

労省のプレスリリースが報道されやすくなる傾向も示唆される。例えば、2011年5月に富山県内の焼肉チェーン店でユッケなど食肉を食べた多数の客が腸管出血性大腸菌感染による食中毒を発症する事件が発生した。この事件はマスメディアで広く報道されたために世間の注目が集まり、ニュース価値が高まった。同時に、食品リスクケースとして厚労省は継続的に本件に関するプレスリリースを発信した。このように、事件性の高さに伴う形で政府が発信する食品リスクコミュニケーションがマスメディアのゲートキーピング機能を通しての可能性があることは、今後の政府による食品リスクコミュニケーションのあり方について示唆を与えるものだろう。

ここまでの分析は、新聞社が政府発のプレスリリースのニュース価値をどのように判断して取捨選択するかというゲートキーピング機能を検討してきたが、リスクコミュニケーションの発信者である政府の意向は無視してきた。しかし、政府は、リスクコミュニケーションとして発信される情報のすべてが報道機関で報道されるべきと考えてはいないかもしれない。定期的な検査結果などのリリースは、継続的に公表されて蓄積されること自体に意味があり、一般の国民が日常的に注意を払うことはそれほど期待されてはいないだろう。一方、放射性物質関連の食品出荷制限や食中毒などの緊急度の高いプレスリリースについては、報道機関を通して広く国民に広報されること期待されているだろう。こうした発信者側の意図を定量的に把握することは極めて困難であるが、マスメディアのゲートキーピング機能がどの程度発信者の意図に沿う形で情報を取捨選択しているのかを知ることは極めて重要であろう。政府が広く国民に知ってほしいと思う情報は、その他の情報と比較して報道されやすい傾向にあるのだろうか。

この問いに答えるため、厚生労働省医薬・生活衛生局生活衛生・食品安全部 企画情報課リスクコミュニケーション係へのヒアリングをベースに、マスメディアの報道を通して特に一般市民への情報伝播が強く期待されたプレスリリースをリストアップし、それらがどの程度新聞記事として報道されたかを調べた。表4に報道が特に期待されたプレスリリースの見出しと、記事数を示した。3年間で53本の特に報道が期待されたプレスリリースのうち、24本について少なくとも1件の記事が報道されていることが確認された。本数ベースでの割合は45%であり、これは3年間全体の食品リスクプレスリリース中の報道されたものの割合（55%：426本中235本）よりもむしろ低い。このことは、食品リスクコミュニケーションの発信者としての政府の意向は必ずしも報道機関のニュース価値評価とは一致せず、マスメディアにインプットとして与えられてもゲートキーピング機能によって漏れてしまう可能性があることを示している。食品リスクが消費者に近いレベルで生じている場合には報道されやすい傾向が見られたことと併せて考えると、政府が重要視する食品リスクコミュニケーションを報道機関にインプットする際には、消費者へのインパクトが明確になるような形で作成するなど、コミュニケーションのフレーミングに注意を払うべきだろう。

#### D. 考察

本研究は、マスメディアのゲートキーピング機能に注目し、政府が発信する食品リスクコミュニケーションのうちどのような特徴を持つものが新聞記事として報道されやすいのかを探索的に検討した。厚労省が発表するプレスリリースがすべてアーカイブされていることを利用し、ゲートキーピング機能のインプットの母集団を設定することが可能となった。これらのインプット情報と、2011年～2013

年の3年間分の三大全国紙すべての記事を分析対象とすることで、プレスリリースレベルでの特徴と報道の有無を関連付けた分析を行った。

分析の結果、原発事故関連の食品リスクは牛海綿状脳症関連など他の食品リスクと比較して報道されやすい傾向にあることが明らかとなった。また、非原発事故関連のプレスリリースでは、牛海綿状脳症関連などと比較して、外食チェーンでの食中毒など消費者の生活に近いレベルで存在するリスクほど報道されやすいことが明らかとなった。こうしたゲートキーピング機能は、報道機関が読者の生活へのインパクトの大きさという次元でインプット情報を取捨選択していることをうかがわせる。さらに、政府が特に重要視しているプレスリリースほど記事として報道されやすいという傾向は見られず、むしろ政府が重視するリリースほど報道されにくいという傾向が見られた。こうした傾向は報道機関が判断するニュース価値と政府が判断するリスクコミュニケーションの重要性は必ずしも一致せず、マスメディアは政府とは独立してゲートキーピング機能を発揮していることを示唆する。

リスクコミュニケーションの主体が多様化する中で、政府がオーソライズする食品リスクコミュニケーションの役割は大きい。ソーシャルメディアの普及によって玉石混交の情報が飛び交う中、高い情報収集能力と専門性に裏付けられた食品リスクコミュニケーションを発信できるのはごくわずかの主体に限られる。政府はそうした主体の中の1つである。したがって、政府が発信する食品リスクコミュニケーションがマスメディアのゲートキーピング機能によってどのように取捨選択されるのかを知ることは重要である。本研究の探索的分析から示唆されるのは、報道機関は消費者の生活に近いレベルでのリスクをニュース価値の高い情

