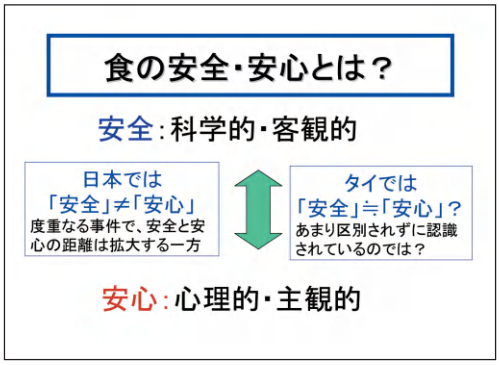
■森田さん

森田と申します。タイに住み始めて、ちょうど半年になります。夫の転勤でこちらに住むようになったのですけれども、それ以前は、日本でずっと仕事をしておりまして、食の安全とリスクコミュニケーションの仕事をしておりました。実際に消費生活センターですとか保健所に行って、消費者の方と話をしたり、それから、生協なんかにも行って、食品添加物や残留農薬の話をしたり、遺伝子組換え食品の話をして、意見交換をする中で色んな科学的な理解を深めてもらおうと、そういう仕事をしてきました。不安がなくなることを願ってずっとリスクコミュニケーションの仕事をしてきたのですが、日本の消費者の不安は今、もう最高潮に達しています。食の安全の信頼というのは失われる一方です。



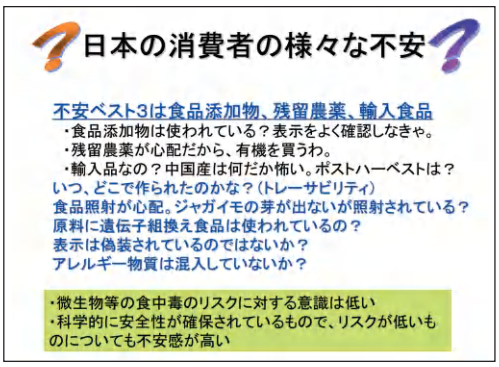
今、日本の消費者を取り巻く状況で、一番象徴的なのが食の安全とそれから安心という言葉です。安全と安心というのは、Safetyが安全で、安心がFeeling At Ease。唐木先生のスライドでは、Ease Mindと言ってましたけど、なかなか、訳しにくい言葉です。日本では安心と安全ということを一くくりとして、食の安全・安心という風にメディアでは語られています。食品添加物を例に挙げて考えて見ましょう。食品添加物の場合は、先ほども、高野先生の話にあったように、30年間、健康被害が全くございませんし、それから安全性に関してもきちんと管理をされています。実際に、マーケットバスケット方式という方式があって日本の食生活、どのぐらい食品添加物をとっているかという調査が毎年行われて、ADIという数字に比べてとても低いオーダーで食品添加物をとっているという情報もあります。それだけ情報があるにもかかわらず、科学的で、しかも客観的な情報があるにもかかわらず、日本の消費者は食品添加物に対して不安があります。そこの安全と安心の距離がとても離れている。これが日本の消費者の特徴です。安全と安心というのは大変距離が離れて行き、それからどんどん遠くなって行く。ところが、私はタイに住んでいて思うのですけれども、自分が生活している中で、安全ではないということ＝お腹を壊したり、直接健康被害がくるわけですから、安全じゃなければ安心ももちろんついてこない、安全と安心の距離はとても近い。ですから、恐らく訳するタイ語もないのではないかと思うのですけれども、この距離はタイではとても短い。それは諸外国でも同じです。日本の消費者は世界一神経質な消費者だということ、安全と安心がとても距離があるということ、まず覚えて置いて頂ければと思います。

