

## 感染症対策とリスクコミュニケーション

東京理科大学薬学部教授 堀口 逸子

### 1 リスクコミュニケーションの背景

私たちがさまざまなステークホルダー（利害関係者）とリスク情報を共有することは、社会全体におけるリスクマネジメントである。リスク情報を共有するためにリスクコミュニケーションはある。リスクコミュニケーションによって、リスク情報が公開され、リスク管理についてはそれがどのように決定されたかについて明らかになる。すなわち透明性が担保される。リスクコミュニケーションは、リスクマネジメントと一体化している。リスクコミュニケーションの背景には民主主義の思想があり、それは「公民権」「自己決定権」「消費者の権利」「男女平等」「人種平等」「製造物責任」「インフォームドコンセント」などである。

### 2 リスクコミュニケーションの定義

リスクコミュニケーションは「個人、機関、集団間での情報や意見のやりとりの相互作用的過程」(National Research Council 1989)と定義されている<sup>1)</sup>。ここでの「情報」は、リスクの性質やリスク管理である。リスクの専門家やリスク管理を担う行政機関と、そのリスクにおいては素人である一般の人々とのやりとりである。重要なことは、単なる情報提供がリスクコミュニケーションではない、ということである。一般の人々にそのリスクについて関心をもってもらうか、いかに一般の人々の意見を拾いやりとりしていくか、である。

リスク情報を伝えるときの義務として以下の4つがある<sup>2)</sup>。

- リスクに直面している人々が、その被害を避けることができるように情報を与えなければならない：実用的義務
- 人々が選択できるように、情報に対する権利

を持っていることを保障する：道徳的義務

- 人々は情報を求めていることを前提としたもの：心理的義務
- 人々は、政府（行政）がリスクを効果的（リスク削減）かつ効率的な方法（費用対効果）で規制することを期待しており、この責任が政府（行政）によって適正に果たされているという情報が伝達される：制度的義務（政府に課される）

情報を隠すことはしてはならない。例外は、個人情報や機密に関して、である。感染症では、ハンセン病対策などこれまでの歴史からも人権に配慮し、個人が特定されないようにしなければならない。提供できない場合は、なぜ提供できないのかその理由、そしてどういう場面になったら、いつになったら提供できるのか、を情報として提供する。

新型コロナウイルス感染症を例にすれば、やりとりする「情報」における「リスクの性質」は、ウイルスの特徴（症状、後遺症、変異株、感染経路など）や、流行のシミュレーション、ワクチン（効果や副反応など）についてと考えられる。厚生労働省ホームページの「新型コロナウイルスに関するQ&A（一般の方向け）」<sup>3)</sup>を見ると「2. 新型コロナウイルスについて」が「リスクの性質」とわかる。その他「1. 政府の方針」「3. 新型コロナウイルス感染症の予防法」「4. マスク・消毒液に関するもの」「5. 新型コロナウイルス感染症に対する医療について」は「リスク管理」と位置付けられる。「6. 妊婦や小児に関すること」では、問によって「リスクの性質」と「リスク管理」ともに記載されていることがわかる。リスクの性質については、科学的な情報であることから、サイエンスコミュニケーションとも位置付けられる。「リスクの性質」に関する情報提供は、リスク管理機関である地方



堀口 逸子 (ほりぐち いつこ)

平成4年長崎大学歯学部卒業、平成8年長崎大学大学院医学研究科博士課程公衆衛生学専攻修了。博士(医学)。平成9年長崎県佐世保市保健福祉部非常勤嘱託、国立公衆衛生院(現国立保健医療科学院)疫学部客員研究員、NPO法人ウェルビーイング研究員を経て、平成13年順天堂大学医学部公衆衛生学教室助手。平成25年国立大学法人長崎大学広報戦略本部准教授。平成27年より2期6年内閣府食品安全委員会委員を務める。平成30年より東京理科大学薬学部教授。新潟大学、慶應義塾大学、放送大学、長崎大学、島根大学非常勤講師。その他、福岡県防災会議委員、栃木県とちぎ食の安全・安心推進会議委員、武蔵村山市健康増進計画・食育推進計画策定懇談会委員(座長)等を務める。専門は公衆衛生学。リスクコミュニケーションに関する研究と業務に従事。

自治体の行政機関は、感染者数などを除き政府に委ねていることがほとんどである。行政機関としてはその自治体の住民に対してきめ細かいリスク管理情報を提供することが重要かつ必要不可欠である。