報として処理している可能性である。このため、牛海綿状脳症関連など、輸入段階でのリスクであり未だ消費者への直接的被害が顕在化していないリスクに関するリリースは報道されにくくなっていたのではないかと考えられる。したがって、政府が効率的なリスクコミュニケーションを行うためには、特定の食品リスクがどのような形で消費者の生活に直接影響を及ぼす可能性があるのかという点を明らかにしつつ発信することが有効だろう。

本研究の限界としては、まずは検討対象の時期が3年間に限定され、かつ福島原発事故という巨大な事件の影響が大きく表れていた時期であるため、その知見の一般化可能性が不明確である点があげられるだろう。原発事故に伴う放射線物質の食品リスクは国民の関心も高く、その他の一般的な食品リスクとは性格が異なっている可能性がある。また、報道内容の分析対象が新聞3紙に限られていたことも知見の一般化可能性に一定の留保を与えるものとなっている。たとえば、テレビニュースでは映像が決定的に重要となるため、新聞記事とは異なるゲートキーピング機能が発揮されているかもしれない。また、新聞社ごとにゲートキーピング機能が異なる関数形を持っている可能性も検討しきれていない。一方、本研究はプレスリリース一本ごとに検索キーワードを設定し、データベース化した新聞記事からそのプレスリリースを元に作成されたと思われる新聞記事を目視で確認していくという膨大な作業を必要とした。したがって、分析対象となる新聞数を増やしたり分析対象をテレビに拡大したりすることはかなり困難である。So roka (2012)のようにより自動化した方法でゲートキーピング機能の関数形を推定する方法論を考案する必要があるだろう。

E. 引用文献

Soroka, S. N. (2012). The gatekeeping function: Distributions of information in media and the real world. *The Journal of Politics*, 74(02), 514-528.

樋口 耕一 (2014). 社会調査のための計量テキスト分析 —内容分析の継承と発展を目指して— ナカニシヤ出版.

F. 研究発表

なし

G. 知的財産権の出願・登録状況

なし

表1 報道の有無ごとに見たプレスリリースに現れる特徴語

報道なし		報道あり	
検査	.323	原子力	.655
平成	.199	制限	.640
牛	.193	出荷	.640
結果	.185	本部	.510
海綿	.183	災害	.510
脳症	.183	指示	.510
輸入	.172	対策	.502
スクリーニング	.162	措置	.483
実施	.155	特別	.483
BSE	.152	規定	.483

表2 報道の有無ごとに見たプレスリリースに現れる特徴語（非原発事故関連）

報道なし		報道あり	
検査	.471	食中毒	.214
食品	.462	出血	.175
牛	.322	大腸菌	.175
平成	.305	チェーン	.175
海綿	.297	腸管	.175
脳症	.297	飲食	.175
結果	.279	事例	.159
輸入	.277	施設	.154
BSE	.246	食用	.118
クリーニング	.237	浅漬	.118

表3 報道の有無ごとに見たプレスリリースに現れる特徴語（原発事故関連）

報道なし		報道あり	
食品	.320	原子力	.742
措置	.274	制限	.727
規定	.274	出荷	.727
特別	.274	解除	.327
基づく	.274	福島	.249
本部	.265	係る	.230
指示	.265	一部	.229
災害	.265	関連	.214
設定	.264	発電	.214
対策	.263	事故	.213

