

食品の安全を守る仕組みと 消費者庁の役割

食品に関するリスクコミュニケーション
「食品の安全を守る取組～農場から食卓まで～」

平成29年6月・7月

消費者庁

- 2000年代：安全、安心を脅かす事件
BSE問題、中国製冷凍ギョウザ事件、食品表示偽装問題
- 問題の背景：
 - ① 行政は縦割りで事業者の保護育成
 - ② 消費者の保護は各省バラバラに産業振興の派生的テーマ
- 食品の安全を守る新たな仕組みの導入
 - 2003年 食品安全基本法 施行
食品安全委員会設置
- 消費者が主役となって安全で安心して豊かに暮らすことが出来る社会を実現するための行政
 - 2009年消費者庁の設立

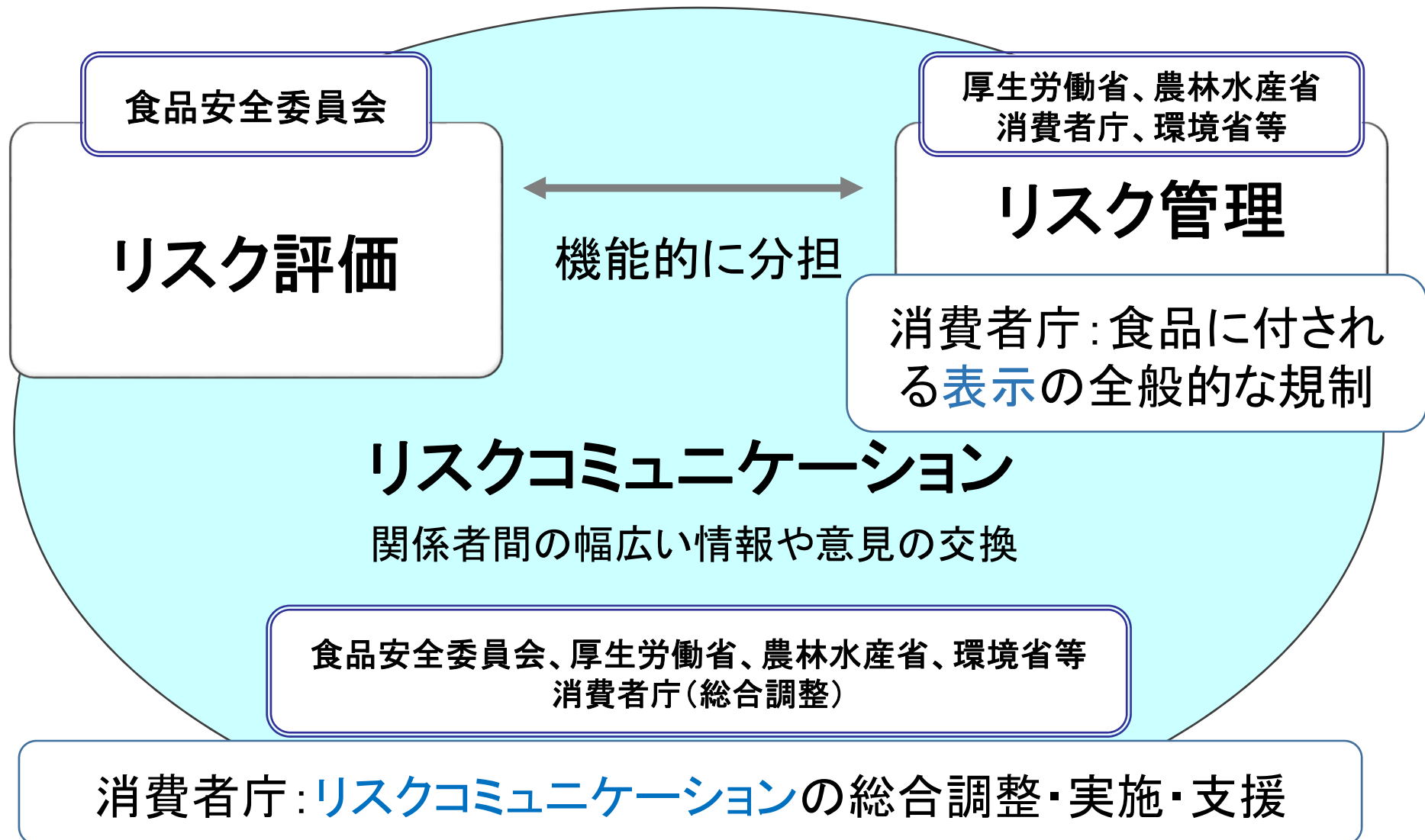
➤ ポイント

- 消費者の健康保護が最優先
- 農場から食卓までの一貫した対策
- 後始末より未然防止

➤ 手法

- ① 関係者が情報や意見の交換をしながら、
- ② 科学的な知見に基づいて、
- ③ 安全性の確保に必要な措置をとる。

食品の安全を守る仕組み(2) (Food Safety Risk Analysis)



