HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	「食の安全・安心」コープさっぽろの取り組み(2004年度秋季大会シンポジウム食の「安全・安心」と北海道農業)
Author(s)	羽賀, 健一
Citation	北海道農業経済研究, 13(1), 35-46
Issue Date	2006-11-22
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/63585
Type	journal article
File Information	KJ00006912296.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

〔北海道農業経済研究　第13巻第1号　2006.11〕

2004年度秋季大会シンポジウム

「食の安全・安心」コープさっぽろの取り組み

羽賀健一*

はじめに

私は、生活協同組合コープさっぽろで主に食品の品質管理に従事している者である。当生協は、1965年に創立された消費生活協同組合で、2004年12月現在の登録組合員99万人、事業エリアは函館、小樽、札幌、空知、留萌、旭川、釧路地域、事業内容は主に食品供給事業である。

生協は、これまで食の安全・安心には特にこだわってきた消費者の自治的な組織といえる。近年、食の安全・安心に関連する問題は、日本農業、食糧自給率、食文化、農薬、動物用医薬品、添加物、ＢＳＥ、GMO、鶏インフルエンザ、環境ホルモン、ダイオキシン、産地偽装表示など多岐に渡り、生協組合員の関心や生協への期待も一層高まってきている。

また、食品流通の多様化による国際基準や国内基準の整合化、アレルギー物質の表示、加工食品の原料原産地表示の法改正、トレーサビリティー研究と普及、リスク分析の社会システムづくりなど、具体的な対応も急ピッチで進められている。

こうした状況下、コープさっぽろは“何をすべきか”、“何が出来るのか”を組合員に諮りながら取り組みを進めているところである。

本投稿では、「北海道農業経済研究」への掲載に値するか否か定かではないが、安全・安心・健康の概念および農産物の安全・安心における消費者の思いについて若干の私見を述べ、コープさっぽろの食の安全・安心に関連する取り組みを概観し、近年における幾つかの活動を紹介する。

Ⅰ．安全・安心・健康の概念について

人間の営みや、それを取り巻く様々な環境の変化そして科学の進歩などによって既存の安全の尺度や対応などが不適合を起こすようになったり、或いは新たな不安が誕生するなど、安全・安心を脅かす事柄の質や量は常に変化している。健康もまた同様に、社会の状況や個々人のおかれている環境や価値観などの変化や相違によって、その概念は変化しあるいはまた多様であるといえる。

従って、食の安全、安心そして健康の維持増進には、個々人の価値観を基点とする社会的そして個々人の主体的な見直しや改善努力の継続が求められる。

安全、安心、健康という言葉は、多くの生協が運動方針に掲げてきている。

「安全」という言葉は、通常ある主体者によって合意された何らかの尺度に基いて客観的に評価された場合に使用されるといえる。つまり、一定のモノサシで測った結果の相対的な程度を表現す

＊生活協同組合コープさっぽろ品質管理センター

る用語といえ、その安全性の意味は使用したモノサシの範囲に限定されている。そしてそのモノサシは、当然にも絶対的なものではなく技術の進歩などによって向上し、結果の評価はややもすると立場などによって異なってくる可能性をも持っている。また、一定程度の安全性を確保するためには、その程度に応じて相応のコストを伴ない、当然そこには経済的な限界があり、また技術的な限界もある。

一方、「安心」は主観的なものであり、その有り様は各個人の知識や経験、あるいは周囲の環境などによってそれぞれに異なっているものと考えられる。従って、安心対策の推進には、不安の正体を明確にするなど主観的な世界を客観的に解明することが求められ、安全対策以上に容易ではないと考えられる。

次に「健康」について考えてみよう。安全・安心の目的は健康だと考えられるが、この言葉の概念について的確に表現することは難しく、有効性を持った共通の認識には至っていないようだ。それは、健康は身体的な観点から考えられ始めた概念だと思われるが、次第に心身概念へ、そして生活概念へと拡大し、「安心」と同様に多分に主観的な問題をも含むことから、極めて個別的な側面を持ち普遍的な像を描くことが困難だからだといえる。

健康の意義や定義に関する多くの論があるが、WHOがその憲章前文で「健康とは身体的・精神的・社会的に完全に安寧な状態であって、単に病気でないとか虚弱でないということではない。」と健康を定義している。ここでは、健康を身体的状態はもとより精神的さらには社会的な状態にまで拡大し、完全に安寧な状態という積極的な意味付けをしたところに特徴があり、健康を考える上で多大な意義を含んだ基礎を提示し、その後の健康論議のベースとなっている。

