

第2回 参与との意見交換 議事要旨

1. 日時 平成25年1月31日(木) 14:00~16:00

2. 場所 62会議室

3. 出席者

[参与] 河野 康子、齋藤 雅弘、拝師 徳彦、樋口 恵子、向殿 政男、
山口 範雄、山本 豊

[消費者庁] 長官、次長、草桶審議官、川口審議官、総務課長、消費者政策課長、
消費者安全課長 ほか

4. 主な議題

(1) 消費者行政の「見える化」について

(2) 食品中の放射性物質に係るリスクコミュニケーションに関する検証
について

5. 議事概要

(1) 事務方から資料1に沿って説明が行われた後、参与から以下のような発言があった。

○「見える化」については、数値化するというのも一つだと思うが、そもそもどういう機能があり、どうやればいいのかという構造を消費者が見て分かることも一つの「見える化」だと思う。数値目標については、何をしたかというアウトプットよりもどういう効果があったのかというアウトカムの方がはるかに重要。

○「見える化」という概念は非常に曖昧で多義的である。何を意味し、何を目標にし、何を実現しようとしているのかをきちんと整理した方が良い。

○「消費者被害」から考えるのは当然だが、よりポジティブな消費生活という視点もこの中に入れるような整理をしていただいた方がいいのではないか。

○消費者行政の中で何を求めるのか、という目標をまずはっきりとさせる必要がある。そして目標値を設定し、一番有効な手段が何なのかをいくつか整理すれば、対策が見えてくる。それを「見える化」にも盛り込めれば、対外的な積極的説明もできるし納得性も高まるのではないかと。

○消費者行政はそもそも消費者が安心して豊かな消費生活を送ることができる社会を実現するためのものなので、まずはそれを目標の前面に

打ち出すべきではないか。また、「見える化」は誰にとってのものなのか。消費者行政か、それとも消費者のためなのか。

○消費者行政は、悪質で極めて大きな消費者被害をまずは社会から消していくことに最大限の注力をすべき。消費生活を豊かにする、利便性を図るとするのは民のプレーヤーが自由意志で行うべきこと。

○消費者基本法が定めている消費者の権利を実現するのが消費者行政の役割であるという基本に立ち返って整理をしていくべき。

(2) 事務方から資料2に沿って説明が行われた後、参与から以下のような発言があった。

○リスクコミュニケーションでは、非常に詳しい情報が提供されているが、消費者からどういう質問があってそれに対して行政としてどう対応したのか、というまさに「コミュニケーション」の部分の事例を紹介していただきたい。

○リスクコミュニケーションの実績はわかるが、意見交換をした結果が分からないので、生の声をどうやって政策に結びつけているのかを示すことができれば、対外的にも「コミュニケーション」している、ということが分かるのではないか。

○効果の面からは、マスメディア、流通の影響は大きい。この種のリスクコミを始める前にマスメディア、流通関係者とのリスクコミュニケーションをしっかりと行い理解してもらうことが大きな効果につながるのではないか。食品の安全性とコストと限られた食資源を総合的に勘案してマスメディアに伝えることが必要。

○同じ会場に、消費者、事業者、行政担当者が参加者として入っているが、彼らのリスクに対する知識や理解度にはバラつきがあるため、それぞれでリスクコミを実施した方が、うまくコミュニケーションを取ることができるのではないか。

科学的に分かっている事実、分かっている事実は何かを明確にし、どういうリスクバランスがあるのかを行政として明らかにしていくべき。安心と安全は異なり、両者をつなげるのが信頼である。科学的な事実をしっかりと伝えて情報共有を図り、行政への信頼を高めることが必要。

○20代、30代、40代の「PTA年齢」が参加者全体の40%を占めているのは、それだけ放射能に関心があるということ。次世代のためにも子育て向け世代へのミニ集会はとても重要。

○消費者にとっては最初のリスクに対するインパクトに捉われ、その後

の追加的な情報をきちんと受け取るのは難しい。したがって、リスコミを通して、消費者の暮らしに寄り添うような形で「安心」につながる役割を消費者庁には頑張ってもらいたい。

(文責 消費者庁総務課 速報のため事後修正の可能性あり)