

マスメディアと保健所等との連携、リスクコミュニケーション

研究分担者 宮園 将哉（大阪府健康医療部保健医療室 副理事）
研究分担者 佐伯 圭吾（奈良県立医科大学疫学・予防医学講座教授）

研究要旨：

地域住民への情報提供や知識の普及等は、地域保健法における「地域保健対策の推進に関する基本的な指針」にも記載があり、地域における健康危機管理体制の確保における重要な課題のひとつである。本研究では本指針の改定に向けて「マスメディアと保健所等との連携、リスクコミュニケーション」というテーマでフォーカスグループディスカッション（FGD）を行い、新型コロナウイルス感染症を含む様々な健康危機に際して、マスメディアと保健所等との連携や、住民等とのリスクコミュニケーション等に関する現状と課題を抽出、分析し、今後のあり方の方向性等についてまとめた。

その中では、わが国においてリスクコミュニケーションに関する分野については、全体的・根本的に発想を変えなければ対応が難しそうな課題が山積しており、特に最近では、新聞やTVなどの従来のメディアだけではなく、ウェブサイトやSNSなどの新しいメディアを組み合わせた広報戦略を確立する必要があるとされた。また、発信側である行政機関が伝えたいことを発信するだけではなく、受け手側である国民・住民が知りたいことの疑問に答えるような双方向のコミュニケーションについても検討を進める必要があるとの指摘もあった。さらに、リスクコミュニケーションについては、誰に、何を、どのように伝えるか、信頼を得るために本気で伝えるには何をすべきか、という方法論を確立する必要があるとあり、行政機関内部でも、保健・医療部門だけではなく部門横断的に広報を進めるとともに、対話型など新たな形のコミュニケーションに対応できる窓口や部門を設置するなど、新しい組織体制のあり方などについても検討を進める必要があるといった様々な課題が示された。

A. 研究目的

地域住民への情報提供や知識の普及等は、地域保健法における「地域保健対策の推進に関する基本的な指針」にも記載があり、保健所による地域における健康危機管理として取り組みが行われてきた。そして、今般の新型コロナウイルス感染症への対応の中では、重要な課題として再認識されることとなった。

特に、住民一人ひとりが必要な感染対策が行えるよう行動変容を促すための知識の普及啓発や動機付け、住民に対するヘルス

リテラシーの醸成、患者・感染者や家族等に対する差別・偏見・風評被害を防ぐための対策などの様々な対策に関する普及啓発は最も重要な課題である。

また、新型コロナ対策がどのような体制で行われているのかといった、保健所業務を中心とした保健医療行政の内容やその意義について住民に理解を深めてもらう一方で、行政による対策の限界について同時に理解してもらうための広報も重要な課題である。

さらに、それらの情報を住民に届けるための重要な手段である様々なマスメディアを活用する中で、従来から重要な役割を担ってきた新聞社や放送局などの報道機関との連携は重要な課題の1つである。

本研究はそれらのリスクコミュニケーション（以下、リスクミという）に関する現状の課題を明らかにし、今後のあり方を具体的に示すことで、今後指針に反映できるよう政策的提言を行うことを目的とした。

B. 研究方法

リスクミに関する専門家として、感染症に関するリスクミに取り組む専門家と、新型コロナウイルス感染症に関する報道にも従事している報道関係者を招いて研究班員とともにフォーカスグループディスカッション（以下、FGDという）を行い、その内容を踏まえて検討を行った。

