

第15回リスクコミュニケーション専門調査会
事例報告「週刊子供ニュースの取組について」概要

日時：平成17年7月4日（月） 14：40～

場所：食品安全委員会大会議室

講演者：NHK番組制作局 青少年・こども番組

「週刊こどもニュース」チーフプロデューサー 田熊邦光氏

講演概要：

- ・ 「週刊こどもニュース」はNHK総合テレビで毎週土曜日、18：30～42の時間枠で放送している。今年で12年目。
- ・ 視聴率は平均で10%程度。高い場合は16%程度。
- ・ 「世の中まとめて1週間」、「今週の大はてな」および「特集コーナー」の3つのコーナーで構成されている。出演者はお父さん役、お母さん役および子供役3人。
- ・ 制作スケジュールとしては、水曜日の11時半から編集会議で取り上げる予定のニュース項目を決定、翌日木曜日に子供にわかりやすく書き直したニュース原稿を作成し、金曜夜に出演者の3人の子供全員を集めて説明を行う。
- ・ 金曜日の打ち合わせでは、子供たちから活発に質問があり、この質問に対して子供たちが納得できるまで何度でもリライトを行うことが非常に大切な作業である。
- ・ どのテーマにおいても伝えたい情報は多いが、何を伝えればいいのか、子供がテーマを理解していく上で何が必要なのか考え、情報を絞り込み、削っていくことが肝心である。1分以上のニュースは子供にはオーバーフローである。
- ・ 7分間の特集コーナーでは、模型を作成しわかりやすいよう解説している。7分以上の時間をかけると子供たちにはまたオーバーフローになってしまう。
- ・ 子供たちに情報を伝えるには、言葉での説明よりも、絵や模型などが効果的。多くのことを伝えようとするのではなく、一番伝えたいことをビジュアル化して説明し興味を持ってもらうことが大切だと考えている。
- ・ 解説や模型などの評価については、出演者である3人の子供たちの反応で確認し、リライト・修正している。誰に伝えたいのかターゲットを考えて制作を行うことが大切。まず出演者の3人の子供たちにどのようにしたら理解してもらえるかを想像し、その向こうにいる視聴者の子供たちに伝えていけるよう番組制作の努力をしている。
- ・ 「勉強」、「学びました」という言葉は禁句にしている。

質疑応答：

Q：予備知識のない子供たちを視聴者の対象として番組制作を行っていると思われる。出演者の子供たちが出演経験の継続から一般の子供以上に知識を蓄積した場合、番組制作に影響はないのか？

A：出演を続けることで、子供たちの学習が進み、一般の子供たちと格差が出てしまうため、3年間で出演者を変えている。なぜ、何がわからないのか表現して答えられる想像力のある子供たちを選んでいる。また、ニュースに登場する人々の気持ちを想像して共感を持てる子供を選ぶようにしている。

Q：大人をターゲットに、難しいニュースを子供に解説するようにわかりやすく提供していると理解しているが、ターゲットは大人で正しいか？

A：あくまでターゲットは子供。しかし、実際、電話等の反響があるのは60,70代の方が多い。ニュースのスピードがちょうどいいと好評である。

Q：専門的なテーマについて、本当に伝えたいことだけを伝えるために、できるだけ不必要な情報は削っているというお話であったが、放送後、(専門家等から)テーマの本質からずれてしまっているのではないかというクレーム等はないのか？

A：制作過程で、NHKの解説員に聞く等、専門家に確認作業を行っているので、そのようなことはない。

Q：テレビではビジュアル的な媒体を使い解説することができるが、文字や言葉だけで表現する場合は、どのようなことに気をつければよいと考えるか？

A：「世の中まとめて1週間」では、文字・言葉だけで子供たちに伝わるかどうかという確認作業を行っている。特にテレビだからという意識はない。模型については、7分間の解説で子供たちの興味を引きつけておくという役割もある。文字で伝える情報とはまた別な工夫が必要である。

Q：リスクコミュニケーション専門調査会では、専門的な情報を伝えるためには、どのような専門性や技術が必要か検討している。番組では、どのような専門家がニュースを子供向けにリライトしているのか？テーマ毎に制作者を変えているのか？

A：NHKのOBである元記者の2人が、交代で、ニュースを番組向けにリライトしており、テーマ毎に決めているわけではない。スタッフの中でニュースを専門とするのはお父さん役を努める鎌田解説員のみ。素人なりにディスカッションを行い、子供たちに何を理解して欲しいのか、どうしたらわかってもらえるのか、工夫を続けている。

Q：一方的な意見だけを解説せず、複数の意見があることも説明する必要があると考えている。子供向けということで何か気をつけていることはあるのか。

A：子供向けには「理想を語る」ことも大切(なのではないか)。また、モニターは非常に大切であり、番組の中では出演者の3人の子供たちがこれに当たる。彼らをどう選び、どう利用するかが重要。番組制作について、彼らの感覚や意見は非常に効果的である。

第16回リスクコミュニケーション専門調査会
事例報告「食のリスクコミュニケーションとフードファディズム」概要

日時：平成17年8月1日(月)15:00～

場所：食品安全委員会大会議室

講演者：群馬大学教育学部 高橋久仁子氏

講演概要：

フードファディズムとは

- ・「フードファディズム」は「食べ物や栄養が、健康や病気に与える影響を過大に評価したり信じること」と定義される。
- ・フードファディズムには、3つのタイプがある。
 - 健康効果を騙る食品の大流行(例:紅茶きのこ、酢大豆、アミノ酸飲料など)
 - 食品・食品成分の「薬効」強調(例:「健康食品」全般)
 - 食品に対する不安の扇動(例:「良い食品」と「悪い食品」の単純二分化、ある食品の万能薬視・毒物視、不安便乗ビジネスなど)
- ・フードファディズムが蔓延する社会的条件として、
 - 過剰な食料供給、 過剰な健康志向・健康「強迫」、 食料の生産や製造、流通に対する漠然とした不安・不信、 情報の過剰提供およびメディアリテラシーの欠如があげられる。

食に関する情報と人々のとらえ方

- ・情報の内容は大きく分けて「体に良い情報」と「体に悪い情報」がある。量的には「体に良い情報」が多いが、「体に悪い情報」も一定の人気があり、このような内容の本はよく売れている。リスクコミュニケーションという点では、「体に悪い情報」が非常に大きな関わりを持つと考えられる。
- ・情報の発信源としては、教育機関、行政、医療現場などもあるが、これらの情報はあまり注目されず、食品業界、「健康食品」業界、マスメディアからの情報は、非常に人目を引く。
- ・食品の表示の偽装事件や、指定外添加物の使用、基準値を超える残留農薬の検出、無登録農薬の使用などは、経済面、法遵守という点では問題であったが、危険なものが使われていたわけではない。その間、食の安全を本当に脅かすものが食中毒であるということを置き去りにしたまま、このような報道だけがされた。
- ・提供される情報を自分自身の頭で考えることを面倒くさがる、テレビで言っていることは本当だと思ってしまうという傾向もある。
- ・人々が危険に対して敏感に反応するかのような一方で、「健康食品」を無警戒に利用するなど、本当に危険なものに対して無防備な側面もある。

