

食のリスクコミュニケーション意見交換会（大阪）

日 時：平成 15 年 11 月 28 日（金）14:00～17:00

場 所：阿倍野区民センター（大阪市阿倍野区）

開会

（事務局：岩淵総務課長） ただいまから「食のリスクコミュニケーション意見交換会を開催いたします。

資料の確認をさせていただきます。本日の議事次第、「食のリスクコミュニケーション意見交換会 大阪資料」というとじた資料、食品安全委員会の活動状況および今後の予定についてまとめた資料を入れていきますので、参考にしていただきたいと思います。

次に、横長の「新食品衛生法の概要」、これは厚生労働省の資料です。縦長の「消費安全局設置から4か月間の取組のポイント」、これは農林水産省の取り組みに関する資料です。同じく農林水産省の「食の安全・安心のための政策大綱」、「新たな農林水産行政の確立に向けて」という資料があります。

次に、家族で食事をしている色刷りのパンフレットで「さらなる食品の安全性の確保に向けて」、これは内閣府の食品安全委員会が活動を紹介するために作ったパンフレットですので、ごらんいただきたいと思います。同じく色刷りで「消費者の部屋」、これは農林水産省の資料です。

最後に「食のリスクコミュニケーション意見交換会（大阪）に参加いただいた皆様へ」ということで、アンケート用紙をお配りしています。このアンケートは、今後私どもが行いますリスクコミュニケーション、あるいはこのような意見交換会をよりよいものにしていくための参考にさせていただきたいと思っていますので、ぜひご記入をお願いします。会の終わりに出口に回収箱を設けますのでよろしくをお願いします。資料の確認は以上です。

はじめに、寺田食品安全委員会委員長よりごあいさつを申し上げます。

開会挨拶

寺田 雅昭（食品安全委員会委員長）

（寺田） 食品安全委員会の委員長をやっています寺田です。今日はこの交換会において  
くださいます。ありがとうございます。

皆さんご存じのとおり、食品が非常にグローバル化したとか、新しい食品が次々に出て  
きた。バラエティがあって大変いいことなのですが、一方、BSEの問題やO157等、  
国民が食に対して安心・安全を必ずしも持てなくなってきたという時代が来ました。

食べ物というのは昔から安全なものであって、これが安心できないことになる大変な  
ことだということで、食品安全基本法が5月22日に議員立法でできました。それをもとに  
して7月1日から食品安全委員会が内閣府の中にできました。

これのもとになっている行政の取り組みの枠組みは、聞き慣れない言葉かも知りませ  
んが、「リスク分析」を真ん中に据えて、それを組織の上できちんとやっていこうとい  
うことです。

実際のリスク分析に関しては今日の基調演説で木下先生が詳しく分かりやすく説明して  
くださると思いますが、実際の枠組みのことを言いますと、厚生労働省・農水省・環境省  
が、いわゆるリスク管理。

カタカナが多くて僕もこれは何とか日本語にならないかと思うのですが、リスクとい  
うのは、いわゆる危険度といいますが、危険の確率とその程度というような言葉を含めたカ  
タカナの言葉なのですが、これがやがては日本語になることを、木下先生などのお知恵を  
借りていい言葉ができたらいいなと本当は思っています。

それは別にして、管理のほうは今言いました3省がやる。あるいはほかのところもやる  
場合があるかも知りません。では安全委員会は何をやるかといいますが、科学的な評価  
をする。評価をする場合には、管理や経済的な問題をできるだけ外して、建前上の話で  
すが、独立性と透明性をもって安全委員会で評価をする。例えば農薬がこの程度ならいいだ

ろうという評価をするわけです。その評価の結果を管理機関である厚生労働省・農水省・環境省にお返しして、その管理機関がその中でいろいろなことを考えて行政の面に返していく。

どうしても食べ物や安全に関しては管理のほうに引っ張られて、例えばBSEの場合もどうしても引っ張られたのだらうと思います。やはり科学的な評価をインディペンデントにきちんとやるのが非常に大事です。

リスクの科学的な評価というのはまだまだ未熟なところがあります。しかしこれから21世紀の科学としては非常に大事なことですし、これから発達していく分野だと思えますし、そういうことをいち早く取り入れて客観的に独立性と透明性をもって評価をするということです。

その評価の内容、あるいは管理の面も含めて、リスクに対するコミュニケーション、意思の疎通がお互いに、もちろん行政の間でもそうですし、それよりも大事なのは消費者の皆さんと、あるいは生産者も全部含めて国民の皆さんと、双方向の意見交換を常に持って、分からないことも随分あるので、どういうことが分からないのかというプロセスをきちんと理解していただく。それである程度のコンセンサスを、まあそんなとこか、これ以上のことは世界ではできないのだというようなことをやっていく。

私はいつもパワーポイントを使う場合には、最後に「信なければ立たず」と。こういう食品の安全をやっている人たちがお互いに、管理も評価も、それから実際には消費者、生産者、学者も含めて、お互いに信用できるということがいちばん大事で、それを作るためにこういうコミュニケーションをやっていくのだというので、いつもスライドの終わりに書いてあるのですが、実は今日の木下先生のレジメを読んでいますとそういうことも含めたような書き方をしていますので、僕はリスクコミュニケーションに関しては素人ですが、大変心強く思いました。

今日は「大阪」という食の文化で非常に歴史のある街で、私も生まれは神戸ですからよく大阪には来ていますし、本音でしゃべるところですので、こういうところでリスクコミ

コミュニケーションの場を持てたことは大変ありがたいと思っています。

最後になりますが、大阪府、大阪市、近隣の方々、消費者の皆さん、生産者の皆さん、今日はありがとうございました。

簡単ですが、食品安全委員会の新しい仕組み等を含めましてあいさつに代えさせていただきます。どうもありがとうございました。

(岩淵) ありがとうございました。

それでは基調講演に入りたいと思います。本日は、甲子園大学学長、京都大学名誉教授の木下富雄先生から基調講演をいただきます。木下学長は、京都大学総合人間学部長などを歴任され、現在、甲子園大学学長としてお務めです。日本社会心理学会、日本リスク研究学会の元会長を務められ、我が国のリスクコミュニケーション関係の研究を今日まで引っ張ってこられました。

本日は、大変お忙しいところを時間を割いていただき、「リスクコミュニケーションの思想と技術 - 食品のリスクを中心として - 」という題でご講演をいただきます。

お手元の資料の中に、先生にいただいた詳しいレジュメが入っています。本日は時間が限られていますので、これをかいつまんだ形でお話をお願いしています。

それでは、木下先生、よろしく申し上げます。

基調講演「リスクコミュニケーションの思想と技術 - 食品のリスクを中心として - 」

木下 富雄 氏 (甲子園大学学長 京都大学名誉教授)

(木下) ただいまご紹介をいただきました木下です。今日はこのようなリスクコミュニケーションについての話をさせていただく機会を得ましたことを非常に喜んでおります。私も生まれ・育ちが阪神間ですので地元そのもので、全く余計な話ですがトラキチです。それはともかくとして、このような問題について話をする機会を与えていただきました皆様

がたと関係各位に心からお礼の言葉を申し述べさせていただきます。

話す内容はレジュメの形で皆様のお手元に届けてあります。しかし与えられた時間の範囲でこれをすべて述べることは難しいと思います。普通、大学でこのような講義をするときにはこのテーマを1年間かけてやるのですが、それを今日は40分ぐらいでやらないといけないので全部を話せません。したがって、お手持ちの資料はお帰りになった後に読んでいただくためのお土産という気持ちで差し上げてあります。

ここでお話しするのは、その中からポイントとなるようなところをかいつまんだ形で話をさせていただきます。分かりにくいところがありましたら、あとでご質問をいただくなり、会が終わったあとで聞いていただいたり、ないしは手紙・電話、いろいろな形でお問い合わせいただくとお答えできると思いますので、今日は差し当たりさわりの部分だけをお話しさせていただこうと思います。

まず、現代はどういう状態の社会かといえますと、言うまでもなく科学技術が非常に発展してきた時代であろうと思います。皆様も科学技術に随分恩恵を受けておられると思います。

身近な例では自動車があります。皆様もたのほとんどは自動車という便利な機械を使っておられると思います。家から出かけるとき、通勤するとき、旅行に行くとき、自動車は非常に便利なものです。その意味で、自動車は科学技術が生み出した一つの頂点のものであろうかと思えます。

しかしこのような便益というものだけであればいいのですが、実は自動車には数々のリスクが含まれています。実際、日本の統計によると、1年に自動車事故で死ぬ人が1万人近くいます。最近は少し減っているのですが、ほぼ1万人死にます。ということは、自動車は便利な道具であると同時に、年間1万人の人を殺す走る凶器ということになります。

もう一つの例はインターネットです。最近非常にはやっていて、皆様も随分とその恩恵を被っておられると思います。友達とメールを交換するとか、いろいろのデータを簡単にインターネットで検索できる時代になっています。これもめちゃくちゃ便利な機械だ

と思います。

ところが、インターネットはもともとアメリカの軍の研究所が開発した技術ですから、それを民間に公開する後ろにはそれなりのたくらみがあるわけです。つまり、インターネットを使いますと、私もそうですが、つい気を許して本音に近いことを書いたりします。そういうものを全部モニターしていると、だれがどのようなことを考えているか。どういう危険なコミュニケーションをしているかということが丸わかりになるわけです。その意味で我々の情報は全部盗聴されていると思います。そのような組織があります。ということとは、いつの間にか我々は裸にされている可能性もあるということです。

非常に便利な科学技術は、その背後に必ずリスクがあると思っていただければいいのではないかと思います。同じことは本日の主要なテーマである「食品」に関するものではないかと思います。

古い科学技術では農薬があります。このような科学技術が出てきたおかげで生産者の人たちは雑草を抜く労働が減ることになったわけですし、それによって生産性も随分上がってきました。非常に便利なものです。ところがその裏腹の関係として残留農薬というリスクが発生し、これによって人間が汚染されるということが言われるようになりました。つまり、農薬というものはいいことだけではなくてそのような危険性もあるわけです。

遺伝子組み換えもそうです。これによって病害に強い新しい生物ができてくる。生産量が多い食べ物ができる。非常に便利で、ある意味で夢の技術だと思います。しかしその裏腹の関係として、このような遺伝子技術が発展すると何が出てくるかもしれない。よく言われる話ですが、クローン人間が出てきて、自分とそっくりさんがもう一人出てくるのではないかと。こういうSF的な心配をされるかたも出てくる。そこまでいかないまでも、神の世界に人間が立ち入ってきているという意味で、リスクが何かあるに違いない。

あらゆる科学技術は非常に便利なものです。それによって我々の生活が改善され、我々はその便利さを享受しています。しかしいいことづくめではなくて必ずそれに伴うネガティブな面がついて回ります。その例外はありません。

このように科学技術には光の部分と影の部分が両方あります。私たち一般の市民は、科学技術の光の部分と影の部分とその両方を知ったうえで、その技術が本当に私たち社会のために役立つのだろうかということを改めて考えたい。そのうえで、プラスのものが上回るようであれば我々の社会にそれを取り入れよう。けれどもバランスシートを取ってみてネガティブなほうが多いということになれば、せっかく開発した技術だけでもそれはお蔵入りにしようというふうな判断をしたいと国民は思っているわけです。

そのためには、いいことだけではなくて、リスクはリスクとしてはっきりと情報を与えなければ我々は判断ができないわけです。これから申します「リスクコミュニケーション」というのはそういう問題にかかわりを持っていると思っていただければいいかと思います。

パワーポイントを用意すればよかったです、時間がなかったのでOHPで失礼しようと思うのですが、これをごらんになりながら聞いていただきたいと思います。

(以下、OHP併用)

一般の消費者が一体どういう問題について関心を持っているのかという調査があります。これは共同通信の子会社である中央調査社という日本でもいちばん信用のできる調査会社が昨年行った全国調査です。

そのデータによると、食品についていちばん関心のあることは何かという質問に関して、食品の安全性、価格、食糧不足の可能性、栄養価、いろいろ書いてありますが、圧倒的に高いのが「食品の安全性」で、何と70%もの人が関心を持たれています。

この「安心」ということの裏返しですが、では不安を今の食品に関して感じられている人がどのくらいかというデータがこれです。

「大変不安がある」が20%、「やや不安がある」が61%、「さほど不安はない」が16%、「全く不安はない」というのは何と1%にすぎないということが分かります。

ということは、程度は違いますが、80%を超える人が今の食品の安全性について不安を

感じられているというのが現状だと思ってください。

毎日食べる食品に関してこんな不安な生活を送るというのは当然健全ではないわけで、それに対してどのように応えなければいけないのかということが、行政、生産者、流通の務めになってきます。

その不安の源は何かという調査によると、第1位は「残留農薬に関すること」が88%もあります。「保存料や着色料などの添加物」が同じくらいあります。「BSEに関すること」「生産地・原産地に関すること」「遺伝子組み換え」「食品表示」、大体ここ以上が50%を超える不安を感じさせる源だと思っていただければいいと思います。

これは全国調査で、あくまで平均したものですから、年齢・性別・職業で割ってみるといろいろの傾向の違いが出てくるのですが、とりあえず日本人を全体として見てみた場合に、どういう問題に食の不安を感じておられるのかということはこの基礎資料である程度お分かりいただけるのではないかと思います。

そうだとすると、このような不安に対して答える必要が当然出てきます。専門家である官庁や学者や生産者の人たちは、この問題について現在分かっていることをすべて答えなければならないということになります。それが「リスクコミュニケーション」ということになります。

リスクコミュニケーションはどのようなものかという、このように言えるのではないかと思います。

まず、「対象の持っているリスクに関する情報をリスクに関係する人々に対して開示すること」をリスクコミュニケーションと呼びます。

先ほどの食品であれば、残留農薬が「対象」です。残留農薬の持っているリスク、例えばそれがどの程度健康に影響を与えるのか。それによって発がんの可能性があるのかどう

か。動物実験はどうだ。疫学的な調査はどうだ。そういうさまざまな問題に関する情報があるわけですが、関係する人々に対して情報の提示をすることがリスクコミュニケーションです。

ここで関係する人々というのは当然ながらかなりの範囲にわたるわけで、消費者のかたがたはみんな入ると思いますし、流通のかた、生産のかた、そういう過程をモニターしている研究者のかた、行政、企業、こういうものがこの関係者ということになります。

