

第3回 検討会 議題

日時：2001年10月17日 PM6時～

場所：順天堂大学医学部8号館6階621号室

1. あいさつ
2. 中間報告書(案)について
3. 今後の予定について
 - ・第二分科会について
4. その他

第4回 検討会 議題

日時：2002年3月19日 PM6時30分～

場所：順天堂大学医学部8号館6階642号室

1. あいさつ
2. 最終報告書(案)について
3. パンフレット内容について
4. 本年度総括
5. その他

2) グループでの検討会議題及び出席者

●グループ1 (微量原材料表示ルール化検討グループ)

第1回

日時：平成13年9月12日(水) 午後6時から

1. 委員長挨拶：丸井委員長(代理：堀口)
2. 厚生労働省担当官挨拶：今村課長補佐、神奈川主査
3. 各委員からの意見陳述
 - A. 海老澤委員
 - B. 武内委員
 - C. 丹委員
 - D. 川村委員
 - E. 浅野委員
4. 意見交換
5. その他

第2回

日時：平成13年9月27日(水) 午後6時から

<報告事項>

- 1) 検出部会について：豊田
- 2) 複合原材料複合品表示明瞭化検討グループ

<確認事項>

- 1) 前回の検討から(資料参照)：微量とは

<検討事項>

- 1) アレルギー表示の対象者の設定
- 2) アレルギー患者の分類として
- 3) 「重度な人」の定義
- 4) 汚染・混入・コンタミネーション・接触等の用語について

● グループ2（複合原材料複合品表示明瞭化検討グループ）

・第1回 日時：平成13年9月14日（金） 午後6時から

1. 委員長挨拶：丸井委員長
2. 厚生労働省担当官挨拶：今村課長補佐、神奈川主査
3. 報告事項：堀口
 - ・ 第1回検討会まとめ（議事録参照）
 - ・ 微量原材料表示ルール化検討グループ第1回会議について討議内容報告
4. 各委員からの意見陳述
 - A. 武内委員
 - B. 太田委員
 - C. 佐藤委員（代理として伊藤）
 - D. 渡辺委員
5. 検討事項
 - ・ 用語の整理
 - ・ 複合調理加工品分類について
 - ・ 添加物、複合原材料の表示ルールの整理
 - ・ キャリーオーバー、加工助剤の表示について
6. その他

・第2回 日時：平成13年9月21日（金） 午後6時から

<検討事項>

1. どのような人をターゲットにするのか
2. 食品をどのように分類するのか（表示の視点から）
 - ・ 前回の分類
 - ・ パッケージ分類（案）の提案
3. 表示方法について
4. その他

・第3回 日時：平成13年10月1日（月） 午後6時から

<報告事項>

1. 第一分科会報告（資料参照）

<検討事項>

1. 表示事例検討
2. 一括表示と分割表示について
3. パッケージ分類について

・第4回 日時：平成13年10月9日（火） 午後6時から

<検討事項>

1. 添加物、複合原材料表記について
2. べんとう表示について
3. その他

・第5回 日時：平成13年11月19日（火） 午後6時から

<報告事項>

1. 中間報告について

<検討事項>

1. 第二分科会これまでの流れ
2. べんとう表示ルールについて
3. その他

・第6回 日時：平成14年2月4日（月） 午後6時から

<検討事項>

1. ラベラー会社訪問調査結果について
2. 「一括表示」と「個別表示」の併用の可能性について
3. 乳糖について
4. 教育媒体パンフレット
5. 今後の予定
 - ・海外調査（3月）
 - ・検討会の開催（3月下旬）：最終報告書原案内容について
6. その他

ラベルプリンター調査報告書

1 ラベルプリンター販売会社・ラベルシール会社概要

ラベルプリンターは国内4社が取り扱っており、そのうちの2社が全体の80%以上のシェアをもっている現状である。

ラベルプリンターで使用するラベルシールはラベルシール会社にて取り扱っている。

2 調査概要

1) 調査対象

80%以上のシェアを持つ2社 (A社・B社)

2) 調査日時

A社：2002年1月8日午後3時～5時、

B社：2002年1月17日午前11時～12時30分

3) 調査方法

ラベルプリンター会社へ訪問し、聞き取りによっておこなった。

4) 調査内容とその結果

1 ラベルシールが製品に貼られるまで

事業者は、ラベルシールをラベルプリンター会社またはラベルシール会社から購入する。ラベルプリンターまたは親機のパソコンを操作し印字内容が決定される。ラベルシールの貼付は、ラベルプリンターによって異なり、機械によって自動的に貼られるものと、手で貼られるものがある。

2 ラベルプリンターについて

(概要)

- ・ 同一工場では同一会社のものを使用している。
- ・ さまざまな機種がある。
- ・ そのため価格はさまざまであるが、小規模弁当製造業者やスーパーが使用している価格帯は50万円から75万円程度のものが多い。
- ・ 利用形態としては、リース契約によるものと買取りがある。
- ・ 使用年数は、5年リースが基本契約のため5年以上となる。買取りの場合は、10から15年程度使用している。