リスクコミュニケーションにおける課題

- ・食べないことによる危険や食べ過ぎる危険があること、危害要因を含む食品の危険性は量で決まるということについての考え方が整理されていないように思う。

- ・インターネットオークションや個人輸入で入手できるものの中には、危険なものがあるということに関心を持ってもらうことも、重要な課題である。
- ・所沢のダイオキシンの問題では、風評被害が出たが、アクリルアミド、緑茶カテキンについては、風評被害のような現象はなかったように思う。何が風評被害になり、何がそうではないのかを分析していくこともリスクコミュニケーション専門調査会の大事な仕事ではないか。
- ・リスクコミュニケーションが成立するためには、情報を共有することが重要である。そのためにはマスメディアが重要な役割を果たすが、メディア報道には偏りがある。食の教育とメディアリテラシーがうまく何とか機能し合うことによりリスクコミュニケーションを成り立たせなければならないが、大変難しい。

質疑応答：

Q：フードファディズムについて講義をすると、学生の意識はどのくらい変わるのか。

A：授業は、1週間に1度、私の講義は合計11回である。「体に良い」という広告を出している企業に電話をかけてレポートするということを課題に出し、その報告に3回の授業を使った。

授業回数が半分ぐらいのところ、受講者の意識が変わると実感している。

Q：「大流行」「扇動」は、何を以てそう判断するのか。

A：「大流行」とは、授業や講演をしたときに、学生や聴衆にある食品について聞かれた時に、「大流行」と判断している。

主な意見：

- ・「意図を持った扇動」と「結果的な扇動」があると思う。無添加食品はかなりの数が売られている。多くの人たちが商売にすることが結果的に扇動になっていると思う。
- ・「白砂糖は有害である」「砂糖を食べると頭が良くなる」双方ともフードファディズムである。
- ・有害か否かは量で決まるということ、わかっているが、その量の判断ができるような環境にはない。
- ・情報は過剰であるとのことであったが、本当に必要な情報、欲しい情報があるのかどうかということ、分析する必要があるのではないか。
- ・情報を皆が知りたがっている中で、どうわかりやすく構成するか、どう見せるかということも、メディアの役割である。ある種の反対意見も載せたり、大学の先生の監修を受けるなど、単なるうわさではなく根拠があるものを出している。あまりに極端なメディアの罪悪論のようなものもまた危険ではないか。
- ・学者の情報は、論文になっていて、第三者が見て証拠づけられるということが必要。
- ・日本ではグッドサイエンスとバッドサイエンスの区別がない。情報の内容を検証する必要がある。
- ・学校教育の影響も大きく、食品添加物が非常に悪いところを強調してとりあげている副読本もある。
- ・良い情報、信頼性のある情報をどう皆様に紹介し、広げていくかが課題。健康への関心の

高さや食生活の乱れなどにより、「健康食品」に頼っているという状況は間違いなくあるようなので、信頼性のある情報の所在やその活用についてのサポートも大事ではないか。

第17回リスクコミュニケーション専門調査会

講演「食品メーカーの食育とリスクコミュニケーションへの取組について」概要

日時：平成17年8月31日（水）14：00～

場所：食品安全委員会大会議室

講演者：サントリー株式会社お客様コミュニケーション部シニアスペシャリスト 近藤康子氏

講演概要：

消費者の変化

- ・乳製品の食中毒事件による企業への不信感、未承認の食品添加物の使用、輸入食品への残留農薬や遺伝子組み換え食品、BSE、鳥インフルエンザ、アクリルアミドなど、消費者にとってよくわからない事件や、事柄についての情報がたくさん出てきた。そのことによって、消費者は、目に見えない恐怖であると感じ、神経をとがらせている。
- ・お客様センターに寄せられるお問い合わせの内容は、商品の中身に関わる事項（成分、製法、効能など）が非常に増えた。また、健康管理に関わる情報へのニーズが質的にも量的にも非常に高まっている。
- ・企業においても、リスクアナリシスに類似した体制をとっていこうと考えている。

リスクコミュニケーションとしての食育

- ・安全で役に立つ情報であると同時に、楽しく、他社よりすぐれているということを訴求しつつ、デメリット表示をすることで信頼感を得るような情報提供と意見交換を実施している。（例：アルコールに関する注意表示やCMの見せ方）
- また、工場見学、パンフレット配布、ホームページの活用などを通じて食の安全にかかわる情報の提供と同時に、お客様のご意見をお聞きするという活動も行っている。
- ・添加物、残留農薬などについては、お客様から聞かれる前に、積極的に情報提供をしていくことも重要で、業界挙げて取組んでいる。
- ・ネガティブな情報を伝えないのではなく、むしろ伝えることにより「お客様が知りたいことに応えていく」という姿勢を積極的にアピールしていくことが企業にとってもプラスになると考えている。

今後の課題

- ・各企業の品質保証へのとりくみ、サイエンスに関するデータ、クオリティーをお客様に「安全なんですね」と納得していただけるように、どのように伝えていけるか、その橋渡しが、企業に求められているリスクコミュニケーションであり、食育ではないかと考えている。
- ・「Risk Finding」の能力、すなわち、消費者の不安を探知して解決したり、事業予見することが難しいことを感知する能力が必要である。
- ・輸入食品も視野にいれたグローバルな視点での危機に対する感度を高める必要がある。
- ・食品メーカーであっても、景品など食品以外のものを取り扱う機会があること、事業活動の拡大に伴い、従来なかった知見や未経験な案件が出てくる。これらについての安全性についての感度をもつことが必要である。
- ・サイエンスのクオリティーに「非科学者」「日常の消費者」の視点が重要であるので、もう少

