

食品添加物に対するリスク認知バイアス低減のための リスクコミュニケーション法の構築

Construction of risk communication method for reducing risk cognitive bias for 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

食品添加物は、「人の健康を損なう恐れのない場合」のみ厚生労働大臣により使用が認められている。その安全性は科学的な根拠に基づいたものであり、動物実験により動物に毒性を及ぼさない量（無毒性量）の100分の1以下の摂取量となるように使用されている。国際的にもFAOとWHOからなる国際食品規格委員会（CODEX委員会）により科学的根拠に基づき、その使用が認められている。実際の食生活においても、食品添加物による健康被害は、過去数十年間起こっていない。それにも関わらず、多くの消費者は食品添加物に対して大きな不安感を抱いている。

最近（2015年）食品安全委員会が行った食品に係るリスク認識アンケート調査において、食品添加物は懸念すべき19項目の中で3位となっている。さらに、癌となる項目として示された23項目の中では、タバコに次いで第2位である。英国・食品基準庁の調査（Biannual Public Attitudes Tracker, 2019）やEU・欧州食品安全機関の調査（Special Eurobarometer, Food Safety in the EU, 2019）でも、食品添加物は懸念すべき項目の上位を占めている。申請者が実施した意識調査においても、食品添加物に対する認識は有害・危険なもので、発癌性を懸念したものであった。科学的に見て「安全性が高いもの」を「危険なもの」と認識することは、個人にとって不幸（食品選択の幅を狭めるなど）であり、社会にとっても食品添加物不使用による食品廃棄量の増加をもたらす要因となる。そこで、本研究では、食品添加物のリスク認知の低減化に何が効果的かを検証する。

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及びインターネット調査、(2) 調査対象；①大妻女子大学食物学科2年生に在籍する学生、食安全学の授業開始前（配布数133部、有効回収数128部（有効回収率：96.2%））、及び食安全学の授業終了時（配布数130部、有効回収数122部（有効回収率：93.8%））、②大妻女子大学食物学科2年生に在籍する学生の両親（配布数133部、有効回収数91部（有効回収率：68.4%））、父親33名、母親58名）、③インターネット調査（GMOリサーチ株式会社に委託；20代、30代、40代、50代、60代、70代以上、男女各141～142名、合計1,700名、（有効回答数1,471名；有効率86.5%））。(3) 調査期間；①2019年4月及び7月、②2019年4月、③2020年2月(4) 統計解析；調査データの統計解析は、IBM SPSS Statistics ver.26を用いた。

2.2 結果及び考察

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挙げられる。今回の種々のアンケート調査においても「化学物質の安全性」に対する意識調査では、やはり男性よりも女性の方が化学物質に対する不安感は強く、9割前後の女性が不安感を抱いていた。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い去れないと言える。さらに、今日においても食品に関する事件・事故（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）が比較的頻繁に報道されている。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や食品企業の信頼を大きく損なう「食品偽装」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。

すなわち、食品の安全性に対する事件・事故が頻繁に報道された幼少期を過ごし、且つ食材の購入から調理に携わる機会の多い50代から70代の女性は、化学物質は危険なものと強く認識するに至ったことが推察される。世界的に大流行となっている「新型コロナウイルス感染症」でも、科学的に根拠のない情報に翻弄されることが問題とされている。過去に起きた事件・事故により消費者の脳裏に一度刷り込まれた科学的根拠のない「食品添加物を有害なもの、危険なものとする」考えは中々拭い去ることができない。食品添加物に対する科学的な安全性評価と消費者のリスク認知の間にある大きな溝（乖離）を埋める手段として、学校教育や市民参加型の双方向的リスクコミュニケーションを通して、消費者の科学リテラシーを高めて行くことが有効である。また、科学リテラシーを向上させる手段として正しい情報を分かり易く、繰り返し提供することが効果的と考える。そこで、質問形式による食品添加物の情報の提供前後の添加物に対する意識を調査した。その結果、食品添加物の情報の提供後において男女とも、「不安である、やや不安である」と答えた割合が5~10ポイント低くなっている。特に、40代以上の女性では、優位な減少を示した ($p<0.05$)。食品添加物に対して不安感を抱く消費者、特に40代以上の女性にとって、正しい情報を知り、自ら考えることにより、食品添加物に対する不安感が僅かであるが低減化されたと推察される。食品添加物に対するリスク認知を低減する手段として、双方向性のある学校教育や講演会・勉強会などのリ

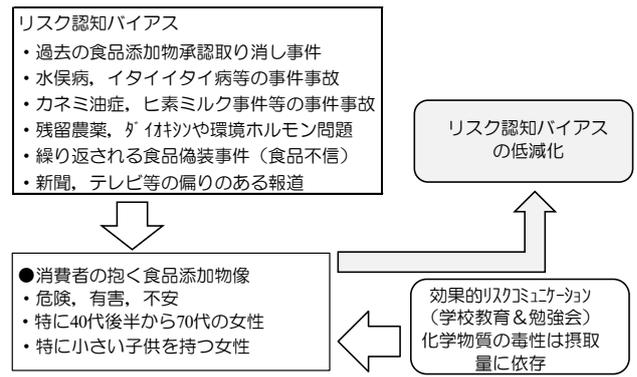


図1. 食品添加物に対するリスク認知バイアスの低減化

スクコミュニケーションを通して、正しい情報を分かり易く、且つ繰り返し提供することが、効果的であると考える。

3. まとめと今後の課題

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て行くことは重要である。本研究では、今まで実施してきた学生に対する意識調査に加え、昨年及び一昨年度に実施したインターネット調査(1,700名及び900名)を通して、消費者の食品添加物に対する不安感は、50代から70代の女性が高く、20代の若い世代になる程、低くなる傾向が見られた。食品の安全性に対する事件・事故が頻繁に報道された幼少期を過ごし、且つ食材の購入から調理に携わる機会の多い50代から70代の女性は、食品添加物は危険なものと強く認識していることが推察された。一度、脳裏に刷り込まれた「食品添加物を有害なもの、危険なものとする」考えは中々拭い去ることができないが、正しい情報を分かり易く、且つ繰り返し提供されることにより、リスク認知の変容が可能であると考えられる。

4. この助成による発表論文等

本研究に関わる雑誌論文投稿、学会発表、図書の出版を行うことができなかった。

2022年度に学会発表および論文投稿を予定している。