

(意見メモ)

全国消費者団体連絡会
神田 敏子

1. リスクコミュニケーションの必要性・重要性
 - リスクアナリシス手法の導入
 - リスクコミュニケーションへの期待
 - 食品安全行政組織の変化の中でよくなってきたこと
 - 情報提供のあり方
 - 会議・議事録の公開
 - パブリックコメントの増加
 - 意見交換会、シンポジウム、学習会
 - 省庁間の連携と消費者参加
 - 都道府県・庁内関係部署の連携と消費者参加

2. リスクコミュニケーション・これまでの実施で感じたこと
 - スタイル・運営について
 - 委員会形式（ラウンドテーブル形式）
 - パネルディスカッション
 - シンポジウム
 - 意見交換会
 - 時間の不足（討論、意見交換になりにくい）
 - パネルディスカッションの希望が多い
 - 分かりやすさということ
 - 分かりやすい＝簡素化 単純化ではない
 - 情報の受け方・・・いわゆる「風評被害」といわれないために
 - マスコミ報道のあり方
 - BSE 報道の例から・・・リスコミュに与える影響
 - 本当の消費者・・・「一般消費者」「消費者団体」
 - 消費者団体は消費者ではない？
 - 専門家委員のあり方
 - 関連企業との関係
 - 意見の反映ということ
 - 何のためにやるのか・・・アリバイづくりと言われられないために
 - 出された意見は誰がまとめるのか（まとめ方への不満）
 - リスコミュ専門委員会
 - 議論を深める恒常的委員会と意見交換会、パネルディスカッション