し大胆に踏み入れて、Risk Finding に取り組みたい。

行政のリスクコミュニケーションに期待するもの

- ・データをできるだけ早く、広く、わかりやすい言葉で公表していただきたい。
- ・消費者は、商品やサービスを提供している事業者に安全性について問い合わせることが多い。事業者を通じて正しい情報をお客様に伝えていくというコミュニケーションも考えていただきたい。
- ・情報の「前提」について、消費者はよくわからない、もしくは、わかっていないことが前提となることもある。このようなことを説明してほしい。
- ・決して、「安心してください」と言うのではなく、「消費者が知りたいこと」という視点から説明していただきたい。
- ・リスクコミュニケーションのサイズ、場所、対象などを工夫し、一般消費者と接する場をもってほしい。必ずしも食品安全委員会が主催するというものだけではなく、いろいろなイベントなどを活用するのでも一方法だと思う。例えば、消費者センター、地域のコミュニティーセンター、大学祭などを利用することも考えてはどうか。

質疑応答：

Q：お客様とのコミュニケーションに対する企業内外の評価は、どのような形で出てくるのか。

A：クレームをお申し出になったお客様に対して、後日、アンケートで我々（企業）の説明についての理解度、誠意が感じられたかどうかなどを伺っている。また、情報提供については、それに関するお問い合わせの件数が減ったということは、情報が行き届いたことの現れだと思っている。社内監査的なものは正式にはないが、担当部署に対する、予算や人の配置などから、社内での評価が感じとれる。

Q：いろいろな情報があり、消費者の間でも知っている情報が一致していない中で、更に情報を提供しても、不安が収まるかということと必ずしもそうではない。むしろ判断力の問題かと思う。消費者の判断力に変化は見られるか。

A：得られた情報から自分で応用して考えることが足りない気がする。しかし、お客様にご理解いただくために、また、不安を取り除くためには、お客様が知りたいことに1つずつお応えして、情報提供をし続けなければならないと思う。

Q：説明するのが難しいお問い合わせについて、説明の仕方に何か工夫があるのか。

A：Q&Aを作る際に、お客様が聞きたいと思われるだろうことを想定し、その答えをサイエンティストが考え、それをもう一度、私たちお客様対応をする者が書き直す。このようなやりとりを何度か繰り返すことにより、お客様が理解できるように作り上げていく。

Q：表示の中には「デメリット表示」もあると思うが、“デメリット”の範疇をどのように考えているのか。

A：お酒などのように、危険を承知で飲んでいただかないと、正しい飲み方にはなりません、嫌なら止めても仕方がないですという意味合いのものが、デメリット表示の考え方の1つだと思う。商品の持っているマイナス面をきちんと伝えた上で、お使いいただくという考え方である。

第17回リスクコミュニケーション専門調査会
講演「外食産業における品質保証体制とリスクコミュニケーションについて
(一企業を例に)」概要

日時：平成17年8月31日(水) 15:30～

場所：食品安全委員会大会議室

講演者：株式会社すかいらーくグループ総合品質保証部長 三牧国昭氏

講演概要：

『食品衛生』の定義と自主管理

- ・ 弊社は食品衛生を「食品からお客様の命を守るあらゆる行為」と定義している。
- ・ 食品衛生法とともに、WHOの考え方を踏襲するための取組みを日々実施している。
- ・ 食品衛生自主管理体制としては、食品事故を起こさないための管理：「総合品質保証体制」と食品事故発生時の対応：「危機管理体制」を構築し お客様の安全性を確保している。
- ・ 2000年までの管理体系は微生物による食中毒発生防止に特化していたが、食に係る様々なリスク対応への限界、農薬、抗菌性物質、特定原材料、表示等重要項目対応のために、2000年から総合品質保証部と改組し、新たな自主管理体制を構築している。
- ・ その自主管理体制は、「総合品質保証体制」と呼称し、お取引先工場の衛生レベル確保を規定した『購買管理規定』と、自社工場と店舗を現地現場現物確認のために、抜き打ちで査察し、指摘と改善を行なう『食品衛生定量管理』の二本立ての管理体制で構成される。
- ・ 『購買管理規定』はお取引先様だけでなく自社工場にも適用する。また、『食品衛生定量管理』はその結果を分析し信賞必罰で望んでいる。

『購買管理規定』～取引原料、製品の安全性確保のために～

- ・ お取引先に対して、納入原料、製品の安全性が均質的に確保されるように、弊社基本帳票を用いて、先方の工場、事業所を確認させていただき、結果を得点化する。一定水準以下の企業、または自社内で重要な問題と判断したところとは取引をしない。
- ・ 取引開始の場合は、原料、製品ごと、また、保存条件・加工条件等に応じて設定した微生物基準・検査項目・頻度を取引先に明示して共通認識のうえで安全性を確保する。
- ・ 農薬や抗菌性物質は、原則、お取引先からの念書により安全品の確認を行う。検査実施は定例検査以外に、特定国(過去違反事例の多い国)、直接輸入か否か、生鮮品か加工品か等の条件で、自社及び外部検査機関での頻度・項目を追加して実施している。
- ・ 表示は、商品基本仕様書の記載内容を全ての基本として、総合品質保証部をはじめとして、商品開発部、開発営業部が、基準に則り、チェックをする体制をとっている。外販品等はより詳細な表示を行なう為に外部専門機関に適正評価を依頼し、確認をしている。

『食品衛生定量管理』～工場・店舗の安全性確保のために～

- ・抜き打ちで工場・店舗巡視し、統一帳票に則り、査察と検査を実施している。手洗いもその場確認だけではなく、手指検査を同時に実施する。また、温度管理、日付管理、まな板の衛生管理ができているかをチェックし問題点の指導改善を実施している。
- ・巡視員は確認した不良に対しては危険行為の即刻禁止は勿論、当該商品の販売を禁止権限をもち、店舗の営業の一時禁止提案をする権限をもたせている。(店舗営業禁止は総合品質保証部部長が認め各社代表が即刻対応し実施する)

『危機管理体制』～被害を最小限に食い止めるために～

- ・「食品衛生問題は起こりうる」と考えている。事故発生時、お客様を最優先に、被害を最小限にとめることが重要である。よって、『逃げるな、隠すな、うそつくな』という対応の基本姿勢を決め、全ての対応を円滑におこなえるようにしている。
- ・食品衛生問題を、その危険レベルに応じて、5段階に分類しており、食品衛生問題発生時にすべきことは、「被害者救済」「被害拡散防止」「原因究明」「再発防止」の4つに区分して対応を取っている。