### 3 WHO (世界保健機関) におけるリスクコミュニケーション

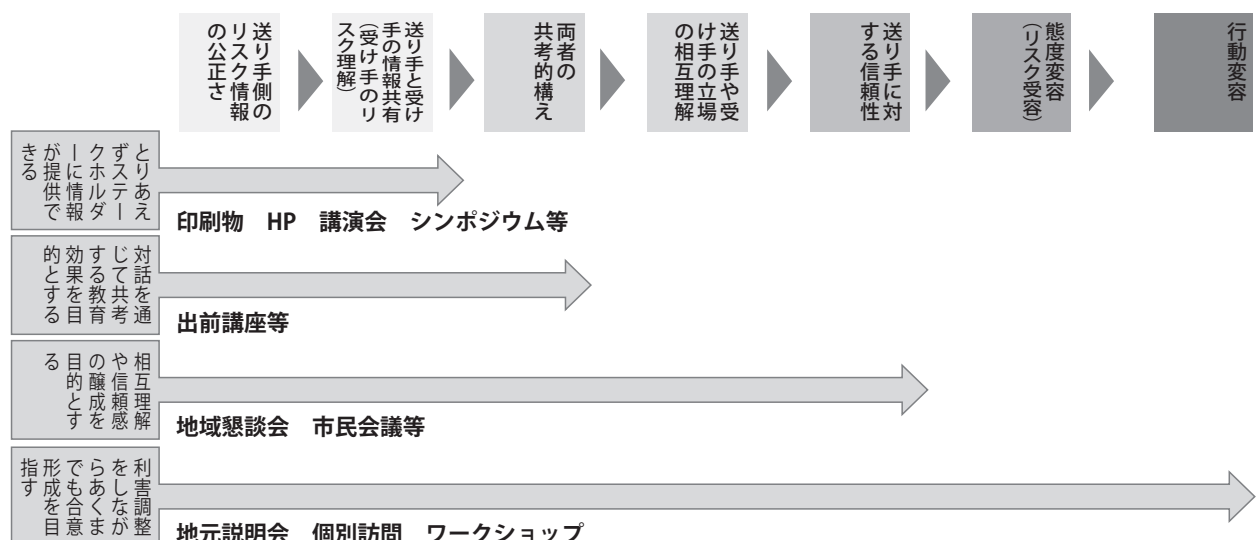
世界保健機関(WHO)では、リスクコミュニケーションを「専門家や行政機関とリスクに直面している人々との間の情報、アドバイス、意見交換」としている<sup>4)</sup>。その究極の目的は、リスクにさらされているすべての人が、病気の発生などの脅威(危険)の影響を軽減し、保護および予防措置を講じるために情報に基づいた決定を下せるようにすることである。また、リスクコミュニケーションには、メディアやSNSを使ったコミュニケーションからマスコミュニケーション、利害関係者やコミュニティの関与に至るまで、多くのコミュ

ニケーション手法を使用していると書かれている。これは図1に示したリスクコミュニケーションの進め方<sup>5)</sup>からも確認できる。そして、利害関係者の認識、懸念、信念、および彼らの知識と実践を理解する必要がある。特に「リスク認知」に配慮しなければならない。残念ながら、日本ではリスク認知に関する状況を収集する仕組みがなく、リスクコミュニケーションの実践において、大きなリスクを負担せざるを得ない。また、効果的なリスクコミュニケーションは、噂、誤った情報、その他のコミュニケーションの課題を早期に特定し、それを管理する必要がある。

### 4 リスクコミュニケーションの分類

リスクコミュニケーションは危機時とそうでない時、いわゆる平時のコミュニケーションがある。新型コロナウイルス感染症では、まだウイルスの性質も明らかではなかった第1波や、死亡者が多

図1 リスクコミュニケーションの進め方



リスクコミュニケーションの現在. 一般財団法人放送大学教育振興会 2018: 231-248

かった第5波、そして20歳代を中心として小学生や幼児を含み多くの感染者がみられる第6波など、感染拡大時は「危機時」と捉えることができる。また、感染者が減少し収束傾向にある時は、新型コロナウイルスが発生する前の2019年までとは異なる「危機時」である。毎年流行が見られていたインフルエンザなど感染症は「繰り返される」ことに特徴があり、何度も「危機時」がある。しかし、その程度がさまざまであることは、新型コロナウイルス感染症への対応において、各自体感されていると思う。

