

---

# 食品安全と情報 ジャーナリストの視点から

---

科学ジャーナリスト、一般社団法人FOOD COMMUNICATION COMPASS

松永 和紀

2016年3月18日、日本学術会議講堂

# FOOD COMMUNICATION COMPASSは 科学的根拠に基づく食情報を提供する消費者団体です

## \* 活動の目的

消費者団体・事業者・行政・研究者と連携しながら科学的根拠に基づく情報発信を行うことで、消費者が冷静に食の問題に対処できる社会を作るために活動をしています。

## \* 主な活動

ウェブサイト「FOOCOM.NET」で、食情報を無料で広く発信しています。活動を支援して下さる有料会員には、メールマガジンで詳細情報を届けています。



科学的根拠に基づく食情報を提供する消費者団体

FOOCOMのご案内 | お知らせ | よくあるご質問 | RSS

FOOCOM.NET  
FOOD COMMUNICATION COMPASS

サイト内の記事を検索 検索

ホーム | 特集 | 専門家コラム | 食品表示・考 | 傍聴くんが行く | インタビュー | 有料会員向けメールマガジン目次

**① 新着情報**

高橋久仁子さん緊急寄稿! 「あしたのジョー」を信じていい? キリンメッツコーラの問題点(5/30)

脂質の多い食料を加熱調理するとPAHsが発生する(5/29)

クラシック音楽から聞こえてくる害虫の音色は(柏田雄三さん)(5/29)

深刻化する除草剤耐性雑草〜傾向と対策(5/28)

試し読み! 有料会員向けメールマガジンを無料で3号、送値します(5/25)

**② 特集**

高橋久仁子さん緊急寄稿! 「あしたのジョー」を信じていい? キリンメッツコーラの問題点 **FOOCOM**

キリンメッツコーラの「あしたのジョー」が出てくるCMを初めて見たとき、これはやり過ぎだ、と思った。いや、悪質だ、と感じた。さて、どのような原稿を書いて問題提起しようか? 考えていたら、フードファディズム研究で有名な群馬大学教育学部教授の高橋久仁子さんからご連絡をいただいた。「これを飲みながらなら、脂っこい食事でもそれをチャラにしてくれる、と思わせる内容は、あまりにも誇大では?」と仰る。まさに、私の感じていたことをズバリ、と言いつけてくださった。…【全文を読む】

⇒ 特集一覧を見る

**■ 食品ニュース・今日のリンク集**

2012年6月1日

共同通信・韓国、新たに7道県に検査証明 水産物の輸入規制強化…他

⇒ その他一覧を見る

FOOCOM.NET  
FOOD COMMUNICATION COMPASS

**会員募集**

科学的根拠に基づく食情報を消費者に提供するために、ご協力ください。

**■ お知らせ**

FOOCOM会員、執筆者がかかわる催し、講演(5/24)

● 6月2日(土)15時岡山県消費者月間記念講演会  
松永和紀講演「食の安全安心と情報の読み解き方を考える〜放射能汚染…」【全文を読む】

⇒ お知らせ一覧を見る

FOOCOM Links  
お役立ちリンク集

FoodScience 通訳記事

<http://www.foocom.net/>

代表・編集長 松永和紀  
(ジャーナリスト)

事務局長 森田満樹

(消費生活コンサルタント)

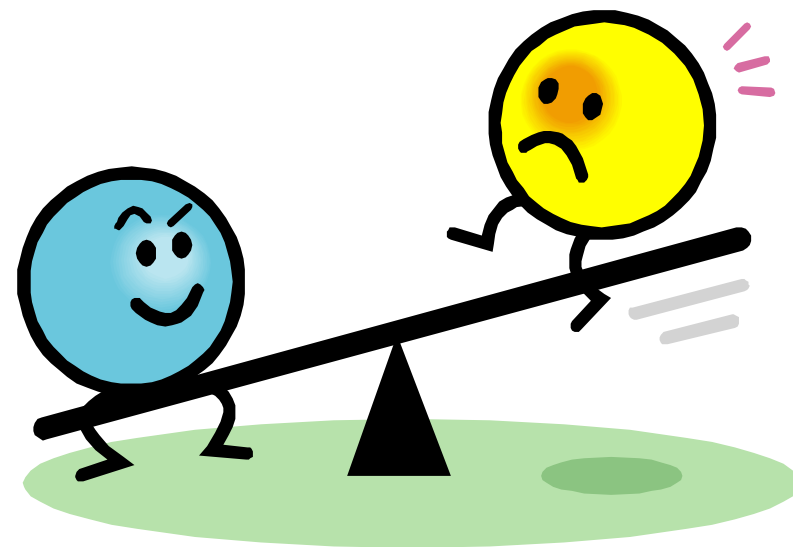
ご意見は [matsunaga@foocom.net](mailto:matsunaga@foocom.net)へ

リスクとベネフィット……「食品安全問題」は、市民・消費者にとって理解するのが容易ではないテーマ

ゼロを追求せず、  
バランスのよい食生活を……

## 今日の私の話の内容

1. 情報発信における思惑
2. 市民・消費者の認知
3. メディア・バイアス
4. 市民・消費者の学びと実践



情報に振り回されるのではなく、情報を利用し、リスクとベネフィットに適切に対処できる社会を作りたい

# 1. 情報発信における意思

- リスクは隠して、あるいは小さく伝え、ベネフィットは過大に
- リスクを過大に伝え、ベネフィットは小さく、あるいは伝えない

- ビジネス上の思惑
  - 責任を問われたくない
  - 思い込み
- .....

