

食品に関するリスクコミュニケーション

EUにおけるリスクコミュニケーション研究の最前線

EU SAFE FOODS プロジェクトの取組

平成19年3月19日(月) 14:00～17:00

星陵会館

主催：食品安全委員会

午後2時 開会

(1) 開会

司会(永田) お待たせいたしました。

ただいまから、「食品に関するリスクコミュニケーション EUにおけるリスクコミュニケーション研究の最前線 - EU SAFE FOODS プロジェクトの取組 - 」を開催いたします。

本日、進行を務めます内閣府食品安全委員会事務局の永田と申します。よろしくお願いいたします。

では、まず、お配りしております資料の確認をさせていただきます。

まず、「配布資料一覧」という紙があります。続きまして、「議事次第」、「講演者及びパネリストプロフィール」、「座席表」、それからホートンさんの講演資料で、「食品安全に関する認知ギャップを埋める：EU SAFE FOODS プロジェクトの取組」、関澤座長の講演資料で、「わが国の食品安全のリスクコミュニケーション - 欧米と日本のリスク認知の違いと背景」、その後、食品に関するリスクコミュニケーションのアンケートの調査用紙がございます。これにつきましては、この会が終わるときに回収箱を設けますので、ぜひご記入の上、今後の参考にさせていただきたいと思っておりますので、ご協力いただくようお願いいたします。それから、「食の安全に関するリスクコミュニケーションの改善に向けて」ということで、食品安全委員会リスクコミュニケーション専門調査会の報告書です。

それから、「食品安全委員会からのお知らせ」といたしまして、「食の安全ダイヤル」、裏側はe マガジン、メールマガジンの会員募集のお知らせです。それから、小さなリーフレットで「科学の目で守る食品の安全」、黄色い方は子供向けでして、「科学の目で食品の安全を守ろう!」というリーフレットです。それから「食品安全」、季刊誌です。最後は、「食育の『標語』を募集します!」という食育推進室からのお知らせです。

もし足りないものがございましたら、お近くの係の者にお申しつけください。

引き続きまして、本日の意見交換会の進め方につきまして、若干ご説明させていただきます。「議事次第」をごらんください。

初めに、英国食品研究所消費科学グループ、ジュリー・ホートン研究員から、「食品安全に関する認知ギャップを埋める - EU SAFE FOODS プロジェクトの取組 - 」と題しまして、ご講演をいただきます。講演の後、10分程度、会場の皆様からご質問をお受けいたします。

その後、15分ほど休憩を挟みまして、野村一正食品安全委員会委員をコーディネーター

といたしまして、ホートン研究員、それから、食品安全委員会のリスクコミュニケーション専門調査会、関澤 純座長をパネリストにいたしまして、パネルディスカッションを行いたいと思います。その後、会場の皆様とも意見交換を行いたいと思います。

閉会は 17 時を予定いたしております。議事の円滑な進行にご協力いただけますようよろしくお願いいたします。

なお、同時通訳の電波の関係上、本会が終わりますまで携帯電話の電源をお切りになるか、あるいはマナーモードに設定していただくようお願い申し上げます。ご協力をお願いいたします。

(2) 開会挨拶

司会 それでは、初めに、主催者を代表いたしまして、食品安全委員会の見上彪委員長よりごあいさつを申し上げます。

見上食品安全委員会委員長 本日の意見交換会「EU におけるリスクコミュニケーション研究の最前線 - EU SAFE FOODS プロジェクトの取組 - 」の開催に当たり、一言ごあいさつ申し上げます。

本日は、多数の皆様方ご出席くださいます、本当にありがとうございます。

今回、食品安全委員会では、EU におけるリスクコミュニケーション研究についてお話を伺うため、英国食品研究所からジュリー・ホートン研究員をお招きいたしました。ホートン研究員には、ご講演の後、食品安全委員会リスクコミュニケーション専門調査会の関澤 純座長とともに、食品安全委員会の野村委員をコーディネーターとするパネルディスカッションにご参加いただきます。

ホートン研究員、関澤座長には、お忙しい中、意見交換のためにお時間をとってくださいます、まことに感謝申し上げ、この場をかりて心よりお礼申し上げます。

さて、食品安全委員会では、発足以来、意見交換会の開催やホームページを通じた情報提供など、さまざまな方法でリスクコミュニケーションに取り組んでまいりました。今後とも、関係の皆様それぞれのニーズに合った情報の発信や、双方向性の確保など、効果的なリスクコミュニケーションに努めてまいりたいと考えております。

EU は、日本より早く独立したリスク評価機関を設置するなど、先進的な取り組みを行っており、また、食品に関するリスクコミュニケーション研究も活発と聞いております。ホートン研究員には、消費者のリスク認知等に関する調査手法の現状と課題など、興味深

いお話が伺えるものと期待しております。

パネルディスカッションの中では、欧米と日本のリスク認知の違いなどについて、関澤座長からもお話を伺うことにしております。その後、会場の皆様からご意見やご質問をいただき、活発な論議を進めたいと考えております。

この意見交換会が、今後の食品に関するリスクコミュニケーションにとって、意義のあるものとなることを期待しまして、私のあいさつとかえさせていただきます。

どうもありがとうございました。(拍手)

司会 ありがとうございました。

(3) 講演

司会 それでは、講演に入りたいと思います。

まず、英国食品研究所消費科学グループのジュリー・ホートン研究員から、「食品安全に関する認知ギャップを埋める - EU SAFE FOODS プロジェクトの取組 - 」と題してご講演をいただきます。

ホートン研究員のプロフィールを簡単にご紹介いたします。

お手元の資料にもございますように、ホートン研究員は、イーストアングリア大学で医療社会学修士課程を修了され、同大学環境リスク管理センター上級准研究員、医学部研究員などを経て、2004年から英国食品研究所消費科学グループ研究員を務めておられます。2004年の夏から、欧州共同体のSAFE FOODS プロジェクトに参加されておられ、リスク認知に関する調査研究を行われています。

消費者と科学者、行政担当者の認知の差、特に食品のリスク管理に関する人々の認知などについて、比較文化調査も含めた数々の論文を発表されておられます。

それでは、ホートン研究員、よろしくお願いいいたします。

食品安全に関する認知ギャップを埋める - EU SAFE FOODS プロジェクトの取組 -

英国食品研究所消費科学グループ研究員

ジュリー・ホートン

ご紹介ありがとうございました。皆様、こんにちは。

まず最初に、食品安全委員会、関澤先生、ご招待ありがとうございました。今回は初来日でございます。日本に来ましたことを大変に喜んでおります。

(パワーポイント1)

きょうの午後のお話ですけれども、認知ギャップを埋めるということで、食品安全を論じさせていただきたいと思います。特にきょうのお話では、EUのSAFE FOODS プロジェクトに関してご紹介したいと思っています。

(パワーポイント2)

それでは、きょうのお話の概要、アウトラインから申し上げます。

まず、認知ギャップについて。これは専門家と消費者の間の食品安全に関する認知のギャップです。

それから、食品パニックがヨーロッパで起こりましたが、これに関しての解説。

それから、SAFE FOODS プロジェクトは何をしているかということで、どういう研究項目があるのか、どういう研究のデザインをとっているのか、結果、何がわかったのかということをお話ししたいと思います。

最後に、この研究作業が政策にどういう影響を持っているであろうかというお話をしたと思います。

(パワーポイント3)

まず最初に、私のきょうの発表は、SAFE FOODS プロジェクトのチームを代表してお話しするというをお断りいたします。

これはRIKILTという食品安全に関するオランダの研究所がコーディネーションをしております。ワークパッケージが幾つかありまして、私はその4に所属しております。オランダのワーヘニンヘン大学がコーディネーターをしております。Lynn Frewer 教授がこのワークパッケージの担当リーダーでもあります。

(パワーポイント4)

私は、幾つかのヨーロッパのパートナーの人たち、組織と、この作業をしてまいりました。ワーヘニンヘン大学、デンマーク、ドイツ、ギリシャ、ノルウェーにパートナーがおります。多国籍チームという形で作業をすると、時にはコーディネーションが大変である。例えば実際の会議を持とうとすると、ヨーロッパのあっちこっちに出張しなければいけない。アムステルダム、アテネ、パリと、いろんなところに行きました。そういった苦勞もありますけれども、いろんな形で作業が進んでいるということでもあります。

(パワーポイント5)

それでは、認知ギャップについてお話を進めたいと思います。

市民、一般の人たちが食品安全を気にかけるということですが、これは専門家にいわせると、過剰に反応している、もしくは理論的な反応ではないという言い方がありません。幾つかの、そしてかなりの研究がなされておりますが、科学的なリスクに対する知識を持った人たちは、一般市民とはリスクのとらえ方が違うということがわかってきました。これは一般的なリスクを論じても、食品関係のリスクでもそうです。これは研究者の間では、専門家と一般の間の認知ギャップであるという言い方がされております。

つまり、専門家は何を気にしているか。定量的にリスクをはかろうとするわけです。どんな性質、危害、ハザードが及ぶのだろうか。また、発生確率はどのくらいあるのだろうか。もしそれが起こった場合には、何に影響が出るのだろうかということ把握しようとしています。

一般市民の心配もしくは関心は、もっと広い、定性的なリスクのとらえ方ということになります。つまり、こういうことを一般市民は求めて、考えている。自分の意思で何とかなるリスクなのだろうか。例えば自分個人でコントロールできるようなタイプのリスクなのだろうか。自然界由来のものなのだろうか。それとも技術的なリスクなのだろうか。そして、リスク・ベネフィットは半々という形でいいのだろうかということです。

このような認知の差がありまして、特に食品リスク管理の優先順位づけ等に関して、合意をとるときに苦勞するわけです。例えば専門家は微生物学的なものが心配である。サルモネラ菌の食品被害が心配である。しかし、同じようなものがあつたとすれば、一般市民がもっと気にするのは残留農薬であり、食品添加物の方だという傾向があります。

(パワーポイント6)

ヨーロッパにおける食品安全を考えてみますと、最近、いろいろな形で進展がありまし

たが、進歩のもたらすパラドックスということをおある研究者はいつております。安全基準が非常に厳しくなってきた。品質管理が厳しくなってきた。モニタリングもきちんとやるようになってきたのに、非常にいろいろな形で食品安全に対する警報、注意報が出てきた。例えば鶏卵におけるイギリスのサルモネラ菌汚染とか、食肉ダイオキシン汚染がベルギーで報道されましたし、O157 が食中毒として発生した。それから、GM フード、中でも一番有名なのは BSE 危機です。特にイギリスでした。

食品安全に関して、こういった出来事が起きている。その結果、消費者の信頼が揺らぎました。特にヨーロッパにおける食品供給に対して揺らいだわけです。また、リスク管理担当者並びに政策決定者、科学者に対して、信頼を失っていったということがあります。

(パワーポイント7)

それでは、EU では、これに政策的にどう対応してきたのかということを考えてみましょう。

まず、制度的に、組織見直し、改編がありました。リスク評価、リスク管理をしていたところの体制見直しがありました。例えばイギリスの例ですが、BSE 危機の結果、農業漁業食品担当省が解体されました。その役割は、それぞれの官公庁に移っていったわけです。それから、食品基準庁が新しくできまして、独立機関として、消費者の利害を守るために食品をウォッチするという形で設立されました。ヨーロッパ全体では、ヨーロッパ食品安全機関 (EFSA) という新しい科学的な組織ができました。中立、客観的に食品安全問題を見ていく機関です。

複数の国でも動きがありました。例えばフランス、ドイツ、ギリシャ、ハンガリーといった国では、いろいろな手直しがなされております。こうした変化がありまして、これによって、食品リスク管理体制並びに管理者に対する一般の信頼の回復を図るものであります。

その他の政策対応は、食品リスク管理に関して、オープンな透明なコミュニケーションをやっていこうということです。特に意思決定、実施に関して、そういった動きがあります。

それから、一般市民とその他利害関係者も、政策決定に関与していこう、参加していこうという動きでありました。これは市民参加、public participation、public engagement と呼ばれております。この参加の試みは、例えば GM 食品に対する全国討論会 (Nation Debate) というものがありました。また、GM フードに関するコンセンサス会議は、日

本でも行われたと聞いております。

また、全体のプロセスで、食品リスクの管理を見直していこうということで、EU 全体の SAFE FOODS プロジェクトが進行しております。

(パワーポイント 8)

さて、この SAFE FOODS プロジェクトは、非常に大がかりなプロジェクトであると考えてください。まず科学者の数だけでも、自然科学、社会科学で 100 人以上、37 機関、21 カ国の参加があります。

