

# 『安全第一、安心は二番目であるべき』

NPO食の安全と安心を科学する会(SFSS)

理事長 山崎 毅



最近の企業広告や行政・各種団体の広報ページに、「安心・安全な商品をお届けします」、「安心・安全な社会を目指します」という文言をよく見かけるが、筆者はその度に眉をひそめている。なぜ「安全」よりも「安心」を先に表記するのか。市民／消費者／顧客の「安心」を大切にすることを強調したいのだから、

「安全」はリスクが社会／市民の許容範囲内に抑えられた客観的状態をいうのに対して、「安心」は市民／消費者／顧客の主観(リスクイメージ)に依存しており、リスクが無視できるイメージのときには「安心」、リスクが不快感をもって顕在化したイメージのときには「不安」となる。そう考えると、企業が顧客にその商品／サービスを買ってもらうためには、「安全」だけでなく「安心」がなければ商品選択にいたらないので、どうしても「安心」を強調して売りたくなる気持ちはわかる。だが、「安心」はあくまで企業から伝えられたリスク情報に対する顧客の主観に基づくものであり、売る側が「安心」を暗示して押し売りするのはいただけない。

さらに消費者／顧客のリスク認知バイアスを利用し、「安心」を強調して商品を売る手法はすでに社会問題化している。「無添加」を「食の安心」情報として販売するマーケティング手法は、食品添加物が人体にとって有害に違いないとの消費者のリスク誤認を悪用したものだ。たとえば保存料を使用していない加工食品において、むしろ食中毒微生物による汚染リスクが高いことを考えると、「食の安心」を優先して「食の安全」を疎かにした典型事例と言っても過言ではないだろう(無添加食品が必ず食中毒微生物に汚染するという意味ではないので誤解のないように)。

「食の安心」を優先した食品開発により食品ロスの問題も多発している。加工食品の微生物汚染や腐敗を抑えてくれる保存料、日持ち向上剤、殺菌剤、防カビ剤、酸化防止剤などの食品添加物は、厚労省の定めた使用基準に基づいて使われている限り、人体への危害性は皆無であり、逆にこれらを適切に使用しなかったことによる食品腐敗により、大量の食品自主回収+廃棄に至るケースもある。また、防カビ剤の有害性を懸念して使用しないことが「食の安心」情報として広告宣伝に使用されている生鮮食品においてカビ汚染が常態化すれば、むしろカビ毒の発がん性の方が大きな健康リスクになるといって本末転倒も起こりうる。殺菌剤処理が不十分な漬物が市場に流通して、0157による食中毒で死亡事故に発展したケースも、「食の安全」が脅かされた典型例だ。

食品はわれわれの口に入るものなので、やはり「安全第一」を優先する姿勢が食品事業者全般に要求されるべきと強く思う。昨今、食品の自主回収が多発しているが、異物混入に対する消費者からの苦情が原因で回収判断を迫られた食品事業者においても、「食の安全」が脅かされる可能性=健康危害性+多発性が懸念される場合には、「安全第一」で即刻回収を判断すべきだ。しかし、たとえば虫や毛髪などの混入など危害性／多発性が否定できるケースでは、個別のお客様コミュニケーションで当該顧客の「食の安心」がうまく確保できれば、食品回収を回避できるはずだ。

ただ、SNSなどネット環境へのクレーム情報の拡散がたった一人の消費者でも可能になってしまったため、お客様への初動対応がうまく機能せず「食の安心」が確保できなかった場合には、食品事業者が自主回収や製造停止などに追い込まれることもある。①顧客の気持ちに寄り添うような謝罪対応ができるか、②異物混入の原因究明／再発防止に関する情報開示が迅速にできるか、などのお客様コミュニケーションが食品事業者にとっての生命線となるため、これら「食の安心」対応は大変重要だ。ここまで「安全第一」ということを述べてきたものの、市民／消費者／顧客の「安心」をないがしろにしるということでは決してない。お客様の「安心／不安」に寄り添えない企業／組織は信用が得られないのは当然だろう。