もうひとつの分類は、個人的選択と社会的論争である。個人的選択はまさにリスクに対して個人がどのように対応するのか、ということである。社会的論争は、社会全体としてリスクに対してどのような対応をとるのか決めなければならない。対応すべきリスクに対するステークホルダー（利害関係者）が多数おり、それぞれ価値観が異なっており、利害も相反することがある。合意形成では結論がでなかったということも含まれる。例えそうであっても、リスクコミュニケーションに参加した皆が「知らされて満足する」ことが重要なのである。合意形成はリスクが公平に配分される取り組みに対して実現する。

新型コロナウイルス感染症のワクチンを接種するかどうかは個人的選択であるが、ワクチン接種体制をどうするのかは国や各自治体における社会的論争である。

## 5 情報の受け手を知る

リスクコミュニケーションでは、情報を受け取る相手の知識やリスク認知を知り、情報提供することが基本である。

リスク認知は、人々が被害の重大性をどのように考えるか、被害がどの程度の確率で起こると考えているかであり、恐ろしいか恐ろしくないかの「恐ろしさ」と知っているか知らないかの「未知性」に影響される。私たちがどのようなものに怖い、恐ろしいと感じるのか、それは全部で11項目ある<sup>6)</sup>。

- 非自発的にさらされる
- 不公平に分配されている
- 個人的な予防行動では避けられない
- よく知らない、新奇なもの
- 人工的なもの
- 隠れた、取り返しのつかない被害がある
- 小さな子どもや妊婦に影響を与える、後世に影響を与える
- 通常とは異なる死に方をする

- 被害者がわかる
- 科学的に解明されていない
- 信頼できる複数の情報源から矛盾した情報が伝えられる

どれかひとつでも該当すれば、怖い、恐ろしいと感じるのである。新型コロナウイルス感染症は、第1波の頃は「非自発的にさらされる」「よく知らない、新奇なもの」「科学的に解明されていない」といった項目に該当したのではないか。

リスク認知は以下の特徴がある。重要なことは、リスク認知を変えるためにリスクコミュニケーションをしてはならないことである。リスクコミュニケーションを進めていく過程において、結果として、リスク認知が変わることはある。

- リスク評価とリスク認知との間にずれがある
- 個人によってリスク認知に差がある
- 専門家と素人(そのリスクについての)との違い
- 出来事の記憶しやすさ、想像しやすさによって影響を受けやすい
- 小さいリスクを過大評価、大きいリスクを過小評価
- 個人的なリスクについては過小評価
- 自分にはふりかからない(リスク回避行動の妨げ)
- 単にリスクがあることを指摘するだけでは、かえってリスク認知を高め必要以上に恐怖を感じる
- 強固な信念は変えがたい
- リスク情報の提示の仕方を少し変えるだけでリスク認知を変えることができる(フレーミング効果)
- 自分も持っている認知要素間に矛盾(不協和)が生じるとそれを解消しようと動機付けられる(「酸っぱいブドウの理論」)
- 科学技術の事故のリスクは自然災害のリスクより高く見積もる傾向がある

私たちの思考の傾向を認識しておくことも重要である。私たちに、2つの思考の傾向があることが指摘されている。それを「二重過程理論」という。ひとつは「直感的」、もうひとつは「分析的」というものである。私たちに、この2つの思考の傾向のバランスはとれておらず、人によってどちらかが強い傾向にある。直感的思考は、即断を必要とする場合や、膨大な数を迅速に処理するのに適している一方、バイアスがあり、スイッチオフできない。分析的思考は、衝動的な反応を抑えるセルフコントロールを担っているが、認知的努力が必要であり、疲労、多忙な認知的負荷がかかっている場合には上手に働かない。そして、日本人は、既存の論文

からは、直感的思考の傾向が強い人が6割以上になっている。感染の仕組みやmRNAワクチンについての説明など、あまり日常で見たり聞いたりしない用語が多い文脈を、順序だてて理解していくのは不得手な人が多いだろうと容易に考えられる。