このプロジェクトをフルネームで申し上げますと、「食品に対する新たな統合的リスク分析を通じて食品安全を推進するプロジェクト」ということであります。

この目的は、フードチェーンにおける食品安全を推進しよう、振興させよう、そして、消費者の信頼を回復するような、また強化するような努力が必要であるということでありまして、特に消費者の不安、懸念内容を理解し、それに対する対応がきちんをとれるべきではないかという姿勢がありました。

本プロジェクトに関しては、2004 年 4 月から 2008 年 3 月までとなっております。

(パワーポイント 9)

プロジェクトの概要をご説明いたしましょう。この図を見ていただくとわかりやすいのですが、グループに分かれております。それぞれをワークパッケージといっております。詳細説明は割愛させていただきますけれども、大体どんな構造なのかおわかりいただくために説明してみましよう。

まず、ワークパッケージ (WP) 1 は、リスクの特定です。例えば異なった家畜飼育方法ですとか、食品生産に関しての新たなリスクがあった場合、その特定ということです。

ワークパッケージ 2 は、作業手順を決めて早期検出、また評価をしようということです。これは特に微生物学的、化学的なハザードを念頭に置いております。

ワークパッケージ 3 は、人に対する新たな微生物学的、化学的な危害ということで、モデル化して特定していこうというものであります。これは食品汚染物質、自然毒を対象にしております。

ワークパッケージ 4 は私の所属でありますけれども、リスク分析に関して、消費者の信頼はどのような因子があって変わってくるのであろうかということでもあります。

ワークパッケージ 5 は、各機関の果たすべき役割を見ます。

ワークパッケージ 6 は、新たなリスク分析の手法を開発していく担当部門です。

ワークパッケージ7は、特にコミュニケーション、情報発信、トレーニングを担当するところであります。

この6というのが真ん中に見えますね。というのは、ここは実際の行動部隊ということになります。プロジェクトの活動はここで行っているわけです。つまり、各ワークパッケージから結果が寄せられます。そして、これをもとに新しいリスク分析アプローチを開発していくわけです。

(パワーポイント10)

それでは、具体的に、ワークパッケージ4の諸活動をご紹介します。

このワークパッケージにおきまして、我々のフォーカスとしては、いかにリスク分析の実践が消費者の信頼感に影響を与えるかということを検討しています。

研究のクエスチョンに関連しましては、我々は、まず種々のステークホルダー、特に具体的には、消費者、専門家が、食品リスク管理の方法をいかにとらえているか、認知しているかということから調べ始めます。リスクの認知で、各食品のハザードに関して多くの研究、分析がされておりますが、食品管理がどうとらえられているかということは余り研究されていません。消費者と専門家の中に認知のギャップがあるということで、これに着目する必要がありました。

そして、全体の目的としては、食品リスク管理における消費者の信用を左右するどのような要因があるのか、これを見出すということでした。

(パワーポイント11)

それでは、この研究のクエスチョン、テーマに答えるためにどのような方法を使ったかということですが、3年間にわたる多段階から構成される研究プログラムを実施しました。そして、種々の社会研究手法を使っています。例えばフォーカスグループであるとか、面談、アンケート調査、そして事例研究を行っております。

フィールドワークに関しましては、ヨーロッパの多くの国々で実施しました。デンマーク、ドイツ、ギリシャ、ノルウェー、スロベニア、そして英国においてこれを実施しております。

(パワーポイント12)

まず、我々の研究を開始するに当たって行ったことは、ディスカッショングループの開催です。消費者と専門家で、食品の安全性に関心のある人々とのディスカッショングループを持ちました。具体的には、食品安全性専門の科学者、食品リスク評価者、食品リスク

管理者です。

フォーカスグループを実施した国々は、デンマーク、ドイツ、ギリシャ、スロベニア、英国でした。46名の消費者がこのディスカッションに参加し、62名の専門家が参加しました。

(パワーポイント13)

このグループディスカッションの目的としては、食品リスク管理の実践、その効果に関してどのように認知されているか、これを探ろうというのが目的でした。

我々の調査研究から何がわかったでしょうか。まず、5つの主要なテーマが、消費者、専門家共通という形で、食品リスク管理の共通の認知として出てきました。すなわち、どのような取り組みがされているかということに関して、責任、優先順位、科学、メディア、マスコミです。

これらのテーマは、消費者、専門家両方の食品リスク管理の認知で共通はしてはおりましたが、その両方で語り方は必ずしも同じということはありませんでした。これから数枚のスライドをご紹介いたしまして、それぞれのテーマを取り上げてまいります。

(パワーポイント14)

食品リスク管理のプラスの評価は、当局による食品リスク管理努力がどう認知されているかということと関連していました。どのような努力かということ、この努力は3つの要素から構成されていました。

まず第1に、コントロールのシステムが確立しているかどうかということです。参加者たちがいっていたのは、そのシステムが実際に確立している、システムがあるということ。そして、迅速な対応がとられている。規則が厳格に適用、実施されているということでした。

片や消費者が食品リスク管理に関してマイナスとしたのはどういうときかということ、まずコントロールのシステムが当てにならない、自信がないという場合、そして、事後対応、対策が後手に回るという認知があった場合、あるいは、その対応が余りにもやり過ぎ、措置がやり過ぎの場合でした。

全体としては、参加した専門家の方が、既存の食品リスク管理の実践の仕方に関してはポジティブでした。そして、前提としては、どのシステムもパーフェクトなものはないという前提があり、食品リスク管理はもっとリソースを充てるべきであるという意見もありました。

2つ目の要素は、予防です。参加者は、積極的な対応が事後の対応よりも、良好な食品リスク管理と評価していました。

ドイツの消費者が、このようなことをいっています。引用です。「一番いいコントロールは予防策だと思います。老人ホームから20人もの人々が病院に運び込まれた後で対策がとられるのでは遅過ぎます」といっています。

消費者、参加した専門家、いずれの場合にも、予防策に関してはもっと努力が必要だという意見が出てきました。スロベニアのリスク評価者の1人がいったのは「我々の国では、査察、コントロールに充てられる十分な予算がないので、本来あるべき水準まで行っていない」という意見が出ています。

(パワーポイント15)

努力の3つ目の要素に関しましては、情報の提供、教育関係です。すべての参加者が強調したのは、いかに情報と教育が重要かという点でした。しかしながら、専門家がよく指摘したのは消費者の教育が必要だということですが、消費者の方は情報過多ということをよくおわせていました。

しかしながら、消費者はこういったこともいってしまして、食品の安全性に関して何か問題があれば、それを知りたい、そして、自分たちとしては、その食品に関連しては情報に基づいた選択ができるようになりたいという意見が出ていました。

消費者にとっての問題としては、情報はあるものの、いろいろな情報が出てきて、それらが相反する、矛盾するものであるということです。彼らが指摘したのは、例えばメディアによる霧の状態だとか、大混乱、一体我々にとってはどういうことを意味しているのかということでした。

英国のある消費者は、「一貫性が全くありません。事実ではない情報があらゆる方面から飛び込んできて、どこからも正しい情報が提供されているとは思えない」といっています。

このような情報過多に対する印象として、消費者の中でいっているのは、例えば買い物に行ったときは、周りを余り見ないようにして、いつも買うものだけを買ってくる。あるいは、巨大なマニュアルを携えていく。あるいは百科事典を携えてスーパーに行かなくてはいけないということをしているわけです。

(パワーポイント16)

やはり食品リスク管理の評価に関して、参加した参加者、専門家にとって、もう1つ重要な問題として出てきたのは、だれがリスクを管理する責任を持っているのかということ

でした。

消費者の見解は、リスクの暴露をどれだけコントロールできるか、この認知に関連していました。例えば食事であるとか、食品アレルギー、食中毒といったようなハザードに関しては、こういった暴露に対しては、その度合いを自分である程度コントロールすることができるけれども、ほかのハザード、例えば BSE とか GM 食品となると、個人レベルのコントロールは余りできるものではない。したがって、自分たちの利益、健康を守ってもらうために、当局に頼らなくては行けないということでした。

スロベニアの人もいっています。「GM 食品についてはコントロールはできないけれども、自分が何枚ビスケットを食べるかということは自分でコントロールできる」という消費者の意見があります。

また、専門家も、消費者が食品の安全性に関して責任を持つべきであるとはいっておりますが、それと同時に、彼らが強調したのは、消費者だけでなく、フードチェーンにかかわるすべての人々が、食品リスク管理のプロセスにおいて、みずからの役割を果たさなくては行けない、責任を持たなくては行けないということです。

ドイツの食品リスク管理者は、「自己責任は、消費者だけの課題ではない。食品マーケットにかかわるすべての人の課題です」といっています。

(パワーポイント 17)

食品リスク管理における優先順位づけに関してですが、全体として、参加した専門家の意見としては、消費者の健康保護が高い優先度を持っていると聞いていましたが、消費者は余り自信がないと聞いていました。すなわち、消費者の意見としては、食品リスク管理者は一体何を考えているのか、真意がわからない。もしかすると自分たちの健康問題よりも、企業とか農業の利益の方が優先されるのではないかという感じを持っているわけです。

ギリシャの消費者も、「お金のこととなると、そちらの方にばかり気が行って、食品のリスクは管理されないのではないか」といっています。

(パワーポイント 18)

もう1つ、食品リスク管理を左右する要因として挙げられるのが、科学です。

参加者の意見としては、科学の進歩は食品リスク管理にとってプラスの影響があるという意見が出ましたが、これにはある程度条件がついておりました。消費者の懸念として出てきたのは、常に絶え間ない進展、競争が進んでいて、悪循環が起きてしまうということです。

英国の消費者は、「科学は年々発達している。毎年、新しいことが次々と発見される。しかし、これは時々混乱してしまう」といっています。したがって、片や科学によって我々は、より長く生きることができるようになった。しかしながら、片や、さらに高度な技術が導入されることによって、絶え間なく新しい問題が出てきているということです。

また、専門家の懸念としては、食品のリスクの問題が非常に複雑な問題であるということでした。また、出てきつつあるリスクの問題、隠されたリスクに関して懸念を持っていました。

英国の食品リスク評価者は、「農薬については、何かまだわかっていない問題があるように思える。きっと恐ろしいことがまだあるのではないのでしょうか」といっています。

(パワーポイント 19)

さて、参加者は肯定的な、そして否定的な関連を、特にメディア報道に関して検討しました。食品安全に関係するものです。

まず、マスコミが注目する、報道するというのは、すなわち、食品安全に関して何かがなされるという意味では、いいことであるということでありました。消費者は、マスコミ報道には、状況によっては、一種肯定的に見ています。例えば小売業者はマイナスの宣伝効果を恐れるでしょう。それはいいことなんだ。「銃口を突きつけるような」という言い方をデンマークの消費者はしていますが、そういったことが報道されるのではないかと思えば、消費者に対して、小売業者は食品安全できちんとした対応をするのではないか、そうすれば小売業者がもっと信用できるのではないかということでした。

もちろん、マスコミ報道に対して否定的なものがあります。例えば何が悪かったかとか、食品リスク管理制度の失敗を取り上げるということに関して、特にセンセーショナルな報道、つまり、ニュースとして悪い知らせはよい報道であるというようなことがあります。ただ、専門家の方では、マスコミに対して、その役割は消費者を不必要に不安がらせるのではないかと懸念を表明して、否定的に見ています。

(パワーポイント 20)

このフォーカスグループについての調査で、もう1つ、興味深いことがわかってきました。

まず、それは食品リスク管理者への信頼感という問題です。これは消費者の方たちに、リスク管理者の信頼性に関してどうとらえているかということでした。信頼できる個人、組織といったらどこを挙げますかという質問に対しては、消費者関係の団体、大学の研究

者であるという答えが返ってきました。食品生産者が信頼感が一番薄い。規制当局は、信頼感のランキングでいうと大体真ん中ぐらいということになりました。

消費者が、なぜそういうランキングにしたのですかと聞かれました。例えばこの人だったら、より信頼が置ける。この機関、組織だったら信頼が置けるとするのはなぜですかと聞きました。どういう食品リスク管理者が信頼できますかと聞かれると、消費者の利害を真剣に考えていると受けとめられている人に関しては、信頼感がわくということでありました。また、食品リスク管理者の持っている知識とか経験も重要であると判断されています。しかし、業界の研究者ということであると不信感がある。経済的な利益が絡んでいるのではないかとということでも不信感があるようです。

もう1つ、消費者が信頼感の判断をするときに、その食品リスク管理者が正しく行動できる権限と能力を備えている人なのだろうかということでもあります。消費者の利害をきちっと保護することができるのだろうかと聞かれたときに、その人の持っている権限とか影響力が疑わしい場合には、それが低くなるということでもあります。

