

化学物質によるリスク管理のためのリスクコミュニケーションに関する OECD
 ガイダンス文書
 (OECD GUIDANCE DOCUMENT ON RISK COMMUNICATION FOR
 CHEMICAL RISK MANAGEMENT)

目次

OECD について	＊
緒言	3
謝辞	＊
要旨	4
はじめに	＊
第1部：一般的なガイダンス：状況を点検し、作業を開始する	＊
1.1 リスクコミュニケーションプログラムは何か？	＊
1.2 具体的な聴衆のために正しいアプローチがどのように選ばれるか	＊
1.2.1 アプローチを選ぶ時に考慮する要素	＊
1.2.2 リスク管理プロセスの段階を決定する	＊
1.2.3 リスク状況のタイプを決定する	＊
1.2.4 聴衆を決定する	＊
1.2.5 正しいアプローチを選ぶ	＊
第2部：一般的なガイダンス：リスクコミュニケーションをデザインし、実施する	＊
2.1 リスクコミュニケーションプログラムのために戦略をデザインする	＊
2.2 効果的なリスクコミュニケーションメッセージをデザインする	＊
2.2.1 原則	＊
2.2.2 具体的なリスク問題に対処している規則	＊
2.3 危機的状況におけるコミュニケーション	＊
第3部：一般的なガイダンス：結果を評価する	＊
3.1 なぜ評価なのか？	＊
3.2 評価のためのガイダンス	＊
第4部：結論	＊
付録I：リスクを伝達するための具体的なガイダンスとアプローチ	＊

I.1 個人とコミュニケーションする	＊
I.1.1 双方向のコミュニケーションについての一般的なコメント	＊
I.1.2 特定のタイプのアプローチの使用におけるガイダンス	＊
I.2 メディアと通信する	＊
I.2.1 広報マネジャー対リスク伝達者についての一般的なコメント	＊
I.2.2 特定のタイプのアプローチの使用におけるガイダンス	＊
I.3 制度上の利害関係者と通信する	＊
I.3.1 認識を目指した、思慮深い参加型の対話についての一般的なコメント	＊
I.3.2 特定のタイプのアプローチの使用におけるガイダンス	＊
I.3.3 対話を組織化するためのガイダンス	＊
I.3.4 生産的な議論を容易にするためのガイダンス	＊
I.4 リスクコミュニケーションプログラムの評価のアプローチ	＊
付録 II：信頼と確実性の強化	＊
付録 III：複雑さ、不確実性、および曖昧さ	＊
付録 IV：意図されている聴衆の政治的で、文化的な文脈の評価	＊
付録 V：どのように様々な聴衆を区別するか	＊
付録 VI:社会での違うサブカルチャーにどのように対処するか	＊
参考文献	＊

化学品の健全な管理のための組織間プログラム(IOMC)は、化学の安全の分野で協力を強めて、国際的な協働を増大させるために 1992 年の国連環境開発会議の勧告に従って、UNEP、ILO、FAO、WHO、UNIDO、UNITAR、および OECD(参加組織)によって 1995 年に設立された。IOMC の目的は、人の健康と環境に関連して化学品の健全な管理を達成するために、共同で、または別々に、参加組織によって追求される政策と活動の調整を促進することである。

緒言

1999 年に、OECD は、化学物質に関するリスク管理の意志決定とその実施において、リスクコミュニケーションを必須かつ効果的な一部分にするための実用的な方法を特定するプロジェクトを開始した。このガイダンス文書は同プロジェクトに関する作業の結果である。

同プロジェクトの作業の第 1 段階は、適切なリスクコミュニケーション情報を収集するためと、国際的なレベルで議論から利益を得るであろうこれらの問題に優先順位を付けるために、加盟国、学界、産業、および他の利害関係者からのヒアリング調査が含まれていた。この調査の結果と公開されている文献から収集された情報は、リスクコミュニケーション上の背景文書としてとりまとめられた（消費者健康保護と獣医医学のためのドイツ連邦研究所（BgVV (<http://www.bgvv.de/publikationen/sonstige/index-e.htm>)) で入手可能)。この調査は、様々な問題を明確にし、化学品に関するリスク管理のためのリスクコミュニケーションにおける不整合と改良されるべき点を特定している。この段階に続き、背景文書に含められている情報に基づいて、ワークショップが、リスクコミュニケーションに関する実用的なガイダンス文書を作成するために必要な情報を提供し、そのような文書の構造を議論するために、ドイツのベルリンで 2000 年 9 月 18–20 日に開催された。背景報告とワークショップでの議論された内容は、このガイダンス文書の中に編集された。

