（資料５）

食品安全委員会リスクコミュニケーション専門調査会 平成22年1月26日（火）第48回会合議事録（抜粋）

６．議事内容（抜粋）

○近藤専門委員　　　　　　　　　　　　－前略－

新たなリスコミ手法に関する調査というのは、私は前々からお願いしているんですが、私が入っている幾つかの食品以外の企業の方もいらっしゃるんですが、行政のリスクコミュニケーターを育成しなくても、企業人で消費者とのコミュニケーターとして活動している女性たちのネットワークはいっぱいあるんですね。特定の企業、例えばサントリーであるとか、花王であるとか、味の素であるとかということではなくて、そういう女性のネットワークが結構あるんですよ。そういうところとコミュニケーションをやっていただくと、本当にそこの女性たちと話しても、食品安全委員会を知らないと言うんです。一流企業の女性の消費者のコンタクトセンターの人たちが。

ですから、そういう団体はいっぱいありますので、例えば清涼飲料工業会であるとか、日本ヒーブ協議会であるとか、食品業界女性経営者の会とかあって、実は食品安全委員会というのがあって、お願いすれば、謝礼は出ませんけれども、例えば事務局長が来てくれるかもしれませんよと言うと、是非来てほしいとかあるんです。そういうところの人たちというのは、非常に影響力を持っていて、オピニオンリーダーがあって、そこの例えば中小企業の女性の社長たちが毎週朝礼で、実はこういうことでみんな安心してうちのスパイスをつくりましょうとかということが広まっていくと思うんです。

ですから、<u>是非事業者の団体を利用していただきたい。特に女性の事業者の団体というのはいっぱいありますので、利用していただきたい。</u>

もう一つ、わかりやすい啓発素材の作成というのがありますけれども、確かにポケット版で、今、安全用語集がありますね。あれは非常に難しい。使いにくい。私が社員の人から聞かれて説明しようと思っても、よくわからぬということなんです。

ですから、そのわかりやすい版をイラスト入りでも結構ですので、是非つくっていただいて、ではどの用語が要るかというところのピックアップなどは、やはりそういう女性の団体とか、実際にその消費者と接点を持っている、こちらですとモニターの方々なのかわかりませんけれども、そういう人たちに説明しにくい用語をピックアップしてもらってつくるというのも、１つの手法なのではないかなと思います。

ごめんなさい。<u>もう一つ、レベルの高い消費者団体とのコミュニケーションというのも、ぜひ積み重ねてやっていただきたいと思います。</u>

以上