

食料・農業・農村政策審議会第7回消費・安全分科会要旨（速報版）

日 時：平成18年9月22日（金）14:00～16:00

場 所：飯野ビル8階農林水産省会議室

出席者：石黒委員、大木委員、神田委員、駒谷委員、田中委員、長谷川委員、宮地委員
消費・安全局長、貝谷審議官、小林審議官、総務課長、消費・安全政策課長、国際基準課長、表示・規格課長、農産安全管理課長、畜水産安全管理課長、動物衛生課長、原田参事官、植物防疫課長、消費者情報官、厚生労働省企画情報課長

議 事：

1. 開会
2. 消費・安全局長挨拶
3. 最近の施策の推進状況について
 - ・ 消費・安全局設置から3年間の主な取組と今後の課題（資料2）
 - ・ 平成19年度消費・安全局予算概算要求の重点事項（資料3）
 - ・ 家畜衛生部会等の審議状況（資料4）
 - ・ 国際基準課の設置について（資料5）
4. 消費・安全局の業務に関わる情報提供について（意見交換）（資料6）
5. 今後の分科会の運営について

議事概要：

●事務局より最近の施策の進捗状況について資料2～資料5に基づき説明を行った。主な質疑は以下の通り。

<資料2、3、5関係>

○資料2の今後の取組課題について、以下の点を教えていただきたい。

- ・ カドミウムについて関係部局との調整とあるがどのようなことを行うのか。
- ・ ポジティブリスト制度の周知とあるが、5月の導入以降どのようなようになったか。
- ・ 動物検疫の強化とあるが、19年度の概算要求ではあまり増えていないようだがさらに強化といえるのか。
- ・ リスクコミュニケーション能力の養成とそれを支援するリスクコミュニケーション専門家の育成とは具体的にどのようなことを行うのか。

→ カドミウムについて、農用地土壌汚染防止法に基づいて汚染地の指定が行われている。食品衛生法の基準の見直しが行われれば、指定の見直しや、場合によっては調査も必要になる。基準の見直し後、環境省等と対応を相談していく。

ポジティブリスト制度については、現場に窓口を設け、適正使用や飛散防止、記帳の実施について指導を行っている。関係機関と連携して技術的な問題に対応できるようチームを設けて対応している。

→ 動物検疫体制の強化については、現在320人体制で行っているが、10人の定員増

を要求している。また、対日輸出施設検査の強化のため、0.9億円の予算を1.1億円に増額要求している。

→ 各担当原課が中心となってリスクコミュニケーションを主催しており、資料の作成や説明など関係者のコミュニケーション能力の養成を広く行う。また消費者情報官は、原課担当に対してリスクコミュニケーションの実施についての助言や支援を行う専門家を養成していくということ。

○ わが国の主張を国際基準等に反映させることを目指すとあるが、近い将来どのようなことを反映させていくのか教えて欲しい。

→ 「消費・安全局の役割」の基本理念の言葉で申し上げれば、科学的な根拠に基づき、リスク分析の考え方に従い国際基準を作成する機関の活動に参加しますということである。

資料5にあるとおり、SPS協定が1995年1月から施行され、Codex、OIE、IPPCが国際基準作成機関として明確化され、国際基準を作成してきたが、日本は、どちらかといえば、二国間の話し合いを重視してきた。

HACCPや有機農産物も国際基準に基づき各国は対応している。来年以降、CodexとOIEで抗菌薬剤耐性について検討が開始される。

→ Codexでは、科学的な根拠にのっとって基準が作られている。こうして欲しいと思っても科学的根拠がないと通らない。サーベイランスによって、化学物質や有害微生物の実態調査をするが、ただ分析するのではなく国際的な場でも科学的な議論に耐えうる分析結果を出して安全性を検討する。また、Codexにコメントを提出する際にも実態を反映したデータがないと意見を通すことが出来ないので、そういうことが出来るよう予算を要求している。

○資料2の5で「意見交換と施策への反映」とあるが、どのように反映させていくのか。国民は意見を言っても反映されないのではないかと疑問を持っている。施策への反映を改めて明文化するなどの考えはあるか。

