

消費者の食品添加物の安全性に対する意識及びその変遷

Consumer's attitudes toward the safety of food additives

堀江 正一¹, 堀井 千枝¹, 渡邊 萌¹

Masakazu Horie¹, Chie Horii¹, Moe Watanabe¹

¹大妻女子大学家政学部食物学科

キーワード：食品添加物, 意識調査, 食品の安全性

Key words : Food additives, Awareness survey, Food safety

1. 研究目的

消費者の食品添加物の安全性に対する認識を知り、マイナスイメージを抱くようになった経緯を明らかにすることは、食品添加物に対する安心感を高め、より健全な食生活の営みに寄与することが期待できる。そこで、消費者がどのような経緯で食品添加物に対する認識を醸成して来たか、あるいは醸成して行くのかを、(1) 高校生、(2) 専門学校生・大学生、(3) 社会人及び(4) 高齢者を対象に意識調査を実施し、マイナスイメージを抱くようになった経緯を明らかにする。また、食品添加物に対する科学的な安全性評価と消費者の認識の大きな乖離を埋めるための方策、特にリスクコミュニケーションのあり方についても検討する。

食品添加物の安全性は国内においては内閣府・食品安全委員会において、国際的にはFAOとWHOからなるFAO/WHO 合同食品添加物専門家会議(JECFA)により確認されている。しかし、消費者の多くは、食品添加物に対して大きなマイナスイメージを抱いている。なぜ、そのような意識を抱く様に到ったのかを明らかにすることは、健全な食生活を営む上で極めて意義深いことである。本研究は、高校生→大学生→社会人→高齢者と、ライフ・ステージごとに大きく4段階に分け、各段階における食品添加物に対する認識を明らかにし、科学的な安全性と消費者の認識の大きな乖離を埋めることを目的とする。ライフ・ステージごとに調査し、各年齢層における食品添加物に対する認識を明らかにし、科学的な安全性と消費者の認識の大きな乖離を明らかにすることを目的とする。

2. 研究実施内容

2.1 研究方法

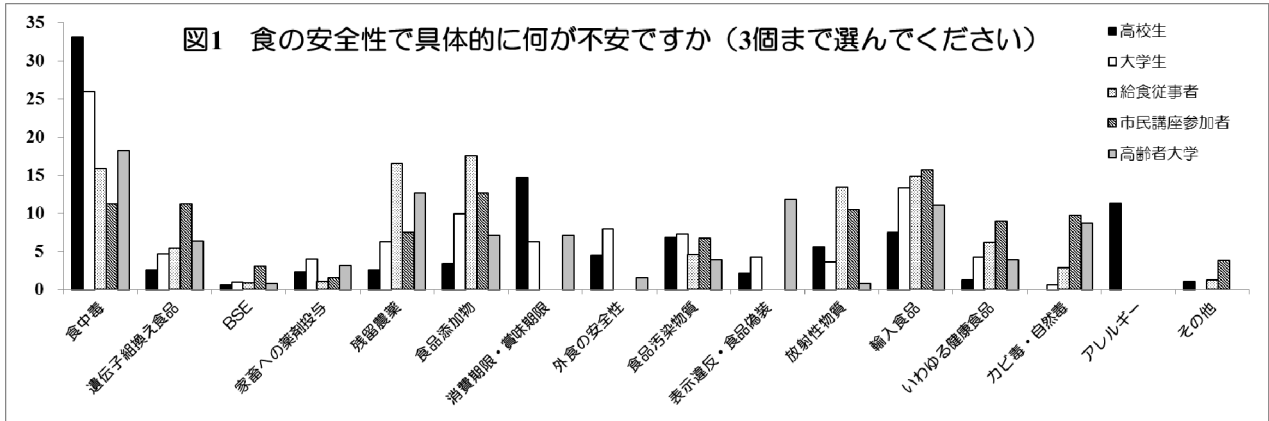
1. アンケート調査：(1) 調査方法；質問紙によるアンケート調査、(2) 調査対象；高校生、大学生、社会人（学校給食従事者）及び高齢者に対するアンケート調査を実施した。