筆者の学生時代の話だが、居酒屋で煮込みを注文したところ虫が入っていたので、店員さんに苦情をいれたことがある。店員さんは「申し訳ありません!」と言ってその煮込みを下げたのだが、「替わりをお持ちしました」とまた煮込みをもってきたのだ。「おいおい、同じ鍋の煮込みちやうの?」と不快に思いながらも友人と笑ったのは、客として自然な感覚だろう。これと同じことで、もし加工食品に虫が混入していたとの苦情が顧客からあったときに、いくら「食の安心」マターとして健康危害性／多発性が否定されたとしても、同じ鍋(ロット)の食品を客に販売し続けるのはけしからんと主張する正義感の強い消費者がいても全く不思議ではないのだ。ちなみに上述の居酒屋のケース、2回目の煮込みに虫が入っていたというオチがある。やはり食品を客に提供する限りは、それなりの衛生環境を維持しておかないと信用失墜は免れないだろう。

※詳しくはSFSSホームページ「理事長雑感」をご参照のこと⇒[「食の安全と安心」で検索!](#)

## 編集後記

2017年は西(トリ)年だけに、運氣もお客様も取り込める年といわれております。異物混入問題、昨年から持ち越しの豊洲市場移転問題など課題は山積ですが、本年もシンポジウム開催や『食の安全・安心』情報を発信していく所存です。さらなる御協力・御支援を賜りますよう宜しくお願い申し上げます。

SFSS本部事務局 miruhana

当NPO法人の事業活動は会員の皆様の会費および寄付金で運営されております。食に関する研究に従事する方には正会員を、食に関する企業様には賛助会員をお願いしております。寄付金も随時受け付けておりますので、ご興味のある方は下記までお問い合わせください。

食の安全と安心通信 Vol.24 2017年冬号 / 編集長:山崎 毅 編集委員:芦内裕実、miruhana

## 賛助会員リスト(順不同)

株式会社551 蓬莱 / メロディアン株式会社  
キュービー株式会社 / 旭松食品株式会社  
カルビー株式会社



NPO法人 特定非営利活動法人食の安全と安心を科学する会

本部・研究室  
TEL・FAX:03-6886-4894

〒113-8657 東京都文京区弥生1-1-1  
東京大学農学部 フードサイエンス棟405-1号室

ホームページURL <http://www.nposfss.com>

食の安全と安心

関西事務局  
TEL:06-6227-8550 / FAX:06-6227-8540

〒541-0041 大阪市中央区北浜1-1-9  
ハウザー北浜ビル3F

E-mailアドレス [nposfss@gmail.com](mailto:nposfss@gmail.com)



# 食の安全と安心通信

Vol. 24

2017年冬号

## NPO法人 食の安全と安心を科学する会 季刊誌 第24号



## INDEX

食育シンポジウム  
ー減塩と健康Ⅱー開催報告

SFSS緊急パネル討論会  
「豊洲市場移転に関する食のリスクコミュニケーション」  
2016.12.20より  
「卸売市場の食品衛生 環境があるべき姿」

企業の食への取り組み  
カルビー株式会社

「安全第一、安心は二番目であるべき」

## 食育シンポジウム ー減塩と健康Ⅱー開催報告

開催日時:2016年10月6日(木) 15:00~18:00

開催場所:東京大学農学部フードサイエンス棟 中島董一郎記念ホール

主催:NPO法人食の安全と安心を科学する会(SFSS)

後援:東京大学大学院農学生命科学研究科附属 食の安全研究センター

協賛:旭松食品株式会社 / 参加費:無料

健康維持のために重要な課題である減塩について、食育料理研究家でお馴染みの服部幸應先生と日本高血圧学会減塩委員会委員長の土橋卓也先生にご講演いただきました。また、協賛社である旭松食品様による「こうや豆腐・粉豆腐」を使った試食会も大変好評でした。



## プログラム

15:00 開会あいさつ

山崎 毅(NPO食の安全と安心を科学する会 理事長)



土橋卓也先生

15:10 『減塩の意義と日本高血圧学会減塩委員会の活動について』

土橋卓也(製鉄記念八幡病院 理事長 / 病院長、日本高血圧学会 減塩委員会委員長)