私たちは情報を得てそれを自身の知識とし、知識量が増えれば説得されたりするのだろうか。そうではない。図2に示すように、知識量が増えたらある時点から説得されなくなる<sup>7)</sup>。こだわりが強くなることや、専門家が自説を強調するなど説得されないことからわかる。情報提供において、リスクの比較を用いている場面に多々遭遇する。これもまたリスクを受け入れてもらいたいという発信者の意図が伝わるなどし、受け入れられない<sup>8)</sup>。リスクの比較には注意を要する(表1)。

## 6 リスクコミュニケーションの進め方

図1に示すリスクコミュニケーションの進め方<sup>5)</sup>を見れば、情報が提供されてから、行動変容まで

図2 知識と説得の関係

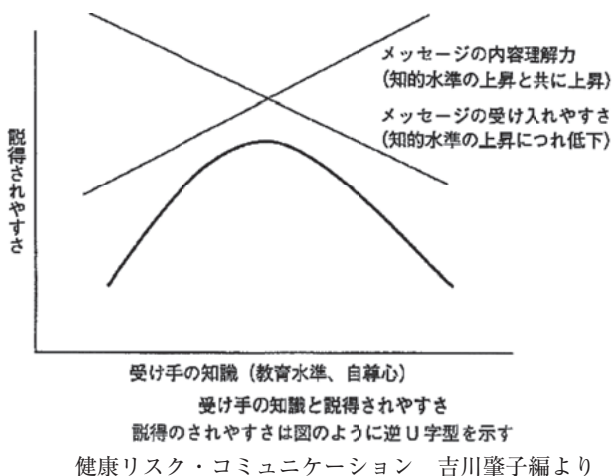


表1 リスクの比較と受容

リスクランク	内容	例
第1ランク	最も受け入れられる比較	- 時期が異なる同一のリスクの比較 - 基準との比較 - 同一のリスクに対する異なる評価の比較
第2ランク	望ましさを劣る比較	- 何かを行うリスクと、それを行わないことの比較 - 同一の問題に対する異なる解決策間の比較 - 他の場所で起こった同一のリスクとの比較
第3ランク	更に劣る比較	- 平均的リスクと特定の時期や場所における最大のリスクとの間の比較 - ある悪影響を及ぼすひとつの源泉に起因するリスクと、同一の影響を及ぼすすべての源泉に起因するリスクの比較
第4ランク	僅かにしか受け入れられない比較	- コストとの比較、あるいはコスト／リスク比での比較 - リスクと便益との比較 - 職業リスクと環境リスクとの比較 - 同一の源泉に起因する他のリスクとの比較 - 同一の病気やけがをもたらしすほかの特定原因との比較
第5ランク	ほとんど受け入れられない比較	- 関係の無いリスクとの比較（原子力と、喫煙、車の運転、落雷などを比較すること）

Cvello VT, Sandman PM, Slovic P. *Risk Communication, RiskStatistics, and Risk Comparisons: A Manual for Plant Managers*. Chemical Manufacturers Association, Washington, D.C., 1989

には多くのステップがあることが確認できる。このステップのいずれかを飛ばしてリスクの受容や行動変容は起こらない。

情報提供の始まりとしてその情報が公正であるということが必須である。政府や自治体から出てくる情報は、人々に公正であると認識されている。図1にある矢印の下に記載されているのは、それに用いられるツールの例である。例えばホームページや講演会などは情報提供のツールであり、上手くできたとしても共有までしか達成できない。すなわち何度講演会やシンポジウムを開催しても、行動変容には至らないということである。リスクコミュニケーションは、目的を明確にして戦略をたて、それに合った手法（戦術）を用いる必要がある。そしてまた、実践に対して評価をし、繰り返される。

## 7 危機時のリスクコミュニケーションとメディア

専門家やリスク管理機関のいわゆる行政の職員は、危機の規模が大きくなればなるほどメディアが重要であると思ひこむ。また、メディアが人々の行動に与える影響を過大視する。記者会見や取材対応をどうするのが、普段の業務に加わることにより、面倒、煩いといった感情がわいてくる。

心理学では人々がパニックを起こすことに対しては否定的である。パニックを起こした事例がそれほど多くないのである。情報を持ち得ている側、すなわち専門家や行政職員の情報発信者が「パニックが起こる」と考えることによって、情報提供を控えめにしたり、あいまいな表現を使ったりすることにより、パニックを引き起こしてしまうのである。また、情報発信者自身がパニックを起こしている場合も少なくない。パニックを起こさないためには、誤った信念や人々に対する否定的な態度を