それでは、健康にはどのような価値があるのだろうか。人間は健康に対して相当大きな価値観を抱いていることに間違いはないが、第一級の価値ではない。もしそうした場合、大変な不幸と不都合を生ずることになる。なぜなら、人間は例外なく老化しついには死に至るのであり、一定の年齢を過ぎると不可逆的に健康（定義にもよるであろうが少なくとも身体的な健康）を失う。また、第一級の価値を持たないことを示す実例として社会的な偉業を成し遂げた人々に見ることが出来る。彼らは健康を犠牲にしてでも自己の目的を追求したのであり、健康の価値を自己の満足感の下位に位置付けたのである。考えてみると、こうしたことは何も偉人と呼ばれる人々に限定された現象ではなく、風邪をおしてでも仕事をするとか、身体具合は悪いが約束を守るために何かをするなど、普通に観察されることである。また、軍隊や警察、消防などといった職業は、ある種の健康を犠牲にしてでも守らなければならない価値が存在するという認識なしには成立し得ない。

消費者の生活防衛に端を発した生活協同組合運動は、近年「平和で豊な生活〜くらしの安全・安心」の実現をスローガンに活動を展開している。この目的は、健康の維持増進と軌を一にする領域を広く持つのである。

Ⅱ．農産物の安全・安心に関する消費者の思い

食の安全・安心を考える視点には、食料の量確保（国際情勢、食糧資源、日本農業など）、安全性（有害生物、有害物質など）、食文化（栄養素の過不足など）の側面があるが、根幹となる農産物の安全・安心については、農薬問題にのみ高い関心を示す消費者が多いかのように感じられる。農薬の毒性や残留性、標的の選択性など、農薬の安全性を確保するレベルは年々向上してきているのだが。

消費者は各自が持っている知識や経験、情報等によって不安感や安心感を抱くが、現状は十分許容できる程度に安全な状況であるにもかかわらず、多分に知識や情報が不十分な（あるいは偏っている）ために必要以上の不安感を抱いている者が多く、“食の安心”には更に正しい情報の提供が必要だと考えられる。

コープさっぽろの組合員活動に触れて感じた、農産物の安全・安心に関する消費者の思いを独断と偏見の誇りを覚悟で思いつくままに列挙してみると、

農家は困った事があると政治家や行政頼みで消費者は眼中にない。農家は多額の補助金で優遇されている。農家の多くは農協などに出荷して終わりという感覚だ。日本農業について考えたことがないし例え崩壊しても輸入食糧で何とかなるから特に困らない。安全で安いものが欲しいが自分の手は汚したくないし面倒なことはしたくない。少々高くても気に入った商品は買。気に入った生産者は応援する。輸入食品（特に中国産の農産物）は不安。素性の明らかな（生産者などが分る）農産物は安心。農業体験（レジャー的な）をしてみたい。基礎的な知識があまりなく情報も不十分。

次に農薬問題に関連する消費者の思いを列挙すると、

日本は法的規制（基準）が甘いし行政も信頼できない。生産者は信用できないので基準を厳しくして厳格に監視し罰則を強化して欲しい。効くと聞いたら無登録農薬や適用外農薬でもこっそり使う農家がいる。不勉強で農薬の使い方を間違う生産者がいる。農家は自家用には農薬をかけないで栽培しているようだ。農薬は虫や菌を殺したり草を枯らすのだから体に悪いに違いない。アレルギーの人が増えたのは農薬が主原因だ。農薬などの化学物質をいろいろ食べると複合作用が心配、などとなる。

以上は独断による消費者の思いではあるが、いずれにしても普通に農業を営んでいる生産者の姿を伝えることや正しい情報を提供することで解消される不安、不満、誤解が多いものと考えられる。

Ⅲ．コープさっぽろの食の安全・安心に関連する取り組み紹介

１．関連する取り組み概観

コープさっぽろは“北海道価格”（1960年代の北海道における消費財の価格は本州に比較して不合理に高い状況にあった）の打破を主要なテーマに掲げ、1965年に創立されたが、間もなく食品添加物の安全性等への組合員の関心が高まり、食の安全・安心も重要課題に位置付けてきた。以下にその概略を紹介する。

