

様々なリスクコミュニケーションの事例

タイトル：食物アレルギーに関して
目的：情報提供（説明）・情報共有・相互理解や信頼感の醸成・合意形成
形式：①媒体作成・HP や印刷物への掲示 ②Facebook、twitter 等での情報発信（双方向性） ③講演会・説明会 ④出張講座・意見交換会（双方向性） ⑤個別対応 ⑥研修 ⑦その他
日時（回数）：
実施者：行政・事業者（団体）消費者（団体）・教育機関・その他（ ）
対象者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・ その他（医師、栄養士、管理栄養士等の栄養指導者等所謂インフルエンサー）
<p>実施者：日本酪農乳業協会（Jミルク）</p> <p>概要及び特徴</p> <p>◆食品事業者がリスクコミュニケーションの主体者になることはめったにない。Hazard のリスク評価に基づくコミュニケーションは行政と学術専門家に委ねている。</p> <p>◆しかし、例えば牛乳・乳製品の様に、ヒトの生命活動の維持の為に栄養摂取によって非常に効果的と考えている食品の場合、その特定成分が条件によってはHazard になる場合に、事業者も独自にコミュニケーションを試みることが多い。Hazard 物質が話題になったからその食品の摂取を完全にやめた場合、栄養不良に伴う別のリスクを負うことになるので、リスクとベネフィットのバランスのとれ方を説明し、かつ最終食品中のHazard を低減する方法について、事業者がやることを表明し、消費者にやってもらいたいことを教育、依頼する必要があるからである。</p> <p>◆Jミルクは、中央酪農会議、全農、全酪連を初めとする全国の酪農団体、乳協等全国の乳業団体、生乳販売団体、各県の牛乳普及協会等を会員とする団体。活動は①乳の価値（社会的価値と、特に栄養的価値）の普及とその基礎となるエビデンスの蓄積と活用の為の調査研究、②その広報と研修、出版物、食育活動を通じた普及、③学校牛乳事業推進、④需給も含む酪農乳業の情報共有事業が主体。医師と学術専門家、栄養管理者からなる「乳の学術連合」を組織している。</p> <p>◆乳・乳製品のリスクに関するコミュニケーションは、アレルギーとメタボリックシンドロームと関連した消費者の不安への対応が主要なもの。Jミルクのコミュニケーションを紹介すると・・・</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2002年以降37回の「メディアミルクセミナー」講演会を農畜産業振興機構の後援を得て開催し、内容の出版も行っている。2010年2月の第22回は「牛乳アレルギーの最新治療法」講師国立病院機構相模原病院の海老澤元宏先生。 ・別冊メディカル朝日に解説記事（2013年4月号）に、「学校における食物アレルギー対応最前線」（昭和大学小児科学講座の今井孝成講師）、「座談会：小児食物アレルギーへの適切な対応のために」（上記海老澤医師、今井講師、長島全国学校栄養士協議会会長、Jミルク高見理事）を掲載している。 <p>◆キューピー株式会社が自社ホームページ（1面⇒「知る・楽しむ」⇒「食の安全・安心」⇒「アレルギー、知ってほしい！食物アレルギーのこと」）で、自社の取り組みと食物アレルギーの一般概論をやさしく解説して、そのあとにQ&Aを付けている。対象は一般消費者。</p>

報告者：小出 薫

様々なリスクコミュニケーションの事例

タイトル：アクリルアミドに関する説明
目的：情報提供（説明）・情報共有・相互理解や信頼感の醸成・合意形成
形式：①媒体作成・HP や印刷物への掲示 ②Facebook、twitter 等での情報発信（双方向性） ③講演会・説明会 ④出張講座・意見交換会（双方向性） ⑤個別対応 ⑥研修 ⑦その他 ()
日時（回数）：常時掲載
実施者：行政・事業者【カルビー株式会社】（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他
対象者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（一般）
概要及び特徴 主力商品であるポテトチップスとリンクして語られる Hazard であるアクリルアミドについて、下記の様な基礎的な解説を企業ホームページで行っている。 ◆アクセスは、同社の Web サイトから、お客様相談室⇒よくある質問 Q&A⇒アクリルアミドに関する Q&A⇒そして詳細な 12 ページの pdf ファイルも見ることが出来る。 ◆内容は・・・ ・2002 年にスウェーデンである種の食品群がアクリルアミドを含むことを公表、その後 CODEX 委員会で食品中の濃度低減が勧告されたこと、発がん性について「人に対しておそらく有る」という 2A レベルとされていること ・一方で、還元糖とアスパラギンを含む食品、多くの野菜を含むものを工業的にも家庭であっても 120℃以上で加熱すれば発生することから人々がこれまでも長い摂取経験を持つ物質であり、日常生活でゼロにすることは出来ないことも説明。 ・以上の内容は、農水省の HP をはじめ、行政のサイトへのリンクも提示している。 ・企業としては、原料の選択と商品製造過程での技術開発によるアクリルアミド生成量の低減を図り研究を続けていることを紹介。 ・自社の関係学術論文、学会発表へのリンクも付けた。 参考 URL : http://www.calbee.co.jp/index.php

報告者：小出 薫

様々なリスクコミュニケーションの事例

タイトル：トランス脂肪酸
目的：情報提供（説明）・情報共有・相互理解や信頼感の醸成・合意形成
形式：①媒体作成・HP や印刷物への掲示 ②Facebook、twitter 等での情報発信（双方向性） ③講演会・説明会 ④出張講座・意見交換会（双方向性） ⑤個別対応 ⑥研修
日時（回数）：
実施者：行政・事業者【雪印メグミルク株式会社】・消費者（団体）・教育機関・その他
対象者：行政・事業者（団体）・消費者（団体）・教育機関・その他（ ）
<p>概要及び特徴</p> <p>◆マーガリンの大手メーカーとして、水素添加植物油のトランス脂肪酸が問題になっていることから、ホームページ上での説明文をアップした。</p> <p>◆アクセス・・ホームページ1面の最下段⇒ CSR の取り組み、会社情報、株主・投資家の皆様へ、という項目に並んで「その他のお知らせ」2点がある。⇒ その1つがPDFで「トランス脂肪酸、その他の資質成分について」という12頁の解説文である。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・内容・・トランス脂肪酸は日本人の食生活では摂取量が低く、それ程健康危害が問題にならない事、食品安全委員会でも評価結果が出ていることを踏まえつつ、 ・欧米で脂肪全体と、飽和脂肪酸、トランス脂肪酸が規制や表示義務の対象となっている背景を受けて、消費者向けにトランス脂肪酸の発生の仕方、その健康上の問題、多く含む食品をやさしく紹介。 ・さらに、様々な脂質成分の栄養価値やトランス脂肪酸量だけを気にすることの誤り等も解説している。 ・主として、マーガリンに対して不安を抱く消費者を対象としている。 ・製品中のトランス脂肪酸含量を抑制する手段も説く。 <p>・農水省、厚労省、日本マーガリン工業会のサイトへのリンクを付け、最後に、「詳細については食品安全委員会ホームページを参照」としている。</p> <p>参考 URL www.meg-snow.com</p>

報告者：小出 薫