

第20回食品添加物メディアフォーラム

# 今、消費者に求められていること

～振り返りの中から～ 2011.6.14.

---

生活協同組合 コープこうべ 参与

消費生活アドバイザー

伊藤潤子

JUNKO ITOH

1

## I はじめに

---

- 東日本大震災・原発事故後、ペットボトル入り水が全国的に「棚」から消えた。(おしめ・粉ミルク)
    - 誰でも容易にできることなのにできない
    - お金・時間がなくてもできることができない
    - 消費者が消費者を思いやれている？(消費者団体)
  - 2003年以降の「消費者」と言われる人々との意見の乖離
  - 報道の記事そして周囲での体験から考えること
  - 語るには、消費者(日生協理事・コープこうべ理事)としての私自身そして、消費者(運動)の軌跡を振り返ることが不可欠
  - 「ゆがめられた暮らしの科学」(1986年=昭和61年出版本)の衝撃
- 

JUNKO ITOH

2

添加物の規制緩和反対を叫ぶ消費者の集会……

国会付帯決議

合成洗剤を日本石鹼洗剤工業会のビル前に山積みされた……

彼女たちは、中央で作成され、全国にばらまかれたテキストやパンフレットを頼りに勉強する。

デラニー条項



## 「いわゆる消費者団体」から消費者団体へ

- 震災後の行動
  - 迅速性(できることの)
  - 事業者・流通業者との連携不可欠
  - 消費者同士のつながり

たとえば農水産物

- 変わっていく団体

知ろう、知らせよう、生活に密着した大切と思われる事柄

- 変わらない団体

## Ⅱ 消費者問題・運動の振り返り

### 消費者問題の変化

- 食糧不足
  - 粗悪品の横行
  - 大量生産・大量消費……経済の復興
  - 消費者問題の顕在化・消費者被害
  - 意識の変化……運動の活発化
  - 行政不信(不誠実さ)
- 
- 法律の整備(先進国との格差)
  - 行政の変化(BSE問題・偽装問題契機)

商品問題

構造問題

経済・情報量・交渉力の圧倒的格差=対等な当事者たり得ない

格差是正

## 米屋の腕は「枡さばき」ひとつ

正直さ



体積売りから重量売りへ

店頭にはかり

時代・背景	法律・行政	食品関連(コープこうべ)	表示問題(コープこうべ)	環境関連(コープこうべ)
1945 食糧不足 粗悪品の横行 1955 森永ヒ素ミルク 1960 ニセ牛缶事件	1948 食品衛生法 農薬取締法	●味噌・炭の安定供給 ●コメの重量販売  食品添加物の排除 (自主内部基準)		石鹸運動 買い物袋持参運動
1962 サリドマイド薬害 1968 カネミ油症 1969 テクロ使用禁止 1974 AF2使用禁止 1970代 石油たんぱく 1975 水俣病(熊本)  1983 食品添加物11品目許可 (ハーモナイゼーション) 悪徳商法横行	1968 消費者保護基本法  1970~80 訪問販売等 無限連鎖防止法 サラ金二法 貸金業法出資法		ユニットプライス表示 食塩・ナトリウム表示	1965 洗剤 ABS⇒LASへ  リサイクルへの取り組み ゴミの分別 石鹸と合成洗剤 商品政策における位置づけ
	1994 製造物責任法 1995 容器包装リサイクル法  2000 消費者契約法	1994 食品安全問題研究会 1995 遺伝子組換え食品研究会 ピンク蒲鉾 2000 食品安全行政の改正 「6項目国会請願署名」 2000 雪印牛乳事故 PB蒸しチーズケーキカビ PB無えん析ハム 偽装? PBスライスハム開発 内部基準の見直し	製造年月日・消費賞味期限 ダブル表示中止  ●生活に合った商品づくり ●少量包装 ●個包装 ●おしゃれな商品	石鹸から環境マークを外す 排水・森林保全・植林
2001 BSE牛発見 2002 以降 偽装事件多発  「安全・安心」のこぼ	2002 食品衛生法 JAS法 改正 2003 食品安全基本法 食品安全委員会 2004 消費者基本法	フードプランにGAP導入  JUNKO ITOH		7