○マスメディアと保健所等との連携、
リスクコミュニケーションに関する
フォーカスグループディスカッション

・日時：令和3年7月18日（日）

13:00～16:00

・方法：

オンライン会議（Zoom）

・参加者：

東京都看護協会 堀 成美 氏

日本放送協会 米原達生 氏

厚生労働科学研究班 尾島班 班員

・テーマ：マスメディアと保健所等との
連携、リスクコミュニケーション

C. 研究結果と考察

今回実施したFGDでは、以下のような項目について議論が行われた。

（1）社会背景とリスクミの現状

①保健所におけるリスクミの現状と課題

②具体的なリスクミの方策事例

③メディアの多様化を含むリスクミに関する環境の変化

（2）今後に向けた提案

①メディアとの付き合い方

②情報提供の内容や方法

（1）社会背景とリスクミの現状

①保健所におけるリスクミの現状と課題

・保健所からの情報発信では戦略性が欠けているのが大きな課題。具体的には、誰に対して（ターゲットとなる人）、何を

（「主語」や「主体」、「何をしてほしいのか」）、どのように（相互性の要否や各種メディアの活用など）伝えるか、といったそれぞれの要素が曖昧な上に、相手に対して伝えたいというマインド（支援マインド）も十分ではない。

②具体的なリスクミの方策事例

・必要な時期のタイムリーな広報啓発や、発信者の態度や用語の適切な選択

・対象や「してほしいこと」を明確にした情報発信

・対象が行動を起こすために、必要な情報収集を促すための工夫

・研修会等の場で質問を受け付けるなどの双方向性のリスクミ

・行政のトップである首長などと現場の十分な情報共有

・報道関係者の理解を助けるため、情報内容のポイントなどをポジションペーパーにまとめて配布する

・差別や偏見を助長したり誤解を招く報道を避けるため、報道に際しての注意事項もあわせて提示する

・日ごろから報道関係者を集めて研修会や勉強会などの取り組みを進めている自治体もある

③メディアの多様化を含むリスクミに関する環境の変化

・報道は双方向性のコミュニケーションを仲介するメディアの1つとして位置付けら

れる一方で、近年ではSNS等の直接的な情報ツールとしてのメディアが登場するとともに、世代ごとにそれらの重要性が異なるなど、メディアの多様化が見られるようになってきている。

・多くの自治体において、保健担当部局とは別に広報部局が情報発信を行っており、保健所や保健担当部局が直接報道機関に対して情報発信を行わないことがほとんどである。

(2) 今後に向けた提案

①メディアとの付き合い方

・報道機関にとっては、警察や気象台のように頻繁に取材する機会がある行政機関とは異なり、保健所を取材する機会はほとんどなく非常に遠い存在と考えられているが、今後は保健所と報道機関が「顔の見える関係」として信頼関係を構築していったらどうか。

・自治体の保健所や保健担当部局としても、報道機関を通じて住民に伝えてほしいことと、報道機関側が欲しいと考えている情報の種類や内容の十分な擦り合わせを進めていったらどうか。

・保健所長や保健担当部局といった立場からはなかなか難しいが、一部の自治体で進めているようなSNS等で直接情報発信を行うなどの取り組みを始めてはどうか。

②情報提供の内容や方法

・報道機関や担当記者によって、取材内容だけではなく事実関係やデータをしっかり踏まえて丁寧に報道する場合もあるが、取材の中で記者が欲しい発言やキーワードなどを切り取って事件としての扱いで報道したり、最初にセンセーショナルに報道された後に追加情報が報道されず、結果的に不正確な情報だけしか伝わらないといった事例がしばしば見られている。

・国立感染症研究所では、科学的な情報を報道するために必要な基礎知識を、報道機関に身につけてもらうための勉強会を従来から毎月定期的で開催していた。自治体の保健所や保健担当部局も同様の報道機関との定期的な情報交換の場などを設ける取り組みを進めてはどうか。

・今回のコロナ禍では当初は全ての対策が手探りの状態だったが、その後徐々にどう対処すればいいかわかってきた中で、専門家や政府はその情報をどのように発信すればいいかを迷いながら進めてきた。今後はどのタイミングでどこまでのレベルの情報をどのぐらいのボリュームで伝えていくことがよいか、専門家や関係者の間で議論を進めていく必要がある。

