

平成18年度第3回食品安全対策協議会議事録

(片桐健康福祉部次長あいさつ)

- ・ 最近は食品に関する悪い話題が多い。
- ・ 食に関して判断を誤らせるような情報が巷にあふれている。正しい情報を取り、判断することがより重要になる。
- ・ 県は、消費者の方に正しい情報を伝える場としてリスクコミュニケーションを推進している。
- ・ リスクコミュニケーションはみんなで推進していかなくてはならない。本日は忌憚のないご意見を頂きたい。

(杉山会長あいさつ)

- ・ 鳥インフルエンザなど食品に関する悪いニュースが本県にはない。関係者の努力に感謝する。
- ・ 食が多様化している中、食の番人はやはり公の機関であり、そういった意味でもこの食品安全行動基本計画は非常によい計画である。
- ・ 計画は Plan Do See Check のサイクルが大事である。
- ・ 本協議会ではこの計画をさらに深め、ディスカッションし、県民に浸透させる役割がある。
- ・ 本日は積極的に提案いただきたい。

(杉山会長)

本年度第3回食品安全対策協議会を開催する。本日のテーマは県が実施しているリスクコミュニケーションについてということで、事務局から説明ののち、それが効果的に実施されるために議論したいと思う。事務局から説明願う。

(事務局：臼井食品安全推進監)

- ・ 岐阜県は全国でもリスクコミュニケーションについて先進的である。
- ・ 食品安全基本条例に基づき食品安全行動基本計画を定めている。食品の安全をベースに安心感の向上に取り組んでいる。
- ・ リスクコミュニケーションは食品に関する情報を共有し、率直な意見交換を通じお互いの信頼関係を築こうというものである。
- ・ 小さな危害に大きな不安を抱いたり、大きな危険性を無視したりすることの無いようにリスクコミュニケーションを進めている。
- ・ 正しい情報を選択する力を身につける必要がある。
- ・ 生産と消費が極めて離れてしまっている。消費者の側から生産者が見えないことが不安につながっている一面がある。

- ・ 事業の説明（食品安全セミナー、県民との意見交換会、残留農薬を測ってみよう、食品安全に関する出前講座、行政機関訪問事業、サイエンス（バイオ）カフェ、食品の安全・安心シンポジウムなど）
- ・ 本年度の参加者はのべ2, 100名くらいである。
- ・ 事業を実施して、参加者は40代から上の女性が圧倒的に多い。
- ・ 質問が多い会場は満足度が高い。
- ・ どの催しでも参加してくれるリピーターが出現しており、信頼関係ができてきた。
- ・ 課題としては若い世代の参加を増やすかということがある。また、刷り込まれた思い（例：生産者は自家消費野菜には農薬をかけないといった誤解）をどう解きほぐすかというのも課題として残っている。

<吉田委員>

若い層の参加を望んでいるということだが、託児とかそういったことは考えているのか。

<事務局：臼井食品安全推進監>

実際には行っていない。おっしゃるような工夫は必要なのかもしれない。

<吉田委員>

「託児あります」といった呼びかけをすると生協の場合でも比較的参加者がある。そういったことで取っ掛かりになることがある。

<杉山会長>

若い層への参加について大西委員なにかありますか

<大西委員>

主婦は食の関心が高く、そういう関係の勉強会へ参加したいと思っている人も多い。また、マスコミで取り上げられることばかりではなく、ちゃんとした専門家へ聞いてみたいということもある。

ある小学校の一例として、子供のアレルギーは50%が卵と牛乳。身近にはそういったことが気になるので、切り口をそこに求めるのも良いと思う。

主婦に話すのであれば実感が大事。スーパーの事情や買うときの気持ちをフレーズに入れると良い。JAS法、食品衛生法など法の説明や、正確な情報プラス何かを入れてほしい。

高齢層は面白い語りを求めるところがあるように思う。

<杉山会長>

後藤委員、専門的な見地でアレルギーのことについていかがですか。

<後藤委員>

私は養鶏で卵屋である。私の両親は9人の子供を育て、赤ん坊の頃から子供に卵を与えていた。私も4人の子供を卵で育てた。アレルギーは一切ない。しかし東京にいる孫の保育園では1才半までアレルギーが出るから卵を与えない。正しい情報はちゃんと伝えてほしい。県の研究所でもアレルギーの出ない卵を研究している。一番大事なのは医師や大学と一緒に研究することと正しい情報の伝達である。

<佐合委員>

会社で見学会を10年来やっている。ほとんどが40代以上。若い人向けの計画の仕方は別に考える必要がある。育児の場所に出向いて説明するとか、学校、保育園のPTAなどでの取り組みが良いのではないのかと思う。