(ラベルシールへの対応について)

- ・ 一つのプリンターで何種類ものラベルシールを発行することが可能である。
- ・ それぞれの機種の性能範囲内での対応可能なラベルシールのサイズは、機種によって異なるが、2社のいずれの機種も80mm×60mm(ないし60mm×80mm)までは可能であった。
- ・ ラベルシールのサイズを変更する場合は、ラベルプリンターの単純な操作による場合と、プログラムの設定変更を必要とする場合とがある。
- ・ プログラムの設定変更については、費用については別途必要な場合がある。

(印字について)

- ・ 印字は感熱式である。
- ・ 印字にはスピードが要求されている。
- ・ 印字の内容変更については、プログラムの変更ではなく機械操作によって

おこなう。

- 印字については行間の変更は可能であるが、ラベルシールの上下左右の印字スペースの変更は不可である。
 - 印字される文字の色の変更については、部分的な変更は不可能である。全体の変更は可能であるが、プログラムの変更が必要となる。
- 3 ラベルシールについて
- ラベルシールは既製品（通称モニター）と、事業者が独自に注文するものがある。
 - 事業者がラベルプリンター会社にラベル作成を依頼している場合、新規のラベルシールの注文から納入までは1ヶ月程度かかるが、ラベルシールのサイズ変更や仕様変更だけであれば、注文から納入まで2週間程度でできる。
 - ラベルシールの価格は、1枚あたり50銭から80銭程度であり、使用するラベルシール枚数が増えるとコストが下がり1枚あたりの単価が下がる場合がある。
 - お弁当などに使用されているラベルシールは現在60mm×60mmのサイズが多用されており、原材料名表示のスペースは1行24文字で8行（192文字）である。
 - ラベルシールを80mm×60mm（ないし60mm×80mm）まで拡大した場合、商品名や店名など原材料名表示以外を現行のままにした場合でも、原材料名表示として最大12行までの288文字の記載が可能となる。
 - 現在、容器サイズによっては2枚のラベルシールを貼付しているものがある。
 - 透明シールについては、現在印字がインクジェット方式であり、スピードが劣る問題点がある。

ラベルシール (60mm×80mm) イメージ図 (例)

特製 味わい御膳 N24		6mm
消費期限 〇〇年11月11日午後3時(11.11.午前3時製造)		18mm
レンジ加熱目安 500W 〇〇分〇〇秒 1500W 〇〇分〇〇秒		
1包装当たり熱量703Kcal 蛋白質24.9g 脂質24.1g 炭水化物96.6g Na1.9g		*
名称 〇〇〇弁当		55mm
原材料名 〇〇餅飯 煮物(南瓜 鶏肌 里芋 その他) 鮭刺身 豚角煮 鶏照焼 卵焼 還元ごま和え 鶏つ くね エビ天 黒豆 チキンロール 鶏巾着 ゴマ牛 蒟蒻め たく天 付合せ(その他小麦 大豆 リンゴ ゼラチン 調味料(アミノ酸等) グリシン pH調整剤 保存料(ポリリン酸) ソルビット 甘味料(カンゾウ ステビア) 着色料(カ ロチン カラメル クチナシ 銅葉緑素 黄1 黄4 香料)		
<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>		
内容量 〇〇100g		
消費期限 〇〇別途枠外に記載		
保存方法 〇10℃以下		
製造者 〇〇(株)セブン		
03-345-380		
東京都文京区本郷●-▲-▲		

アレルギー食品表示研究の1年間

順天堂大学医学部公衆衛生学

丸井 英二

はじめに

平成13年度厚生科学研究として、「食品表示が与える社会的影響とその対策及び国際比較に関する研究」を行なったので、それについて概要を紹介したい。

ずいぶん昔のことになるが、高校の現代国語の教科書で菊池寛の「形」という短編小説を読んだことがある。戦国時代の武将を主人公にした、ごくごく短い小説である。その武将の戦場における槍の技術と華麗な鎧兜との関係を描いていた。初めて読んだときの鮮烈な印象は強く、今もなお何かの折に記憶の深い底のほうから蘇ってくる。ここでは詳細に紹介しないが、5分ほどで読める小品なので、この機会にお読みいただければと思う。食品表示の問題に関わるようになったときにも、「見かけと中身との複雑な関係」について、数十年前に読んだその小説を思い出した。

ひとは外見や表示を手掛かりとして、内容を判断する。ときとして、その判断によって致命的なことが起きる。食物アレルギーについても、文字通り、表示の問題はひとの健康の一大事に関わる大問題につながっていくことになる。表示を侮ってはいけない。たかが表示というなかれ、である。

研究班成立まで

平成11年の食品衛生調査会表示特別部会における「食品表示のあり方に関する検討報告書」で、食品中のアレルギー物質を表示することを義務づける必要があるという結論を得た。食品表示については、法律的には、ふつうJAS法と呼ばれている「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」との関連が最も大きく、この法律にしたがって表示されている。この法律は農林水産省の所管で、消費者の選択に資することが目的である。一方、厚生労働省の所管である食品衛生法は、公衆衛生的見地から、食について消費者の安全を守ることを趣旨としている。