日本における食の安全・安心に関する主な出来事と法令による規制強化

2000年	雪印乳業/加工乳の大型食中毒発生
	JAS法大改正/生鮮食品原産地表示開始
2001年	国内におけるBSE感染牛を確認
2002年	雪印食品に偽装表示をきっかけに相次ぐ発覚
	中国産冷凍野菜から基準値超える残留農薬検出
	食品衛生法一部改正で包括的輸入禁止措置を導入
2003年	米国内でBSE感染牛を確認
	食品安全元年とよばれる（食品衛生法の大改正、食品安全委員会設立、食品安全基本法成立）
2004年	国内で高病原性鳥インフルエンザの発生を確認
2005年	食育基本法成立
2006年	米国産牛肉より脊柱混入を確認、再び輸入停止
	残留農薬等のポジティブリスト制度施行
2007年	不二家の賞味期限切れ原料使用、その後偽装表示問題
	中国産食品の安全性問題がクローズアップ
2008年	昨年の問題受け表示の一元化、消費者庁の検討開始

どうしてこんなことになったのかといいますと、それはやはり、消費者からすると当たり前といいますか、毎年、毎年、色んな事件が起こるんです。食の安全に関しまして、何か事件が起こると、それに対してどんどんと規制が厳しくなるということがあります。ちょうど雪印の食中毒の事件があって、それから新しいものがどんどん取り入れられるようになったのが、2000年。その後、JASという食品表示の、私はここの委員も務めておりましたけれども、このJASの法律でもっときちんと表示をしようと言うことで食品の原材料の表示、それから食品添加物の表示、それからアレルギーの表示、どんどんと表示の規制が厳しくなってきました。そうやってどんど

ん厳しくなるのですが、それにもかかわらず、毎年、毎年、例えば今年はBSEとか、遺伝子組み換え食品とか、色んな事件が起こって、去年はやはり食品表示の偽装が大きな問題になりました。今年、最大の問題は既に起こってしまって中国産食品、ギョウザの問題です。毎年、毎年起こりまして、今日本政府は何を考えているかというと、もっと規制を厳しくしよう、食品の表示もこれからもっと厳しくしよう、原産地の表示も始めようと言っている。ですから今タイで輸出されている方は表示をしなくていい、原産地を表示しなくてよかったものも、これからどんどんと表示をしなくてはいけなくなってしまう。法律の、大変多くの規制がどんどんできていく、中小の企業は毎年、毎年、変わる法律についていけないのですね。そういうこともあって、結果的に偽装表示になってしまうという例もあると思います。



それにしても、日本の消費者が一番不安に思うこととというのは、先ほどから言っている食品添加物、残留農薬、そして輸入食品、この３つが色んなアンケートの中でも大体トップ３になります。消費者の方に話を聞くと、どうして食品添加物を使わなければいけないんだろう、ちゃんとチェックしよう。そしてそれに乗じて無添加とか、

※３　FDA（Food and Drug Administration）…タイ国厚生省内の食品医薬品局。

タイでもありますけども、食品添加物Freeという風に記載されているものを結構見かけますが、そういうものを見て買ったり、それから残留農薬や輸入食品も、違反するものがあったら、オーバーにもう買わないと思ったり、それから輸入もののPost-Harvest農薬は大丈夫だろうかと、そういうことを思ったり、それから食品照射の問題、タイでは食品照射というのはソーセージとかに使われていると聞きますが、日本ではジャガイモだけ本当に一部のジャガイモだけに芽止めに使われています。

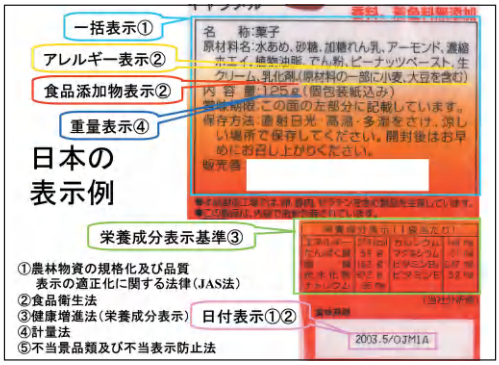
そういうものに関してとても危機感を持つ、嫌っているということです。遺伝子組換え食品も嫌いだ、嫌いなものばっかりですけれども、このように消費者は色んなことに対して不安がある。それを助長しているのが、メディアということにもなるのですけれども、消費者の方も勉強しなくてはいけない部分があるかと思います。ただ、それがなかなか、そういう情報が入ってくる機会がないので、踊らされている部分、メディアに踊らされている部分があります。