<杉山会長>

佐合委員、以前こんにゃくがダイエットに効くといった情報があったが、関心が強かったのは若い人だったのか。

<佐合委員>

40代が中心であった。

<杉山会長>

食育事業をわれわれの大学でやっている。希望者が多い。子供と一緒にというキーワードが効果的であった。

<堀委員>

先日食育セミナーを開催した。午後3時くらいに開催した。二百数十名の参加があった。呼びかけ人に若い人を入れてみるともっと効果があったかなと思う。言われて参加するというより自分たちでやるということが大事である。

<金山委員>

食の問題は年齢によってテーマの設定が違う。それからテーマには事前調査が必要。一般的に食品の問題でリスクコミュニケーションやりましょうといっても何のテーマかわからない。子供の年齢に合わせ、テーマが変わる。食育では父親の参加も重要。朝食の重要性をきちっと把握したセミナーを開催すれば若い人も父親も参加する。これからはそういったことも考えていかななくてはいけない。

<杉山会長>

リスクコミュニケーションには場所の設定という問題もあるが、塚腰委員いかがだろうか。

<塚腰委員>

特に消費者の方が産地を訪れてくれることは産地としてもありがたいこと。ぜひともやっていきたいし、消費者にも企画してほしいことである。いま一番やらなくてはいけないことは、消費者の意見を直接感じて生産者が改革することである。大阪や京都など大消費地の消費者と話をしている。交流などは積極的にやっていきたいと思っている。説明の効果があるので女性生産者の方々に出向いてもらっている。

<杉山会長>

残留農薬についてはどうだろうか。

<塚腰委員>

残留農薬について小売店が説明できていないのが現状である。ぎふクリーン農業はどういう農業なのかといったことを岐阜県民の何割が知っているのか。安全・安心をPRするには顔の見える農業しかない。農薬をどれくらい使っているかということを説明して安心してもらえないが、そこまで求める消費者はいない。

<杉山会長>

では流通の林委員このことについてどうだろうか。

<林委員>

そこまで専門的には説明できていないのが現状である。一般的には消費者心理として、国内産は安全という先入観があるようだ。一方輸入農産物に対する理解度が低迷している感もある。しかしながら、国内産の農産物の供給率が50%を下回っている状況を考えた時、輸入農産物の供給も必要不可欠となるので、われわれも農業について勉強する必要があるかもしれないが、基本的には店に納品されたものは疑っていないのが現状である。

<金山委員>

輸入食品については県の出前講座で勉強し、意識が少し変わってきた。国産品だけでは生活できないということを学ぶことができた。

<杉山会長>

飯田委員、添加物についてはどうだろうか。

<飯田委員>

添加物の安全性は動物実験で確認され、人間のデータはないと聞いている。肉や野菜の鮮度保持に添加物を使っているのではないかと疑っている。できる限り家で作る努力をしている。

違う話だが、例えば牛乳は賞味期限の残りが少ないものを買えば食料が残らず生産者のためになるのでグループで実行している。

<吉田委員>

生産者と消費者の分離が進んでいるということについて、生協は扱っている商品の産地に行くということをやっている。沖縄のイオンは県産品を並べるコーナーを作っていて、産地見学バスツアーを行っているようである。自分たちが食べている商品が何処からきているか紹介するのは小売業の使命であると思う。

もう一つ、若い人の参加を求めているのならば、ネーミングを工夫する必要がある。先日のシンポジウムは非常に良かったのだが、ネーミングが「健康食品」ではなく「サプリメント」とかそういったものの方がよかったのではないか。セミナーとかでは固い。やわらかく考えてはいかがだろうか。

<杉山会長>

生産者と消費者の距離という話があるが、フードマイレージなどといわれる。日本が一番距離が遠い。

事務局の話でリピーターが多いということがあったが、3年間での参加者のデータはあるだろうか。

<事務局：臼井食品安全推進監>

まずネーミングの話だが、全ての事業にいえると思う。梅垣先生のシンポジウムは吉田委員をはじめ、非常に良かったという声が多かったので、高山で2月22日に再度開催することになった。ただネーミングについては改善されていない。

昨年度の参加者は1,000人程度。一昨年は数百人である。本年はさらに増加している、継続していくことが力になるだろうと思っている。

お話を伺って、塚腰委員や後藤委員のような生産者やあるいは製造業者の方に消費者の前でお話願うのもいいのかなと考えている。

<杉山会長>

卵の自給率は95%ということだが、近年加工品の輸入が多くなってきている。この実態はあまりつかめておらず、自給率トータル換算で90%を割るという試算もある。消費者には伝わっていないのでないだろうか。このあたり後藤委員いかがだろうか。

<後藤委員>

卵について国の発表では輸入4%となっているが、加工品を組み込むと90%を割るといわれている。これは公にされていないので憶測だが、かなり信憑性が高い。専門家はもっと研究いただき、正しい情報を出してもらい、われわれは消費者に伝えていくということが必要だと考える。