それまでの研究、調査に基づいて、平成13年3月には食品衛生法が改定され、国民の生命・健康を守るための積極的な消費者保護行政の一環として位置づけるべきである、という見解から、遺伝子組換え食品とアレルギーを起こす食品の表示が義務づけられた。

しかし、その実施については1年間の猶予期間が設定された。厚生労働省食品保健部によるQ&Aは用意されたが、こうした法律が機能するためには、製造業者が法律のことを知るだけでは十分ではない。むしろ消費者が法律の意図を理解し、日常生活の中で表示を利用できるように適切に食品表示がされなければならない。そのためにも、食品表示について少なくとも製造業者、販売業者、消費者、そして医療関係者という、アレルギー食品の表示にかかわりの深い各分野からの合意を得て、できるだけ信頼性の高い表示方法を提示したいということであった。

アレルギー表示について食品衛生法の改正があったために、従来からのJAS法のもとでいくつか難しい点が生じてきた。たとえば量に関していえば、JAS法では少量の原材料については省略ができるようになっており、また流通過程にある食品および食品材料については表示の義務がない。しかし、この2点について、食品衛生法では異なる判断をすることになった。すなわち、少なくとも特定原材料5品目（卵、乳、小麦、そば、落花生）に関しては、最終製品として含まれていれば、どのような使われ方をしているとしても表示の義務があることになった。キャリーオーバー、加工助剤も対象となり、食品添加物についても同様である。

もちろん、この場合の食品表示については「容器包装された加工食品および添加物」が対象であるが、JAS法にもとづき、運搬容器への表示、店頭での量り売り、容器包装の面積が30平方センチ以下のもの、については免除されている。

そのような中で、本研究班は平成13年8月に発足した。

表示とは何か

表示は英語ではラベル(label)、ラベリング(labeling)という。レッテルというのはオランダ語で、ラベルと同意である。これは、ひとつの記号である。記号はそのものが問題なのではなく、何を表しているかが問題となる。象徴的な意味で扱う対象としての記号というよりは、むしろ、内容物をどれだけの確に表わすかというところに食品表示の意義がある。今回の食品表示が加工食品に限られる理由は、内容成分が一定でなく異なる可能性があるものについては表示が内容物をつねに同じように反映しているとはいえないからである。対象から除外されている店頭での量り売りの場合のように、商品の均一性が必ずしも十分に保証されない場合も同様である。

表示の目的は内容物を明示化して文字として情報を伝えるところにある。世の中には、見えるものと見えないものがある。見えるものを手がかりとして見えないものを判断し、決定をしていく。見えてはいても、そのまま判断できないのが加工食品である。たとえばコンビニエンスストアで弁当を購入するときのように、その場で販売者に質問して説明を求めることも難しい状況が多い。

もちろん野菜や果実にしても、現代では見て分かるということはほとんどありえないわけである。その現代的、象徴的な問題が遺伝子組換え食品である。見かけは同じ、あるいはより理想的な形に近い生産品であっても、その由来するところが、それまで知っていた食品とは異なる。それは本当に健康上と問題となるのかどうか、それ自体が問題である、という複雑な課題をわれわれは突きつけられている。

厄介なことに、表示すればそれで安心できるのか、という次の問題が待ち構えている。どのように表示するか、どうすれば理解できる表示になるか。100%完璧な表示はないというところを前提としなければならない。もちろん、アレルゲンについての情報源は表示だけではないことも考えておく必要がある。疑問な点については、個別には直接問い合わせることなどが可能である。その辺りまで含めて、研究班は表示の可能性の限界を考える良い機会となった。

「語る表示」と「見る表示」

食品表示には大きく分けて二つの方向がある。まず、製造者、販売者が食品の内容を表示して消費者に誤解なく知らせるための道具として使われる、伝えるための「語る表示」がある。他方で、消費者は表示を見て内容を推測しようとする。この「見る表示」は「語る表示」とは逆方向からさかのぼって事実を再構成しようとするためのツールとして機能する。山にトンネルを両側から掘っていくことを想像してみよう。二つの作業が同時に動いているので、放っておいてこの二つの方向がうまく出会うことはありそうにない。そこには、どうしても調整が必要になる。両方向から掘り進む状況を把握し、コントロールする役目は当事者にはできない。掘っているトンネルの先端しか分からないからである。そこに両側を見ながら、うまく出会うようにする第三者が必要になる。食品表示の研究班は「語る表示」と「見る表示」のズレをできるだけ小さくすることを目標として組織され、活動した。その意味では、いわゆる科学的研究班というよりは、きわめて政策科学的正確の強い研究班であった。

食物アレルギーについて

さまざまところで紹介されているので繰り返すまでもないが、食物アレルギーは簡単には「免疫学的な機序を介して生体にとって不利益となる症状を引き起こす現象」と定義されている。今のところ、一般集団において十分に信頼できる調査結果はないものの、子どもでは10%あるいはそれ以上の頻度で食物アレルギーをもつ人々がいるようである。

