

2021年3月23日

内閣府食品安全委員会事務局総務課内

「2021年度食品安全委員会運営計画（案）」意見募集担当 御中

「2021年度（令和3年度）食品安全委員会運営計画（案）」に対する意見

日本生活協同組合連合会
常務執行役員 二村 睦子

（所在地）〒150-8913 東京都渋谷区渋谷 3-29-8

電話：03-5778-8124

生活協同組合やその組合員にとって、食品の安全性は大きな関心事です。消費者は食品の安全やリスクに関する科学的知見に基づいた正しい情報を受け取り、それらを理解し、自らの選択や判断に活かす必要があります。その上で食品安全委員会の行う食品健康影響評価等の情報提供やリスクコミュニケーションは極めて重要な役割を果たしています。当会はその取り組みを評価しつつ、今後のさらなる発展を期待します。以上を踏まえ、「2021年度食品安全委員会運営計画（案）」に対する意見を述べます。

記

1. 引き続きリスクコミュニケーションの充実を図り、国民が食品安全委員会をより身近に感じ、正しい情報を確実に得られるような工夫を行ってください。

【第6 リスクコミュニケーションの促進】に関して

2021年度運営計画（案）では、引き続き戦略的なリスクコミュニケーションが重点に挙げられており、今年度のテーマが「農薬」と示されました。この間、ネオニコチノイド系農薬やグリホサートについて、国民の関心が高まっている状況を踏まえ、整理された情報が貴委員会から周知されることを期待します。

2020年度に実施した意識調査の結果を受け、対象者やニーズを踏まえた、より具体的な対応策が示されました。これらは、消費者の安全・安心な食生活を守る上で有益であり、当会は前向きに評価します。着実に実施してください。

一般消費者に対しては、目に留まりやすく、専門的な知識がなくても理解できる伝え方や見せ方の追求も重要です。文字情報ばかりでなく、画像や動画を効果的に活用してください。また、SNSのアンケート機能を用いて消費者の理解度を定期的に測定・分析するなど、消費者の「声」に耳を傾けながら、活発な議論が生まれるよう、双方向のリスクコミュニケーションを実現させてください。

消費者がリスクアナリシスの枠組みを理解し、貴委員会の存在や役割を知るなどリスク評価機関としての認知度が向上する施策を進めてください。

メディアに対して教育的要素を盛り込んだリスクコミュニケーションを積極的に実施してください。多くの消費者はメディアを通して日々情報を得ていますが、必ずしも発信内容が適正であるとは言えません。消費者が正しく情報を理解できるよう、メディアへの周知を行ってください。

2. 過去に食品添加物に指定されたもののうち、安全性のデータが不十分な化学物質や、新たな科学的知見を得た化学物質について、迅速に再評価を行ってください。リスク管理機関である厚生労働省と協議を行い、定期的な再評価の仕組みや優先順位の設定などを検討してください。

【第3 食品健康影響評価の実施 3「自ら評価」を行う案件の推進】に関して

食品安全基本法が制定され、貴委員会が発足して以降、食品添加物の指定に関して適切にリスク評価が行われ、適正に管理されていると考えます。しかし、同法制定以前から使用が認められている指定添加物や既存添加物の中には、安全性評価が不十分なものも存在します。

2021年度から開始される農薬の再評価制度のように、食品添加物についても国内外の最新の科学的知見を収集し、定期的に優先順位を設定したうえで、適切に評価するという一連の仕組みの構築を厚生労働省と協議して検討してください。

3. 整備されていない分野の健康影響評価ガイドラインを速やかに作成してください。

【第3 食品健康影響評価の実施 2評価ガイドラインの策定】に関して

未策定の「アレルゲン」の評価ガイドラインの策定を早急に進めてください。また2021年度計画（案）に示されているように「添加物」「微生物」「薬剤耐性菌」の評価ガイドラインの改訂の検討を着実に進めてください。

4. いわゆる「健康食品」を重点化し、周知や理解促進に取り組んでください。

【第1 令和2年度における委員会の運営の重点事項 (2)重点事項 ②リスクコミュニケーションの戦略的な実施】に関して

消費者の周りには、機能性表示食品をはじめとする多種多様な「健康食品」が存在し、気軽に手にすることができます。近年、特定の成分を濃縮したカプセル剤や飲料等、通常食品では摂取しない形態や摂取方法による健康被害が発生しています。

一方で、消費者が「健康食品」の正しい使い方やそのリスクについて、学ぶ機会はほとんどありません。消費者はそれらを十分に理解しないまま摂取し、健康

被害が発生しているのが現状です。貴委員会が実施した一般消費者などの国民に対する意識調査では、ハザードごとの不安の程度・情報発信の必要性の2項目において「健康食品」が上位に入っています。一つでも多くの健康被害を減らすため、情報発信の方法および内容の工夫や丁寧なリスクコミュニケーションを行うべきです。

特に「いわゆる『健康食品』に関する報告書及びメッセージ」は、消費者にとって分かりやすく有用な情報であり、広く周知されるべきです。この報告書やメッセージに関する冊子や情報の認知度を向上し、消費者にとって「あたりまえ」な知識となるような工夫を行ってください。必要に応じて、厚労省、消費者庁、地方自治体や消費者団体等と連携を図り、重点的に進めてください。

以上