それから、その食品リスク管理者に対してアクセスがどれだけとれるか、リーチがきくかということになっています。ですから、遠い存在である欧州委員会は余りにも離れたところにある、かつ、余りにも多くの国の利害関係が絡み合っているということで、信頼感が低いという結論が出ています。

(パワーポイント21)

我々の分析から一貫して見えてきたことが1つあります。それは、どちらかという専門家の方が、国籍が違っていても見解の一致度は大きいということです。恐らく専門家としての教育背景が共通しているということでもあります。ですので、専門家の見方は一致する傾向があるといわれることにも根拠があるのでしょう。

しかし、消費者はかなり幅が広い見解を持っていることになります。食品安全はほとんど気にしないという人もいますし、例えば規制当局が余りにも大げさにリスク管理をしているのではないかと人もいます。しかし、食べているものに関しては、自分でつくるのでない限り全然信頼できないといっている人もいます。

もう1つ、消費者に関しては、国によって傾向が違ってきているということがわかりました。例えばギリシャの消費者は、国内の食品安全を非常に否定的、悲観的にとらえています。これは、個人的にそういった目に遭った経験があるとか、ギリシャでも食品被害が多かったということがありまじょうし、また、最近では食品のつくり方が変わってきた、伝

統的習慣がなくなってきて、新しいつくり方に変わってきているというものもあるようです。

デンマークの消費者はその対極にありまして、食品安全をもっと肯定的に見ているようです。すなわち、食品安全リスクはきちんと管理されており、店で売っているものは安全で、食べられると考えております。恐らくデンマークは社会的なバックグラウンドとして、社会福祉が非常にきちんと整っているところであるというお国柄もあるのでしょうか。

フォーカスグループで、今までは試験的なリサーチの対象にならなかった部分を取り上げて、研究し始めております。第3段階になりますと、もっと大規模な研究、調査をしようと考えております。

(パワーポイント22)

電話インタビュー調査がなされまして、それに関してもちょっと触れておきたいと思えます。

次にもう1つ研究が行われたのですが、これは何を見るのかといいますと、消費者と専門家の人たちがお互いの見解をどれだけよく理解しているだろうかということ、食品リスク管理で考えてみました。

これは実はフォーカスグループの後で、電話インタビューをしておりまして、その中で、消費者の発言、専門家の発言をお互いに聞かせてみて、どういうふうに思いますか、理解できますかということを知っているわけです。最初のディスカッションのときにそういった発言を録っておきまして、それをお互いにどう思いますかというのを聞いてみました。

例えばこういう意見があるが、同意できるかできないかという聞き方をしているわけです。逆側、専門家のフォーカスグループに参加した人たちに対しても、同じように、消費者の発言を聞かせて、どう思うかということを知っております。これはインタビュー形式で行われまして、デンマーク、ドイツ、ギリシャ、イギリスで実施しました。

(パワーポイント23)

さて、その結果なんですけれども、消費者側も専門家側も、参加者は、こういう意見をどう思いますかといいますと、なるほど納得できるということもあります。一致率はかなり高かったのですが、どうしてそれに賛同できるかという理由がお互いに違っていました。幾つかそれを拾ってみましょう。

例えば消費者も専門家も合意したのは、消費者は食品安全に関する知識が余りないということでした。しかし、消費者はそれに対して、消費者が知識を余り持っていないのは、

みずからの周りにある情報の質が悪いのだといっています。専門家は、消費者の知識が少ないのは、情報収集の意欲が余りないし、そもそも食品安全に関心がないのではないかといっています。

そして、消費者も専門家も合意しているのは、マスコミ、メディアは情報源としては重要であるということでした。しかし、専門家のみが、メディアが食品安全に関して消費者に不必要に不安を与えているといいました。消費者はこれに賛成していません。消費者は、メディアに対してもう少し肯定的な意見を持っています。確かにマスコミは報道してお金をもらっている。これは商売だろう。消費者の安全、健康保護を第一に置いて報道しているわけではないだろう。しかし、リスクコミュニケーションのチャンネルとして使えると消費者は見ているわけであります。

ですので、同じことに賛成できるといっても、その根拠理由が違うということを理解した上で、もっと有効な食品リスク管理やリスクコミュニケーションを行っていく必要があります。

(パワーポイント 24)

先ほど発言いたしましたけれども、我々は、この研究結果、すなわち試験的なフォーカスグループの調査をしまして、食品リスク管理のクオリティーにつきまして、どういったものが重要かということを経済調査で調べてみることにしました。これはインターネット上の調査ということで、アンケートを実施しました。デンマーク、ドイツ、ギリシャ、イギリスです。ただし、スロベニアも参加しましたが、電話調査にしております。

最終的には、1カ国 500名ぐらいですが、2500名の回答を集めまして、これは統計手法でいいますと、年齢、性別、学歴が、その国の人口の代表的なサンプルになるように調節してあります。オランダのワーヘニンヘン大学の Ellen Van Kleef 先生が、構造方程式モデルという手法を使いまして、統計解析をいたしました。

この目的は、どのような因子があって消費者が食品リスク管理の状態を評価しているのだろうかということでありまして、それら因子にどのようなものが影響を与えているのか、国ごとに違うのかということでありました。統計手法は解説を割愛いたしますけれども、調査結果を説明しておきたいと思えます。

(パワーポイント 25)

ここに5つのファクターを特定いたしました。これらが重要要素として、食品リスク管理の質の評価を決めているということになります。それが左側にある因子ということにな

ります。

この重要度は、すべての国で重要というものもあります。例えば左の一番上を見ていただきます。消費者保護に対する先取り対策ということです。すなわち、当局がどれだけいち早く対応したかということで、食品リスク管理の質としてプラスの評価が得られているわけです。特にギリシャでは、この得点が高かったのです。

逆の場合もあります。左の上から2番目を見ていただくと、不透明、事後対応ということでありまして、どのような対応が実施されたかよくわからない、もしくは、その当局はいつも後手後手に回って、食品安全問題はいつも起こっている。起こってから対応するんだということになりますと、やはりこれはマイナスの影響力が出てしまいます。食品リスク管理の質が劣ると見なされるわけです。これも、どの国でも共通でした。

それから、リスク評価とリスクコミュニケーションの実行に関して懐疑的というのがあります。なされた対策に対して懐疑的である場合は、やはり質の評価にマイナスの影響を与えます。特にこれが重要視されたのがイギリスです。恐らくこれは BSE の負の遺産ということなのかもしれないし、国民性として懐疑的な人が多いのかもしれない。

食品リスク管理者の誠実さというものも因子としては挙がってきましたが、質の評価に関しては、統計的有意差は出ておりません。この5カ国では特に差が出ませんでした。しかしながら、食品リスク管理担当者の持っている専門知識に対する信頼感は、非常に大きな影響を持っているということになります。ただし、ギリシャでは有意差を持ちませんでした。

(パワーポイント 26)

さて、ほかにも我々が取り組んでいる研究がございますので、ご紹介しましょう。

これは一連の情報に関する実験ということです。消費者を対象にしております。すなわち、どのように情報を提示するのが一番いいかということで、食品リスク管理の質を認知される場合の改善点は何かということを考えてみたわけです。

異なったリスク管理行動に関して、コミュニケーションですけれども、どのようにするのがいいか、特定の食品不安、もしくは事故、もしくは国によって違ってくるのではないだろうかということで、その違いを見ております。

それから、今までの研究に基づいてコミュニケーションの戦略が必要ではないか。それも文化的な意味合い別というのが必要になってくるので、ヨーロッパ全体を1つの戦略でやっていくというのは正しくないかもしれない、適切ではないかもしれないということが

わかってきました。

(パワーポイント 27)

今進行中の研究として、事例研究も実施されています。

ここでは、今まで研究結果としてわかってきたことを、さらに確認していくということでありまして、今まで起こった、もしくは起こりつつある食品安全の事故、事象を対象に、いろいろな分析を行っています。

対策がよかった、管理がよかった、管理がまずかったというものも出してきました、これから出てくるリスクに関して、どう対応していったらいいか。それから、リスク・ベネフィットのトレードオフはどうとらえたらいいかということを考えております。これも、こうした事故、事象に関して消費者インタビューを行って、結果を出していく予定です。

(パワーポイント 28)

こちらに出しましたのは、この事例研究に参加した国々、そして、それぞれでどのような特定の事例を選んだかということを示しております。これらを調査研究したわけです。

1国当たり事例を2つずつ選びました。そして、1ケース当たり25名の消費者をインタビュー、面談しました。

英国におきましては、私は、もちろんですけども、BSEに関して消費者のインタビューをいたしました。また、スコットランドの養殖サーモン中の汚染物質に関連する事件がありまして、それも検討しました。

昨年11月、12月は特に楽しい時期でした。ノーフォークという私が住んでいる地域の農村部におきまして、何人が消費者の方の家庭にお邪魔しまして、何が楽しかったかという、非常にフレンドリーな犬を飼っているところが多くて、したがって、インタビューを録音しておりますと、非常に興味深いBGM、サウンドエフェクトも入っていたということもあります。

今現在、このインタビューのデータを分析しているところでありますが、中間報告という形でその結果をご紹介しますと思います。

(パワーポイント 29)

特に今回ご紹介したいのは、マスコミ、メディア関係の点ですが、これは興味深いと思います。消費者はむしろメディアに対してはプラスの態度をとっております。また同時に、食品管理者としてどういった問題があるかという課題に関しても、焦点が当てられているというのがわかります。

消費者いわく、マスコミ、メディアは、物事をかなり大げさに報道する。すなわち、非常にセンセーショナルな報道に走ることがある。そして、いつも悪い知らせばかり伝えががる。非常にドラマチックに、メロドラマ的に伝える。大誇張が多いといっています。また同時に、メディアは役にも立つと消費者はっています。すなわち、食品の安全性の問題を消費者に着目させることができるということです。これが特に重要なのは、当局側では消費者の懸念に耳を傾けていないような場合に、これが役に立つということです。

もう1つ、ここに英国の女性の引用があります。「うそをつかれたり隠されたりすることはたまにあるので、それよりは、恐ろしいことだといったような記述があっても、新聞の報道の方がいい」といっているわけです。

場合によっては、食品リスク管理の行動は、マスコミの報道に対してのリアクションとして出てくることがあるようです。食品リスク管理者は、メディア主導型という印象があるようです。「メディアは我々にかわって心配してくれる。政府はメディアの報道に応答していないように感じます」という消費者もいます。

(パワーポイント30)

消費者は、食品リスク管理者に共感しています。確かにマスコミがいるがために、食品安全の事故がなかなか管理しにくくなるということも指摘しています。しかしながら、消費者はこういったこともいってしまして、当局としては、マスコミの報道に対する対応をとらなくてはいけないということです。

スコットランドのサーモンの汚染事件がありまして、そのケースですが、そのときに非常にドラマチックな報道がされました。「キラーサーモン」とタイトルがついたわけです。あるいは「毒ザケ」というような報告がされました。ただ、食品基準庁は、その出来事に対して情報をきちんと提供しています。

でも、女性の消費者いわく、「報道の中で食品基準庁の回答なんて聞いたことがありません」といっているわけです。そして、FSAのウェブサイトにおける情報はアベイラブルだったけれども、当局のメッセージは十分に大きく伝わってこなかったということです。

もう1つ、英国の消費者にとって重要な問題は、もしかすると日本の消費者も共感されるかと思いますが、英国の消費者が感じているのは、何か報道されていても、後日談が全く出てこないということです。マスコミは、ある一定の期間、何かを大々的に報道して、次のホットニュースが出てくるとそっちにすぐ飛びついて、前の問題を忘れてしまうということです。その間、消費者は、一体この食品の安全性の問題はどうなったのかというこ

とを考えているわけです。果たして問題が解決したのかがわからないということです。

女性が、「結局、結論が何であったか知ったためしがありません」といっています。したがって、食品リスク管理者が、フォローアップの情報あるいは定期的な情報を提供することが重要と考えられます。

そして、今回、このインタビューを行いまして、全国レベルのデータが全部まとまって、この解析が終わりましたら、その次に、異文化間の比較分析をしようと考えております。その結果を比較することはとても興味深いことだと思ひまして、今取り組んでいる途中でございます。

(パワーポイント 31)

それでは、最後に結論ということになりますが、我々の作業が政策にとってどういった意味合いを持つのかということを経つか考えてみたいと思ひます。効果的なリスクコミュニケーションにとって必要なのは、まず食品リスク管理に対して消費者と専門家、エキスパートの間では、その認知の仕方が違ふ。これをもっと理解する必要があります。

