

わが国における食の安全 リスクコミュニケーション の課題とこれから

関澤 純

徳島大学・総合科学部教授

食品安全委員会・リスクコミュニケーション専門調査会委員

食品の安全に関心が強く寄せられる背景

- ✓食品は子供、妊娠中の人、高齢者を含むすべての人の生命維持と生育に不可欠・基本的な糧である
- ✓輸入食材の増加、加工技術の高度化と新技術の導入(*1,2)により、近年消費者から生産現場や流通過程が見えにくくなっている
- ✓食への関心が栄養要求を満たすこと(量的)から、健康維持を主眼とした(質的)目標に変化した
- ✓情報が氾濫しているが、信頼できる情報源や不安に回答する仕組みへの潜在的な要求がある

(*1)

食と健康に関する情報が、氾濫する一方で、さまざまな不安に答える仕組みや信頼できる情報源が十分に保証されていない。市民が民主社会における正当な要求として食の安全に関する適切な情報提供および意見表明の場と機会を要求している

(*2)

わが国が食材の過半を輸入に依存する施策を進めているほか、遺伝子組替え、食のファーストフード化、以前には家畜飼料に肉骨粉の利用などもあった。生産現場と消費の場が隔絶する以外に、種々の新しい技術が導入され、どこの、誰から、どのようにして、毎日の食材が提供されているかが、消費者にとり容易に理解しがたくなってきている

わが国の食品安全システムはほぼ完備しているという前提を疑わせるような最近の諸事件

- ✓ 1997年の0157病原大腸菌事件
- ✓ 国の推奨する食品製造工程における衛生管理システムであるHACCP認証会社の乳製品の食中毒事件
- ✓ 「狂牛病」対策の遅れと食品表示の偽装事件
- ✓ 輸入食品での基準値以上の農薬の検出など



食の安全システムの見直しと監視への国民の要求の高まり

リスクとは

事故が起きてからでなく、事前に有害性や危険性の程度やその起きる可能性を予測・判断し対策をたてる考え方

- (1) 予測は不確実さが伴い、どう扱うかは人々の判断による。判断の基準は教育や討論により変わらう
- (2) 世の中の事柄の多くについては答えが複数ありえ、良し悪しの判断も単一でなく、幅があることが多い
- (3) 地震の発生時期や強度について情報は不十分だができるかぎり科学的に検討し、どのような対策が効果的か判断している

情報公開で問題は解決するのか？

National Research Council (NRC)報告 “Improving Risk Communication: 邦訳「リスクコミュニケーション—前進への提言」(1997)

リスク情報の発信・受容プロセスに問題ありと気づき、NRCは社会科学、自然科学の専門家、連邦・地方の意思決定機関、産業界、マスコミ、環境団体の関係者を集めて検討した。

** 結論のひとつ **

従来リスクコミュニケーションは、専門家から非専門家への一方的な情報伝達とされ、情報発信者の意図が受け入れられれば成功とされた。NRC報告ではリスクコミュニケーションを集団、個人、組織間の情報・意見交換プロセスであり、関係者間の理解と信頼レベル向上をもって成功と考える

意見交換会2003.11.18 開沢

7

Information Communication

リスクコミュニケーションは、われわれの通念になかった概念であり適切な訳語を見つけにくい。情報提供や情報交換と誤解している人が多い

リスクコミュニケーションの3段階

第一では技術的情報の提供、第二では説得と解説がなされる。現状は第一や第二段階が大半で、相手の意見を聞かない一方的な情報提供や啓蒙をリスクコミュニケーションと呼んでいる。

第三段階では関係者の意見を聞き、討論する。ここで、インフォメーション(情報)でなく、コミュニケーション(対話)という要素が入ってくる

意見交換会2003.11.18 開沢

8

安全(科学的な推測が基礎)

証拠と合理的な推論によりいつ、だれに、どのような危害が起きそう、その程度はどうかを予測する

安心(価値判断による)

知識、経験、立場、信念により異なる答えがありリスクの認知や、受容を左右する



リスク対応の意思決定

技術的、経済的な可能性も考慮し、決定し実行する

意見交換会2003.11.18 開沢

9



「環境リスク管理の新たな手法」(米国大統領諮問委員会報告より)

意見交換会2003.11.18 開沢

10

知らせればよいのか？

リスクコミュニケーションは、インターネットでのv情報公開や、技術者のあるいは役所的な感覚で技術データや解説を提供し、消費者の理解不足や感情的な反応を嘆くのと異なる



