

TOPICS

2020年8月31日 第1回食と健康の未来 フォーラムを開催

味の素株式会社は、食に対する風評や不十分な情報により起こる社会課題に対し、企業として正確な情報を伝え、生活者の疑問にもっと答え理解を得るための具体的な取り組みとして、「食と健康の未来フォーラム」を2020年8月31日（月）に開催しました。

第1回の今回は、『食品添加物のこと、考えてみませんか？～私たちはどうして「無添加」が気になるのだろう～』と題し、長年誤解や不安感が解けない食品添加物について取り上げました。タレントのスザンヌさんをはじめ、有識者や業界の代表者にもご参加いただき、当日は同時視聴者数1300人（のべ視聴者数：2600人）を超える生活者を交え、食品添加物の安全性や安心できる食の選択について議論を行いました。その様子をレポートします。



開会挨拶

なぜ「食と健康の未来フォーラム」を開催したのか？

今、私たちの毎日の暮らしに溢れる情報の中には、決して正確とは言えない誤った情報もあり、どれが正しい情報かを見分けるのはとても難しいことだと思います。特に、食の安全に関わる情報に関して、人々はとても敏感になっています。これまでも、安全性に疑念が少しでも生じるとあっという間に世の中に広まり、正しい情報と不安を煽る不確かな情報が溢れ、多くの人々が安心できる状態になるまでには長い時間と多くの社会的負担が生活者に課せられます。

今、SNSなどを通じた見えない発言者の情報が溢れ、その分、いわゆる”フェイクニュース”に惑わされるリスクも増しています。だからこそ今、食の情報、特に安全と安心、すなわち食を楽しみ、健康な生活を送るために必要な、正確な情報を社会全体で分かち合うための場、不安に思うことや疑問に思うことをお互い納得するまで話し合える議論の場が必要ではないかと考え、「食と健康の未来フォーラム」を開催することにいたしました。