ただ、その場合に注意をしていただかないといけないのは、リスクコミュニケーションというとリスクだけの話と思われるかもしれませんが、実はそうではなくて、対象の持っているポジティブな面も併せて伝えるのがリスクコミュニケーションなのです。

それがこの2番目に書いてある話です。対象の持っているポジティブな面、例えば農薬であれば、それによってどの程度の生産性が向上したかという話もポジティブな面ですが、そういう面とネガティブな面、残留農薬においてどれほど健康が害されるのかというネガティブな情報、こういうものをすべて公正に伝えるのがリスクコミュニケーションです。

ですから、おいしいお話だけをする、光の部分だけを言うのがリスクコミュニケーションではありませんが、同時に、ネガティブなところ、影の部分だけを言いつのりというのもリスクコミュニケーションとは言わないのです。対象の持っているポジティブとネガティブ、光と影の両方を合わせて、消費者ないしは関係者の欲しがる情報は全部出しなさいよ、それが公正というものですよというところがこのリスクコミュニケーションの基本的な思想的背景だと思ってください。

もう一つ重要なのがこの三つ目です。リスクコミュニケーションは一方向的なコミュニケーションではないわけです。関係者の間で情報を交換し合って知識を共有し合う。それによって同じ知識レベルのもとにこの問題について一緒に考えましょう。「共考」というところに土台があります。

その意味で、従来、政府や企業がやっていた公報は、あるときにはテレビのコマーシャルという形で出てきますし、あるときには政府公報という形で出てくるとかいろいろなも

のがありますが、あれは送り手が政府や行政で、受け手は我々消費者という形で一方通行です。これはリスクコミュニケーションとは言わないわけです。

消費者もこの問題について関心があるわけですから、その問題について、これはどうなっているのとか、そこでリスクやベネフィットがあると聞くけれども、その具体的な数値はどうか。何を根拠にそれを言っているのか。それから逃れるために私は何をしたらいいの。聞きたいことは山ほどあるわけです。そういうことも相手に問いをして、それに対してまた答えをいただくという相互作用、いわゆる討論のような形のをリスクコミュニケーションと言うと思ってください。

このようなリスクコミュニケーションは、自然科学における技術や工学における技術とは違ってあくまで人間相手の話ですので、これは人文社会科学的な技術と言うことができます。多くのかたは技術というと自然科学のものしか技術はないと思っておられるかも知れませんが、実際はそうではなくて、人文社会系にも技術はたくさんあります。

例えば上手なリーダーシップを発揮する人とだめリーダーがあります。プロ野球の監督でも同じで、上手な監督と下手な監督があります。あれはその人の能力、その人の指導力、その人の人間関係の作り方の上手さが関係してくるわけですが、これは社会的な技術です。人柄とパーソナリティというものもありますが、それだけでは無理です。人を使いこなすということは技術です。こういう技術はいっぱいあります。

リスクコミュニケーションというのは、人々に情報を持ってもらい、それをもとにこの問題について一緒に考えよう。国民の総意として、どちらの方向にこの問題を持っていけばいいのということと一緒に考えようという方向を促進するための技術だと思ってください。しかしこれは人文科学的な技術ですので、自然科学の技術と違って背後に思想がくっついていきます。

リスクコミュニケーションは人文社会科学の技術ですから、その背後には思想や価値観の裏づけがあるのですが、法律の用語で言えば「公民権」「自己決定権」「知る権利」、皆さんもご承知のこのような法律的なものの考え方があります。

このような考え方の背後にある思想を一言で言うと「人間はすべて平等であるべきである」。したがって情報に関しても平等であるべきである。ところが現実には情報をたくさん持っていて出さない人と、情報が全然与えられなくて何を考えていいのかよく分からない人がある。これは不平等であるというのがここで言う「公民権」や「知る権威」ということの背後にある具体的な発想です。そのような強者と弱者をいろいろな面でなくしていこうというのが「公民権」という発想です。

具体的には男女平等、男は女に比べて今なお強者である。これは具合が悪いのではない。人種、例えば白人と黒人とを比べれば、建前は別として依然として黒人が弱者である。そのことはよくないのではない。製造物責任、企業に比べて一般の消費者は情報を持っていない。事故が起こっても、その立証責任を消費者に任せると言われてもどうしようもない。そういうギャップをなくそう。

インフォームドコンセントも同様です。お医者さんと患者という関係からすれば、お医者さんのほうが何といても強者である。知識ギャップをできるだけ少なくして、どのような治療方法を取っていただくのかということをお患者が納得したうえで治療をしないといけない。そのためには情報の開示がいる。こういう発想があるわけです。

ですから、リスクコミュニケーションをするということは単なる技術だけではなくて、その背後に、情報ギャップをなくして、できるだけ同じような知識レベルのもとに議論をしましょう。対等に議論をするためにはお互いにある程度の共通の知識がないとできないでしょうというような思想的な基盤が背景にあると思ってください。

これがいわば全般的な話なのですが、こういうリスクコミュニケーションが現在までどいう形で行われていたかということをお悪しき例のほうからお目にかけます。これから申し上げるのは悪口ですので、固有名詞が出てきますが、この中にもしそれに該当されるかたがあったら耳をふさいで聞いておいていただければいいのではないかと思います。

まず、食の話ではなくて原子力の話ですが、これは『今週の週報』という政府の公報です。この中にいろいろなことが書いてあります。当然ながら政府ですから原子力発電は推進しようという立場に立っているわけです。

ここに「日本の原発は安全か」という項目があって、詳しいことは言いませんが、「チェルノブイリの事故で原発の恐ろしさを見せつけられた。日本の原発は安全か」という質問が書いてあるわけですが、そこに細かく回答が書いてあります。一言に言えば、絶対安全です。日本では事故は起こりえませんという言い方です。

私も原子力については多少の知識がありまして、日本の原発は外国のそれに比べて非常に安全であるということはよく知っています。しかし相対的に安全だということは絶対的に無事故だということではありません。しかし従来の政府の公報は無病神話、絶対日本の原発は事故が起こらないということを言い切ってしまうわけです。これは事実と反する。確率は低くてもそれはゼロではありえないということを技術者はみんな知っているのですが、そのことをあえて言っていたというような公報が中心でした。

これは電事連（電気事業連合会）といって全国の電力会社が全部で作っているようないわば連合グループですが、これがアンケートのようなものをして読者からの質問を受け付けたわけです。これがそのはがきですが、ある主婦から「ソ連のチェルノブイリのような事故が日本では絶対に起こらないか」という質問が書いてあります。それに対して、日本ではチェルノブイリのような事故は決して起こりえないと断言しているわけです。

この気持ちはよく分かります。確率も非常に低い。私たちの一生のうちに多分1回もこういう事故に遭うことはないだろう。それぐらいの確率だろうということは私もよく知っています。でも、ゼロリスクだと言われると「うそ言え」という形になります。そういうことは世の中にありえないわけです。

例えばこの建物も、建築基準法によってきちんと造られていますからこれが崩壊するということはないと信じて私はここで講演をしています。でも確率がゼロかと言われると絶

対そうではないので、突然今から5分後に大阪大地震があってここが崩れて我々は皆さんともどもここで討ち死にするという確率はゼロではないわけです。

そのような確率は低いから安全だろうとたかをくくって私はいるのですが、これがゼロだと言われると、「ちょっと待ってくれ、そうじゃないでしょう？」という言い方になるでしょう。そういう話が今までは通じていたわけです。

促進派の立場からすれば、できるだけ事故がないのだ、安全なのだと言いたい気持ちは非常によく分かるのですが、やはりうそを言うてはいけません。うそと言うと失礼ですが、少なくとも言いすぎはよくないと思うわけです。しかし、事実、これが従来政府の公報、ないしは業界の公報でした。

促進派だけの話をするのはフェアではないので、反対派の話もしておかなければいけないと思います。では原発の反対派はどういう広報をしていたか。

これは広瀬隆さんというかたが京都でなさった講演会のポスターです。ここにお母さんがいて坊やがいて、「何が起こるの、お母さん？」というふうに、原発といえは死の灰があって、このように防毒マスクをかぶらないとだめなものだというふうなものすごい情緒的なアピールをしているわけです。

気持ちのうえではよく理解しますが、しかしこれも事実には反します。反対は反対で結構なのですが、その根拠を示さないといけませんし、原発もネガティブな面だけではなくてポジティブの面もあるわけだから、その両方を開示する必要があると思いますが、ネガティブな情報しか出していないということはフェアではありません。

もう1例お見せしますと、これは少し前の話なのですが、参議院選挙があったときに「原発いらない人々」という非常に面白い政党ができたのです。今はこの政党は聞きませんが、当時はこういう政党がありました。これはそのときの選挙広報です。

この選挙広報を拝見すると、こういうデータがついています。ここに時間軸があって、

縦軸にあるのは放射能の測定値です。これは日本の成人男子のセシウム 137 が体内にどれほど蓄積されていたかというデータですが、ごらんになればお分かりのように、ここを境にして急激に増加しています。ここは何かというとチェルノブイリの事故であるわけです。

そこから、ほれみる怖いだろう、チェルノブイリの事故があった瞬間に日本人の体内の汚染はこのように急速に進んでいるのだということをグラフで示しておられる。しかも、データの出たところが放医研(放射線医学総合研究所)、政府の機関ですから、ここが言っているのだから間違いないだろうと書いてある。

これだけを見れば、なるほどと素人である我々は思うのですが、これは実は非常に具合の悪いデータの使い方をしているわけです。

どういうことかということ、このようなデータは 1960 年のころから調査があります。そのころはビキニ環礁の原爆の実験をやっていた時代ですから世の中には大量の放射能があったわけです。けれども核拡散防止条約などができて、それが減ってきてこの低いレベルでやっているところに先ほどのチェルノブイリの事故があったわけです。

そのこのところをこれと同じ目盛りで書くとこの程度の上がりです。ところがこの目盛りを拡大すると角度が上がって見えるわけです。このレベルでやっているとは自然変動とあまり変わらないところが、ここの目盛りを拡大すると大きくなるというわけで、これは一種の誇大広告と思います。科学者は絶対にしてはいけないようなデータの扱い方です。

しかも、具合の悪いのは、上がったあとでまた下がっているのですが、これは下がったところは決して出していないわけです。これもやはりフェアではないと私は思います。

科学技術を促進する側の人も反対する側の人も、どちらも自分の主張を通したために一生懸命になっておられるということはよく分かります。そして別に賛成だからよいとか反対だから悪いということはないと思います。それはいいのですが、それにはやはりフェアにやってもらわないといけません。正確に情報を提示してもらわないといけません。そうでないと我々素人の国民は惑うじゃないか、我々が正しい判断はできないじゃないかというふうに私は感じるわけです。

ですから、両方に言いたいのは、推進派の人はネガティブな情報もお出しなさい、反対派の人はポジティブもお出しなさい。我々はそれを独自に判断させていただく。そのうえで国民である我々に最終的な方向性の判断をさせてほしいと考えているわけです。それがリスクコミュニケーションということの本質だというふうに理解をしていただければいいのではないかと思うわけです。

しかし、このような話は別に政府だけではないわけです。これは去年の話ですが、原発のシュラウドという格納容器に応力ひび割れが出てきて、物理的にはあまり危険がないのですが、その傷を隠して「異常なし」といううその報告をしていたというところで東電に対する不信が増殖して大きな騒ぎになったという話も皆さんご承知かと思います。

それから、三菱自動車が、リコールがあったのにもかかわらず欠陥自動車の情報を正直に言ってくれなかったので叩かれて、いまだに業績がなかなか回復しないという羽目になったわけです。

三菱自動車の中に欠陥があることを消費者に知られると今後の売れ行きに影響を与えるだろうということを恐らく社のかたは考えられたのだと思います。それはもっともだと私も同情はします。だからといってそれを隠したほうがいいというのは間違いで、大体世の中、おてんとう様はみんな見ておられて、うそはばれるのです。

皆さんも家庭で小さなうそを言って大体ばれるでしょう。それと一緒に、このようなりコールというものは必ずばれるわけです。そうすると消費者は、小さな事故はつきものだと思っけていても、「隠した」というアンフェアなことに対して怒りを感じるわけです。

単に道徳的な意味で、ポジティブ、ネガティブ、全部正直に言いなさいというだけではなくて、上手、下手ということからしても、やはりポジティブ、ネガティブ、両方言ったほうが得であると思います。

お薬もそうです。これは抗がん剤ですが、当然ながらがんに効くお薬です。そして一般によく効くお薬ほど副作用も大きいという典型的なもので、結果的に、警告があいまいで、

それによって20人も死亡する。がんで死ななくて抗がん剤で死ぬというのは、とてもでないけれども死ぬに死にきれないと思うわけです。

このあたりのお話は委員長の寺田先生が非常にお詳しいところかと思いますが、このようにいろいろの領域で問題があります。

食品のほうでもそうで、今さら言うほどでもないのですが、日ハムがBSE問題で輸入肉を無断焼却してえらく叩かれたとか、同じような話は雪印乳業にもありました。これも当時の新聞記事ですが、知っていて黙認していたとか、しかし内部告発があってしぶしぶそれを公表したというような話があります。

BSEのときには、政府関係のかたに申し訳ないのですが、やり方が非常に下手くそだと思うのは、皆さん、こういうのを覚えておられますか。「牛肉を大いに食べる会」というのがありました。存じ上げている政治家のかたがたくさんおられますが、このような人たちが皆さんで食べてこれで安全宣言をしたつもりなのですが、これを機会に国民の不安は一層増して全国の焼き肉店の客足は激減しました。これは日経の雑誌から取ったものですが、こういうことになりました。

気持ちはよく分かります。牛肉が必要以上に過大なリスクを国民が感じて業界が非常に困っている。それを盛り上げるためには安全宣言をしたい。なかなか信じないだろうから生身の我々人間が食して安全をアピールしよう。どなたかが知恵をおつけになったと思うのですが、我々この道のプロからすればいちばん下手なやり方です。なぜかという話は失礼だからやめますが、こういうやり方が今まで通じていました。

