

リスク・コミュニケーション私見

2005.3.2

第13回化学物質と環境円卓会議

「メディアにおける化学物質問題のとりあげ方」

1

電車乗客への情報伝達:10年の変化

< 雪害停電で運休 >

- ・車掌の仕事のうち、乗客への情報伝達は考慮されていなかった
- ・車掌に情報の流れの外におかれていた

< 踏切事故で運休 >

- ・車掌は乗客への情報伝達のキーと位置づけられていた
- ・車掌は時々刻々変化する状況を伝えた
- ・不完全な情報がしだいに修正された
- ・見通しに関する情報が伝えられた

2

リスク・コミュニケーション

Risk Communication

$$= \text{Facts} \times \text{Policy} \times \text{Ethics}$$

- ・Facts: 情報の量と質
- ・Policy: 法制度、システム、人的構成・・・
- ・Ethics: $E=mc^2$ に倣うならば・・・

$$\text{Ethics} = \text{matter} \times \text{choice} \times \text{common sense}$$

3

化学物質のRisk Communicationにおける Common Senseとは？

- 1) 多種多様である
- 2) 相乗・複合作用、アレルギー / 過敏症など不確実な点が多い
- 3) 量的質的影響の予測困難、予防原則が重要
- 4) 専門家・行政に対する信頼度が低い。裏切りの体験・先例がある
- 5) 消費者、取引先、投資家、従業員・・・利害関係者が多い

目的: 質問に答え、世論の理解と協力を得る

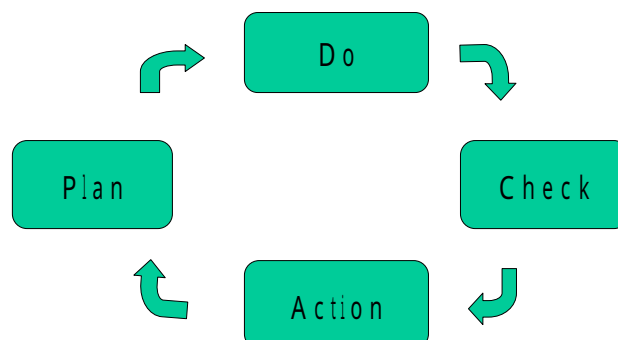
4

メディアの特徴

- 1) 報道は、つねに「未完成品」。修正、訂正しつつ発信する。
- 2) 報道は、「事実」と「見解」を伝える。
- 3) 記者は、アウトサイダー兼モニターである。
(広報、宣伝はインサイダーの仕事である)
- 4) 記者は、ほとんど「組織人」である。
(真実の探求を第一とするが、組織の束縛から自由ではない)
- 5) 「公正・中立」を決めるのは、短期的にはメディア、長期的には世論である。

5

PDCAサイクル



6

P: Plan (計画)

- ・潜在リスクの調査、分析
- ・マニュアルの作成
 - 1) 情報伝達経路
 - 2) 発表の責任者
 - 3) 発表の方法とタイミング
 - 4) 他のステークホルダーへ情報伝達の方針
- ・幹部の対メディア・トレーニング
- ・職員のタフネス・トレーニング

7

D: Do (実施)

- ・ポジション・ペーパーの作成
 - 1) 出来事の経緯と客観的事実関係
 - 2) 時系列的に並べる
 - 3) 対応のプロセス、見解、方針を記述
- ・記者会見(発表)と想定問答集の作成
 - 1) 情報(現状、原因、対処、再発防止策)
 - 2) 迅速、誠実、公開、正確
 - 3) 事実を隠さない
 - 4) 窓口は1つ、メッセージを統一

8

C:Check(確認)

- ・プレスモニタリング
- ・内容の分析と評価

A:Action(実行)

- ・記者会見の反省
- ・ポジションペーパーの見直し
- ・マニュアルの見直し
- ・経験・体験の共有化

9

ネガティブ報道の値段

- ・全国紙 全面広告 約2000万円
- ・TVCM 15秒 約500～1000万円
- ・1回で何十億円、続けば何百億円以上の損
- ・信用失墜は企業の命取りになる
 - ex:2000.6 雪印乳業の食中毒事件
- ・ステークホルダーが逃げる 倒産の危機

10