

平成 25 年 4 月 26 日
消 費 者 庁

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

はじめに

平成 23 年の東日本大震災により発生した東京電力福島第一原子力発電所の事故を受け、消費者庁では関係省庁と連携して、食品と放射能のリスクコミュニケーションを始めとした、消費者に対する食品の安全性に関する情報提供等を行ってきた。

この間、被災地では土壌の除染、農林水産品等の放射性物質の検査体制の整備など食品の安全性の取組も進められてきた。その効果もあり、震災から 2 年経過した現在、流通前の検査においては、基準値を超過する食品の割合は極めて少ないレベルとなっている。

しかしながら、地域や品目による程度の差はあるものの、消費者が福島県を中心とした被災地の産品の購入や摂取をためらう意識は残っており、生産者を始めとする事業者の風評被害に悩む声はなお残っている。

消費者庁としては、食品と放射能に関するコミュニケーションの強化を進め、風評被害の防止を図るため、本年 1 月、庁内に「食品と放射能に関する消費者理解増進チーム」を設置した。そして、現場の見方を把握するために、消費者や生産者を始めとする事業者の実態把握を行うとともに、関係地方自治体と意見交換を行った。本方針は、こうしたチームの活動を踏まえ、25 年度に行う取組についてまとめたものである。

消費者の意識調査や事業者への聞き取り調査等による実状把握

平成 25 年 2 月に被災地及び被災地産品の主な消費地の消費者 5,000 人を対象に、インターネット意識調査を行った。食品と放射能に関する消費者の理解は、おおむね次のようにまとめられ、一部の消費者が福島県産品等の購入をためらっている実態と、全国的には消費者への基礎的な情報の周知が継続して必要なこと、福島を中心とした

被災地においては、放射性物質や基準値に対する理解が高い実態が、改めて明らかになった。

- ①「福島県」製品の購入をためらう方は2割弱、「岩手県、宮城県、福島県（東北の被災3県）」の製品の購入をためらう方が1割強、「茨城県、栃木県、群馬県（北関東）」の製品の購入をためらう方は1割弱いること
- ②「食品中の放射性物質の基準値上限の食品を生涯食べ続けても十分に安全なレベルだということ」の理解が、全体の約3割にとどまっていること
- ③「基準値以内であっても、できるだけ低線量の食品を希望する」方が約5割に及んでいること
- ④特に福島県について見ると、消費地に比べ、放射性物質や基準値に対する理解度はほとんどの項目で高く、情報の入手手段はテレビ・新聞等に加え、地方自治体が発行する広報等からという方が3割と高い傾向であること

また、25年1月末から3月末までの間に、農林水産物等の生産者や流通業者、加工業者、有識者、地方自治体など、全体で35社等から聞き取り調査を行い、震災前後の農林水産物等の流通の状況、消費者庁・政府の取組への意見や要望などを把握した。その内容は、おおむね次のようにまとめられる。震災から丸2年が過ぎ、被災地への応援ムードが薄れつつある中で、震災前と同じ水準に戻りつつあることに手ごたえを感じている生産者等の声も聴かれた。一方で、消費者が被災地産品を避ける意識はいまだにみられており、こうした消費者の不安を背景に、流通現場での取扱いは、震災前と同じ水準とは言いがたいとの声が多く聴かれた。引き続き、食品中の放射性物質の基準値の考え方や生産者の取組を消費者側に伝えていく等の取組が求められている。

- ① 徐々に震災前と同じ取扱いに戻りつつある品目もあるが、戻り方は一様ではない。ブランド扱いで高値だったものが、今も価格が平均以下にとどまるもの、取引が途絶えてから再開されていないものもある。
- ② 被災地への応援ムードは、地域や主体によって異なり、全体的に薄れつつある。また、消費者の事業者への意見・問合せも、全体として落ち着いてきている。
- ③ 学校給食の食材への要求は厳しく、地場産品が使用できなかつたり、国の基準よりはるかに厳しかつたりして、なかなか使っていない。

- ④ 政府には、放射能に対する関する正確な知識を普及するために、学校教育も含めた取組が継続して求められるし、合理的な消費行動を奨励してほしい。

施策の基本的な考え方

消費者の意識調査と事業者への聞き取り調査を踏まえると、食品の風評被害の根本は食品と放射能の問題に関する消費者の理解が十分でないというところにあり、リスクコミュニケーションの強化を始めとする消費者理解増進のための施策に取り組んでいくことが必要である。その際、東日本及び大消費地と福島県を中心とした被災地の地域性や属性等による消費者選好の違いに即して、取組を重点的に展開する。