本フォーラムで、皆さまが今まさに抱えている不信感や疑問が解決され、明日から安心しておいしく食事をしていただき、食生活がより豊かになることを願っております。

西井 孝明

味の素株式会社
代表取締役 取締役社長 最高経営責任者



登壇者のご紹介

モデレーター



下村 健一 氏

令和メディア研究所主宰
インターネットメディア協会 (JIMA)
リテラシー担当理事



小木曾 健氏

情報リテラシー専門家



唐木 英明 氏

東京大学名誉教授
公益財団法人食の安全・安心財団
理事長



斉藤 俊二 氏

株式会社セブン・イレブン・ジャパン
QC・物流管理本部
QC 部 統括マネジャー



**ゲスト
スザンヌ さん**

タレント



中村 育子 氏

医療法人社団福寿会慈英会病院
在宅部 栄養課 課長
一般社団法人日本在宅栄養管理学会
副理事長



二村 睦子 氏

日本生活協同組合連合会 執行役員
組織推進本部 本部長

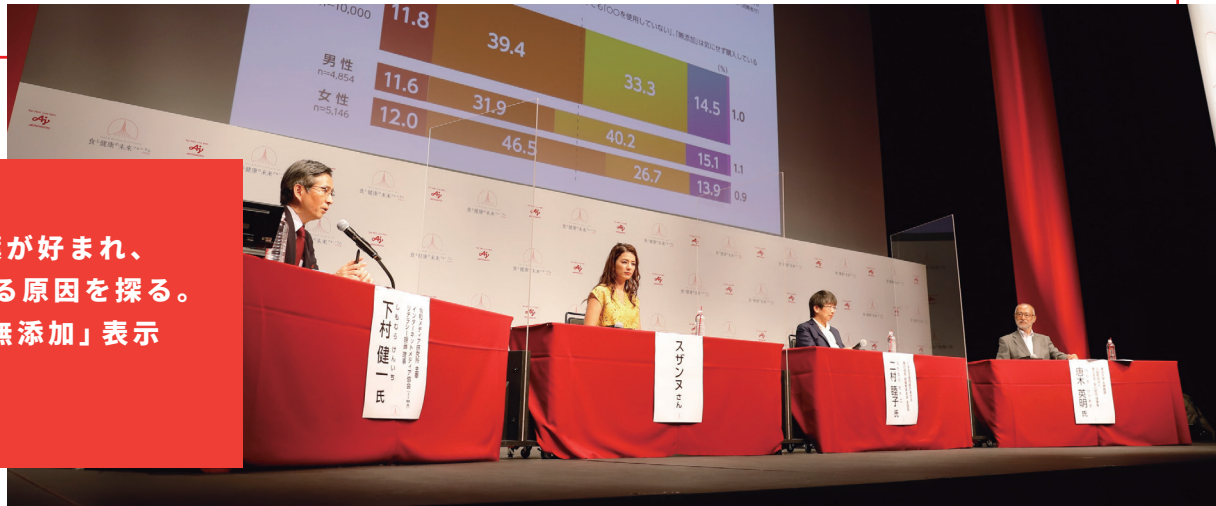


西井 孝明

味の素株式会社 代表取締役
取締役社長 最高経営責任者

第1部

「無添加」という言葉が好まれ、
食品添加物が嫌われる原因を探る。
生活者の約半数は「無添加」表示
の食品を購入



下村: 早速ですがスザンヌさん、「無添加」については、どう思われていますか？

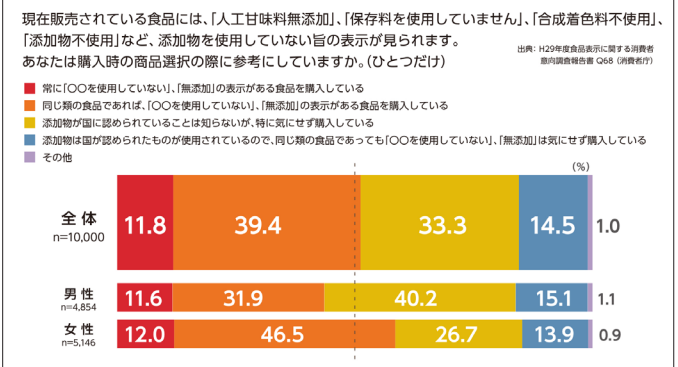
スザンヌ: 私は無添加に関してはゆるい方で、おいしく楽しく食事をするの方が大事だと思っています。ただ、無添加とそうではない商品の2つがあれば、無添加の方を選んでしまいますけど。

実は、「お母さんの料理で一番好きなのは白ご飯とウインナー」と言われるくらい子どもはウインナーが好きですが、SNS のコメントや友達から食べさせない方が良いとか、食品添加物がいっぱい入っているから体に良くないと言われ、毎日食べさせるべきか悩んでいたのが今日聞きたいなと思っています。もちろんどちらが良い・悪いではないですが、色々なものを安心して食べられることを、この機会を通じて知りたいし、ママ友も知ってくれたら安心するだろうなど。

二村: 食品添加物については生協でも、組合員の方から「〇〇(特定の食品添加物)は使わないで欲しい」、または「商品に〇〇は使われていますか?」といったお問い合わせが毎年一定数はあります。お電話される方は不安を持っているのでしょうか。

唐木: もちろん食品添加物も農薬も厳しい試験で安全性が確認されているからこそ利用されていますが、食品添加物が嫌われてしまっていることも事実。それは、1960年代に起きた公害など昔の記憶がまだに残っている人もおり、化学物質や食品添加物は避けた方が良いという概念ができてしまったからです。例えば、「化学調味料」という言葉は昔は良い意味でしたが、公害問題の中で「化学」という言葉が付いているから嫌だと変わってきてしまいました。

下村: こちらは、平成29年度に消費者庁が実施した食品表示に関する意識調査結果ですが、スザンヌさんの回答は？



スザンヌさん



スザンヌ: 値段が同じなら、「同じ類の食品であれば、『〇〇』を使用していない」、「無添加」の表示がある食品を購入している」と答えますね。

二村: 実は商品ごとに値段、入っている量、大きさが違うはずなので、全く同じ食品で、食品添加物が入っている場合と無添加の場合の選択肢は現実には無いような気がします。そういう意味では、グラフのオレンジと黄色の方にそんなに大きな違いはなく、その時々で自信を持って選ぶ人と選ばない人に分かれるのかなと思いました。

スザンヌ: 無添加だからといってパッケージの裏側までチェックして詳しく成分を調べるわけではなく、なんとなく「無添加を買っている自分」が良いと思って買っているのかもしれないね。

下村: 加えて、確信を持って食品添加物表示がある食品を買わないというグループ(上図の赤色部分)と、確信を持って買うグループ(同、青

色部分)の両端もあります。今日は、この確信を持って真逆の行動に出ている2グループの間で《どちらかが正しいのかを決める》のではなく、お互いがなぜそう思っているのかを《理解しあえていないことを明らかに》して、お互いに知らない情報があれば、新しく知ったり、なるほどねと分かることができる、そんな入口に立つところまで行ければ良いと思います。

唐木:「常に『〇〇』を使用していない、『無添加』表示がある食品を購入している」を選んだ約1割のグループと、「選択の余地があれば無添加を買う」と答えた4割のグループは、だいぶ違います。本当に食品添加物が嫌だったら、必ず無添加を買うはずですね。4割の人がなぜこの回答を選んだのかというと、「食品添加物が危ない」といった情報がたくさんある中で、「食品添加物是不安ではない」と答えると、「おかしいんじゃない」と言われるのではないかと考えてしまう。日本人は同調圧力が強いとよく言われますよね。