もう1つ、理解しなくてはいけないのは、食品リスク管理に関して、国によって認知の仕方が違ふということです。また、同じ国であっても、その集団によって、人によって、やはり認知の仕方が違ふということも理解できなくてはけません。

例えばリスク評価、リスクコミュニケーションのやり方に対して懐疑的な人々に特意的を絞って、問題を克服できるような形のコミュニケーション戦略が必要になるかもしれません。

(パワーポイント 32)

また、もう1つ、非常に重要と思ひられますのは、継続的にコミュニケーションを図るとのことです。食品安全関連法律がいかに実施、施行されているか、そして、いかに潜在的なハザードがモニターされ、レビューされているかということを経続的に伝えていくことが重要ですし、また、当局としてもう1つ必要なのは、消費者に対して食品安全のストーリーが伝えられたならば、その結論がどうなったかということも伝えなくてはならないということ。

そして、食品リスク管理者のねらいが何なのか、専門知識がどう認知されているかということも重要です。どんな専門知識に基づいて食品リスク管理のシステムが構築されているのかということが理解されなくてはならないし、例えば意思を決定する人、政策決定者に関しては、その権限にはどういったベースがあるのかということもわからなくては

ないわけです。

英国の全国レベルの新聞の医療担当記者は、「ジャーナリストを絶対に信じてはいけない。常に利己主義的に報道している。いつもスクープを探している」とっています。

しかし、ここで重要なのは、食品安全担当当局あるいは食品リスク管理者は、マスコミ、メディアと良好な関係を築かなくてはならないということです。万が一、食品安全関連の事故が起きたなら、それがきちんとコミュニケーションされるようなチャンネルを確立しておく必要があります。

(パワーポイント 33)

もちろん、さらなる研究も必要です。まず1つ、必要なのは、SAFE FOODS プロジェクトの結果をさらに検証する必要があります。そして、これらの結果が、ほかの国々でどれだけ適用可能か、その可能性に関しても探っていかななくてはなりません。

以上でございます。ご清聴どうもありがとうございました。(拍手)

質疑応答

司会 ホートンさん、どうもありがとうございました。

EU におけるリスク認知研究の最新の知見について大変詳しくご講演いただき、ありがとうございました。

ここで 10 分ほど、今のご講演の内容につきましてご質問をお受けしたいと思います。ご質問のある方は、係の者がマイクを持ってまいりますので、お名前と、できれば所属をおっしゃってから、お話しいただきたいと思います。

それでは、いかがでしょうか。

杉山 オエドンホールディングスという会社の杉山と申します。

ちょっとお伺いしたかったのが、この中で、パンヨーロッパアプローチが余り適当でないということをおっしゃったのですけれども、それを前提にしてお伺いしたいのです。

今、日本のリスクコミュニケーションの中では、トレーサビリティが非常に重要視されているのです。ヨーロッパにおいては、トレーサビリティはどのような重要度でやられているかということをお伺いしたいと思います。というのは、私ども、お酒を輸入しているのです。ワインとかありますけれども、高いものではトレーサビリティを結構開示してくれるのですが、安いものは全くわからない状態なのです。これがヨーロッパの中でどうなっているかということが、1つお伺いしたいことであります。

2個いいですか。もう1点、これは軽いお話なんですけれども、私自身、それから私の家族は、今、日本の中で輸血ができないのです。これはなぜかということ、90年代の前半にヨーロッパに住んでいまして、イギリスに行ったときにハンバーガーを食べたということで、日本の政府からは輸血をしてはいけないというふうなことになるのですけれども、この辺に関するご意見と、ヨーロッパでこういうことがあるのかどうかということをお伺いしたいと思います。

以上、2点お願いします。

司会 ホートンさん、お答えできる範囲でお願いしたいと思います。

ホートン わかりました。まず、トレーサビリティですけれども、これはヨーロッパの消費者にとっては非常に重要なものです。トレーサビリティ、ラベル表示は、特に遺伝子組み換え食品に関しては重要だと思います。知ってから選択するということですので、インフォームドチョイスに付随するのはトレーサビリティということですね。それがなければインフォームドチョイスは実現しません。ですので、トレーサビリティは、そうい

った意味では食品安全信頼回復のために貢献してくれると思います。

それから、リスクコミュニケーションとしては、全ヨーロッパのアプローチがいつも適切とは限らないといいました。ただし、それが可能である場合もあります。ヨーロッパ全域に対する対策が意味を持つことがあります。

ただし、念頭に置かなければいけないのは、国によってとらえられる文脈がかなり違って来る可能性があるということです。ヨーロッパに食品安全機関ができましたので、そこが全ヨーロッパにあててのいろいろなりリスクコミュニケーションをすることはありますが、やはり前提としては、国ごとに文脈が違うかもしれないということを考えなければいけない。そののところを考慮する必要があるというのが研究成果なのです。

それから、BSEに関してですけれども、国によっては、輸血もしくは献血のドナーになることは許されていないというのがあります。例えばイギリスにどのくらいの長期間居住していた場合にはだめということがあり、アメリカでも、たしかそういう規制はあったと聞いています。

以上です。

司会 ほかにいらっしゃいますでしょうか。

山本 ハウス食品の山本と申します。

メディアの影響力が非常に大きいと私は考えていまして、その中で消費者の得る情報の多くは、メディアからリスク情報をもらっている。そのとき、日本においては、まだまだメディアの報道の正確さがやはり足りていないのかなと感じています。

EU もしくは英国でもいいのですけれども、政府として、メディアに対して何かメディアセミナーといった取り組み、そういうことをされているかどうか。その辺の事情を教えてください。

司会 ありがとうございます。ホートンさん、お願いします。

ホートン ヨーロッパにおきましては、やはり同じような問題があります。ヨーロッパでも、今おっしゃったとおりです。メディアの食品安全の問題の伝え方、報道の仕方が必ずしも役に立つ形ではないし、正確とも限りません。

ヨーロッパの食品安全当局等はマスコミといろいろやっております。例えばトレーニングを行っております。マスコミの担当、また政府の担当者にトレーニングして、どうやってマスコミと対応するかという訓練もしておりますが、非常に難しいこともあります。なかなかいい方法が見つからないこともあるのです。

私、後の方で申し上げましたが、やはり重要なのは、まず、ジャーナリストとよい関係を築くことです。先ほど英国の新聞のメディカルジャーナリストの話をしました。そのジャーナリスト自身がジャーナリストを信用できないといっているわけですが、よい関係を築いておけば、やはりその分だけジャーナリストは正確に報道してくれるし、あるいは何か報道してほしいという問題が出てきたときに、向こうからアプローチしてくれるし、少し好意的な報道の仕方もしてくれるのではないのでしょうか。

情報提供に関してですが、スコットランド養殖サーモン中の汚染の問題を申し上げました。そして、我々の対応の仕方を申し上げたのですが、食品基準庁のウェブサイトに掲載した情報は非常によかったのです。メッセージをはっきりと伝えていたのです。実際に何回も繰り返して、この食品の消費のリスクとベネフィット両方に関して伝えたいし、どのような種々の措置がとられているかということも伝えていました。また、かなりよいQ&A、FAQのようなセクションもあったのです。食品基準庁はプレスリリースも出したのですが、問題はマスコミ、メディアなのです。

キラサーモンとかトキシックサーモンというのを前面に打ち出して報道してしまったわけです。当局の方は、それほどセンセーショナルな扱いはできないわけです。政府のいったことは、例えば新聞の16ページぐらいにしか載らないわけですから、マスコミの報道の仕方とかなり戦わなくてははいけなかった。でも、マスコミはどうしてもつきまとうわけですから、それに何とか対応するような道を考えております。

司会 ありがとうございます。

もう1方ぐらいどうでしょうか。

鈴木 埼玉県の鈴木と申します。

私も、メディアとの関係について質問させていただきたいと思います。これはスライドの30ページになると思いますけれども、「Ongoing research」の最後ですね、「Policy implications」の前のスライドの中に、「行政当局はメディアの報道を是正する必要がある」と書いてあります。先ほどの質問に対するお答えにもあったと思いますけれども、メディアが報道した後に、行政当局がそれを正すようにすべきだという意味のように思えるのです。少なくとも日本においては、マスメディアが報道した後に行政の側がその是正をしようとしても、なかなか難しいという点があると思っております。マスメディアは第4の権力という言葉方をすることもありますが、この点、イギリスなり、あるいはEUにおいては、状況はどのようになっているのか、お答えいただければと思います。

ホートン 例えばイギリスですと、事件、事象として、食品基準庁の対応が報道されなかったといわれています。養殖サーモン事件に関しては、雑誌で報道されていました。アトランティックサーモンとパシフィックサーモン、特にフェロー島の大西洋養殖サーモンに関しては汚染物質が高かったという報道があったわけです。そして、その養殖サケの消費が減ったということで、これはマスコミが何日かかまびすしく、キラースーモン、トキシックサーモンといった見出しで報道しました。これに関しては懸念を持った人がいた。

食品基準庁はどういうことをいったかということ、イギリスの人は魚を食べなさ過ぎるといっていたわけです。これは健康に関するリスク・ベネフィットを強調している。すなわち、魚介類の消費向上を強調していたわけです。ただ、当局がメッセージをマスコミに流してもらうようにまでするのは難しいと思います。マスコミはやはりセンセーショナルな、ドラマチックなストーリーが好きですから、食品基準庁の方でも、食品の汚染物質を定期的に調べてはいるわけですが、通常、検査のときに、何々の汚染物質がガイドラインにどうかかわっていたか、それが基準値以内だと、マスコミとしては全然関心を持たないわけです。センセーショナルではない、ドラマチックではないから報道しないということになります。ですから、そういうメッセージを持っていて、流したいとしても、流れないということがあります。これは簡単にはいかない分野の問題だと思います。

先ほどの事件に関していえば、食品基準庁は非常にすばやく対応しまして、試験をし、クリアなメッセージを出しました。すなわち、学術雑誌「サイエンス」に載った汚染物質レベルは何も目新しいものではない。今まで Food Standards Agency がやったものと合致しております、WHO ガイドラインにも合致しておりますといいました。また、その前のメッセージも強調していったわけです。すなわち、イギリス人は余りにも魚を食べなさ過ぎる。例えば魚類を含む魚介類を週に何回かとりましょうといったことを、メッセージとして流したわけです。これはいいメッセージだと思います。食品基準庁はインターネットサイトを持っています。情報は掲載されているけれども、ビジット数が余りにも少ないかもしれません。ということですので、動きを持つ人しか見ないということがありますので、タブロイドのヘッドラインに出てしまうということになるとメッセージが出る。ただ、ほかのメッセージも通したいけれども、通らないということでもあります。

消費者の中には、こういうことをいう人もいます。例えばリーフレット、チラシみたいな形で、いわゆるポイント・オブ・セール、販売の現場に持っていけるような形のチラシをつくる。例えばスーパーの魚介類の担当の人にも情報を渡すことができるようにする。

その人にも問い合わせが来るかもしれない。そのときに当局が情報を発信して、そういった店頭に置くことができるのであれば、質問にも、こういう情報がありますよときちんと答えられるからいいのではないか。そういう制度がいいのかもしれないという意見も出ております。

司会 ありがとうございます。

まだご質問がある方はたくさんいらっしゃると思いますが、また、パネルディスカッションの後にも意見交換をさせていただきたいと思いますので、そのときにご意見、ご質問をお受けしたいと思います。

今3時20分ぐらいですので、15分間の休憩をいただきまして、3時35分からパネルディスカッションを始めたいと思います。それまでにお席にお戻りくださるようお願いいたします。

休 憩

(4) パネルディスカッション

司会 それでは、ただいまからパネルディスカッションを始めさせていただきます。

まず、コーディネーター、それからパネリストをご紹介します。

本日コーディネーターをお願いしておりますのは、野村一正食品安全委員会委員でございます。

続きまして、皆様方から向かって野村コーディネーターの右側から、先ほどご講演をいただきましたジュリー・ホートン研究員でございます。

そのお隣は、食品安全委員会リスクコミュニケーション専門調査会、関澤 純座長でございます。

ちょっとここで後ほどの意見交換会の際のお願いなんですが、なるべく多くの方にご発言いただくために、いつものように1分40秒たちましたら、ベルを1回鳴らさせていただきます。2分たちましたらベルを2回鳴らさせていただきますので、お1方2分以内ということでご協力をお願いしたいと思います。