これまでは、関係省庁が連携するなどして、全国各地において大会場で意見交換会等のリスクコミュニケーションを実施してきた。今後はこうした取組に加え、育児に忙しい子育て世代のリスクコミュニケーションへの参加を促すことや、地域において理解の促進を図る際に、その中心となるべき食品安全に関する専門家等が、食品と放射能に関する理解を深め、自らリスクコミュニケーションを主催できるようになることが課題となっている。保健所、保育所、幼稚園等における子育て世代向けのミニ集会において、意見交換の中心となるべき専門家の養成研修に新たに取り組む。

また、リスクコミュニケーションの重点的な展開に当たって、東日本及び大消費地と福島県を中心とした被災地のそれぞれの地域の特性に即して取組を強化する。

- ①東日本及び大消費地においては、基準値の概要や検査の状況等、基礎知識を含め説明する。

意見交換の中心となる専門家 2,000 人程度を養成研修する。これにより、保健所・保育所・幼稚園等における子育て世代向けのミニ集会の開催を促進する。

- ②福島県を中心とした被災地においては、消費者のリスクに対する敏感さ、外部被ばくを含めた不安、農産物や山菜等の自家消費等を踏まえて、①の取組に加え、県内全域における意見交換会等の開催について、福島県庁及び県内各市町村等と連携する。ここにおいて、外部被ばく、農産物や山菜等の自家消費、検査体制など、地域の理解度や食習慣に応じて説明する。

また、説明会に来ないが不安に思っている消費者にも訴求するため、地方自治体と連携したイベントや、福島県（除染情報プラザ等を含む。）が行う情報提供との連携等による消費者の教育・啓発、積極的な情報発信などにより、様々な形で、消費者に正確な情報を届け、教育・啓発するための施策を実施する。

風評被害への対策は、多くの消費者が食品と放射能に関して十分に理解し、流通している食品については安全が確保されていることが広く伝わるように、継続して取り組まれる必要がある。このため、継続的かつ定期的に消費者意識の実態調査を実施して、消費者の声を把握するなどしながら、被災地4県のみならず大消費地の都府県とも意見交換を行い、国と地方のそれぞれの施策展開の方向性を把握し、状況や地域性・属性に応じて取組を改善していく。

1. わかりやすい情報提供と消費者との対話

(1) 食品中の放射性物質に関する検査の実施と情報提供の推進

・ 被災地産品の放射性物質検査の実施

食品中の放射性物質の基準値を設定するとともに、被災地等で生産・加工された食品等の安全性を確認するため、生産・出荷・流通等の各段階における放射性物質検査体制の構築等を支援し、検査を実施する。【厚生労働省、農林水産省】

・ インターネット等を活用した基準値等の正確な情報の周知徹底

食品中の放射性物質の基準値等について、ホームページやインターネット動画等を活用し周知を図るなど、消費者に食品の安全性に関する知識と理解を深めていただけるように情報提供を実施する。【内閣府、食品安全委員会、消費者庁、厚生労働省、農林水産省】

・ 「食品と放射能 Q & A」の改訂等による最新の情報の提供

最新の食品と放射能の状況や、検査計画の変更などを踏まえて、消費者の目線でわかりやすく説明した冊子「食品と放射能 Q & A」を改訂するとともに、視覚的にわかりやすいDVDを製作して、各地での説明に使用する。【消費者庁】

・ 消費の現場での消費者の測定ニーズへの対応 ～ 放射性物質検査機器の貸与や検査施設に関する情報提供、自治体職員の研修、精密検査の体制整備

消費者の安全・安心をより一層確保するため、地方自治体に貸与した放射性物質検査機器（全国 278 自治体、392 台の配備を完了）を活用し、自治体が消費者に身近なところで食品等の放射性物質を測定する取組を支援する。消費者庁のホームページにおいて、消費者が持ち込む食品等の検査を受け付けている身近な施設を案内する。【消費者庁】

地方消費者行政活性化基金の活用により、自治体が、地域の実情に応じて、放射性物質検査機器の調達、検査要員の確保等の検査体制の一層の整備を行う等の取組を支援する。【消費者庁】

独立行政法人国民生活センターは、消費者の不安の解消のため、地方自治体からの要請に基づき、ゲルマニウム半導体検出器を用いて、食品中の放射性物質に関する精密検査を積極的に実施する。【消費者庁】