気持ちはよく理解できますが、結果的にうまくいかないのであれば何のために広報をしているのかということになるわけですし、我々消費者、国民も、ちゃんとした説明をしてもらえればそれはそれで納得してあげようと待ちかまえていたにもかかわらず、何も言ってくれないのであれば、そこでまた不信がつのってくるという悪循環になるのです。その

ような悪循環は断たなければならないと私どもは思っているわけです。

これは去年の今ごろの話ですが、食の信頼が回復できるか、BSEの全頭検査がどうなっているか、アジアの空白域はどうなっているか。これはBSEがらみの話ですが、こういう話になるわけです。

ではどういうリスクを言えばいいのかということですが、それがこれです。リスクコミュニケーションのポイントのようなものです。

羅列して書いてありますが、この背後にはいろいろの理屈やデータがついているのですが、それは全部省略した形で申し述べさせていただきます。

まず、市民を敵視せずに仲間として受容しなさい。市民は行政や企業の敵ではないのです。同じ国民の一人であるわけですから仲間として受容しなさい。

市民の考えや関心がどこにあるか注意深く見守りなさい。市民は素人だとか、情緒的な存在でいい加減だということで切り捨てないようにしなさいという意味です。

質問をはぐらかしたりしないで必ず答えなさい。しかし質問によれば答えられないこともある。そのときには不確かなことを言わずに、これはまだ分かっていないのだということが事実であれば正直に述べなさい。そして確かになった段階で改めて説明をしなさい。そのときだけをごまかすような形、そのときだけを切り抜けるような形で話をすると、そのことがかえって不信の念を残しますよということです。

持っている情報はできるだけたくさん述べなさい。かつ早めに提供しなさい。後出しは損だ。最初に出すということが誠実さを感じさせるということです。

データが万能ではありませんから確かではないような話もたくさんあるわけですが、そのようなときには弱点についても率直に議論をしなさい。

そして最悪事態の推定とともに危険性の幅を示しなさい。うそは絶対に言うな。これは当たり前の話です。

引き続いてあと2～3あるのですが、できないことはできないとその理由も含めて明確に述べる。苦しまぎれに気を持たせるようなあいまいな回答をしてはいけない。できることしか約束しない。約束したことは必ず実行しろ。このようなことが、普通、リスクコミュニケーションを言うときのポイントとして指摘されているわけです。

一言に言えば、要するにポジティブであれネガティブであれ、全部フェアに言いなさい、情報は早めに全部出してしまいなさい。そのときに、それが間違っているとすればすぐに謝りなさい、訂正をしなさい。言われてから出すというやり方をすると、一見そのほうがリスクが少ないようなのですが、そのこと自身が不信の念を持たせることになりますよ。こういうことだと思っていただければいいかと思います。

しかし、このときに今言ったような話をしようとするれば、まず何よりもリスクそのものについての客観的なデータや資料の裏づけが必要です。リスクコミュニケーションというのは上手におしゃべりをするしゃべり屋の技術ではないわけです。

どういうことが本当に危険なのか、その危険性、リスクをどのような根拠によって言っているのか。どういう実験をしたのか。どういう調査をしたのか。そこで使われている単位がどういう意味を持っているのか。

そういう話はかなり専門的な領域です。そういうことが土台になっているわけです。私が素人だから「そんなことは大したことないと思うよ、あんまり心配せんでいいよ」と言うのがリスクコミュニケーションでは決してありません。やはり事実に基づかないといけません。事実ということはデータが必要だということです。

しかし、食品の場合も含めて、あらゆる製品・技術には絶対というものがないわけで、データが取れる場合と取れない場合、取れたとしてもその幅にいろいろの隔たりがある場合、いろいろあるわけです。そういうことが実際は大切で、そういうことも含めてリスクを測定する。そしてリスクを今度は評価する。

例えば、動物で測定されたデータを人間に置き換えるときには、どの程度、安全の係数を掛けないといけないのかとか、ある農薬が危険だとしても、その農薬が葉っぱ類にかか

っているときの危険性と根菜類にかかっているときの危険性は違うわけです。食べる量が違いますから。そういうものをリスクで評価をしないとイケない。

リスクを測定する、さらにそれを食生活との関係において評価するという一連の科学的な営みがあるわけで、それが先ほど委員長が言われた「リスク分析」という話になります。

こういうものを知ったうえで、ではそういう事実をどのように国民の人たちに伝えてやるのかというところからコミュニケーターの仕事になります。専門家が明らかにしたような事実をできるだけ平易な言葉で分かりやすく言葉を置き換える作業がいるわけです。

でも、専門家ではありませんから、必ずそれはチームとして対応して、コミュニケーターが分からなくなったら陪席している専門の技術職の人に「ここを追加して説明してくれ」という形で、援助をするという形でリスクコミュニケーションを行います。その意味で一種のチームプレイになるわけで、それぞれの組織の中にはリスクマネジメントをするようなチームが必要です。

先ほど委員長が言われた食品安全委員会や、厚労、農水、それぞれのところに安全に関する職制ができて、そこにリスクコミュニケーションをなさる専門家が今度就かれたわけですが、そこに一人ぼつんとおられるのではなくて、それもおしゃべりの専門家ではなくて、リスクというものを正確に測定し、それを易しい言葉で翻訳することのできる人たちがチームとして存在するということだと思っていただければいいかと思います。

さて、このようなことをやるとどういう効果があるのかということについて、私どもも実験をしてきました。あまり時間がないので省略しますが、例えばこれが我々の実験の一つの例です。

これが受け手、つまり消費者である皆さんです。例えば残留農薬についてネガティブな態度を持っていたということ「- X」で表すとします。それに対して、送り手である企業や政府の人たちはそれに対して公的的な「+」という態度を持っていたとします。

そのときに、従来の一方向的な広報であれば、こちらからこちらへいいことばかり言うの

で、危険性、リスクということは言わないわけですが、リスクコミュニケーションはプラスとマイナスの両方の情報、光と影を渡すわけです。

そうするとどうということが受け手と送り手の心の中に変化として起こってくるのかということ、実験的な状況で、これは実験的な場面なのですが、そういうところで全部フォローした結果をここに書き込んでやります。実際はこれは全部数値の情報としてあるのですが、分かりやすいために言葉で書いてあります。

そうすると、通常の説得的なコミュニケーションに比べて、光と影を両方与えたコミュニケーションのほうが、受け手の人たち、つまり消費者は「これは公正で明解で十分で分かりやすく信頼できる」と期待してくれた。そして「こういうことをしていただければ自分たち住民の理解も得られると思う」というような好意的な反応が返ってきたという意味での効果があったのです。

しかもそれだけではなくて、送り手の行政の人たちも、「私は公正で誠実で分かりやすく言ったつもりだ」と。今までは少し後ろめたい思いで言っていたことも、すべてのことを言ったという意味で「内容に自信ができてきた。公正な立場で説明できた」というふうに送り手のほうにも変化が生じてきた。

両方が信頼関係ができるわけですから、そこで初めてお互いの合意形成や、お互いが譲るべきところは譲るといような土俵ができてくるというようなモデルです。こういうことが実際にデータのうえでも確かめられたというわけです。

こういうことを言っているうちに、最近のリスクコミュニケーションはいろいろ変わってきたのですが、どのような変化が見られたかということをお見せしようと思います。

「まずはリスクからお話ししましょう」という言葉で書いてありますが、これはブルーデンシャルという投資信託の会社です。

株であれば、どの株がいくらもうかるかという話をしたいのが通常で、皆さんのところにも通常来る宣伝文はそういうものなのですが、最近はこの金もうけを専門する会社でも、「まずはリスクからお話ししましょう」というような、「えっ、こんなことを最近言うようになったん？」というふうな変化が起こったわけです。

これはどこの広報だと思われますか。「私たちの製品は公害と騒音と廃棄物を生み出している」。これだけをごらんになると、これは恐らくNPOやNGOのような環境問題を扱っているところがやっている広告ではないかと思うのですが、実際はそうではなくてこれはボルボの広告です。

この広告が、日本でも恐らく最初に出てきたリスクをリスクとして明確に言う広告の一つで、これはショッキングな広告で、業界が皆びっくりしたわけです。

そして改めて賞賛の声が起こって、このことが言えるのはよほど自信があるからなので、例えば木下自動車というあやしい自動車があったらこんなことは恥ずかしくて言えない。事実そのものだから言えないわけですが、ボルボはこういうものを言うだけの自信がある。

これは一種の反語で、可能性があるけれども、私たちはいかにこれをコントロールし、環境に優しい製品づくりをしているかという自信があってこそ言える言葉です。こういう広告が最近出始めたわけです。

これはクレラップの広告です。これも少し前のことです。ここの広告は、「反省」という普通の広告では珍しいようなものが出てきて、坊やがごめんなさいと頭を下げているわけです。

そこに書いてあるのはさまざまな消費者からの苦情です。例えば「切りにくい」「切るときに中身が飛び出す」「巻き戻りやすい」「切り損じの無駄が多い」「垂れたラップが不衛生」「歯の出っ張りが危なっかしい」等々の文句があったというわけです。

企業はこういうケチをつけるような広告は普通しないものです。それをあえてこういう

広告を出したうえで、次の週に、実はそのような問題点は改善しましたというので、「スパッと切れるクレハカット」という題で、先ほどの頭を垂れた坊やがにこにこ坊やになったというわけです。

恐らくこれを言いたいために、またこういう自信があったために、最初はそのコントラストとしてネガティブな情報を出した。その意味ではちょっとにおうと言えぱにおう広告ではありますが、しかしそのところは目をつぶれば、やはり自分の欠点は欠点として自ら指摘するということはえらいわけです。その意味で、このような広告がだんだん根づいてきたと思ってください。

電力のほうも変わってきました。関電が、昔は「事故は起こらない」と書いていたのですが、10年ぐらい前からPRの雑誌で無事故神話は捨てるような方向になりましたし、行政のほうも、少し遅れていたのですが、2000年版ぐらいから「原子力白書」も安全神話と決別されるようになりました。

このような方向に日本全体の文化が進んでいっていると思います。それは非常にいいことであろうと思います。

我々も、今日の主催者のことに関係するのですが、我々の大学の中にリスクのマネジメントやリスクコミュニケーションに関するNPOを作っています。それが農水省の大臣官房から依頼されて、どのようにリスクコミュニケーションをすると消費者の皆さんに正確に納得してもらえるのかというトレーニングを依頼されてやっているわけですが、そういうことは従来の省庁では考えられない話でした。

このような動きを見ていると、日本もちょっとはよくなってきつつあるのかなという気がします。

しかし、最後に言っておきたいのは、結局、リスクコミュニケーションというのはお互いの信頼関係の問題です。委員長も言われていましたが、信頼関係があれば、極端に言えば、「おまえは信頼するから任せとく。情報がなくても、リスコミもなくてもいい」という

ぐらいになります。それができないから、少なくとも信頼されるために情報を与えるということから出発しなければいけないというのが現状であると思ってください。

信頼ができるとリスクの具体的な技術も多分変わってくると思います。そして、そういうものを支えるのは、リスクコミュニケーションを担当している第一線のかたのレベルではなくて、その背後に控えている、企業であれば社長、官庁であれば大臣や事務次官の持っている安全に対する物の考え方が影響するわけです。

これまでの食品の事故でも、内部告発があったのにもうけを優先させてそれを押さえつけていたようなトップのいるもとではリスクコミュニケーションはうまく機能しません。それに対して、上の者が「安全とか健康を大きな価値としてやれ」という一言があれば部下は当然従うものです。組織というのはそういうものです。その意味で、この話はトップマネジメントの作り出す企業のカルチャー、企業の規範が非常に強く関係してくると思います。

私たちの個人的な経験では、農水のお手伝いをしたときには、最終的に次官も出てきてくださって、修了証書なども渡していただくようなことをしていただきました。それによって、事務方のトップの価値規範がそちらのほうに行ったということが農水全体のところに知れ渡ります。そうすると実際に仕事をなさっているかたもやりやすいですし、安心してフェアな情報提供ができる。

もしくは、それがないと、自分のほうは情報をフェアにしたつもりだけでも、帰ってきたら2階に上がってはしごを外されているということになりかねないので、それでは安心して仕事できません。

そういうことも含めて、単なる個人の技術ということだけではなくて、組織全体の価値規範の変革も含めて、こういうリスクコミュニケーションというものは考える必要があります。結果的には、我々国民がそれをモニターし、援助し、できるだけいい政府を作ろう、結果として我々もいい消費者になろうという気構えがないとこのような話はうまく回らないと思います。

いろいろ話し残したことはあるのですが、とりあえずこれで私の話は終わらせていただきます。長らくご清聴ありがとうございました。

(岩淵) 木下先生、ありがとうございました。リスクコミュニケーションとは何か。その思想、技術について、さまざまな例をお示しいただきまして、大変分かりやすく丁寧にお話をいただきましてありがとうございました。

ご質問があろうかと思うのですが、パネルディスカッションの際にまとめてお願いしたいと思います。

ここで10分間、休憩させていただきたいと思います。あちらの時計で15時15分からパネルディスカッションを始めたいと思いますので、それまでに席にお戻りいただけるようによろしくをお願いします。

## パネルディスカッション

(岩淵) それでは、パネルディスカッションを始めたいと思います。

始めに、パネリストの皆様がたをご紹介いたします。

皆様がたのほうからごらんになりまして、向かって左側から、本パネルディスカッションのコーディネーターを務めます食品安全委員会の寺田雅昭委員長でございます(拍手)。そのお隣が、先ほど基調講演をいただきました木下富雄甲子園大学学長でいらっしゃいます(拍手)。消費者のお立場から、全大阪消費者団体連絡会事務局長の飯田秀男さんでいらっしゃいます(拍手)。大阪を中心として幅広く外食店「がんこチェーン」を運営されているがんこフードサービス株式会社代表取締役社長の小嶋敦司さんでいらっしゃいます(拍手)。食品産業で長らく消費者とのコミュニケーションを担当されているサントリー株式会社お客様コミュニケーション部長の近藤康子さんでいらっしゃいます(拍手)。京都府長岡京市で農業を営まれるかたわら、中学校の家庭科の授業で郷土料理の講師を務められたり、