このガイダンス文書の目的は、特に化学製品の消費者に向けられたコミュニケーションプログラムに焦点を当てて、化学物質に関するリスクマネジャーのためのリスクコミュニケーションに向けた実用的なアプローチを提供することである。この文書は、化学品に関するリスク管理プロセスにおいて、リスクコミュニケーションが役割を果たす様々な段階を特定する—それは、化学のリスクマネジャーにより直面された状況のタイプ—議論の余地がないものから、危機的状況でのアプローチを含めて、危機の状況を含めた非常に論争のある問題を扱うことまで—を定義する。さらに、これらの状況に対応するためのアプローチを示唆する。最後に、この文書では、6 つの付録で、リスクコミュニケーションのための一般的なガイダンスを提供し、関連したトピックと他の情報源について論じる。

要旨

1999 年に、OECD は、化学物質に関するリスク管理の意志決定とその実施において、リスクコミュニケーションを必須かつ効果的な一部分にするための実用的な方法を特定するプロジェクトを開始した。

このプロジェクトの最初の里程標は、なぜ、そしてどんな方法の中で、適切なリスクコミュニケーションが効果的なリスク管理プログラムの重要な要素であるかを記述する背景報告書の出版であった。この文書はまた、リスクコミュニケーションの最新の参考文献の一覧を、「化学製品のリスクコミュニケーション。OECD 背景報告書」のタイトルの下で、<http://www.bgvv.de/publikationen/sonstige/index-e.htm> で入手可能であるように提供している。

プログラムの第二の、そして最後の里程標が、このガイダンス文書の出版である。この文書の目的は、化学物質のリスクマネージャーのためにコミュニケーションの実用的なアプローチを提供することであり、特に、化学製品の消費者を対象としたコミュニケーションプログラムに焦点を当てる。さらに、リスク管理の決定の基底にある原理により対象となる聴衆の間での理解を増大させることを目的とする。この文書は、化学品に関するリスク管理プロセスにおいて、リスクコミュニケーションが役割を果たす様々な段階を特定する；つまり、化学のリスクマネージャーが直面する議論の余地がなく扱うことができる問題から、非常に論争のある問題までの状況のタイプを定義する；そして、最終的に、これらの状況に対応するためのガイダンスを提供する。

この文書は、第一に化学製品の消費者へのコミュニケーションのニーズに焦点を当てているが、ジャーナリスト、労働者、会社と公的機関の従業員、利害関係者、医学のコミュニティと医療の提供者、およびリスクに関連した組織のメンバーなど他の対象となる聴衆についても言及する。本書で取り扱っている主要問題は、どのように以下のことをするかである：

- （有害性とリスクとの違いを強調して）化学製品とそれらのリスクについての公衆への情報を提供すること；
- リスク評価とリスク管理の両方の仕事に関係している様々な参加者とその手続の説明を含めた、リスク評価を実施し、リスク管理の意志決定をするためのプロセスについて、公衆への情報を提供すること；
- 効果的な双方向のコミュニケーションを組織化すること；
- リスク評価とリスク管理のプロセスにおいて、すべての参加者の信頼と信憑性を強化すること；そして、
- 利害関係者をプロセスに巻き込み、紛争を解消すること。

第1部では、効果的なリスクコミュニケーションプログラムを開始するための、一般的なガイダンスを提供する。ガイダンスとアプローチの具体的なタイプは、文脈や、リスクを伝達する組織の機能や、目標とされた聴衆の政治的な文化や、そしてリスクを議論する

ときのレベルの差に、最もよくマッチしているアプローチを選ぶために、付録Ⅰに列挙されている。第2部では、危機的な状況におけるリスクコミュニケーションのためのガイダンスを含め、戦略とメッセージの作成における、最善の実施に向けた一般的なガイダンスについて述べる。第3部では、リスクコミュニケーションプログラムの評価を行うための議論と実用的なガイダンスを提供する。付録ⅡからⅥでは、そのようなプログラムの成功の可能性を高める具体的な情報を列挙している。このガイダンス文書は、政府機関と他の利害関係者が、より効果的で、効率的なコミュニケーションに向けた努力の促進を補助するようにデザインされている。

この目標を達成するために、よいリスクコミュニケーションの実践をする上で最も重要な原則に従って、一般的かつ具体的なガイダンスが提供される：

- あなた自身のリスクコミュニケーションを批判的にレビューすることから始めること。
- 消費者を含めた、最も重要な利害関係者とのコミュニケーションを継続的に努力するように統合的なリスク管理とコミュニケーションのプログラムを、管理プロセスの中に、デザインすること。
- 情報源のニーズに従うのではなく、目標とされた聴衆のニーズに従ってコミュニケーションを組み立てること。
- コミュニケーションへの反応を収集したり、価値と好みの変化を感知する組織的な努力を行い、コミュニケーションプログラムを調節し、改良すること。

この文書の中でなされたすべての助言は、経験的な証拠と調査研究に由来する。