

前回政策対話の議論の整理

1. 第5回政策対話における主なご意見

第5回政策対話では、「製品中化学物質に関するリスクコミュニケーションのあり方」をテーマに、日本科学技術ジャーナリスト会議会長 小出 重幸 様のご発表内容及び主な論点案（参考資料2）に基づき議論した。その結果、各メンバーや取組主体によって受け止め方は様々であるが、概ね次のような意見があった。

1. 1 論点1及び論点2について

【論点1】 市民・消費者が求めている情報はどのようなものか

【論点2】 どのような方法・手段で情報を共有すればよいか

◇ 分かりやすいラベル表示と詳しい情報を提供するインターネットによる情報提供の使い分け

- ・ EU、米国では分かりやすいラベル表示と詳しい情報を提供するインターネットによる情報提供という使い分けをしていると思われる。日本でも、消費者にとって分かりやすいラベル表示が日本でも必要になるのではないかと。また、「まぜるな危険」といった表示は一部の製品に留まっているため、消費者製品全体を包括する表示システムを作る必要があるのではないかと。
- ・ SDSをBtoBで交付しているのだから、BtoCでも交付することを考えてもよいのではないかと。製品にどのような物質が使われており、温度をかけると危険なのかどうか、最低限そうした情報は出してもらいたい。
- ・ 分かりやすいラベル表示と詳しいインターネット情報を組み合わせるとするのはまさにその通りだと思う。同様に、ネガティブな側面かポジティブな側面かということも、どちらかだけではなく、両面からアプローチしていく必要があると思う。

◇ 製品の中に含まれる物質の消費者への情報提供

- ・ 消費者としてはまず、製品の中にどのような物質が入っているのか知りたい。
- ・ 化粧品は全成分表示となっているが、量については分かる状況にはなっていない。洗剤についてもできる限りインターネットで成分情報を伝える努力を進めている。
- ・ 成分情報の提供のあり方は、インターネットだけでなく、テレビ等も含めて多面的に検討してもらいたい。
- ・ 消費者としてどのような物質が入っているのか、インターネットで調べようとしてもラベル表示ですら見つけられないことが多い。また、CAS番号のような共通のものがないため、他のサイトと組み合わせると理解することができない。ぜひ各法律でどの物質のことを指しているのか簡単に比較できるように、省庁の方には対応をお願いしたい。
- ・ 化学物質の便益とリスクに関連して、替えたければ替えられるような代替物質の情報もあわせて提供すべき。
- ・ 消費者に情報を的確に伝えるためには、全てのサプライチェーンが情報を協力して伝達することが重要であるため、こうした取り組みも産業界として現在進めているところ。

◇ 情報提供システムの整備の必要性

- ・ 企業がラベル表示やインターネットを通じて情報を出していくことも重要だが、米国の例のように、国が情報システムを整備していくことも重要であると思う。そうした情報システムが日本には本当に無くて、消費者は調べるのに非常に苦労している。
- ・ 消費者に対する情報提供として一番重要なのは、消費者自身が調べたいとき、聞きたいときに、応え得るかどうかということだと思う。そういった意味からは、インターネットや相談機関は非常に重要で、そこに問い合わせた時にきちんと返事が得られる体制作りが重要。また、米国の情報提供システムの事例で優れているのは、聞きたい人や調べたい人の立場になって作られている点である。

1. 2 論点3について

【論点3】製品中化学物質に関するリスクコミュニケーションのあり方とはどういったものか、また、市民・消費者と事業者との相互の信頼感を醸成するための各ステークホルダーの役割や体制はどのようなものか

