

## 2. 日本版バイオセーフティクリアリングハウス（J-BCH）の運用支援業務等

ここでは、日本版バイオセーフティクリアリングハウス（J-BCH）の適切な運用のため、ホームページの閲覧状況やユーザーのアクセスログから、ホームページの利用状況を分析し、今後の効果的な情報提供の方法について検討を行う。

### 2.1 ホームページの利用状況の分析

#### (1) ホームページの閲覧状況の推移

J-BCHは、カルタヘナ議定書に基づく国際的な情報源であるバイオセーフティクリアリングハウス（BCH）の国内版として、日本の関連法令の内容や日本国内で使用が認められているLMOのリスト等の情報が提供されている。



図 2-1 J-BCH のトップページ

(<http://www.bch.biodic.go.jp/>)

J-BCH のホームページのページ参照回数の推移は以下のとおり。月による変動はあるものの、累積の閲覧回数は堅調に増加している。

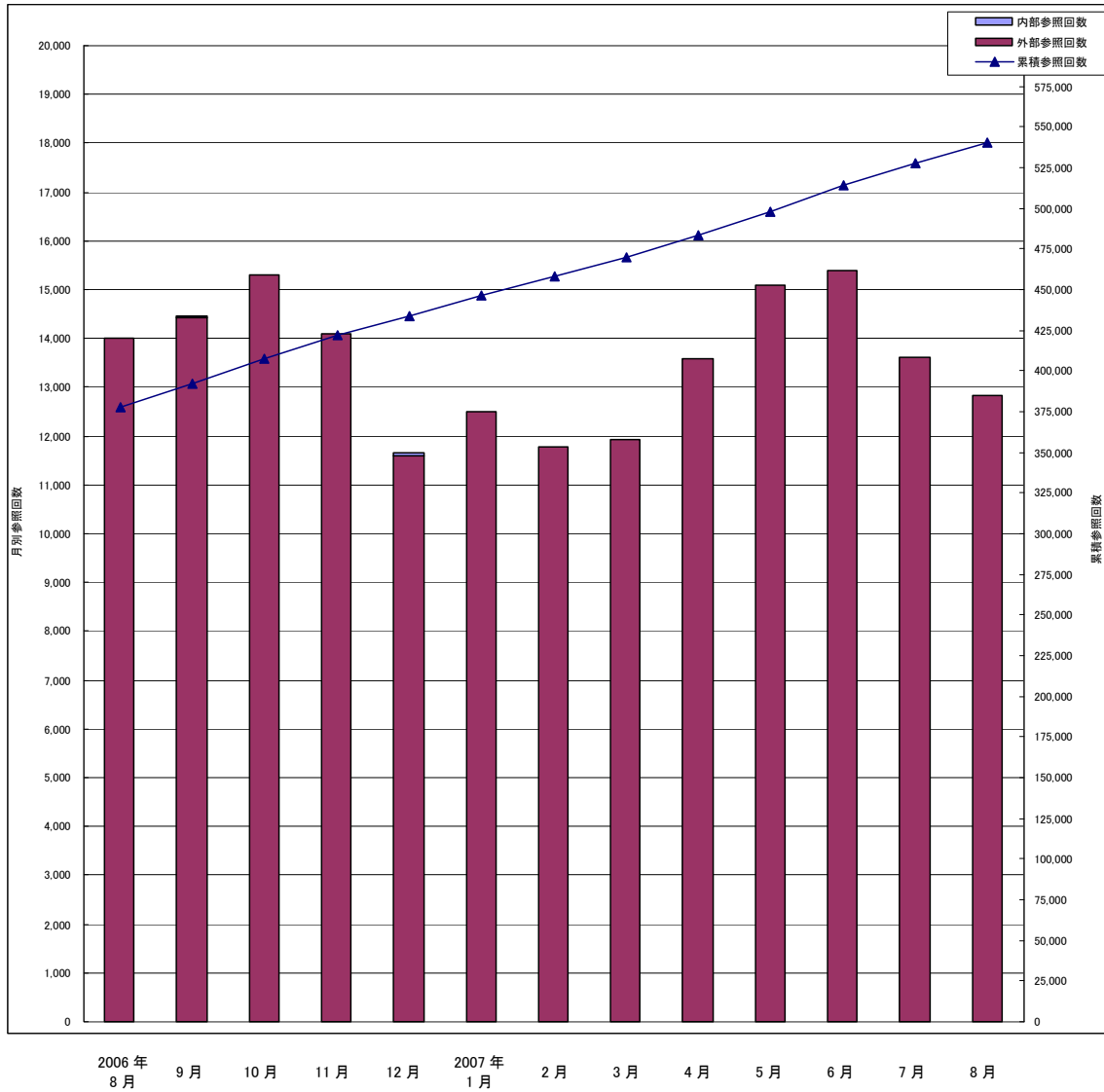


図 2-2 生物多様性センターHP J-BCH ページ参照回数  
(生物多様性センター調べ)