親子で作る料理教室で講師をお務めの湯川美栄子さんでいらっしゃいます(拍手)。ジャーナリストで食品の安全性の問題に詳しい平松由美さんでいらっしゃいます(拍手)。厚生労働省大臣官房参事官の外口崇さんでいらっしゃいます(拍手)。農林水産省消費・安全局消費者情報官の姫田尚さんでいらっしゃいます(拍手)。食品安全委員会委員で公衆衛生学がご専門の小泉直子委員でございます(拍手)。

それでは、議論に入ります前に、参加されている皆様がたからお申し込みの際にいただいたご意見やご質問についてご紹介申し上げますが、今日、お手元にあります資料「食のリスクコミュニケーション意見交換会(大阪)資料」を見ていただきまして、14ページをお開きいただきますと、「食のリスクコミュニケーション意見交換会(大阪)参加者のご意見等」ということで、こちらのほうにいただいたご意見をご紹介します。本日、これをすべて議論するということは時間的に難しいところですので、パネリストのかたがたにも議論の参考としていただきまして、また、会場のかたがたで、ぜひということがありましたら、後の質疑の時間にご質問などいただければと存じます。

それでは、寺田委員長、パネルディスカッションをお願いいたします。

(寺田) それでは、私がコーディネーターという立場で話を進めさせていただきます。

本日の話題は、ご案内のとおり、「リスク分析って何?」ということですが、このことに関しましては、ただいまの木下先生の講演からもおわかりになったと思いますが、実際にはどうして食べ物に関して不安感を持っているのか、あるいは、それぞれの考え方で、それは解決できるのか、あるいはどうしたらいいのだろうかということを含めまして、大変時間が迫ってしまっていて、お忙しい先生がたに集まっていただいて大変気の毒なのですが、2分ぐらいで自己紹介的なことを含めて話していただいて、そのあとまたディスカッションするというようにしたいと思います。

それでは、まず、飯田さんのほうからお願いいたします。

(飯田) 大阪消費団連の飯田と申します。

私の話の資料が、本日お配りいただきました資料の 8 ページから 13 ページまであります。この資料の 8 ページが私が申し上げたいことの全容です。木下先生のご講演の内容と重複する部分もありますので、その部分は割愛をして申し上げたいと思います。

先ほど木下先生の調査結果のご紹介がありましたが、大阪府民を対象に府が行いましたモニター調査においても、同様の結果が出ている、傾向は同じであるというように思います。詳細は時間がありませんので、ごらんいただければと思いますが、大阪府民の食の安全・安心に対する不安、不信というのはまだまだ払拭されていない、解消されていないというのが実際のところではないのか、そういう意味では、まだまだリスクコミュニケーションが不足しているということがいえるのではないかと思います。そういう意味で、本日のテーマについて、私なりに率直にご意見を申し上げたいと思います。

そこにありますように、まず、「リスク」という言葉は消費者にしてみれば非常に聞き慣れない、あるいは、新しい言葉になります。先ほど定義とそれに対する丁寧なご講演をいただきましたが、私もこの立場になりましていくつか経験したことがあります。リスクといってもさまざまなリスクがありまして、これを食の安全に関するもの、健康に類するもの、あるいは自然災害にまで及ぶ概念がありますが、これを同等に扱って議論されてしまいますと、? が常につきまとう。「その人のお話って、本当に信用できるの? 」というようになってしまうところがあるのではないのでしょうか。

例えばよく引き合いに出されるのは交通事故のリスクです。先ほどお話がありました。これと、たばこや化学物質の汚染による健康障害のリスクと比べて健康障害に対するリスクが相対的に低いのであるから問題にならないのではないかと、といった議論をされる方があります。そういう点では、「それって本当なの? 」と。あるいは、科学的な数値だけを見た段階ではそういうことがあるのかもしれませんが、それを話として聞いたときに、そのまま「ああ、そうですね」ということにはなかなかならないというのが一般的な消費者の感覚ではないのかなと思います。そういう意味で、リスクコミュニケーションのあり方に

ついて意見を申し上げたいと思います。ひとまずこれで区切ります。

(寺田) どうもありがとうございました。それでは、次は小嶋さん、お願いいたします。

(小嶋) 「がんこフードサービス」を経営しております小嶋でございます。

私は、外食産業を行う者の立場として、何が消費者の不信を招いてきているのかということについては、先ほど来も多々述べられていますが、そういった中で、我々が外食産業として今までの概念と変えなければならないということがいくつか起こってきました。

我々が健康と安全と安心ということに関して、実は、食材がC Kまたはカミサリーに入荷してからお客様の口元までの衛生管理と品質管理、これが我々の安全管理の概念、我々の責任の範囲だというようになっておりました。これが普通の外食産業の概念だと思っています。しかし、O 1 5 7およびB S E、それからそのほかに関連して私どもの協会に寄せられた大きな事故だけでも 21 年間で、これは見過ごすことができないというものが 22 項目あります。こういったものが発生してきて、それで何を我々が意識しなければならないかということ、それは従来の概念を変えて、食材の作られ方というものがいかに大切であり、そのことに関する消費者の不信ということがいかに大きいかということだと思っています。

したがって、我々は衛生管理については徹底して各社サニタリーのマネジメントをきちんとしていこうということはやっているのですが、それとは別に、今度は食材の管理ということが我々の大きな安心・安全への責任として浮上してきたと思っております。特に B S E に関しましては、我々86年から農水省に、これは絶対に問題になりますから、きちっとした対応をしてもらわなければ困るということは申し入れておりましたが、しかし、それを貫徹するまでの大きな意志の表示をしていなかったということに対する反省ということが大いにあるわけです。したがって、我々が今、残留農薬や微生物の混入、それから従来なかったO 1 5 7やB S Eといったものについて、今までになかったからという言い訳は一切通らない状況になってきているんだなということを消費者のかたがたの声の中から

つくづくと感じます。

したがって、それに対する対応のしかたというものについては、今、協会内で、そしてまた個別企業で種々対応しているわけですが、基本的な考え方について述べさせていただきますまして、あとでまた個別対応につきましてはチャンスがありましたら述べさせていただきますと思います。

(寺田) どうもありがとうございました。

それでは、日ごろ消費者のかたからの意見や質問を扱っていらっしゃいます近藤さん、お願いいたします。

(近藤) 私はお客様コミュニケーション部というところを統括する仕事をしているのですが、コミュニケーション部のもう一つ大きな概念として、コーポレートコミュニケーション本部というのがありまして、ここに広報と文化事業部、美術館やサントリーホールにおいていただくかたとのコミュニケーション。それから、最近はスポーツフェロシップというところで、私どものかかわるスポーツの観戦においていただくかたであるとか、テレビ観戦も含めて応援して下さるかたがたとのコミュニケーションということで、社会全体とのコミュニケーションをどう図っていくかというような仕事の中の位置づけにあるわけです。ダイレクトコミュニケーションということで、直接消費者のかたがたとお話しして二十数年仕事をしておりますが、昔を振り返り、ここ数年は、消費者のかたがたが食品メーカーに寄せられる思いが全く変わってきているというのをつくづく感じます。ここ数年、食品メーカーはお客様の信頼を取り戻すのに必死だったということが言えると思います。

例えばかつては、消費者のかたがたは、「大きい会社の商品だから安心だ」、「国が言っているから大丈夫だ」、「学校で食べさせてもらうものは大丈夫だ」、そのように一つの判断を持っていらっしゃったと思うのですが、それが全く信じられない。自分が、最後の個人で

ある「私個人」が安心できなければ安全だとはいえないという気持ちに非常にとらまえられているというようなことを感じます。

従来であれば、例えばクレームをお申し出になったときに、電話だけでご説明できたケースも多々あったわけですが、今はお伺いして、お預かりして、しかもそれを文書できちんと報告しなければご納得いただけないというケースが非常に増えてきております。

今、小嶋社長からありましたけれども、当社が一生懸命やったとしても、持ち込まれてきてしまうもの、今まで思いもよらなかったものに対する品質管理が行き届かないことが出てきています。例えば近年よくありますが、未承認の香料であるとか添加物という問題で、従来であれば納入先を信頼してやっていた。納入先も、またそのまたもう一つ先の輸入業者を信頼してやっていた。というようなことで、いろいろいってみると「実は」というようなことが出てくるということで、回収せざるをえないケースも増えてきているわけです。

そういうときに、一種のリスクコミュニケーション「社告」という形で公表しますと、大体そこには、「欧米では通常食されています」とか、「WHOでは安全といわれておりますが、日本ではまだ承認されていないため・・・」という形でご報告したりします。そうしますと、お客様は、海外でOKなのになぜ日本ではOKではないのかということに対して非常にご理解が得にくい。「安全なのです」というお話をしても、「日本で承認されていないということは、要は害があるのでしょうか。日本人が食べてはだめなのでしょう」ということをおっしゃるわけです。「いや、欧米では・・・」と申し上げましても、自分はフランス人ではないと。このようにおっしゃられて、なかなかご納得いただけることができない。それから、食歴というのがありまして、昔から食べられているというようにご説明いたしましても、今は昔ではないと。300年前は大丈夫だったかもしれないけれど、「今日の私が食べて大丈夫だ」という安全性のデータはどこにあるということ非常に真剣にお求めになるということがあります。

そういうことで、お客様にご質問、ご不満をなかなか解決することが困難になっている

時代がきているということがあります。先ほど先生のお話にありましたように、リスクコミュニケーションはいかに重要かということを経験して感じている日々でございます。

(寺田) どうもありがとうございました。続きまして、湯川さんに現場のほうからお願いいたします。

(湯川) 私は、長岡京市で兼業農家をしております者ですが、リスクというのはやはりいちばん農薬を直に使う生産者が負うことです。昭和40年代でしたら、長岡でしたら特産のなすびは週に2～3日空けてはなさっていた。ご主人が噴霧器をかける、奥さんがホースを引くというようなことで、たいがい長生きされずに何らかの病気で亡くなるというかたが多かったように思います。

私たちのグループも、大会などでそのような事態もいろいろと発表する機会があります。そのときに本当に胸を打たれた発表があります。それは、お米どころです。自分のところではお米は農薬はやりたくない。しかし、良いお米を出したい。少しでも虫が食べますと、白い米のところには虫の食った斑点の部分がありますので、それで、一斉にやらなければならない。ナイヤガラ方式というのですが、こっちとこっちを持って引く。そのときに、お母さんが、「息子はまだ若いのだから、お父さん、悪いけど、お父さんがそれをやってくれないか」というようなこと言われました。それから、果樹でしたら、それこそ上にやらなければならないですから、頬っかぶりをしてやるのだけれど、自分がもろにかかるということで、すごく心配だということ。お花の栽培をされているところでしたら、ハウスでなさんと、花ですと食べ物でないから強いものをやられるということで常時やっている。ハウスですから洗われたりしないので、かなり残留物があるから心配だということも多々聞いております。

しかし、今日、そのようなことがすごく問題になってきておりますから、かなり改善されて、自分たちの健康はやっぱり自分たちで守らなければならない。私も、今の農薬

はそういうことはないのですが、20年ほど前ですと、稲に除草剤をやりますと自分自身の下痢を起こしてしまうのです。そのようなことがあって、自分の命と引き換えというような感じがありました。そういうことで、今はずいぶんと改善されつつあるなと思います。

そういうことから、自分たちのグループで消費者との交流会をもちまして、そのときに、消費者のかたが、「ぜひ安全な野菜を、顔の見える場所で、自分たちの地元のものが欲しい」ということで、地元長岡生協が出店なさるとき以来、ほんのわずかなものしかできないけれど、グループを組んで少しずつでもいいから売らせてほしいということで、二十数年来出荷させていただいています。そこでは、堆肥作りとかいろいろ交流を深めて、すごく理解させていただいて、台風のと看など、取れなかったら、皆さんが見舞金を用意して下さったこともあります。ですから、このリスクの中で、生産者と消費者が共になって、消費者は私たちの応援団となつていただいて、農業を守つていただくということを本当に切にお願いいたします。以上です。

(寺田) どうもありがとうございました。平松さん、よろしくお願ひいたします。

(平松) 平松と申します。大阪生まれです。食べ物大好きで、おいしいもの大好きなのですが、そういう食いしん坊の私にとって、本当に食べ物が安全かどうかというのはいちばん問題だと思うのです。これは、今日いらしている皆様と同じ立場です。それから、壇上にいらしている皆様も、安全なものを食べたいということ、それから長生きしたいということについては同じだと思います。

私の仕事は取材したり編集したりということですが、最近インターネットを使って銀座の街の情報を発信することも仕事になっています。ネットを使ってたくさんの方から情報をもたらうのですけれども、今度も友人にメールを送つて「あなたの食生活において安全とは何？」と聞いてみましたところ、8割ぐらいの人が「すごく気にしている」という返事がきました。「今自分が食べているものが、本当に安全なのかどうか」をととても気にして

いるという関心の強い人がいる半面、残りの2割の人というのは、「こうなったら全然何も信じられないから、もういいんだ」というような、ちょっと自暴自棄といいますか、無関心ではないが「諦め」みたいな意見がありました。いったい何が問題で、2割と8割とにこんなに分かれてしまうかという、やっぱり情報の出し方と、そこで使われている言葉なのかなあと思うのです。わからない言葉が多すぎますね。専門用語だからこそわかりにくいのか、それとも正確にわかりやすくということ自体が難しいからなのかしら、と誤ってしまいます。情報や言葉ということになりますと、私をはじめとして、さまざまなメディアで取材し知らせる立場の者の責任というものが、非常に大きいと感じています。

ですから、食の情報と言うと、「どこがおいしいの?」とか、「テレビで放送していた、あの店のことを知りたい」とか、そういうとらえかたが多いのですが、そうではなくて食の安全性、それから食品の安全とは別にある健康の問題として食、というとらえかたをしなくてはいけないと感じています。肥満、生活習慣病との関連など、そういった方向からも情報をきちんと出していく。そのためには、ジャーナリストはじめ取材する側は、きちんと勉強していかなくてはいけないと思いました。以上です。

(寺田) どうもありがとうございました。

それでは、実際の先ほど説明いたしました評価と管理というところで、管理のほうであります厚生労働省の外口参事官からお願いいたします。

(外口) 厚生労働省では、皆様ご存知のように、食品の安全性を確保するための法律や体制を今年の夏、7月から強化しました。これは、農林水産省、食品安全委員会も同様です。その中で、リスクコミュニケーションを担当する参事官のポストを新設しました。私が担当しております。そこで、情報提供をはじめ、今、意見交換会を7月から何回も開催しているのですが、その開催に当たって、今私どもが特に心がけている点が二つあります。

