

はじめに（前半の基調講演を聞き終えて）

いろいろな食文化がありながら、私たちの日本の食というのは大変豊かであることが分かった。生食と呼ばれているものの変遷をこのようにまとめて聞いて、非常に学びが多い1時間になったと感じている。今日は、消費者方の疑問を中心に、パネルディスカッションに参加された方々といろいろな意見を通して、さらに理解を深めたい。（コーディネーター）

日本で生卵を喫食することについて

【文化】

生卵を食べるといのはいくつか行った海外ではほとんど見たことがない。日本の場合でも、江戸時代には生卵を食べていたということはないと思われ、むしろ、明治になって黒岩 涙香という評論家が卵かけご飯を食べたのが始まりだというのが、一応定説だと聞いている。日本の場合は、肉食を廃したので、魚もタンパク質があるのだけれども、卵も動物性タンパク質が高いという認識はあった。魚に集中したのと同じように卵にも文化的、技術的にも集中したので、『卵百珍』というのも生まれたし、卵に関する一種の信仰というか、思い入れは強いのではないか。（有識者）

【衛生管理】

日本では、農場やGPセンター（卵をランク付け、洗浄殺菌、包装する施設）での対策が非常にしっかりとられてきた。基本的に生で食べるということを前提に衛生管理されていて、殻付き卵については、生食用は賞味期限を超えたら加熱して食べてくださいとなっている。サルモネラが含まれている数は、かなりの卵を割って調べると、もちろんゼロではないが、0.0何%レベルで、リスクとしてはかなり低くなっている。（行政）

スーパー売られている卵は常温で棚に置かれていて、家庭では冷蔵庫に入れている。この保存方法が違うということで、温度管理が心配であるというご質問については、卵そのものは常温保存で構わないが、買い物をした後に1回でも冷蔵庫に入れたら、冷蔵庫に入れたままのほうがいい。温度変化を嫌い、生きているので呼吸をしている。気泡があるほうを上にして保存されることをおすすめする。（事業者）

アニサキス食中毒について

【衛生管理】

アニサキスは昔からあったが、食中毒認定されたのが直近なので、件数が増えている。事業者としては非常に衛生管理、調理のときに気をつけている。アニサキスは目で見えるので、見えれば除去する。しかし、普通内臓に入っていて、死ぬと筋肉のところに移動す

る。魚の内臓は腹の下側にあり、筋肉は上側にある。この上側に移動して筋肉の中に入ると見えない。そこで現在は、ブラックライトを当てて、筋肉の中に入っているアニサキスを白く光らせて、可能な限り除去を頑張っている。全部を取り切れるかという、もちろん難しい場合もあるので、スーパーによっては魚を全部冷凍する。アニサキスはマイナス20度より低温で24時間以上冷凍すると死ぬので、すべての魚を冷凍して、解凍してから刺身にするという手段を取っているところもある。

もう一つは、天然と養殖の違いがある。これは養殖の魚はエサが違う。寄生虫は自然界の海の中にいる小魚やプランクトン類、オキアミと言われるものに入っている。それを食べないように、ペレットと言われている金魚のエサみたいなものを食べさせることで寄生虫が付かない、という流れである。(養殖魚でも生餌を使っていれば、いないわけではない。)(事業者)

日本人と「生」について

【文化】

例えば日本料理の特色というのは何かというと、「素材を活かしきる」ことにあるかと思われる。調理はあまり手をかけないのが理想である。『魏志倭人伝』の時代から生物を食べてきているような伝統、それによって日本料理そのものも、素材の味を好むというような一つの美学、伝統というか、このような意識が日本人は特に強いということは間違いないと思われる。

つまり、なるべく生に近づける形、先人たちは塩みみたいなものを使って、若干保存も配慮しながら生に近いものを食べてきた。それが日本の食文化の一つの伝統ではないかと思われる。(有識者)

【情報】

戦後の食糧難のときに、飢えた人たちに食べ物をもたらそうという形で、甘味料、添加物などが登場した。そして、大量生産の時代が到来した。その流れから、本来の美味しさというのはどうなのかという形で揺れ戻しが起きたのかもしれないが、「『生』ビール※」というビール革命が起こったのは1980年、1990年代ぐらいで、ここから一気に「生」という言葉が出てきたのではないかと思われる。(ジャーナリスト)