表4 広い範囲での周知が期待されたプレスリリースとその新聞記事数

プレスリリース見出し	記事数
米国産牛肉の混載について	2
魚介類中の放射性ヨウ素に関する暫定規制値の取扱いについて	5
関係都県における食品・水道水中の放射性物質に関する検査計画の策定・実施状況について	0
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について	1
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第2報)	6
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第3報)	2
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第4報)	0
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第5報)	0
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第6報)	1
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第7報)	0
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第8報)	.
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第9報)	0
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第10報)	0
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第11報)	.
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第12報)	1
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第13報)	1
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第14報)	0
飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌食中毒について(第15報)	1
生食用食肉を取り扱う施設に対する緊急監視の結果について	15
生食用生鮮食品による病因物質不明有症事例への対応について	2
米国産牛肉の混載事例について	2
「日中食品安全推進イニシアチブ第二回閣僚級会議」の結果について	.
食品衛生法に基づく安全性審査を経ていなかった遺伝子組換え微生物を利用した添加物についての対応	2
米国産牛肉の混載事例	3
食品衛生法に基づく安全性審査を経ていなかった遺伝子組換え微生物を利用した添加物についての対応(第2報)	0
バターバー(西洋フキ)を含む食品の摂取に関する注意喚起についての対応	2
食品衛生法に基づく安全性審査を経ていなかった遺伝子組換え微生物を利用した添加物についての対応(第3報)	1
ボツリヌス食中毒事例の発生について	5
食品衛生法に基づく安全性審査を経ていなかった遺伝子組換え微生物を利用した添加物についての対応(第4報)	0
米国産牛肉(大腸)の混載事案に関する米国農務省の調査報告書の提出について	0
食品衛生法に基づく安全性審査を経ていなかった遺伝子組換え微生物を利用した添加物についての対応(第5報)	0
米国産牛肉(冷凍バラ肉)の混載事例に関する米国農務省の調査報告書の提出について	0
米国産牛肉の混載事例に関する米国農務省の調査報告書の提出について	0
7月1日から牛のレバー(肝臓)の生食用としての販売・提供を禁止～夏場の食中毒予防とあわせて広報・周知を開始～	0
食品衛生法に基づく安全性審査を経ていなかった遺伝子組換え微生物を利用した添加物についての対応(第6報)	0
豚レバーを生で食べるリスクに関する注意喚起	0
真空パック詰め食品などのボツリヌス食中毒対策についての注意喚起の実施について	0
ノロウイルスによる食中毒や感染に注意～感染性胃腸炎の患者数は、過去10年の同時期で2番目に多い水準～	3
米国産牛肉の混載事例について	0
米国産牛肉の混載事例に関する米国農務省の調査報告書の提出について	0
オランダ産及びフランス産の子牛肉の混載事例について	1
オランダ産子牛肉の混載事例に関するオランダ政府の調査報告書の提出	0
フランス産の牛肉の混載事例について	1
フランス産牛肉及び子牛肉の混載事例に関するフランス政府の調査報告書の提出	0
健康食品(OxyElite Pro)に関する注意喚起について	2
いわゆる健康食品による健康被害(疑い)事例について(第2報)	0
いわゆる健康食品による健康被害(疑い)事例について(第3報)	1
いわゆる健康食品による健康被害(疑い)事例について(第4報)	0
いわゆる健康食品による健康被害(疑い)事例について(第5報)	0
いわゆる健康食品による健康被害(疑い)事例について	0
OxyElite Pro(米国製サプリメント)に関する注意喚起について(再周知)	1
農薬(マラチオン)を検出した冷凍食品の自主回収について	0
農薬(マラチオン)を検出した冷凍食品の自主回収について(第2報)	2

研究成果の刊行に関する一覧表

書籍

著者氏名	論文タイトル名	書籍全体の 編集者名	書 籍 名	出版社名	出版地	出版年	ページ
該当なし							

雑誌

発表者氏名	論文タイトル名	発表誌名	巻号	ページ	出版年
該当なし					

学会発表

発表者氏名	論文タイトル名	学会名	巻号	場所	年月
杉谷陽子	食品リスクコミュニケーションにおけるソーシャルメディアの活用について	産業・組織心理学会	第117回部門別研究会 消費者行動部門（招待講演）	筑波大学	2015年5月
杉谷陽子	SNSを用いた食品リスク・コミュニケーションの研究：知識量とリスクへの態度によるセグメンテーションの可能性	産業・組織心理学会	第31回大会	明治大学	2015年8月
井出野尚、吉川侑記、小山慎一、玉利祐樹、竹村和久	リスク事象に対する知識とリスク認知の検討—医師と一般消費者との対比—	日本社会心理学会	第56回大会 ポスター発表	東京女子大学	2015年10月



# 食品のリスクコミュニケーション



## 実施の手引き

この手引きは、本研究班の2カ年の成果をもとに、主に新規の研究成果を中心に、実施手法について解説したものである。

まず、リスクコミュニケーションについて、手順の概要は図1に示した。以下は、この手順におおむね沿って説明する。

## 1. 調査の手法

適切なリスクコミュニケーションのためには、人々の関心や知識の程度、リスク認知を事前に把握しておく必要がある。

食品リスクについては、定期的な動向調査と事件事故が起こった時の緊急の調査との2つが重要である。前者は、人々の知識やリスク認知がどのようなものであるかということについて基礎的な知識が得られるため、リスクコミュニケーションのための資料作成の時に役に立つ。また、定期的な調査をしておくことで、人々の態度の継時的変化を知ることができる。

### (1) 定期的な調査

代表的なものは2種である。第1は質問紙調査（いわゆるアンケート）、第2は質的調査（フォーカス・グループ・インタビューなど）である。

質問紙調査には、郵送や留め置き回収のように時間と費用がかかるものと、比較的短時間で回収ができるインターネットモニターに対して行うインターネット調査がある。後者は近年モニター数が増えており、また安価になっているため、利用が拡大している。

質的な調査手法は多様である。ここでは代表的なものとして3つを紹介する。

第1は、フォーカス・グループ・インタビューという、数人から十数人のグループでインタビューを行っていく方法がある。参加者は自由に発言ができるので、アンケート調査では把握できない意見を知ることができる。

第2は、問い合わせの窓口や、コールセンターを持っている場合に問い合わせの内容を記録し分析する方法である。ただし、この手法の欠点は、積極的に窓口に問い合わせたり、発言したりする人の意見しか把握できないという欠点がある。特に、批判的な意見や否定的な意見をわざわざ窓口まで伝える人は少ないので、把握できる意見がある程度偏っていることは認識しておかなければならない。