・現状のリスコミでは、報道機関が専門家や政府と国民・住民の間に入って双方向のコミュニケーションを解釈しながら進められている。一方で、SNSのようなメディアでは双方向のコミュニケーションが直接行われるようになってきているが、今回のコロナ禍を踏まえて、どのような時期にどのような方法でリスコミを進めるべきだったのか、今後検証していく必要がある。

・現代社会において、特に若年層は新聞やTVを見ない代わりに、TwitterやInstagramなどのSNSやYouTubeなどの動画サイトの情報をよく見ているが、それぞれのメディアでは自分の見たい情報だけが見られるような仕組みになっており、コロナ関係の情報は何も見ない可能性があるため必要な情報が伝わらない可能性も高い。

・行政機関によるSNSでの情報発信には多くの制限をかけている自治体も多いが、現代社会においてSNSによる情報発信をしないというのは広報を放棄しているのも同然と考えられることから、それらの前提を踏まえた情報発信の新たな仕組みをつくる必要がある。

・自治体などの行政機関がつくるウェブページは、ユニバーサルデザインの観点から多様な読み手への対応が特に求められるが、正確な情報は掲載できる一方でどの情報が重要なのがわかりにくいといった不便も生じているのが現状である。今後は情報内容をよりわかりやすくする一方で、QRコードを掲載してさらに詳しい情報に誘導するなど、さらなる工夫を加えるといったことも考えられる。

・一方で、一部の自治体ではアップデートされていない情報が掲載され続け最新の情報が掲載されていないという課題に加えて、そういった自治体は国民・住民に対して情報を伝える気がないと受け取られる可能性が高く、ウェブサイトを常にメンテナンス・アップデートし続けることが重要であると考えられる。

D. 結論

わが国においてリスクコミュニケーションに関する分野については、全体的・根本的に発想を変えなければ対応が難しそうな課題が山積している。特に最近では、新聞やTVといった従来のメディアだけではなく、ウェブサイトやSNSなどの新しいメディアが次々に生まれてきていることから、これらを組み合わせた広報戦略を確立する必要がある。

また、単に発信側である行政機関が伝えたいことを発信するだけではなく、受け手

側である国民・住民が知りたいことの疑問に答えるような双方向のコミュニケーションについても検討を進める必要があると考えられる。その中でも、とりわけリスクコミュニケーションについては、誰に、何を、どのように伝えるか、本気で伝えるには何をすべきか、という方法論を確立する必要がある。

さらに、行政機関内部でも保健・医療部門だけではなく部門横断的に広報を進める必要があるとともに、対話型など新たな形のコミュニケーションに対応できる窓口や部門を設置するなど、新しい組織体制のあり方などについても検討を進める必要があると考えられた。

E. 研究発表

1. 論文発表
特になし
2. 学会発表
特になし

F. 知的財産権の出願・登録状況

1. 特許取得
特になし
2. 実用新案登録
特になし
3. その他
特になし

別添資料

マスメディアと保健所等との連携、リスクコミュニケーション 意見の概要

I. リスク対応策

1. リスク対応の方法論

(1) 保健所において公的な発信情報に不足しているもの

1) 戦略性

現状では場当たりの対応が以前より続いている。ターゲットの設定やアプローチの意図・方法論がない。

- 保健所はいろいろな情報発信をしてはいるが、戦略性が感じられず、単に次々と出し続けているだけである。
- たとえば、事務連絡に PDF ファイルが付いていたら、それをそのままプリントして貼り出すだけである。
- 保健所の施設内にたくさんのポスターが貼ってあるが、似たような内容のポスターが多く、しかもランダムに貼られているだけである。こうした掲示方法ではただ貼っているだけに留まっており、コミュニケーションとは言えない。

2) コミュニケーションの相互性

想定する・しくみをつくる必要がある。

- コミュニケーションは一方通行では駄目で相互性が必要だが、保健所の情報発信では相互性を想定していない。住民から何かを言われるときはクレームが多いため、「住民（相手）から言うてくること」に対してネガティブな意識が先立ってしまうと思われる。