一つは、縦割り行政にならないこと。これは、BSEのときにたくさんご指摘をいただ

いたことですが、特に農林水産省、新しい食品安全委員会との連携がしっかりとれていかないと食の安全性は守れないわけですから、ここをできるだけ縦割りにならないようにしようということで、今、リスクコミュニケーションの担当者は、少なくとも2週間に一度会議をもって、お互いのリスクコミュニケーションのあり方、内容等の調整をしています。それから、どこかが主催するときには必ず共催で入って、実際に壇上で並んで、それぞれの意見に答えるし、それから、相手の省庁にとってどんな質問がきているのだろう、ということも勉強していくようにしております。

現在、新しい制度についての説明と、その後の意見交換会が主体なのですが、だんだん個別テーマを増やしてきておりまして、ちなみに、大阪では12月15日に大阪の厚生年金会館で輸入食品だけで午後全部リスクコミュニケーションの意見交換会をやるので、ぜひ皆様いらしていただけたらと思います。

もう一つ心がけている点は、双方向性のコミュニケーションをとっていかうということですが。これが実はなかなか難しく、実際意見交換会のあとでアンケート調査の結果を見たり、あるいは会場にしばらく残っていると、「さっきは言わなかったけど、あんた、ねえ」というご意見をいろいろいただきまして、やっぱり一方的にしかできていないんだなあとということで、今後テーマを絞っていったりとか、それから、前回仙台でやったときは、質問を受けて1回お答えをしたら、「どうでしょうか」と必ず再質問をしていただく。そういった試みをするように今いろいろと工夫をしておりますので、またいろいろアドバイスをいただけたらと思います。よろしく願いいたします。

(寺田) どうもありがとうございました。それでは、農林水産省から来られております姫田さん、お願いいたします。

(姫田) 農林水産省の消費者情報官の姫田でございます。

お手元に、「食の安全・安心のための政策大綱」というのがあります。これは、先ほど外

口参事官からお話があったように、私どもの方も、食の安全・安心のために7月から組織を替えました。最初に、食品安全委員会と農林水産省と厚生労働省と載っております。そして、食品安全委員会がリスクの評価をすると、農林水産省と厚生労働省がリスクの管理をやるということになっています。そして、それぞれがリスクコミュニケーションをやっ  
ていかなければいけないということが載っております。そのあと後ろには、リスクの管理  
機関としての私ども農林水産省の皆さんがたへのお約束事が書いてあります。これはあと  
で目を通していただければいいかと思います。そのように、まずここでお約束をいたしま  
した。そして、その前に、消費安全局設置から4か月の取り組みのポイントというのがあ  
ります。これは11月に書いたものです。要するに、皆様がたにお約束したから、それをど  
うやっていくかということを確認に出していこうと。今、マニフェストというのをはやっ  
ておりますけれども、選挙公約ではなくて、私どもは公約したわけなので、それをきちっ  
とやっていくことを皆様がたにお見せしようということなのです。

その中で、まず一つは、3省がどうきちっと協力してやっていけるかということで、見  
ていただいたらわかるように、ここにも安全委員会、厚生労働省、農林水産省というよう  
な形で主催をしています。これは全国でこのような形でやっているという状況です。

そしてもう一つは、農林水産省は7月以降変わったのだということで、私の官職名も消  
費者情報官ということで、消費者に軸足を置いてきちんとやっていこうという農林水産省  
の仕事の表れとさせていただきたいと思います。

これは、先ほど木下先生からお話のあった事務次官から、「君は消費者に徹底的に肩入れ  
して、重点を置いて仕事をやってくれ。どんなことがあっても農林水産省は傾くようなこ  
とはないから、消費者を重点にやってくれ」という話をいただきました。そういう中で、  
消費者にどう重点を置いてやっていくかということを考えております。

4か月の取り組みのポイントのいちばん最後に、リスクコミュニケーションの推進とい  
うのがあります。いろいろな形でのリスクコミュニケーション、大臣と関係団体の、ある  
いは東京の消費者団体のトップのかたがたと、そして、いちばん下に書いてある残留農薬

ですとか、このあと12月12日にはカドミウムと牛のトレーサビリティを東京で開催いたします。あるいは、残留農薬とか抗菌性物質というのをやってきました。そして、パネルのこういうところに、消費者自ら手がけたかたがたに一般公募して上がっていただくということもやっております。それは私どもだけではなく、安全委員会なり公正労働省と連携を図りながらやっていくということを行っております。また、今日は全体の話ですが、個別の話も、ぜひ大阪、京阪神でやりたいと思っておりますので、そのときにはご協力いただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

(寺田) どうもありがとうございました。それでは、小泉さん、何かございませんか。

(小泉) 私は、実は今年の6月30日まで医学部で公衆衛生学という領域を教えておりました。これは実は社会医学でして、社会医学が入っているということは、先ほど木下先生が言われましたように、思想が入ってくるんだというお話を非常に感銘深く受けております。といいますのは、食の科学、いわゆる評価するというのは科学的に評価すればいいのだと思っていたのですが、そういう中で、安心と安全は本来一致するべきものだと思っていたのですが、その中に、安心というのは思想であれば個人個人たくさんメニューがあって、それぞれ個人の数だけあるのではないかと。ところが、科学というのは真実は一つですから、そういった中で、一つのことだけ、科学の真実だけを教えていてはだめではないかと。という中で、最近非常に情報開示ということがどんどん進んできまして、医療の現場でも、出るわ出るわと、医療ミスがどんどんあからさまに出されておりますが、これが安心につながっているのか、あるいは不安につながっているのか、今後の動向がどうなるのかと思っております。

私が教えてきた中で考えますことに、双方向のコミュニケーションのとり方が日本人としては非常に難しいのではないかとということがあります。例えば学生に講義をしていますときに、アメリカでは5分もしゃべらないうちに手がどんどん挙がって、どんどん質問が

出てくると。私、長年 30 年近く講義をしておりまして、学生から講義中に質問を受けたことは一度もないわけなのです。そういった中で、日本人の特徴というのでしょうか、双方向のコミュニケーションをとる難しさというのがあります。

それから、マスコミも問題かもしれませんが、ネガティブな面を大きく取り上げる可能性があるのではないかというような懸念があるのではないかと。そういった国民性みたいなものを感じまして、今後、安心という個々の思想を持った人たちに対して、科学をいかに理解していただけるかということに心を砕いて、今後リスクコミュニケーションをやりたいと思っております。

(寺田) ありがとうございます。木下先生、今までの発言をお聞きになって、何かございますでしょうか。

(木下) 発言されたかたがいろいろなことをおっしゃっているので、その一つ一つに対してお答えすると時間がかかりますので、一つだけ申し上げたいのですが、このように合意形成をするといえますか、関係者が全部集まって議論する。そこまではかなりきれいな事言えるのですが、最終的にどこに落ち着くのかというところが非常に難しい。先ほどどなたかがおっしゃっていましたように、人それぞれ違いがあるわけですから、リスクに関しても非常に臆病な人もあれば、「少々リスクなんていいよ」というようになり無謀な人もおられますし、災害の性質によって、そのときだけですむのと、例えば遺伝子レベルにまで傷が入って、それが後世に影響を与えるというようなものとは受け取り方が全然違うのです。そういうところがあるので、我々はそういうものをアクセプタブルリスク、つまり許容リスクという概念で呼びます。これについては、それぞれの製品に関して、どの程度のものを許容リスクにするのかというようなことが科学的な実験によって決められて、それをもとに法律化されているものもたくさんあります。けれども、そういう細かな話を一切無視して言いますと、10 のマイナス 5 乗ですから、10 万人に 1 人ぐらいの

事故が起こる、死亡する、発がんするというようなことが何となく経験法則としてちょうど境目なのです。それよりも大きな確率で起こるような事故、例えば自動車事故というのは大体 10 のマイナス 3 乗ですから、1000 人に 1 人ぐらいの事故が起こるわけですが、このようになりかなり確率が高くなると、みんな何とかしなければいけないという話になります。けれども、100 万人に 1 人ぐらいになりますと、人々は、「ああ、死によったなあ」というような程度で、わりに冷淡なのです。

では、10 のマイナス 5 乗、つまり 10 万人に何人というようなところはちょうど境目だというのは、その数値というのは、おぼれ死ぬとか火事で死ぬ確率なのです。そのようなことは我々の周囲にもあるわけであって、我々はそういうものを一応判断の標準にしている、火事で死ぬのも大変だし、おぼれ死ぬのも大変で、自分は死にたくないのだけれども、あれぐらいのことは人間の社会だからしかたないのかなあというような、いわば自然法則といえますか、神の法則とは言いませんが、そういうものとして、それぞれの人が持っているというように考えられているわけです。ですから、国によってはそういうものを政策的な基準値として設けている国もありますし、持っていない国もありますけれども、日本でも大体そういう方向に例えば原子力のほうはそういう形に進みつつあるというように思います。

それが、食のことにに関して、どの辺のところの安全であれば、皆さんがこれはいたしかたがないとして受け取るかというところの模索がいちばん大切だろうと思います。

(寺田) ありがとうございます。

これは、リスクのときに量的リスクという、ゼロリスクはない、ではどのぐらいのリスクがあるのかということが常に問題になっていまして、これからもやっておかなければいけない分野です。一つだけ申し上げたいのは、例えば農薬だとか添加物などの安全値は、人間で実験をやると倫理的に問題ですから、動物実験をして、がんだけではなくて奇形ができるとか、そういうことを量を換えてやって調べ、要するに、動物で何も効果は出ない

最大量、安全値を決めます。動物と人間とは違うから、その安全値の10分の1にまずします。例えばAグラムまでであれば悪い効果は出てこないとします。それは動物でやったAグラムであって、それを人間に換えるために、それよりまだ低い量を求めるため10分の1にします。それではまだ不安で、人によって、これから将来的には遺伝子のレベルで個人差はわかるかもしれませんが、今のところは個人個人の差があるから、また10分の1。だから、安全な値の、動物実験で何も出ないところの量100分の1の許容値を決めているのです。それで、管理のほうに返して、厚生労働省、あるいは農水省がこれらの値をもとにいろいろ数値を決めて基準値として出しているわけです。ですから、今のところは、経験的などころからいって、大体10の6乗分の1ぐらい、100万に1人ぐらい危険性の可能性があるという値です。ただ、食べているものはいろいろなものがありますから、先生がおっしゃったように、合わさった場合はどうかというようなこともあります。

もう一つだけどうしても言いたいのは、僕はずっとがんをやっているんですけど、がんの研究者の人は「発がんの原因は？」といたら、たばこなのです。これは職業病みたいにパッとわかるから、疫学的にわかるわけです。2番目が、僕は太っているので、これを言うときにいつもちょっと調子が悪いのですが、食べすぎだとか、エネルギーのとりすぎ、栄養の片寄りなどがあるのです。いわゆる食べ物全体です。3番目が感染症なのです。例えば子宮頸部がんとか肝炎だとか、ひょっとしたら胃がんもそうかもわからない。これは30、30、30ぐらいで90%以上で、だれもがん研究をやっている人では、今のこの時代においては添加物だとか農薬は、がんの発生に極めて少ない影響しかありません。僕は7月からこの委員会の委員をやってきたわけですから、本当のことを言って、アンケート調査を見てびっくり仰天しているのです。これほどがんの医者とか研究者がメッセージを出していなかったのかと。今のところ、添加物だとか農薬ががんの原因だと考えているがんの研究者は世界中でほとんどいないです。原因としては1%以下です。だから、工場が爆発して大きな事故が起きた場合はそうかもしれませんが、普通の食べ物では、あったとしても可能性として非常に少ない可能性しかありません。よけいなことを僕がしゃべってしまって申

し訳ありません。

飯田さん、今言われましたリスクの考え方で、交通事故と食べ物の事故を比べるのはどうも気に食わないと言われましたが、その点、何かご意見ございますか。

(飯田) 自然災害の問題、あるいは日常的に体に取り込む食生活ですとか、健康にかかわる、あるいは食生活にかかわるリスクの問題を同等に議論するというのは、なかなか納得できない。あるいは理解できないことではないのかなというように思います。

私がリスクコミュニケーションで大切だと思うことを、そこに3点挙げました。公開性の問題、透明性の問題、消費者の参加の問題、ということを少し問題提起をしたいと思えます。

公開性の問題でいいますと、情報を提供する側の方が「なかなか言ってもわからないのではないか」「言ったらパニックになって收拾がつかなくなるのではないか」あるいは、「逆に全部出せば責任を果たしたことになるのではないか」「詳しく説明すれば、これだけ労力を我々が使ったのだからわかってくれるはずである」というようなある種の誤解も含めてあって、これは今後のコミュニケーションのあり方に生かす必要があるのではないかと思います。

それから、透明性の問題でも、結果だけ「こうなりました」ということだけを聞いてもなかなか理解しがたいというところがあります。あるいは、不信を持っている間は、それがなかなか信用できないというようなことがあるのではないかと。一緒になって作るという過程を経ないと、なかなか信頼、信用に結びつかないということがあるのではないかと。うように思います。

それから参加の問題ですが、これも結論だけ聞いて、「これぞ公正な判断に基づく結果である」というように言われても、「そうしたら、一緒になってやりましょう」ということになかなかならないのではないかなと思います。

そういう点で、消費者も勉強しなければいけないのですが、お互いを信頼する、信義を

守るといったことのうえにコミュニケーションを図ることが大切なことではないのかというように思います。

そのうえで、ちょっとテーマは違いますけれども、今、消費者保護基本法の見直しが始まっています、「消費者の権利」という提起をしているわけですが、消費者の権利がきちんと確立されることが、お互いの信頼に基づくコミュニケーションをできる基盤になるのではないかと私は思います。

(寺田) ありがとうございました。

消費者のほうの立場で言われて、おっしゃるとおりだと思うのですが、一方、小嶋さんのほうも、この時代ですから同じようなことを考えておられますけれども、生産者のほう、あるいは流通、作っているという立場から、今のような公開性とか公権力というような立場、生産者の立場でどのように考えておられますか。