リスクコミュニケーションの取組と要望

- ・リスクコミュニケーションの現状をBSEについて言えば、十分な相互理解には至っていない。その原因の1つとして、BSEはステイクホルダーの利害が絡んで、自分のバックボーンを擁護することが重要となり、互いの立場の意見を検証するということが難しいということが挙げられるのではないかと。
- ・リスクコミュニケーションの成果の1つは、ゼロリスクがないという考え方が浸透してきたことだと思う。これは、大きな成果である。「ゼロリスクはない」という概念がなければ、リスクコミュニケーションは進まない。
- ・外食産業の食品衛生責務は、お客様に安全な食を提供し食品衛生に関する事故を起こさない、万一問題が発生したときに明確に責任をとることである。外食産業における食品衛生に関するリスクコミュニケーションは、各社の対応や管理体制、予防措置について情報を開示することに始まると考えている。
- ・外食の基本は「お客様に喜んでいただく」ことである。そのために、食中毒防止対策に留まらず、「フードガイド」を取組み、「原産地表示」「食育」なども推進していくこととしている。
- ・各業界、団体への要望
マスコミ関係者：表現の仕方で印象が変わってくるので、良いものは良い、悪いものは悪いと冷静に伝えていただきたい。
消費者団体等：企業における安全性確保対応や緊急対応、情報公開内容などの現状を食糧事情も踏まえて、判断し、消費者全体に広く伝えていただきたい。不適合品に対する是正措置についても共に考えていきたい。
国・自治体：リスク分析の結果をわかりやすく解析して欲しい。今後発生するであろう食の問題を開示し、一定のガイドラインを作成し、基本的対応を示してい

ただきたい。品質管理体制の整備にかかるシステム（検査態勢）や経費への支援をお願いしたい。

質疑応答：

Q：ゼロリスクはないという認識が広まってきたとのことであったが、本当にそうなのか。

A：たとえば、商品の回収などの社告を出したときに、以前は、けしからぬという印象を持たれたが、今は、ちゃんとやっているという印象に変わってきたと感じる。お客様相談室に寄せられる声も、以前は「絶対に許せない」というものがあったが、今は、「どのくらいリスクがあるのか」という風になってきている。また、企業自身も、事故は絶対に起こらないという考えから、うちの会社でも起こる可能性はないかという風な見方をするようになってきた。

主な意見：

- ・食品の生産と消費が完全に分離してしまっているため、事業者と消費者の（科学的あるいは社会的な公正さに基づく）健全な緊張関係が求められると思う。
- ・我が国で国際基準以上の安全性基準を求めていくことは、消費者を過度にゼロリスクへと煽ってしまっていて、かえって危険なのではないか。
- ・我が国よりも緩い海外の規制について、報道で「基準値」だけを強調されると消費者は混乱してしまう。なぜ基準値が異なるのかを冷静に報道してほしい。
- ・農薬の残留基準についても、設定の仕方、考え方について繰り返し、いろいろな場面で消費者に伝えることが大事だと思う。
- ・企業が商品の回収をする際の社告に膨大な費用がかかるとのことであるが、消費者団体のHPも活用されてはどうか。

以上

第18回リスクコミュニケーション専門調査会
講演「コミュニケーションのとり方 - さまざまな事例から - 」 概要

日時：平成17年9月13日（火） 15：00～

場所：食品安全委員会大会議室

講演者：消費科学連合会副会長 犬伏由利子氏

講演概要：

リスクのとらえ方、感じ方に影響する事象

- ・一般の人々にとって、コミュニケーションとは、お互いの気持ちや立場を理解、納得するための手段だと思ふ。リスクコミュニケーションとは、事実に対して、わからないこと、考え方などについて、双方向で話し合える場であると理解している。
- ・不治の病、天災など、人知の及ばないことにリスクの存在を感じ、不安を増大させている。
- ・情報の氾濫によってもまた、不安が不安を呼んでいる。たとえば、鳥インフルエンザの報道では、鳥から鳥への感染を予防するために、鳥が処分されたということがあまりよく伝わらず、すべてしょぶんしなければならないほど恐ろしいウイルスなのだと思ってしまう。丁寧な説明なしに情報だけが伝えられていることにより、不安が増大する。
- ・リスクについて、事実としてしっかりと認識しようとしても、情報の氾濫の中で、ゆがんだ情報としてとらえてしまう。
- ・遺伝子組換え食品が栽培され、それが他の場所にも広がっている、また、製品への混入が5%未満であれば表示しなくてもよいなど、生半可な知識、情報によっていろいろな憶測が生まれるというのが現状の一般の社会なのではないかと思う。
- ・人々の疑問に対して、真摯な答えがないと、憶測が憶測を呼んでとんでもない話になっていってしまう。
- ・不安を増大させる事柄として、「嘘、欺瞞」「不透明さ」「不確定、多様な評価」「立場による評価の相違」が挙げられる。利害関係者の率直な思い（たとえば、農薬を使用することにより、作業が楽になること、安全な農薬の使い方、科学的に決められたADIなど）に基づいて話し合いができれば、納得につながる。
- ・報道や広報をする場合には、相手が、非専門家、素人であることを意識して、一からの説明をしてほしい。それは、報道する側の最低限の責任ではないか。本能的な感覚で怖いと思ったときに、それを更に助長するようなことを極力減らす努力をしていただきたい。

リスクに関する教育のありかた

- ・義務教育の場でも、「生きる」「生活する」ということに特化して、教育すべきではないか。かつては、生きるための教育が、親や家族などにより教えられてきた。生半可な知識で変な推測をすることのないよう判断力を養う教育が必要である。
- ・日々起こる事件や事故のほとんどは人為的なミスであろうと多くの人は感じていると思

う。このような人為的ミスはルールによって回避できるのでこれらをリスクとは捉えていないと思う。(この部分はリスクのとらえ方の2つ目の・の次に移動してください)

質疑応答:

Q：消費者と事業者は感情的なレベルの対立があるのではないかと思う。このような状況の中で、リスクコミュニケーションはどのようにすればよいのか。事業者と消費者の話し合いを何度か繰り返すことにより、両者の関係が良くなったという経験があれば、詳しく知りたい。

A：すべての事柄に対して対立的立場にあるとは考えていない。

私どもをはじめとして消費者団体では、企業を訪問して、実際の対応を見てくる。今のこの豊かさを享受できているということは、企業の努力の上に成り立っているものもあるので、消費者としては、消費するだけでなく、理解し、かつ要望するということの繰り返しをしていくことだと考えている。

事業者にはエンドユーザーの声を単にクレームとしてではなく、そこから、事業者にとってもプラスになる情報としてとりあげようという思いがあるように感じる。消費者と事業者がお互いに育っていくことにより、豊かになっていくという思いが現代は育っていると感じている。

Q：「不安を増大させる事柄」の1つとして「ルール、規制のない時（例：農薬、添加物のADI、摂取量等）」とあるが、具体的にはどのような事例を指しているのか。

A：ADIや一日摂取量など変わるものであっても一応の目安が決められていることにある程度の安心を覚えるものだと考える。科学的見解といわれるものが、右から左と大きく揺れる時、例えば、コレステロールの高い人は植物性の油が良くて、動物性はだめだという話があるかと思えば、バターの方が良いという話もあると消費者は混乱を起こす。

