

厚生労働科学研究費補助金（食品の安全確保推進研究事業）
総括研究報告書

効果的なリスクコミュニケーション手法の検討とツールの開発

研究代表者 杉浦淳吉 慶應義塾大学文学部 教授

研究要旨 効果的なリスクコミュニケーションの手法について事例の検討を行った上で、リスクコミュニケーションのアクティブ手法を開発し、その効果を検討した。リスクコミュニケーションの手法は特定の分野に限らないことから、一般的なリスクコミュニケーションの事例調査を行いながら、リスクコミュニケーションの効果的な手法について開発を進めた。食品安全の効果的なリスクコミュニケーションにおいて、対話集会や説明会の際にその効果を高めることが期待される「アクティブ手法」を開発した。アクティブ手法とは、対象者がリスクコミュニケーターからの情報を一方向的に受け取るのではなく、「書く」、「話す」、「比較する」、「選ぶ」、「宣言する」といった能動的活動を参加者同士のコミュニケーションを通じて行うものである。また、リスクコミュニケーションによる行動変容の効果測定に関する手法を開発した。リスクコミュニケーションのテーマは食品添加物の安全性の理解を取り上げた。このテーマは誤った理解を正し不安を取り除くことが必要な他の内容に応用可能である。実際に学生および一般を対象としたリスクコミュニケーションの実践を行い、この手法が効果をもつことを実証した。さらに、この手法を活用するための啓発ツールとして短編動画を作成・公開し、リスクコミュニケーション従事者が活用できるようにした。

研究分担者

竹村和久 早稲田大学・文学学院・教授
織 朱實 上智大学・地球環境学研究所・教授
高木 彩 千葉工業大学・社会システム学部・
准教授

有効なコミュニケーション手法や活用可能なツールの開発を行う。それぞれの場面で適切な手法について検討した上で、その効果を測定する。本年度は、第1の対話集会や説明会といった対面場目でのリスクコミュニケーションの手法開発とその効果測定、普及啓発を目的として行う。

A. 研究目的

食品のリスクコミュニケーションの対象者にあわせた具体的なコミュニケーション手法を検討する。研究全体の目標は大きく次の2点に集約できる。第1に、対話集会や説明会のような対面場面での手法を検討する。第2に、個人で意思決定する場合に

リスクコミュニケーションはその本質から特定のテーマごとに手法が変わるというものではなく、様々なテーマにおいて共通するコミュニケーションの一種である。そこで本研究では、広く効果的なリスクコミュニケーション実践にかかわる事例の収集

と体系化を行う。そこでの論点の1つは対象者の能動的な情報の受容と行動変容である。リスクコミュニケーションでは対象者が多くの場合に複数(多人数)である。リスク情報の伝え手と対象者との間のコミュニケーションだけでなく、対象者が他者と能動的にかかわることで、リスクに関する情報と対処行動との一貫性が高まることが心理学では知られている。適切な理解を促し不安をとりのぞくだけでなく、リスクコミュニケーションにより行動変容が起こるのかも重要な課題である。そこで行動変容につながるかどうかの効果を検討する心理学の手法も新たに開発する。そうした心理学の理論を応用した手法を「リスクコミュニケーションのアクティブ手法」として体系化し、実践をもとに効果を検討する。効果の検討では、正しい理解の促進と行動変容について分析し、さらに対象者別の分析により対象者に応じた効果的な手法を検討する。さらにその応用方法を提案し、リスクコミュニケーションのノウハウを説明する短編動画を作成し、普及啓発を行う。

B. 研究方法

(1) 事例の収集と手法開発

食品分野に限らず、リスクコミュニケーションの事例について、広く資料を収集する。実際に行われているリスクコミュニケーションの事例を調査し、その問題点も明らかにする。特に、対面での対話の手法について、活用可能な技法が蓄積されているファシリテーション研究の成果も調査する。

以上をもとに、過去の効果的な事例、および社会心理学をベースとした理論的アプローチにより、対面場面での効果的なリスク

コミュニケーション手法の手順を開発する。主として、自体に能動的にかかわることで事態にコミットメントし、熟慮にもとづく理解の促進と態度変容が起こるような設計を行う。さらに効果については、理解の促進だけではなく、実際にリスク削減の行動変容につながって行くのかどうかについても心理実験の手法で検討を行う。