2. 各種アンケート調査：既に報告されている消費者を対象とした食の安全性、食品添加物等に関する意識調査結果を用いた。

2.2 結果及び考察

過去に実施されたアンケート調査でも、今回実施したアンケート調査においても消費者の多くが食の安全性に不安を抱いており、その要因として今なお食品添加物を上位に挙げている（図1）。図2に示す通り、食品添加物に対するマイナスイメージは、高齢者程高く、高校生や大学生等の若い世代になる程、低くなる傾向がみられた。

私達は天然物、合成物を含め、膨大な数の化学物質に囲まれて便利で快適な生活を送っている。今日の豊かな生活は、特に合成された化学物質なしには語れない。しかし、言い尽くされてきているが、メチル水銀による水俣病、ヒ素によるミルク中毒事件、有害金属カドミウムによるイタイタイ病、亜硫酸ガス等による四日市喘息、最近ではダイオキシンや内分泌かく乱化学物質の問題等があった。私達は、豊かな生活を得た反面、化学物質によるこれらの事件・事故に遭遇し、大きな被害を受けた人も少なくない。これらの事件・事故による報道などにより「化学物質、特に合成化学物質は有害であり危険である」との情報は、そ



の後「改善されて心配はない」と言われても一度刷り込まれた「有害・危険」のイメージは中々拭き去れないと言える。さらに、今日においても食品の安全性に関する報道（豚コレラ、鳥インフルエンザ、異物混入、偽装表示、食品異臭等）が時々なされている。

過去に起こった化学物質や食品添加物に対する事件事故、今日でも時々報道される食品危害情報が消費者の食品添加物に対するリスク認知形成に大きく関わっていると思われる。今回の調査においても、過去に実施された調査においても、「化学物質は危険なもの、やや危険なもの」との答えが約80%であった。化学物質のリスク評価と有効性について繰り返し話し合い、その情報を若い世代に伝えて行くことが、食品添加物を必要以上に危険視する目を取り除く手段と考える。

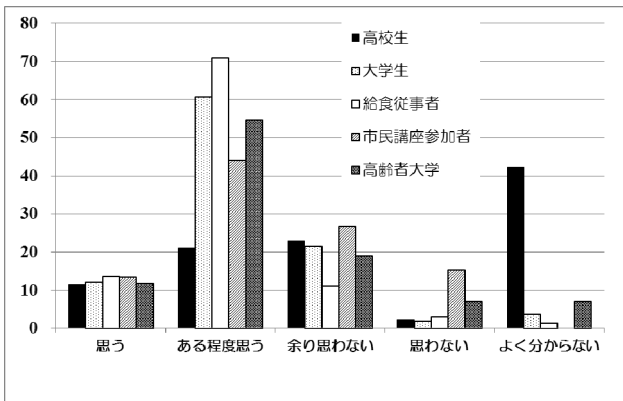


図2 食品添加物は体に悪いと思いますか

3. まとめと今後の課題

今回実施したアンケート調査において、消費者の多くが食の安全性に不安を抱いており、その要因として今なお食品添加物を上位に挙げている。食品添加物に対するマイナスイメージは、高齢者程高く、高校生や大学生等の若い世代になる程、低くなる傾向がみられた。過去に起こった化学物質や食品添加物に対する事件事故、今日でも時々報道される食品危害情報が消費者の食品添加物に対するリスク認知形成に大きく関わっていると思われる。

食品添加物に対する科学的な安全性評価と消費者の認識の間にある大きな溝（乖離）を埋めるための方策として、消費者との積極的なリスクコミュニケーションは極めて大切である。地道ではあるが、化学物質のリスク評価と有効性について繰り返し話し合い、その情報を若い世代に伝えて行くリスクコミュニケーションが、食品添加物を必要以上に危険視する目を取り除く最も有効な手段と考える。今後、小規模な“公開講座”を開催し、本研究で得られた成果を消費者に還元して行きたい。

4. この助成による発表論文等

①学会発表

- [1] 堀江正一 他「消費者の食品添加物の安全性に対する意識及びその変遷」, 日本薬学会第139年会, 平成31年3月21日, (千葉県, 千葉市)