(2) リスクコミュニケーションの重点的展開

<東日本及び大消費地に重点をおいた取組>

- ・ **地域で活動できる専門家（コミュニケーター）の養成 ～ 研修会を全国で開催**
子育て世代を対象に全国各地で開催されるミニ集会において、食品中の放射性物質に関する意見交換の中心となる専門家（コミュニケーター）を養成する。平成 25 年度中に、地方自治体や各種団体と連携し、約 2,000 人の専門家を養成することで、リスクコミュニケーションの強化を図る。
また、食品と放射能の問題を説明する実践的知見を持つ、販売・生産の現場の人材を活用する。【消費者庁】
- ・ **子育て世代向けのミニ集会の開催促進 ～ 保健所、保育所、幼稚園等での開催を想定**
上記の受講者（コミュニケーター）が、自らの活動する保健所、保育所、幼稚園等において、子育て世代向けのミニ集会を開催するよう促す。基準値の概要や検査状況、基礎的知識も含め説明する等、食品中の放射性物質に関する理解促進を図る。こうしたミニ集会を支援するため、視聴覚教材を提供する。【消費者庁】
- ・ **中核都市等でのセミナー等 ～ 消費者団体や地方自治体との連携**
食品中の放射性物質に関する消費者の理解増進のため、全国各地の消費者団体や地方自治体等が主催するシンポジウム等の説明会へ平成 25 年度中に約 30 回、講師派遣等を行い、リスクコミュニケーションの強化を図る。【消費者庁】
- ・ **比較的大規模なシンポジウム ～ 各ブロックと東日本の主要都市での開催**
関係 4 省庁の共催により、各ブロック及び東日本の主要都市等の大会場において、平成 25 年度中に 8 か所で食品中の放射性物質に関するシンポジウムを開催する。【食品安全委員会、消費者庁、厚生労働省、農林水産省】
- ・ **消費生活相談員等への専門知識の研修**
国民生活センターのホームページでの食品中の放射性物質に係る情報の提供や消費生活相談員及び消費者行政担当職員等を対象にしたリスクコミュニケーションに係る講義を積極的に実施する。【消費者庁】

<福島県を中心とした被災地における取組>

・ **地域の生活文化を踏まえた意見交換会 ～ 福島県庁、県内市町村等との連携**

被災地においては他の地域に比べて、消費者の放射性物質に関する理解が進んでいるものの、外部被ばくも含めた不安等があると考えられる。このうち、特に福島県内では、最新の情報を精査・準備した上で、引き続き外部被ばくについても質疑応答のできる体制を維持し、放射物質測定機器を意見交換会の会場に持ち込むこと等により検査体制についても、啓発することが求められている。

このリスクコミュニケーションは、福島県庁が県内全 59市町村を対象に開催し、消費者庁は職員派遣等により連携する。

採取した山菜・きのこの自家消費等については、公表されている検査結果を参考にすることが必要であることなど、地域の生活文化に応じて、説明する情報を加える。

県庁等の消費者庁との連携による新聞、雑誌等のメディアでの広報に加えて、閲覧率が高い自治体広報誌を活用した情報発信を行う。【消費者庁】

・ **地域で活動できる専門家（コミュニケーター）の養成（再掲）**

子育て世代を対象に各地で開催されるミニ集会において、食品中の放射性物質に関する意見交換の中心となる専門家（コミュニケーター）を養成する。被災地の県庁所在地等において、研修会を開催し、専門家を養成することで、リスクコミュニケーションの強化を図る。【消費者庁】

・ **子育て世代向けのミニ集会の開催促進（再掲）**

上記の受講者（コミュニケーター）が、自らの活動する保健所、保育所、幼稚園等において、子育て世代向けのミニ集会を開催するよう促す。基準値の概要や検査状況等、基礎的知識を含め説明する等、食品中の放射性物質に関する理解促進を図る。こうしたミニ集会を支援するため、視聴覚教材の提供等を含む各種の支援を行う。【消費者庁】

2. 積極的な消費者教育・啓発の推進

(1) 消費者教育による取組

・ 学校や地域等における取組

消費者教育の推進に関する法律に定める基本理念（消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。）にのっとり、政府は消費者教育に関する総合的な施策を策定、実施する責務を負っている。これを受けて、消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）を作成する。

基本方針の作成に当たっては、リスクコミュニケーションの重要性を踏まえ、学校や地域等の消費者教育においても食品と放射能に関する理解の増進が図られるよう検討を進める。【消費者庁（、文部科学省）】

(2) 消費者月間における食と放射能に対する理解増進に向けた取組

・ 消費者理解増進を題材としたシンポジウム開催や表彰

5月の消費者月間の統一テーマ「学ぶことからはじめよう ～自立した消費者に向けて～」を各方面に周知するに際し、食品と放射能に関する消費者理解増進が食の安全・安心や風評被害の防止につながることを題材の例として推薦する。