(小嶋) 私どもは消費者でございまして、そういった意味では生産者ではないわけです。一次消費者だというように思っております。したがって、提供されたものを消費していくということで、お客様と直結していくということになっているわけですが、一つは、生産者の意識が向上しなければ、先ほど言った、どのような制度や中身ができて、それは守られないということになっていくと思います。今回の連続した不祥事は、見てみますと、先ほどの農薬の実例もありましたが、とにかく自分が食べられないものをお客様に食べさせるというモラルの低さからきているということだろうと思うのです。我々の仕事は健康を守り、高齢化社会で高齢者のかたがたが非常に健康な老後を保障されるという責任があります。

それから、安全・安心ということで、食を通じてお互いに信頼しあえるような社会行動を起こしていかなければいけない。そういった意味で、今度の不祥事がどこから出てきたのかということをしかりと考えておかなければならない。それは、生産者は例えば農業

者でしたら農協を通じて農協に出せば、それが自分たちの消費者なのだという意識を持っていた、そういう行動になっていた。だから、生産者は実際に口にする人が消費者なのだというところをもっと知らなければならない。漁業者にいたっては、「とにかく我々は市場をよく見ている」と言うから、何を見ているのかと思ったら、中央市場の仲買いの意見ばかり聞いているというような形の水準でしかなかった。ということで、そこで起こってくる問題は何なのかというと、最後に食べていただける人がどこまでハッピーになってくれるのかという、仕事本来のものが失われてしまうところからきているわけです。

私は、今度の牛肉の外国産のものを国産に偽装した問題、あるいは雪印の問題にしても、これは経営者が現場から離れてしまったところから出てきたのだということだろうと思います。

それから、商売人がお客様というものを忘れて、いわゆる商売を忘れてしまっているところから起こってきている。生産者が生産を自分たちの本当の喜びにするということから離れてしまっていると。これは、生産者の責任、商人の責任、経営者の責任もありますが、今回の食品に関していうならば、私は、農業行政そのものの仕組みのあり方に大きな問題があるのだというように思います。こういう問題を話ししだすときりがありませんが、そういうことだろうと思います。

もう一つだけ言いたいのは、メリットとデメリットが、表現するときに、これは隣にサントリーのかたがおられるので言いにくいのですが、例えば赤ワインがいいと言われても、どれだけ飲めば抗がん効果があるのかということを発表していないわけです。抗がん効果があるということだけで、みんながワッと赤ワインに飛びついたということだと、それは飲みすぎたらやっぱり害があるわけです。飲みすぎるくらい飲まなければ抗がん効果はないわけですから、そういったメリットとデメリットを生活者の実感に即して、受け取る側が本当にわかる事例で中身で発表してもらわないと。今日の場合でも、たぶん、参加者のかたがたでわからない言葉、いや、言葉としてはわかるのだけれども内容がわからないということがずいぶんあったのではないかというような気がします。

まず、リスクコミュニケーションという言葉自体も、ちょっと難しいということになるし、一般の人たちにはちょっと食いつきにくい言葉になってくると思います。要は、生活の具体的な事例の中で自分たちが判断できる、それがメリットなのか、デメリットなのかを判断できる中身をきちっとしてもらわないと、どれだけのミクロンが含まれているとか言われても、そんなものは我々にとって何の判断の基準にはならないということ、まず知ってもらわなければいけないのではないかというように思います。だから、制度は意識があって初めて守られるのだということです。

(寺田) まったくそうです。今のお話に関してどなたかご意見がありましたら、どうぞ。

(姫田) せっかく農政批判をいただいたので、発言させてもらいたいと思います。

小嶋さんのおっしゃっているとおりだと思っていて、まず一つは、生産者、とくに今までは消費者の皆さんは農家がやっていることだったらまじめにやっているのだろうと思って、優しい目で見てくださいっていたというのがあると思うのです。でも、農家というのも、それでお金をもらっているプロで経営者なわけなのです。だから、その意味では農家もきちっと経営意識、プロ意識を持ってもらって、安全なものをどう消費者に届けるかということを考えてもらわなければならない。

それから、食品産業。これは戦後起こってきた産業がほとんどでして、いわゆる農民組織から起こってきた大手の乳業メーカーとか中小企業から起こってきたハムメーカーとか、そういうことで、結局、中小企業意識、農家意識が抜けないような会社が多かったと思っています。ですから、その意味では、農水省も一生懸命コンプライアンスをどうするかというような話しをしています。でも、そう言っても、長崎の漁業者はいまだに国がホルマリンを使わないでやりましょうと言って通達を出して、自分たちでもそれを守ろうと決めて決めた。その約束事を破ったのに、それでも出したいと。そこは企業として、トラフグは安全かもしれないけれども、企業としておかしいのではないかという話は我々もし

てきたわけです。ですから、そういう意味では、小嶋さんのおっしゃるとおり、どうプロ意識を持って生産者がやっていくかということが大事になってくると。

もう一つは、そのために消費者の皆さんがたとのリスクコミュニケーションも大切ですが、生産者、流通、加工、こういうメーカーとの情報交流、あるいはリスクコミュニケーションのコンプライアンスを高めてもらうという話もしております。もちろん、近藤さんの力も使ってだいぶやっているところです。

それから、赤ワインの話なのですが、今、フードフェディズムという新しい言葉がありまして、フェディズムというのは流言蜚語ということです。テレビで何とかもんたがやっているような、これがいいと言ったら、赤ワインがなくなってしまうとか、ココアが全部スーパーの棚からなくなってしまう。そんなもの全部食べていたら大変なことになるわけなのですが、それは流言蜚語だと思っています。一つ一つのことについては正しいのかもしれないけれども、全体をとると決して正しいことではないと。そういうものがあるわけなので、それをどう消費者がわかるようになるか。そういう力をつけていただく。そのためには行政は徹底した情報開示が必要なのと、それをどう解釈していけるかということをお知らせする。これはストレートのリスクコミュニケーションではないけれども、今、食育といわれていることの一環だろうと思っています。

そういうことで、これから徹底した情報提供も確実にやっていくということと、もう一つは、それをどう皆さんがたに解釈していただくかということ。それともう一つは、いわゆるリスクコミュニケーションの意見交換をどうやっていくかということです。

それから、皆さんがたが・・・。

(寺田) すみません。リスクコミュニケーションの時間はすみません(笑)。

(姫田) 一言だけ。リスクコミュニケーションのリスクというのはヤバさだと思っていますので、どうヤバイかどうかということをお知らせするのを皆さんがたにわかっていただくのが食育だ

ろうと思っております。

(寺田) そのとおりだと思います。実際に農業をやっておられて無農薬とか消費者といろいろやっておられる湯川さん、先ほどのお話をお聞きになって、どのようにお考えですか。

(湯川) 今、生産者がすごく悪いみたいですが、生産者としては、施策で踊らされているという部分があって、泣いて泣いてなさって、借金ばかり出るといようなかたもありますし、私は消費者の人たちと一緒にあって本当に安全なものを作りたいと思えば、今、私はスーパーに出回っているのは土の匂いのしない、何かまやかしのいやらしいものだと、自分自身は思います。だから、やっぱりきれいなものはでき上がらないのです。そうしたら、私たちがキャベツをあげますと、夜バリバリと言っていると。虫がその中で食べている音がする。そうすると、若い人たちは、虫がいるだけで拒否反応して、その野菜は食べられないとか、受け付けられないというような状況ですので、消費者の人たちと一緒に勉強になってね。だから、このごろ体験農業とか本当にできないのです。夏は除草剤をやらないように覆いをしたりして考えていますけれども、本当に雑草の生えるのが早いです。1週間行かないと、こんなになります。だから、私はあきらめて、草の中で作るような形でトマト作りもやっているような状況です。私は兼業農家ですから、それこそトマトでも本当の無農薬でやりたい。本当に小さいときにやるぐらいで、ある程度実がなってきたら、これは天候に任せて、うまくできるときもあれば、ほとんど収穫なくて、苗代もできたか、肥料代、自分のした仕事分に見合ったかなあと思うことも多々あります。でも、専業農家の場合だったらそういうわけにはいきませんし、そこらあたりの部分で、今、リスクコミュニケーションは良い制度だなあと思う。私は、もっといっぱいいろいろしゃべって体験してもらい、そうすることによって、中山間地域でしたら高齢者ばかりです。そして、農業に携わっている者も60%以上は女性なのです。そして、私たちの生活改善グ

ループのグループ員も平均年齢が 65 ぐらいになって、若い人たちは、お勉強しようといっ  
ても、現金の収入のあるところへ行かれるというようなことで、今後の農業はどうなるの  
かなあという部分があるのです。ですから、これを機会に、消費者の方たちと一緒に勉強  
したいなという気持ちでいっぱいです。

(寺田) どうもありがとうございました。

確かに無農薬がいいとかそういうのは別にして、生産者とコミュニケーションをきちん  
とやっていくことが非常に大事ですし、問題は、ここまで広げるのはちょっと嫌なので  
けれども、40%しか自給率がない我々の食糧問題は大変です。生産者といっても、顔が見  
えないところがあるというのは一つの不安のもとではないかと、私自身は感じているので  
す。食品安全委員会にこれからはと、行政のこともいろいろ考えて、いろいろな発言  
をできなくなってしまうかもしれませんが、素直な気持ちはそういうところがあるのです。  
だから、農業が日本の中できちっとやっていけることがきわめて重要です。一方、輸入す  
るものは輸入しなければいけません、グローバルスタンダードの中でどのようにやって  
いくかということは、非常に大事な問題だなという感じがしています。

(小嶋) その点では、外食産業も今の取り組みでした。まず一つは、輸入でしたら生  
産現地に技術を持った食品検査ができる。技術を持った人を駐在させる。中国の人は中国  
にね。これを徹底させる。それから、いわゆる肥料と農薬については、この肥料を必ず使  
う。もう一つは、「この農薬は収穫する何日前までしか利用できない。そのあとは絶対でき  
ない」ということで一括管理して、そして、例えば中国の種でしたら3つの村にバイヤー  
を駐在させて、バイヤーが生産管理をしていくと。それを今度は技術を持った人が管理し  
ていく。ということと検査体制。こういう形のものを作り上げていっていますが、この制  
度を、しかも政府で決めている残留農薬基準の10分の1という形で決めていくというこ  
とが、いわゆる先進的な企業の中で行われてきているということなのです。それをどう表示

していくのかという問題はあるのですが、これは一般的にこれからなるのではないかと思います。

(寺田) 先ほどのお話によりますと、リスクコミュニケーションの輸入のことを大阪でやられるということなので、非常に大事な問題だというように思っています。

赤ワインのほうの話はよろしいですか。

(近藤) 赤ワインのことではないのですが、消費者のかたがたが何を知りたいか、何が不満で何が疑問なのかということを中心にどれだけ把握できるかというのがコミュニケーションだと思うのです。

赤ワインうんぬんということはさておきまして、リスクコミュニケーションの形で参加させていただいておりますと、どうも一方通行の情報公開というところにとどまっているかなというように非常に感じておりまして、飯田さんがおっしゃったように、なぜ不安なのか、なぜ疑問なのか、何を知りたいと思っているか、のところを把握するという。先ほど木下先生のほうから、コミュニケーションというのは科学と技術であるというお話もありましたが、本当にそうだと思うのです。私たちが今会社でやろうとしているのは、お客様センターのメンバーのコミュニケーション力を高めようと。それは何かというと、お客様がなぜそんなことを聞いてきたのか。いつもと違った反応がそこにはないだろうか。なぜこちらの説明にご理解をいただけないのだろうか。そここのところに思いをいたせということ非常にやっております、こちらが情報を提供することがコミュニケーションではなくて、お客様が聞きたいことをまずつかむのだというところを非常に重視しようというように考えております。

そういう意味では、リスクコミュニケーションというのは先ほど双方向というお話があって、皆様からいただいたときに、「こちらの説明についてどう思いますか」ということを聞こうというお話は、本当にそのとおりだと思うのです。ですから、リスクコミュニケー

ションを重ねていくのはいいのですけれども、それは情報公開すればいいというところにとどまらないようにしていきたいなというようにつくづく感じております。

(寺田) 大変貴重なご意見をありがとうございました。

それから、リスクコミュニケーションといいましても、ある調査ですと、例えばどこにいちばん食の安全・安心に関する情報を信頼するかといいますと、何といたってもテレビが60~70%で、情報の内容の新聞が20~25%、学者が2%で、行政が0.6%と、そのような報告が出ているので、何とか少なくとも5%ぐらいには、この食品安全委員会で愚直にやりながら信頼を得るべくやっていきたくは思っていますが、やはりジャーナリズムとかジャーナリストがいちばん大きいと思います。時間があまりないので大変短くなってしまって申し訳ないのですが、平松さんのほうから何か。

(平松) 今日のパネラーの顔ぶれからすると、多分私の役回りとしては、いちゃもんをつけなければいけない立場なのでしょうが、先ほどから聞いていると、皆さん、すごく立派なのですね。りっぱな外食ビジネス、りっぱな生産者、りっぱな役所があって、それで食の安全事件なんか起こるわけがないのですが、しっかり起きていますね。ということは、やっぱりどこかに問題があるのです。さらに、いろいろなところにあるひとつひとつの事実のなかに「こんな問題がある」と伝えるジャーナリズムのほうも、不勉強だという問題がある。なぜ不勉強になるかということ、分野別に勉強してきているのに、食の現場は科学的なことがあったり、輸入の経済的なことがあったりします。文科系の記者がいきなり科学的な内容の取材に行ったりすると、はぐらかされて帰ってもくるというようなこともあったりします。つまり、企業や役所や生産者が持っている情報が伝わりにくいのです。専門化していてわかりにくいときに、本当はサントリーの近藤さんのような広報担当に質問をしに行けばいいのですが、例えば企業の取材などをしますときには、まず広報という部署がありますが、非常にガードが堅いのです。サントリーのことではありませんが、大変

ガードが堅い。それから、その会社の社内ではなくて広報を担当する広告代理店がいたりするのです。そういう場合は、情報を出し渋ったり隠したりすることがもっと多いのです。それだから、なかなか本当の情報に行き着かないということがあります。