アレルギー反応は、人によって原因物質が異なり、しかも反応を引き起こすタンパク量も異なる。したがって、かなり微量でも起きる可能性がある。そしてなお厄介なことに、同一人であっても体調によって反応が異なるという側面をもっている。「かゆみ・じんましん」が一般的であるが、重症な場合にはアナフィラキシーショックと呼ばれるショック症状を起し死亡することもある。

このように、食物アレルギーについての問題の一つは「個人差」が大きいことであり、また、多種多様な食物と変動する身体状況との「相互作用」として結果が現れることである。ひとたびアレルギーを発症すると、その原因食品が何であるか特定するために、何を摂取したかを知ることが必要となる。そのための最初の手掛かりが食品表示である。また、自分にとってのアレルゲンが明らかになれば、そのアレルゲンが含まれている食品を避ける必要が出てくる。そのためにも食品表示は重要である。

では、食物アレルギーをもつ人々は特別の人たちなのだろうか。近年、アレルギー発症の頻度が高くなっている傾向があり、われわれ誰もががある日、アレルギーを発症してもおかしくないという状況にある。今まで何ともなかったはずなのに、ある日ほとんど突然に果物でアレルギーを発症するという成人も少なからず現われている。そうすると「食物アレルギーをもつ消費者」とは誰なのか、という問題が出てくる。だれも、確実に自分は食物アレルギー患者にならないとは言えない、といってもよいようである。とすると、アレルギーの患者という、一般消費者と区別された特別な集団として想定しないほうがよい、ということが前提である。

研究班の行なったこと

本研究班は平成13年10月29日に中間報告を、また平成14年3月31日には最終報告書(概要)を出した。この班の目的は既に述べたように食物アレルギーそのものに関する研究ではなく、その表示に関する研究班である。したがって、食物アレルギーの患者の状況にもかかわりなく、また、何がアレルゲンであるかという議論にも立ち入らなかった。むしろ、加工食品の内容と表示との関係をどのように見るかという問題が主であった。あるいは消費者が必要とする情報を製造者あるいは販売者がどこまで提供できるかという境界問題を扱うことであった。

研究班全体の枠組みは、1) 食品表示研究班アレルギー表示検討会、2) 食物アレルギー表示に伴う特定原材料の検出法検討会、そして3) 食品表示の現状について国際比較、という大きく3領域を扱う厚生科学研究として始まった。

とくに食品表示研究班アレルギー表示検討会は、当初から困難が予想された。それまで厚生労働省は医療関係者、製造者、販売者、消費者とそれぞれ対応してきた。そのため、各グループ間での意見交換の場はほとんどなく、この研究班が発足して初めて同じテーブルにつくことが可能となったのである。その経緯と運営、問題点、また平成13年度の検討結果は本号の別稿と中間報告、最終報告を参照いただきたい。

議論の過程で、問題はいくつか整理された。まず第一は、「微量」とは何か、という問題である。一体どれだけの量があれば表示の必要があるのかということである。ゼロであることの保証がどれだけできるか、製造過程を知るほどに困難であることが明らかとなっていった。意図する、しないにかかわらず、コンタミネーション(混入)はあらゆる段階で起こる可能性がある。しかし、「may contain」と呼ばれる「可能性表示」は禁止されている。そこで検出班との関連の中で、微量についてある程度の幅をもつレベルを提示することになった。これもまた「科学的証拠」というよりは、食品側と人体側の多くの微妙な要因をもとに現時点の一応の基準ということで提出することになったものである。

次に、最終的に問題となると考えられたのが、わが国に特有でもある「幕の内弁当」のような多種の加工食品をひとつの容器に入れた加工食品について、限られたスペースでどのように表示ができるのか、という技術的な問題である。これについては、容易には結論を得ることができないために、さらに検討を続けることになっている。

もちろん、法律的に規定されている食品表示のみならず、事業者はさまざまな形で消費者に情報を伝えることが可能である。たとえば、欄外標記による注意喚起は、工場の現状を客観的に知らせることに役に立つであろう。法律あるいは行政的には消費者全体への情報を文字メッセージとして提供し、その上で個別の対応を行なうことによって、どこまで補完できるか、その方途をさぐることもさらなる課題である。

今後の問題点など

食品とひととの関わりは、表面に現われる現象以上にはるかに難しいということが、研究班の運営の中でますます明らかとなってきた。製造業者、販売業者、患者を代表する消費者、医療関係者などが同じテーブルで話し合うことによって、もちろん収穫もたいへんに大きか

ったが、その反面、立場が異なるといかに合意が難しいかを認識することも多かった。しかし、平成14年4月は迫り、現実的に何らかの到達点をめざす必要があった。

依然として、「微量」の問題は時とともに微妙に変化することになるであろう氏、弁当に代表される多種の加工食品を含む「複合原材料複合品」の表示など、まだ問題は多く残っている。