むしろ現在のわが国で、歴史的にまた社会の構造的基盤として必須となりつつある新しい仕組みとしてとらえる必要がある

意見交換会2003.11.18 開沢

11

FAOとWHOによるリスクアナリシスの提案 (1993年)

リスクアセスメント ↔ リスクマネジメント

↑
リスクコミュニケーション

意見交換会2003.11.18 開沢

12

リスクコミュニケーション

リスクを科学的に評価する専門家、リスク管理に責任ある行政、農家、メーカー、流通業者、および食品を摂取する消費者など関係者間で、双方向的にリスクに関する情報や意見を交換するプロセス

これまで安全性の問題は、専門家、行政、メーカーに任されてきた



新しい考え方では、食品を毎日食べそれにより生活と健康を維持している消費者自身が参加し、社会全体の責任において、食品安全を達成してゆこうとしているといえる

欧州連合の取り組み

ダイオキシン汚染やBSE問題などを契機に2002年1月に「食品法の一般原則と要件」、「食品安全庁」の設立に関する新しい規則を公表し、リスクコミュニケーションにつき法令に定義した。消費者の関心の保護、透明化の原則を謳い、食品安全庁長官や理事人事に公募制を導入し、関心ある人々が当初から直接議論に参加しうる道を開いた

FDA(米国食品医薬品庁)のウェブサイト (1)

政府が決める事柄に対する意見を一方的に聞くだけでなく、常時各界や個人からの質問や意見を聞くため、消費者、患者、保健の専門家、自治体の行政官、業界、マスメディア、女性、高齢者、子供への窓口を設けてさまざまな要望に対応している。

さらに、サプリメント、食品表示、エイズなど20以上のテーマのメーリングリストを用意しアドレスを登録しておくだけで、関心ある事について日常的に情報を受け取り、意見を述べられる

FDA(米国食品医薬品庁)のウェブサイト(実例)

Special Interest Areas

Consumer Advice

•Federal/State Food Programs

Milk, Retail, & Shellfish 2001 Food Code &

Supplement

•Industry Assistance

oStarting a Food Business

•International / Codex / Other Languages

•Health Professionals

•Kids, Teens & Educators

•Selected Health Topics

•Seniors

Women's Health

<http://www.cfsan.fda.gov/list.html>

FDAのウェブサイト (2)

新たな規制や既存法令の改廃に関する申請手続きを解説し電子メールによる意見や申請、提案はだれでもができ、これらは時間的余裕をもって慎重に検討される

米国食品医薬品庁(FDA)のウェブサイトの「Let Us Hear From You!」というページ

1962年の「消費者利益の保護に関するケネディー特別教書」

民主社会の行政府が消費者に保証すべき権利」として、以下を掲げた。

- (1) 安全を求める権利
- (2) 知らされる権利
- (3) 選ぶ権利
- (4) 主張し傾聴される権利

検討し実現すべき新たな課題

- ✓ 生産加工技術の高度化、食品の世界規模の流通
 - ✓ 長距離輸送に伴い生産現場と消費現場がほとんど隔絶してしまった現在の日本社会
- ↓
- ✓ 食品安全を実現してゆくには、リスクアナリシスの枠組みはどうあらなければならないか？
 - ✓ 非専門家である消費者はリスクの考え方をどう理解するか？
 - ✓ 自らの安全保証と安価でおいしい食品の安定供給を日本でだけでなく、世界規模で可能とすることを調和させ達成してゆくには、どうしたら良いか？

結論 1

リスクコミュニケーションとは一方的な情報提供ではなく、関係者が意思決定に参加することで責任を持ち、正当な関心や不安に対し答えられ、意見を聞かれることが実現されるところにある。

食品の「安全」と同様に「安心」についても必要な手間と人手をかけ、前述の例のような枠組みを構築することなしに「安心」を保証してゆくことはおぼつかない

結論 2 わが国でどうするか

食品安全基本法が成立し、食品安全委員会が設置されたが、もっとも重要な当事者である消費者の「知る権利と意見を聞かれる権利」が明確にされ、問題の指摘に始まり解決方策の検討に至るさまざまなステップにおいて、すべての関係者が意見をのべ尊重される枠組み（場と機会）がわが国の社会に確立され、また一人一人が自らの生命と生活を守る方法について学び、自分の考えを持ち相手に伝えることに習熟してゆくことが、今後のリスクコミュニケーション確立の重要な一歩となる