◇ 消費者が化学物質に関して相談できる機関や場の整備の必要性

- ・ 消費者が洗剤を混ぜて具合が悪くなった場合に相談できる場があるとすれば国民生活センターくらいしかない。しかし、国民生活センターでも多数の案件を抱えており、一々全部受けてくれるとは限らない。そうならないよう相談できる機関をきちんと整備すると共に、相談の情報を共有してメーカーにも伝わるような取組が必要。相談できる機関としては第三者機関が望ましいが、英国とは異なり日本では完全に中立な第三者機関というのは難しいため、まずは国に動いてもらう必要があるのではないか。
- ・ お客様相談室に電話をかけても「心配ない」だけで終わってしまうことが結構あるが、きちんと 科学的根拠を示したうえで回答すれば消費者も随分安心 すると思う。
- ・ サイエンティフィック的には答えは一つではあるが、化学物質アドバイザーの言い方次第で印象が大きく変わってしまうことがあるため、国の体系的な教育システムが必要。そうした観点から、化学物質に関するセンターを作ってほしいというのは業界の要望でもあり、そこへ様々な専門家が集まり、米国の NIH (アメリカ国立衛生研究所) のようなところから様々な情報が発信できるような形を考えていってほしい。
- ・ 消費者と事業者をつなぐ役割として消費者団体の役割はすごく大きい。公的な機関への問い合わせだけではカバーできないような事案なり、窓口としての消費者団体の位置づけをもっと確立していきたいと考えている。

◇ 消費者からの相談に答えられる人材の育成の重要性

- ・ サイエンティフィック的には答えは一つではあるが、化学物質アドバイザーの言い方次第で印象が大きく変わってしまうことがあるため、国の体系的な教育システムが必要。
- ・ 化学物質アドバイザーやサイエンスメディアセンターのような形で中立的な人材を育てることと、大学教育においてリスクが分かるような人材を育てるためのカリキュラムを充実させることが必要だと考えている。そこには国が関わることも必要だと思う。

◇ **製品に関するリスクコミュニケーション事例の発信の重要性**

- ・ 製品のリスクコミュニケーションという観点からは、メーカー、消費者に加え、専門家を交えてコミュニケーションができた内容は、消費者全員に共通するテーマでもあるため、いかにうまく発信するかということも重要である。また、そうした情報の発信はメーカーの責任として行うべきではないかと考えているが、それではなかなか進みにくいということであれば、行政が推進すべきかもしれない。

◇ **製品中の化学物質に関する教育の必要性**

- ・ マスメディアから流される情報だけに頼っていて、暮らしの中で自分たちのリスクを感じるという場面を見えなくしているのではないか。そういった観点からは、学校教育や児童教育における製品中化学物質のような問題について正しい理解の仕方や能力を向上させるための何らかの教育システムが必要ではないか。市民グループとして教育プログラムを作成していきたいと考えている。
- ・ 学校教育がいかに大事かということだと思う。特に、副読本には偏った記述が多いことから、長期的にはそうした内容の是正も検討すべきだと思う。
- ・ 即効性を求めた教え方をしている限り、本質的な科学的な物の見方や考え方をすることはできないと思う。例えば、リサイクルは大切ということは知っていても、紙やプラスチックが何で出来ているのか知らない子どもが多い。長期的ではあるが、そうした本質を伝える努力を大切にしないと危ういと考えている。
- ・ 科学にも不確実性があり、さらに知見が集まることで結論が変わるということもある。環境ホルモンはその典型であると考えている。そうした観点からも、「絶対」や「必ず」といったような使い方をやめて不確実性を踏まえたリスクコミュニケーションをやっていくべきだと考えている。そこに皆が気を付けていかないと、リテラシーは高まってこないと考えている。

2. 第5回政策対話の議事要旨

2. 1 製品中化学物質に関するリスクコミュニケーションについて

(1) 前回政策対話の振り返り及び今回のテーマ設定

質疑等は特になし。

(2) 有識者による事例紹介（日本科学技術ジャーナリスト会議 会長 小出 重幸 様）

【質疑等】

- ◇ リスクの相場観という言葉の定義が分からない。これは科学的な用語といえるのだろうか。（井上氏）
 - リスクに対していろんなデータが出たときに、社会の中でのインパクトというものを相場観という言葉で表したものであり、ジャーナリストで使われる言葉かと思う。（小出氏）
- ◇ 教訓として出てきたものと同じような点を10年以上前から市民側も指摘しており、本日の発表で特に強調すべき点があれば教えてほしい。また、教訓として示されていないが、原子力については元々、絶対安全と言ってきたところから不信感が非常に生まれているということもあるのではないか。（有田氏）
 - 英国では、検討のプロセスをすべて公開し、誰でもそれが取り寄せて見られるようにする、しかもそれを見やすく伝えているという点が、日本とは大きく異なると感じている。また、原子力に関しては、そもそも絶対安全なんていうことはあり得ないにも関わらず、最初の段階から安全であると言ってしまったところに問題があると考えている。（小出氏）

