混乱を深めたりしている。

消費者の自主的かつ合理的な選択のためには、リスクを評価し、適切な範囲で管理するという考え方を踏まえ、消費者それぞれが日々の生活において、消費行動や情報の取捨選択ができることが必要である。

(取組方向)

以上の検討を踏まえると、消費者庁が関わる食品に関するリスクコミュニケーションのテーマを以下の観点から選定するのが適当である。なお、消費者庁が関わる全ての食品に関するリスクコミュニケーションにおいて、主要テーマに加えて、リスクを評価し、適切な範囲で管理するという基本的な考え方を消費者と共有することを目標とする。

- i. 食品の安全性の確保に関する施策の策定や変更等
- ii. 食品や食品に含まれる物質等により健康被害が生じる可能性があるもの（食中毒、健康食品（健康保持増進効果等を表示しているものであって、有効性や安全性について科学的な根拠を有していないもの）等）
- iii. その他、消費者の関心が高いもの（残留農薬や食品添加物、遺伝子組換え食品等、リスクが適切に管理され、明確な健康被害は生じていないが消費者の関心が高いもの）

なお、iiiを実施するに当たり、危害要因間のリスク大小の相対的な比較を分かりやすく表現して示すことが望ましいが、リスクの比較は様々な手法があり、その表現には細心の注意が必要であることから、今後十分な検討が必要である。

②食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションの取組

(評価)

風評被害に関する消費者意識の実態調査によると、食品中の放射性物質を理由に福島県産品の購入をためらう人が一定程度いること、検査が行われていることを知らないと回答した人が第1回調査から増加傾向にあること等、東京電力福島第一原子力発電所の事故から平成28年8月で5年半が経過し、食品と放射能に関する消費者の関心が低下し、消費者が有する知識や理解の度合いが固定化していることが示唆されている。また、消費地ではより消費者の関心の低下や有する知識や理解の度合いが固定化している傾向がみられ、その結果として福島県産品を避けていることが示唆されている。

これまで消費者庁は福島県を中心として被災地での意見交換会に注力してきた

が、上記の調査結果を踏まえ、消費者庁が実施する意見交換の開催地については、消費地へ重心を移すことが必要と考えられる。その際、消費者には、その食品が危害や危険をもたらすという情報については量の概念や情報の真偽を考慮せずリスクを受止める傾向があることから、リスクを評価し、適切な範囲で管理するという考え方を消費者等と共有する必要がある。

(取組方向)

- ・食品中の放射性物質に関する意見交換会等は今後も継続して実施する。
- ・ただし、今後は意見交換会等の開催地について、重心を福島県外の消費地へと移し、関係府省庁と引き続き連携し、風評被害の実態調査等を活用しつつ、消費者と意見交換等を行う。
- ・また、消費地で意見交換会等を実施する際には、リスクを評価し、適切な範囲で管理するという食品の安全確保の基本的な考え方を説明するなど、食品には様々なハザード(危害要因)があり、そのうちの一つとして放射性物質があるということも消費者に伝えるよう配慮する。

3) IT を活用したリスクコミュニケーション

(評価)

1) に述べたように、消費者庁がこれまでに実施したリスクコミュニケーションの中心である意見交換会では参加者に消費者の割合が少ない場合がみられた。これは、平日の午後を中心に意見交換会が開催されており、意見交換会へ参加する余裕がない消費者が多いことが原因の一つと考えられることから、消費者が意見交換会に参加できなくてもリスクコミュニケーションが可能な方法を検討する必要がある。

(取組方向)

- ・メールマガジン等を活用し、意見交換会に参加できない方の意見・質問も事前に集め、意見交換会等や施策の策定場で活用し、その結果をフィードバックすることなどを検討する。
- ・また、意見交換会への参加比率が低い20～30代に対するリスクコミュニケーションのアプローチとして、情報の波及効果が大きいソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)を活用した食品安全に関する情報の発信を行う。
- ・特に報道等で特定の危害情報等が取り上げられた際などに、SNSにより適切に情報提供を行う。その際、誤った情報を発信することによって消費者からの信頼を失う可能性があるため、発信する情報の内容等に十分留意する。
- ・さらに、意見交換会への参加が難しい消費者や、食品安全について疑問を感じ

た消費者が、閲覧すれば簡単な疑問が解決できるよう、関係府省庁が持つ詳細な情報へのリンクが掲載された内容のウェブサイトを作成する。

4) 多様なリスクコミュニケーションの手法

(評価)

1) に述べたように、意見交換会はこれまで大会場でシンポジウム形式を基本として実施されてきた。シンポジウム形式は、一度に大人数に対して等しく情報提供し、意見を聴取することが可能、自身と異なる意見の参加者の存在を知ることが可能といった特徴がある。一方で、数回開催実績のある車座形式については、参加者が少人数ではあるが、参加者の理解が深まる、質疑・意見交換の内容が個別かつ個人の身近な話題となりやすいといった特徴があった。国が意見交換を実施する際には、多くの参加者に等しく情報を提供すること、多様な参加者による意見交換をすることを主眼に置き、シンポジウム形式を中心に実施することが望ましい。一方で、多様な主体による意見交換等については、その目的や参加者の属性に応じて、車座を含めた多様な形式を検討し、実施することが望ましい。

(取組方向)

- ・意見交換会は、大人数に対して等しく情報提供・意見の聴取が可能なこと、参加者が自身と異なる意見の人々の存在を知ることができることを重視し、国が実施する意見交換会は引き続きシンポジウム形式を中心に実施する。
- ・一方で、意見交換会について消費者の関心が薄く、多くの参加が得にくい状況にあることから、より多くの消費者の参加を得て消費者との意見交換を行うことを目的として、以下の対応により様々な主体と連携して多様なリスクコミュニケーションに取り組むことを検討する。