<杉山会長>

現在は食と環境の時代である。マイバック運動などもあるが、消費者エゴじゃなくさっきの飯田委員の発言のようなことを広めたいと思う。

堀委員なにか製造者としての意見はないか。

<堀委員>

今はレモン、グレープフルーツ、りんごなど腐らなくなった。コンビニの弁当も腐らない。すばらしい技術なのかもしれない。われわれの弁当は腐る。腐敗菌も含めて生き物が生きられる食べものが良い。コストを追い求めず、常にできたてのものを提供することを考えている。自分たちの地域のものを使い、足元から取り組んでいる。

<上田委員>

テレビからの情報を信じる傾向にある。いくら正しい情報を伝えても刷り込まれた思いを変えろということが難しいのはわれわれの中にもある。テレビに踊らされるのも自分たちの「やせたい」という思いが強くて冷静になれない状況があるからだろう。いかに県民に正しい情報を伝えるかが重要に思う。

<金山委員>

消費者活動をやっているものとして、経済的に余裕のある人のために「食の安全安心」をやっているのではないか。勉強したいのに、生活に追われている子育て中の方は余裕がない。行政の役割はここにあるのではないか。広く浸透させる必要があるのではないかと思う。

<吉田委員>

リスクコミュニケーションをどうとるか。行政サイドで主催するのはそれはそれでよい。しかし、県の企画だけに合わせるのではなく、生協や生活学校などがやっているところへどういう風に結びついてやっていけるかが課題である。一緒に話に入りながら広げていくことを要望する。

<杉山会長>

テレビの影響は強力である。以前テレビで卵の赤玉について話をしたら、翌日スーパーから赤玉が消えたことがある。これはこんにやくも納豆も同様にテレビの影響で品薄の状態になる。

リスクコミュニケーションに県民の0.1%が参加しているとのことだが、これを全県民200万人に波及させるということが必要であると思うが、他に意見はないだろうか。

<大西委員>

食に関する岐阜県の取り組みは自信を持っている。食べものはかかわった人から大丈夫だよといった言葉を聞く事ができる。しかし水とか空気はかかわった人の言葉を聞けず、環境のニュースは悪いニュースが多い。環境については、不安を取り除く情報が県民に届いていない。

卵は国産を食べているつもりでも、クッキーなどの加工品に入った卵は産地表示の義務が無いので輸入品が知らず知らず口に入っているかもしれない。

添加物が表示されているということの取り方も人によって二通りある。「すごくたくさん入っている」という感覚と「入っているもの全て書いてあるから安心」という感覚である。

「国産」という表示だけでなく、安心感を向上させるために表示の中に「岐阜県」をいれてほしい。

<杉山会長>

これからは県と民間の協働、県民協働が重要。県だけでは限界があるので県民協働はどんどんやるべきである。PTAへの働きかけも必要だと思う。若い層へは女子大などの働きかけが良い。彼女たちは生きた勉強をしたいと思っている。

リスクコミュニケーションは一層推進していくべき。

環境については本委員会では直接的な関係はないが、食に及んでいくことである。

<堀委員>

飯田委員が先ほどおっしゃったような賞味期限の問題だが、岐阜県から牛乳は古い日付の物から買い求めるといった運動があると良い。

<杉山会長>

若い人には賞味期限がちょっとすぎただけで捨てるなど過敏なところが多いように思う。その点上田委員どうだろうか。

<上田委員>

賞味期限はおいしく食べられる期間ということである。賞味期限を過ぎても私たちがちゃんと食べられるかどうか判断できる知識をもっていなきゃいけない。若い人は賞味期限までしか食べられないという意識をもってるのは否めない。

<金山委員>

少量パックを作るなど業界の努力も必要。消費者は消費者モラルが必要。ドイツではりんごは裸売りで山積みになっている。消費者は下から取れないので上からとる。消費者のモラルを要求するには業界が努力し、みんなが一緒に取り組むべきである。

われわれは県産品の振興として飲食無料サービスを行っている。自分たちの予算で行っているが、何とか予算をつけるとかきめこまやかな活動にも目を向けてほしい。

<後藤委員>

生産者の立場として、われわれは「正直で正しいひよこづくり」を昭和17年から一貫してやってきた。岐阜県の食品は正直で正しい生産供給をモットーにしてやっていくべきだと思う。

<杉山会長>

長時間熱心な議論を頂いた。本日はリスクコミュニケーションの参加者を拡大するにはということでもいろいろ意見を頂いた。リスクコミュニケーションをきめ細かく実施していくことが重要であるということであった。それぞれの団体を活用し、各地域に浸透させていくべきだということが結論だと思う。

ありがとうございました。