→ リスクコミュニケーションでは多様な意見があり全ての意見を反映させることは難しい面がある。消費者からの意見が十分に反映されていないというご批判もいただいているが、これまで例えばOIEのBSEルールの見直しにあたって意見を提出する際に、消費者、事業者、専門家の方々と意見交換を行い、一定の方向付けを得てOIEで提案を行ったという経緯もある。米国産牛肉輸入問題では、4月に全国10箇所意見交換を行い、皆さんの意見をベースに政府として協議・検討し、6月に再度意見交換会を実施して対応策について提案をさせていただくなど、一步一步プロセスを経て実施に踏み切った。これまで少なからず関係者の意見は反映できるよう頑張ってきたところであり、引き続き取り組んでいきたい。

○新型インフルエンザについて情報が広く出ていないように思う。消費者向けに各省庁がどの調整して情報を出すか。また養鶏事業者にどのように出していくか。

→ 新型インフルエンザ対策行動計画は、人から人へ感染し大流行を引き起こす、い

わゆるパンデミックの状態になった場合を想定した対策。先日も内閣官房が中心となり、19の関係する府省合同で海外において新型インフルエンザが発生したという想定をもとに机上訓練を実施したところである。

高病原性鳥インフルエンザについては、農林水産省のHPを通じてQ&Aの提供などを行うほか、生産者に対しては防疫指針に基づいた指導を行っている。また、茨城県において弱毒タイプの高病原性鳥インフルエンザが発生したことから、弱毒タイプを踏まえた防疫指針の見直しを行っているところである。

<資料4>

質疑は特になし

- 消費・安全局の業務に関わる情報提供について委員間の意見交換を行った。主な意見は以下の通り。

<それぞれの立場からの情報提供>

- わかりやすい情報の出し方が課題。受け手の立場に立った情報の出し方が必要。
 - 情報の多さと速さに戸惑っている。一口に情報提供といっても情報を選ばざるを得ないという難しさを実感。情報を吟味し提供するとともに、質も考える必要がある。
 - いただいた情報は傘下の消費者団体にいち早くFAXやメールなどで送っている。その情報が傘下の団体でどのように活用されているか把握することが今後の課題。
 - 生産者として、消費者に実態をわかってほしい。特別栽培や有機農産物は農薬の代わりに機械や人力に頼ることになるが高齢化が進んでいる状況では対応が厳しい。法人協会でも特別栽培農産物では使用した農薬の表示が必要なので消費が落ちているという話がある。有機農産物では使用した農薬の表示は必要ないし、一般農産物も表示がない。特別栽培農産物のみ表示されているので、特別栽培の消費が落ち、取組をやめざるを得ない状況。このような状況を消費者にも理解いただきたい。農薬等の使用を50%未満にすることは大変だし、その努力が報いられるよう検討してほしい。
 - 消費者は情報がないと判断できない。生産者は、消費者のニーズをどのようにつかまえようとしているのか。
 - 個人的な話ではなく、法人協会での実態を話している。有機認証や特別栽培の整合性がとれるようにしてほしい。
 - 小売業者に消費者からの問い合わせも多く、フリーダイヤルを設置。問い合わせに対しては、一つ前の段階までさかのぼって確認をしてから情報を提供するようにしている。
- 特別栽培農産物は、自主的ルールとして平成4年にガイドラインを作成。その後

4回の改正を経て、化学合成肥料、農薬を5割削減したものを特別栽培農産物として表示することとなり使用した農薬名や使用回数をあわせて表示することになっている。これまでルールが守られなかったケースが多く、指導を徹底してきた。現状では9割以上が表示ルールが守られているが、一方で、表示が面倒、煩雑とのことから流通量が減少しているという話もきいている。先週には見直しの検討会を開催した。表示をきちんと行うことを前提としてわかりやすく簡潔に重要な情報が伝わるよう検討していきたい。

- 特別栽培農産物を自主的なルールではなく、認証を受けるようにすれば信頼が得られるのでは。

→ 有機農産物は認証が必要で対応が難しい生産者の方もいる。特別栽培の制度では、自主的な取組として取り組みやすくしている。なお、県によっては認証制度があるところもある。

- 毎年種類の異なる作物に表示をする場合、包装機材が変わりコストがかかるという実態がある。

- 表示のわかりやすさについて、例えば「たんぱく加水分解物」は幅広く使われているが動物性なのか植物性なのかわからない。わかりやすい情報提供という観点で見えていくとこのようなことはいろいろあると思う。