それでは、野村コーディネーター、よろしくお願いいたします。

野村 野村でございます。きょう、コーディネーターをやらさせていただきます。恐らく

大変不手際もあるかと思いますが、皆様のご協力で、中身のある充実したパネルディスカッションを行いたいと思います。

まず、本日、ジュリー・ホートンさんに来ていただいた意義というようなことを若干申し上げたいと思います。

今、認識は大体一致しつつありますけれども、リスクコミュニケーションにとって、というよりは一般のコミュニケーションがすべてそうなのですが、コミュニケーションにとって極めて重要なのは、物事に対するお互いの認知のギャップをどのように解消していくかということであるといわれております。我々の進めているリスクコミュニケーションにとっても、今これが非常に重要なテーマであると考えられます。

そういう意味では、ホートンさんが今お仕事をなさっている EU は、ご存じのように、歴史的にも、文化的にも、言語、政治体制も含めて、非常に多様な国々が集まっているわけですね。そういう中でリスクコミュニケーションを図っていくというのは、極めて大変なことであろうと想像できるわけがございますけれども、我々、聞くところによると、EU もリスクコミュニケーションにおいてそれなりに成果を上げているといわれております。逆の考え方をしますと、余りにも文化や歴史が違うから、コミュニケーションが発達したという見方もできるわけです。

一方、日本の場合、よくいわれるのは、個人的にも、コミュニケーションというものが成り立つ素地がなかなか少ないというか、下手であるといわれております。しかし、逆に単一民族がそういう要因になっているという見方もありますし、これだけ同一の文化の中で、お互いに意思疎通ができないという面もないことはないでしょう。そこをどう克服するか。多様な文化、多様な歴史を持った EU のこれまでの結果、努力に学ぶことは大変大きいと思っております。

そういう意味では、きょうホートンさんが来られて、お話を聞ける機会が得られたことは、大変素晴らしいことではないかと考えます。

さて、先ほどのジュリー・ホートンさんのお話でも、やはり認知ギャップが非常に大きな阻害要因である、問題点であるというお話がありました。あともう1つ、ジュリー・ホートンさんが強調しておられたのは、私は、行政への信頼の確保であろうと思います。ただ、私は、認知ギャップと同様に、信頼関係というのも問題は同一でありまして、消費者、事業者、行政、それらが相互に信頼関係を持ち合っているのかどうか、ここが成功の決め手ではないかなと思うので、これは根は一緒ではないかなという気がいたします。そのよ

うなお話をいただいたと思います。

ホートンさんのお話で、もう1つ重要だったのは、情報提供のルートでございますね。これも、私も前から問題意識として持っておりまして、日本では、やっぱりまだまだマスメディアによる情報提供が極めて大きな比重を占めております。それは、欧米に比べると、日本の方がまだまだマスメディアの影響力が大きいとされているのですけれども、ホートンさんのお話では、まだEUでもメディアの影響力がかなり大きそうで、この辺、大変興味深いお話だったのです。

私は、EUの場合は非常にご苦労が多かったなと思いましたが、先ほどの文化、歴史、言語の違い以上に、メディアの違いは、EUの中では日本よりも多様であると思っております。そういう中でメディアと良好な関係を築いていくというのは、日本よりも大事業だなという感じがいたします。

ホートンさんのお話は、大体この3点が非常に大きなポイントではなかったかと思いますが、後でまたホートンさんに、日本と比べますと余りにも大きな違いがあるEUの中で、安全を確保する側としてそのようなものをどのように認識し、乗り切ってきたのか。特に後半のメディアの件につきましては、私はメディアを経験しておりまして、日本では記者クラブというおもしろい制度があるのです。またその辺について私がお話をして、その感想を伺えればという気もいたしますが、メディアとのおつき合い、あるいは情報提供の多様化、多様なルートで情報を提供していく方法、この辺についても、またホートンさんのコメントをいただきながら議論を進めてまいりたいと思います。

以上、そういうことで私としては今回のホートンさんのお話を伺いましたが、それらについてさらに議論を進めたいと思います。

それでは、まずその議論の前に、関澤先生からお話があるそうなので、それをしばらく伺いたいと思います。よろしくお願いします。

関澤 ただいまご紹介にあずかりました食品安全委員会リスクコミュニケーション専門調査会というのがございますが、そこで座長をさせていただいている関澤でございます。

(パワーポイント1)

私は、少しお時間をいただきまして、「我が国の食品安全のリスクコミュニケーション」ということで、食品安全委員会を中心とした取り組みのご紹介、それから、個人的に少し研究をさせていただいていますが、「欧米と日本のリスク認知の違いと背景」ということについて触れさせていただこうかと思っております。

(パワーポイント2)

さて、皆さんよくご承知のことだと思いますが、我が国のこれまでの食品安全については、主に行政や専門家が基準を設定し、その規制を行いまして、それを守っていくという形で進んできたと思います。その意思決定プロセスについては、少し前までは必ずしも透明でなかった。

また、食品安全面では、厚生労働省と農林水産省が担当しているわけですが、その連携も必ずしも十分でなかった。

また、生産者と消費者はもう少し話し合いをしていけばよろしいのですが、これも不十分であるということで、とにかく基準を守る、守ってくれているから安心という形が続いてきたと思います。

また、消費者から見ますと、食品安全に関する情報を簡単には入手できないということが続いてきたと思います。

そして、衛生管理については、法令の目的として挙げられていましたが、国民の健康保護ということは必ずしも目的として明らかにはされておらなかったです。

(パワーポイント3)

今世紀の初めに、幾つかの事件がありました。ここに挙げたような BSE の事件、また牛肉の偽装表示、食中毒の事件、農薬使用違反の事例というものについて、ここにご出席の皆さんはよくご承知のことだと思います。

違法な製造や表示の偽装に対する消費者の強い憤りと、行政や生産・販売業者への不信感というものが頻発したというところがございます。

(パワーポイント4)

これらを受けまして、2003年5月には食品安全基本法というものが制定されまして、そこでは、国民の健康保護を最重要の目的と明らかに示しまして、また、FAO(国連食料農業機関)やWHO(世界保健機関)が提唱しました食品安全のリスクアナリシス、リスク分析とも呼びますが、それを基本とするということを挙げました。

これを受けまして、内閣府に食品安全委員会ができました。そこでは、科学的なリスク評価を、リスク管理を担当する厚生労働省や農林水産省から独立して行うというふうにされたわけです。

さて、それでどう変わってきたかということでございますが、詳しいお話はきょうは触れないことにします。

(パワーポイント5)

食品安全委員会のリスク認知は、私の考えでは、入手できる情報と、恐らく食生活によって影響されるのではないかと考えております。

例えば、きょうはホートンさんがおいでですので、食品のベネフィットとリスクの認知が魚介類をたくさん食べる人たちと、肉類を好んで摂取している人たちで、あるいは自国で生産した食品をほとんど使っているか、あるいは輸入に相当程度頼っているかという社会的・文化的な背景により、相当異なってくるのではないかと考えております。

私は今、日本と欧米諸国で、このような背景の違いによりリスク - ベネフィットの認知を調べておりますが、これまでそういった観点で調べた研究はなかったということでございます。

(パワーポイント6)

これは主要先進国の供給熱量自給率の推移をグラフにしたものですが、ここが100%ですね。日本は、以前は60~70%の自給率があったのですが、どんどん下がってきて、今は供給熱量で見ますと40%前後になっております。イギリス、ドイツは、日本と同じように低かったのですが、自給率をどんどん上げて、今は80~100%に達しています。フランスやアメリカなどは専ら輸出しているという状況があります。

このように、日本は先進国の中でほとんど唯一特異的に、輸入食品に大半を頼っているということがいえると思います。

(パワーポイント7)

一方、食生活のパターンについて見ましても、ここは1975年から95年までの20年間しかグラフにしていますが、例えば米は1日1人当たり250g食べていたものが、150g程度まで下がってきている。一方、調味嗜好飲料というものがどんどん好まれて、いわゆるペットボトルで飲むようなものがふえてきております。

さて、魚についてはほぼコンスタントですが、毎日1人当たり約100g近く食べているというデータがありまして、肉類についてはだんだんふえてきておりますが、やはりまだ魚より少ない。1995年のデータですが、魚は1人1日当たり93.5g、肉類は72.6gということで、魚の方を30%ぐらい多くとっているという状況にあります。

(パワーポイント8)

これを例えばアメリカと日本で1人1日当たりの牛肉消費量ということで比べてみますと、これは生産量、輸入量、輸出量の差をとったものですが、アメリカと日本では、1人

1日あたりに換算いたしますと、アメリカ人は6.2倍食べているという計算になります。

一方、アメリカでちょうどいいデータがなかったので、ここではオーストラリアと比べておりますが、1人当たりの魚介類摂取量は、日本人はオーストラリア人の約15倍になります。このような大きな差があるということです。

(パワーポイント9)

例えば日本とアメリカの間で、牛肉のBSE感染問題で厳しい議論がされております。この背景として、いろんな要因が考えられるのですが、ここでは、そのうち、両国間での技術上の相違についてがあります。

つい先週、私は徳島県で肉のプロセッシング、加工をやっているところも見に行きましたが、1つ1つ肉を骨から切り離すということを、日本ではかなりテクニックのある方がやっておられます。アメリカなどでは、機械的に切断するというようなことをやっていますし、牛も放牧で、どの牛がどこで子供を産んだということがわからないような状況で飼っている。そういったことで、両国間で生産形態が違います。

また、アメリカでは輸出国ということで、メディアの報道では、主に生産者や販売者の意見があらわれてくるそうです。これについては、ケンタッキー大学の先生に調べていただいたのですが、ニューヨークタイムズなどの記事で見ますと、そこで牛肉の問題については、ほとんど生産者や農務省の方の意見が載っている。

一方、日本では、吉野家などのレストランとか消費者、また行政の意見が中心であって、やはり消費するという立場からの意見が主要でございます。

ほかにもいろいろ共通する点もあるんですけども、アメリカでは、牛肉の生産者のロビー活動が非常に盛んであるということを聞いておりますし、共通な科学的なリスク評価は行われていると思いますが、国ごとにそのようにリスク管理や情報におけるいろいろな実情の違いということがあります。

(パワーポイント10)

一方、アメリカでは、魚中のメチル水銀リスクが関心を呼んでおります。これは、私はリスク研究学会に日本でもアメリカでも出席しているのですが、去年、おととしのアメリカのリスク研究学会の発表では、魚のメチル水銀ということで数十報の発表がありました。一方、BSE問題について触れたのは、私と、食品安全委員会の戸部さんという方と、こちらにおられるホートンさんの発表、その3報だけだったのですね。このように、研究的にも関心の違いが随分あります。

これは今申しましたように、最近、日本とアメリカ、あるいはイギリスで起きた事件の違い、それから、食生活の違いが反映されているものと思われます。

このように、リスク認知には、日常摂取し、健康への恩恵があるということがよくわかっているものと、実際に食べているもの、輸入に頼っているかどうかということが大きく影響してくるのではないかと考えられるわけです。

(パワーポイント 11)

リスクコミュニケーションでは、そのように科学的なリスクの大きさのみを語っていても十分納得できない面がありまして、安心や信頼の決め手としては、このように社会的・文化的な背景や日常の食生活実態、あるいはその国の食料生産や食品安全管理の手法の違いを十分説明し、理解を求めることが必要ではないかと考える次第でございます。

(パワーポイント 12)

このように、我が国ではリスクコミュニケーションに一定の進展はございますが、まだまだ考えながら実行している段階だと思います。

その意味から、海外での経験やほかの分野からの経験から教訓を学ぶ必要性は大だと思えます。

我が国は、輸入食品に大きく依存しているために、どのように衛生管理をしているか、食生活の実情はどうなんだ、生産はどうなんだということ、海外や国際機関でもっと広く皆さんに説明していくことも必要だと思います。

このために、国内で関係者の理解を深める努力と、逆に海外に対しては、我が国の食生活や衛生事情を説明していき、また国際機関に我が国の主張も十分反映させる努力が必要だと思います。

実際にこのためには、国内では、そのことを行う体制とか教育訓練、日本では食育基本法が昨年成立いたしました、子供のころに形成された知識が人のリスク認知に大きく影響しているのではないかと、この仮説も私は持っておりまして、子供のときに先生やお父さん、お母さん、あるいは身近な方から、食品添加物は使わない方がいいとか、農薬は危ないということを教わったということで、大人になってからその考え方はなかなか変えられないというようなこともあると思えます。

ということは、今急に起こったことではなくて、子供のときから、より正しい知識を広めていくことも、時間がかかりますが、大事なことではないかと思えます。

ちょっと時間が超過したかもしれませんが、私のコメントを終わらせていただきます。

野村 ありがとうございます。

それでは、ホートンさん、今、私からはEUの中のさまざまな要素の余りにも大きな違いをどう乗り越えておられるか、改めてお伺いしたいと思います。

それから、今、関澤さんから、日常の食生活の差などが大きな認知ギャップを生んでいるのであろうということ、あと、子供のときの認知が極めて重要であるということ、国際協力が大事だというお話があったと思うんですが、そのほかお気づきになった点も含めて、まとめてお話をいただけますか。