①人が集まる日や場所等でのリスクコミュニケーションの実施・支援

意見交換会には子どもを持つ親世代の参加が少ないという状況があるが、消費者庁が平成 28 年度に関係府省と連携して参加した親子参加型イベントにおいては、多くの小学生とその保護者と意見交換を行うことができている。このことから、国は自ら意見交換会を実施するだけでなく、地方公共団体や学校、事業者等が開催する既存のイベント等におけるリスクコミュニケーションの実施やその支援を行うことを検討する。

②多様な主体・多様な形式のリスクコミュニケーションの実施の支援

内閣府「消費者行政の推進に関する世論調査」(平成 27 年 9 月)によると、消費者問題のうち関心がある分野として、「食中毒事故の問題などの食品の安全性に

ついて」と回答した人が約 65%と最も多くなっている。一般に不安は正しい科学的知識やリテラシーなどの合理的判断により低減されるが、消費者が食品に不安を感じる要因の一つとして、近年では食品の生産・製造の場と消費の場が分離し、食品の製造工程を消費者が詳しく知らないことが考えられる。このため、消費者の理解の増進や消費者の不安要因の把握等を目的として、例えば、事業者が実施する消費者向け工場見学等の機会を捉えて、行政担当者や専門家を派遣・紹介し、食品衛生等について情報提供・意見交換を行うことにより、食品安全全体について消費者が理解し、情報提供者が消費者の考え方を把握する取組等について検討する。

また、多様な主体によるリスクコミュニケーションの取組状況等の情報を交換し、協力が可能な点については協力を実施することを目的として、消費者庁はリスクコミュニケーションを実施しようとする地方公共団体、消費者団体、事業者団体等の各種団体等と意見交換等を行う場を設けること等を検討する。

③効果的な形式の検討

地方公共団体や事業者、学校等の多様な主体による様々な機会を利用したリスクコミュニケーションは、消費者の食品安全に対する理解を増進するとともに、消費者の考えを把握し、施策に反映するために重要である。このため、消費者庁は、地方公共団体による、教育機関や消費者団体、事業者団体等と連携したリスクコミュニケーションの取組を支援し、促進する。

この際、各種取組の効果等について、その分析を行った上で全国的に波及させるような方策についても検討すべきである。特に、小学生等の若年層については、意見交換会といった形式ではなく、食品安全に関する情報の共有や科学的な内容を理解するなど、将来的に自ら判断ができるようになるための土台となる知識を伝えることに注目し、対応を検討する必要がある。

④消費者の状況に応じた伝え方の検討

消費者はそれぞれが置かれている状況によって、例えば、生産地の消費者と消費地の消費者とでは同じ情報を提供されても理解の度合いが異なるといったことが起こり得る。これは、消費者の興味関心やもともと持っている情報量に差があることによるものと考えられる。そのため、意見交換会等でのアンケート調査などを活用し、消費者の興味関心等やリスクコミュニケーションの効果の測定を行い、それを踏まえ、その後のリスクコミュニケーションが消費者にとって、より理解が進み、意見を発表しやすいものとなるよう検討する。

(3) リスクコミュニケーションの促進

1) 地方公共団体等が行うリスクコミュニケーションの支援

(評価)

食品に関するリスクコミュニケーションについて、消費者庁に協力依頼する地方公共団体がみられ、リスクコミュニケーションに取り組みたい地方公共団体にとって、消費者庁の支援により、実現がスムーズになってきていると考えられる。一方で、リスクコミュニケーションの取組は地方公共団体によって差があり、具体的な取組方法も様々であるほか、リスクコミュニケーションの実施経験や予算・人員が十分でないことから、リスクコミュニケーションの実施に積極的でない地方公共団体も見受けられる。

リスクコミュニケーションのテーマについては、地方公共団体はそれぞれの管内において、地域性や必要性等から取り扱うテーマを決定し、リスクコミュニケーションに取り組んでいる。その結果として、手洗いや食中毒といった各論のテーマとなることがあるが、地方公共団体が実施するテーマは消費者庁が実施するものと重複してはならないというわけではない。

(取組方向)

- ・地方公共団体が積極的にリスクコミュニケーションに取り組むことを支援するため、これまで行ってきた、消費者庁職員の派遣、有識者の紹介、会場賃借料等の協力支援に加え、消費者庁がこれまでに実施・支援した意見交換会のテーマ一覧、運営マニュアル等を提供する。
- ・また、様々な主体がリスクコミュニケーションに取り組む際に活用できるよう、消費者庁が作成した意見交換会用の資料や、食品の安全に関する Q&A を集積し提供するウェブサイトの開設についても検討する。

2) リスクコミュニケーターの養成

(評価)

平成 25 年度に消費者庁が実施したリスクコミュニケーターを養成する事業は、例えば養成講習を受けた地方公共団体の職員が、リスクコミュニケーターとして市民等からの問合せに答える役割を果たすなどしたほか、「食品と放射能 Q&A」やリーフレットの配布、ミニ集会や意見交換会の開催を行うなどにより、食品中の放射性物質に関する理解やコミュニケーションの促進に貢献した。また、研修を実施した団体によっては、養成されたリスクコミュニケーターから研修によって得た知識の伝達ができる形がとれていた。

(取組方向)

- ・関係府省庁が行う地方公共団体職員研修や地方公共団体が行う職員研修、団体等

が消費者に対応する者に対して行う研修等、リスクコミュニケーターになり得る者に対する研修やそのフォローアップとして実施される研修の機会に協力する。なお、研修に際しては、研修対象者の受講動機を高めるための仕組みを検討する。