主な意見：

・昔の義務教育の家庭科教科書について、実践的な食育である旨言及されていたが、その時代の家庭科教育は「主婦養成」のためのものであった。また、家庭での口伝の教育も、すべての家庭で行われていたわけではない。これからの食育を考える時に、過去に遡ることが必ずしも得策であるとは言えないと思う。

第18回リスクコミュニケーション専門調査会
講演「リスクコミュニケーションと消費者団体の役割」 概要

日時：平成17年9月13日（火） 15：00～

場所：食品安全委員会大会議室

講演者：全国消費者団体連絡会事務局長 神田敏子氏

講演概要：

リスクコミュニケーションのこれまでの成果、現状と課題

- ・ これまでは、消費者団体が政府に質問をしても、結論だけの返事が通常であったが、プロセスの段階から関われるようになった。また、消費者団体から政府に対して政策への一定の意見の反映ができるようになったという点で、リスクコミュニケーションへの期待は大きい。
- ・ パブリックコメント、意見交換会などに参加する機会が増えたこと、行政との連携がとれる機会が増えてきた。また、消費者に届く情報の質、量が良くなった。
- ・ 一方で、まだ、不十分な点もある。

情報や意見の相互交換と言う点では、少しの前進はあったが、政策・対策づくりの過程にステイクホルダーが参加するという状況に引き上げることが必要である。

消費者からの意見がどのように反映されたのかが明確になっておらず、結論に対して消費者は納得感が得られていない。不消化に終わっており、かえって不信感が芽生えるという状況である。

消費者の懸念、価値観、不安感が考慮されるようには思えないという側面がまだまだある。

予防的な観点から早めの対応がされるようになり、情報提供もあるが、情報の裏付け、根拠、理由が示されずにすすめられていることもある。

議論を深める、中身の濃いやりとりができる場が設定されていない。いろいろな立場の人が関わって政策や対策が立てられているということが周知されることが必要である。

- ・ EUでは消費者団体が政策決定の場に組み込まれており、日常的に消費者の意見を聞くシステムになっている。その結果、政策や対策に関する人々の信頼度は高くなっていると思う。
- ・ EUでは、消費者団体が主催してリスクコミュニケーションを開いており、そこで寄せられた意見を行政にも伝えていくということもしているようだ。しかし、日本においては、当面は、行政の行うリスクコミュニケーションがより充実していくことが先行していくべきではないかと思う。
- ・ 消費者基本法の改正により、消費者の権利が明文化された。そして、消費者団体の役割も新たに盛り込まれた。このような中で、事業者と消費者には、いろいろな意味で格差があることが前提であるということ意識した消費者政策が行われていく必要があると思

う。

消費者団体にできること

- ・リスクコミュニケーションの自ら参加し意見を述べること、参加を呼びかけていくことが必要。また、情報提供、情報収集を充実させること、「消費者力」を付けるための啓発活動だとか、国・地方行政との協力、専門家とのネットワーク強化、マスコミとの関係、事業者団体との意見交換なども必要。
- ・全国消費者団体連絡会では、機関紙の発行、行政からの資料の配付、機関会議、学習会、シンポジウム、セミナー、講師活動などを行っている。全国消費者大会も開催しており、2日間で千数百人の消費者が参加している。
- ・今後、消費者団体の力量アップ（意見を述べる力を身につける）を図りたい。また、情報提供・収集、特にホームページを充実させていきたい。

食育とリスクコミュニケーション

- ・食育に関する情報提供等のあり方については、消費者に何かを押しつけるということではなくて「選択力」「判断力」を付けるということに役立つ内容、方法が求められると思う。具体的できめ細かな情報提供の仕方が必要ではないかと思う。
- ・情報の内容については、「基本的な知識」を全体的に行き渡るようにすること、「具体的な問題に対する対応」として、情報を得る手段の周知をすること、「実際にどのような食べたらいいのかが考えられる情報」、たとえば、安全の程度、防ぐ方法など詳しい情報を提供することが必要である。
- ・情報提供の仕方は、総合的、計画的に行うことと、事業者等との連携が非常に重要であると思う。特に、消費者は、実際に買うところ、食べるところで情報を得ることが多い。そういう場での情報提供が非常に重要ではないかと思う。

質疑応答:

Q：これまで行われてきた教育研究について、学問の研究対象として専門家から出てきた情報や実績と消費生活の現場から出てきた問題との間に差があったのではないかと。生活の題材を直接取り上げた教育を行う必要があると思うが、どうか。

A：これまで、食品の問題では、限られた専門家との協力関係はできていたが、大学などの関わりはあまりなかった。今後は、大学、消費者団体との連携、協力関係を持つことも必要だと思う。

A：(意見)：生活科学や家政学は個々の消費者の生活問題は、学問の対象になり得ないと判断されてきたために、学術的業績にはなり得なかったという歴史的背景があるのだろうと思う。これからは、食の情報の取り扱い方に関する研究などこれまで取り上げられなかったことを対象にした教育や研究の必要性が大学の経営者に認識されるであろうかということを考えている。

A：(意見)：最近5年ぐらいで、これまでの形而上学的な学問を重視する立場から、実際に役立つための学術的研究も必要だという立場へと変化していると思う。

食品分野では疫学的な研究が日本ではまだ不十分である。機関として取り組んでいく

システムが出来はじめている。

Q：魚に含まれるメチル水銀に関するリスクコミュニケーションで、妊婦に対する摂取上の注意事項案が示され、新聞でも報道されたが、大々的ではなく、記事を読まなかった人は気付かなかったようだ。消費者団体としてどのように広報をしていくか、どう受け止めるかというような議論はあったか。また、フォローアップの仕組みが必要で、リスクコミュニケーションに入れて欲しい。

A：今回は、魚の良さについて述べた上で、摂食量について具体的にわかりやすい情報提供が行政からされた。前回の（キンメダイにおけるメチル水銀の情報提供の時には大きな混乱をもたらしたようだ、）教訓が生かされたと思う。

今後とも情報収集の必要はあるが、情報を出すということが基本だと思う。

主な意見：

・食品安全委員会は、科学的な評価をすることと、管理官庁とのリスクコミュニケーションの調整をするという2つの役割を担っている。科学的な評価について、国民の方々に周知するという点では不十分かもしれないが、科学者がどのような過程で結論を出したかということの中立性、客観性を持って行ってきた。食品安全委員会は、評価は科学的にするが、リスクコミュニケーションの場では管理官庁と一緒に国民の意見を吸い上げる役も担わなければならないと思う。国民は、政策決定というところに自分たちの意見をもっと入れて欲しいと言うことを言っているのかもしれない。この点については、難しい問題だと認識している。

