

食品安全とリスクコミュニケーション

2015. 10. 26.

江原大学 農業資源経済学科
李 炳旼 教授

話の流れ

◆ リスクコミュニケーションの目標及び関連要素

◆ メディアや消費者の特徴

◆ 韓国リスクコミュニケーションの失敗事例

1. マスコミの刺激的及び不適正な報道

米国産牛肉の蠟燭デモ事件/不良ギョーザの事件

2. 公務員の専門知識の不足

三養ラーメンの「工業用牛脂」の事件

3. 消費者の否定的な認識の頑固さ

緑茶のティーパックの農薬事件

◆ 中国の食品安全事故とリスクコミュニケーション

◆ 結 論

リスクコミュニケーションの目標

● リスクコミュニケーションの目標

– 食品安全に関わる情報を迅速かつ透明に、受信者が理解しやすい形で

伝達1)することによって、食品から起因する**リスク2)**を軽減させること。

1) ここで**伝達**とは、相互双方向の**コミュニケーション**を意味する。

2) リスクとは、**食品の危害を起こす確率または程度**。

リスクコミュニケーションの関連要素

◆ 情報の発信者及び管理者

- 食品の生産者、加工業者、流通業者、公務員

◆ 情報受信者

- 消費者、一般市民

◆ 情報伝達者

- メディア(新聞、TV)、インターネット、SNS

メディアの特徴

○ メディアの特徴

- 刺激的なキーワード、インパクトが大きなヘッドライン

- 大衆の関心や注意を集中させる。

- (Attention and interest)