ホートン 関澤先生のご発言は正しいと思います。子供のころからそういった認知ギャップが出てくるのではないのでしょうか。イギリスもそうなのですけれども、食品衛生教育を学校でやっているのです。認知ギャップが出てくると、例えば加工食品というのでしょうか、これらを食べるだけになったことで、こういうもので人々の考え方に対する影響が変わってきていると思うのです。

すなわち、フードチェーンの長い長い端っこにいるようになってくる、つまり、生産側からどんどん遠くなっている消費者と、その食事ということになるわけです。スーパーの棚に並んでいるものしか、食べ物は見たことない。だから、そこから先しか食品が理解できないという状況になっているというのが、フードチェーンの現状です。それに、あと安全管理というものが入ってくる。安全な食品とは何かということを考えなければいけないという状況が入ってくるわけです。

それから、コミュニケーションに関していえば、メディアは人々にとって非常に重要な情報源である。また、人々にインフォーマルな社会的ネットワークもありますね。そこからも食品に対して情報が得られる。友人から、家族から、ホームドクターから、保健所の職員とかそういった方から情報が得られるということですし、イギリスでは、子供が生まれますと、新生児に関しては保健職員が家庭訪問して、お母さんに知識啓蒙をする。例えばどういう食事がいいのかとか、家庭内での衛生に関する説明なり指導なりをするということが行われております。

これも非常に重要なところなのではないのでしょうか。すなわち、こういったところを発端として、人々に情報を伝えていくということを考えていくべきではないのでしょうか。

もう一度メディアに触れますけれども、我々が考えなければいけないのは、科学報道に対する信頼性というものです。イギリスにおける感覚は、サイエンスに対する報道がされているのですが、人文系の専攻だった人がジャーナリストになってやっている。だから、

科学の原理原則が余りよくわかっていないジャーナリストであるかもしれないけれども、書いている。例えばプレスリリースとか大学からの発表とか、そういうのでストーリーを書き上げるということで、正しい表現ではないかもしれないし、重要要素を抜かしてしまっているかもしれないということがあり得るわけです。本当は記事としては、これはきちんとした情報として欠かせないものなのに、抜かしてしまったとか、そういうことがあるかもしれない。

メディアに関しては、やはり傾向として、議論が対立するようなことをあおるというのでしょうか、例えば専門家でこういうふうに見解が違うんだとか、そういったテンションを取り上げる傾向にあります。それは、やはりジャーナリスティックにおもしろいからです。でも、これは報道の霧というのでしょうか、不透明になってくる。わかりにくくなっていくということで、見る方が、どうして専門家自身の見解が一致しないのかがよくわからないということになってきてしまったりするわけです。

また、メディアに関していえば、記事が自己発展的に拡大していく場合があるわけです。例えば何かを報道しますね。それが端緒となって、マスコミの各社が報道し始めると、我も我もと報道する。そうすると、記事自体がどんどん広がって行って、報道が拡大していくということがあるかもしれない。

BSE のときもそうだったわけですが、そういう報道の波が出てきたわけです。最初に BSE が牛で発見されました。そのときは牛だけだからということで、マスコミはちょっとした報道でやめてしまったわけです。当局は、そのときはまだ対策を考慮中ということで、研究調査を始めたところでありました。

かまびすしい報道になったのが 96 年のことでありまして、最初のヒトの変異型クロイツフェルト・ヤコブ病が出てきて、BSE に関係があるのではないかとされてきたからでした。ただ、そのときも、ジョン・ガマーという農務大臣がテレビで会見をしまして、4 歳の自分の娘、コーデリアちゃんがビーフバーガーを食べるということで、農務相としてはそういったパフォーマンスとして、イギリス製ビーフは大丈夫、安全だということをお願いしていたわけです。

これが事例研究となっておりまして、「BSE で一番覚えているものは何ですか」という調査をしたのですが、みんなは、「ジョン・ガマーが自発的にビーフを食べようよということをやって、テレビに映った。BSE 事件で記憶に一番残ったのは何かというと、あれですね」というわけです。ほかに動物の福祉ですとか、病気で苦しんでいる牛のイメージとか

そういうものに加えて、ああいうものが出てきていたということです。ですから、食品リスク管理にとって、メディア対応は非常に難しい課題であろうと思います。政府にとっても当然難しい課題だと思います。

野村 私も、メディアに対する対応は非常に重要だとはもちろん思っておりますけれども、実は日本でも、BSE のときに大臣が牛肉を食べたという、やはり同じようなことがあります。私の記憶では、あれは余り評判はよくなかったような記憶があるのです。というのは、あれは余りにも非科学的ですね。大丈夫というのはすぐわからないわけですから、そういう面がありました。

余りメディア論に入ってしまうと切りがないのであれですが、私が一言申し上げたいのは、初期の情報の提供ですね。今まで例を見ていますと、メディア報道がおかしくなっているというか、社会的に余りいい影響を与えなくなってしまったのは、初期の情報提供が非常にまずい。これは多分お国によって差があるのかもしれませんが、日本は、もちろん権力へのチェックとかそういうジャーナリスティックな発想もありますけれども、情報提供がしっかりなされていれば、まあうまくいくという面がありまして、何といても情報をなるべくきちんと提供してやっていく。まさにホートンさんがおっしゃった良好な関係をつくるということが大切ではないかなと思うのです。

ホートンさんがおっしゃったメディアとの良好な関係というのは、どのようなことをお考えになっているか、ちょっと一言だけお聞かせいただけますか。

ホートン それでは、少し詳しく説明してみます。明らかに私どもの食品研究所におきまして、メディアとかなりコンタクトがあります。したがって、そうした継続的な関係を特定のジャーナリストと持っています。ジャーナリストとして、特定の問題をよく報道するような人たちです。彼らとコンタクトして、そういった人に情報を定期的に提供することです。必ず食品安全の事件が出てきたときだけではなくて、もっと定期的に、普通の会話という形でそういった関係を維持していく。そうしますと、そのジャーナリストも平等な形で、偏見のない形で、もっとニュートラルな形で、自分たちが伝えてほしいメッセージを、より公正な形で伝えるようになるかと思えます。

でも、そんなに楽なことではありません。大変なのです。私自身もぜひ知りたと思っていますのですけれども、いかにメディアが発展していくかということに関して、例えば大学その他の研究所、こういった組織があつて、キャンペーンを打つようなグリーンピースとか消費者団体といったところも、それぞれみずからのメッセージをマスコミで取り上げ

てほしいわけです。

よくあることですが、プレスリリースがあると、それに対してまた何かが生じる。問題としては、英国の消費者いわく、特にヘルシーな食事に関心がある人たちがいるわけですが、毎週伝わってくるものが変わってしまうわけです。先週の報道では、たしか1日1杯赤ワインを飲むのは健康にいいと聞いた。ところが、今週になったら、1日1杯の赤ワインは自分の健康にとってよくないという報道になってしまった。一体どうなっているんでしょうということになるわけです。何を信じていいかわからないわけです。

科学者としても、もちろん自分の行っている研究をメディアに報道してほしいわけです。それだけカバーしてもらえば、そして、自分の研究が注意を呼べば、それだけ研究資金あるいは助成がふえるからです。

したがって、メディアのプロセスは非常に興味深いと思います。単にメディアだけが悪者なわけではないわけです。いかにニュースが編さんされて報道されるかということは、そういったいろいろな要素が絡んでいるということで、非常に興味深いことだと思います。

野村 関澤先生、何か一言ありそうな……。どうぞ。

関澤 メディアの話になったので。私は、昨年、イギリスのFSA（食品基準庁）を訪問して、お話を伺いました。食品基準庁は、BSEの問題があってその反省からできた、食品安全委員会とちょっと似たような歴史を持った役所です。どういうふうにインフォメーションを提供しているかということをお聞きしましたが、食品基準庁の中には15人のメディアとか心理学の専門の方がおられるそうです。発表する内容について、この内容で一般の市民の方は十分よくわかるかとか、受け入れられるかということとその人たちが検討して、発表するとおっしゃっておられました。

リスクコミュニケーションでは、緊急時対応と平常時の問題があります。緊急時にはゆっくりチェックしているという暇はございませんが、平常時には、一般の方がこれならわかるかというふうなことをよく検討して発表するというのも大事だと思いました。

一例として、先ほどご紹介した魚中のメチル水銀について調べてみたのですが、日本の最初に発表した内容ですが、魚中のメチル水銀については、サービスで質問と回答の15ページぐらいの長い文章が出されました。私でさえ、読んでも途中で疲れるような文章だったのですが、イギリスは1ページの10個のクエスチョン・アンド・アンサーで、例えば一例では、「What is problem with mercury in fish?」という質問があって、「Every fish contain little mount of mercury. But it doesn't make a health problem.」というような簡

単な回答でした。

本当のことを伝えているのであれば、私はそれで足りるのだと思います。詳しいことを知りたいことはここを見てくださいという案内がありました。そのように、みんなが何を知りたいか、何を知ってほしいかということをも十分検討する必要があると思われました。

もう1つは、イギリスではありませんが、イギリスでも似たようなことはありますけれども、アメリカの食品医薬品庁のホームページではキッズプログラム、子供向けのプログラムが非常に充実して、そこでは、いろんな動画とかクイズその他を使って、子供が楽しみながら、手洗いが大事だよとか、いろんなことが学べるようになっていて、それは、学校の先生、どうぞお使いくださいみたいなのがあります。そういったことで、いろいろ工夫する余地があるなと思いました。

ホートンさんのお話では、メディアとは、ウェブを見ない人もいるので、もう少し別なことも工夫する必要があるとおっしゃっておられましたが、それについては、私たちも、またホートンさんともご相談しながら、考えていくべきことだなと思いました。

野村 メディア論だけに余り特化するのもよくないので、認知の問題ですね。認知ギャップは非常に大きいと思うのですが、実は日本は、ご存じのように、文化的にも歴史的にも割と単一民族とよくいわれるのです。ホートンさんが担当していらっしゃる EU という地域は、先ほど申しましたように、非常に多様な人々がおり、言語さえ違う。こういうところの認知ギャップは大変大きいものがあると思うのですが、その克服のためにどんなご苦労をなされたか。そのあたり、エピソードなどございましたら、それをちょっとお話しただいて、また議論を進めたいと思うのですが、いかがですか。

ホートン 認知ギャップのお話ですが、まず消費者と専門家の認知ギャップがあるといいました。ヨーロッパでは国別の違いもあるのです。それぞれの国の人口の中でもそれぞれ違った見解が、例えば同じ国の消費者の人たちと専門家の人たちの見解が違うということもあるわけです。あと、消費者と一口にいても多様であるということですね。日本はどうなのかわかりませんが、市民一般という言い方をしますが、そういった不特定の存在ではなく、一般市民は本当に多様であると思います。まず、それを意識しなければなりません。

それから、リスクコミュニケーションで、どういうニーズがどういう人たちにあるのかというのを理解すべきでしょう。一般といっても、ある人たちには何が重要とか、そういうことがあるわけです。

SAFE FOODS というプロジェクトがありますけれども、人口の中を解析してみて、ヨーロッパ全体で食品安全に、それから食品リスク管理者に、同じタイプの見方をする人たちというのを研究しております。というのは、人によって違うといいましたけれども、食品安全に非常に肯定的な見方をする人と、否定的な見方をする人が、それぞれいるわけです。かつ、どういう人がそういうふうに肯定的になりやすいのか、もしくは否定的になりやすいのか、共通のバックグラウンド情報はあるのか、どういう背景でそういう見方をするようになるのかということをいろいろ調べているわけです。例えば否定的な見方をする人たちになぜ、肯定的な見方をする人たちになぜ、それから、文化的な要素も組み合わせているいろいろ調べております。だから、多様性と一口にいっても非常に複雑な分析になるのですけれども、ただ、研究はしております。

野村 先ほどの話でも、福祉の割と整っているデンマークは肯定的である。ギリシャは否定的であるということがありました。このあたりの分類は非常におもしろいと思うのですが、もう少し詳しくお話しいただけますか。

ホートン 申しあげましたように、デンマークその他北欧諸国全般でいえることですが、彼らの食品リスク管理のとらえ方はずっと肯定的であり、政府当局をずっと信頼しています。北欧諸国の場合には、かなり強力な伝統があって、特に社会的なベネフィットを国民が享受できるという意味で、社会福祉が強いわけです。また、コンセンサスに基づいたアプローチをとっていると思います。コンセンサスカンファレンスという考え方は、もともとデンマークから始まったわけです。例えばバイオテクノロジーで議論があるような領域においてコンセンサスをとろうとする場合には、そのプロセスでは、専門家が諮問して、政府が一方的に決めて、情報を一般国民に伝えるのではなくて、一般市民の見解を取り上げようとするわけです。