(2) アクセスログの解析

生物多様性センターでは、毎月の J-BCH ホームページのリクエスト数を集計している。その結果にもとづいて、毎月のリクエスト数の多いドメイン上位 10 位を種類別に集計した (表 2-1、図 2-3)。表 2-1 は、2004 年度下期から 2007 年度上期までのリクエスト数の多いドメインの推移を示している。ここで、分類 2 は民間企業のうち、アグリバイオ、食品、医療、化学など、自社で遺伝子組換え技術を利用している可能性が高いと考えられる企業である。公的機関・自治体には、農業関係の業界団体・協会などが含まれる。ただし、下記の集計では、リクエスト数上位 10 位のドメインをその IP アドレス等にもとづいて大まかに分類しているため、集計が 0 となっても、当該類型からのアクセスがないことを意味しない。また、例えば、自治体からのアクセスにも、行政部局からのアクセスと研究所からのアクセスの両方が含まれることに留意する必要がある。

表 2-1 J-BCH へのリクエスト数の多いドメインの推移

No.	アクセス先類型	2004年度下期	2005年度上期	2005年度下期	2006年度上期	2006年度下期	2007年度上期
1	官公庁(環境省含む)	24,335	23,939	13,366	23,639	14,408	15,853
2	民間企業(バイオ、食品、医療、化学等)	3,192	5,061	6,024	3,241	2,769	4,472
3	民間企業(その他製造業)	966	0	0	1,036	0	625
4	民間企業(調査、情報サービス)	0	0	6,947	1,971	1,329	1,954
5	その他民間企業	1,844	1,657	1,621	1,215	0	0
6	大学・研究機関	831	1,201	0	4,639	2,108	659
7	公的機関・自治体	9,944	9,112	11,969	4,180	5,479	1,811
8	一般(プロバイダ経由)	19,040	14,202	7,758	16,554	15,179	14,899
9	海外	1,863	0	0	1,547	5,474	2,381
10	その他不明	1,566	5,861	9,440	7,543	14,053	13,090
合計		63,581	61,033	57,125	65,565	60,799	55,744

注) 2005年度下期は2月のデータなし。2007年度上期は4月～8月までのデータ。

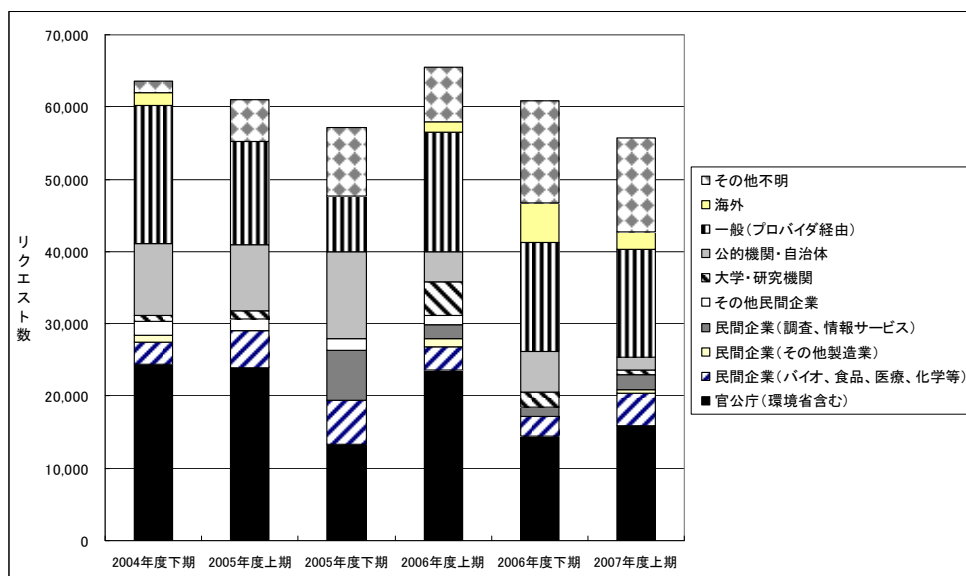


図 2-3 生物多様性センターHP J-BCH へのアクセス数の多いドメインの推移 (生物多様性センターの情報をもとに集計)

(「平成 19 年度遺伝子組換え生物等の生物多様性に影響防止に係る総合対策等検討業務報告書」より抜粋)

この結果を見ると、閲覧者の属性としては、官公庁（農林水産省、環境省）が最も多く、次いで一般のプロバイダ経由のアクセスや遺伝子組換え技術に関連する企業（LMOの開発主体となっている外資系企業、その他バイオ関係の研究開発を行う企業）が多くなっている。

このほか、公的研究機関・自治体、海外（韓国、台湾等）からも定常的にアクセスがある。

現在のバイオセーフティクリアリングハウスは、LMOのわが国における承認状況を中心とした情報の内容となっていることから、国内の行政機関、関連企業のアクセスが多いことは当然であるが、一般のプロバイダ経由や海外からのアクセスも多いことから、幅広いユーザーに対応したコンテンツを拡充することも今後必要になると考えられる。