消費者の立場からは、管理と評価の問題を分けて意見を言うように言われても難しい。

受ける側が仕分けをすべきであると思う。リスク管理については、消費者の懸念、社会的な状況などを加味して結論を出していくことが必要だと思う。

・先週の環境科学会年会においてリスクガバナンスのあり方が論じられ、その中で参加型と対話型という対比が示された。これをわが国の食品安全リスクコミュニケーションにあてはめると対話型はやや進んできているが、参加型については意思決定のプロセスに社会の構成員が適切に参加していく保証がどこまで進んでいるかが重要な課題になっておりさらに改善が必要と思われる。

・国際化学物質安全性計画ではインテグレートド・リスクアセスメント（統合的なリスク評価）というプロジェクトの取組みがされているが、そこではリスク管理と評価を一体として考えて最終的にリスク管理にどううまく反映させるかということを考えている。リスク評価と、リスク管理を概念としては分けても、実際的には適切なリスク管理の実現に良く連携させる仕組み作りをする必要があると言われている。

以上

第19回リスクコミュニケーション専門調査会

講演「生産者(漁業者)から見たリスクコミュニケーションと食育の進め方」 概要

日時：平成17年9月27日(火) 10:00～

場所：食品安全委員会大会議室

講演者：全国漁業協同組合連合会常務理事 新蔵敏彦氏

講演概要：

わが国漁業の現状

生産量、漁業就業者数共に減少傾向にある。漁業組織としての経営が難しく、合理化、再編が急務である。消費に向けて魚をどう売っていくかを考えなければいけない。水産基本計画に則り、水産物を安定に供給することや都市住民に健全なレクリエーションの場の提供を通じ、豊かで安心できる国民生活の基盤を支えていくようにすることを方針としている。

リスク管理に関する取組

- ・品質管理、衛生管理に対する取組みは、売り手市場から買い手市場へという市場の変化と共に、変わり、高度化している。漁獲ごとの丁寧な取り扱いと、手早い処理、温度管理が重要な要素である。以前は、市場で直置きで入札にかけていたが、現在では、捕った後氷詰めにして、そのまま入札にかけている。衛生管理、品質管理のためには、水揚場、輸送、加工場での一貫した取組みがされている。
- ・養殖についても、カキやホタテを定期的に貝毒の検査を実施するなど、安全性の確保に努めている。検査の対象品目、海域、規制の開始日、内容などを公開している。検査をした結果基準値を超えた場合は、出荷自主規制をしている。基準をクリアしたものには、安全シールを付けて出荷するなどの工夫もされている。
- ・産地市場の衛生管理も進めており、平成16年度の水産物安全・安心推進強化事業として、管理市場の認定事業がある。優良衛生品品質管理では、チェックシートがあり、それによって市場を評価するという進め方をしている。
- ・加工場では、出荷検査として、一般細菌、大腸菌類、大腸菌ピブリオ、異物混入などのチェックを行っている。

食育・魚食普及

魚食普及のためのパンフレットやビデオの作成、料理教室の開催、学校行事への参加、体験学習の実施をしている。また、環境問題と魚食という視点での消費者との交流もすすめている。

リスクコミュニケーション

- ・情報の伝え方など、リスクコミュニケーションの重要性は、実感しているところである。生産者としてもいろいろ努力をしているが、消費者からの信頼を得るためにはまだまだ

努力が必要だと思う。万一何か問題があった場合には、正確にスピーディに情報を公開し、具体的な改善結果を伝えることが重要だと思う。

- ・消費者の考えが一番重要であるが、生産者の立場もあり、生産者、消費者双方の意見を頭に入れることにより、よりよい判断ができると認識している。

質疑応答：

Q：出荷後にウィルスによる汚染など何か起こった場合には、どのようなシステムによって、どのくらいの時間で生産者に伝わり、どのような対策がとられるのか。

A：漁業組合などを通じて伝わり出荷を止める。カキについては、自主規制システムがあり、それに従って対応をとる。

Q：漁業の市場がかつての売り手市場から買い手市場に変わったとのことであったが、日常的に買い手の要望を聞くシステムができてきているのか。

A：買い手は消費者というよりも、量販店のバイヤーということが多い。価格交渉の場面では、生産価格というより、量販店主導で決まっていくことが多い。

Q：養殖魚は抗生物質や飼料についての心配が言われたことがあったが、養殖の管理システムなどの情報が伝わってくることにより、安全であることが認識されてきたと思う。生産者側の技術革新、魚に含まれるメチル水銀への対応などについて、積極的に情報を出してほしい。

A：養殖魚の安全性などについては生産者としてもPRしているがPRの仕方をもっと工夫していかなければならないと考えている。

Q：今回のメチル水銀に関するリスクコミュニケーションはうまくいったと思うが、その後の対策に関する情報などを行政だけでなく生産者からも継続的に提供してほしい。

A：生産者も情報開示の必要性は感じている。(国に対し)リスクコミュニケーションを行う際には、消費者の保障はもちろん重要であるが、いわゆる「風評被害」が起きたときに一番ダメージを受けるのは生産者であることをよく理解してほしい。

以上

第19回リスクコミュニケーション専門調査会
講演「食品・農業・教育の立場で食育を考える」 概要

日時：平成17年9月27日（火） 10：40～

場所：食品安全委員会大会議室

講演者：門傳英慈氏

講演概要：

生産者の取組

- ・かつて、農家では農協に出荷して、値段が付けば、後は農協にお任せという考え方があった。生産者が農協に対して情報提供を求めることもしなかったし、農協も生産者に情報を積極的に出すこともなかった。しかし、現在では、栽培履歴記録簿を作成しており、生産者、農家、組合員と農協が1つのラインでつながってお互いのために取り組むという体制ができてきた。
- ・農協で集められた米の中に異品種が混入してしまうと、価値が下がってしまい、産地自体が大きく評価を下げることになるので、収穫時に使用するコンバイン、乾燥機についても掃除を徹底し、別の品種が混入しないようにするなど、栽培履歴記録との整合性を保証するために、生産者自身も緊張感をもって対応するようになった。
- ・食品製造の現場では、消費者からのクレームもありがたい。実際に寄せられるクレームに対して、製造側でいかに解決するかということに努力し、改善していくということが大事である。賢い消費者によって良い商品をつくっていただいているということもある。
- ・納豆の原料の大豆は、消費者の国産志向により、国内の作付け面積は増加傾向が見えたが、不作が続き、価格暴騰になったが、製品価格を上げるとスーパーとの取引が難しくなり、輸入の大豆を使わざるを得ない状況である。
- ・納豆の原料、原産地表示は義務ではないが、商品のデザイン上、地元でとれた大豆を使用しているように思われることもあり、一括表示の欄に、中国産の大豆を使用している旨を表示したところ、騙したようにとられることもある。現在は、原産地表示は義務ではないが、消費者のためだけでなく事業者のためでもあるので、早めに原料の原産地表示をした方がよいのではないかと思う。

