

第3回食品の安全性に関する情報提供のあり方懇談会（平成21年2月12日）

（社）日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会

常任理事 古谷由紀子

消費者のリスク認識

（注）以下は私見で団体としての見解を示すものではありません。

1. 消費者とリスク

（1）リスク社会と消費者

- ・一般的には昔と比べて危険要因が増えて、「安全性」が脅かされているわけではない。しかし、リスクが顕在化・可視化されるようになっている。
- ・消費者が自己責任によるリスクの軽減を迫られている場面が増えている。
- ・消費者の意識の変化（セキュリティ意識、安全意識、知る権利など）

もっぱら行政や科学者などの専門家が情報を独占し、意思決定を行い、一般市民もまかせてきた社会からの転換による利害関係者の参加の要請。

（2）リスクと「信頼」

安心を得るためには、安全の確保にかかる組織（事業者・行政）、システム、人、科学技術など専門知への信頼性がかかわる。

⇒科学的・客観的データの提供が必ずしも消費者の安心につながるわけではない。

消費者がコントロールできない問題には「信頼」への依存度が大きい。

（3）情報社会とリスク

2つの意味

①「情報社会そのもののリスク

- ・プライバシー・個人情報リスク⇒消費者自身のリスク回避としての過剰反応
- 効率や便利さの引き換えに失うプライバシーへの侵害・被害

②情報社会における「リスクとの付き合い方」

あふれる情報、過剰なコミュニケーション

⇒有用な情報の選択・有用なコミュニケーションのむずかしさ

2. 消費者のリスクの制御・軽減

（1）リスク回避行動としての過剰反応

- ・個人情報
- ・安全

（2）個人の選択の場面におけるリスクコミュニケーション

※社会的な決定の場面は除く

製品、健康・医療、個人情報、災害、環境 など

- ・個人のリスク認知 専門家と一致しない。必ずしも、被害の重大性と確率以外では測っていない。リスク認知が高い場合とリスク認知が低い場合がある。
- ・コミュニケーション

一般の人のリスク認知を専門家のリスク認知に近づける？

個人の適切なリスク回避行動を取ることにあつたら、一般の人の認識にあわせることが必要ではないか。

- ・リスク回避行動を取るためのリスク情報の伝達になつてゐるか

わかりやすく

回避行動につながる

消費者の権利の面への配慮の必要 ※伝える側の義務性の認識の必要

安全が確保される権利、自主的かつ合理的な選択の機会が確保される権利、必要な情報が提供される権利、消費者の意見が消費者政策に反映される権利、被害救済の権利 など

【参考】消費者基本法

第2条（基本理念） 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）の推進は、国民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。