それとは対照的に、ギリシャの場合には、国の腐敗がどのくらい進んでいるか、その認知の仕方に関して、かなり強力な紋切り型の偏った態度がありまして、政府とか大企業が影響力を行使している、消費者の安寧よりも経済的な利益が優先されるというとらえ方がされています。こういったとらえ方、態度があるので、国民としては、食品リスク管理のとらえ方も、おのずとそういうとらえ方になってくる。

興味深いのは、最近、鳥インフルエンザの流行に関して、私の住んでいる地域にある家禽処理工場、そして、BBCでディスカッションパネルが報道されて、政府の鳥インフルエンザの流行の扱いに関して、何と 3000 もの意見が国民から出ました。これは国民の代

表的なサンプルということではないですけれども、興味深いと思います。利用可能なソースがあるわけです。一般市民がどう考えているかということの1つの切り口として見ることができるということで、興味深いのは、この問題をいかに扱っているか、その認知の仕方が、当時の政権に対するもっと一般的な態度と関連しているかもしれません。非常に批判的な人たちがいる。また政府が対応の仕方を誤っている、またかということになるわけです。ブレア政権に対して、ありとあらゆる不平不満がある。例えばイラクの戦争もあるし、またこれだということで、国民がこれを十把一からげに考えてしまうわけです。また政府はとちっていると。

これは例ですけれども、特定の国、文化的な特定の文脈、そして、その時代の影響もあると思います。

野村 ありがとうございます。

リスク管理に肯定的であれば、認知ギャップの解消もやりやすいということになるのですが、日本はどのようなのでしょうか。この中間ぐらいの感じでしょうか。イギリスはいかがですか。

ホートン はい、イギリスは肯定的、否定的の両極端の恐らく真ん中でしょうね。BSE事件は人々の食品安全に対する物の見方、認識にかなり影響がありました。政府の行動に対しての認識です。特に科学的な不確実性を間違って扱ったことによって、市民の物の見方は大きく影響を受けたと思います。すなわち、100%安全なイギリスビーフという言い方がされたわけですけれども、その当時、その問題に関して科学的な不確実性があったにもかかわらず、ああいうふうに対応してしまった。新しい変異型クロイツフェルト・ヤコブ病が人間で発症したというところで、政府に裏切られた、だまされたと市民は思ったわけです。政府見解に関しては信じられないじゃないか。発表は信じられないということはどうしても引きずって、残っているという形になってしまったようです。

ですので、食品基準庁が発足して、注力したわけです。その前は農林水産省というものがあつたわけですが、どちらかというと農業生産者側の利益を代弁するような形であつたといえるわけで、そうではなく、中立な独立した食品基準庁を新たに出発しようということですので、信頼回復のためにこういった形での出発となったということになります。ただし、BSEの遺産がありますので、今後の食品安全に関しては、その影響がまだまだ残ると思います。

消費者に関してはいろんな研究がなされておりますけれども、例えば汚染されたスコッ

トランド養殖サケに関して、やはり人々は、BSE のときはああったから、あれがこういうふうに使われたんだから、今回もこうだろう。つまり、本当のことはかなり後になってから発表されたんだ。今回だって、のっけから本当のことをいうわけではないじゃないか、本当のことを我々は知りたいのに、やはり懐疑的になってしまうな。対策をとられても、それに対して本当に効くんだろうかと考えてしまう。イギリスに関していえば、食品安全に関しては懐疑的なところが強くなりました。

私も面接調査等を行いましたけれども、いろいろな形で残っているようですね。食品リスク管理の担当者に関して、消費者のことを本当に率先して考えて行動はしてくれなかったというところが、まだまだイメージとしてあるようです。

野村 関澤先生、今、EU ではいろいろタイプ別に分類したり、例えばリスク管理に対して肯定的である理由を分析していこうということが、ホートンさんのお話であったわけですが、それをリスク認知のギャップとか、あるいは日本の現状に照らし合わせると、いかがでしょうか。恐らく日本はギリシャほどでもないけれども、デンマークやスカンジナビアほどでもないということですが、まずその辺の現状分析と、最後ですので、今後の対応といったようなものをまとめて……。

関澤 今、野村さんのおっしゃったことにまっすぐお答えになるかどうかわからないのですが、私は、昨年、イギリスのほかにオランダにも行きまして、オランダの食品安全官庁の方ともお話ししました。それでお聞きしたのは、彼らがいうには、「オランダの国民は、世界じゅうからいろんな食品が入ってくるので、主に価格とか量に関心がある。フランスやイタリアの人は、味とか原産地に非常に関心が高いようだけれどもね」というようなことをおっしゃっておられました。

日本でも、私は、似たようなことがあるのかなと思います。ホートンさんも、パンヨーロピアンというのはないんだとおっしゃったのですが、日本の中でも、どこに関心を持っている方がおられるか。いろんな方がおられるのではないかと想像します。

例えば年代的に見ましても、私のような年齢の割と高い者と、妊娠中のお母さんとは違ったことに関心があるし、知りたいことも違う。そういったいろんなパターンがあるので、ホートンさんのお話をかかりますと、それをよく考えて対応していくというリスク認知も必要だろうとおっしゃっておられたのです。では、その方たちが本当に何を欲しているかというニーズについても指摘されたのですが、さまざまなステークホルダーのニーズについても、むしろ聞いて、それに真っ当に答えていくということが、私たちにとっても、

ヨーロッパの方にとっても、課題なのかなと、お話から考えた次第です。

野村 どうもありがとうございました。

ホートンさん、何か一言ございますか。

ホートン 今、関澤先生がおっしゃったことのフォローとして。決してヨーロッパの消費者が、半永続的に自分の食べているものの安全性を心配しているわけではありません。フォーカスグループのディスカッションを持って、「あなたは食品を買うとき、調理しているとき、何を一番考えますか」と聞きますと、食品の安全性とはいわないのです。消費者たちが心配しているのは、やはり価格の方が気になる。それから、量の問題、どういうときにどういう食事の準備をするのか、1人で食べるのか、ほかの人のためにお食事をつくってあげるのか、味の問題、そして楽しめるかどうか、そういったことを結構考えているわけです。したがって、いつでもがんじがらめに、店舗に行ったら常に食品の安全性のことばかり気になるというわけでもないのです。

消費者としては、やはり食品関連の健康問題には関心があるようです。特にダイエット関連の懸念がよく出てきます。それから、自分にとっていい食べ物は何か、悪い食べ物は何かということ、分類することがよくあります。ファーストフードは悪いものということが多いですし、多くの人々の関心があるのは、非常に新鮮な食品です。これも安全性の一面ではあるかもしれませんが、ただ、食品の安全そのものが必ずしも全面的にいつも出てくるわけではないということも忘れてはいけないと思います。

(5) 会場参加者との意見交換

野村 最後に、食品の安全というのは何かという問題を投げかけていただいたのですが、時間もありませんので、この辺で会場からご質問をいただきたいと思います。

大変恐縮ですが、例によって、ご質問をいただく場合には、お名前と、できればご所属をお願いしたい。それから、なるべくたくさんの方に質問いただきたいと思いますので、ご質問についてはできるだけ簡潔にお願いをいたしたいと思います。私からご指名しますので、そこへ係の者がマイクを持ってまいります。その上でよろしくお願ひいたします。

それでは、どなたか質問ございますか。

男性 きょうは、一般の消費者で参りました。大変結構なお話を聞かせていただきまして、非常に勉強になりました。

我が国は自給率40%なわけです。そういう中で何をすべきか。関澤先生の最後のまとめ

のところ、確かにそのとおりだなと。日本の中だけ考えていたのでは少し手おくれになるなというようなことを強く認識したわけですが、そういう意味からいって、海外の情報も含めて、情報をできるだけ開示してもらって、開示した情報に対して専門家がコメントしていただくというのは結構だと思うんですけども、それらは本当に自分に対してどうなのかというやはり自分の責任、自己責任というのでしょうか、そういう形になってこようかと思います。

例えば今ホートン先生がおっしゃったアイルランドサーモンの件も、私たち日本の消費者は余りよく知っておりません。BSEは知っております。認知の前に、専門家と、そうでない私たち一般消費者の間に、やっぱりそういったギャップがあるんですね。そういったものを解消するには、やはり情報をうまく開示する仕組みをつくっていただければなと思っています。そして、それらを私たちが自己責任の名において、うまくチョイスして、食品の安全の実践につなげていけばというふうに思うのです。

きょうのこういったミーティングも、食品安全委員会の方、一般に開放された教育といましようか、全くすばらしい会議だった。きょうは大変結構なお話を先生方に聞かせていただきまして、本当にありがとうございました。

野村 ありがとうございます。

それでは、最初にホートンさん、お願いできますか。インフォームドチョイスの話とも少し絡む話かなと思いますので、いかがですか。

ホートン コメントさせてください。特にインフォームドチョイスに関して発言いたします。消費者のインフォームドチョイスということです。

SAFE FOODS プロジェクトに関してですが、安全に食するということは必要ですが、そのためにはまず情報が提供されなければならない。例えば食品安全問題が起こったとしても、問題に関する情報が欲しいということでもあります。科学的に不確実な部分がかなりあったとしても、それを認めた上で、やはり情報は開示してほしい。そういった科学的不確実性を解明するために、何をしているかということを知りたいということです。そういうことを聞いて、その食品なり品目なりを、食べる食べないを決めたいということなのです。ただ、インフォームドチョイスを実践するためには、まず情報が欲しいということ、皆さん、いっているわけです。

野村 関澤先生、あともう1つ、国際協力の面も含めて一緒に。

関澤 確かに十分知らされていないというのが、今までだったと思います。ただ、私は

前、厚生労働省の研究所にいたのですけれども、そのときに、農薬の安全性評価データ集をつくって出したことがありました。それはなぜかという、十数年前はそれぞれ官庁ごとに、環境庁、農林水産省、厚生労働省が農薬について管轄しておりまして、今は経産省も関係あるのですけれども、それぞれのところに調べに行かないとわからなかったのです。それを1つにまとめたところを見れば、海外のこともそうなんだけれども、本にしたらどうだろうということで、国内外のをまとめたものをつくってみました。

今はインターネットで相当調べられるようになってるので、今の方は非常に幸せというか、その面ではいいなと思います。しかし、今、大学に移りまして学生にそういう農薬の話をする、そんなの聞いたことなかったというか、そういうのをつまらないと思って勉強をしない人が多いんですね。

ということは、先ほど子供の話でもしたんですが、やっぱり楽しく話が聞けるようなことをこれからもうちょっと工夫する必要があるかなと考えています。それは何も大学での授業だけでなく、消費者団体の方とかいろんなところで農薬に関係しておられる方がおられると思いますが、それを皆さんが聞いてみようかなと思われるような、この場を非常によいとっていただいたのですが、こういう場とか、ほかにもっと身近なところで、いろんな形でやっていっていただけるといいかなと私は思いました。

野村 それでは、なるべくたくさんの方から。先ほどから挙げていたその女性の方。

蒲生 リスクコミュニケーション専門調査会の蒲生と申します。

きょうは、貴重なお話ありがとうございました。ホートンさんに2点ほどお伺いしたいと思います。

デンマークは社会福祉が整っているということで肯定的な意見があるとか、そういう国ごとにもリスク認知のギャップがあるというのは、大変おもしろく伺ったのですけれども、専門家と消費者の間にリスク認知のギャップがあるというのは、社会心理でも知見が非常にたくさん蓄積されておりまして、私も全くそのとおりだろうと思います。そういったギャップに基づいてリスクコミュニケーションの手法を開発すべきだということ、スライドの31にも書いておられますけれども、その手法がいかに効果的か。その効果的であるかどうかの評価手法ということで、ぜひお伺いしたいのです。

日本でも、こういう講演形式であるとか、きょうのようなパネルディスカッション、コンセンサス会議、グループミーティング、バイオカフェみたいな少人数のさまざまな形態もやっておりますし、また、その形態だけではなく、どのタイミングで行うか、どうい

対象を行うか、そういったことによっても効果は変わってくるだろうと思うのです。そういったいかに効果があったかというところの評価手法を、どのような点を調べれば良いとお考えかお伺いしたいなと思います。