## Ⅱ 消費者問題・運動の振り返り

消費者の生活をめぐる社会の変化

行政不信は根強く残る

□ 消費者問題 = 構造問題 経済・情報量・交渉力の圧倒的格差 = 対等な当事者たり得ない

□ 消費者関連法・製造物責任法・消費者契約法・消費者基本法などの成立により変化

□ 救済・保護される立場から、主体的に行動し、解決する当事者の立場へ

□ 消費者問題の変化

□ 食品関連の問題・・・2003年ころを境に大きく変化


### Ⅲ 消費者運動の流れの中での「食品の安全」

食品をめぐる変化(私の変化と重ね合わせて)

- 量
- 質
- 法・行政の不備・・・健康被害
- 社会・経済との関係(国際化)
- 食品の安全行政の整備に向けて
- 概ね整備された時点における「次の課題」

行政不信の醸成

### Ⅳ 時代を背景にした私の行動と、その中での気付き 関わりの中で覚えている出来事

- 石鹼運動  ✓データそのものが信頼できるかどうか  
思いを致さなかった。
- 買い物袋持参運動 ✓信頼できる情報を受け取れなかった
- 食品添加物大幅規制緩和反対 ✓~~和反対~~ 和反対の普通のルールを知らなかった。
- 無添加ハム・LL牛乳
- OPP・TPZ ポストハーベスト⇒ 食品添加物
- BHA・AF2・サッカリン(ノンフォーム歯磨き)
- アスパルテーム



## IV時代を背景にした私の行動と、その中での気付き 経験の中で学んだこと（軌跡）

- 私だけでない、多様な人々がいる ☆**ピンク蒲鉾**
- 組合員の暮らしに役立つという確信 ☆**スライスロースハム**  
☆**アスパルテム**
  
- 新しいことに率直に向き合う大切さ ☆**GM植物**
- 知識を得ることの大切さ(得心するシーン)
- 本当の消費者の役割とは?・・・自らを恥じました  
☆**カビの発生**
- 組合員(消費者)は全てを担えるか? ☆**友人のことば**
- 変ることの大切さと、難しさ

JUNKO ITOH

11

## IV時代を背景にした私の行動と、その中での気付き

### 多様な人々がいる

PB味わい蒲鉾・・・ピンクの追加

赤いかまぼこ



●生協商品になぜ、着色料を使ったものを開発するのか

●彩(いろどり)が欲しいという組合員の要望

●ピンクの蒲鉾が最も売れているという現実

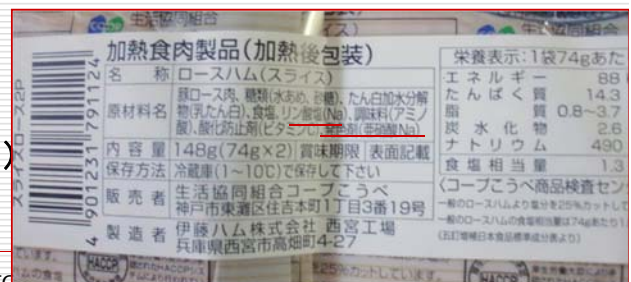
個人的な確信で多くの人の要望を  
かなえる機会を奪っていいのか

JUNKO ITOH

12

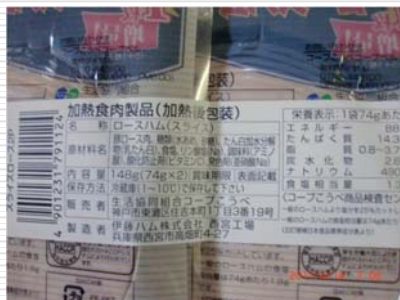
# IV時代を背景にした私の行動と、その中での気付き 組合員の生活に役立つという確信 1 「スライス ロースハム」のPB化提案

- ①亜硝酸塩②輸入豚③結着剤を使用する
- プライベートブランドにすることへの抵抗 無えん析ハムは、運動商品
- 供給高の実態
  - 状況の変化・海外の状況
  - 安全の考え方の共有化
  - 生活シーンでのリスクの違い
  - 選択肢のカバー(組合員の利用実態)
  - 生協仕様での商品
  - 生産現場の実態



JUNKO ITOH

# IV時代を背景にした私の行動と、その中での気付き 組合員の生活に役立つという確信 1 スライスロースハム(亜硝酸)



- 亜硝酸……野菜由来の消酸塩から多量に体内で作られている
- 高齢の母の生活(リスク)
- 無えん析ハムとNB商品の供給量の差の現実
- 廃棄量の多さ
- 国産にこだわる理由(清潔そう?)

