

食品添加物管理・基準の運用

日本生協連の基本的な考え方

- 使用の是非は、**安全性評価を第一義**とする。
- 使用しなくても済むものは、可能な限り使用しないが、使用する方が組合員・消費者にとって明らかに利益であると認められた場合には、**必要最低限度において使用する**。
- 食品添加物の安全性評価は、現時点の科学水準に基づくもので、今後も科学的知見による**再評価・見直しを不断に継続することとする**。

管理添加物と保留添加物

- **管理添加物(59)**: 安全性評価に基づき運用を決定
 - ・ **不使用品目(22)**: 日本生協連の安全性評価の結果明らかな問題点が指摘され、必要性、有用性の面においても優位性に欠けると判断し、消費者のより一層の安全を確保するため、日本生協連としては「不使用」とした品目。
 - ・ **留意使用品目(37)**: 日本生協連の安全性評価の結果、何らかの問題点が指摘された添加物である。しかし、安全性、必要性、有用性を慎重に検討した結果、それを使用することの方が、消費者にとって、安全性上の問題点に勝るだけの利益が得られる可能性も否定できない(以下省略)
- **保留添加物(55)**: 日本生協連において「安全性評価が現時点で未了の食品添加物」で基本的に使用を避ける。

(以上、2007年11月現在)

食品添加物 (各国の規制の違い,登録の有無 例)

酸化防止剤

○; 登録, ×; 未登録

	日本	中国	韓国	アメリカ	EU	CODEX
BHA	○	○	○	○	○	○
BHT	○	○	○	○	○	○
TBHQ	×	○	×	○	×	○
トリヒドロキシブチル フェノン	×	×	×	○	×	×
ノルジグアヤレチック 酸	×	×	×	×	×	×
没食子酸プロピル	○	○	○	○	○	○
没食子酸ラウリル	×	×	×	×	○	○

食品添加物 (日本生協連の検査結果 1/2)

年度	ソルビン酸	安息香酸	BHA	BHT	TBHQ	エリソルビン酸
2002	1085(10)	1092(6)	842(1)	839(8)	818(3)	45(1)
2003	1422(12)	1526(103)	1308(3)	1306(7)	1257(4)	47(0)
2004	1739(11)	1890(135)	1590(2)	1590(15)	1565(1)	21(0)
2005	1487(23)	1584(234)	1346(3)	1346(15)	1287(5)	21(0)
2006	1390(11)	1548(145)	1271(1)	1271(15)	1231(3)	31(2)

数値は、市販品を含めた検査数。括弧内の数値は検出数を示す。

食品添加物 (日本生協連の検査結果 2/2)

年度	亜硝酸	亜硫酸	縮合リン酸	グリチルリチン	ステビア	サイクラミン酸
2002	101(2)	61(3)	226(8)	2(0)	2(0)	1(0)
2003	94(3)	191(10)	339(12)	53(3)	310(3)	25(0)
2004	132(5)	181(31)	469(15)	79(3)	362(1)	26(0)
2005	83(32)	160(46)	243(27)	298(16)	478(15)	249(5)
2006	95(51)	188(32)	295(30)	555(3)	551(13)	536(2)

日本生協連における検査の役割

- 検査は、商品の安全・品質を担保し、点検し、検証する手段の一つ。
- 残留・汚染等の実態をモニタリングすることにより、商品の安全性・品質に関わる知見を積み重ね、コープブランドの品質保証に貢献する。
⇒⇒分析(解析)、予知、予防…
- 生産・製造現場での管理状況や、法制度など情勢の変遷に伴う動向を把握・解析し、社会的な働きかけ・発信の基とする。

日生協の安全、品質確保・検証の取り組み

1. 商品の安全性・品質の維持向上

① 商品仕様管理

- ・リスク評価
- ・商品基準・表示基準体系
- ・商品設計・表示の点検、サポート

② パートナーとしての取引先…

③ 工場点検、商品検査、商品テスト

日生協の安全、品質確保・検証の取り組み

2. 組合員、会員、社会への信頼づくり

① 顧客情報の活用

- ・苦情・お問合せ対応～組合員の声
- ・危機管理対応

② 品質マネジメントシステム

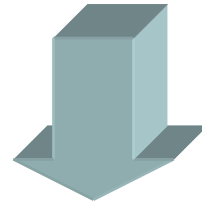
- ・ISO 9001のもとでの機能の充実～新たなシステムの検討

③ 社会的提言機能、広報活動

- ・正しい情報を迅速に提供する
- ・リスクコミュニケーション

食品の安全性、品質確保の取組み

- 生産・製造段階におけるリスク評価とリスクの管理
- フードチェーンアプローチ
- 食品の安全性を確保できる総合的なシステム整備



消費者からの強い信頼感を得る。