1967　本格的な組合員活動は「キッコーマン醤油の値上げ反対運動」から始まった。
→ 消費者自身が求める商品づくりに取り組み「コープ北海道醤油」が誕生。

1968　「商品研究グループ：20名」発足　→　その後の組合員活動の母体となった。
～パン値上げ反対運動の中で自ら調査学習するグループ活動としてスタート。

1970　チクロ一掃運動　～商品研究グループが営業部門に提起し売場からチクロ使用商品を排除。

1971　商品分析研究室を北大生協に設立　～コープさっぽろ、北大生協、北海道生協連、日生協北海道支所の共同運営でスタート。

1971　コカコーラを特売商品から外す　～商品研究グループが調査、学習、議論した結論。

1972　ＰＣＢの生産中止と回収を9000名の署名を添えて市議会に陳情。

1972　組合員が「コープ無添加ウインナー」開発
～“赤いウインナーはイヤ”が発端。

1973　商品分析研究室をコープさっぽろに移管し「商品検査室」と改称。
～微生物と添加物を中心に本格的な商品検査活動が始まる。
1974　添加物のＡＦ２(殺菌剤) を売場から一掃。
1975　添加物総点検運動　～全店で添加物学習会を開催。
1977　安全のための自主基準を設定　～添加物、水銀、カドミウム、ホルマリン。
1978　「商品カルテ」の取り組みスタート　～商品を事前チェックする仕組み。
1983　商品情報提供としての表示の取り組みスタート：栄養表示、賞味期間表示、詳細な添加物表示。また外圧に押され11品目の添加物新規指定に反対運動を展開し、自主基準で使用禁止に。
1986　チェルノブイリ原発事故を受けて残留放射能検査を実施　～データ公開。
2000　「食品衛生法改正と運用強化を求める国会請願署名」33万筆弱 (全国1400万筆) → 2001年度通常国会で審議未了→ＢＥＳ問題勃発 → 臨時国会で採択 (12/7)
「食品添加物基準策定委員会」設置。
2001　「コープさっぽろ食品添加物自主基準改定」～ 天然添加物も自主規制の対象とした。
2002　「コープさっぽろ生鮮食品表示基準策定」。
2003　北海道知事に「食品安全条例」づくりに向けた要望書を提出。
2004　北海道「食の安全・安心条例 (仮称)」策定への意見書提出。
「食の安全委員会」設置、「加工食品の原料原産地表示自主基準策定」。

２.「食の安全委員会」の設置

農薬、動物用医薬品、添加物、ＢＳＥ (牛海綿状脳症)、遺伝子組換え食品、鶏インフルエンザ、環境ホルモン、ダイオキシン、そして産地偽装表示など、食の安全・安心に関連する課題が山積し、組合員 (消費者) の不安と関心が一層高まってきている。

コープさっぽろは、食の安全・安心に関する組合員 (消費者) の要望に応えるために、商品に関わる諸問題に機敏に対応していきたいと考えているが、ますます専門性を要する課題が顕在化してきているため、学識経験者、組合員代表、常勤理事で構成する「食の安全委員会」(理事会の小委員会) を設置した。この委員会は、食の安全・安心を確保するシステム (リスクアナリシス) を社会的に定着させ、組合員が安心して商品を利用できる基盤づくりを一層推進するために、コープさっぽろは“何をすべきか、何ができるか”を検討し提言することを目的としているが、以下に当該委員会規則を紹介する。

(設置) 第１条　コープさっぽろ理事会 (以下「理事会」という) のもとに、食の安全・安心に関連する小委員会として『食の安全委員会 (以下「委員会」という)』を置く。
(目的) 第２条　委員会は、コープさっぽろの食の安全・安心に関連する施策を提言する。
(構成) 第３条　委員会は、学識経験者、理事、常勤理事の合計10名程度の委員で構成する。委員長は、委員の互選によって選出する。
(任期) 第４条　委員の任期は２年とし、再任を妨げない。
(運営) 第７条　委員会は、必要に応じて個別課題の専門部会を置くことができる。
第８条　委員会は、必要に応じて組合員活動基幹委員会 (活動企画委員会、エリア委員長会など) の意見を聴く。(第５条、６条、９～12条を省略)

3．食品衛生法の改正を求める国会請願運動

これまで生協は、チクロ反対、ＡＦ２反対など“個別問題の改善要求運動”に取り組んできた。しかし、これではモグラ叩きで埒があかないとの反省から、日本生活協同組合連合会の提案に呼応して全国の生協が食品の安全性を確保する基本法である「食品衛生法」の学習に取り組んだ。そこで気付いたのは、戦後間もなく制定された法律ということもあり、その目的は良からぬ事業者を取締るという性格が色濃く、予防的見地が欠落し、行政と事業者の二者間で完結し消費者は蚊帳の外であり、積極的に国民の健康を守る法律ではないということであった。