3) 支援マインド

相手に対して「伝えよう」というマインドが必要である。

発信側の伝えようとする態度（発信者の熱意が伝わる）ことが大切である。

- 情報を受け取る側は受け取った数秒で、自分に対してどんな態度で情報を発信しているのか（やる気があるのかないのかも含め）が伝わることを認識して発信することが求められる。
- 発信する情報に関して、文字ばかりで表されていることや、使われている言葉がそもそも“お役所用語”で自分たち（住民）がわかりやすいように書き換えられていないことがたびたび見受けられる。こうしたことは、「自分たちに伝える気がないのだろう」と受け取られ、最初から読んでもらえないという状況に陥る。

4) 「主語」「主体」や「そもそも何をしてほしいのか」を明確に提示すること

誰に対して言っているのか・そもそも何をしてほしいのかがわからない。

- 保健所に限らないが、行政からの情報発信では、よく「一般向け」という表現が使われるが、受信側である住民は誰に対して言っているのかがわからない。
- 生じた現象を伝えているだけで、受診側である住民はそこから「それで、だから、何をしてほしいのか？」がわからない。「なんでこうした内容を発表しているのか、なんで保健所はわざわざ情報発信しているのか？」をよくつかめないケースが多い。

5) リアルタイム性

情報のやり取りが高度に発達した今の時代にはとても重要である。

そうしたことを意識してリアルタイムな情報発信が求められる。

(2) 保健所のリスクコミュニケーションについて

保健所が戦略的コミュニケーションを取れるとは、最初から思われてはいない節があり、特別な余裕がある人が行うことのように言われているが、保健所が戦略的コミュニケーションを実行することは必要不可欠なことであり、やらないと負け戦になると思われる。

実際に、今回の新型コロナウイルス感染症対策における保健所の取り組みについて、保健所サイドからの状況説明等のコミュニケーションが沈黙していたため、住民からはその活動の実態を認識してもらえず、マスメディアやSNSで好き勝手に書かれてしまったりも生じて、誤解が広がることとなった。

こうしたことから、危機管理としてコミュニケーションはまず必要であって、なおかつ問題が起きてから記者会見を行うのではなくて、問題が起きそうであったら発生する前に何か必要な手を打つといった考え方が重要ではないかと思われる。

2. 具体的なコミュニケーションの方策事例

1) スケジュールを見ながらタイムリーな啓発チラシ

情報を発信するときは、発信後にどのような影響があるのかということを考慮する。受信側のリアクションにつなげるために、情報はスケジュールを遡って発信する。

2) 研修・事前質問の受付、事後資料の公開

必要に応じて研修を実施したり、事前に質問を受け付けたりすることで、コミュニケーションの双方向性を確保する。

3) 用語の選択の注意

発信者側の「態度」が重要。「指導」というよりは「支援」のマインドで発信すべ

きである。そのためには、発信者の用語の選択が重要となる。たとえば、「啓蒙」と「啓発」の言葉ならば、「啓発」を使うようにする。

4) 対象を明確にした「して欲しいこと情報」

ある自治体では、保育所、幼稚園、小学校、中学校において新型コロナウイルス感染症の患者が確認されて、それを自治体ホームページにプレス発表している。これはワクチンを接種できない子どもたちに感染が広がっている状況を見える形にして、ワクチン接種を大人に促すために大人対象のチラシを制作した例などがある。

5) Action 誘導情報を掲載

受診者に何かしてほしいならば、言いつばなしではなく、受信者がその次の行動に進むための情報が必要である。たとえば、行動を促すためにQRコードを貼り付けるなどして、手軽に情報を取れるような工夫をすることが大切である。

6) 首長との情報共有

現場と行政のトップの意見に齟齬が生じないように、早い段階から首長と情報共有しておくとか、少なくとも首長の耳に入れておくということが重要である。

7) メディア対応の方法として

- メディア（取材する人）には知識があまりない人が多いため、「放送するとしたらこのような内容になるでしょう」といったポイント「間違えるといけないキーワードを一覧にする」等をA4判の用紙1枚で事前にガイダンスを出しておく大きな誤解が生じにくい。
- 間違えやすいこととして、「人権問題になりやすい放送はこのようなパターンです。このようなことを言うと問題化します」等の注意事項に関しても提示しておく方法がある。
- 日ごろから保健所が放送局等のメディアを集めた研修会を実施している例もある。