私は、遺伝子組み換え食品に関して、5年ほどミニリスコミを活動として続けているのですが、その講演をする前と後のアンケート調査を必ず行っております。それでよくなったという意見は大抵いただくのですが、長期的に見るとまた戻ってしまう。ですから、短期的な評価、長期的な評価という点もあろうかと思っておりますので、その点も含めてお伺いしたいと思います。

もう1点は、簡単なことなのですが、先ほど特定のメディアと継続的なコミュニケーションを行っているとおっしゃっていましたが、科学パートのメディアなのでしょうか。それとも、社会的なメディアなのでしょうか。実際に聞きに来るのは社会科学の人であったりとか、ずれがないかなと思っておりましたので、お伺いしたいと思います。

長くなって済みません。

野村 ホートンさん、よろしいですか。1つは評価の問題ですね。もう1つは、おつき合いをしている記者が自然科学系なのか、社会科学系なのかという、この2点の質問だったと思うのですが。

ホートン それでは、少し一般的なところからお答えしたいと思います。

まず、社会福祉が充実していると肯定的な認知がということでありましたけれども、あと、食品安全のみならずシステムとして、やはり消費者の信頼を促すようなものがある。デンマークでは、スマイルマーク、にこちゃんマークのシンボルがついているのです。これを例えばレストランで表示するとか、そういうことをしています。こういったマークがついていて、消費者はこれを見ると、なるほどこのお店は評価を受けて、かつ、その評価結果は成績がよかったわけね、食品衛生良好ということにこちゃんマークをもらったのねということで、プラスの評価として、デンマークではみんなが知っているマークとして認識しているわけです。それに皆さん反応しています。

専門家、一般市民の食品リスク管理に関する認知ギャップということですが、SAFE FOODS プロジェクトで実際、消費者の見方と専門家の見方はそんなにずれてはいませんでした。結構似ているわけです。共通テーマがありますし、何が効果的な食品リスク管理かということも似ています。ただ、ニュアンスがちょっと違ってきているというところはありますので、それは対応していくべきだと思います。それによって認知が改善すると思

います。ですので、そういった微妙なところをきちんと把握しておくというのが重要だと思います。

それはそんなに大きなギャップではないと思われるかもしれませんが、例えば学術論文で、専門家の間でもリスク認知の差、違いがある。専門家と消費者の間にも違いがあるといわれていますが、その認知の違いを文献で見てもみると、方法論的なところに帰するという場合があるようです。例えばどういう専門家を選択して、それを研究では対象にして、いわゆる専門家とっていたか。かつ、その見方というか認知がリスクの見方にどう影響を与えているのか。また、どういうふう認知という結論に達しているのか。例えば原子力発電所のようなめったに起こらないリスクに関して聞いているのかとかそういったことで、いろんな研究対象の領域はあると思います。

いずれにしても、いろんなことを研究してみる。例えば一般市民参加も経験してみるということで、いろいろ学べると思います。市民参加というのも複雑な話です。こういったことを検討してみるときに理解しなければいけないのは、まず特定の目標を持って、何がしたいのかというのがあらかじめきちんと押さえられていなければいけないし、実際やる前に、きちんとした評価メカニズムをつくっておくことが必要だと思います。

それほど検証が行き届いた尺度は、まだこの分野の評価ではないですし、また、市民の評価に効果があるのは何なのかということの結論は出ておりませんが、例えばイギリスでは、非常に関心を持たれているものがあります。一般の討論でも、複数の要素が絡んでいることがわかっています。例えば公開討論で GM 食品を検討する。何日もかけて GM 食品に関して論議を尽くす。そして、その論議の前と後で人々にアンケート調査をしまして、GM 食品に対する姿勢がどういふう変わったのか、よりマイナス方向に強く振れたのかということデータをデータとして集めました。

この取り組みに実際参加した人たちは、これは公開参加ということだったので、必ずしも代表的な人口サンプルとして選ばれたわけではなくて、自主的に来た人が集まっていたということが1つありますので、GM 食品に関しては恐らく見解が固まっていた人が参加したということも、背景因子としてあると思います。

また、同時に、食品に対する人々の事前の認識、認知をきちんと調べておく、把握しておくということも重要かもしれません。というのは、これも複雑な話ですが、人々はいろんなものに対して、既に見解を持っているわけですね。例えば GM に関してもそうです。ですので、それをそれぞれ説得していくような要素ということで、押さえておく必要

があります。

メディアに関してですが、メディアとの関係を構築すると申し上げましたが、申し上げたジャーナリストは、科学的な報道で実績のある人を探す必要があると思います。英国の場合には、例えば科学担当記者というのがいて、そういった人たちとやりとりをする。タブロイド紙でもサイエンスを報道する人はいるけれども、そういった資格を持っている記者が記事を書いているとは限りません。

野村 ほかに質問はございますか。

浜本 日本モンサントの浜本と申します。

ホートン先生にお伺いしたいのですけれども、認知ギャップということで、特にヨーロッパ、EUにおいて、ほかの食の安全性の問題、イシューとの絡みで、GM食品に対するユニークなイシューはどういうものであって、それに対して認知ギャップを埋めるにはどういうふうにしたらいいかというお考えがありましたら、伺いたいと思います。

ホートン BSEに関しましては、英国政府の管理がかなりまずかったと思います。英国において、食品安全性の認知の仕方にかかなりのインパクト、影響を及ぼしました。そして、それが大きな波紋を呼びました。

前にも申し上げましたが、農水省がこのBSE事件の危機のために解体されました。農業の利益を追求しながら、また同時に、国民の健康を追求しなくてはいけない。この2つの目的を同じ組織で追求するのは無理であるということになりました。そのために食品基準庁ができたわけです。

もう1つ、BSEの問題によりまして、消費者に影響を与えたのは、動物福祉の問題も出てきました。そして、集約農業に対する懸念が出てきました。特に消費者の認知を大きく左右したのが、家畜の問題です。牛に使うボーンミールという飼料で、牛に牛を食べさせるという状況がありました。消費者にいわせれば、これはとても不自然なことだということで大問題になったわけです。豚にハムサンドを食べさせないのに、なぜ牛を碎いてまた牛に食べさせるのだということになりまして、これもまた重要な感染経路になったわけです。なぜだれかこういうことを考えなかったのか、こんなことをさせてしまったのかという問題が指摘されました。こういったことがあって、多くの人々が食物連鎖のことを考えるようになって、食品がどうやって生産されるようになるかということで、人々がその意識を持つようになったわけです。その結果として、自分で選びたいということになってきたわけです。よりよい生産システムをサポートしたいという気持ちになってきた。そして、

有機栽培の野菜とか、オーガニックな肉を買いだいたいということになっているわけです。

BSE がなぜそれほど重要だったかという、英国におきましては、ほかの事件と比べて特に重要だったのは、まず新しい経験であったということで、もちろんベストな方法では対応できなかったかもしれない。政府としては、全面的に国民を安心させたかったわけです。ブリティッシュビーフは食べても安全だといいたかったのですが、国民としては、これは真実を全部いっていないなと思ったわけです。もしかしたら、政府は基本的に牛肉産業を支援しようとしているのではないかと懐疑的になったわけです。そして、消費者の健康は二の次ではないかという印象を持った。

ドイツでもそうなのですが、ドイツにおきましても BSE がインパクトを持ちまして、その結果として、制度が変わりました。リスク評価の組織、リスク管理の組織の再編成がありました。もともとは、ドイツにおいては BSE が問題だということ認めなかったのです。ドイツのビーフは BSE の問題は完全にはないと宣言したのですが、後になってから BSE が報告されるようになってきてしまって、これもまた政府当局が信頼を損なったわけです。

やはり信頼を培うのはなかなか難しいのですが、すぐに損なわれてしまいます。したがって、一回失われた信用は再構築がなかなか難しいです。

野村 ホートンさん、今の質問は、もう1つ、GM、遺伝子組み換えに関する認知ギャップに、他の食品に比べると、特別な差はあるのかどうか。この辺もひとつお答えいただけますか。

ホートン GM 食品に関して何が問題だったかという、ここでもやはり消費者は、これは全部聞かされていないなという印象を持ったわけです。完全に協議を受けずに、選択もできずに、この認知の仕方を強要されているのではないかと。そして、何が認知を左右するかという、バイオ関連会社のモチベーションがあるわけです。何を求めているのか、動機づけ。バイオ食品関連会社は、やはり主として利益を追求しているのではないかと。というところから。GM 食品の及ぼし得る影響を必ずしもすべて考えていないのではないかと。ということで、消費者としても、GM 食品に関してリスクとベネフィットを考えるわけです。なぜ GM 食品なのか。だれにとってはベネフィットがあるのか。自分には何があるのか。その方向に進んでいくと、もしかしたらこれはバイオテクノロジー会社が独占してしまうのではないかと。ということなんです。

これに一部かかわっているのは、不自然であるというところがあります。やはり自然

をいじるということですから、安全性を考えた場合、直観的にそう思ってしまう。こういった場合、遺伝子組み換えは、例えば医療、医薬品関係では、より受けがいいわけです。健康のベネフィットがある等々考えられるわけですが、消費者としては、全般的には、ほかの分野ではどうしても否定的な態度をとりがちだと思います。

野村 時間がかなり迫ってしまっていて、本当に短い質問をどなたかどうしても……。非常に短い時間で大変恐縮です。

高野 日本食品添加物協会という事業者団体におります高野でございます。

フォローアップがない、後日談がないというお話がありました。ホートンさんは、メディアの話としてこれをおっしゃったのだと思います。でも、メディアは売れるもの、TVプログラムだって、記事だって、売れないとつukらないですね。後日談なんか売れるわけがないですから、そんなもの書くわけがない。

日本で困るのは、行政のフォローアップがない。例えばダイオキシンに関して非常に厳しい規制があったにもかかわらず、あのときに企業はいろんな投資をしたであります。今だれもいわなくなりました。フォローアップがないのではないかと思うのです。イギリスにおいて、1996年以降、BSEの大分厳しいフォローアップがあったのではないかと思うのですが、その辺は、イギリスと日本で大分違いますでしょうか。その辺を教えてください。

野村 ホートンさん、済みません。時間が余りないので、簡単にお願ひできますか。

ホートン フォローアップの情報を出す、特に消費者の皆さんに出すということに関してですが、今いわれましたように、例えば魚の汚染というものがありますけれども、これはやはり消費者に情報として継続的に出すことが重要だと思います。

プレゼンの中でも申し上げましたけれども、消費者と継続的にコミュニケーションをしましょう。その仕組みも考えなければいけない。マスコミよりも難しい仕組みだと思うのですけれども、ただ、そういうことは考えなければいけないだろうということです。ただ、やはり消費者には、引き続き検討調査していますよということを定期的に情報として流していくことが必要だと思います。

WHO その他の規制機関が、特定の物事にはガイドラインを策定して、出すようになりました。そして、これがレビューされていますかということが、今のご質問の1つのお答えだと思います。例えば汚染物質が安全性ガイドラインの範囲内である。ただ、この範囲内というのは何を意味するのかということが、コミュニケーションされていないといけな

い。これは見直しされているのかということもわからなければいけない。それから、ガイドラインがあるにしても、実施状況はどうなんだ。文章化したところまではいいけれども、その実施が弱ければ何もならないでしょうということは、消費者の皆さんはお考えになることですから、それもきちっと考えておかなければいけない。

ですので、リスクコミュニケーションは、何々をしましたというよりも、何々をしなかったからということの方が重要問題ですね。ヨーロッパではそうです。

でも、マスコミ対応ということでは、もう1つ、やはりいろいろ問題はあります。例えばプレスリリースを出しますと、プレスリリースにすべて大丈夫です、ガイドラインについてもやっていますということが書いてある。そういうのを見ても、メディアとしては、これがストーリー性があるとか報道価値があると余り思わない。もっと否定的な何かが出てきたら報道したいなと思うのかもしれないですけども、そこは難しいと思います。

野村 関澤先生、余り出番がなくて申しわけありません。

認知ギャップに関して、これから我々にはたくさんのテーマ、課題があるということ、きょうサジェストいただきました。ジュリー・ホートンさん、関澤先生、大変ありがとうございました。(拍手)

(6) 閉会

司会 熱心なご議論、大変ありがとうございました。いま一度、ホートン研究員と関澤座長に皆様の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、これで本日の意見交換会を終わらせていただきます。円滑な進行にご協力いただきまして、ありがとうございました。

なお、お渡しいたしておりますアンケートにぜひご記入の上、出口の回収箱にお入れくださいますようお願いいたします。

なお、食品安全委員会の「食の安全ダイヤル」でも日常の皆様からのご意見やご質問を受け付けておりますので、そちらの方もぜひご利用ください。

本日は、長時間にわたりありがとうございました。(拍手)

午後5時 閉会