(2) リスクコミュニケーションの実践

実際に現実場面で試験的に実施して評価する。大学生を対象とした試行的な集会を行った後、一般人を対象として実施し、それぞれの手法の特徴を心理学的な実験手法を用いて評価する。具体的には、集会の規模や参加者同士の討議と発言の機会を実験的に操作し、決定の内容や結果が公正であるだけでなく、手続きの公正さ(発言の機会があること)が参加者の満足度や行動意図に及ぼす効果を検証する。

リスクコミュニケーションの内容については、食品リスクの専門家である穂山が研究協力者として参加し、検討に加わった。

(3) 効果の分析

本研究で開発したリスクコミュニケーション手法の効果に関して、実施の事前と事後に測定した質問紙調査項目の分析を行う。分析対象者：実験に参加者した149名の大学生(実験群106名、統制群43名)と主婦6名。

認知反応：アクティブ手法の実施前後で、「『食品添加物』から思い出されること」を5つリストアップし、文やフレーズ、単語を記入してもらった。事後的に分類し、その数(割合)をアクティブ手法による認知反応の変化として分析の対象とする。

個人差の検討：事前アンケートで回答を求

めた「科学技術に対する態度」、「行政への信頼感と政策への議論参加意欲等の要因」、「リスク認知」の項目によりアクティブ手法の効果検討における個人差変数とした。アクティブ手法の有効性を評価する指標として、事後アンケートでの「アクティブ主要実施後(事後)の食品の安全性への関心度」、「食品添加物に対する理解度」を分析に用いた。

行動変容に関しては、「セカンドプライスオークション」の方法を用い、食品に関係する本、およびそれと関係ない本を実験後に参加者に手渡し、その本に値付け(いくらだったら手放してよいのか)の評価を行うという手法を新たに開発して検討した。

(4)開発した手法の普及

リスクコミュニケーションの意義と効果的な方法を啓発する教材を普及させる目的で、短編動画を作成しインターネットで公開する。本研究班で開発したリスクコミュニケーションのアクティブ手法を紹介する短編動画を専門の業者に依頼し、作成する。作成した動画ファイルは動画サイトに掲載し、関係者が閲覧できるようにする。

(倫理面への配慮)

ヒトを対象とする調査および実験の実施にあたっては、行動科学研究の世界標準であるアメリカ心理学会の倫理規定を遵守した。

C. 研究結果と考察

(1)アクティブ手法の完成

以下の内容とする手法を開発した。対話集会や説明会のような対面場面を想定したリスク情報の伝達と質疑という従来の方法に対し、意見集約や政策決定における市民参加のワークショップ型会議で実際に活用

されている手法を調査した上で、独自の手法を検討した。特にファシリテーション研究をもとに、社会心理学的に効果が確認されている次の～をリスクコミュニケーションの「アクティブ手法」として開発した。

リスク情報に関して連想されるフレーズ(連想語)を書き出し、説明に対し熟考を促す。

数名で連想語を発表し、お互いの論点を聴く。

連想語を比較し、話し合いで重要な論点を比較する。

集団内で決定された重要な論点に対して個人が大事だと思う論点を選ぶ

話し合いをもとに今後どのようなことを意識して生活するかを宣言する

以上のプロセスの導入により、参加者は総合的にリスク情報に対するコミットメントが高まり、リスクコミュニケーションの内容に応じた行動変容へとつながる。行動変容に関する評価方法については、効果測定法を行動計量学の成果をもとに開発した。本研究ではリスクコミュニケーション内容にかかわる書籍の値付けによって検討を行った。

(2)アクティブ手法の実施

2016年12月に上述の手法を首都圏の5大学で実施し、149名を対象として実施した。2017年1月には一般(主に主婦層)を対象として実施し、同様の効果測定とグループインタビューを実施した。

認知反応 アクティブ手法の事前・事後で想起された「食品添加物から思い起こされること」の内容を以下の4つに分類した。

食品添加物の機能に関する言及(知識、事実の認識など)

食品添加物への否定的評価(身体への悪影響など)

食品添加物の表示に関する内容(わかりにくい, 啓発が必要など)

食品添加物の肯定的評価(必要である, など)