もたないことである。

リスクに関する報道の内容は、人々の態度に影響を及ぼさず、報道の「量」が影響を及ぼすのである。その内容が好意的、否定的に関わらず、報道量が多いほど、人々の態度が否定的になる。この報道量は、時間的に変化し、おおむね終息するのは70～80日前後である。リスクについての報道の終息は2～3か月程度である。また報道は「ふりかえり」がなされる。1週間後、10日後、1か月後、3か月後、半年、1年、〇周年というスパンである。そのため、周期的な変化に注意を払い、それらの報道時期に新しい情報を準備しておくことである。

## 8 SNSを利用したリスクコミュニケーション「新型コロナクラスター対策専門家」Twitterアカウントの運用

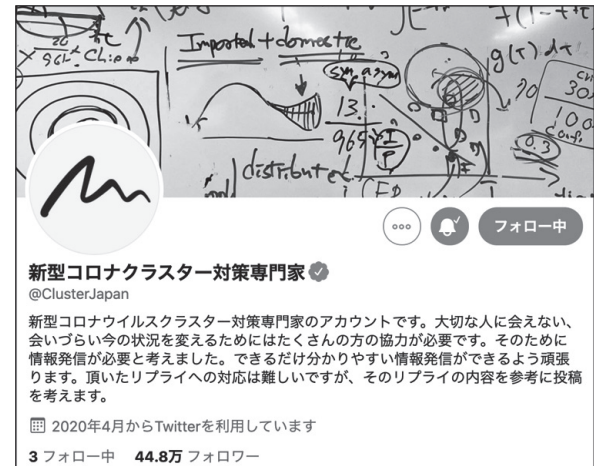
今回、クラスター対策班において活動したリスクコミュニケーションの一部はTwitterを使った情報提供<sup>9)</sup>であった(図3)。

総務省令和2年通信利用動向調査によれば、モバイル端末保有者の割合は83.0%である。実に数千万人が利用しており、情報提供ツールとしてSNSは有効利用できる。今、多くの利用者がいるSNSにはそれぞれに特徴があり、それを踏まえて利用する必要がある。Twitterは、株式会社NTTドコモモバイル社会研究所モバイル社会白書2021年版によれば、85.7%に認知されており、その利用率は39.8%である。また、作成コストもかからず、他のSNSと比較して拡散性が高い特徴がある。

厚生労働省には公式のTwitterアカウントがいくつかあるが、厚労省全体に関わる情報の提供に用いられており、新型コロナに特化したものではない。また公式アカウントを使って発信するためには、多くの厚労省の人からチェックを受ける必要がある。そのため情報提供のスピードが遅くなる。厚労省のクレジットなしで「クラスター対策班」という用語を使用せずに、クラスター対策班の専門家からの情報提供のアカウントであると一般の人々に認識してもらうにはどうしたらよいのか、知恵を出し合っつけられたアカウント名である。日本独特の「あいまいさ」を利用した、誤解してもらう名称である。スピードを最優先し、デザイナーなどを入れずに、京都大学の西浦博教授の教室のスタッフ2名で、ツイートの文章、画像、動画を作成した。二人は、Twitterは情報収集のために利用していたが、投稿経験はなく、広告代理店社員から教えてもらいながらすすめていった<sup>10)</sup>。

SNSアカウントの運用に際してのポイントを図

図3 新型コロナクラスター対策専門家Twitter



4に示す。今回は、若者への情報提供を図りたいという要望であった。複数の情報源から異なった情報が伝えられることは混乱を招く。そこで、何の情報を提供するのか、クラスター対策班の専門家にしか出せない他の人たちでは発信ができない情報に特化した。リスクコミュニケーションで扱う情報の、リスクの性質とリスク管理のうちのリスクの性質に重きを置いたということである。手洗いやマスクについては一切触れておらず、人権に配慮することによりクラスターの発生地域などの情報は提供していない<sup>11)</sup>。

実際の投稿からインプレッション数の上位5つを図5に示した。インプレッション数は、ツイートがほかのユーザーに表示された回数である。文章のみの投稿よりも、画像や動画を添付したツイートのインプレッション数が多くなるというのは、既存の論文<sup>12)</sup>と同じであった。また画像と動画には有意な差はない。