- 購読率・視聴率・クリック件数の増加

- 広告収入の増加

- 利益の増加

消費者の特徴

○ 消費者の特徴

– マーフィーの法則

否定的な情報をより長く記憶。なかなか修正できない。

– 行動経済学のヒューリスティック理論

人々は合理的であるが、多くの場合直感や大まかな常識に基づいて、適当に意思決定することが多い。

▶ 消費者は、間違ったリスクコミュニケーションの影響を受けやすい。

韓国のリスクコミュニケーションの失敗事例

1. マスコミの刺激的及び不適正な報道

- 米国産BSE牛肉の輸入をめぐる蠟燭デモ事件
- 不良ギョーザの事件

2. 公務員(検事)の専門知識の不足

- 三養ラーメンの「工業用牛脂」の事件

3. 消費者の否定的な認識の頑固さ

- 緑茶のティーパックから農薬検出の事件

食品安全問題と社会葛藤

ーメディアとリスクコミュニケーションー

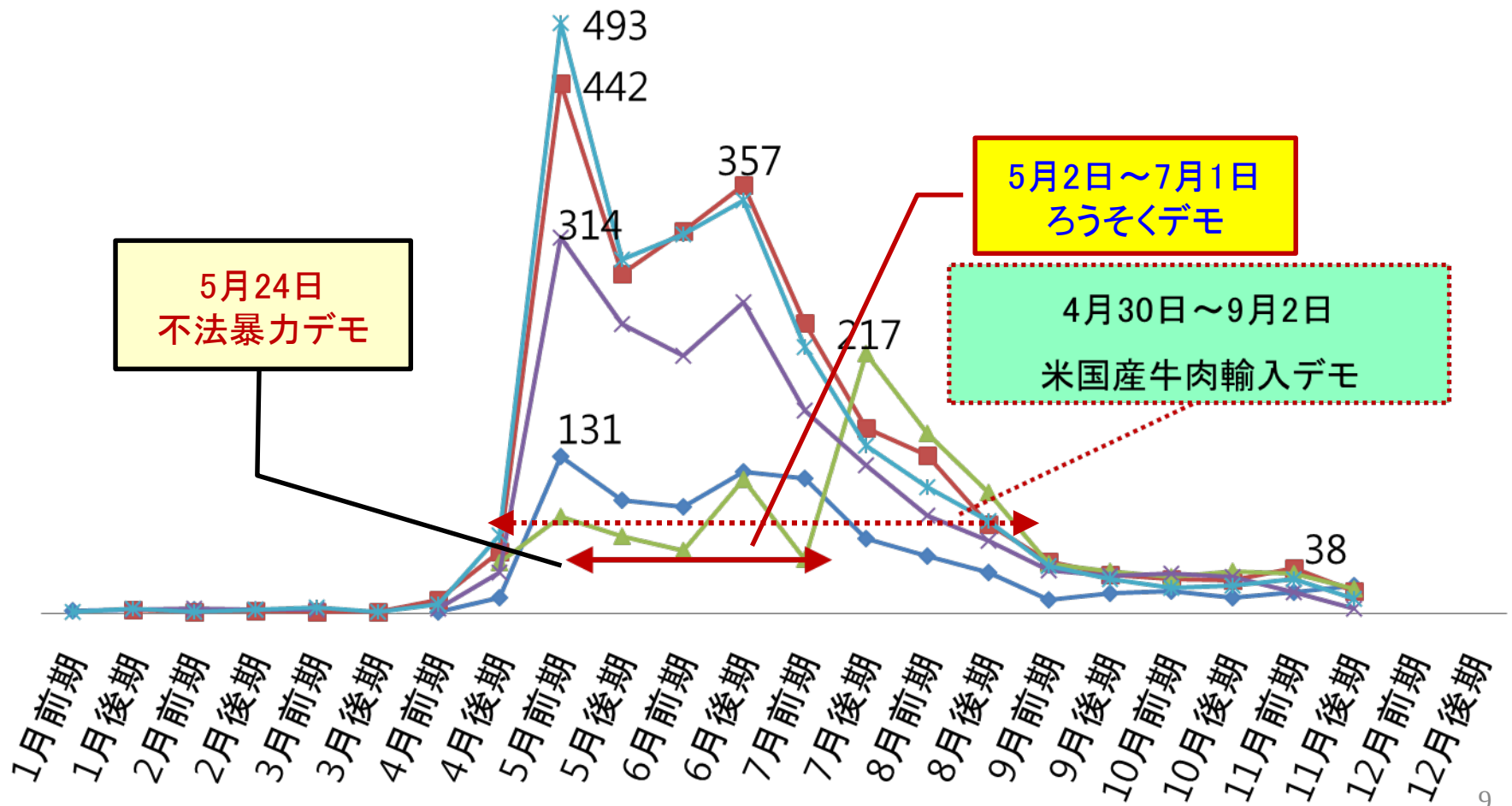


2008年4月29日 **MBCTVのPD手帳**というプログラムで、**米国産の牛肉は果たしてBSEから安全なのか**という特集放送を放映。PDの意図した扇動に、社会及び政権に対する不満勢力やBSEについて知識や情報が全然なかった (Information Vacuum) 青少年や市民が(多いときは何十万人)ソウルのど真ん中で2か月以上蠟燭デモをやって、無政府状態に陥って大きな経済被害を与えた。

米国産BSE牛肉や蝋燭デモに関する新聞記事の件数

2008年

◆ 朝鮮日報 ◆ 中央日報 ◆ 東亜日報 ◆ ハンギョレ ◆ 韓国日報



蠟燭デモによる経済的な被害

(単位: 億ウォン)