(3) 製品中化学物質に関する情報提供事例の紹介

質疑等は特になし。

(4) 論点の確認及び総合討議

【総合討議 ー論点1と論点2についてー】

- ◇ まず論点1と論点2について議論をした後、論点3について議論を行いたい。（北野座長）
- ◇ リスクコミュニケーションという概念を共通化して議論を行うため、資料を配布させて頂いた。例えば、小出先生のご発表にあった「正しく恐れる」についてだが、「恐れる」のと何が違うのかがよく分からない。関連して、リスクコミュニケーションという言葉も環境省とその他の省庁では似て非なるものが多いように感じている。そういった観点から、OECDの報告や安全・安心科学技術及び社会連携委員会が出した報告を共通認識として議論を行いたい。（井上氏）
 - リスクコミュニケーションの定義についての正式な国としての定義は無いと理解している。NRCが「ステークホルダー間でのリスクに関する情報の相互作用的過程」といった定義を一応出しているが、今ここでその定義について詳しく議論をすることは避けたい。（北野座長）
- ◇ 用語の共通認識という観点からは、「消費者」と「市民・消費者」では意味合いが異なってくるのではないか。その違いを説明してもらいたい。（有田氏）

- あえて「市民・消費者」としている理由は、今回の議論では BtoB ではなく BtoC、すなわち、一般消費者に販売される製品中化学物質を対象にしたいと考えており、販売される側には市民だけでなく、エンドユーザーである事業者も含まれるため、そうした表現としている。(事務局)
 - 国民生活白書の中に、市民・消費者について位置づけがなされており、そうした意味で使うべきではないかと考えている。(有田氏)
 - ここでは、BtoC を主な議論の対象としており、コンシューマー、市民、生活者等、ある製品を使う人を消費者とよぶといった程度の理解としたい。(北野座長)
- ◇ EU、米国では分かりやすいラベル表示と詳しい情報を提供するインターネットによる情報提供という使い分けをしていると思われる。日本では、GHS ラベルについては労働安全衛生法では義務付けられているが、消費者製品については義務付けられていないため、消費者にとって分かりやすいラベル表示が日本でも必要になるのではないかと。また、「まぜるな危険」といった表示は一部の製品に留まっているため、消費者製品全体を包括する表示システムを作る必要があるのではないかと。そのうえで、データベース的なものを作っていく必要があるのではないかと。(中地氏)
- ◇ SDS を BtoB で交付しているのだから、BtoC でも交付することを考えてもよいのではないかと。また、シックストーブ事件の教訓を踏まえると、製品にどのような物質が使われており、温度をかけると危ないのかどうか、最低限そうした情報は出してもらいたい。同様に、「まぜるな危険」の例が出たが、それ以外の製品を混ぜてしまって化学物質過敏症のような症状を発した人がおり、どの程度混ぜてよいのか、混ぜたらどのような物質ができるのか、分からないことが多いので情報を出してほしい。ラベルに全て表示するのは無理だと思われるので、SDS やリスク評価をまとめた文書を出しておいてもらえるとありがたい。(中下氏)
- 混ぜてはいけない製品の情報としては、おそらく、農薬なら農薬同士、殺虫剤なら殺虫剤同士の情報があればよいと思う。こうした情報提供であれば、工業界レベルで出来るのではないかと。(北野座長)
- ◇ 消費者が情報を得るための方法としては、ほとんどの場合、コマーシャルメッセージになるのではないかと。このため、メリットだけではなく、リスクをきちんと情報提供していくことが重要であると思う。(山本氏)
- ◇ 分かりやすいラベル表示と詳しいインターネット情報を組み合わせるといのはまさにその通りだと思う。同様に、ネガティブな側面かポジティブな側面かということも、どちらかだけではなく、両面からアプローチしていく必要があると思う。また、論点3に関わることもかもしれないが、具体的かつ実効あるものにしていくためにも、物質を例に挙げてどういう表示が必要なのかということも議論していく必要があると思う。(伊藤氏)
- ◇ 消費者としてはまず、製品の中にどのような物質が入っているのか知りたい。化粧品であればまだ全成分表示となっているが、それ以外の消費者製品となると製品に何が入っているのか分からない。その一方で、バイオモニタリング調査結果では様々な物質が検出されているにも関わらず、消費者としてどのように避ければよいのか分からないという状況では、対策の立てようがない。(橋高氏)