消費者団体に情報を沢山もらうが、その情報を一般会員に流したときに、理解してもらえるか疑問がある。一般会員が情報をどのように活用しているかの確認も必要だが、皆がわかりやすいようにしていくためには消費者も含め考える必要。

<政府以外の主体による情報提供>

- 信頼を得るためには、リスクに関する情報をきちんと出す必要。技術者の立場ではリスクとはいえなくても国民は不安に感じていることもある。国民と技術者とでは心理的に感じ方が異なるところもある。この差を埋めるためには、国民の不安に配慮した情報提供を考えるべきではないか。

- リスクの判断は、自分のライフスタイルに合わせて判断することになるだろうが、個々人が判断できるとは考えにくい。大勢を一括りにした情報提供ではなく、消費者をグルーピングしてどの層にはどのような提供方法がよいか考えるのがよいのでは。

- 事故などのマイナス情報の影響を心配して情報を出さないのはよくない。消費者としては、検証した結果としての対処や改善点を知りたい。消費者団体としては、今後専門家や大学とのつながりを考えていきたい。先日、水産の研究成果発表会を聞く機会があったが、生活に密着した研究がされているのに消費者との情報交換がないままの研究でよいのかと感じた。日常的なつながりが必要ではないか。

- 個々の消費者が提供される情報を評価することは広い意味での食育に入ると思う。有識者、政府、生産者など立場の異なる方のコメントを一度に聞かされると消費者

は情報の評価が難しくなる。情報発信する者はこのようなことを心得た上で発信する必要がある。

<政府の情報提供について>

- 食事バランスガイドについて、デンマークの事例をみてわかりやすく整理されていると感じた。例えば同じ表の中に高齢者、学童、成人向けの情報が入っているとわかりやすいのではないかと思う。
- 食中毒予防のHPは農水省にしては珍しくよくできている。手洗いから始まり、食中毒予防のために何をしたらよいか、誰が見てもわかる。また、リンクでさらに深く専門的に知りたい人も満足できる内容となっている。夫にも見るようにと言っている。初歩的なことから専門的なことまで掲載されているが、色々な要望の人が見られるよう、工夫が感じられる。このページを作った背景是非知りたい。また、メルマガで新しい情報が手元に送られてくる。全体の動きが見えることが安心感につながることを実感した。
 - 消費者に役立つ情報を出したい、親しみやすいページを作りたいと考え取り組んだ。その際、役所言葉は使わない、文字を多く詰めすぎないこととし、難しいことは読まない傾向がある（一方では知りたいと思っている人もいる）ことにも配慮した。チームを立ち上げ、「ふつうのおばちゃん」感覚を持つ人の意見も取り入れながら、科学的正確さを損なわないよう作成した。

今後、表示の見方や食品の選び方・扱い方などの情報を10月初めに掲載する予定。また、健康食品の正しい使い方に関するページを、食品安全委員会や厚生労働省と連携し3省合同で作成する予定。健康食品については消費者向けのほか、研究者や事業者向けのページも作り、効果や安全性等を確認するための制度や必要なデータ等の情報も掲載したい。こちらは少し長めのプロジェクトとして取り組むことにしている。
- 消費者の部屋に、以前は添加物協会の冊子が置かれていたが、最近は見当たらないようだ。
 - 確認していないが、冊子の余部がちょうどなくなったからかもしれない。
 - 消費者の部屋の展示は、これまで農林水産省の関係団体によるもののみだったが、2年前から食品添加物について正しい理解を身につけていただくため、食品添加物協会による展示を実施している。
- 若い母親など数字で納得できないが、実際にコップでこの位・・・と示されると理解しやすいようだ。そのような方法で提供してもらえるとわかりやすい。
- 以前NPOが実施した有機JASに関する調査をみたが、制度が始まって間もない頃だったからかもしれないが、消費者はマークよりも売り場のPOPの情報を重視しているという結果だった。売り場に情報があると消費者は安心して買えるのではないかと自分なりに分析した。昔は対面で商品についてお店の人に聞くことが出来たが、最近はな

かなか難しい。消費者の身近なところに事業者と協力して情報を提供していくことが効果的ではないか。

- 事務局より今後のスケジュールについて、次回分科会は時機を見て開催することについて説明し、了承された。

以上