



消費者の HACCP への期待と消費者としての HACCP についての取組み事例

NACS 消費生活研究所所長／食生活特別委員会委員長

戸部依子

1. HACCP についての消費者の認識と期待

(1)消費者の認識

*HACCP がどういうものかを消費者はよくわからない、詳しく知らない。

*マークがついている商品があることも、言われて気が付く程度。

⇒理由

- ・食事をするために、HACCP という言葉を知っている必要はない。
- ・事業者や行政に、質問や消費者としての期待を伝えるために、HACCP という言葉は使わなくても表現できる。

たとえば・・・(異物混入の話題について)

消費者「この商品を作っている工場では、虫は入らないのでしょうか？虫が入っていないことを検査して出荷しているのでしょうか？」

事業者「虫が入る可能性はゼロではありません。虫が入る可能性があるところは、たとえば、食材に付いていたり、食材を運ぶ途中や入荷時に虫が入ることが考えられます。他には、食材を入れるコンテナにクモがついてコンテナと一緒に製造現場に入って来るかもしれません。それで、今は、コンテナや食材を洗う場所は、このように、カットする工程とは区切っていて、それぞれの場所については、・・・。」

消費者「自分が気づかないうちに、服に虫がついていることがあるけれど、大丈夫？現場で働く人が気がつかないうちに服に虫がついていて、一緒に工場内に入ってしまうことはないのでしょうか？建物の隙間から、入ったりもしそうです。」

事業者「工場内に入るときには、作業着に着替えます。入場時には、粘着ローラーで付着物を除去しています。エアシャワーはないので、粘着ローラーをかける時は2人1組で背中など自分では手が届きにくいところを、互いに除去しています。」

消費者「私、お弁当やさんでアルバイトをしています。時々、現場に1人しかいないときもあるのですが、この工場ではそういうことはないのでしょうか？」

事業者「・・・確かに、1人で入場する時間帯もあります。工場内に虫が入ることを完全に防ぐことはできていません。週一回は、捕虫器や隙間付近のチェックをしています。」

(2)消費者が HACCP に期待すること

*上記のようなコミュニケーションができるためのツールであること。事業者の規模やカテゴリー、品目は問わない。

*消費者が事業者の人から製造現場の様子、専門家の話を聞いて、「あ、その方法なら、

安全だと思う」とか「そういうしくみだったら信頼できる」「事業者の行動にこんなことを期待する」という気持ちや認識をもてるようになるためのツールであること。

*事業者の人々が勘や経験で行っていたことを HACCP のしくみで整理することによって、見える形になり、客観的な検証のもとで安全性が確保され、安定した品質（例：店主が変わっても、味は変わらない）の商品が提供されることに期待している。

2. 消費者としてどのような HACCP を、その運用や情報提供を求めたいか

(1)フードチェーンにおける消費の前段階の取り組み内容（目的や方法、工夫）を知ることができる。

→事故や問題が発生した時に、消費者も冷静に「原因はどこにあったのだろうか？」と考えることができるようになりたい。

背景：①消費者は、平常時は、原材料については関心を持つ事項（例：産地）はあるが、商品ができるまでの途中過程の情報がなく、あまり関心もない。

②関心が高まるのは、何か事故や問題が発生した時であるが、異常の発生を防ぐ手段について、消費者が知る機会が少ない。一方で、“検査済”という表示や情報には接する機会が多い。情報のバランスが良くない。

⇒その結果、“検査”によって安全性が確保できるとの誤解や過度な期待がある。何か不安を覚える事象（例：異物混入、異味・異臭）があると、“（手元にある商品を）検査してほしい”、“（問題が見つかった商品は）検査していたのか”“全数検査して販売すべき”といった声上がる。

*安全性を確保するための管理対象は、1)フードチェーンには検査だけではなく、複数の工程があること、2)これらの工程は、ハザード分析に基づく科学的な検証を経て組み立てられていることを消費者が理解し、関心をもつことができれば良い。