✓ 消費者行政のミッション

- 消費者の自主的かつ合理的な選択の確保
- 消費者の必要とする情報の提供
- 消費者の意見が消費者政策に反映

➤ 消費者も知識の習得・情報の収集により自主的・合理的に行動することが必要

✓ リスクコミュニケーションの総合調整・実施・支援

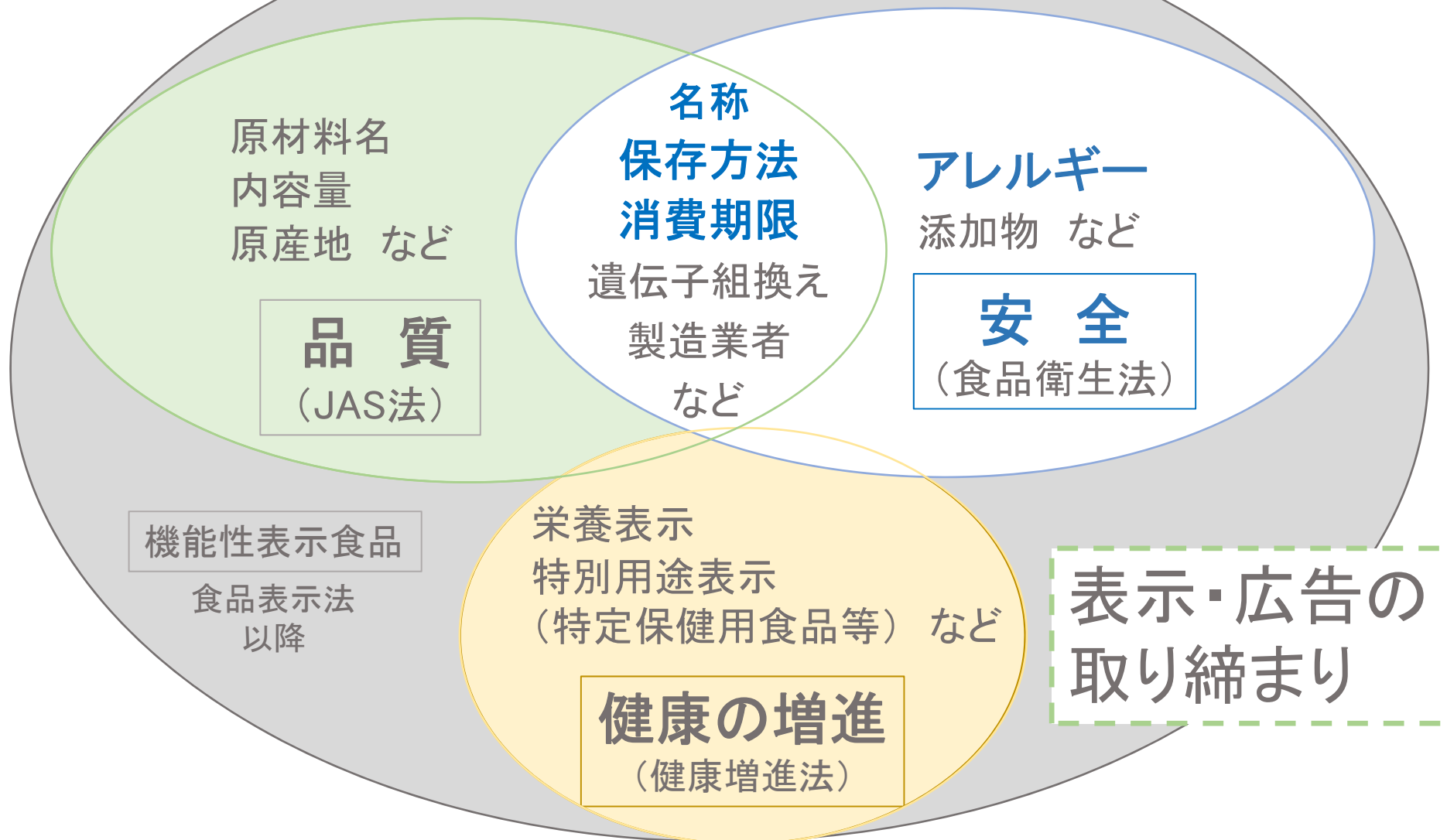
- 食品の安全性の確保に関する消費者、事業者、行政（中央省庁、地方自治体）など、関係者相互の情報及び意見交換

食品に関するリスクコミュニケーション研究会報告書

（平成29年2月公表）

- これまでに消費者庁が実施した食品に関するリスクコミュニケーションの取組実績の検証と今後の取組方向

✓ 食品表示の一元化：食品表示法（2015年4月施行）

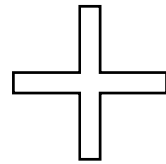


【リスクコミュニケーション】

リスクコミュニケーションの総合調整・実施・支援

【リスク管理】

食品に付される表示の全般的な規制



【司令塔】

- ✓ 食品の安全に係る府省庁の情報共有、連携確保などの総合調整
- ✓ 食品の事故情報の一元的収集・共有
- ✓ 食の安全に関する緊急事態への対応等の連携確保

消費者が主役となる 安全・安心社会の実現をめざして