食育について

- ・食育基本法を実のある法律にしていくことが大きな課題だと認識している。品目毎の消費拡大への取組のようではなく、国民総出で国民運動としての食育の推進が必要だと思う。
- ・都道府県、市町村の取組みに温度差が出ないように、必ず実施するという形を是非つけていただきたい。
- ・食育の推進のためには、高齢者の智恵を活用することも大事である。

- ・子供達への教育も、学校給食などで、単に地産地消を提唱するのではなく、ストーリー性をもって示していくことが大事である。たとえば、圃場、農場での栽培過程が見えるというのが理想である。
- ・自給率向上のために、価格や品質、安全、安心などいろいろな点から考えて、輸入農作物よりも国産のものにシフトしていくような取組を戦略として考える必要がある。
- ・五健主義（土 農業 食 人 国という風に、土が健やかであることによって国全体のためにもなる）を改めて、認識したい。

質疑応答：

Q：栽培履歴記録簿の記載内容の検証はどのように行っているのか。

A：記載内容がまちがっていることは全くないとは言えないが、たとえば、検査で検出されやすい農薬について、記載内容がまちがっていると売れなくなるので、売っているものでは、問題はないと思う。

Q：米の異品種の混入に対して厳しいチェックをされているようだが、作業上故意ではなく混入するのはやむを得ないと思う。消費者はそこまでの厳しさは求めていると思う。やむを得ないことについては消費者とのコミュニケーションにより同意が得られるのではないか。

A：生産者と販売者の間でも、それぞれの工程で異品種の混入の有無について疑問が払拭しきれていない部分もある。

一方で、生産者の自己満足、産地の商売上の優位性訴求のためという側面もある。

確かに、価格に対して敏感な反応が見られる米について、異品種の混入がどの程度問題なのか、検証していく必要もあると思う。

Q：農薬の散布回数が減少したとのことであったが、使用する農薬の効果によるものか、以前は過度に使用していたのか。

A：これまでは、過度に使いすぎている傾向にあると思う。

第20回リスクコミュニケーション専門調査会
講演「東京都におけるリスクコミュニケーションの取組について」 概要

日時：平成17年10月17日（月） 14：20～

場所：食品安全委員会大会議室

講演者：小川誠一氏（東京都福祉保健局健康安全室食品監視課長）

講演概要：

都における取組

- ・平成13年の国内でのBSE発生があったこともあり、「東京都食品安全条例」を制定した。本条例では、事業者に対する「『自主回収報告制度』の創設」もされている。その後、平成17年に「東京都食品安全推進計画」を策定した。本計画の中では、11の「戦略的プラン」として、適正表示の推進、食育、リスクコミュニケーションの推進も盛り込まれている。
- ・自治体が行うべきリスクコミュニケーションは、法を踏まえ、地域の課題やニーズに即した施策に基づき、地域における事業者、住民の理解と一体となって協力を促進されるよう、議論を行っている。具体的な取組としては、このような考え方に基づく、監視指導、情報提供、調査研究などである。
- ・リスクコミュニケーションを戦略的に進める上で、行政と専門家で検討する「食品安全情報評価委員会」、情報提供のためには、「食の安全都民フォーラム」など、講習会、説明会、ホームページを運営しており、情報収集のためには、調査やパブリックコメントを実施している。
- ・また、ネット上のフォーラム「食品安全ネットフォーラム」を開設し、食品への信頼回復、食育、食品表示、食中毒対策などをテーマにして、各方面の方々からのご意見を伺っている。
- ・緊急時のリスクコミュニケーションとして、対応が難しかった事例として、都内で生産された農作物から食品衛生法の基準値を超える残留農薬が検出されたということが挙げられる。早く情報を伝える必要性と混乱を回避することを両立させるために苦労した。情報提供にあたっては「原因は何か」、「健康への影響」、「販売状況」、「改善策」について混乱がないよう説明した。特に、改善策については、調査結果の判明後に、原因と健康への影響等を含めて、「当面の対応」と「今後の善後策」を合わせて情報提供したことにより、混乱はなく、冷静な対応ができたと思っている。
- ・平常時のリスクコミュニケーションの具体的取組として、鶏肉とカンピロバクターに関する情報提供が挙げられる。食品安全情報評価委員会では、正しい理解を進める留意点として、「過度の不安を回避」、「食中毒の防止が可能であることの理解」ということを念頭において議論がされた。その結果をふまえ、「都民の目線に立った、より具体的でわか

りやすい情報提供が必要」という視点から情報提供を検討した。適切な加熱調理方法を「加熱による色の変化」(肉団子、焼き鳥)という、視覚に訴える情報提供を行うと共に、受け手の疑問に応える情報提供のためにQ & A集やパンフレット、ホームページを作成した。

- ・鳥肉を食べなくなるといった過度な反応が出ないように、「正しい理解でおいしく食べる」ということを伝えることに留意しつつ、事業者には、「よほどきちんとしたものではない限り、生肉の提供は控える」ということを、はっきり言ってきた。

国のリスクコミュニケーションに望むこと

- ・リスクコミュニケーションを実施する際のコーディネーターは、企画段階から戦略的にある程度影響の結果まで見通しながら全体像を把握できる人が必要なのではないかと思う。そのための研修が、自治体も含めて必要。
- ・意見交換会などを自治体と共同開催するなど連携が必要。
- ・国が発信している情報について、国民の受け止め方の定期的な把握と公表が必要。自治体におけるリスク管理は、国のリスク管理と一体になって地域住民、消費者に伝わる。国における情報発信の状態を説明しながら、自治体の施策を説明していきたい。

質疑応答：

Q：関係者からの情報を収集する場合に、トータルで情報を収集する部署があるのか。

A：情報を専門的に集める「食品医薬品安全情報係」を設けている。ここは、「食品安全情報評価委員会」の事務局でもある。

Q：ネットフォーラムについて、とりあげるテーマはどのようにして決めるのか。また、アドバイザー的な方がいらっしゃるのかどうか、参加状況、参加者の特徴について教えてほしい。