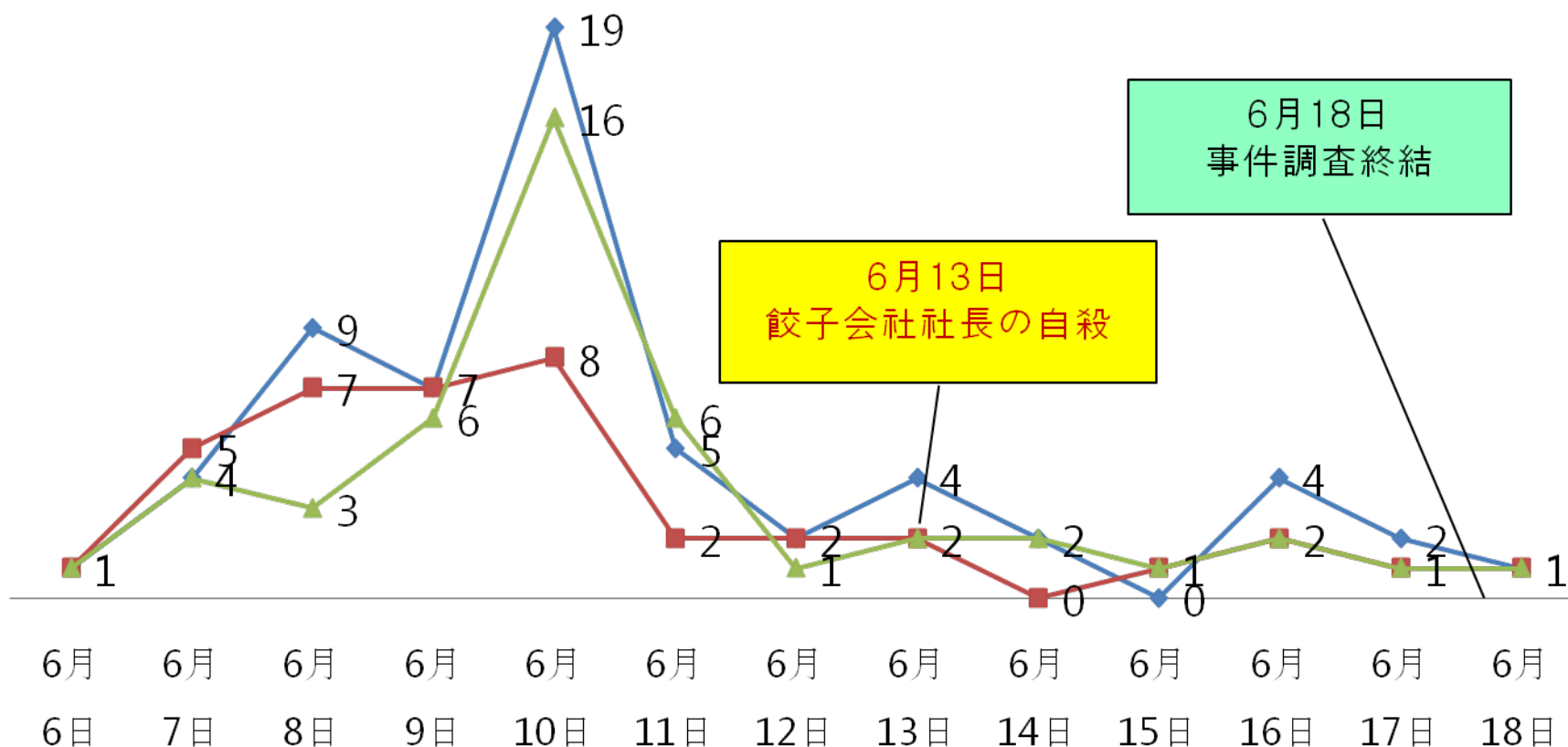
区 分		カテゴリ	費用	小計	合計
直接被害	参加者の 生産損失	ろうそくデモ参加者	0 (1兆90)	356	1兆574
		労働組合(民労総)の ストライキ	356		
	公共支出	警察費用	816	840	
		人的・物的な費用	24		
	第三者の 損失	交通関連の費用	27	9,378	
		営業の損失	9,041		
		広告の損失	310		
間接被害	社会不安定	マクロ経済的な費用	1兆8,377	2兆6,939	
	国政課題の 推進の遅延	公共改革の遅延の費用	8,562		
全体の被害				3兆7,513	

資料: 趙ほか「ろうそくデモの社会的費用」、韓国経済研究院、2008年7月

不良餃子に関する新聞報道の件数

—●— J日報 —■— C日報 —▲— D日報

2004年



6月18日
事件調査終結

6月13日
餃子会社社長の自殺

2004年3月警察が餃子の中身に不良タクアンが使われている現場を捜査。それがメディアで‘ゴミ餃子’というヘッドラインで報道され、消費者が大きな衝撃を受ける。餃子の消費は激減。小さな餃子会社の社長の自殺。