ところで、タイの消費者は何が不安だろうかという風に考えますと、タイの場合はやはり暑い国ですから第一に食中毒です。私はこちらに来てびっくりしましたが、身近な方が食中毒にあったことが多くて、娘は小学生ですけれども娘の友達が一週間入院しましたという話ですとか、それから、あそこの奥さん赤痢にかかったんだよとか、そういう食中毒の話をやっぱりよく聞きます。その食中毒のリスクが身近にあるということ。それから、タイの日本人学校はお弁当ですので、毎日お弁当を持たせる時に食中毒にならないように親はすごく細心の注意を払うわけです。ですから、在留邦人の方はタイではやはり食中毒のリスクが身近にある、タイの方もよく食中毒になる、そういうことがあるので、色んな食中毒に関する色んな注意ということを政府の方でも言ってると思います。コレラが去年もありましたように、死者が出ている、数が増えているということがわかりました。そういうことからやはり、色んな警告ということがされていると思います。コレラは、貝とか魚介類は特に注意して十分に火を通すとか、火が通ってないようなものを食べないようにしましょう、トイレに行ったら手を洗いましょうとか、そういうことをFDA※３のホームページなんかも書いてあるようですし、新鮮な食材を購入するということで、タイは消費者がそういう部分に反対に関心が高い。それから、食品添加物ですとか、色んな殺菌技術に対して容認しているというか、かなり許容度が高いよう

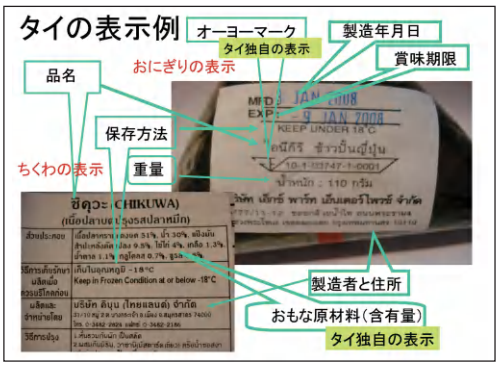
に思います。食中毒のリスクがやっぱり身近ですから、食品添加物を使わないで事故にあうより、食品添加物をきちんと使おうということだと思います。

それから、食品表示のルールも、やはりリスクが異なりますので、かなり違います。日本の食品表示の例を見てみますと、製品名からはじまって、製造年月日、賞味期限。それから原材料や食品添加物の表示があります。それから、アレルギーの表示がございまして、25品目のアレルギー物質があり、必ず表示しなくてはいけないものもある。それから、内容量ですとか、製造者とか、原材料、原産地表示というのも、今、ものによってございます。これからどんどん範囲が広がっていきますので、こういうものを表示しなくてはいけない。ということはタイの輸出業者はこれらの表示というのも、全部、情報として相手側に出していかなくてはいけないということになります。

ところで、タイの表示ですけれども、タイの表示も日本と似たように品名ですとか製造年月日はありますけれども、FDAのマーク、「オー・ヨー」※5マークが必ず付いておりますし、それから、重量表示、ものによっては主原料のパーセント表示ですとか、あと日本にないものとして「オー・ヨー」マークもそうですけど、重量パーセントの表示、それから、栄養成分の表示が今度始まりましたけれども、栄養成分表示に関しては日本では義務付けられていません。ですから、タイのほうが進んでいるという風に見えると思います。

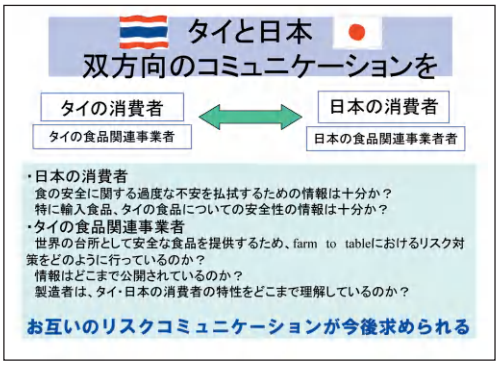


日本の表示、これはキャラメルの表示ですけれども、それぞれ、まず名前があり、原材料があって、食品添加物があって、アレルギー表示があります。そして、重量があって、保存方法があって、という風になります。そして製造年月日と賞味期限、さらにこれは義務付けられていないのですが、自主的に栄養表示を付けているものになります。