第3の方法として、説明会などの対面の場での質疑応答の記録と分析がある。会場からの質問は、人々が持つ知識が、日常言語でどのように構成されているかを知るのに良い手がかかる。また、質問の収集を目的として説明会を設計することもできる(2.の(4)説明会、集会等の項も参照。「質問バスケット法」など)。発話を分析することも可能であるし、アンケートを適切に設計すれば、量的な調査も可能である。

### (2) 突発的な事象が起こった時の調査

突発的な事象が起こった時の調査手法としては、インターネット調査のように簡易にできる調査方法が便利である。

インターネット上で交わされている情報を分析する方法もある。この手法は通常の調査に持つ変えるが、特に、緊急に対処しなければならないような状況では、この手法が有望である。以下では、googleトレンドとNodeXLという2種のツールを紹介する。

Goggleトレンドは Google での検索行動のログデータに基づき、人々の関心の推移を可視化するサービスである。たとえば、図2は「インフルエンザ」という語を用いて Googleトレンドで検索した結果である。冬になると検索が増えるという周期性や、2009年に新型インフルエンザが流行った時期に検索が増えていることなどがわかる。特徴的なピークには当時のニュースヘッドラインが表示され、どのような出来事がきっかけで検索数が急上昇したのかを把握することができる。

NodeXL はツイッターなどのソーシャルメディア上のデータを収集し、コミュニケーションのネットワーク構造を可視化することができる無料のエクセルテンプレートである。図3は、2015年1月にマクドナルドのフライドポテトに人の歯が混入したという報道の後に、「ポテト 歯」という検索語に合致するツイートをツイッターから収集し、そのコミュニケーションネットワークを可視化したものである。ツイートの収集上限が18000件であることや、収集期間が最大1週間であるなどの制約がありますが、繰り返しデータを収集することでインターネット上での特定のトピックに関するコミュニケーション構造の変化をたどることができる。

## 2. リスクコミュニケーション手法の決定

### (1) 対象者別のメディアの選定：年齢に焦点を当てる

年齢別にどのようなメディアがリスクコミュニケーションの際に有効であるのかを検討するためには、世代別のメディア利用率データが参考になる(図4)。このデータによれば、特に10代や20代においては、テレビよりもインターネットの視聴に費やす時間の方が長くなっており、新聞の閲読率も極めて低い値にとどまっている。テレビニュースや新聞などのマスメディアを活用したリスクコミュニケーションに重点を置くことは、若年層においては訴求力を持たない可能性が懸念される。他方、これらの媒体は、高年齢層に対しては依然として有効である。ただし、テレビ視聴時間や新聞の閲読率は、経年変化を見ると、高年齢層においても低下傾向にあることは注意を要する(総務省情報通信政策研究所, 2015)。

ソーシャルメディアは、利用時間で言えば若年層において特に利用が多いが、利用率で見ると高年齢層においても高い値である。すなわち、ソーシャルメディアを用いたリスクコミュニケーションは、年代を問わずに訴求力を持つことが示唆される(図-5)。

もちろん、ソーシャルメディアの活用には懸念点がないわけではない。インターネット上に流通している情報は、情報源が定かではない場合も多く、誰もが匿名で発信者になれるということからも、その信頼性は必ずしも高いとは言い切れない。ただし、見方を変えれば、この問題はメリットにもなり得る。ソーシャルメディアは、利用者にとって、情報の発信者が自分と同じような立場の生活者であるという特徴がある。医師などの専門家がマスメディアを通じて情報発信する場合には、確かに権威はあるが、それゆえに遠くの話と捉えられ、あまり自分に関わる問題として関心を持たれないかもしれない。彼らにとっては、近い人間が情報の発信者であるということは、関心を持って情報に接するきっかけとなり得る。そのように考えると、「誰もが情報の発信者になれる」という特徴は、インターネットがリスクコミュニケーションの場として非常に有効である可能性を示唆する。杉谷(2014)は、インターネットが食品リスク情報を提供するメディアとして、有効であることを確認した。具体的には、次のような知見が得られた。

①Facebook、Twitter、Yahoo!知恵袋などの食品リスク情報は、公的機関のウェブサイトの情報と同程度に信頼できる情報と認識されている。これは、年代を問わずに見られる現象である。

②ただし、人々はそれらの情報を鵜呑みにすることはなく、食品のリスクについては冷静に吟味する姿勢を持っている。

③ソーシャルメディアにおいてディスカッションを行うことで、人々は食品リスクに関する関心を高め、また、リスク対処行動を積極的にとろうとする意思を強めている。

## (2) 対象者をセグメント化<sup>1</sup>する

対象者をセグメント化することで、より有効なリスクコミュニケーションが行える。花尾（2013）は、消費者クラスターごとに食品の安全性に関して頼る情報源が異なることを明らかにしている（図6）。さらに、人口統計学的にグループ分けすることによって、有効なリスクコミュニケーションのアプローチが異なることも明らかになっている（吉川（2013）、表1）

また、対象者をリスク認知の程度と知識の程度でセグメント化することによって、リスクコミュニケーションへの反応が異なることが明らかになった（杉谷、2015）。知識量の多少とリスク認知レベルの高低に基づき、以下のような4つのセグメントに分類した。