*検査の種類、精度、方法により、見つけられる異常、見つけられない異常があること、ハザード分析に基づく検査の計画が重要であることを理解できるようになれば良い。

(2)生活実感・経験と科学的視点（HACCP の視点）とのギャップを埋める

背景：・消費者が経験として培ってきた安全性に関する知恵と科学的知見とを結びつけて考えることが難しい。

・技術や食べ方が変わって、過去の経験が活用できない事象もある。

事例① 新鮮なものは安全と思っている。

⇒新鮮な生レバーであれば、食べても大丈夫！と思ってしまう。

事例② 農薬の使用量や使用回数が少ないものは、より安全であると考えがち。

事例③ 期待しているイメージと違っている時にどう判断するかわからない。

例：できあがった製品を冷凍保管しておき、販売の為に解凍した日を賞味期限の基準とするという場合

⇒ハザード分析に基づき保管条件が設定され、安全であることが検証されていれば、妥当である旨を理解しにくい。

⇒消費者にとっては、偽装と、妥当性確認がされた適切な手順であることの区別がつかない。

事例④ 賞味期限が長いものは、保存料がたくさん使われているのではないかと
思い、不安になる。

⇒食品の保存性に寄与する要素としては、保存料だけではなく、フードチェーンにおける衛生管理、包装容器の性能、保管条件などがあることに、考えが及ばない。

3. 消費者への普及に向けた取り組み（提案、要望）

(1)消費者とのコミュニケーションツールとしての活用

*HACCPの考え方で事故や不具合の情報を整理し、検討過程を伝える

トラブル発生情報はたくさんあるが、その後（再発防止の取り組み、実際に起こった不具合の範囲など）の情報が少ない。

⇒原因、従来の管理ルールと実態、事故や不具合が発生した後にどのように見直したのかという、一連のレビューをHACCPの考え方で整理した情報があると良いのではないか。（例：原因の所在をフローダイアグラムで示す、ハザード分析やハザードリスト、HACCPプランの見直しの様子（事故発生の前後の比較）・・・）

*特に、不具合の原因、（推定される）影響を受ける範囲を特定とその妥当性を理解するツールとして大事。消費者が理解できなければ、不安がふくらんで風評被害が発生、拡大する。このことは、事業者にとってのダメージはもちろん、消費者にとっても安心して食生活を送れないというデメリットとなる。

⇒消費者の心配に応えられるように、事後（原因分析や再発防止の取り組みについて）の情報が提供されると良い。その際に、フードチェーンで共通のツールとして、HACCPが活用されると良い。

(2)消費者も事業者、専門家、行政と一緒にHACCPを考える場の設定

（消費者が認識できる“HACCPの良さ”を測るモノサシ作り）

①フードチェーン全体としてのメリットがあるように運用するために、消費者、事業者、専門家、行政の各視点での期待や運用状況、課題を知る機会があると良い。

②消費者としては、HACCP導入の効果として、“事業者と消費者とのコミュニケーションがどう変わるのか”を見ていきたい。（「消費者が選ぶHACCP大賞」のようなものも一方法か？）

(3)形骸化しない制度であること

HACCP の認証取得はゴールではなくてツール。消費者とのコミュニケーションが実現、継続できるしくみでなければ、消費者に普及はしないのではないか。

何か事故が起こったときに「HACCP の認証取得をしているのに、こんなことが起こるとは・・・」と言うのではなく、「HACCP の計画や運用の見直しが必要」という認識を社会が持てるようなものであってほしい。

4. NACS としての取り組み事例

(1)ホームページでの情報提供

知って得する情報 “わが家のキッチン！HACCP 対応！”（第1話～13話）

<http://www.nacs.or.jp/toku/index.html>

目的：HACCP は、消費者の生活から遠いものではなく、その考え方は身近なキッチンでイメージできるものであり、実際に消費者も実施している／応用できる場面があることを伝える。

工夫：消費者にとって身近な事例で説明。キッチンと製造現場を対比して説明。

たとえば、6話は、食材の包装にホチキスを使ったものがほとんどなくなってきた話。13話では、包装していない丸ごとレタス、フィルムに包んだレタス、カットして袋に詰めたレタスを事例に、危害要因、管理項目が異なることを説明。

(2)冊子「HACCP は全員参加で！」の作成

目的：①フードチェーンにおける消費者の役割（商品選択～購入～食べるまで安全性を確保する取り組みを引き継いでいく）を認識できるようにする。

②HACCP はどういうものか、特に“ハザード分析に基づく管理とはどういうことか”を、消費者がイメージできるようにする。

工夫：HACCP システムの内容を事細かに説明はしない。生活で使う言葉・場面で説明や理解ができる範囲にすることを第一に作成。食品製造現場、流通段階での取り組みに加えて、消費者が普段気を付けていることや注意が必要なことを事例にハザード分析にスポットを当てて説明。

活用方法：消費者の視点でフードチェーンにあるハザードを抽出し、ハザードリストとして整理するワークショップなどを検討中。

その他、この冊子を作る時に、“こんな風にできたら良いのに”と思ったこと：

工程を説明するための、設備や清掃状況の写真など、ビジュアルな情報の提供を行政や事業者の皆さんにお願いできたら良いと思いました。

以上