その上で対象者ごとに から の数をカウントした。その結果, 食品添加物への否定的イメージは事前から事後にかけて減少する一方で, 肯定的イメージは増加していた(付録の図 1 参照)。リスクコミュニケーションのアクティブ手法によって食品添加物の正しい理解が促進していたといえる。

個人差の影響 全体的に実験参加者が手法実施により食品の安全性に対する関心と食品添加物への正しい理解が高まっていた。

個人差要因による影響にとして, 政策に関する議論への参加意欲が高い人では関心度と理解度がより高まる傾向があった。また, 行政への信頼感が低い人では, 食品添加物への理解度がやや低まる傾向があった。特に食品添加物が食品の危険性を取り除く役割についての理解度がやや低まる可能性が示された。

行動変容 セカンドプライスオークションにより食品に関する本の方が関係ない本よりも高く値段をつけていたことから, 行動変容に関してもリスクコミュニケーションのアクティブ手法に効果があったことが確かめられた。

(4)手法を実際のリスクコミュニケーションの現場で活用できるよう説明する分かりやすい動画の開発を行った(図 2)。その内容は以下の通りである。

リスクコミュニケーションの基本の姿勢

1) 相手が望む情報を多く, 早めに, 平易に伝える。

2) 不確かなことや弱点を隠さず明確に伝える。

3) リスクへの対処方法を伝えること。

4) 相手がすぐには理解していないようにみえても感情的にならずに丁寧に伝えること。

5) 対応できないことは理由を含めて説明すること。

リスクコミュニケーションのアクティブ手法の 5 要素

1) “思ったことを書き出す” こと。参加者がリスクの内容で思い浮かぶことを書き出す。アンケートを用いて書き出してもらうことも一つの方法。これにより問題点をじっくり考え, 振り返ってもらうことができるようになる。

2) “皆で意見を出し合う” こと。声の大きい人だけでなく, 誰もが意見を表明するチャンスをつくることが大事。それには他の人の意見をじっくり「きく」, つまり「傾聴」する姿勢が大切になる。

3) “皆で論点をまとめる” という。そのために, まず自分の意見とは異なる意見があること, 自分の意見と他人の意見を比べてみる。皆で話し合って意見を整理することで, 今後の行動につながりやすくなる(集団決定法)。

4) 自分にとって“大事だと思う論点を選ぶ”。整理された意見に対して自分は賛成なのか反対なのか, どれが最も大事なのか。人それぞれおかれた状況が異なれば, 大事だと思う論点も異なる。自分は何を選び, 他の人は何を選んだのか, いろいろな意見があっつてよいという雰囲気をつくる。

5) “目標を宣言する” ということ。リスクコ

コミュニケーションによって理解できたことを行動につなげていくために、今後の目標を他者に伝える機会をつくる。それがコミットメント、つまり課題に対する関与を深めることにつながる。

以上5つの要素を一度に全部、リスクコミュニケーションに取り入れることは難しいかもしれないので、状況に応じてできるところから取り入れていくとよい、ということを最後に伝える。

リスクコミュニケーションを効果的に行う7つの約束

- 1) 相手を敵視せず、受容する
- 2) 相手の考え方に間違いがあっても否定しない
- 3) 相手の不安な状況を理解する
- 4) 相手の考え方や関心を把握する
- 5) 多くの受け手の考え方を知る
- 6) マスメディアの要望にも耳を傾ける
- 7) 送り手の組織での情報共有

D. 考察

以上のリスクコミュニケーションのアクティブ手法は社会心理学の知見にもとづき、様々な実践から効果的な方法を導き出したものである。この基本的な手法は食品の安全確保だけではなく、他分野への転用も可能なものであり、そのことを動画の中で強調した。