- A クラスタ 知識少・リスク認知低
- B クラスタ 知識少・リスク認知高
- C クラスタ 知識多・リスク認知低
- D クラスタ 知識多・リスク認知高

食品の危険性を訴えかける情報に接した場合、もともと食品リスク認知が高い人は（B、D クラスタ）、あまり影響を受けず、食品リスク認知の低かった人のみが影響を受ける。行動意図でみると、事前のリスク認知レベルに関わらず、リスク記事の参照によって当該食品の摂取を避けようという意識が高まる。ただし、リスクに関する知識量が多く、リスク認知が低い人達（C クラスタ）は、豊富な知識に基づいて食品を危険ではないと考えているので、新しい情報によってすぐ行動を変えようとは考えない傾向がある。食品の安全性を訴える情報に接した場合、危険性を訴えかける情報の場合よりも態度変容を起こす人が多く、影響力が大きい。とりわけ、知識量が少なくリスク認知が低い人たちに（A クラスタ）リスクコミュニケーションの影響が大きく、リスク食品の摂取を控えようという行動意図も減少するほどの影響がある。その他のクラスタは、リスク認知レベルは低下するものの、リスク食品を避けようとする行動意図には変化がない。

## (3) プレスリリース

マスメディアに集まる膨大な情報のすべてが記事化されることは事実上不可能であり、マスメディア内部でその専門性や組織的な要因によって報道される情報と報道

<sup>1</sup> セグメント化（segmentation）：対象者をある特性によってグループ分けすること

されない情報に選別される。いわばマスメディアは複雑な世界から作り出される情報のうち、どれが人々に届けられ、どれが届けられないのかを決定する「門番」の役割を果たしていることから、ゲートキーピング機能と呼ばれる。

Soroka(2012)は、経済ニュースは現実の経済状況をほぼ反映しているが、マスメディアのゲートキーピング機能はネガティブ記事の方が報道されやすいというバイアスをもってフィルタリングしていることを明らかにした。厚労省の食品リスク関連プレスリリースについて検討した小林(2015)によれば、放射性物質関連の定期検査に関するプレスリリースを除く2011年～2013年の読売・朝日・毎日の3紙記事検索対象となったプレスリリースの本数は、2011年で129本、2012年で171本、2013年で126本であった。そのうち、3紙で報道されたものは、2011年で90本(70%)、2012年で105本(61%)、2013年で40本(32%)であった。年によって記事化率には違いが見られ、分析した3年間の間では低下傾向が見られた。これは放射性物質関連の食品リスク情報がプレスリリースとして発信される頻度が徐々に低下したことが主要な原因と考えられる。

分析の結果、原発事故関連の食品リスクは牛海綿状脳症関連など他の食品リスクと比較して報道されやすい傾向にあることが明らかとなった。また、非原発事故関連のプレスリリースでは、牛海綿状脳症関連などと比較して、外食チェーンでの食中毒など消費者の生活に近いレベルで存在するリスクほど報道されやすいことが明らかとなった。

リスクコミュニケーションの主体が多様化する中で、政府がオーソライズする食品リスクコミュニケーションの役割は大きい。ソーシャルメディアの普及によって玉石混交の情報が飛び交う中、高い情報収集能力と専門性に裏付けられた食品リスクコミュニケーションを発信できるのはごくわずかの主体に限られる。政府はそうした主体の中の1つである。したがって、政府が発信する食品リスクコミュニケーションがマスメディアのゲートキーピング機能によってどのように取捨選択されるのかを知ることが重要である。小林(2015)から、報道機関は消費者の生活に近いレベルでのリスクをニュース価値の高い情報として処理している可能性がある。このため、牛海綿状脳症関連など、輸入段階でのリスクであり未だ消費者への直接的被害が顕在化していないリスクに関するリリースは報道されにくくなっている。したがって、政府が効率的なリスクコミュニケーションを行うためには、特定の食品リスクがどのような形で消費者の生活に直接影響を及ぼす可能性があるのかという点を明らかにしつつ発信することが効果的である。

#### (4) 説明会、集会等

プレスリリースやパンフレット、あるいはWEBサイトでの情報提供は、重要ではあるが、一方的である。また、直接情報を受ける国民からのフィードバックを得ることができないため、対面でフィードバックを得ることができる説明会や集会は非常に重要である。さらに、リスクについて論争があるような問題については、何らかのルートを通して議論を行うことが必要だが、そのためには対象者の選定や対話手法の選定など運営の仕方が重要になってくる。

OECD(2000)は、リスクに関する論争の問題の性質によって取り得るリスクコミュニケーション手法が異なることを指摘しているが(表2)、段階2と3において、対話が重視されていることがわかる。