多くの組合員が「食品衛生法って何？」の学習からスタートし、署名を訴えるためには先ず自分が勉強しなければと、学習活動が広がった。数年にわたる全国生協組合員の国会請願署名運動が2000年に大きく盛り上がりを見せた。また、国会請願には紹介議員が必要なため、地元国会議員との懇談活動も参加組合員には貴重な経験となった。

こうした取り組みを通じて、全国で1400万筆（コープさっぽろは33万筆）の賛同署名が寄せられ、2001年６月の通常国会に「食品衛生法の改正と運用強化」を請願したが残念ながら審議未了の結果となった。ところが、同年９月に国内において初めてＢＳＥ（牛海綿状脳症）が確認され、牛肉の消費が激減し事態が急変した。とりわけ震源地となった北海道の国会議員が生産者救済対策に奔走し、農業振興を推進する農水省を中心に、生産者を守るためにも消費者に軸足を置いた食の安全・安心対策が不可欠との考え方に傾斜し、同年12月の 特別国会で生協の主張が大幅に採用される内容で請願が採択された。ところがそれに留まらず、新たに「食品安全基本法」制定と「食品安全委員会」設置が決定されたことは驚きであった。

かくして、2003年度は食の安全・安心確保に向けた大前進を遂げる画期の年となったが、全国生協の食の安全・安心を求める食品衛生法改正運動も少なからない影響力を及ぼしたものと考えられる。

4．「自主基準」の取り組み

食の安全・安心に関連する組合員の要望に可能な限り応える取り組みとして、法律に上乗せする自主基準の取り組みがある。

１）食品添加物自主基準

食の安全にかかわる身近な問題として消費者の関心が食品添加物に向けられるようになったのは1965年代後半に入ってからである。それは、1965年からの10年間でズルチン、チクロ、16品目のタール系色素など、約40品目の合成添加物が指定削除になり、その中には安全性に疑いのある添加物が多数含まれていたことなどに起因している。その代表例の一つが1965年に登場した殺菌料ＡＦ２である。ＡＦ２は日持ち向上を目的に食肉加工品、魚肉練り製品、豆腐など広く使用されたが、間もなく強い変異原性や発ガン性を示すことが確認された。全国の消費者団体等がＡＦ２の排除運動を展開し、コープさっぽろ（当時は市民生協）も積極的に参加し、1974年に指定削除されることとなった。

こうした運動を通じて、コープさっぽろでは食品添加物に対する組合員の不安を少しでも解消することを目的に、「安全性に疑いのある添加物は使用しない」「添加物を使用する場合でも、使用できる食品の種類や使用量を制限する」を基本とする独自の添加物自主基準を策定し、これを「食の安全・安心」政策の一つに位置付けて事業を展開してきている。

この自主基準は、1995年までに４回改正してきたが、消費者の「合成添加物に対する不安と不信」や「安全志向と天然志向」を背景とした天然

添加物の急速な利用拡大など、食品添加物を巡る情勢が大きく変化したため、2000年に「食品添加物基準策定委員会」を設置し組合員とのコミュニケーションを重視した議論を重ね2002年に大幅改定を行った。

添加物自主基準策定の基本的な考え方は次の通りである。

○リスクが大きいと予想される添加物は使用しない。

○リスクの大小にかかわらず有用性が低い添加物や適当な代替品や代替技術のあるものは使用しない。

○食経験がないか、あるいは不明な天然添加物で、毒性上の問題点が想定されるにもかかわらず科学的なリスク評価がなされていないものは使用しない。

○リスクは無視できないが、組合員が求める食品を製造する上で不可欠な添加物は使用可能とする。ただし、使用可能な食品を厳選する、可能な限り使用量を制限するなど、組合員の当該添加物摂取量の低減化に努める。

○添加物に対する総合的な対策として「総量規制」をテーマに掲げ、上記規制対象添加物のみならず、添加物全体についてその種類と量の低減化を図る商品開発に努める。

○添加物使用商品の状況を正確に把握する。また、添加物関連情報の収集に努め、最新の科学的知見に基づいて自主基準の適否を日常的に検証するとともに、組合員との双方向的なリスクコミュニケーションに努める。