三養ラーメンの工業用の牛脂の事件

メディアの報道

1989. 11. 4 京郷新聞

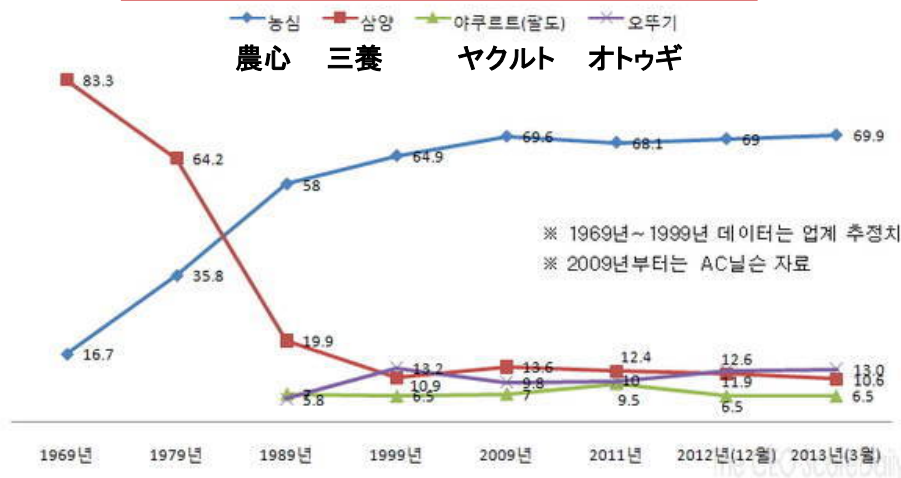


- 1989年11月メディアでは「工業用牛脂」をキーワードにして、連日大きく報道。
- 食品に「工業用」材料が使用されたと理解した国民の不安感が急増。
- 1997年8月(7年9か月ぶり)最高裁判所から無罪の判決。
- 米国では牛肉の脂肪以外のものはすべて非食用の牛脂と書く。検事が工業用牛脂を使う犯罪として処罰。メディアはそのまま報道。

三養ラーメンの被害

三養ラーメンの没落

年度別のラーメン市場のシェア



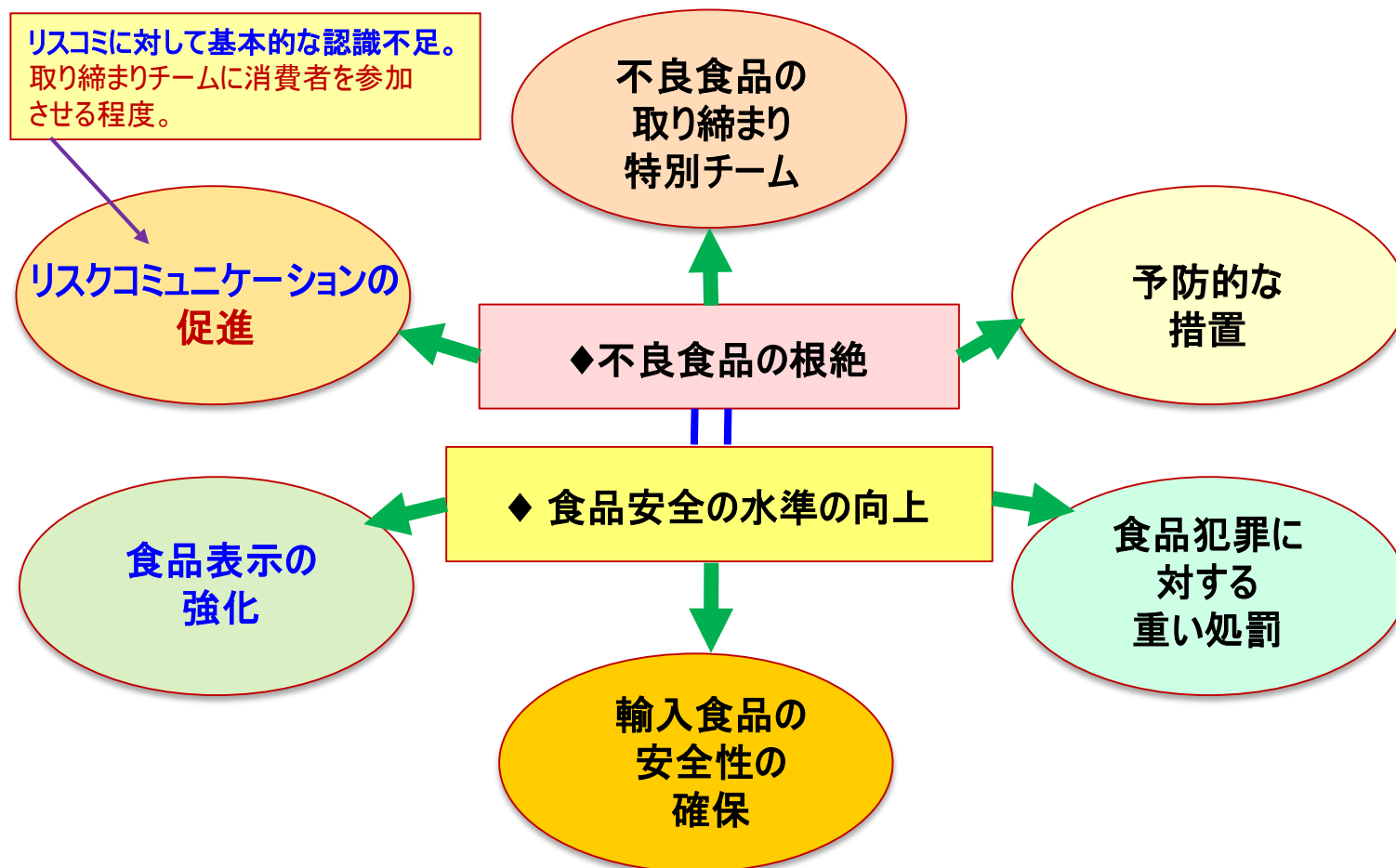
- ▶ 三養ラーメンは1963年9月韓国で最初にラーメンを生産し、ラーメン業界のトップ企業に成長。
- ▶ この事件以降三養ラーメンのイメージと市場シェアは急落。
- ▶ 三養ラーメンと競争関係にあった農心と市場シェアが逆転。
- ▶ 1997年8月無罪判決が下されたにもかかわらず、消費者の頭から三養ラーメンのイメージは回復しない。

