

第 5 回政策対話における討議用資料
- 製品中化学物質のリスクコミュニケーションのあり方
に関する主な論点（案） -

1. 製品中化学物質のリスクコミュニケーションに関する論点の枠組み
大きく以下の枠組みで論点を示す。

(1) 市民・消費者に製品に含まれる化学物質の情報を的確に伝える方法について

【論点 1】市民・消費者が求めている情報はこういったものか

【論点 2】どのような方法・手段で情報を共有すればよいか

(2) 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

2. 製品に含まれる化学物質の情報を市民・消費者に的確に伝える方法について

【論点 1】市民・消費者が求めている情報はこういったものか

(市民・消費者が受け取るべき、または、共有すべき情報の内容について)

論点 1 に関しては、例えば以下のような点が議論の参考になると考えられる。

- 提供情報には、分かりやすいメッセージと詳しい情報それぞれに異なる役割があるのではないかと
- ・製品中化学物質に関する情報としては、分かりやすくリスクに関するメッセージ性の高いものほど市民・消費者には伝わりやすいが、詳しい説明が無いものについては、かえって不安を招く可能性もある。
- ・一方で、専門的で詳しい情報は、情報量としては多くなるものの、情報をかみ砕いて伝える仲介者がいなければ一般の消費者には理解しづらく、結果として読んでもらえない可能性がある。
- ・このように、分かりやすいメッセージと詳しい情報の異なる役割をどう生かしていくべきかが課題であると考えられる。

- ハザードやリスクがあることを伝えるのか（ネガティブな側面を強調）、少ないことを強調して伝えるのか（ポジティブな側面を強調）
- ・GHS ラベル表示のように有害性に関する表示は、場合によっては市民・消費者にネガティブな情報として受け取られてしまい、当該製品を避けられるおそれがある。「混ぜるな、ケン！」のように市民・消費者に受け入れてもらえる形で、リスク

やハザードの情報を伝達するにはどうすればよいか。

- ・一方、ホルムアルデヒドのF マークのように、製品からのホルムアルデヒド放散リスクが最も少ないというポジティブな側面を示す見せ方もある。市民・消費者は受け入れやすくなるが、「混ぜるな、キケン！」のように必ず伝えておくべき危険性がきちんと伝わらない可能性もある（最も”安全”な製品を買ったのだから安全に問題はないと誤解してしまう可能性がある）。
- 便益とリスクのバランス、リスクトレードオフも考慮すべきではないか
- ・製品中化学物質に関するリスクだけでなく、製品の便益もきちんと伝えることで、市民・消費者が冷静に選択することが可能になるのではないか。
- ・また、製品中化学物質に関するリスクを低くするため、製品中の化学物質を減じること、十分な検討をせず代替の化学物質を使用することなどによって、かえって製品の強度が低下するなどの同一製品における他のリスクや環境影響が増えることはないか。そうした場合、伝えるべき情報は製品中化学物質に関するリスクだけでなく、それ以外の情報も組み合わせて伝えるべきではないか。

【論点2】どのような方法・手段で情報を共有すればよいか
(市民・消費者が情報を共有するための手段・方法について)

論点2に関しては、例えば以下のような点が議論の参考になると考えられる。

- 様々な手段・方法をどのように組み合わせるべきか
- ・製品中化学物質に関する情報提供の手段・方法については、製品へのラベル表示、SDSのような書面の添付、インターネットを通じた情報提供、マスメディアによる解説や特集、政府の広報、小規模な説明会等、様々な情報提供手段・方法が考えられる。
- ・製品中化学物質については、上記のような様々な情報提供手段・方法をどのように組み合わせることが効果的・効率的か。
- 情報共有のインフラとして今後整備すべきものはないか。
- ・事業者と市民・消費者が情報を共有するうえで、海外の事例等で参考になるものがあるか。
- ・製品中化学物質に関する情報共有のためのインフラとして、今後国内でも整備を検討すべきものはないか。

【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

論点3に関しては、例えば以下の点が議論の参考になると考えられる。

- 製品中化学物質について市民・消費者同士が学び合い、意見交換できるような場とはどういったものか。
 - ・ 市民・消費者が製品中化学物質の情報を知りたい場合や疑問を解決したい場合、現在どういったところがその役割を果たしているのか。（国民生活センター、消費者団体、インターネット上のサイトなど）
 - ・ 今後、市民・消費者にとって、そうした場が情報を知り疑問を解決する場としてだけでなく、自主的な学びの場や消費者同士の意見交換の場としても利用できるようにしていくためには、各ステークホルダーの役割や協力体制、支援体制はどういったものが考えられるか。

- 化学物質アドバイザーやサイエンスメディアセンターといった中立的な立場の人・組織を積極的に活用することはできないか。
 - ・ 小規模な説明会や会合では、化学物質アドバイザーのように中立的な立場から化学物質や環境リスクに関する専門的な情報を分かりやすく解説する人が仲介役を担うことが多い。
 - ・ 一方、製品中化学物質の場合には、国民生活センターや消費者団体、事業者等に直接問い合わせるといった形態が一般的になっていると思われるが、中立的な立場から化学物質の情報を解説する専門家が十分に活用されていない可能性がある。
 - ・ そうした中立的な立場の人が積極的に参加して、市民・消費者と事業者双方のコミュニケーションを促進していくためにはどういった場や機会の整備が必要か。また、各ステークホルダーの役割や協力体制、支援体制はどういったものが考えられるか。

- リスクコミュニケーションをより推進するためにはどういった取組が必要か。また、各ステークホルダーの役割や協力体制、支援体制はどうあるべきか。
 - ・ 平成22年6月に内閣府が実施した「身近にある化学物質に関する世論調査」では、66.9%が身近にある化学物質の人の健康や動植物に対する安全性について「不安があるものが多い」と回答する等、今後一層の取組が必要な状況にある。
 - ・ 今後、製品中化学物質に関するリスクコミュニケーションをより効果的に推進していくためにはどういった取組が必要か。また、各ステークホルダーの役割や協力体制、支援体制はどうあるべきか。

以上