

リスクコミュニケーションの思想と技術

7月26日におこなわれた京都府生協役職員研修会では、リスクコミュニケーションの第一人者である木下富雄氏を講師にお招きして、リスク対応におけるコミュニケーションの「思想と技術」について学習しました。講演の要旨を紹介します。(文責：編集部)

◆リスクとはなにか

リスクコミュニケーションの話をするには、その前提となるリスクについて、まず共通の認識をもつ必要がある。ところが残念なことに、リスクには学問的分野によってさまざまな定義の違い、つまり学問的「方言」がある。そのことを知っておかないと、同じリスクということばを使いながら、実際は同床異夢であることが多い。

一般の住民がイメージするリスクは、少なくとも日本においては、「危険なもの、恐ろしいもの、こちらはまっとうな生活をしているのに先方から降りかかってくる迷惑なもの」という受動的なものである。

しかし語源的に言えば、英語の *risk* のもとになる俗ラテン語 *risicare* (動詞形) が示すように、「絶壁の間を縫って航海する」がもともとの意味である。その語感には、危険だけではなく危険をあえて冒す、つまり冒険とかチャレンジングという、能動的なニュアンスが強いことを知っておく必要がある。

学問の世界における一番伝統的な定義は、「生命の安全や健康、資産や環境に、危険や傷害など望ましくない事象を発生させる確率、ないしは期待損失」である。

それに対して、一番よく使われるのは、災害の発生確率だけではなく、災害が発生した場合の障害の大きさを考慮し、両者の積でリスクを定義することである。これはリスクが、時間的・空間的に広がる複合的な分野において使われることが多い。原子力発電所の事故や環境汚染など、大きなシステムのリスクはその典型である。

また分野によっては、前記の定義における「望ましくない」という価値的な表現を退け、たんに、未来における不確実な事象として定義することもある。経済学でいう「為替リスク」などは、その典型であろう。

定義のうえで重要なポイントは、リスクは危険や災害(ハザード Hazard) そのものではなく、その可能性のことである。なお、リスクは、最初の定義からもうかがえるように、なにをエンドポイントにとるか、たとえば、放射線や化学物質のリスクの場合、生命の損失か、発ガンか、細胞の損傷か、などによって大きく値を異にする。

◆リスクコミュニケーションとはなにか～定義と本質的要素

一般的定義は、対象のもつリスクに関する情報を、リスクに関係する人びと(これをステークホルダーという)にたいして可能なかぎり開示し、たがいに「共考」することによって、解決に導く道筋を探す社会的技術のことをいう。その本質的な要素として第1に、対象のもつポジティブな側面(便益)だけではなく、ネガティブな側面(リスク)についての情報、それもリスクはリスクとして、関係者の欲する情報を公正に伝えることである。第2に、一方的なプロパガンダではなく、関係者の間で双方向的なコミュニケーションがおこなわれることによって、情報を共有することである。第3に、その目的は、相手を「説得」することではなく、関係者が「共考」して、よりよい解決法を探る土台をつくることである。

◆リスクコミュニケーションに含まれるべき内容

送り手からの情報には、リスク測定やその評価の過程で発見されたリスクの性質や程度、リスクの測定法と単位の意味、それにもとづくリスクマネジメントの手法、すなわちリスクの低減法や回避法などがふくまなければならない。

一方、受け手からは、リスクの認知の程度やリスクの許容水準などが発信され、送り手がおこなうマネジメントにたいする対抗案の提示などがなされることになる。

◆リスクコミュニケーションの基礎にある思想

リスクコミュニケーションは人文・社会科学の技術であるから、その背後には思想や価値観の裏付けがある。それは、ひとことでいえば民主主義の思想であり、法律用語でいえば「公民権」「自己決定権」「知る権利」などである。これらに共通なのは、「神の前に人間は平等」とか、「弱者の権利保護」という思想である。具体的には、男女平等法、人種平等法、製造物責任(PL)法、インフォームドコンセントなどの公民権思想と共通の基盤をもつ。

◆リスクコミュニケーションの効果を左右する要因

第1は、送り手側の要因であり、そのなかでも送り手の信頼性が決め手である。しかしこれまでの調査によると、送り手になることが多い行政、政治家、企業、マスコミなどにたいする国民の信頼性は残念ながら高