食品表示はあらゆる地域、年齢、階層のひとびとが日常的に目にする情報である。誰もがアレルギーを発症する可能性をもっていることを考慮し、現在のアレルギー患者だけでなく、さらに裾野を広げていき、アレルギーを発症する消費者も一般消費者の一部と考えなければならなくなる。そうすると「一般消費者」にとってどのような表示がもっとも理解しやすいのか、何が望まれているのか、調査していくことも重要な課題である。

食品表示の国際比較を行なう班は平成14年3月にアメリカ、EU諸国を調査した。そこでは日本とは異なる現状のもと、行政と消費者がわが国とは違う立場を表明していることも興味深かった。たとえば、アメリカの患者団体は危険回避のために「可能性表示」もよしとしており、(混入の可能性を考慮してのことと思われるが)個別の食品についての表示よりは一括表示によって避けるべき食品を見きわめたいという意向があった。この差異は、食生活の形の違いによって生じる文化的な基盤の違いをも表わしている。

このように、内容を文字情報によって伝えること、あるいは「適切な」表示というのが実に難しいということを改めて認識した1年間であった。もうしばらくこの問題を真剣に考えていきたい。

アレルギー食品の表示に関する研究

－問題点の抽出と今後の研究に向けて－

順天堂大学医学部公衆衛生学

堀口 逸子

研究の背景と目的

近年日本においてもアレルギー物質を含む食品に起因する健康危害が多く見られるようになり¹⁾、それを未然に防ぐために、表示を通じた消費者への情報提供の必要性が高まっていた。平成12年7月に、食品衛生調査会表示特別部会が厚生省（現厚生労働省）に対してアレルギー物質を含む食品について、その該当する原材料を含む旨の表示を義務づけることが必要とする報告を行った。平成12年12月には食品衛生調査会常任委員会の審議において最終決定がなされ、平成13年3月15日の食品衛生法（施行規則及び乳等省令）改正に至った。そして、1年の経過措置期間をへて、平成14年4月1日から完全施行となった。

研究では、食品表示を、製造業者や販売業者においては商品価値を高めるものであり、消費者と販売・製造業者との「コミュニケーション」の重要なメディアと捉えている。表示によって消費者自身が食品選択のための「リスクアセスメント」を行い、またその結果、購入した食品について適切な「リスクマネジメント（管理）」を行うために必要な情報を提供したものと位置づけている。

この研究では、食品表示における「アレルギー表示」に焦点を当て、食品衛生法改正に伴うアレルギー表示の問題点を抽出、分析することを目的とした。

方法

アレルギー表示の問題点の抽出では、製造業者、販売業者、消費者（特に食物アレルギーを持つ消費者）、医療従事者の立場にたつ8名と、学識経験者1名の9名を委員とした「アレルギー表示検討会」を設置した。「アレルギー表示検討会」は、各々の立場から現場で発生している問題点を持ち寄り、議論により解決策を見出す場とした。「アレルギー表示検討会」において毎回記録されたテープ、議事録、及び提出された資料をもとに、問題点の分析をおこなった。分析は、議事録から発言をカード化し分類する方法をとった。

結果

1 検討会の構成と開催回数

「アレルギー表示検討会」は、第1回の検討から、集中して議論できることを目的として「微量原材料表示ルール化検討グループ」（以下第一分科会）「複合原材料服棒品表示明瞭化検討グループ」（以下第二分科会）の2つの分科会を設置することとなった。これらの

分科会は、「アレルギー表示検討会」委員のなかから、それぞれの問題点に関連が強いと判断された委員によって構成され、第一分科会、第二分科会とも 6 名で構成された。第一分科会は製造業者、製造・販売業両者の立場にたつ者、食物アレルギーを持つ消費者、医療従事者、学識経験者から構成された。第二分科会は、製造業者、製造・販売業両者の立場にたつ者、食物アレルギーを持つ消費者、学識経験者から構成された。

検討には 7 ヶ月間を要し、委員全員による検討会が 4 回、第一分科会が 2 回、第二分科会が 6 回開催された。

2 抽出された問題点

議論を重ねるなかで、議論上の問題点と表示に関する問題点の 2 種類の問題点が発生していた。

A 議論の「場」と関わる「個人の資質」の問題点

議論をする上での問題点として、会議の運営（マネジメント）に関する問題点と、参加している委員や会議進行係の資質に関する問題点があった。資質に関する問題点は、会話のための知識、意識、認識、技術について、いわゆる人と人とのコミュニケーションに関する問題点である。

○会議の運営（マネジメント）に関する問題点

委員には製造・販売業者と食物アレルギーを持つ消費者の 2 者の対立関係があった。また、議論する問題点が多く、会議時間が長時間に及ぶなど進行管理上の問題点があった。

○会話のための知識・意識・認識・技術（人と人とのコミュニケーション）に関する問題点

「知識」としては、アレルギー表示は JAS 法および食品衛生法の 2 つの法律が関係しているため、両法律の知識が必要であった。また食品加工学に関する知識も必要であった。用語の使い方がそれぞれの立場で異なっていた。

