

平成20年度 食の安全安心セミナーの開催結果について

- | | |
|--------------|---|
| ◎テーマ | 「消費者と事業者の役割を考える」 |
| ◎開催時期 | 平成20年10月22日(水) 午後1時から3時30分まで |
| ◎開催場所 | 仙台市博物館 ホール (仙台市青葉区川内26) |
| ◎参加対象者 | 県内の消費者, 生産者・事業者等 |
| ◎基調講演 | 雪印乳業(株)社外取締役 <small>ひわさのぶこ</small> 日和佐 信子 氏 |
| ◎パネルディスカッション | |
| ◇コーディネーター | 小金澤 孝昭 宮城教育大学教授 |
| ◇パネリスト | ・ 日和佐 信子 雪印乳業(株)社外取締役
・ 沼倉 優子 みやぎ生活協同組合副理事長
・ 柳原 誠一 宮城県食肉生活衛生同業組合副理事長 |

1 参加者

112名 (消費者: 54名, 生産者・事業者: 17名, 行政・関係機関等: 41名)

2 開催概要

① 基調講演

○消費者は、食に関する様々な事件・事故について、発生した原因や背景、問題点等をよく理解し、それぞれの危険性の程度や性質が違っていることを認識する必要がある。認識不足により必要以上の不安を感じることがないようにすべきである。

○一連の偽装事件に共通しているのは、企業が安全な商品を消費者に届けることより、企業の利益を優先したことが原因となって点である。特に期限表示の改ざんについては、期限表示を見て商品を選ぶ消費者の思いを無視していたのと同じである。

○消費者の半数が食品選択等に困らない知識・技術を有しておらず、正確な知識を持っていない。正確な知識がないために表面的な情報に流されやすい状況にある。

○食の安全とは安全を確保するための仕組み、法制度、事業者による自主ルールが制定されていることを指し、食の安心は行政や事業者への信頼を指す。安全を確保するためのルールが守られ、安全が確保されている商品が流通していることへの信頼ができれば、安心が生まれる。

○日本は食の安全を確保するための仕組み、ルールは世界的にも高いレベルにあるが、安心がないのが現状。なぜ安心できないのかを考える必要がある。

○リスクとは悪影響が生じる確率とその程度を指し、リスクが高いものは健康に影響を及ぼす可能性が高く、低いものは可能性が低い。一方で食品には全てにリスクがあり、100%安全な食品はないということも認識しておく必要がある。

○食品安全基本法ができた後の食品安全行政において、リスクに関して消費者、生産者、流通事業者等が意見や情報の交換を行うこと(リスクコミュニケーション)が重視されるようになった。○事故米の残留農薬やメラミンについては、その基準値とリスクの程度をきちんと理解し、必要以上に不安にならないことが重要。何が大丈夫で何を恐れなければならないのかを皆で認識していくことが大切である。

○消費者は情報にまどわされないことが重要。マスコミの情報から受ける影響は非常に強いものの、事細かに提供されないので不安をあおる傾向になりがちであることを認識する必要がある。

○食品を扱う企業は「消費者の安全が第一優先」という企業理念、経営方針を持つべきであり、お

かしいことはおかしいと言える社内風土の改革に取り組んでいく必要がある。

② パネルディスカッション

○食の安全安心の確保に向けたそれぞれの取組の紹介と事業者・消費者に求められる役割等について議論

○日本の食生活，特に加工食品は将来的には中国からの輸入がないと成り立たない。消費者は中国産イコール危険という考え方をせずに冷静になって考える必要がある。

○店頭で中国産と国産の食品両方を販売し，消費者自身に選択肢を与えることは消費者に安心を担保することにつながっていく。消費者は安いものを選ぶ際にはリスクを確認すべきであり，安い食品の裏にある背景を理解することが必要。事業者側もその情報を積極的に公開すべきである。

○食の安全安心の確保のためには，事業者の意識改善が最も重要、法令の遵守、わかりやすい表示などの体制を整備していくことが不可欠だと思う。

○ほとんどの消費者がマスコミから情報を得ている。マスコミは正確で分かりやすい情報、消費者が冷静に判断できる情報を伝えるべきである。また、消費者もマスコミの情報だけをうのみにせず、情報元へ直接アクセスするなど、自分で調べ自分で判断することが重要である。

○消費者と事業者が連携しながら安全安心を確保していくためには，消費者と事業者が同じ目線で共通の認識を持つことが重要。リスクコミュニケーションの実施によりお互いの理解を深めていくことが大切だと考える。

○会場からの質疑（食への安心が不足している理由、JAS法に係る罰則の適用、みやぎ食の安全安心推進会議からの情報発信等）への応答

3 アンケート結果(別紙のとおり)