

食品と放射性物質に関する リスクコミュニケーション

そこが知りたい!
そこも知りたい!

消費者庁が現在取り組んでいる食品と放射性物質に関する
リスクコミュニケーションを取り上げます。

消費者庁消費者安全課 企画官
金田 直樹 Kaneta Naoki

取り組みの端緒

(1)放射性物質が健康に及ぼす影響

2011年3月の東京電力福島第一原子力発電所の事故の発生は、大気中に放出されてしまった放射性物質による汚染という、食品における新たなリスクをもたらしてしまいました。放射性物質に汚染された食品の摂取による内部被ばくは、健康に対する一定のリスク要因であり、法令に基づく規制を行う必要が生じました。

(2)風評被害とは何か

放射性物質による食品の汚染は、以下の点で他のリスク要因と異なっています。

- ア これまで消費者にまったくなじみのない単位であるベクレル(以下、Bq)*¹およびシーベルト(以下、Sv)*²で表される。
- イ 外見、色、におい等で知覚できない。
- ウ リスクの有無およびその大きさについて、マスメディアやインターネットでも大きく異なる見解が提示されている。
- エ ウの事情から、消費者が自ら得た情報について理解することに大きな困難が伴う。

以上のア～エの特性から、消費者によっては被災地産または国産の食品について科学的な根拠に基づかない過剰な忌避^{きひ}が生じることとなりました。一般に風評被害と表現されるこの現象は、放射性物質に関する正確な情報が届いていないことが原因と考えられます*³。

(3)リスクコミュニケーションとは

リスクコミュニケーションはコーデックス委員会*⁴で提唱された概念です。わが国では、食

品安全基本法において、「施策に関する情報の提供、当該施策について意見を述べる機会の付与その他関係者相互間の情報及び意見の交換」と定義されています。これは、食品安全行政の推進において関係者全員がリスクについて共通の理解を図り、その意見交換を踏まえて適切なリスク管理がなされることの必要性を示したものです。このことは新たなリスク要因である放射性物質についても同様であると考えました。併せて、まず、正確な情報を提供し、これに基づき消費者が自らの消費行動を決定することが大切であると考え、一連の取り組みを始めました。

消費者庁が取り組んできた リスクコミュニケーション

(1)食品中の放射性物質の基準値とその意義

事故直後の3月17日、食品衛生法に基づく食品中の放射性物質の暫定規制値が設定されました。2011年度中に食品安全委員会で食品健康影響評価が行われ、放射性物質による追加被ばくについて、「100mSv未満にあってはその影響について言及できない」とされました。これは、そのレベルの追加被ばくは、仮に影響があっても、健康に影響を与える他の要因と区別できないレベルという意味です。

これを踏まえたうえで薬事・食品衛生審議会および放射線審議会の審議を経て、2012年4月1日から、一般食品1kg当たり100Bq、牛乳及び乳児用食品1kg当たり50Bq、飲料水1kg当たり10Bqの基準値が施行されました。この基準値は、飲食する国産品のすべてに放射性物質が含まれていても、どの世代においても年間の追加被ば

くが1mSv未満となることを目的としたものです。

この基準を守るための前提になるのは食品中の放射性物質の検査です。消費者庁ではこれまでに全国の地方自治体に国民生活センターを通じて394台の放射性物質検査機の貸し出しを行いました。関係する各省庁も検査機器の導入に対して助成を行い、生産から流通までの各段階での検査が実施されています。

(2)冊子『食品と放射能Q&A』の作成

事故以降、消費者庁の説明のツールとして最も大きな役割を果たしたのが冊子『食品と放射能Q&A』です。これは事故直後の5月30日に初版を発行し、配布部数10万部以上、ホームページでのアクセスは130万件を超えました。消費者から「分かりやすいので活用している」という声が多数ありました。

(3)リスクコミュニケーションの実施とその成果

リスクコミュニケーションは各地で2011年度に45回、2012年度に175回実施されました。その形式はさまざま、消費者庁を含む関係府省と地方自治体が主催するもの、消費者団体等が主催する説明会等に職員を派遣したり、有識者による講演等がありました。参加者の総数は一万人超に及びます。これに対する感想・意見はかなり多岐にわたり、この問題に関する消費者の意識が、事故以来大きく分かれている現状が続いていることがうかがわれます。

今後の課題と展望

(1)これまでのリスクコミュニケーションの取り組みと消費者の意識

2013年3月11日に消費者庁が発表した「風評被害に関する消費者意識の実態調査取りまとめ」において次のような実態が明らかになりました。

ア 生涯食べ続けても安全になるように、基準値は十分小さなレベルになるよう定められていることを知っている人と答えた人

は約3割。

イ 福島県産品の購入をためらう人は2割以下。また、産地を気にする・どちらかといえば気にすると回答し、放射性物質が含まれていない食品を買いたいと回答した人の中で「福島産」と回答した人は7割程度。

このアおよびイに示されたように、基準値の意義や、福島県での食品の検査の徹底といった点について、依然として正確な情報を伝え続ける必要性が明らかになりました。

(2)課題と今後の取り組みの方向

2013年4月26日に消費者庁が公表した「食品と放射能に関する消費者理解増進のための施策の方針」においては、「食品と放射能」に関するリスクコミュニケーションの今後の方向として、次の2点を示しています。

- ア** 東日本および大消費地においては、地域で活動できる専門家（2,000人を目標）を養成研修し、子育て世代向けのミニ集会を開催する。
- イ** 福島県を中心とした被災地においてはアの取り組みに加え、福島県庁が県内の市町村の協力を得て行う意見交換会に、消費者庁の職員を派遣する等の連携を図る。

特にアについては、身近な場で正確な情報を得られることを目的としたもので、平成25年度の取り組みの中心となるものです。これらのアおよびイの取り組みのほか、地方自治体や団体との連携を図るなど、より広範な場でリスクコミュニケーションの開催を進めていきます。

- * 1 1秒間に1個の原子核が崩壊して放射線を出す放射能の量の単位。
- * 2 放射線が人体に与える影響の程度の単位。人間は事故発生前から、自然由来の放射線を世界平均で年間2.4mSv浴びている。
- * 3 消費者庁「生産者を含めた事業者等への聞き取り調査（報告）」
<http://www.caa.go.jp/jisin/pdf/130426kikitori.pdf>
- * 4 国際的な食品基準を定めることで消費者の健康を守ることを目的として、FAO（国際連合食糧農業機関）とWHO（世界保健機関）によって設置された政府間組織。