このテーマによるシンポジウムに、被災地等にて放射能に関して正しい知識と理解を深める活動をしている有識者の参加を得て、啓発を図る。（再掲）

リスクコミュニケーションを含め消費者利益の擁護・増進のために各方面で活躍されている方々を表彰（消費者支援功労者表彰等）する。【消費者庁】

(3) 消費者・生産者の交流のためのイベント

・ 被災地へ親子を招待する「社会見学」等の取組への支援

被災地の実情と、被災地産品や検査体制の現状を、消費地の親子などを現地に招待して直接感じることができるイベントを地方自治体の連携のもと実施する。

国は、自治体が行う食品と放射能に関する消費者理解の増進に向けた取組等に

対して、地方消費者行政活性化基金の上積みによる財政支援を行う。【消費者庁】

・ **各種イベント等における被災地の取組を紹介**

大都市圏の各種イベント等において、地方自治体の連携のもと被災地の取組を紹介するブースを設置して、家族連れの利用者などに放射能と被災地産品の理解を増進する。

国は、地方消費者行政活性化基金の上積みによる財政支援を行う。【消費者庁】

・ **商店街等での被災地産品フェア**

商店街やアンテナショップ等において、被災地の取組を紹介するパネルの展示や農産物の販売等を通じて、利用者などに放射能と被災地産品の理解を増進する。

国は、地方消費者行政活性化基金の上積みによる財政支援を行う。【消費者庁】

3. 被災地産食品に関する積極的な情報発信

(1) 「食べて応援しよう！」キャンペーンの推進等 ～ 流通業界団体、

企業、官公庁等

・ **被災地産食品フェアや社内食堂における食材利用等の促進**

「食べて応援しよう！」キャンペーンの推進により、被災地の復興を応援する被災地産食品フェア、セミナー・シンポジウムの開催、社内食堂における積極的な食材利用等の取組について、平成 25 年度中に取組事例を累計 800 件まで伸ばすことを目標として促進する。

特に被災地域の復興に向け、被災地産食品の販売促進を行うため、引き続き関連業界団体等への働きかけ等を行う。【農林水産省】

・ **全府省庁の食堂等における食材利用の促進**

上記のうち、全府省庁の食堂等において、被災地産の食材を積極的に利用することにより、被災地産の食材に対する正しい理解を促進し、産地の活力再生を通じた被災地支援を図る。【農林水産省（全府省庁）】

(2) 戦略的な情報発信への支援

- ・ **福島県を中心とした被災地産農産物等の消費拡大の取組や出荷時期に合わせた戦略的なPR活動への支援**

メディアやWebによるPR、キャラバン隊の派遣、企業のネットワークの活用等により、官民連携した被災地産の農産物等の消費拡大の取組を促進するとともに、産地と連携しつつ出荷時期に合わせてより効果的に訴求を行うことで、市場におけるブランド力を回復させる。【農林水産省】

4. 風評被害を受けた産業への支援

(1) 被災地の産業支援等

- ・ **先端技術を活用した農業の研究・実証等支援**

被災地域を新たな食料生産地域として再生するため、生産・加工等に係る先端技術を活用した農業の研究・実証等を支援する。【(復興庁、)農林水産省、経済産業省】

- ・ **諸外国の輸入規制緩和に向けた働きかけ ～ 国内のリスクコミュニケーション等の経験活用**

被災地産品等に対する諸外国の輸入規制緩和に向けた働きかけを継続する。その際、国内におけるリスクコミュニケーション等の経験を有効活用する。

【外務省、消費者庁】

(2) 国内外から被災地への誘客促進等

- ・ **訪問者の増加によるイメージ回復と観光業の支援**

東北等への観光需要を喚起し、訪問者の増加により、被災地のイメージを回復するとともに、観光業を支援する。【(復興庁、環境省、)国土交通省、外務省】

5. 地方消費者行政活性化基金等を用いた支援

・ リスクコミュニケーションや消費者・生産者の交流のための効果的な基金等の活用

消費者行政に積極的に取り組む地方自治体を下支えできるよう、平成24年度補正予算において、地方消費者行政活性化基金の上積みにより必要な財源を確保するとともに、25年度当初予算において、風評被害の防止などの先駆的なテーマを国から提案して自治体と問題意識を共有して「現場」での実証・実験を行うための同基金の更なる上積みを行った。

本基金等を用いて、地域でのリスクコミュニケーションの実施や、消費者の測定ニーズへの対応、消費者・生産者が交流するイベントの開催等において、現場で活動する専門家等を、きめ細かく支援する。消費者庁は、効果的に基金等が活用されるよう、自治体と緊密に連携する。【消費者庁】