- 化粧品は全成分表示となっているが、量については分かる状況にはなっていない。洗剤についてもできる限りインターネットで成分情報を伝える努力をしているところである。(角井氏)
- 最近コンパクト洗剤が出ているが、ラベル表示には界面活性剤とその成分比は書かれているが、界面活性剤の成分については何も書かれていない。昔はすべて書いてあったが、現在は分からなくなっている。インターネットでは詳しく丁寧に書かれているが、インターネットを使わない人には情報が入手できない状況になっている。先ほどの「市民・消費者」については、問題を理解しながら発言し、改善していく努力をし、色々なことに関わっていく人を指している。こうした人たちにとって情報が得られることは非常に重要だと思う。また、テレビの情報も非常に重要で、ゼリー状の投げ込む洗剤というのが販売されているが、この製品も成分情報はいくら調べても出てこない。子どもが誤飲する事例も発生しているため、成分情報の提供のあり方は多面的に検討してもらいたい。(有田氏)
- ◇ 企業がラベル表示やインターネットを通じて情報を出していくことも重要だが、米国の例のように、国が情報システムを整備していくことも重要であると思う。そうした情報システムが日本には本当に無くて、消費者は調べるのに非常に苦労している。(中下氏)
- ◇ 消費者に対する情報提供として一番重要なのは、消費者自身が調べたいとき、聞きたいときに、応え得るかどうかということだと思う。そういった意味からは、インターネットや相談機関は非常に重要で、そこに問い合わせた時にきちんと返事が得られる体制作りが重要である。また、米国の事例で優れているのは、聞きたい人や調べたい人の立場になって作られている点である。日本でも、作り手の思いが前面に出るのではなく、聞きたい人、調べたい人の立場になって改善されていくものとなってほしい。例えば、インターネット上の販売サイトでは、どうすれば消費者の人が商品を見つけやすいか、検索キーワードはどういったものが多いかとか非常に努力しており、そうした点も参考になるのではないか。(二村氏)
- ◇ 消費者としてどういった物質が入っているのか、インターネットで調べようとしてもラベル表示ですら見つけられないことが多い。また、CAS 番号のような共通のものがないため、他のサイトと組み合わせ理解することができない。この点が、消費者が化学物質の問題を理解することをより困難にしていると思う。ぜひ各法律でどの物質のことを指しているのか簡単に比較できるように、省庁の方には対応をお願いしたい。(橘高氏)
- 化学物質には色々な命名の仕方があるが、共通のものとしてはおそらく CAS 番号になると思う。(北野座長)
- ◇ 化学物質の便益とリスクに関連して、替えたければ替えられるような 代替物質の情報もあわせて提供すべきではないか。使わなくても済むものは使わないという選択肢も用意すべきだと思う。また、論点3に関わるかもしれないが、一般消費者への情報提供の仕方や情報を提供するマンパワーの育成ということも考えていく必要があると思う。(井上氏)
- ◇ GHS 表示が消費者製品ではなぜできていないのか、議論すべきではないか。それぞれの業界や国で GHS ラベル表示をきちんと進めて頂きたい。(中地氏)

- すぐにイエスかノーかを答えるのは無理だとは思いますが、宿題として検討していただき、基本的な考え方を示してもらおうということではどうか。(北野座長)

