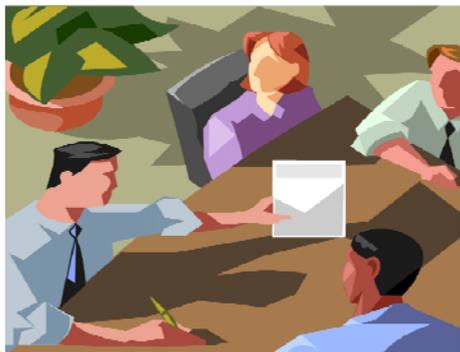


食品に関するリスクコミュニケーション  
～輸入食品、特に輸入牛肉の安全確保に関する意見交換会～  
「消費者からみた輸入食品の課題」



2013. 1. 31  
特定非営利活動法人 仙台・みやぎ消費者支援ネット  
(略称:NPO法人セミコスネット)  
高橋 勝美  
Sendai miyagi consumer support network  
セ ミ コ ス ネット

1

1. 団体について  
◆昭和52年5月1日 仙台市消費者協会設立

消費者運動の出発点

憲法24条

「国民は誰もが健康で安全なそして文化的な生活をおくる権利がある。」

主な活動

- 消費者の意見や主張を国・県・市等へ要望
- 環境の保全
- 調査・研究
- 学習会・啓発・消費者教育
- 行政との連携(委員会等への参画)

消費者の権利

消費者の自立支援

2

◆平成20年12月1日

## NPO法人仙台・みやぎ消費者支援ネット設立

32年間にわたる任意団体としての役目を終え、団体訴訟を担える団体として  
飛躍すべくNPO法人化

<http://semicos.web3plus.net>

### ✧消費者基本法

第7条 「消費者は自ら進んで消費生活に関し、必要な知識を習得し必要な情報を収集するなど、自由かつ合理的に行動するよう努めなければならない。これに加え、消費生活に関し環境の保全への配慮、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」

第8条 「消費者団体は情報の収集および提供並びに意見表明、消費者に対する啓発および教育、消費者被害の防止および救済等のための活動、その他消費生活の安全向上を図るための健全かつ自主的な活動を努める」

### ✧食品安全基本法

第9条 「食品の安全性の確保に関して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努めることによって、食品の安全性確保に積極的な役割を果たすものとする」

3

## 2. 仙台市との関わり～ 政令都市仙台市の現況

✧ H18年9月 「仙台市食品安全性確保に関する基本方針」策定

✧ H23年3月 その見直し

①危機管理への対応

②リスクコミュニケーション更なる取組

食品衛生モニター(S48～)

せんだい食の安全サポーター制度

せんだい食の安全情報アドバイザーの新設

更なる安全確保の為、

✧ 「仙台市食品衛生監視指導計画」の策定(国の指針)

✧ 「仙台市食品安全対策協議会」において審議

市民から意見等取り入れて、

✧ 「平成24年度食品衛生監視指導計画」策定

「平成25年度食品衛生監視指導計画(案)」

【食品の安全確保に関する基本方針の特徴】

- ・ 消費者の視点に立った安全性確保
- ・ 事業者の自主管理による安全性確保
- ・ 関係者による相互理解と協力による安全性確保

4

### 3. 輸入食品の安全性確保に向けて

商品の選択基準は？ ...意識調査より

Q:「消費者は食品を購入する時、何を考える？」

↓  
安全      安心

Q:「輸入食品から何をイメージするか？」

↓  
不安      危ない      違反があるかも

ex: 餃子事件

ウナギ産地偽装etc.



不安      不信

5

### 4. 沢山の情報から、消費者は何を？

行政は

事業者(流通業者含む)は

生産者は

専門家は

報道は

消費者は

6

## 5. 輸入食品監視指導計画

### 食品安全基本法

第4条 「食品の安全性確保は、国の内外における食品供給工程の各段階において適切な措置を講じることにより行わなければならない」

第9条 「消費者は、食品の安全性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。

行政 効率の良い検査体制の確立  
対策実施後、消費者利益と反する場合は、素早い見直しを  
違反者については、早期に消費者へ情報提供する

事業者(生産者含む)  
輸出国の管理体制について情報開示をする  
法令違反時の原因究明とその対応について情報開示をする

7

## 6. まとめ

- ❖事業者は、自主管理による安全確保  
問題について明確な情報提供をし、リスク度合いについても知らせる  
→消費者自身が食べるか食べないか？等の判断が可能になる  
問題点・・・回収・廃棄処分→資源としての問題
- ❖行政は、監視指導計画を検証し、新たな計画がなされ体制強化をし、情報提供および公表  
監視と指導の徹底  
関係機関および部局との連携
- ❖消費者は、基本的なことの理解がされず、消費者も学ぶ責任がある  
当たり前の情報が正しく伝わらず、正しい認識がされていない。
- ❖団体は、更なる消費者教育・啓発や知識習得のための企画  
行政および事業者等と相互連携を図り、消費者の声を届ける  
相互理解のためのリスクコミュニケーションの推進

ご清聴ありがとうございます。

8