「意識・認識」では、議論の前提として「法律が完全に施行された今後の状況」を意識することであったが、「現在までの状況」が意識された発言が多く見られた。論理的な思考の不足、自分自身の発言を忘れる、認めない、また会議によって相反する意見を発言するなど、自分の発言に対する意識不足が発生していた。また、法律や公衆衛生に関する認識の違いが明らかになった。

「技術」としては、個人の意見を述べるのではなく代表者としての意見を述べるためには情報収集能力が重要であったが、十分とはいえなかった。「主語」を明瞭化せず発言することによる誤解、反対論を述べる場合において個別事例を列挙する、自分の利益のみ考え、相手の立場になって考えることができないなど、思考・論法に関する問題、他人の発言を正確に「聞く」技術の不足が見られた。

B アレルギー表示の問題点

アレルギー表示の問題点は、製造・販売業者と消費者のリスクコミュニケーションに関する問題点と消費者のリスクアセスメントに関する問題点に分類でき、それぞれ 12 項目、

5項目であった(表1)。

○リスクコミュニケーションに関する問題点

1 アレルギー表示の「目的」に対する認識の違い

食品衛生法の理念からは健康危害(アレルギー)の発生を防止すること、すなわち重篤なアレルギー症状の誘発を回避することを目的としている。しかし、食物アレルギーを持つ消費者の委員からは、自分自身のアレルゲンが食品に含まれていてもその食品を「食べることができるかどうか」を判断するためのメディアであるとの意見であった。

2 アレルギー表示の「対象者」に対する認識の違い

表示は食物アレルギーを持つ消費者だけではなく、そうでない消費者(以下「一般消費者」)も対象としているため、製造・販売業者の考え方は一般消費者への影響に配慮したものであった。一方、食物アレルギーを持つ消費者は、アレルギー表示は「食物アレルギーを持つ消費者のためのもの」との認識が強かった。アレルギー表示を有効活用する消費者を、食物アレルギーを持つ者と限定した場合においても、表示のみの情報量で食物アレルギーの発症を回避したり、食べることができることが判断できる「対象者」を、食物アレルギーを持つ消費者「すべて」とする考えかたと、「個人差」に配慮する考え方があった。

3 アレルギー表示の「限界」に対する認識の違い

食物アレルギーの発症を防止する観点からは、「疑わしきものは避ける」「詳細な情報を入手し確認する」ことが重要であり、表示のみですべての情報を得ることには無理があるとの製造・販売業者からの意見があった。一方、食物アレルギーを持つ消費者の委員からは、「確認をする」ことに時間を要している現状があり、一般消費者と同じようにできるだけ表示のみで「食べることができる」ための判断に必要な情報を得たいとの強い要望があった。

表示スペースについても、製造・販売業者からは、情報量の増加による表示スペースの拡大はパッケージの中身が見えなくなるなど一般消費者の食品選択の妨げの要因となり得るとの意見があったが、食物アレルギーを持つ消費者からは、情報量を優先し、スペースを確保するべきであるとの意見が出、それぞれの立場の意識の違いがあった。

4 表示方法の複雑性

アレルギー表示には、JAS法での表示のルールと、食品衛生法での表示ルールの両方のルールに従うこととなる。さまざまな事例を委員が実際にその場で表示することを試みる際にも、間違いが発生し、お互いに確認し訂正することが多々見られた。

例として、「即席中華めん」について配合表(表2)を参考に表示してみると、これまでの表示例は図1となる。アレルギー表示に至るステップとして、全てを表示した場合には図2となる。アレルギー表示における特定加工食品などの省略規定を応用すると、図3・4となる。図3では、「小麦でん粉」は小麦粉で記載済みであるため「小麦」部分が省略可能で「でん粉」と表示できる。「植物たんぱく(大豆)」は、「醤油」が大豆の特定加工食品であるため「(大豆)」は省略可能となる。「植物油脂(パーム油)」の「パーム油」は特定原

材料等ではないので、記載する必要がない。「醤油」については、大豆は特定加工食品で省略可能であり、小麦は「小麦粉」によって既に記載されているので省略可能となる。「肉エキス（豚肉・鶏肉・ゼラチンを含む）」では「豚肉」は「動物油脂（豚脂）」の「（豚油）」部分で表示されているので、省略可能である。また図 4 は最後に特定原材料等をまとめて表示した場合である。

5 用途名併記の食品添加物、複合原材料に含まれる特定原材料等の表示方法の不統一性
用途名併記の食品添加物、複合原材料に含まれる特定原材料等の表示について、従来の添加物の記載に、アレルギー表示が追加されたことにより、「二重カッコ」「,」「・」などの混在が見られていた。

6 ルール化するために必要な加工食品分類の困難性

複数の複合調理加工食品を使用しているべんとう等の表示について、表示方法のルール化をはかるために、表示の観点からの食品分類の必要性があることが認識された。しかし、食品分類をおこなう基準を何によるのか、パッケージを基準として考えるなどの案が出されたが、合意に至らなかった。また、今後どのような食品が開発されるのか予測もできない状況のなかで分類をおこなうことの困難性が指摘された。