※ 生ビールは、英語ではドラフトビール(draft beer)と言う。別名は蔵出しビールと言いい、生ビールというのは熱処理をしないで樽出しで渡すビールの意味。

【消費】

生というと、単純に新鮮というイメージにどうしてもとらわれてしまう。生〇〇というと、とても新鮮で美味しそうだとイメージがあるが、鮮度はイコール安全ではないし、肉は鮮度が良いと生で食べられるとか、あるいは「生でもOKですよ」という誤った情報というもの、

結構、流れているのではないかとと思われる。(消費者)

【文化】

現代の社会においては、供給体制が発達してきて、なおかつ日本では食べられないものはないぐらいに身近に手に入るようになった。食というのは非常に微妙なものであり、一つの特筆として、『保守性が極めて強いと同時に革新性も極めて強い』と思われる。

つまり、いつも食べているお米というのはやはり食べたくなる。たまにはエスニックも食べてみたいとか、保守と革新の相反するものが、人によって同居している事例もあるし、別の人もそれを好むということもある。そのようなものが食文化というのはどうしても避けられない本質的な要素を持っている。安全なものを求めるのに、新しいもの・食べたことのないものを食べたい。

それが現代社会の流通の発達と同時に、情報の加速によって、誤った情報が伝わる悪い意味での相乗効果が現代社会の中で起きているのかもしれない。(有識者)

リスクコミュニケーションについて

消費者を取り巻く環境というのは、本当にたくさんの情報が溢れんばかりにあるので、それをどれが正しい情報なのかという、選択する学習も必要になってくるのかと思う。

また、最近、みんなが忙しくなって、簡便料理みたいなものが夕食に登場して、子どもたちも忙しくなっている。そうすると、食の安全だとか安心、例えば「豚肉とか鶏肉はしっかりと火を通さないとあかんよ」というようなところが抜け落ちてくる部分も出てくるので、やはり家庭内の食育的なものはしっかりこれからもしていく必要があるのではないかと思います。(消費者)

例えばポテトチップスであれば塩しか使わないとか、いろいろな商品を開発して消費者が求めるものに答えようとする、逆に言えば「やはり添加物ってダメなのではないか」という捉え方をされてしまう可能性がある。その辺りをどう消費者とのコミュニケーションを取っていくかということは、非常に難しい。いろいろな方がいろいろな立場で、いろいろな場面で発信していくということが一番必要かと考えている。

当社では、保健所の方と一緒に、学校の授業に参加して、食中毒の勉強会をやっている。保健所の方からは、菌を「つけない」、「増やさない」、「やっつける」と3原則を中心に説明してもらい、われわれはいろいろな食品を扱っている、その食品、生肉の問題とか、そのようなものを「こうこう、このようなことなのです」という理由とか、なぜなのかということの説明している。地道に、リスクコミュニケーションを日本全国で少しずつやっているということをお伝えしたい。(事業者)

今日は非常に勉強になった。消費者は、暮らしの実感を大切にすること、「食べ物

どうですか。美味しいですか。安心ですか。」と聞きたい。聞いていることに対して事業者・行政がしっかりとわかりやすい説明責任を果たしていく、そのことによって消費者との信頼関係が生まれてきて、事業者と消費者と行政とがっちりしたスクラムを組む、そのようなことが必要だと思う。ここで勉強したことを子どもたち、若い世代に教えてあげるとか、そのようなコミュニケーションをやっていったら、解決の道が開けるのではないかと思う。
(ジャーナリスト)

私ども、食中毒予防で実施しているのは、店舗に対する監視指導と情報提供ということになる。大阪府で起こるカンピロバクターの食中毒の疫学調査の中で、やはり若い世代、特に大学生に食中毒が多く発生している。なので、大学の生徒に向けた発信のツールを使わせてもらって「カンピロバクター食中毒、鶏肉は生で食べるとこのようなリスクがある」ということも発信しているが、どう伝えればより伝わるか、また店舗には監視指導の中でどううまくリスクを伝えるか、というのは日々頭を悩ませている。(行政)

食べ物はすべてリスクがないということは絶対どんな状況でもあり得なくて、リスクを避けるならば単純に食べないというのが一番合理的な行動であるが、それでは生活も成り立たないし、私たちの楽しみもなくなる。リスクはどううまく付き合うかのだと思う。心配だからといって行政が過度な規制をかけると、生卵も食べてはいけない日本になる。それを私たちがしたいのかというと、そうではないはずである。生卵を食べる日本であるためには、どこかに少しリスクというものが残ってくる。このようなことを考えるきっかけに今日がなればと思う。(コーディネーター)

(以上です。登壇者の皆様に感謝申し上げます。大変勉強になりました。)