情報発信は、情報の“編集”の上に成り立つ  
公平中立、科学的を期しても、私もあなたも必ず、情報発信  
にバイアスが.....

## 2. 市民・消費者の認知

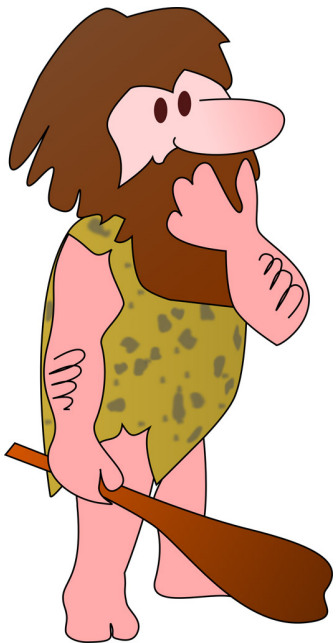
### リスク認知と感情・・・二重過程理論

#### 経験的システム(システム1)

- 素早く自動的に働き、大雑把な方向性を判断する
- 感情的で、連想により直感的な対象評価を行う
- イメージやたとえ話、物語、個別事例により事態を把握する

#### 分析的システム(システム2)

- 時間を要し、意識的に思考する。精緻な判断を志向する
- 理性的で論地に基づいた意識的な対象評価を行う
- 抽象的なシンボルや言語、数字、統計量により事態を把握する



システム2は  
怠け者

「リスクの社会心理学」(中谷内一也編、有斐閣)

「ファスト&スロー」(ダニエル・カーネマン、早川書房) より

### 3. メディア・バイアス

- 専門知識が足りない、調べる時間がない
  - 専門記者を育てようとしていないメディアが多い
  - マスメディアにとって、情報は商品
    - ◆ 悪いニュースが“いい”ニュース
    - ◆ 目新しい話は、発生確率がどれほど低くても価値が高い
    - ◆ センセーショナルが最優先
    - ◆ 分かりやすい二元論（無添加は○、添加物は×、中国産は悪、国産は善・・・）
  - 浅い正義感「危ない」「問題だ」という警鐘報道は、読者、視聴者を喜ばせ、社内受けもいい
  - 思惑のある学者、評論家、市民団体等
  - コスト感覚の不足
  - 一過性
- 「複雑な事象の総合的な判断」の提示は苦手

# メディアの多様化

- マスメディア(テレビ、新聞、雑誌など)
- 行政、研究機関、企業、生協、市民団体等の広報・情報提供活動
- クチコミ
- インターネットのウェブサイト、メール、SNS←影響力を強めている

情報伝達が速い／情報伝達が容易／真偽がはっきりしない情報が流れる／出典が明確でない情報が流れる／「科学的に正しい」ではなく、「面白い」「読まれそう」な情報が、大きく拡大伝播する／情報伝達の責任の所在が不明確

ほかにもいろいろ

メディア・バイアスは、日本だけの問題ではないが、諸外国に比べてより深刻、のように思える

## 日本の特徴～欧米に比べて

- マスメディアは、多いようで少なく、情報が均質
- 科学記事が少ない
- 批判・論争を好まない国民性（最近では、ネットを中心に匿名の批判は盛んだが）
- 科学者のコミュニケーション活動に対する社会的評価が低い
- 市民活動が弱い
- 理科教育の不足

## 4. 市民・消費者の学びと実践

千葉大学園芸学部の市民講座に参加した松戸市民が故松田友義教授(農業経済学)を慕い「食の安全安心を考える市民の会」を結成。

GCP(適正消費者規範)の作成を目指し松戸市市民活動助成事業により、2014年度に「知っていると便利!! 食品の安全な取り扱い手帳」を発行



コープ九州事業組合でもGCPを目指し、組合員と共に、組合員が取り組む品質保証システム「食の安全まもるちゃん」を作成。他生協にも広がってきている。

食の安全のバトンリレーを、生産者から消費者、組合員までつなぎ、安全に食べよう!!

# 守られる市民・消費者から、知識・情報を積極的に得て学び、暮らしに活かす市民・消費者へ

## 食品安全基本法 第九条

消費者は、食品の安全性の確保に関する知識と理解を深めるとともに、食品の安全性の確保に関する施策について意見を表明するように努めることによって、食品の安全性の確保に積極的な役割を果たすものとする。

## 消費者基本法 第七条

消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。