IV時代を背景にした私の行動と、その中での気付き

## 組合員の生活に役立つという確信 2

### アスパルテーム

- 生協独自の自主基準(厳しいことに存在意味)  
消費者運動の歴史の評価と現在

⇒進めてきた運動への総括が必要

厳しい反論を予測された中提案できたのは、  
組合員の生活に役立つという確信

- 安全評価の確認(留意点も)
- 必要性
- 多様性
- 提案の仕方(5年間のブランクの後の再提案)

特定保健食品も多少の  
追い風

JUNKO ITOH

15

IV時代を背景にした私の行動と、その中での気付き

## 新しいことに率直に向き合う

### 遺伝子組換え作物の扱い

- 商品政策としてどう考えるか
- 評価委員会の設置
- 専門家3名を含む評価委員会
- 徹底した学習(現場含む)

固定観念の生まれないうちの科学的知識の注入

商品政策を策定するにあたってのゆとり

非組換え農作物を望む組合員の権利確保

JUNKO ITOH

16



## IV時代を背景にした私の行動と、その中での気付き

# 自らを深く恥じました

PB蒸しチーズケーキにカビ発生(2000年7月)

- 消費期限内に組合員宅(無店舗形態)でカビが発生
- 発売間もなく(7月)雪印牛乳事故直後
- 国会請願を求める署名運動開始直前
- 組合員参加の場「コープ商品協議会」「商品会議」を通ったもの
- 売り場点検、無店舗購入した組合員に問い合わせ
- **消費期限の設定条件に問題はなかったか**

- 組合員の生活様式の変化
- 夏の家屋内はどんな温度になるか
- どのような場所にパンを置くか

こんな問題こそ役割を  
発揮すべきことだった  
思いを致せなかった

組合員として果たせる役割とは何か・・・組織論として  
責任を負わない素人が深くが関わることには限界がある

## IV時代を背景にした私の行動と、その中での気付き

# 知識の力・・・得心するシーン

合成着色料・GM植物・スライスロースハム(亜硝酸)

- 合成着色料の純度の意味 ⇔ 天然色素の使用量
- アグロバクテリウムが自らの遺伝子を送り込んでいる事実
  - ☆「送り込む」遺伝子を持つ
- アグロバクテリウムをすべて除去してもクラウンゴールが増殖する事実
  - ☆植物自身がオパインを作る能力を取得した
- 予期せぬ遺伝子の動き(スタート&ストップ)が起こりうるのではないかと ⇒可能性としては一般の交配においても同様であるという事実
- 野菜由来などで、何倍もの硝酸塩を体内に日々入れている事実

1999年「食品の安全行政を求め  
る国会請願署名」1400万筆

## V「食」に関して

「新たな食品安全行政(制度)が整備された」

限界はあるにしても  
画期的な変化

\* 食品安全基本法(2003年)・・・食品の安全に関する憲法

- 「国民の健康保護」 目的に
- リスク分析の考え方

\* 食品安全委員会(2003年)