服部幸應先生

16:00 『食育における減塩の重要性』

服部幸應(学校法人服部学園理事長、服部栄養専門学校校長、医学博士 / 健康大使)

16:50 『長寿県長野の食品事業者の取組』

木下博隆(旭松食品株式会社 代表取締役社長)



木下博隆社長

17:20 会場前の「café agri101」にて旭松食品(株)の商品試食会

試食メニュー:「こうや豆腐煮物」「こうや豆腐のサンドイッチ」「粉豆腐のケーキ」

17:50 閉会

(文責、写真撮影:miruhana)



SFSS緊急パネル討論会「豊洲市場移転に関わる食のリスクコミュニケーション」2016.12.20.より

## 「卸売市場の食品衛生 環境があるべき姿」

NPO法人食品保健科学情報交流協議会（食品衛生監視員）

小暮 実



全国の卸売市場は、卸売市場法の規定により農林水産大臣の認可を受けて開設されている。開設者は都道府県と人口20万超の市等であり、平成28年4月現在、全国の40都市に64市場が開設されている。このうち、都道府県が開設しているのは、東京都11市場、大阪府1市場、沖縄県1市場の13市場である。その他の多くは市が開設者となっている。築地市場は東京都の11市場の一つであり、卸売業者（荷受業者）が7社もある日本一の卸売市場である。築地市場には、水産物5社の卸売業者と約6000の仲卸業者を有しており、毎日約1,600トン（約16億円）もの水産物が取り扱われている。物量からすれば世界一の取扱量を誇る市場であるが、衛生的には課題の多い施設であると言わざるをえない。昭和10年に開設されて以来、今年で81年目を迎えており、この間に補修や増設を繰り返しているが、基本的な構造についてはあまり変化していない。

近年の食品衛生確保の流れから、うに、まぐろ、えび、塩干物等、高価な魚介類の「せり場」については、空調管理の可能な「せり場」が整備されてきたが、その他の魚介類や仲卸業者の施設については、屋根はあるものの、壁等の隔壁がないほぼオープンな施設であり、空調管理のできない施設である。築地市場は、その物量の多さから市場の休日以外は24時間開場しており、関係者なら誰でも入場可能であり、食品テロ防止の館員からも課題がある。さらに、築地市場が観光スポットとして旅行者等に人気があり、海外旅行者の見学等が絶えないのが現状である。大量の食品の取扱のため、毎日約42,000名、約19,000台の車両が行きかう中で、市場関係者と観光客が交雑している状況にある。市場関係者のための、市場内の飲食店は観光客の長い行列のため、気軽に飲食できないのが現状である。



衛生の基本は、毎日のように洗浄して乾燥することにある。仲卸売場の床は古くからの石畳の床であるため、排水が悪く乾燥しにくい。また、床の洗浄等には、隣に流れている墨田川の水を砂ろ過して塩素消毒した雑用水として使用しているが、汽水域のため塩分を含む等の課題もある。さらに、外的にオープンであることから、ネズミ、カラス、野鳥、野良猫等の問題もあり、環境的にも衛生管理が懸念される施設である。この点では、築地市場について言及した石原都知事の「汚くて、危険で、狭い」の発言のとおりである。

新たに整備された豊洲市場では、市場関係者と見学者の分離、温度管理が可能で外部からの侵入を防ぐ閉鎖系施設の整備、荷おろし→荷受け→せり→仲卸→積み込みまでの物流を考えたスペースの確保、各仲卸業者ごとの区画等が衛生的に整備されていると聞いている。現状の築地市場と比較すれば、食品衛生上は雲泥の差があることは明白である。市場関係者からすれば、他の課題が早く解決され、一日も早く移転されることが望まれている。

平成28年1月に農林水産省は、新たに「卸売市場整備基本計画」を策定して示している。卸売市場の本来の目的である、新鮮な食品を迅速に衛生的に提供するためには、使用目的別施設の整備、コールドチェーンの確立、トレーサビリティの確保、HACCP考え方を採り入れた品質管理などが求められている。一足飛びにすべてを改善することは難しい状況であるが、豊洲市場については、築地市場の課題を払拭し、物量だけでなく衛生的、機能的にも世界に誇れる卸売市場となるよう期待したい。