II. 社会背景

1. 情報環境の変化

(1) メディアの多様化

- 「報道」は、双方向性のコミュニケーションを仲介する1つのメディアと考えられる。一方で、SNS等のダイレクトな情報ツールが出てきているが、それが今、世代ごとに情報ツールとして重要性が異なる国民が多くなっており、国民の間で混乱が生まれる状況にあるのではないか。

(2) 伝える側の環境

- 保健所の側から放送局に対して、情報を伝えるチャンネルがない。
- 情報発信は、保健所ごとの個別対応ではなく、すべて本庁対応なので、オフィシャルな形を取ると本庁を通す必要がある。現在は、保健所から独自の情報発信は行わないようにするという事になっている。

2. コミュニケーションギャップについて

伝える側（自治体・保健所）、メディア、受ける側（住民・企業等）における認識のギャップが生じた。そうした事例について、ケースごとにまとめると下記のとおりである。

1) 自治体として

- ゴールデンウィークの報道で、新型コロナウイルス感染症の流行地から観光地に行くことを予定しているときは、実際に行くべきかどうか少し考えてほしいということ、メッセージとして伝えたいにもかかわらず、「流行地に比べて、観光地のある〇〇県は感染者の割合が少なく安全である」というように伝わってしまっている。
- 一方で、報道によって、飲食店や観光業が飲食や移動の自粛要請によって売り上げが減少するなどして困っているという取材が放送されると、観光地のある地方はゴールデンウィークに観光に来てほしいがっており、安全な状況にもかかわらず政府は止めているというように受け取る人々がいる。

2) メディアとして

- 行政側が呼び掛けていることと、それを受けてメディアが呼び掛けていることと、実態のところをどこまで理解してもらえるのかについて断絶感を感じる。伝えようとしていることが、かなり“体制寄り”になってきて、「こっち側とそっち側」という構造ができていると感じる。
- 現実それほど簡単な話ではないが、二極対立構造をつくると話が整理しやすく、加えて受け手側が理解しやすい。（二極対立構造の特性）

3) 住民・企業等として

- 飲食店で調理している人がマスクをせずにマウスシールドを着けているだけだったり、感染予防にならない好ましくない場面が多く映し出されると、そうした誤ったものが感染予防の取り組みとして認知されてしまうおそれがある。
- 観光客の「ここは新型コロナウイルス感染症があまり流行っていないから安全だと思って来ました」というコメントが報道される。報道の自由とはいえ、このように報道されると、当地が安全だと思われる。自治体としては、

流行地から訪れるのは少し考えてから来てほしいというメッセージを伝えてほしかったが、実際には逆のことが伝わっている。

3. コロナ対応の問題点について

- 新型コロナウイルス感染症の対策に関して、本来はどのようにしたら感染にかかりにくく大丈夫なのか、というエビデンスがもっと出てこないといけないう時期にもかかわらず、国を挙げてそういったエビデンスをきちんと出していない問題がある。
- 一連のコロナ対応においては、厚生労働省は本当に現場を回すだけで手いっぱいであり、リスクコミュニケーションを行うために、厚生労働省として何を提供できるのかということまで検討できていないことが、省としての反省点である。