- リスク評価とリスク管理の分離

行政の責務 ⇒ 自治体での条例制定

JUNKO ITOH

19

V「食」に関してまとめ

求めてきた「食品の安全行政」は整った  
次の課題・・・社会生活の中での定着化

□ 食品安全委員会等を充実したものへと育て上げる

《食品に関わるすべての人々》

\* 消費者

制度を求めてきた者の責任

\* 生産者・食品加工事業者・流通販売業者

食品安全委員会の評価を冷静に受け止める

⇒ 評価と向き合う＝「安心」に逃げ込まない

評価を尊重してそれぞれの役割を果たす

JUNKO ITOH

20

V「食」に関してまとめ

## 成果と受け止め 次のステージへ

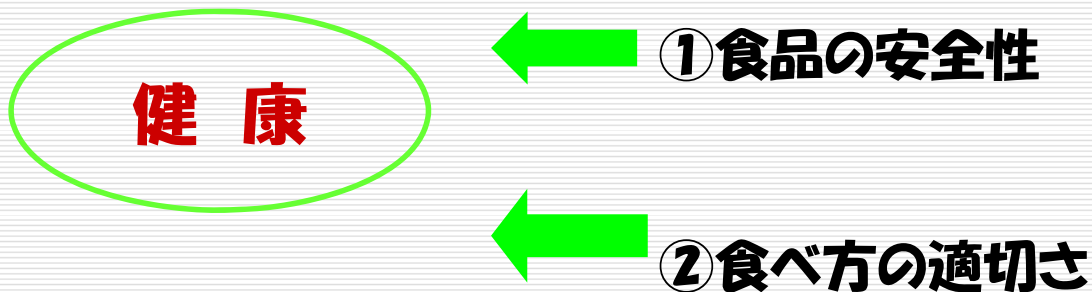
---

- すでに新たなステージに立っていることが共通認識となるように努力する
- 「食育」への軌道修正への提言

2003年以降 十分にできなかった  
曖昧なまま、進んできた

## 「食育」

---



牛肉の生食・食中毒を内容とされなかった  
伝統・感謝・マナー・手作り

## VI消費者・消費者団体に求められていること

- 社会状況が変わっていることを認め受け止める
  - 自ら変わること
  - 新しいステージへ
  - それぞれの団体が「生活を守る」に必要と思うことを考える
  - 華々しい反対運動でなくてもよい
- ……………消費者だからこそその優しさ・思いやり

## VI消費者・消費者団体に求められていること 周囲の人々のことば……………ヒント

- 放射能について……………友人の言った言葉
- 食品の安全について……………バーベキューの参加者が言った言葉

最初は、新聞を読んで理解していたけれど、数字など追いつかなくなった。国や新聞を信頼して、格別の指示があるまで普通に暮らすわ。

生肉って要注意なんだねえ～

レストランで出される物は、安全と思ってました。

## VI消費者・消費者団体に求められていること 周囲の人々のことば……ヒント

- 消費者が専門的な事柄を詳細に理解することは大変難しい(賢い消費者にならなければ?)
- 行政・専門家・事業者は責任もって適切な整備を行う
- 行政・専門家・事業者報道への「信頼」
- 信頼に値するかどうかの評価を主体的にする

任せるべきは任せ、快適・有意義な生活を営むべく消費生活を送る

## VI消費者・消費者団体に求められていること 消費者として果たせる役割 1

- 時代とともに変わってきている
- 自らの生活を守る……消費者問題の始まり

対立的な捉え方

団結(力を合わず)して対抗

情報量・経済力の格差

対等な契約関係を結ぶこと困難

**果たした**

消費者法の成立

消費者保護基本法⇒消費者基本法

消費者契約法



## Ⅵ消費者・消費者団体に求められていること 消費者として果たせる役割 2

- 食品の安全をめぐる状況は変化している
- 食品の安全に関する法律も整備された2003年
- しかし、意識が付いていかなかった
- 制度を信頼してみる手もあった
- = 制度を育て・充実させる

ゆと

- 食べ方に力を注ぐ
- 他者への配慮……環境・福祉・子育て
- フードチェーンを担う人々との連携
- 消費者への情報案内

## Ⅶ行政・企業・メディアは、どう消費者と向き合うか

### 1. 消費者はどういう存在なのか

- 生産・流通と区別される経済過程の最終段階の活動 ← 経済学的定義
- 食品安全基本法・食育基本法・消費者契約法  
「関係者の責務」⇔「消費者の役割」

## VII行政・企業・メディアは、どう消費者と向き合うか

### 2. 現実には……「イメージ消費者像」

- 経験から出来上がった消費者像
- アンケート結果から読み取れる像
- 代表的な消費者団体の主張からイメージできる像

本当にそうなのだろうか？

聞いてみました(今年 5/16日17日)

食品(食べること)で一番気をつけなければならないと思うこと、  
気をつけていることを聞かせてください。(ワンセンテンスで)

項目	管理栄養学科・文学部(16日)		健康福祉学部 (17日)	
バランスのとれた食事	39	44%	31	36%
消費・賞味期限	13	15%	21	24%
産地(国産)	12	13%	6	7%
衛生管理	6	7%	9	10%
安全性	6	7%	4	5%
食品添加物(無添加)	3	3%	2	2%
アレルギー	1	1%	0	0%
おいしく・楽しく食べる	7	8%	10	11%
その他	2	2%	4	5%
	89名	100%	87名	100%