## 9 最後に

リスクコミュニケーションにおける情報提供は、SNSだけでも多岐に渡り煩雑さを増している。ひとつのツールで多くの人に情報を届けるのが困難になってきている。情報弱者対応も忘れてはならない。ネットを使わないのであれば、「人々が一定時間立ち止まる」「定期的に訪れる」場がひとつのヒントではなかろうか。例えば男性では比較的自宅近所の理美容店を利用し、鏡の前に座る時間がある。また、日本語が不得手な人への対応も必要が増えてきている。言語を使わないイラストやピクトグラムだけで表現するなどの工夫も必要であろう。

リスクコミュニケーションに終わりはない。日常から、無理せず息の長い取り組みを期待している。






図4 SNSアカウントのポイント

コミュニケーション したい相手	SNSでのコミュニケーションにおいて、 <b>情報を届けたい（リーチさせたい）相手。</b> メディアの選定やメッセージの文体、投稿時刻、コミュニケーションの仕方に大きく関わる。
✕	
発信したい情報	コミュニケーションしたい相手に <b>伝えたい・伝えられる情報。</b> その情報の手配が容易であること、また継続的に情報を更新できることが求められる。
✕	
対応リソース	SNSアカウントを運用するスタッフや予算。 多ければ多いほど使えるメディアや制作物を増やすことができる。

©RYO ONOMA

図5 インプレッション数上位のツイート

2020.6.10. 取得

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
インプレッション数	1280万	457万	456万	316万	302万
リツイート数	57648	20199	15608	12555	8980
日付	4/4	4/7	4/5	4/17	4/3
tweet					
コンテンツ	画像4枚	動画	画像3枚	画像4枚	動画
解説	熱い想いのテキスト画像。慎重にしないと、「ただ反応を得ようとしている」と思われ、ネガティブな反応が増加する。	あまり作り過ぎでないホワイトボードやディスプレイの前で、専門家が説明をするスタイルで、統一感を演出した。	熱い想いのテキスト画像。画像はできれば1、2、4枚で整理整頓された形が望ましい。	パワーポイントで作成し、Twitterのタイムラインで綺麗に表示されるサイズ。同じプレゼンテーションシートの延長線上にあるように統一感を出している。	偽アカウントでないことを知らせるために、メディアに露出していた専門家を急遽動画で撮影し、直接メッセージを発信。

【参考文献】

- 1) Committee on Risk Perception and Communication, National Research Council. A new definition of Risk Communication. National Research Council. Improving Risk Communication. Washington, DC, 1989:19-22.
- 2) Stallen,P.J.& Coppock,R. About risk communication and risky communication. Risk Analysis, 1987;7:413-414.
- 3) 厚生労働省ホームページ：新型コロナウイルスに関するQ&A（一般の方向け）。 [https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou\\_iryuu/dengue\\_fever\\_qa\\_00001.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/dengue_fever_qa_00001.html) [2022.1.28閲覧]
- 4) World Health Organizations（世界保健機関）ホームページ：Emergencies Risk communication. <https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/emergencies-risk-communication> [2022.1.28閲覧]
- 5) 堀口逸子（2018）感染症のリスクコミュニケーション。平川秀幸、奈良由美子編 リスクコミュニケーションの現在－ポスト3.11のガバナンス 放送大学教育振興会
- 6) Benette, P. (1999) Understanding response to risk: Some basic findings. P. Bennett, & K. Calman (Eds.), Risk Communication and Public Health. Oxford: Oxford University Press.
- 7) 吉川肇子（2009）リスクコミュニケーションの技法。健康リスク・コミュニケーションの手引き ナカニシヤ出版
- 8) Cvello VT, Sandman PM, Slovic P. *Risk Communication, Risk Statistics, and Risk Comparisons: A Manual for Plant Managers*. Chemical Manufacturers Association, Washington, D.C., 1989
- 9) 新型コロナクラスター対策専門家ツイッターアカウント <https://twitter.com/clusterjapan> [2022.2.20閲覧]
- 10) Horiguchi I, et al. A report on the operation of the Twitter account “Experts of the COVID-19 Cluster Taskforce”, Japanese Society of Health Education and Promotion. 2022; 30.
- 11) 古口遼太郎他. 新型コロナ対策専門家twitterアカウントにおけるツイートの特徴と情報発信内容. 日本リスク学会誌. 2022.3. (3)
- 12) Jackson AM, Mullican LA, Yin J, et al. #CDCGrandRounds and #VitalSigns: A Twitter analysis. Ann Glob Health 2018; 84: 710-716.