【総合討議 ー論点3についてー】

- ◇ 今の日本で、消費者が洗剤を混ぜて具合が悪くなった場合に相談できる場があるとすれば国民生活センターくらいしかない。しかし、国民生活センターでも多数の案件を抱えており、一々全部受けてくれるとは限らない。そうならないよう 相談できる機関をきちんと整備すると共に、相談の情報を共有してメーカーにも伝わるような取組が必要 である。リスクの情報についても消費者に解説してもらえるような場が必要 である。また、お客様相談室に電話をかけても「心配ない」だけで終わってしまうことが結構あるが、きちんと科学的根拠を示したうえで回答すれば消費者も随分安心する と思う。相談できる機関としては第三者機関が望ましいが、英国とは異なり日本では完全に中立な第三者機関というのは難しいため、まずは国に動いてもらう必要があるのではないかと。(中下氏)
- 製品のリスクコミュニケーションという観点からは、メーカー、消費者に加え、専門家を交えてコミュニケーションができた内容は、消費者全員に共通するテーマでもあるため、いかにうまく発信するかということも重要 である。また、そうした情報の発信はメーカーの責任として行うべきではないかと考えている。ただ、それではなかなか進みにくいということであれば、行政が推進すべきかもしれない。(北野座長)
- ◇ 特に感じるのは、子ども達がこの種の問題に対してほとんど関心を持っていないのではないかという点である。マスメディアから流される情報だけに頼っていて、暮らしの中で自分たちのリスクを感じるという場面を見えなくしているのではないかと。そういった観点からは、学校教育や児童教育における 製品中化学物質のような問題について正しい理解の仕方や能力を向上させるための何らかの教育システムが必要 ではないか。また、例えば強い香りを出すような柔軟剤に慣れてしまうと、そういった香りがなくても生活できるという感覚を麻痺させてしまうように思う。そうならないよう、市民グループとして教育プログラムを作成していきたいと考えている。(井上氏)
- 学校教育がいかに大事かということだ と思う。特に、副読本には偏った記述が多いことから、長期的にはそうした内容の是正も検討すべきだと思う。(北野座長)
- ◇ PL 相談センターには色々な相談があるが、相談内容の集計結果が国民生活センターに届いていなかったりするため、横の連携も含めて情報が出てくるような形にしてもらいたい。また、石鹼洗剤工業会では、ラベル表示にきちんと記載するといった改善がなされてきている ように思うため、そうした 情報をきちんと伝えていくことが必要 ではないかと思う。(有田氏)
- ◇ 化学業界では Product liability、PL相談センターを持っており、色々な相談が寄せられている。ただ、全てに答えるのは難しく、また、専門家に問い合わせたとしても意見が異なることが往々にしてある。サイエンティフィック的には答えは一つではあるが、化学物質アドバイザーの言い次第で印象が大きく変わってしまうことがあるため、国の体系的な教育システムが無い限り、絶対にだめだ と考えている。そうした観点から、化学物質に関するセンターを作ってほしい というのは業界の要望でもあり、そこへ様々な専門家が集まり、米国の NIH (アメリカ国立衛生研究所) のよ

うなところから様々な情報が発信できるような形を考えていってもらいたい。また、消費者に情報を的確に伝えるためには、全てのサプライチェーンが情報を協力して伝達することが重要であるため、こうした取り組みも産業界として現在進めているところである。(庄野氏)

- ☆ 2点ある。1点目は、消費者と事業者をつなぐ役割として消費者団体の役割はすごく大きいという点である。公的な機関への問い合わせだけではカバーできないような事案なり、窓口としての消費者団体の位置づけをもっと確立していきたいと考えている。2点目は、学校教育の重要性である。その際に気を付けないといけないのは、即効性を求めた教え方をしている限り、本質的な科学的な物の見方や考え方をすることはできないと思う。例えば、リサイクルは大切ということは知っていても、紙やプラスチックが何で出来ているのか知らない子どもが多い。長期的ではあるが、そうした本質を伝える努力を大切にしないと危ういと考えている。(二村氏)
- ☆ 化学物質アドバイザーやサイエンスメディアセンターのような形で 中立的な人材を育てることと、大学教育においてリスクが分かるような人材を育てるためのカリキュラムを充実させることが必要だと考えている。そこには国が関わることも必要だと思うので、今後の課題として挙げておきたい。(中地氏)
- ☆ 科学にも不確実性があり、さらに知見が集まることで結論が変わるということもある。環境ホルモンはその典型であると考えている。そうした観点からも、「絶対」や「必ず」といったような使い方をやめて不確実性を踏まえたリスクコミュニケーションをやっていくべきだと考えている。そこに皆が気を付けていかないと、リテラシーは高まってこないと考えている。(中下氏)

2. 2 ICCM4 に向けた進め方について

質疑等は特になし。

以上