このような対面的な集会の手法はさまざまだが、開催の目的は明確にしておく必要がある。日本においては、「リスクコミュニケーションの集会」といいながら、一方向的な説明会であったり、参加者が業界の関係者がほとんどで一般市民の参加や発言が少なかったりすることがあるからである。このように目的が定まらない状態で「説明会」あるいは「集会」をしても、十分な効果が得られないばかりか、名称からうける印象が悪くなる場合もある。たとえば、「リスクコミュニケーション」という名称がついていれば、双方向的な会合であるということを参加者は期待するから、実態が説明会であれば、参加者の満足度は極端に低くなる。他方、「説明会」という名称で、専門家が説明する形式であれば、聴衆も「説明を受ける会合である」と認識するので、参加者の満足度はそれほど下がることはない。

ただし、参加的な手法（ワークショップなども含む）は数が多い。Rowe & Frewer(2000)は、政策決定過程で利用されたことがある手法をそのインパクトを含め表3に紹介している。また、表4に、日本でよく使われている手法のうち、比較的多人数で、かつ、ファシリテータ（進行役）が少なくすむものを一部紹介した。

このような説明会は適切に運営されれば、参加者の理解も深まるし、調査の手法の項で前述したように、人々の意見の内容やその構造などをモニターする非常に優れた手法と捉えることもできる。

### 3. 効果の測定

リスクコミュニケーションの効果の測定の手法も目的に応じて多様である。ここでは、対面の集会での効果の測定について解説する。

最も簡易なのは、アンケートによる参加者の評価である。ただし、アンケート項目も会合の目的に応じて設計されていなければならない。一般的な設計の方針として、次の2点に気をつける：①最も重要な項目（評価を知りたい項目）を冒頭に、②属性（人口統計学的な項目。たとえば、年齢、性別など）は最後に配置する。重要な項目を冒頭に配置するのは、途中で記入漏れや脱落があっても、この項目に関しては結果を得られるからである。②については、必要がない限り（年代別による理解の差を知りたい、性別による関心の違いを把握したい、など）漫然とアンケートに含めないようにする。回答しにくい（したくない）項目であるので、この項目があることによって、全体の回答率が下がる。回答率が下がるのは、この他にも回答者の個人的なことをきく項目についても同様なので注意を要する。アンケートの例を参考資料1、参考資料2に示した。

### 4. 評価と改善

リスクコミュニケーションを実施した場合には、必ず記録をとっておく。実施の記録だけではなく、説明会や意見交換会の場合には、参加者からのフィードバックを得ておく。アンケートは簡便な方法であるが、慎重に設計する必要がある。また、参加者の負担を考慮して長大なものにならないようにしておく。

特に参加者があるような集会の場合には、その集会全体の進行や雰囲気などの評価者を、別途用意しておくことが有効な場合がある。一般の参加者は時間を使って参加しているため、たとえその集会が予想よりも評価が低いものであったとしても、参加する意義があった、というように高めに評価する傾向があるからである。そのため、アンケート結果だけで見ると高評価になってしまい、問題点が発見しにくい。