今後は、アクティブ手法で取り上げた個々の要素をより活用できるようなツールの作成を進め、付録図3のように動画に限らずわかりやすく伝えるためのツール作成を行

っていくことが検討された。

E. 結論

これまでのリスクコミュニケーションの実践の調査と態度・行動変容理論を活用した手法を整理し、主体的に考える思考リスト法と、集団で意見をまとめる集団決定法を応用したリスクコミュニケーションのアクティブ手法を開発した。アクティブ手法の効果を確認するため、食品添加物の正しい理解を目的としたリスクコミュニケーションの実践を大学生および一般の人々を対象として行った。その結果、アクティブ手法は食品添加物の否定的反応を低め、肯定的反応を高める効果をもっていた。実践の事前事後の質問紙調査からはアクティブ手法により食品の安全性に対する関心と食品添加物への正しい理解が高まっていた。また、行動変容を検討するために開発したセカンドプライスオークションへの参加からもアクティブ手法を用いたリスクコミュニケーションが効果をもつことが確認された。このような理解と行動変容に効果をもつアクティブ手法を中心とした効果的なリスクコミュニケーションが実務に活用されるよう普及啓発を目的とした短編動画を作成し、インターネット上に公開して実務者をはじめ国民が閲覧できるようにした。

G. 研究発表

なし

H. 知的財産権の出願・登録状況

なし

付録

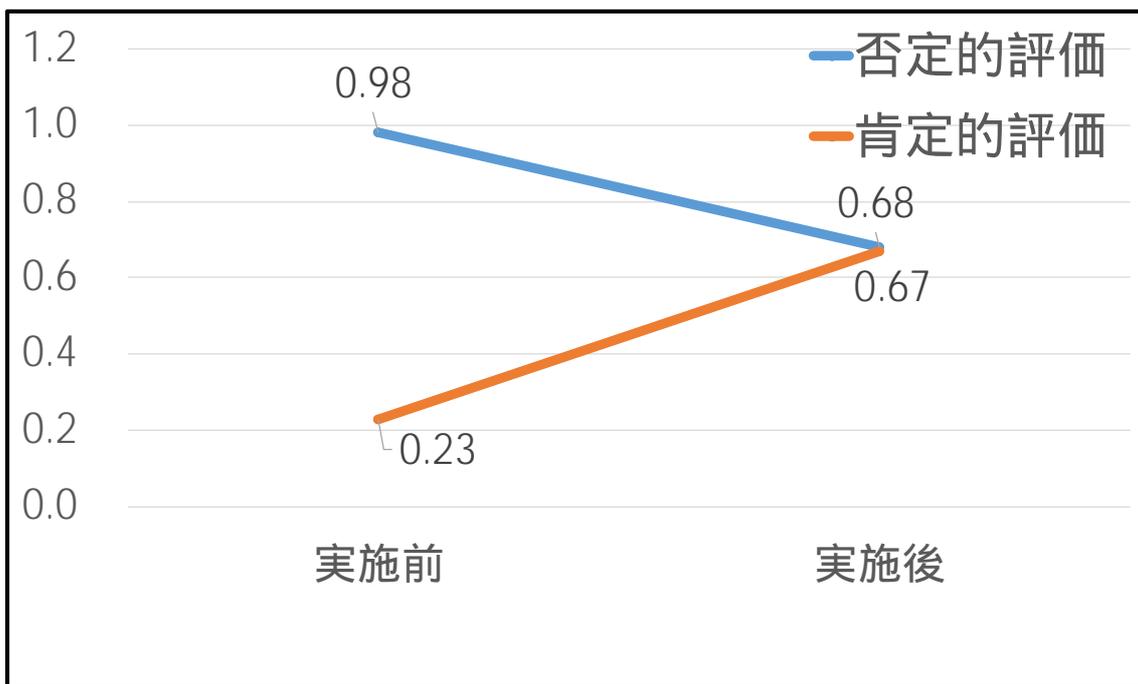


図1 アクティブ手法を用いたリスク前後での食品添加物のイメージ変化
想起カテゴリー別の平均値(個数)の変化

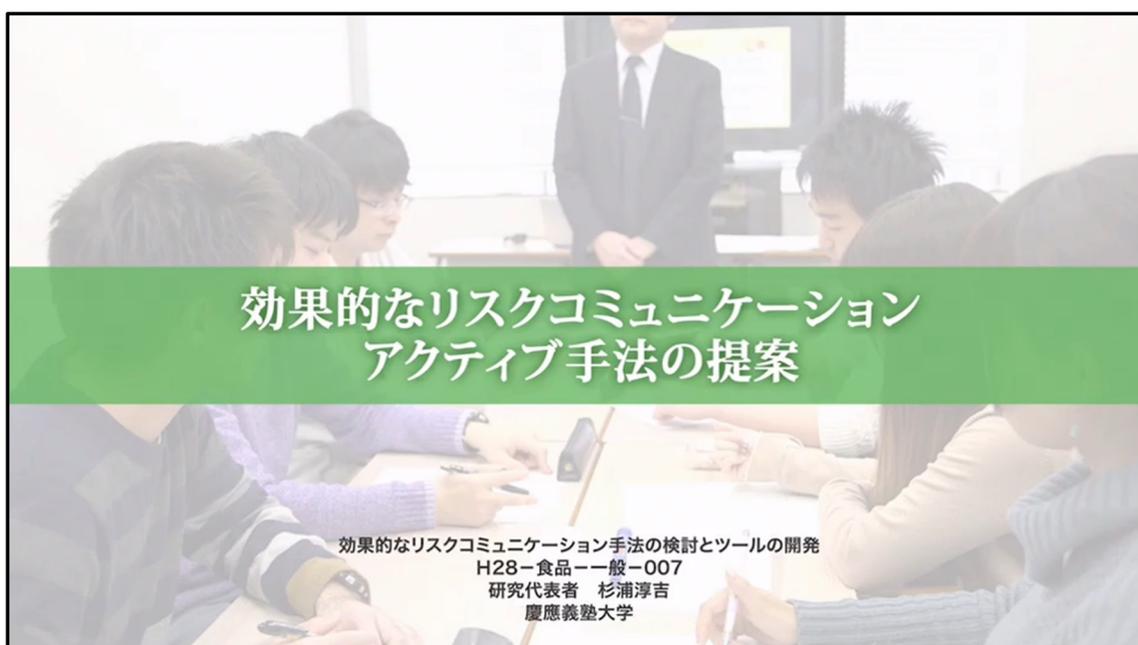


図2 リスクコミュニケーションのアクティブ手法を紹介する短編動画のタイトル場面

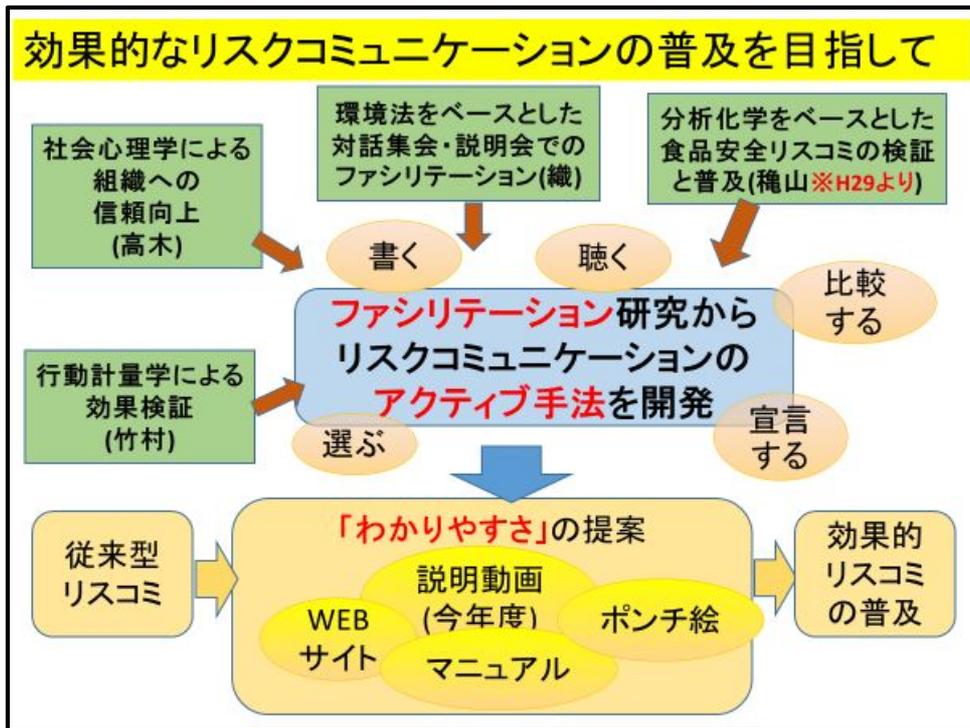


図3 アクティブ手法の開発とその展開の概要