

パネルディスカッション

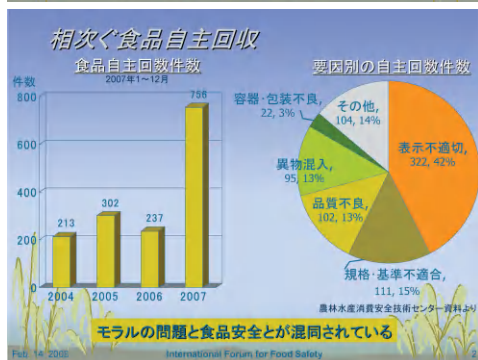
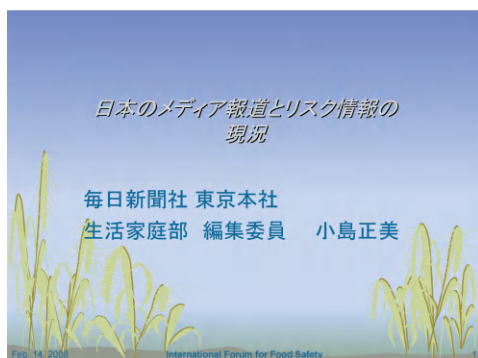
■小島編集委員



ご紹介ありがとうございます。毎日新聞社の小島と申します。

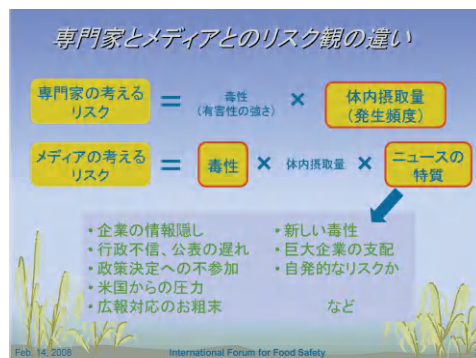
30年以上新聞記者をやっております。最近では食の安全や健康の問題を主に追いかけています。それで、最初に、タイは大きな象が住んでいます。日本には、実は怪物のゴジラが住んでいま

して、本当に住んでいるわけではなくて、名前がちゃんと付いてましてメディアというゴジラが住んでいます。そのゴジラに一旦やっつけられると、食品企業がどんどん倒産してしまう、ゴジラが闊歩してまして、そのゴジラの話をちょっと今日はしたいと思います。



そのゴジラだけではないですけどゴジラの影響もあって、この棒グラフは企業が自主的に回収した食品の件数です。昨年2007年は、756件の自主回収がありました。その内訳を見ると、表示の違反であったり、後は品質の不良であったり、異物混入であったり、規格に合っていなかったり、色々ですが、ここで重要なことは750件という多さもさることながら、9割近くは食べられるものだったということですね。日本の企業は食べられるのに9割も捨てているということで、なぜ捨てなければいけなかったのかというと、やっぱりゴジラのせいですね。ゴジ

ラがいると世間の批判を恐れて企業がこれは食べられて安全ですって言えないのですね。非常にメディアの影響が大きい状況があるわけです。どうしてこういう風になるのかということですが、その理由を私なりに整理したものをお見せします。

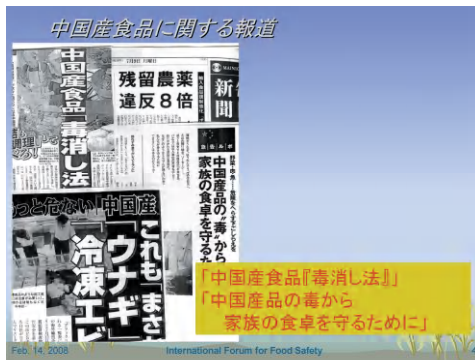


専門家とメディアのリスクの違いと私は言っています。一般的な専門家というのは、ある毒性のある食品をとった時に、その毒性が体の中に入る量が非常に重要です。どんなに毒性があっても、体の中に入らなければリスクはないということです。メディアは体の中にどれくらい入るかという客観的なリスクの多さに実は関心がないですね。何に関心があるかというと、要するに企業が情報を隠したのではないかと、何か不祥事があった時に対応が遅れた、公表しなかった、あとは政府の政策決定に消費者が参加していないのではないかと、とか不祥事を起こした企業がわりと大きな企業か小さな企業か、要するにそういういわゆるニュース性です。ニュース性、特質に着目してリスク報道をしているわけです。ですから、客観的なリスクがどんなに小さくても大きな記事ができてしまう。

例えば、不二家というお菓子屋のメーカーがありましたけど、この不二家さんは法律に違反することは何もしていなかったのに、対応がまずかった。ちょっとした情報を隠していた。実際は隠していたわけではなかったですけど遅れてしまった。そういうことが積み重なっただけでメディアにどんどん叩かれて、倒産寸前までいってしまった。