くはない。ではどうすればいいのか。最初は効果がなくても、それが継続されているあいだに、信頼性は次第に高まってくる。社会心理学の分野の研究によれば、信頼は、相手の能力への評価と、公正さによって決まることが判明している。

第2の要因は、受け手側の要因であり、具体的には受け手の知識量、価値観、性格、認知バイアス、感情バイアス、それに性別、年齢、職業、文化差などが関係する。ここで重要なのは、コミュニケーションの効果は送り手よりも受け手のレベルで決まりがちなこと。「人を見て法を説け」という昔からの表現は正しい。

第3の要因は、メッセージ側の要因であり、メッセージ内容の表現法（表情や動作などの非言語面もふくめて）、平易さ、ことに専門用語や確率的表現のむずかしさなどが関係する。社会心理学の研究によれば、感情の伝達における効果の93%は、非言語的な側面に依存するという。

第4の要因は、媒体側の要因であり、使われるメディアがマスメディアかパーソナルメディアか、またインターネットかなどによって、コミュニケーションの効果は異なる。

第5の要因は、リスク対象側にある要因であり、リスク対象のイメージや、引き起こされる災害の性質によって効果は異なる。

◆リスクコミュニケーションを成功させるための重要なポイント

重要なものをあげると、市民を敵視せず仲間として受容すること。市民の考えや関心がどこにあるかを注意深く見守ること。質問をはぐらかしたりしないで必ず答えること。回答が分からないときや不確かなときはそれを正直にのべること。確かになった段階であらためて説明すること。もっている情報はできるだけ多く、かつ早めに提供して情報を共有すること。データの不確かさや弱点についても率直に議論すること。最悪事態の推定とともに危険性の幅を示すこと。ウソは絶対いわないこと。できないことはできないとその理由をふくめて明確にのべること。苦しませないことをもたせるあいまいな回答はさけること。できることしか約束しない。しかし約束したことは必ず実行すること。議論で勝ちすぎないこと、負けすぎないこと、などである。

ひとことでいえば、イエス・ノーを明確にいうことと、ウソは絶対にいわないことであろうか。

◆リスクコミュニケーションのパラダイム～「説得」から「共考」へ

これまでの広報のパラダイムは、受け手に対して、対象のプラス情報を豊富に与えて態度を変えさせる、つまり「説得」というパラダイムであった。社会心理

学でいう説得的コミュニケーションである。これに代わる新しいリスクコミュニケーションは、「共考」のパラダイムというべきもので、送り手が対象についてのフェアな情報、つまりプラス情報とネガティブ情報とともに与えることにより、相互の立場の理解や信頼感の醸成をもたらす、それによって合意形成の道筋を探るというものである。

このようにリスクコミュニケーションのパラダイムでは、相手の説得をかならずしも直接の目的としていない。それよりもステークホルダーが相互に信頼しあい、共通の土俵に登って共考することがより重要なものであって、合意形成はあくまで結果なのである。

◆リスク許容度とその個人差、文化差

あらゆる科学技術や製品にリスクがつきものである以上、リスクのマネジメントは、人々がどれほどまでのリスクなら辛抱できるのか、つまり「許容リスク」抜きにしては論じられない。経験法則によると、市民の許容リスクは10のマイナス5乗が境目であることが知られている。この値は、火災死や溺死のリスクである。10のマイナス4乗以上のリスクは人々は受け入れないことが多いが、マイナス6乗以下になると無関心になる。ただこの値は、かなり個人差や文化差がある。

◆リスクコミュニケーションをささえる組織風土～トップマネジメントがカギ

現場の者がいかにすぐれたリスクコミュニケーションをおこなっても、背後にある組織の風土がそれにそぐわなければ、せつかくのコミュニケーションは空回りをする。しかも、コミュニケーターが一生懸命になればなるほど、「守旧派」との乖離（かいり）はすすんでしまう。場合によっては、コミュニケーターが神経症になることさえある。この組織風土の方向性を決めるいちばん大きな力は、トップマネジメントである。トップがリスクコミュニケーションの価値観を共有することが成功への道である。

リスクコミュニケーションは、なんともいうとおり、フェアな情報開示を通じて、ステークホルダー間に共考にむけての道筋をつける技術の一つである。リスクコミュニケーションのキーワードは信頼性なのである。