そのようなバイアスを防ぐためには、参加者以外の評価者を用意することは、1つの有効な方法といえる。

この他、改善については、既に述べた意見やコメントの分析などがある。これらをもとに、リスクコミュニケーションの修正案を検討し、次の実施に役立てる。

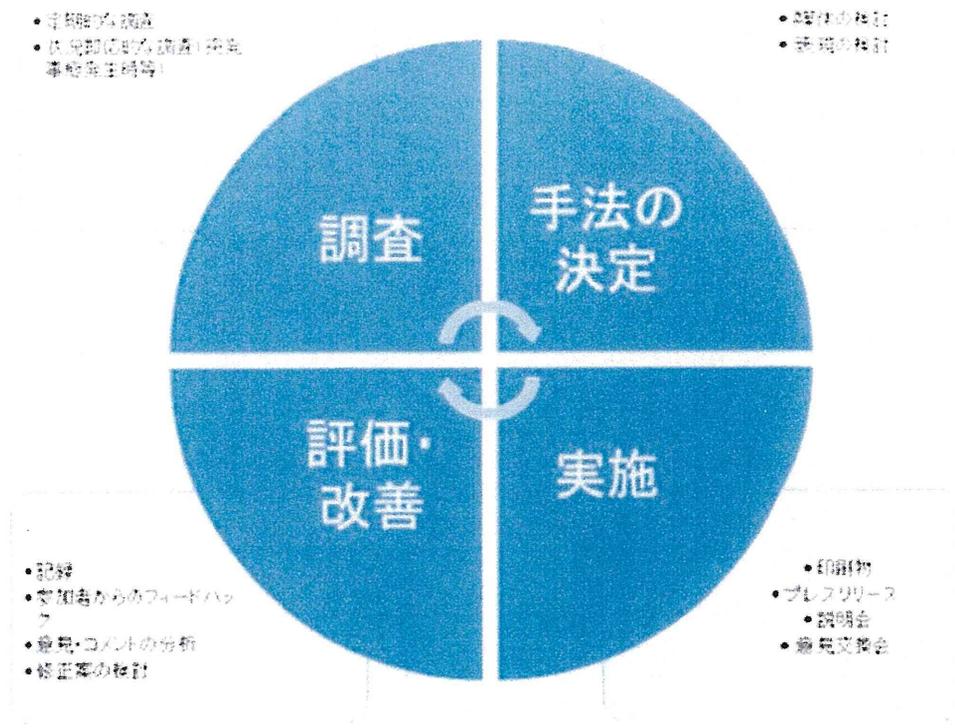


図1 リスクコミュニケーションの手順

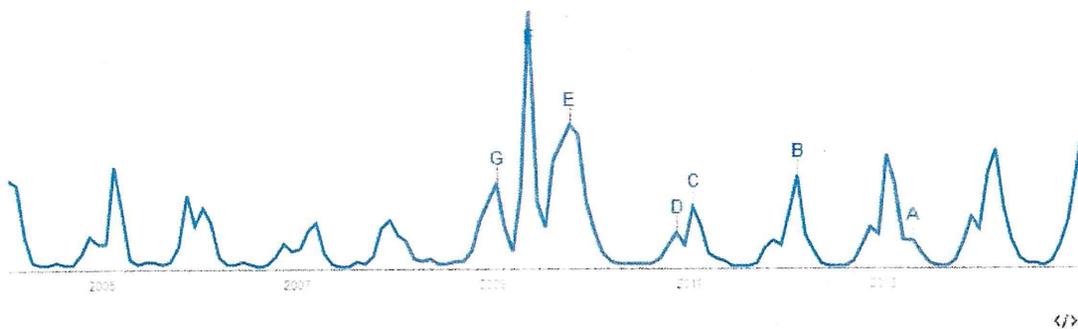


図2 「インフルエンザ」を検索語とした場合の Googleトレンドの結果

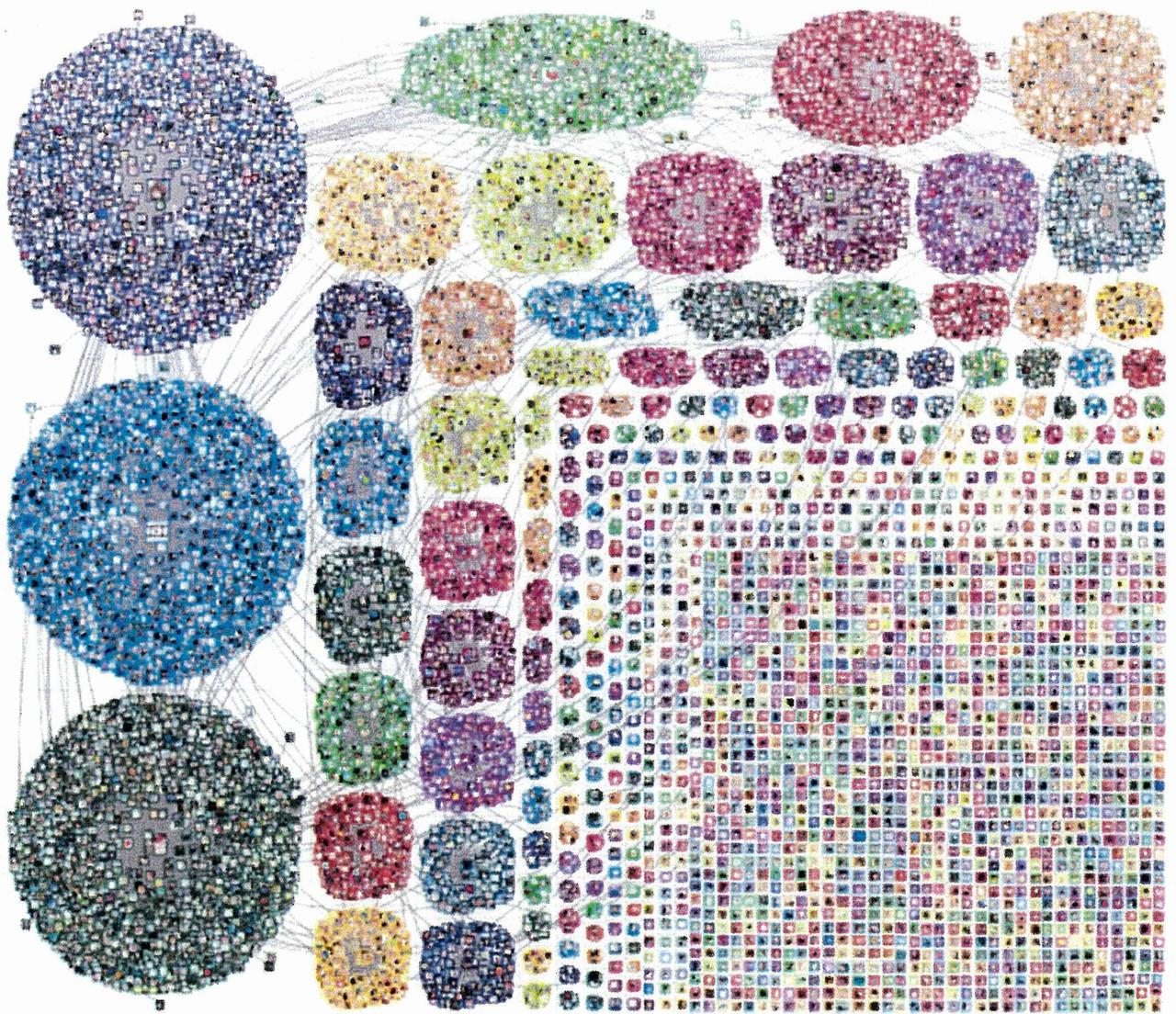


図 3 NodeXL による検索語に合致するツイートのネットワークの例（検索語：ポテト 歯。2015 年 1 月）

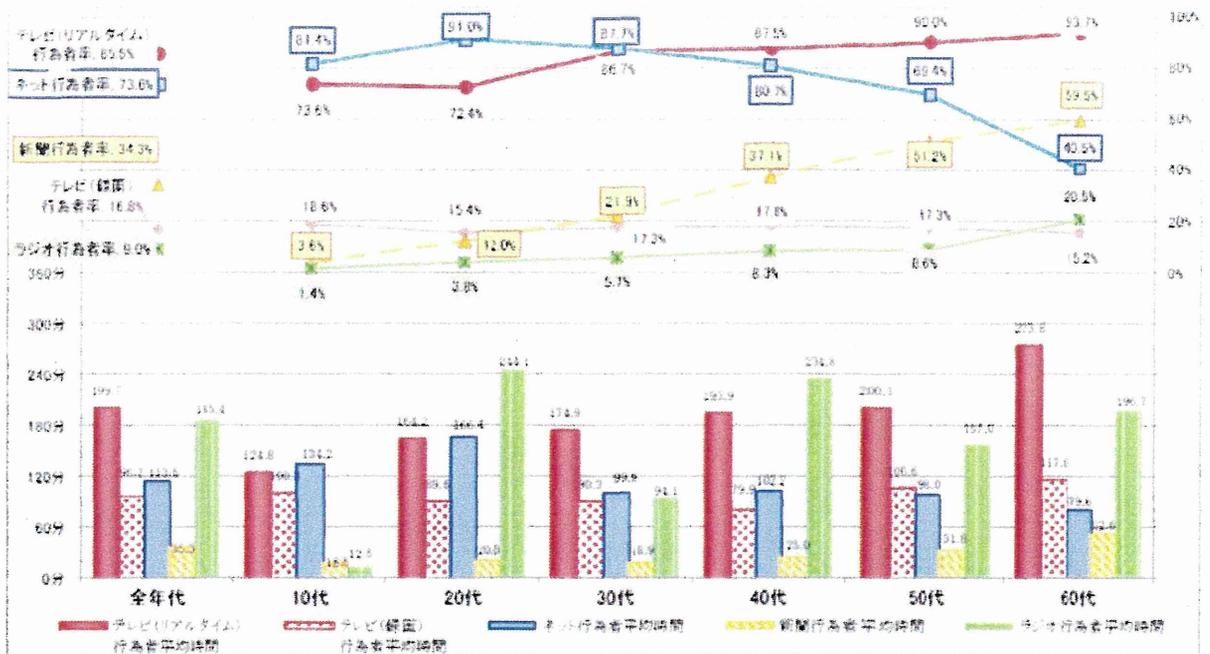


図 4 平成 26 年[平日 1 日]主なメディアの行為者率・行為者平均時間 (全年代・年代別)

	全年代(N=1500)	10代(N=140)	20代(N=221)	30代(N=281)	40代(N=303)	50代(N=255)	60代(N=300)
LINE	55.1%	77.9%	90.5%	69.8%	63.4%	37.3%	11.3%
Facebook	28.1%	25.0%	61.1%	39.9%	23.8%	19.6%	6.0%