## VII行政・企業・メディアは、どう消費者と向き合うか

### 3. 現実 「イメージ消費者像」を前提に

- 尊重される存在  
消費者第一主義・消費者目線・消費者の立場
- きっと消費者は、こう考えている
- ご無理ごもつとも
- 反応を過度に気にする
- さわらぬ神に崇りなし

### 行政・生産者・事業者・メディアは、消費者に

### 率直に伝えるべきことを伝えてきたか

JUNKO ITOH

31

## VII行政・企業・メディアは、どう消費者と向き合うか

### 4. 伝えるべきことを伝えてきたか

冷静に考え発言することは「冷たいこと？」



#### 陸前高田市

- 地域の自主防災会の運営する避難所閉鎖
- 我々も精神的・肉体的に限界だったんです。
- 炊き出し、配給物資の配布、食事の準備、水汲み市との交渉
- いらだつ被災者「こんな小さい袋に俺の靴が入るわけないだろう」「寒いからストーブを」怒鳴られる
- 夜勤：防犯のためのパトロール(夕方～早朝)
- 支えたいと思って始めたこと……
- 自分たちが潰れてしまう
- 通告で市の対策本部「疲れが閉鎖の理由、皆さんの協力で存続できる」呼びかけ
- 「あまり気付いてあげられなかった」
- 当面5月末まで存続

●本来は行政が責任持つ運営すべきだ  
自分たちの日々の生活

32

## VII行政・企業・メディアは、どう消費者と向き合うか

### 4. 伝えるべきことを伝えてきたか

「自己責任」を  
文書から削除  
一時帰宅で対策本部  
国の現地対策本部は12日  
の一時帰宅に際し、前住  
民に提出を求めた「同意  
書」をやめ、「自己の責任  
において立ち入る」との文  
言を削除した。確認書に更  
改した。住民から批判を受  
け、改めた。同本部は「誤解  
を与えない表現で、変更した  
方がいい」と判断した。申し  
訳なかった」としている。  
12日の一時帰宅では「自  
宅への立ち入りは当たって  
は、十分に注意し、責任を  
持って行動します」との文  
面に変わった。

広報 あかし

家庭でできる地球温暖化対策を  
グリーンカーテンの資材を無料配布

配布日時	配布場所
5月10日(火) 14:00~16:00	保健センター(南入口東側)
5月11日(水) 10:00~12:00	大久保市民センター(正面入口付近)
5月12日(木) 14:00~16:00	魚住市民センター(正面入口付近)
5月13日(金) 10:00~12:00	花と緑の学習園(上ヶ池公園)
5月13日(金) 14:00~16:00	二見市民センター(大会議室入口付近)

配布対象/市民  
配布数/各会場80セット(一世帯1セット)  
申し込み/当日会場で先着順に受け付け

「グリーンカーテンコンクール」  
を実施予定! ※詳細は後日お知らせします。

■ 同意書⇒確認書

■ 自己責任⇒十分に注意し責任持って行動します

危うい言葉ではあるけれど必要ではある...

■ 当日会場で先着順受付

■ 10時には定員超えた⇒もらえない人

JUNKO ITOH

33

## VII行政・企業・メディアは、どう消費者と向き合うか

### 4. 伝えるべきことを伝えてきたか

□ 弱い立場の人々への限りない配慮

必ずしも一貫性がない(情緒的になりがち)

□ 批判・評価をしない

□ 曖昧にする

...今さら、言えない

問題を内包したまま長期間引きずる⇒影響大  
⇒より多くの労力を要する

● 率直に話し合う土壌が醸成していない 「どうしてくれる！」

● メディア・一般人の姿勢「行政を責めても文句は出ない」責任の押し付け

● 意識の醸成(状況にならされ、形成される)H

## VII行政・企業・メディアは、どう消費者と向き合うか

### 5. 自らの役割に責任をもって語る

---

- 食品をめぐる様々な問題も、「率直に伝える」  
ことをしてこなかったことも一因では？  
⇒修正されないとそのままの認識を持ち続ける
- 誠実に率直に語ることの大切さ
- 率直に語り合う中で、一致点を見つけていく
- 責務でもある