もう一つ、先ほどのテレビの影響力が大きいということについてですが、申し訳ないのですが、いちばん不勉強なのもテレビの人たちです。テレビの人たち、ここにいたらごめんね。でも、本当にそうなのです。私は今、銀座の情報発信の仕事をしているので体験的に知っていますが、まず、何か事実があるときに最初に聞いてくるのは新聞なのです。1週間ぐらいたつと雑誌がその新聞を読んで聞いてきます。1か月ぐらい経ったらその雑誌を見て、テレビが来るのです。そのテレビがいちばん速く、センセーショナルにワッと流します。でも、本当にいちばん勉強してちゃんと調べて記事を書いている新聞記者に対する評価というのは、どうもあまり大きくないのではないかと思います。

そうやって新聞がなぜ一つ一つ調べる綿密な取材ができるかということ、取材対象である皆さんに密着しているからけです。情報やニュースはだれが持っているかということ、市民一人一人なんです。その市民が、あるときはテレビを見て、もう一回騒ぐ人になるわけです。これはマス・コミュニケーションには情報の循環というのがあって、「これが正しい」あるいは「食のリスク認識」について限っても、なかなか本当のことが伝わらないということがあります。

テレビの影響力について、先ほど“みのもんたさん”の番組のことが出ましたが、テレビの世界では番組を担当しているディレクターというのが曜日別に何人かいるわけですが、それぞれの人のところへの食品メーカーからの売り込みや、広告代理店を通じた圧力というのは非常に強いらしいです。「うちはこういう新製品を作ったけれど、取り上げてくれないか」などと、新しいデータとともに製品がやってくるのだそうです。

今日は皆さまに何を私がお願いしたいかということ、皆さんこそが情報を持ったメディアなのです。今日ここで専門家の方々から聞いたことを、次にあなたの奥さんだったり家族だったり、そういう人に伝える人になっていただきたいのです。メディアが伝えることが

全部が正しいと思って聞くのではなくて、「これはもしかするとあやしいかもしれないな」と思いながら聞いていただきたいのです。でも、ここにいる姫田さんがさっき「私は、7月1日からは消費者寄りになれと言われてなった」とここで断言しているわけですから、姫田さんが言ったことはたぶん信じられるでしょう。お隣の外口さんも、私は昔から知っている方なのですが、外口さんの言っていることも多分まちがいないと思う。こういう風に、一つ一つの事実を皆さんで判断しながら持ち帰っていただきたいのです。

最後に、木下先生の先ほどのお話から私が不思議だなと思ったことがあるので伺いたいのですが、結局、自己責任になるのですか。各企業がみんなリスクの情報を「うちがこう思っている」「うちがこうだ」と出してくると、それをどう判断するかということは、消費者一人一人にかかってくるわけですか。

(木下) その答えは、半分イエスで、半分ノーです。それは自己責任は当然ありますよ。自分で食うのだから。ですから、例えば先ほども話の出ていた赤ワインもそうなのだけれども、健康食品というのがあるではないですか。健康食品というのは、馬に食わせるほど食って健康になるかということ、たぶん死にますよ。ですから、そこを、いくら好きだからといって、いくら健康に良いからだといって、無茶食いしたらだめなのはわかっていると思うのです。ですから、「たばこの吸いすぎに注意しましょう」という表示はあるけれども、例えば「お砂糖の食べすぎに注意しましょう」というようなことを法令で決めていないでしょう。1日にバケツにいっぱいお砂糖を食べていたら、やっぱり「食べすぎに注意しましょう」と言わなければいけないわけでしょう。それは自己責任ですよ。「私、甘いものが好きだから」といって食うというものは、僕は具合が悪いと思うが、法律で止めることでもないでしょう。法律で、1日にお砂糖何キロ以上食べてはいかんということ規制しますか。たぶんナンセンスな規制だと思います。そこは自己責任だと思います。けれども、そのときに、バケツにいっぱいはいだめだけれども、小さなコップにいっぱいぐらいならいいのかと。そのときに、どれほどの影響があるのかということをも自分

が実験することはできないから、そういうことは、先ほど先生がおっしゃったような形で、動物実験であるとか何かのデータをもとに規制値をかけてくるというような形で一般的なことをする。これは、行政とか研究者とか、そちらのほうの責任ですよ。そういう形で情報を出す。しかし、それを守る、守らないは自己責任だと思います。

(平松) ということは、以前に伺った情報として「大阪府では食育に力を入れている」そうですが、食育が大事になるわけですね。正しい食べ方だとか安全な食品の見分け方というものも、ちゃんと教えていこうという、そういうことになるわけですね。

(木下) ええ、そうですね。ですから、食育でもいろいろな教えるべき内容はあると思うのですが、僕が絶対に教えたほうがいいというものは、完全に安全な食品というものは世の中に存在しないということ。ですから、例えばポテトチップというものを平気で食っていて、せいぜい肥満の原因ぐらいに思っていたわけだけども、アクリルアミドがあって発がんの原因になるというような話が突然WHOから出てきたりするでしょう。あんなの、聞いて、びっくりではないですか。だから、その意味で、たいていそんなものはあります。どんなものでも発がん物質というものは食品の中にあると思います。ましてや、アレルギー物質なんていったら、たいていのものにあるわけであって、人によって個体差がありますから、食うものがなくなりますよ。ですから、必要なのは、ゼロリスクはないというようなことと、しかし、ある一定以上のリスクのものを規制する必要があるということと、それを避けるためにリスク分散といいますか、「ほどほどに」というようなことは教える必要があると思います。

厚生省も、昔三十何項目ですか、何か食べる話をしていましたね。あれは、僕は正しいと思います。ですから、リスク分散ということですが、そうすると、その辺の話は養生訓のような話になってしまって古臭い感じもするのですが、そういう形でいろいろなものをまんべんなく食べるというようなことは当たり前の話ですけれども、僕は改めて教育する

必要があると思います。

(平松) 私たちはもう若者ではないですから、「昔の食べ方はいいんだ」「昔の方法で作ったものは安全だ」といわれても昔にもどれるのですが、これからの子供たちのことを考えると、今普通に食べているのはハンバーガーだったりしますね。でも、「それは危ないかもしれないんだよ、でも、自己責任で食べなさい」ということを子供に言わなければいけないとなると、それは大変ですね。判断できる知識や体験も与えないと。

(湯川) それで、私も今年の9月に地元の中学1年生に教える機会があり、社会人講師としてグループの人が朝市のこと、京野菜のこと、日本食を見直そうとか、そういったあたりの、また私たちのふるさとの味の濃い郷土料理の冊子の作り方の苦労話などをした折に、感想文をいただいたのです。それが素直にすごく受け取っていただいていますので、この画面に移していただこうと思います。よろしくお願いします。

これは、伝統食のことで、\*ムラスエ\*さんといって、これは私たちがご指導していただいている普及センターのかたが京のブランド野菜、伝統野菜のことについてお話しいただいたのです。そうしたら、いろいろな形があったり、こんなのだったりということで、京野菜とか伝統野菜はよくわかったと。そして、いちばん最後にありますけれども、「\*ムラスエ\*さんは農薬をあまり使わず育てる工夫もしていた。やっぱり育てるには工夫も必要だなと思った」とかいうように書いてくれています。本当に子供のころからこのようなことに接していく考えを身につけるといえることが大事だなと思いました。

これは、朝市のこと、朝市をしているグループ員さんが話しをしてくださったのです。そして、それは大変頑張っているなあということで、この\*フジイ\*さんとかたは特に農薬をかけずに土作りをして頑張っているということをお話しされたのです。そ

のようなところで、「すばらしいなあ」「ふれあいの場になっているのだろうなあ」と、子供になりとってくださっているなとあって、本当にうれしい思いがいたします。

これは、私が「一度日本食を見直そう」というテーマで、やはり「パンよりご飯のほうが満腹感も長くもつからいいんだよ」というので、「ご飯を食べていなかったら背筋がしゃんと伸びないんだよ」ということを言ったり、今の食事はカロリーが高いし、これには書いていないですけども、昔はハレとケ、祭りの日と日常食というのがちゃんと決まりがあって、そのようにして食べていたということを行ったり。それから、今、スローフードが世界的にも見直されています。そこで、君たちはファーストフードとスローフードの味覚、五感の違いということを教えてあげましたら、すごく感じて、「これから日本食を多く食べていきたい。そして、世界に広がってほしいと思う」というようにすごく素直に受け取ってくれています。

郷土食の冊子を作るにあたっての苦労話をしたわけです。そこで、郷土食を伝えていかなければいけない。やはり日本人は長年肉食ではない、でんぶんの米と野菜を主に長年食べてきたのが、急に欧米化になってきたわけですから、そこで肥満なりいろいろな生活習慣病が出てきたわけなので、そういうことにならないように先人たちが見てきた旬の野菜を使っているいろいろな調理法。旬ですから、同じものを食べるのですから、手を変え品を変えて血を出してきた、そういうものをみんなに普及していこうということをしたわけなのです。そうしたら、「すごいなあ」というように素直に感じてくれて、これからもこういうことが大切だなと思っています。

ありがとうございました。

(寺田) ありがとうございました。

時間がちょっとオーバーいたしましたので、コミュニケーションというのは双方向ということですので、パネルのところのディスカッションはこれで終わりました、コミュニケーションというのはものすごく大きな分野でして、皆さん、これだけ短時間の間に、ちょっとしかしゃべっていないとか、腹ふくるる思いとか、いろいろあると思いますけれども、そこはご勘弁願いまして、フロアのかたから何かご質問がパネリストにございましたら、どうぞお願いいたします。あとは、司会をお願いいたします。

#### 会場との意見交換

(岩淵) どうもありがとうございました。それではせっかくの機会でもございますので、ここで会場の皆様との意見交換に入りたいと思います。

(質問) 今日は大変貴重なお話を聞かせていただきましてありがとうございました。

厚生省と農林水産省のかたにお伺いしますが、食品安全委員会が今年発足しまして、安全に関する縦割りではなくて、横のつながりができてきたというお話をちょうだいしました。非常に結構なことだと思うのですが、まだまだ厚生省、農林水産省の縦割りはありまして、その中に、表示ですが、これはいろいろな部署に公取を含めてかかっておりますが、このあたりの縦割りを横一本にするとか、一本の行政にするとか、そういうお考えについてちょっとお聞きできればと思います。

(外口) 表示について、縦割りではないかというお話でございますが、表示だけではなくて、役所は隣ですが、実はまだ縦割りのところは多数ありまして、改善中でございます。

表示についてはどういった取り組みをしているかという、実際に共同会議というのを作りまして、一緒に農林水産省関係のかた、それから厚生労働省関係、元々は別の委員会があったのですが、それを合同開催して、その中で表示についての縦割りをなくして、分

かりやすい表示にしていこうと今しています。

例えば、品質保持期限と賞味期限という、ほとんど同じ概念のものがあったのですが、それはもう賞味期限に統一しました。

それから、役所の縦割りというのは恐ろしいもので、例えば活字の大きさも、定義が実は違っていたのです。片方が8ポイントで片方がもっと古い定義で、ほとんど大きさは変わらないのですが、それは大きいほうに合わせる予定です。

といったことで、今、お互いにいろいろ本音で意見交換できるようになりましたし、消費者の皆様がたからのいろいろなご意見も、今までまでよりはずっと冷静に省益争いなどせずに受けとめられるようになっていきつつあります。実際、表示についての意見交換会も、普通の意見交換会と別に、これは農林水産省が主催で、私ども共催させていただいて、今全国各地で始めたところです。今日は新潟でやっております。

ということで、いろいろご意見はあると思います。表示について、ぜひお寄せいただきたいと思ひますし、その表示についての問い合わせに關しての相談窓口も、今、厚生労働省関係だと食品衛生協会ですし、農林水産省の關係だと消費技術センターですが、どちらへ問い合わせても同じ答えが返せるようにという連携も図っております。今そういった取り組みをしているところでございます。何か、さらなるご質問をぜひお伺いしたいのですが。

(質問) どうもありがとうございました。

それで、公取さんとか、通産省さん、こちらのほうの關係の表示もありますが、それはいかなっているのでしょうか。

(外口) 計量法の關係とか、不当表示の關係とか、そちらのほうも共同の會議のほうにご参加いただいて、それから我々のほうも、關係のあるところは情報提供をして連携をとっていきたいと思ひています。

(質問) はい、どうもありがとうございました。それから、私だけで申し訳ございませんが、小嶋さんに一次消費者というお話をちょっとお伺いしましたが、実際に外国からの原材料を購入される時は、品物がそろっていて、それこそ先ほど湯川さんがおっしゃったように、虫食いでないというようなことが一つの品質の基準になるのではないかと思います。そのあたりでいろいろどのような管理をなさっていらっしゃるのか。これはサントリーさんのほうも同じかと思えます。

失礼しました。私、現在無職ですが、\*コクブ\*と申します。

(小嶋) 輸入の食材も確かに使っております。とにかく、その中で天然魚の場合は、水質のいいところということ、これははっきりとしていまして、その調査結果をきちっとした形で社内で検証していくということが一つです。

それから陸上のものにつきましては、畜産でもそうなのですが、私どもが規定したエサ以外は使ってもらっては困るという形のもので、例えば豚肉でしたら、飼育豚舎が、我々がその中に入って寝ころんでも汚れないというような。豚というのは元々清潔なものでして、糞尿は一定のところよりしないわけです。ですから、その中に入って寝ころんでも決して汚れないということと、飼料に、例えば日本固有のものとしていろいろ実験をしていったのですが、梅干しを入れますと腸が健康になって病気をしないものが育っていく。グリーンティを混入すると、自然のビタミンが随分と殖えていく。それから、今度は肉の風味を、日本人としての風味を付けていこうということになりますと、例えばサントリーさんなどが、ワインを搾ったあとの搾りかすのブドウということでやりましたら、それは虫がわいてしょうがなかったので、ブドウ液を混ぜるということとか。こういう形の天然資源以外は一切使わないという形のものに規定をします。