Twitter	21.9%	49.3%	53.8%	21.4%	14.9%	10.6%	2.7%
mixi	8.1%	3.6%	20.4%	13.2%	6.3%	3.1%	2.3%
Mobage	8.6%	10.7%	19.0%	12.5%	8.6%	2.0%	2.0%
GREE	6.9%	7.1%	12.2%	9.6%	7.3%	3.9%	2.3%
Google+	22.5%	30.7%	24.4%	25.6%	28.1%	20.8%	10.0%
YouTube	65.1%	83.6%	89.1%	82.9%	75.9%	50.2%	24.0%
ニコニコ動画	19.1%	31.4%	40.7%	18.5%	17.2%	13.7%	4.7%
Vine	1.9%	10.0%	3.2%	1.1%	1.7%	0.0%	0.0%
7つのいずれか利用	65.0%	79.3%	95.5%	84.0%	73.6%	50.6%	21.7%
6つのいずれか利用 (Google+除く)	62.3%	78.6%	95.0%	82.6%	70.3%	45.9%	17.3%
10のいずれか利用 (動画系の3つ含む)	74.1%	88.6%	97.3%	91.1%	85.8%	63.9%	31.0%

図 5 平成 26 年主なソーシャルメディアの利用率 (全年代・年代別)



図 6 消費者クラスターと食品の安全性に関する情報源によるコレスポネンズ分析結果 (花尾、2013)