7 用語の定義の不確実性

「混入（コンタミネーション）」「原材料」など用語の定義が不確実であることがわかった。本来「コンタミネーション」とは事故によって起こるものであるが、事故ではなく起こる状況であることが確認された。また「原材料」については、例として、クッキーなどの食品の製造過程に必ず使用される「しき油」は「原材料である」が、てんぷらやフライなどに必ず使用される「あげ油」は「原材料ではない」など、根拠に基づいた定義づけがされていないことがわかった。

8 食物アレルギーを持つ消費者とそうでない消費者の知識や認識の差

たとえ正確な表示をしたとしても、一般消費者には表示が間違っているとの誤解を与える場合があり、製造・販売業者に問い合わせが多くあることがわかった。（例：ビーフエキス（さばを含む））

9 製造・販売業者の表示制度や表示方法についての混乱

アレルギー表示検討会の中間報告書に関してなど、委員や厚生労働省には問い合わせが多く寄せられている。また商品を実際に表示する際に発生している疑問点が多く寄せられている状況報告があった。実際に表示をする際の知識習得のための資料不足などが指摘された。

10 消費者の表示制度についての知識・認識不足

公的な教育媒体がなく、アレルギー表示が開始されたことの認識やその具体的な内容についての知識不足が指摘された。

11 食品製造過程上解決困難な問題の存在

食物アレルギーを持つ消費者「すべて」が「食べることができる」ために必要な情報と

しては、その加工食品に含まれるアレルゲンの含有量と混入の可能性の2点がある。含有量については、加工食品を製造するために利用される原材料のなかには、季節的に配合量が変わる原材料が使用されており、製造業者でさえ、最終加工品における含有量を把握するのは実際上困難であることが指摘された。また、混入（コンタミネーション）を避けるための方法として、製造ラインで共洗いをを行うことがあるが、製品によっては製造法上共洗いができないものがあると指摘された。べんとうなどの製造工場では、1日に多種類の製品を製造しており、混入の可能性は多く、これらのことから、含有量や混入の可能性に対する消費者への情報提供において困難事例があることが指摘された。

12 根拠のあるデータの不足

問題点に対する事例の報告は見られたが、調査に基づいた把握はできていなかった。

○リスクアセスメントに関する問題点

1 表示が必要な特定原材料等の「含有量」が不明確であること

キャリーオーバーや加工助剤など食品に含まれる含有量が微量であるものもあり、どのレベルから表示が必要であるのかが不明確であった。

2 食物アレルギーを持つ消費者の「個人差」

食物アレルギーを持つ消費者にとって「食べることができる」食品とは、「ひとつの食品の一部分が食べることができる」食品のことであった。そのため、食物アレルギーを持つ消費者の喫食単位について報告を受けたが、えびしゅうまいの皮と具を分けて食べる例、餃子の皮と具を分けて食べる例、カレーパンの具であるカレーとそれ以外を分けて食べる例など、個人個人の食べ方がかなり異なっていた。「食べることができる」概念を、「食品の一部分」について食物アレルギーを持つ消費者「すべて」を対象として捉える場合、個人差が大きく、喫食行動を分類し、その視点から議論することの困難性が認識された。

3 食物アレルギーを持つ消費者における「感覚」の優先性

食物アレルギーを持つ消費者が食品に含まれるアレルゲンの量的な判断をする場合には、表示のみによることが多いと報告された。表示において、例えば「小麦」が数回書かれていた場合には量が多いと判断するなど、用語の出現回数から受ける個人の感覚によってなされている現状が報告された。また、「添加物」であれば量が少ないと判断をするなど、その用語の使用目的から受ける感覚によっても推測されていた。また、1つのパッケージに複数の複合調理加工品が入っているべんとうなどでは、複合調理加工品の詰め合わせの「位置」によって接触具合からアレルゲンの量的判断を感覚によっておこなっていることが報告された。これらのことより、リスクアセスメントが感覚によってなされている現状が明確になった。

4 根拠となるデータの不足

食物アレルギーを持つ消費者がどのようなリスクアセスメントをおこなっているのかなど普遍的なデータが不足していた。

考察

今回の研究では、普遍的なデータがないなかで、問題点抽出の方法として会議での議論内容を分析する方法をとった。会議については、日本においては、会議参加者がその運営方法を学んでいないなどの問題点が指摘されている²⁾。また、会議での参加者個人のコミュニケーションスキルについても、参加者が学んでおらず少なからず能力に問題があることが指摘されている³⁾。

検討会においても、表示に関する問題点だけでなく、会議についてマネジメントとコミュニケーションについて問題点があることがわかった。マネジメントにおいては、製造・販売業者と消費者という対立構造が議論の困難性を深めていた。困難性を回避するためには、「事実に基づいた議論」「議論の水準を高めるための複数の選択肢の策定」「全体の合意による目標の共有化」「意思決定プロセスにユーモア精神を取り入れる」「バランスのとれた権力構造の維持」「コンセンサスを強要することなく問題を解決する」の6つの戦術がある³⁾。会議場での着席位置などに配慮をしたが、事実を立証するための普遍的データの不足、出された案について否定したり賛成したりするだけで、自分自身から案を出すことができない、会議の目標について共有化できない、食物アレルギーを持つ消費者の委員と製造・販売業者の委員の数のアンバランスなどの問題があった。