## 企業の食への取り組み

カルビー株式会社

掘りだそう、自然の力。

Calbee

### ■ 食物アレルギーへの対応

#### ★お客様コミュニケーションにおけるアレルギー親切表示

カルビーでは従来より特定原材料とそれに準ずるものの個別表示を採用してきましたが、個別表示では製品に入っているアレルギーが一目で分かりにくいというお声がありました。

そのため2015年4月に施行された食品表示法に対応したパッケージ変更の際、「お客様により分かりやすい表示を」と、製品に入っているアレルギーが一目で分かるよう親切表示を採用し、原材料表示の下に、パッケージの中で一番目立つよう表示しています。

パッケージだけではご不安なお客様には、お客様相談室の専門のスタッフがお客様からのアレルギーのお問い合わせに対応しています。

#### ●原材料表示(個別表示)

じゃがいも(遺伝子組換えでない)、植物油、チキンコンソメパウダー(小麦・大豆・豚肉を含む)、砂糖、食塩、デキストリン、コーンスターチ、粉末しょうゆ、粉末ソース(りんごを含む)、オニオンエキスパウダー、香辛料、ビーフコンソメパウダー、トマトパウダー、発酵トマトエキスパウダー、キャロットパウダー、調味動物油脂、梅肉パウダー / 調味料(アミノ酸等)、香料(ごまを含む)、カラメル色素、酸味料、パプリカ色素、甘味料(ステビア)、香辛料抽出物、ベニコウジ色素

#### ●親切表示

本品に含まれているアレルギー(特定原材料及びそれに準ずるものを表示)  
**小麦・牛肉・ごま・大豆・鶏肉・豚肉・りんご**  
本品は卵・乳成分・えび・かにを含む製品と共通の設備で製造しています。



#### ★製品群ごとのアレルギー対策

研究開発本部、マーケティング本部、品質保証本部の協議により「特定原材料(アレルギー)に関する方針」を策定し、運用しています。これはアレルギー事故を防ぐため、製品カテゴリーごとに使用アレルギーの共通化などのルールを定めたものです。

また、商品発売時やリニューアル時にもお客様がアレルギーの異なる既存商品と誤認されないように十分注意を払っています。

#### ●「Jagabee」に新たな原材料として「卵」を使用したパッケージ変更事例



変更前

変更後

※商品名を「しょうゆマヨ」→「マヨしょうゆ」にし、卵の使用を強調するとともに、パッケージの前面にアレルギー表示を入れました。

#### ★工場でのアレルギー対策

新規設備導入時には、開発部門が中心となりアレルギーのコンタミネーションの可能性を検討し、工場は本生産までに「清掃手順書」を作成します。

兼用ラインにおいてコンタミの可能性が大きい設備では、そのラインで流れる製品はすべて同じアレルギーで統一しています。統一できない場合は、専用ラインにするか清掃改善または設備改善等により、アレルギーが検出されないことを検証の上、製造しています。

製造管理では、生産計画の際に特定原材料を意識した生産順序、つまり特定原材料の少ない製品からの生産を実施しています。工場での製造管理では、原材料管理の見える化、製造中のアレルギーの見える化、生産計画から味剤と包装フィルムの整合性をチェックし、不整合時にはインターロックが掛かる仕組みを採用しています。

#### ★アレルギー検査システム

アレルギー事故を最小限に食い止め、お客様に安心してお召し上がりいただける製品を提供するために原材料及び製品のアレルギー検査を実施しています。

原材料検査は原料サプライヤーの特定原材料確認漏れ、記入漏れ、交差汚染等の防止を目的とします。また原材料は検査だけではなく、サプライヤーにおける原料管理状況を書面上と実際の製造工場にて確認しています。

製品検査は生産中の特定原材料コンタミネーションの当面の対策を目的とし、その結果を生産計画に反映しています。



作業ミス防止照合システムで読み取るフィルムに記載されているコード