

情報技術がもたらす現代社会における諸問題： 生活者の観点に着目した社会情報システムの必要性 No.2

廣瀬弥生 (ひろせ やよい)
国立情報学研究所

知識の誤った解釈による風評被害に対して、各関係機関はさまざまな対策を練っている。特に最近では、製品や食品の安全性に対する誤解が世間を賑わせており、その対策にも注力している。例えば製品や食品関連の各企業は、インターネットによる製品の詳細な情報公開や、食品のトレーサビリティシステムによる情報公開を実施している。行政機関は、リスクコミュニケーションの一環として、住民を対象に説明会やセミナー、製品の工場見学等を開催している。しかし、例えば説明会やセミナーの後のアンケート回答は、「勉強になった」「興味を持つようになった」等であり、消費行動に直接結びつくような意見はあまり見られない。なかには特定の製品や食品に対する風評が立っている時期には、行政機関や生産者が何を説明しても、納得してもらえないこともあるようである。

製品・食品を選ぶ消費者の観点から見ると、現状の情報伝達の仕方には、いくつかの問題点が指摘される。1点目は、消費者は、企業や行政機関が説明するような専門的知識を理解する能力を必ずしも持ち合わせていないという点である。一般の消費者には、高齢の方など、学問から遠ざかって何年も経っているような人も多い。それらの人たちが、専門的なセミナーや情報公開に積極的に参加するとはあまり考えられないうえ、たいていの風評の出所は、そのような専門的な知識を理解するどころか、興味を持つこともない人たちから出てくるものと考えられる。そのような人たちを対象に、正確な情報を伝え正しい消費行動のあり方を理解してもらわない限り、根強い風評は収まらない。

2点目は、多くの消費者は、安全性が不確かな製品・食品を購入する際には、彼らが供給者自身を信用できると判断するか否かによって、購入を決定するという点である。お昼のテレビ番組で人気司会者が推薦した食品が、放送当日飛ぶように売れるのも

一つの例と言える。テレビを見ている消費者は、その食品よりもお気に入り信用している司会者が推薦するものであれば、間違いなく良いものであると信じて購入することが多い。さらに彼らが製品や食品の知識を見抜く能力を有していない点を考えると、司会者の製品や食品自体の知識に関してではなく、その人の人柄など、人間として信用できるかといった点で消費を決定していると思われる。一方で、BSEの全頭検査の事例に見られるように、いくら行政機関等によって、全頭検査はあまり大きな意味がないのではないかとといった趣旨の説明をしても、信用されず結果的に全頭検査をせざるをえなかったケースは、検査自体に対する判断よりも、関係機関に対するネガティブな信用の代表例と言える。

●現実的な社会システム実現に向けて

風評被害の観点から考えると、現状の企業、生産者の対策は、以上2点の要因を考慮したものである必要がある。では、現実的なシステムとして、どのようなやり方が考えられるのだろうか？ まず、消費者にも正しい専門知識を学ぶように促す仕組みを考えることについてであるが、これまで何年も学習をしていなかった人間に、急に知識を習得するように促すことは非常に困難であり、ましてや風評被害を食い止めるほどの大人数の人間を動かすことは現実的ではない。また、消費者にとっては、特定の製品や食品は、購入する製品・食品全体のごく一部にすぎず、安全性に不安があれば、その商品を買わずに隣の商品を購入すれば済む話である。何かとやることが多い主婦にとって、わざわざ時間をかけて特定の製品のために知識を学ぶことは、大きな必要性に駆られたものではない。

したがって、すぐにではなく、長期的なスパンで

知識に興味を持つようにする仕組みが重要となる。それには、信用できる人間を専門知識の仲介者として配置し、その仲介者から学ぶシステムが効果的であると考えられる。多くの人には、学生時代、また現在自分の子供が通う学校においても、信用できる先生が担任だった際には、自分や子供の学習意欲が高まった思い出があるのではないかと。社会の中で生活に必要な専門知識をわかりやすく伝達する人としては、調剤薬局の薬剤師さんのようなイメージが近い。風邪薬を選ぶとき、はっきりとした根拠がないのに、ある特定のメーカーの薬と相性がいいように思うなど、患者の立場に立つことができたうえで、薬の知識のある人に相談したいと思うことがある。薬局の薬剤師さんの中には、医師と違い患者の視点でアドバイスをくれる人が多い。日常生活の中でよく会う薬剤師さんであれば、長期的に人間的にも信用が置けて、安心して購入できるのではないかと。

●まとめ

以上、現在の風評対策について、消費者の観点に立った課題を指摘した。運営に当たっては、多くの専門的仲介者をどのようにマネジメントしていくかなどの課題が指摘される。しかし、大勢の消費者に同じ対策を採るよりは、知識レベルに合わせて、仲介となる専門家から広げたほうがはるかに効果的ではないだろうか。より仲介者が消費者にわかりやすいイメージを持ってもらうために、情報技術を活用することも考えられる。このように社会における大規模な知識移転のためには、受け手の特徴を考えた対策が必要である。

略歴

廣瀬 弥生 (ひろせ やよい)

国立情報学研究所客員准教授。独立行政法人科学技術振興機構参事。専門は実証に基づくナレッジ移転・マネジメント、社会産学連携政策、社会情報システム研究。

一橋大学経済学修士。米国マサチューセッツ工科大学都市計画修士。日米の大学院修了後、民間研究所にて情報通信システムに関するコンサルティングプロジェクトの企画・運営を実施。その後、東京大学特任助(准)教授として、産学連携プロジェクトの管理運営、地域産業政策プロジェクト等を通じて、政策提言を続ける。現在は、先端技術の社会実装プロジェクトの管理という実践と、専門知識移転(ナレッジトランスファー)に関する学術研究を両立している。