続きまして、タイのおにぎりの表示です。「オー・ヨー」マーク、タイのFDAマークが付いていて、タイの加工食品を見るとどんなものにでも「オー・ヨー」マークがついていて、ここで一元管理がされているということです。日本ですと、いつまで食べられるという賞味期限とか、それから消費期限が多いですが、タイの場合は思ったよりも製造年月日と両方書いてあるものが多いと思います。ちくわはものによって原材料のパーセントを書いてあります。これは日本にない特徴だと思います。それから、マイナス18度で保存してください。シールの下の方に、やはり製造年月日と賞味期限を記載されています。

こういう風にタイと日本では、表示の感じが違うのですけれども、タイの表示もかなり進んでいるところもありますし、そもそも食品表示というのは食文化が違うというところから来ていると思います。で、食文化が違うところで何が消費者に必要なのかというところから、その消費者の色々な要望というのを表示が表しているとい



うふうに思います。タイでは、今子供の肥満に関心があるということで、栄養成分表示が始まったと聞いております。

ただ、表示法について、お互いのことを知らないと、日本の消費者が何に関心あるのか、タイの消費者は何に関心あるのか、なかなか情報がきちんと伝わりません。タイと日本の消費者、それから、それぞれの事業者、それぞれがきちんとリスクコミュニケーションしていかな

※5　オー・ヨー…タイ国FDAのタイ語での発音

いと、先ほどからのTipvon先生と小島さんの話もあるように、中国の二の舞ということになりかねません。日本の消費者は先ほども言いましたように、世界一神経質な消費者ですから、日本人がどんなことを、日本の消費者が何を求めているのか、ということを十分に理解して頂いて、その上で情報をきちんと伝えるようにしてもらいたいと思います。タイは世界の台所という風に言われていて世界中に輸出しているのですが、日本の消費者に情報をきちんと伝えるということで、どのぐらいタイの製造者が、それぞれの従業員の方が、日本の消費者のことを理解しているかということが、これから大切になってくるかと思います。Suwimon先生の話にもあったように、タイの製造者というのは大変現場で努力をしている。それをどうやって伝えていくのかということは、やっぱり考えていかなくてはいけない。私はタイには暫く滞在させてもらおうと思っておりまして、そこで食品工場とか、色々取材をさせていただければ、ホームページですとか色々な雑誌とかに書いたりしてお伝えしていきたいと思いますし、また、その日本の消費者にもタイがどうやって、また、タイの消費者がどういうふうなことを思っているのか、日本の消費者が神経質すぎないかということもやはり情報発信していければと思っています。以上です。ありがとうございました。

（当日は英語版のスライドを使用しました。）

■唐木先生

ありがとうございました。日本の消費者が食の安全に対して、大変神経質だという話。その原因としては日本で食品関係の事件が次々と明るみに出た。ただそういう事件が起こったからすぐ不安になるというわけではなくて、小島さんの話にあったように、事件が非常に大きく報道される。その大きな報道を受けて行政が規制を強化すると言うことがあって、それが不安に繋がっていく。もうひとつ言えるとすれば、小売業あるいはその形の事業者が先取り規制というのをやって、実際の行政の規制よりもっと厳しいことをやって、安全なことをやっていますということをアピールする、そういうこともまた不安を呼ぶ、というようなこともある。というようなことで、タイの方々もそういった日本の事情を良く理解していただきたいということと、もうひとつは、タイがきちんとやっているというお話を先ほどから話していただいていますが、そういった情報を是非、日本に伝えて頂きたい、そういう話をしていただきました。どうもありがとうございました。