Ⅲ. 正しい情報提供のために

1. メディアとの付き合い方

(1) 信頼関係の構築

- 各地方の气象台と各地方の放送局の関係は非常に密であるのに対して、地方放送局のレベルでいうと、各保健所に取材を行う機会はほとんどないため、非常に遠い存在である。
- 保健所として、報道機関から住民に伝えてほしいと考えていることと、報道機関が欲しいと考えている情報の種類・内容を、各地域ですり合わせをしてもよいのではないか。
- 保健所とメディアが“顔の見える関係”が構築できるとよいのではないか。
- 保健所からのプレスリリースの際に、報道機関側から質問が出ないくらいポイントを網羅して情報提供ができるとよいのではないか。
- 保健所と記者との間のスムーズなコミュニケーションを構築するためには、市の場合とはともかく、都道府県レベルの場合は各都道府県によって体制が違うため、何かしらの特別なアクションをかけないと難しいのではないか。
- 公務員という立場では、本庁を飛び越えて保健所の所長だからといって発言の場を独自につくることはできない。本庁の了承が必要なため、本庁が前面に出て発信するという話にどうしてもなってしまう。ある都道府県では、スムーズなコミュニケーションを図るため、記者との懇談の場を設け始めた例もあるようだが、こうした際には本庁も巻き込まないと進められない。

(2) 情報提供の方法について

- 報道する側には、厚生労働省の場合は専門の担当部門があるが、自治体の場合には担当部門はない。
- 厚生労働省では、取材を受けるにしても、厚生労働省の中の記者会が組織されており、そこを通じて受ける。しかし、個別の取材にあたっての対応になると、厚生労働省の広報室が全部窓口となって仕切るには限界があるので、個々の取材対応となる。
- 取材内容から事実関係や詳しい数字も含めてしっかりと確認してから報道されるケースもあれば、取材の中で記者が欲しかったキーワードや発言内容の一部を切り取って、言ったら言いつばなしの中で報道されてしまうケースもみられる。
- 以前、国立感染症研究所では定期的に、報道の方々を集めて勉強会を行っていた。その中で、できるだけ正しい科学的な情報を話すときに、しゃべったことを出すだけではなく、「きちんとした基礎知識を身につけてください」ということを実施していたようです。そうした取り組みを保健所等の行政は広報室を通じて報道機関と定期的に話をしたり情報交換をしたりするというのもあったのではないか。
- 記者のメンタリティは、事件報道から始まっているため、基本的に加害者・被害者ベースですべての事件が動いて行く。その意識下で今回の新型コロナウイルス感染症に関するメッセージを発信していくことは難しい。こうした中で、「戦うべきは人ではなくてウイルス」という、記者のメンタリティが変化し始めている。

2. 提供する情報について

(1) 情報提供のポイントについて

- エビデンスがしっかりとしていれば困らないが、今回のようにリアルタイムでどうしたらよいかはわかってきて、専門家あるいは国は、それをどのように発信したらいいのかを迷っていたのが今回の状況と考えられる。
- 日々状況が変わる中で、どのような情報提供が望ましいのか。科学的にわかっていることを、全部アウトプットしてみんなに伝えるのが誠実な立場なのか。わかりやすいところだけ取り出して伝えて、グレーゾーンはこの内容ですと言って伝えるのが誠実なのか。こうしたことが議論になると思う。
- 大多数の多様性がある人に対して発信する情報として、大まかなものから細かいものまで幅広く出して、受け手側に取捨選択してもらおうという方法もあると思うが、テレビやSNSで短時間しか情報にアクセスしない人も存在する。そうした人が手っ取り早く情報を取るときに、そのうちのどの情報を得るかは人任せになってしまう。戦略的に情報発信するということは、発信者側がある程度このような情報が適当であろうと考えて、事前に選んで発信することではないか。

- マイナスの情報も都合の悪い情報も、基本的にはうそをつかれると双方の関係はかなりこじれる。自組織を守ろうとして、変な方向にしようとするほど傷口が広がる。
- 提供する情報が少ないと、余計な臆測が増える傾向にある。たとえば、個人情報絡んでいる場合でも、個人情報は言えないけれども、このような案件ですと伝えることができれば、受け手の判断として、そこまで大きなニュースにする必要ないということがわかる。