A：テーマについては、収集した情報の中から、都民の関心の高さなどを考慮し、「食品安全情報評価委員会」の委員の意見などを参考にしながら検討する。

ネットフォーラムへの参加者について、投稿者は若い方が多いようだ。投稿の量は、テーマにより変動がある。平成15年8月発足以来、現在まで約400件を超えていると思う。

Q：ネットフォーラムは、ネット荒らしなどの統制が難しいと思うが、何か工夫がされているのか。

A：投稿に特に制限をするという事はしていないが、誹謗中傷など不適切な内容については事務局で修正させていただく。また、行政に回答を求められていると思われるものについては、行政としてコメントを出すこともある。

Q：「専門スタッフによる相談窓口」の対応マニュアルは、リスクコミュニケーションの見地に立ったものなのか、何か工夫があるのか。

A：専門家として、獣医師、畜産、水産などの分野が専門の職員で対応しているが、本人の資質と研修に頼っているところで、リスクコミュニケーションの視点での体系的な育成はまだなされていないのが現状。

意見：アメリカのATSDRでは地域住民に対する有害情報提供についてのリスクコミュニケーションマニュアルがある。政府、自治体でもこのような具体的なものを参考に検討することも必要なのではないか。

Q：東京都で行われているこのようなリスクコミュニケーションには、どのくらいのコストがかかっているのか。事故が起きてからの対応はコストがかかるので、このように、先行投資という形で体制が整えられるということが、都庁内での評価はどのようなものか。

A：都の重要施策の1つとしてすすめてきた。安全情報係の設置、「食品安全情報評価委員会」の設置などに伴う諸経費ということで予算要求をしてきた。また、このような取組が組織の中のトップにも認識されるということが施策推進に役立つと考える。未然防止を見据えて現在のような取組になっているが、未然防止について成果を客観的に評価するのは、難しいと思われる。しかし、情報提供と情報収集、情報の反映を見える形で出していくということについては、悪い評価ではないと思っている。

Q：全国的な影響がある問題は、政府で対応がとられるが、東京都で改めて別に条例をつくって制度化するというのは、ダブルの規制にならないのかという疑問があるが、どうか。

A：国の法律と競合することはない。取り組むテーマについて、明確に分けている。たとえば、「自主回収報告制度」は、生産地ではなじまず、東京が大消費地であるというという特性を踏まえてのものである。

Q：現在の科学的知見という部分で明確でないもののリスクコミュニケーションについて、どのように考えているのか。

A：科学的知見は、発展していくものなので、今の時点での最新の知見をふまえて情報を発信していくということだと思う。

以上

第20回リスクコミュニケーション専門調査会
講演「食の安全とリスクコミュニケーション
- 食の安全を県民の安心に繋げるために -」 概要

日時：平成17年10月17日(月) 15:10～

場所：食品安全委員会大会議室

講演者：成尾雅貴氏(熊本県環境生活部食の安全・消費生活課課長補佐)

講演概要：

熊本県における取組

- ・平成14年10月に知事をトップとする「熊本県食の安全対策会議」が設置された。
その後、11月に「熊本県食の安全対策懇話会」を設置し、平成15年3月に「くまもと食の安全安心のための基本方針」を策定した。4月には、食の安全・消費生活課を設置し、県の部局間の連携が強化された。さらに平成15年8月には「くまもと食の安全県民会議」が設立された。
 - ・「くまもと食の安全県民会議」は、諮問機関、委員制度ではなく、生産者や消費者等の各団体に参加していただいている点が特徴である。会長は熊本県立大学の学長(当時)で、県立大学と共催という形でのフォーラムも開催している。政策決定のために意見を聞くというだけでなく、それぞれがパートナーシップの下で、食の安全・安心を確保するというスタンスである。
 - ・県民会議では、アクションプランを採択して、進めている。例えば、
 - 「食の安全、安心に関するQ&Aの作成」：コミュニケーションツールとして活用
 - ・食の安全県民会議の構成団体の方々からQを募集した。
 - ・Q&Aを回答兼解説書とした「チャレンジ！食博士テスト」というドリルも作成した。
 - ・これらで取り上げた項目については、県民カレッジでも同様のテーマを設定し、ドリルを活用した勉強会をしている。
 - 「安全・安心な食を消費者に提供できるような仕組み作り」
 - ・「食品関連事業者向け行動規範策定セミナー」を行い、食の安全に対する企業の取組みを広く一般に紹介することにより、従業員の行動規範への認識を高めるとともに、消費者の信頼も得ている。
- 地域活動をベースにしたネットワークの構築をめざした意見交換・情報交換
- ・「食の安全安心市町村ネットワーク」により、市町村の皆さんに県から直接情報を流している。更に、必要に応じて市町村の広報誌での周知をお願いしている。
 - ・地域単位での食の安全フォーラムの開催とも実施している。

- ・鳥インフルエンザ発生の際には、消費者、関係業者それぞれを対象とした説明会を開催した。また、BSE 発生の際には、国の確定検査の結果が出てすぐに「熊本県食の安全対策会議」をプレスオープンで開催し、知事が先頭に立って適切な指示と対応をしていることを県民に伝えた。
- ・「食の安全・安心110番」を設置することにより、一般の消費者の方の不安を有効に把握することができる。たとえば、BSE の際には、相談内容から牛肉に対する不安よりも牛乳への不安を一般の消費者がたくさん持っておられるということが見えてきて、その点を中心に情報提供した。
- ・「九州・山口地域食の安全安心行政ネットワーク」が平成17年8月に設置された。食の安全・安心についての危機管理という位置づけのネットワークであり、情報伝達責任者を決めて、連絡網が整備し、情報伝達の漏れがないようにしている。情報の共有とともに、各県が一体となって情報を発信することにより、情報の信用性を高めることができるとの考え方である。

今後の取組

- ・ポジティブリスト制の導入を控え、全国でもトップレベルの検査体制の整備を行うとともに、検査結果の迅速な公表に努めていきたい。
- ・今年度中に食の安全安心推進条例（平成17年4月1日施行）に基づく「食の安全安心推進計画」の策定を目指し、情報提供の方法についても検討していきたい。

質疑応答：

Q：食の安全に向けた取組みとそれを伝える努力について、具体例があれば紹介してほしい。

A：各種資料については、多くをホームページに掲載するなどしている。

Q：一般消費者が情報を得る機会の確保は、どのように行っているか。

A：食の安全・消費生活課で相談を受け付けている。また、地域振興局で開催するフォーラム、地域で行う出前講座などがある。

Q：消費者の意見、県民会議の決定を施策にどのように反映させているのか。

A：県民会議やフォーラムで出された意見について、「食の安全安心Q & A」という形にして冊子や、「食育ドリル」にまとめた。

以上