コミュニケーションスキルについては、発言に対しての理解に発言する側と聞く側とのずれ、聞く側のなかでのずれが生じ、議論が進行し建設的に解決の方法にすすんでいても、元に戻ることがしばしばあった。そのため、発言をたえず確認しながら議論をする必要があった。これは、「伝える技術」「聞く技術」の不足と考えられる。また「聞く能力」は感情に影響されるものであり⁴⁾、対立構造があるなかでは、感情も影響を与えていたと考えられた。

表示に関する問題点では、アレルギー表示では、消費者が食品を管理することと捉えた「リスクマネジメント」に関する問題点は抽出できなかった。「リスクコミュニケーション」では、基本的な表示の対象や目的に関する問題点が抽出されたため、表示方法の議論に至るまでに時間がかかった。「コミュニケーション」のメディアとした表示に対して最低不可欠な情報内容とその量について消費者がどのように考えているのか、メディアが阻害する商品価値についてなどの状況を調査分析する必要があると考えられた。また、表示方法については、平成14年4月からの完全施行後の、正確な表示がなされているか、よく間違いが起きている表示は何であるかなどの状況分析によって、表示方法改善が図られると考えられる。今回は、リスクコミュニケーションができるための基礎的な知識を普及するために、食物アレルギーを持つ消費者向けおよび製造・販売業者向け教育媒体（パンフレット）の開発をおこなった。

「リスクアセスメント」については、表示すべき特定原材料等の含有量について、普遍的データが少なかった。そのため、少ない資料と議論によって結論を出したが、今後、臨床的実験的研究がすすむことで変更の可能性が十分考えられる。また、今回の議論は表示

の目的を「食べることができるものを選択する」視点にたち進めていった。食物アレルギーを持つ消費者が表示というメディアを、健康危害を及ぼす可能性のある食品を「避ける」ことに重点を置いているのか、「食べられる可能性を見つける」ことに重点を置いているのか、食品選択行動に関しての情報がなく今後の研究において、食物アレルギーを持つ消費者に焦点をあてた調査分析も必要性であると考えられた。

解決できた問題点についてはその内容をアレルギー表示検討会中間報告および最終報告において報告しているが⁵⁾、今後の研究から検証していく必要があると考えられる。

このアレルギー表示検討会は、製造・販売業者、消費者のお互いの状況や立場を理解することができる唯一の場として考えられた。そして、構成メンバーの再編成を含め、議論上の問題点を改善しつつ、問題解決の場として今後も活用できると考えられた。

文献

- 1 海老澤元宏他. 平成 12 年度厚生省感覚器障害及び免疫・アレルギー等研究事業「食物アレルギーの実態および誘発物質の解明に関する研究」, 2000
- 2 吉田新一郎. 会議の技法, 東京: 中央公論社, 2000
- 3 Harvard Business Review 編. コミュニケーション戦略スキル, 東京: ダイヤモンド社, 2002
- 4 Wendell Johnson. The Fateful Process of Mr. A Talking to Mr. B. Harvard Business Review January-February 1953:49
- 5 独立行政法人国立健康・栄養研究所ホームページ
<http://www.nih.go.jp/eiken/html/hyouji.html>

表1 アレルギー表示に関する抽出された課題

リスクコミュニケーションに関する課題	
1	表示の「目的」に対する認識の違い
2	表示の「対象者」に対する認識の違い
3	表示の「限界」に対する認識の違い
4	表示方法が複雑であること
5	添加物の表示方法が不統一であること
6	ルール化するために必要な加工食品分類の困難性
7	用語の定義の不明確性
8	食物アレルギーを持つ消費者とそうでない消費者との意識差
9	製造・販売業者の表示制度や表示方法についての知識・認識不足
10	消費者の表示制度についての知識・認識不足
11	食品加工過程上解決困難な問題の明確化
12	根拠となるデータの不足
リスクアセスメントに関する課題	
1	表示が必要な特定原材料等の「含有量」が不明確であること
2	食物アレルギーを持つ消費者における「感覚」の優先性
3	食物アレルギーを持つ消費者の「個人差」
4	食品業界の複雑性
5	根拠となるデータの不足

表2 即席中華めん(例)の配合表とアレルギー表示における注意点

原材料	配合割合 (%)	注意点
小麦粉	70	
小麦でんぷん	8	小麦たん白の量を確認
植物たん白(大豆)	7	
パーム油	5	
ラード	3	精製度、豚肉由来たん白の量を確認
醤油	3	
食塩	2	
ポークエキス	1	製造方法と配合内容を確認(豚単体か複合(ゼラチン混入)かなど)
チキンエキス	1	
かんすい		