(2) リスクコミュニケーションにおける双方向性について

- 情報の受け手である国民の側からの発信について考えると、行政や科学者からの「これくらいリスクがありそうだ。だから、このような制限をかけていこう」という発信に対して、受け手側は「それはよくわかりません」や「実生活はこれくらい困っています」といった反対側の発信があった。そうした発信は、マスコミ側がそれをくみ取って基本的には報道される。つまり、科学者あるいは行政と一般国民との間にマスコミの方が入って、双方向のコミュニケーションを解釈しながら行っている。あるいは、SNSのように、双方向のコミュニケーションをダイレクトに行っているということが現状だと思われる。
- 今回の新型コロナウイルス感染症に対応するなかでいろいろなやり方、いろいろな問題が出てきたので、どんな時にどういう方法が最もよかったのだろうかということをもとに最終的にはまとめて、そうした方法を今後は行っていく必要があると思われた。即時性が必要な保健所が発信する内容については、一般的な話だけには留まらずに、「これくらい話を出して行くことが必要だった」といったことをまとめいかなければならない。

(3) 誤った情報について

- 新型コロナウイルス感染症の予防対策として、消毒の噴霧は、厚生労働省のホームページでは推奨していない。またWHOも推奨していないが、メディアではいまだに消毒の噴霧の映像を流しているケースもある。
- 海外と比べて健康面に無責任な報道が見られ、インチキな専門家を使って流される状況が日本は多いという指摘がある。

(4) SNSの活用について

- 情報の発信側である行政がSNSをやらないというのは“もう負けている”といってもよい。内容をどうするか、テクニカルな話は正直簡単である。拡散されやすい書き方、あるいは誤解されそうなことをあえて先に、「こういう誤解が広まっていますが、違いますよ」というような、先手を打っていくやり方がある。

- 最初は都道府県の観光大使等を務めている著名人に依頼してPRをかけてもらうような方法もある。
- 現在は、若者はテレビは見ないし新聞は読まない者が多い。それならば、それ以外で情報を発信するしかない。また、若者は新型コロナウイルス感染症に関する情報をそもそも何も見ないかもしれないし、伝わらないかもしれない。しかし、それは前提条件であって限界ではない。この前提条件を踏まえて情報発信を行うことを考えるべきだ。
- 米国のCDCにはジョイント・インフォメーション・センターという発信する情報を整理する部署がある。こうした広報専門の担当を決めるなどの体制づくりを行ったほうが、より効果的な広報ができるのではないか。

(5) ホームページの見にくさについて

- 行政のホームページの見にくさというのは、ユニバーサルデザインの重要性を指摘されたときから、その配慮をしなければならない。読み上げに対応しているホームページでないと作れないので、QRコードを貼り付けるというのは1つの対応策である。
- たとえば、国立感染症研究所のホームページには、アップデートされていないものが載っている。このことは、①情報が載っていないということと、②国民に対して伝える気がないという2点について受け取られてしまうので、当該機関にとって大きなリスクとなる。

3. 組織として

- 全体的には、発想を根本的にならんと変えないと難しそうなことが多い。
- 都道府県庁の中では産業や観光というのは、民間企業における営業部門と言えるので、健康部門だけでなく、部門横断的に営業的視点や考え方を教えてもらうという方法も考えられる。
- 広報部門を入れながら、総務部を入れながら、というように各部門を重ねていくことは難しいかと思う。
- 逆に、古典的なやり方としては記者室との懇談会といったような発想をしてしまうので、そういう点では何か新しい発想が必要なのではないか。
- 双方向のコミュニケーションが難しい。双方向というのは、おそらく発信者側が言いたいことを言うだけではなくて、受け手側の疑問に答えるようなイメージが望ましいのではないか。
- 行政が決断をしたときに、どういう波及効果があるかについては、確立した議論というか方法論ができ上がっているとは思えない。こうした中で対話は大事だが、対話をする窓口が行政にはない。国からもリスクコミュニケーションと言いながらいろいろな情報を出されても、それを伝えられる窓口がない。放射線被害のときもそうだったが、言いくるめて終わりのような一方通行ではない。