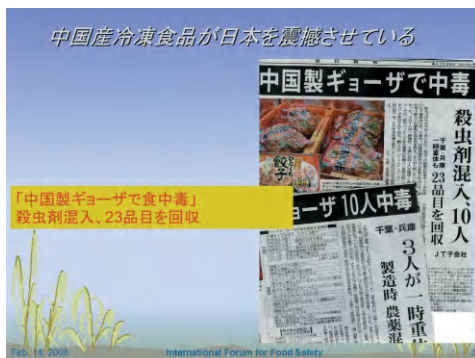
要するにゴジラが企業を潰しているんじゃないか。そういう例が、どうしてこういう風になってしまうかというのは、次の例で具体的な事例を話します。

例えば、一番上に、残留農薬違反が8倍という記事が、これはうちの新聞ですが、これは残留農薬の基準に違反した件数が、一昨年に比べて昨年は8倍も多かったというような記事ですね。実際に、これは基準違反ではあるのですけれども、検査数がどんどん増えれば当然絶対的な数が増えてくる、違反の数が8倍になってもおかしく



もなともないのです。しかし、違反の数だけで、増えたか減ったかということで判断して、報道しているのですね。

下の方は中国産のギョウザがきっかけで出た記事ですけど、こういう記事は一旦出始めると、ウナギもエビも危ないというような記事になっていくのですね。メディアだったら必ず関連を追っかけるからです。もう一つ特徴的なのは、通常の農薬や添加物でも中国産食品、毒消し法と書いてある、毒という言葉ですね。添加物や通常の農薬が、毒になっちゃうのですねメディアでは。その毒から家族を守るにはどうしたらいいかという記事まで出てくるのですね。こういうのを読んだと、やはり消費者が必ず不安になります。ですから、こういう記事がどんどん続いていくと、その関連ニュースで例えば、ごく最近ではタイのハウレンソウからも殺虫剤がでましたというニュースがやっぱり出てくる。そうすると、タイのハウレンソウが危ないかなと思ってしまう。その結果どうなるかというと、中国の一企業が起こした問題にもかかわらず、中国産食品全部が危ないというように日本の人々が思うってしまうのですね。タイのハウレンソウからも殺虫剤が出て、というニュースがながれて、今度はやっぱりタイも危ない。要するに最終的には、輸入食品全部が危ないように現実に日本の消費者にはイメージとしてでてきている。そこをどうやって食い止めるかが非常に重要になってきます。



次、これも今と同じです、連日、中国産のギョウザが、結果的に意図的な混入ではあったとしてもこういう風に

毎日毎日ニュースとして出てくる。



最近でできたニュースの特徴は、タイは日本にかなり冷凍食品を輸出していますので、タイは中国の次に冷凍食品が多い国だと日本で報道しています。ですから、タイも中国の二の舞にならないように相当気をつけないとイメージが落ちてしまうということですね。



それで、どうしたらいいかですね。そんなに簡単に解決できないかもしれませんが、とりあえず今言えることは、タイについてのイメージはメディアの人も良くもないし悪くもないですね。タイと言ったら中立的なイメージです、今のところ。けれども、ニュースが度重なるとやっぱり悪くなってしまうので、今、逆に、タイの政府、もしくはタイに食品工場を持っているメーカーが、中国とは違うんですよ、タイでは今こういうことを一生懸命やりはじめましたというのを、そういう行動を示せば、それがニュースになります。それがニュースになれば、タイは中国と違ってなんか安全に対して一生懸命やっているなというようなニュースが流れますので、タイのイメージアップを図るいい機会でもある。ですから、ニュースって必ず悪い事ばかりなわけではなくて、こういう状況の中では一生懸命取り組んでいる例もニュースとして流れますので、今こそタイ政府と日本の企業がちゃんとジョイントしてイメージアップを図るちょうどいい機会かな、是非努力していただきたいな、というふうに思います。ちょうど与えられた時間が10分程度ですので、ゴジラの話でこれでおしまします。ありがとうございます。

(当日は英語版のスライドを使用しました。)

パネルディスカッション

■唐木先生

日本にはメディアという名前の怪物、ゴジラがいます。このゴジラは正義の見方なんでしょうね。社会のどんな小さな不正も、きちんと報道して世の中に伝える。しかし、そのお陰で日本の企業はつぶれそうになったところもたくさんあるし、中国からの輸入食品は非常に少なくなりました。タイにとっても、これはひとつとはありません。非常に恐ろしい話をさせていただきました。どうもありがとうございました。

それでは最後に、森田満樹さんにお話をお願いしたいと思います。森田さんは去年からタイに住んでおられますので、今日はタイと日本の消費者の両方の立場をご存知ですので、その辺のお話を聞かせていただきたいと思います。よろしくお願いします。