実は昨日も生産者が直接私どもの現場に来て話しをしておりましたが、そういった意味での規定の誓約書をきちっと交わして現場検査をしていくということをやっています。

先ほどちょっと述べましたように、農産物につきましては生産者を管理できる。これはアメリカなどの場合は、まだきちとした形で誓約書を交わして現場管理を年に何回かするというところでやっていけるのですが、中国になりますと、日常的に管理しなければだめです。必ず管理の手が薄くなったと思ったらごまかします。したがって、これは常駐ということが原則になります。常駐して、その人が目できちっと管理をしていくということです。それを輸出国の水際と、輸入して日本に入ってきたときの水際と、両方で再度検査するという形とか、そういう体制を整えていくということで、今のところ主力商材はそういうような形で動いていっているのですが、全商材までそのところがいかないということはありません。

そして、国内では、特定地域で有機栽培をしてくれるところがあります。それを提唱している先生もおりまして、そういう先生の指導をいただくということで農家のかたがたと合意をしていくという形で、ダイコン一つでも、キャベツ一つでも、それからハクサイ一つでも、そういう形のいわゆる生産者の意識と、技術と、それから我々が使用する側の便利さ、価格、こういったものが合意点に達するということが取引の基準になっていっております。よろしゅうございますでしょうか。

(近藤) 私もお答えしたほうがいいと思いますが、基本的には全く同じような形です。私どもの場合は、原料としての輸入品と、それから完成品としての輸入品とあるのですが、原料としての輸入品であれば、自分たちで見届けられるものは極力産地を見届けるということ。それから、商社を通して購入することが多いですから、商社との信頼関係、実績のある商社としか取引をしないと。それから、絶えず繰り返し品質保証書を取ると。実際の目で見ることと保証書と両方。それから、最終商品を自分たちの目で分析して安全性を確認するというようなことの3点セットでやらせていただいております。

(岩淵) どうもありがとうございました。

それでは次のかた、ご質問をお願いいたします。それでは最前列のかた、マイクをお願いいたします。

(質問) \*モリタケンジ\*と申します。農経新報社という農業機械の専門新聞からまいりました。木下先生にお尋ねします。リスク総体の達成量、あるいは発生確率を下げる努力という視点なしにリスクコミュニケーションというのをやっても、それはリスクコミュニケーションという思想や技術のつまみ食いではないかと。リスクコミュニケーションという思想、技術、今日お話になったことをつまみ食いの対症療法になってしまう心配があると思うのです。

例えば、食の安全委員会が発足された経緯の大きな中に、食品流通の広域化、国際化の進展ということが書かれています。いわば、遠方から農産物をたくさん運んでくる場合に、その産地ではたくさん農薬を使わなければならないというリスクの発生する構造があると思います。農家の湯川さんが、農家のかたが農薬中毒が早くなることをおっしゃいましたが、昔から農家のかたは消費者の人に比べて数万倍とか農薬を摂取しているわけです。ですから、それが今ごろ単に食のリスクコミュニケーションということをお話されていますが、農のリスクコミュニケーションという視点なしにこれだけ話をしたら、対症療法にならないかなと思うのです。

湯川さんの話にもありましたが、本当に自分たちで有機農産物を作ったらおいしい、安全な作物ができます。スーパーに入れているのは形だけの農産物だとおっしゃいました。ですから、そういった農業が本当にたくさんできれば、農薬もあまり使わないし、食品添加物もあまり使わないから安全な食品が得られると。そういう原理があるのですが、現実にはこれだけ食品リスクも広域化しているので限界はありますが、どこかで食に関するリスクの発生への確率、発生量を下げる視点がないと対症療法で終わってしまうのではないかと考えて質問させていただきました。

(木下) 最初何のことかと思ったのですが分かりました。

それはたぶんリスクコミュニケーションというのと、リスクのマネジメントとかアセスメントというものの誤解だと思うのです。つまり、リスクコミュニケーションというものは、講演でも話しましたように、話すことが中心ですが、何の話かというのは、これは必ずしも知識を持っていない人もあるわけです。広報の人というものが、背後に必ずしも農についての、安全についての知識を持っていないかもしれない。代弁するわけでしょう。そのときにしゃべる内容というものは、技術者が調べた結果を基にして、それを分かりやすく伝えるというのがリスクコミュニケーションです。ですから、そこだけ言われたら、おっしゃるように伝えるだけに終わってしまって、肝心のリスクを低減することにつながっているとは思いません。

ですから、常にこれはセットになっているわけで、全体をリスクアナリシスという言葉で普通呼ぶのですが、それはまず実際に食であれば、動物の実験であるとか、いろいろなことをやって、どれぐらいの曝露量があれば、どれぐらいの発ガンのものがあるのか、ないしは死に至るのかというようなことを実験するわけです。または疫学的な調査をするわけです。そういうものを基にしてリスクの評価をするわけです。測定と評価はまた違うわけです。そして評価をします。そういうものに基づいて、このものはこうですよという話をして、その事実を伝えるのがリスクコミュニケーションです。ですから、コミュニケーションというものは、背後に技術的な知識とか事実がないことには伝えようがないものなのです。

ですから、後ろに先行するような事実情報を抜きにしてコミュニケーションというものはできないから、幾らコミュニケーションをしても、背後に事実的なものがなければ、おっしゃるようにただの空回りというか、めちゃくちゃ怖いですよというだけの話に終わってしまうかもしれない。そのときに、消費者のほうから、それは困るからこういうふうにしてくれとか、それならこういうやり方があるのではないかというようなところが結局双方向性ということですから、そこで入った情報を基にして政策変更をとときには考えると、

方法を考えると、制御のしかたを考えるとかというような形でもって、今度はネガティブなフィードバックをかけるわけです。そういう形をすることによって、やり方そのものを変えることによって、リスクを低減するような方向にも移していこうというような、一種の循環的な中でのコミュニケーションなのです。

ですから、コミュニケーションということだけで、特にそのこと自身だけを取り上げてみると実効性がそれほど強くないというのは、それはおっしゃるとおりです。けれども、それは全体的なリスク分析の枠組みの中の一部として考えていただければ、それはそんなことはない。必ずそのところにそういうふうなものが改善され、改良されるという方向へ変わるような形になっているというシステムだと理解していただいたほうがいいと思います。

何かリスクコミュニケーションということの位置づけを誤解されていると思います。

(質問) 現在の農業生産、流通の在り方を、そういうものを前提のものとして取り組まれることも必要だと思います。今も食品安全委員会がなさっていますが。ただ、その中には、現在これだけ、広域流通、国際貿易をやっているのだから、リスクがこれだけ発生していますよ。だから、もしもこれ以上リスクを下げたかったら、自給自足も必要があります。そういうことをどこかで言わなければならないときがくるのだらうと思って言わせてもらいました。

(木下) ですから、それはリスクのコミュニケーションではなくて、リスクのマネジメントなのです。マネジメントとコミュニケーションは違うのです。違うといっても、お互いに重なり合っている部分がありますので話し方は非常に微妙ですが、コミュニケーションから入ってくる消費者からの意見とか情報とか、生産者から入ってくるような、要するにステークホルダーから入ってくるような情報を基にしてマネジメントのしかたを変えていくというのは当然あるわけです。マネジメントが変われば、マネジメントが変わるとい

うことは、行政でいえば政策変更になるわけですから、そういうことになって実際の外国からの輸入をどのようにして安全にするようなシステムを作ったかとか、消費者行政をどうするのかというような話になるわけです。それがまた今度はコミュニケーションとして伝わる。するとそれを聞いてちょっと良くなったとか、かえって悪くなったではないかというような情報がまた入ってくると。それによってまた変えていくというような相互性がありますから、おっしゃっている話は僕からみればマネジメントの話に聞こえます。

(質問) 確かにマネジメントとコミュニケーションは違うというのは知りませんでした。分かりました。

(岩淵) どうもありがとうございました。それでは3列目の方、お願いいたします。

(質問) 食品の加工メーカーに勤めている\*マツモト\*と申します。行政のかたがたにお伺いしたのですがというか、お願いなのです。

先ほども表示の話がありましたが、消費者のかたがたに分かりやすい表示を行政のほうとしても定めていかれています。その際に、私たち加工メーカーが表示しなければならぬわけですが、そのやり方、表示のしかた、先ほど細かな活字のポイントのこともおっしゃいましたが、添加物、現在の表示であったり、あるいは栄養成分表示であったり、遺伝子組み換えの表示の方法であったり、いろいろなルールがあります。

それらは、法律そのものはとても読んでも分からないわけです。インターネット上でQ & Aとか開示されているものもあります。食品表示110番などで電話で伺わせていただいて、細かく教えていただくこともよくあります。ですけども、いろいろな細かなところになってきますと、表で基準値であったりというようなもので定まっているのですが、インターネット上で調べた場合、その表が掲示されていない場合があったりします。

あと、栄養成分表示、栄養表示基準で、先般、糖質と炭水化物の扱いが変更になりました

た。この際、そこだけを見込んでいたのですが、よくよく読みますと、エネルギーの算出方式がそこで変わっていると。その件について実は流通の大手さん、日本食品分析センターさんに伺いますと意見が違ったのです。修正アウトウォーターの処理方法、食物繊維が多数ある場合の0.5を掛ける扱い、キノコであったり、食物繊維が多かったりするものに対するエネルギー値の換算のしかたについて、日本食品分析センターさんが実は勘違いされていました。ああいったところでも勘違いされるような改正のされ方というのは、やはりよく伝わってないのではないかと。そこをより分かりやすくお願いできないかなと思うのですが、よろしくをお願いします。

(岩淵) ご要望ということでよろしいですか。では、そちらの4列目の方。

(質問) \*シゲノ\*と申します。現在ISOの機関に勤めております。実は現在ISOのほうは、食の安全ということで新しい企画ができつつあります。私どもも民間企業の、あるいは組織のより食の安全を目指して、そしてコンプライアンス、リスクマネジメントを主体にこれからやっていこうと思っております、いささかでも貢献したいと思っております。

この間会議が開かれまして、そのときにサントリーの\*ワタナベ\*部長さんに行っていたのですが、実際にかかわっておられるのが、主として経済産業省でございます。農林水産省のほうもバックアップしているというお話を伺っているのですが、今日のお話を伺いまして、やはり食品のマネジメントは大変大事だと思いますし、ぜひこの辺のところは共通したベースで、国際化に後れないようにぜひお願いしたい。たまたま手前どものところは、アメリカのNSFというNGOがありまして、1944年からやっておりまして、アメリカのFDIの中では相当力を持っているところです。そこと今やっていますが、やはり日本との整合性が若干とれない可能性もありますので、ぜひその辺が新しくできる規格でございますから、よろしくお願ひしたいと、これはご要望でございます。

(岩淵) 大体時間なのでございますが、どなたかリ spons はございますでしょうか。よろしいですか。

では、あとお一人だけ。一番後ろの方。すみませんが短くお話しいただければありがたいのですが。

(質問) それでは基本的なことを一つだけ伺いいたします。食の問題について、消費者の自己責任のことですが、これは全員のかたにご質問申し上げます。

自己責任と言ったときに、例えば算数を習ってもできる人とできない人と差が出てきます。食の問題をリスクコミュニケーションで情報を共有したとしても、よく分かる人とよく分からない人という差が出たときに、分からない人は何を食べてもそれは自己責任で、どうなっても知りませんよと言い切ってしまうのか。みんな消費者が本当にそれでいいと思っているのか、本当にそうなのかということを、基本的なことですが伺いしたいのですが。

(岩淵) 全員のかたにお尋ねする時間はないと思いますが。

(寺田) 一言だけ言いますと、自己責任と言いましても、出回っているものに関しては、危険とか何とか、行政では特に科学的な評価はきちっとやりますから大丈夫です。それから、自己責任というのは、僕は本当のことを言いまして、食べ物に関しては、手をよく洗って食中毒にならないようにと、そういうことが一番の問題であって、これを食べてもいいかどうかというのは、ほとんど僕は判断は不可能だと思います。自分自身を含めまして。ですから、そういうことで言っておられるのではないのだと思います。ほとんどの場合は、やはり企業とか、それをやっておられるかた、それから行政は当然ですが、それぞれの責任になると思います。

(飯田) 私が思うのは、消費者に自己責任を強要するのはいかなものかと思います。一方で、消費者は自分で判断をしたい、あるいは、それで責任を負いたいと思っているのだと思うのです。どうしたらそれができるのかということで議論が分かれたりする。そういう意味で言いますと、私の意見は先ほども言いましたが、やはり消費者の権利というのがきちっとこの日本の社会において確立をされるというのが前提条件になるだろうと思います。そのうえで、消費者は自分の責任において選択をしたり、買ったり、食べたりということをするのだと考えます。

(岩淵) はい、どうもありがとうございました。

それでは、時間もまいりましたので、ここで質疑応答を終わらせていただきたいと思います。熱心なご議論をありがとうございました。今一度、パネリストの皆様がたに感謝の意味も込めまして、拍手をお願いいたします(拍手)

どうもありがとうございました。

それでは、食品安全委員会の小泉委員より、閉会のごあいさつを申し上げます。

#### 閉会挨拶

(小泉) 今日は、この食の文化の非常に発達した大阪で、関西弁で非常にアットホームな形でこういったディスカッションがどんどんできたことは本当に良かったと思います。ユーモアも交えて分かりやすい言葉で木下先生もお話しくださいましたし、また、パネリストのかたがたも、自分の領域において非常に熱心にお話しいただきましたことを厚く御礼申し上げます。

今後は、私ども食品安全委員会および厚生労働省、農林水産省と連携して、リスクコミュニケーションについて努力して、できるだけ発展させていきたいと思っております。皆

様がた、今後ともご協力とご支援のほどお願いいたします。

それから、消費者のかたがたが非常にいろいろな心配をされておりますが、私どもには、食の安全ダイヤルというのがございます。ここは安全委員会だけではありませんで、それぞれいろいろな省と役割分担をしておりますして、安全ダイヤルに電話がかかってきましたら、それぞれに回して適切なお答えをするということもやっております。また、木曜日には、すべて情報開示で安全委員会をやっており、原則すべて公開でやっておりますので、そういったダイヤルとか、公開の現場に来ていただきまして、いろいろな知識あるいはいろいろな問題についてご検討いただければと思います。今後ともよろしくお願い申し上げます。これで閉会とさせていただきます。

(岩淵) どうもありがとうございました(拍手)

それでは、本日の意見交換会を終わらせていただきます。お渡しいたしましたアンケートをぜひご記入のうえ、出入り口のほうの回収箱をお願いいたします。以上で終了いたします。ありがとうございました。