緑茶のティーパックから農薬検出の事件

事件の発生の経緯

- ▶ 2007年8月あるTVの‘消費者告発’というプログラムで、国内の大企業が生産する緑茶のティーパック製品から殺虫剤である農薬EPNが検出されたと報道。
- ▶ そのあと、食品安全庁では流通されている製品の一部を検査した結果、EPNが検出されたと是認。
- ▶ しかし、農林部は国産の製品からは農薬が検出されなかったと否定。
- ▶ 消費者は混乱し、政府に対する不信が高調。
- ▶ その事件の後、生産農家ではお互いに監視するほど、農薬を一切使わない。
- ▶ それにもかかわらず、消費者の頭にある、緑茶に対する否定的なイメージは消えない。
緑茶の産地は広報などいろいろ頑張っているが、いまだに緑茶の消費は回復しない。

韓国における食品安全政策の仕組み



韓国・日本・中国の食品安全基本法の比較

項目	韓国	日本	中国
情報公開	- 食品安全に関する情報の公開 - 消費者と事業者の意見の受容 - 消費者の参加	- 情報および意見交換の促進 - リスクコミュニケーション専門委員会 ※ 農林水産省、厚生労働省、環境省、食品安全委員会に リスクコミュニケーション担当官を配置	- 消費者(団体)が食品メーカーの違反行為に対して告発する権利、 - 関連機関に情報照会及び意見提出の権利を明示

▶ 韓国と中国：リスクコミュニケーションの重要性について、まだきちんと認識していないことが法律に表れている。

中国における食品安全事故

粉乳からメラミン検出の事件

泌尿器系統の結石は非常に珍しい疾患として、患者全てが「サンル粉乳」を飲んだ経験があるという点に注目し、調査した結果、品質検査総局は、「サンル粉乳」からメラミン成分が検出されたと発表。(2004. 8. 11)

品質検査総局は9月16日、「サンル粉乳」を含めて22社の69個の粉乳製品からメラミンが検出されたと発表、また、9月30日その他の20社の粉乳製造会社の31個の製品からもメラミンが検出されたと発表

2008年10月末まで7,000箱の乳製品が廃棄され、175個の粉乳生産会社のうち、66社の事業免許を取り消し、109社は是正または追加調査と措置。

中国におけるリスクコミュニケーション

- ▶ 食品事故の頻発 → 食品安全性に対する消費者の危機意識の高調。
- ▶ 政府：食品安全性にインフラ（法律、政策、システム、施設等）構築に主力 → 外形上は相当改善。
- ▶ しかし、メディアが情報を伝える際一定の制約があり、リスクコミュニケーションの基盤が弱い。
- ▶ NGOや市民団体の食品安全に対する監視機能も弱い。
- ▶ 消費者の自国産食品に対する不信につながる。
- ▶ SNSを利用した若者の告発精神やリスクコミュニケーションの役割に期待。

結 論

- ▶ メディアは刺激的なキーワードやヘッドラインを選好し、消費者は安全性に対して大まかな意思決定をする傾向が強い。従って、消費者はメディア等の間違ったリスクコミュニケーションの影響を受けやすい。
⇒ 安心の確保のため何らかの措置が必要。
- ▶ メディアと消費者の間に、食品のリスクについて正しい情報交換ができるように、関連機関（農林部、食品安全処、農協、新聞社、放送局）にリスクコミュニケーションの専門家を配置するなどの努力が必要。
- ▶ メディアの間違った報道により、食品メーカーに大きな被害を与えた場合、適切な法律的・政策的措置が必要。保険や賠償など。
- ▶ 消費者も自ら食品安全に関する知識と情報を中立的な立場で受け取り、正しく判断する能力を高める必要がある。⇒ リスクコミュニケーション学習会

ご清聴ありがとうございました。

E-mail : boleee@kangwon.ac.kr