無添加表示の食品を購入する理由の7割以上が「安全で健康に良さそうのため」。人間は危険な情報を信じやすい？

下村:もう一つ、調査結果を見てみましょう。「〇〇を使用していない」、「無添加」表示がある商品を購入する理由についてです。

スザンヌ:私もイメージで無添加表示の方が安全な気がするので、「安全で健康に良さそうのため」を選ぶかなと思いました。お惣菜を買うときもありますが、お惣菜を買うときはスーパーのカゴの下のほうに隠して、無添加を買うときは見られても良いように上のほうに置いていました。なんとなくですけど。何かそういうわけのわからない見栄を張っていたのかなど。

二村:「良さそう」という言い方ですが、生協でも、「テレビやインターネットにこんな情報がありましたけど、食品添加物を使っているのですか？」といったお問い合わせを受けることがあり、意識していないにせよ、得ている情報から考えて行動されている方が多い印象です。

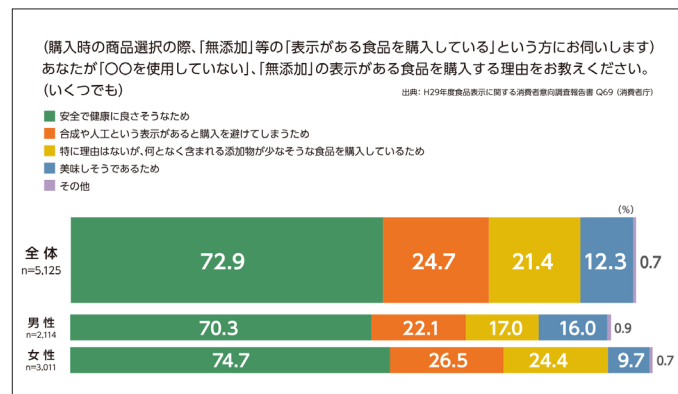
唐木:情報に大きく影響されるということですね。インターネットや週刊誌を見ても、合成保存料や人工甘味料は健康に悪いといった記事がたくさんありますが、**人間は危険な情報は絶対に聞き逃さないという本能を持っています。そういう情報を信じた方が、自分も家族も安全に過ごせるだろうと思うのは当たり前のこと**なのですね。

下村:ただその信じた結果、必要以上の対応をすることになって「そこまでしなくてよかったのに」というレベルで日常生活が影響を受けることになるのは、とてももったいないことですね。どこから情報を入手するのが、ものすごく大事ということです。これは味の素さんに言いたいのですが、味の素さんが「いや、食品添加物は大丈夫だよ」と思うのであれば、やっぱりそれをまだ十分に説明できていないのではないかと思います。ここまできつと苦勞はされているんでしょうが、「安全です」という主張を100回繰り返すより、どこが不安の源かを聞くことから始めないといけないのではないかと。

唐木:おっしゃる通りですね。我々は危険な情報の方に気を取られる

唐木 英明 氏

東京大学名誉教授
公益財団法人食の安全・安心財団理事長



本能を持っていますから、安全情報は無視するのです。無視しても何の危険もない。ですから安全情報はたくさん出さないと危険情報に負けてしまう、安全情報は危険情報の10倍くらい出さなければ勝てないと思っています。

下村:あと、「添加物への警戒心」の逆で、「無添加への無警戒」、これも存在しているのかなと思いました。無添加というだけで、誰もが素直に安全だと信じられているけれども、これは大丈夫なのでしょうが。

唐木:実は加工食品を完全に無添加で作るということは非常に難しい。消費者が嫌っている保存料や着色料だけを除いた商品を無添加商品と称する、いわゆる「なんちゃって無添加」を販売している食品メーカーもあります。この「なんちゃって無添加」が体に良いと誤解したり、食品添加物が何も入っていないと思っている人もいます。無添加に対する警戒心が無さすぎると言えるかもしれません。

二村:生協には「コープ」ブランドがありますが、単純に無添加という表示はしないという自主基準があります。一定の条件をクリアした商品にのみ、無着色とか無漂白と表示するくらい無添加という表示はほとんどないのですが、実はあまり認識されていないかもしれません。なぜその表示をするのか理由がはっきりしていないと、フェアではないと思います。

唐木:普段の人間関係もそうですが、信頼している人の言うことはすぐ信じます。信頼していなければ言うことを聞きません。だから信頼されることが大事で、無添加である理由や無添加にできない理由をきちんと説明すれば信頼されると思います。

下村:第1部では、食品添加物を巡って皆さんがどんな気分なのか、現状とご意見を皆さんからいただきました。論点がたくさん出てきましたので、第2部では食品を我々消費者に届けてくださる流通大手の方、そして、介護のために個々宅で、栄養指導のお仕事をされている管理栄養士の先生などにも入っていただき、さらに深く議論していきたいと思っています。

二村 睦子 氏

日本生活協同組合連合会 執行役員
組織推進本部 本部長

