

消費者における 食品添加物リスクの捉え方

2019年6月23日

食品安全リスクコミュニケーター

大瀧 直子

食品添加物のリスクコミュニケーション 一緒に考えましょう

- リスクコミュニケーションに関わってきて
- 消費者は食品添加物をどう認識しているか？
 - …消費者に伝わる情報の偏り
- 食品添加物は食品安全確保の必需品
 - …リスク・ベネフィットの理解
- 食品健康影響評価・リスク評価の理解のために
- 専門機関・専門家への信頼

食品安全の同じ土俵に上がって

- 専門家と消費者の食い違いは同じ土俵で話していないこと
消費者は言っても分からない?? (専門家から)
悪いものを食べさせる? (消費者から)
- 話せば分かる、理解しようとする消費者はいる
- 丁寧なコミュニケーションが必要 質問できる環境・・・～20人
- まずは食品安全の基本の考え方を伝えること
- 食べることは自己責任
一緒に考えましょう

食品添加物の使用目的

1. 食品の品質を保つ

「食の安全」を担保するために必須

1) 食品自体の安全性

例) 食中毒、微生物汚染

2) 食糧の確保

例) 食糧不足、飢餓

2. 食品の製造、加工

3. 食品の嗜好性の向上

4. 栄養価の補填、強化

「食の安全」の目的で使用される食品添加物

食品自体の安全性・微生物汚染・食中毒

機能	添加物用途分類
食品の微生物による腐敗・変敗を防ぎ、食中毒のリスクを下げるもの	保存料
食品や原材料などに付着している微生物を殺菌するもの	殺菌料
そうざいなど保存期間の短い食品の品質を保持するもの	日持ち向上剤
食品中の油脂などの酸化を防ぎ、変色・変臭や発がん性の可能性がある過酸化物質などの生成を押さえるもの	酸化防止剤
かんきつ類などの輸送や貯蔵中のカビの発生を防ぐもの	防かび剤

(日本食品添加物協会提供資料より)

食品添加物は食品安全確保の必需品 消費者に伝えるべきこと

- 食品添加物を使用する大きな目的
食品の持つリスクを低減する

添加物自体が危険という誤解があり、それを解消するリスクコミが必要

食品の安全性を保つ目的で使用する食品添加物が危険といわれる

- 食品添加物を使うリスクよりも、それよりはるかに大きい食品がもつリスクを低減できる。
- 食品添加物のリスクを可能な限り小さくして使用する。
- 食品添加物を使うベネフィットと食品添加物を使わないために生ずるリスク。
- 食糧の確保、フードロス問題につながる。

リスクの大きさと認識に違いがある リスク認知バイアス

- リスクがあるという言葉の解釈
- リスクが過小に認識される・・・微生物（目に見えない、美味さが優先）
- リスクが過大に認識される・・・食品添加物、残留農薬、遺伝子組換え作物等

- 量の概念がない、少量でも「ある」と聞けば危険、避けたいと思う
- 自然は美しく、食べても安全、美味しい
- 管理されているもの、人工的なものは嫌、反対

リスク・ベネフィットを説明する

食品添加物を使用しない

食品添加物を使用する

リスク

- 食品の安全性、嗜好性
 - ・微生物の繁殖、食中毒の発生
 - ・食味の低下
- 食糧の確保
 - ・消費期限・賞味期限が短縮、フードロスが増加

対策 ➤ 「食品添加物」の使用

- 健康への悪影響への不安

対策

「食品健康影響評価」の実施
健康に悪影響を及ぼさない
量に管理する

リスクミの必要性

ベネフィット

- ・食品添加物を添加する不安がない

- ・食中毒やフードロスの問題を解消

食品添加物への不安

食品添加物は危険なもの？

- 食品添加物が体内に蓄積する？
- 毎日食べ続けて大丈夫？
- 食品表示・・・添加物だらけ
- 書物・・・買ってはいけない！ 食べてはいけない！
- 食品の差別化・・・添加物を使っていません
- 店頭販売での宣伝・・・添加物を使わないので安心です・・・安全？



食品添加物は危険なもの

リスクコミュニケーションでの 食品添加物の位置づけ

- 食品のリスク・・・100パーセント安全なものはない
- 食品安全委員会の紹介・・・リスク評価のこと
- 微生物・・・分かりやすい、身近な問題、リスク大きい、
家庭での食中毒のリスク低減、
消費期限、賞味期限の理解、フードロス問題
消費者の苦情・・・
- 食品添加物



食品リスクについての情報提供

- 科学的中立公正なリスクを伝える場を作る・・・信頼
- 食品のリスク？お話しの際に参加する？
- 聴いてもリスクの話は面白くない
- リスクと聞くと、とても危険なものだと思う
- リスクには目をつぶりたい、避けたい、美味しくなくなる
- 聞きかじると食べるのものがなくなる、知らぬが仏
- 食品のリスクが少しわかれば、
食品添加物を使用する意味
もとは天然物由来のものも多いこと
理解しようという姿勢になる

消費者にとって食品添加物は？

- 危険なもの・・・発がん性、体内に蓄積する
- 味や色をごまかされるもの・・・粗悪な材料を良く見せるもの
- 食材の本来の味が損なわれるもの・・・自然の味ではない

食品添加物で味や色をごまかされる？ 粗悪な材料を使っている？ 食材の本来の味、自然の味ではない

- ごまかされる・・・だまされた感？
 - クリーミーな食感の付加・・・高級感
 - 使用していない高級食材の風味の付加・・・コストダウン？
 - 加工してしまえば、どんな材料でも・・・
- 食材の本来の微妙な味が分からなくなる
- 家庭の味と違う
- 特有の味がする
 - ⇒ 添加物自体の安全性が確保できていれば、
その使用・不使用は食品安全上の問題ではない。
消費者の選択、劣悪な商品は市場から淘汰される

食品添加物の健康影響評価についての 情報提供

- 食品の持つリスク・・・微生物汚染、食中毒、カビ毒等
- 食品のリスクの考え方・・・食品安全は科学、食品安全委員会の紹介
- 食品添加物を使用するメリット、使用しないデメリット
- 食品添加物に関する規制
- 食品添加物のリスク評価
- 食品添加物の使用量、摂取量・・・リスク管理

専門機関・専門家への信頼についての 情報提供

まとめ

消費者に対して

- 食品安全のリスクの考え方
- 食品安全は感覚ではなく、科学であること
- 安全性試験について・・・安心
- グラフは？工夫があればよいか？
- 定量的なことを理解したくなければ、専門家への信頼
- 決して押しつけない

リスクコミュニケーションを通して

- 消費者・・・情報の正しい理解と納得した上での選択
消費者も同じ土俵にのって議論ができるよう、理解する努力を
そして一緒に考えましょう
- 専門機関・専門家・・・科学的中立公正、信頼されること
(リスク評価機関)
- 食品従事者・・・誠実な情報提供を
- マスコミ・・・勉強してから報道を
うけねらいではないか？ 影響を考えて

食品安全という科学を伝える ・・・ コミュニケーションには

- 本当のことを知る
- 客観視する(人とのコミュニケーション)
- 科学+ α capacity、心、経験・・・
 ⇒ 共感⇒コミュニケーションが生まれる
- 食品は様々な要因がある
 安全、栄養、美味しさ、経済、文化、環境、社会、価値観・・・・・・・・
- 一般消費者には科学+ α を考えながら、食品安全という科学を伝える
- 分かっていること、分かっていること、目には見えない心の部分も大きい

ご清聴ありがとうございました