以上の考え方で、現在ネガティブリスト方式で「使用禁止添加物65品目」、「使用制限添加物19品目」を定めて運用している。

2）表示自主基準

表示は消費者が商品を選択する上で最も基本的な情報であり、消費者の「知らされる権利」を保証する具体的な方法の一つである。「食」を扱う企業には表示に対する信頼が消費者の安心に直接結びついていることを強く自覚し、正しい商品情報を提供する社会的責任がある。

(1) 生鮮食品の産地表示自主基準

2000年7月にＪＡＳ法が改正され、生鮮食品に「名称」および「原産地」表示が義務付けられることとなった。しかしその後、国のＢＳＥ対策を悪用した雪印食品や日本ハムなどによる牛肉産地偽装事件をはじめ、輸入牛肉を国産牛肉として、白豚の肉を鹿児島県産黒豚の肉として、輸入鶏肉を国産若鶏肉として、韓国産カキを宮城県産カキとして販売した事件など、産地偽装表示が次々と発覚した。このような不正表示事件の多発によって、食品表示の信用度が著しく低下し、食品業界に対する消費者の信頼は大きく失墜した。

ところで、コープさっぽろでは「生鮮食品の表示に関する検討委員会」が1995年に理事会に意見書を提出している。コープさっぽろが独自に付加する情報や表示に使用する文言の定義など、当時としては先進的内容を含んだこの提言に基き、不十分ながらも表示の見直しに取り組むとともに、本部・店舗の諸システムの改善や製造年月日と賞味期限の併記、製造時間の印字など、社会的に評価される水準に達するよう努めてきた。

しかし、その後の関連法規の改正や表示についての社会的な関心の高まりに応えるためには、改めて“消費者に信頼される商品表示のあり方”を検証し、商品事業に反映させることが求められると考えた。

こうした状況認識に基いて、コープさっぽろとしての生鮮食品の表示に関する新たな基準を策定するため2002年8月「食品表示基準策定委員会」(理事会の小委員会として設置したが、2004年6月「食の安全委員会」の専門部会に改組）を設置した。委員会では生鮮食品の表示のあり方について嘘や間違いのない表示、関連法規の遵守、公的

ガイドラインの尊重を前提に、法律で義務付けられている範囲の表示内容だけでは当該商品の内容を組合員に的確に伝えられない場合など、独自に付加すべき情報を中心に検討した。例えば、特定できる場合は牛肉の品種名やマグロの漁獲水域名を表示し、生鮮食品に近い低次加工食品についても可能な限り原産地表示を実施するなどである。

またこれまでは、立証出来ない、あるいは定義が明確になっていないにもかかわらず「極上、特選、松竹梅」などのグレード差異化、「旬、朝どり、朝掘り、新物」などの収穫時期、「外なり、熟成、ＳＰＦ豚」などの収穫方法や飼育方法に関する文言が安易に表示されてきた例も少なくない。こうした任意・強調表示については、科学的な根拠に基づきながら、その定義を明確にした上で、いわゆる優良誤認表示とならないための表示基準について検討した。

そして「分りやすい表示」、「見やすい表示」とともに「組合員が必要とする表示」についても重視したが、商品パッケージに記載できる項目には限りがあるため、組合員が求める情報の全てを表示できない場合も想定され、店舗でのＰＯＰ、共同購入のカタログ、広報誌などの活用についても改めて検討した。

表示自主基準を策定するに当り、大きくは３つの視点で論議された。一つは、法律に準拠するだけでは組合員に当該食品の内容を的確に伝えられない場合は、法で定められた範囲を超えて独自に付加すべき情報を検討する。二つは、これまで原産地の事例に限らず「強調表示」を行ってきたが、誤認を誘引してきた表現もあり、“科学的に説明できないもの”、“検証できないもの”、“誤解されやすい表現で的確な説明ができないもの”は使用しないという視点で「商品名」、「キャッチコピー」等を総点検すること。三つは、原産地の確認や栽培・育成・製造方法等を検証するためのトレーサビリティーシステムの再構築、表示実務マニュアルや日常執行に関わる監視・指導体制を再確立すること、である。

以上の視点から、①組合員の要望に応える表示、②分りやすい表示、③見やすい表示、の実現にむけて努力している。

＜組合員の要望に応える表示＞

ＪＡＳ法改正などで法制度が整備されてきているが、刺身の複数種類の盛り合せ、鍋物セット、スパイスやタレをからめた生肉、一夜干し魚類など、消費者感覚では生鮮食品と認識される商品を加工食品に区分し、原産地表示を不要としている商品群があった。消費者には加工食品か生鮮食品かの法的区分はどうでもよく、知りたい商品情報を求めているのであり、一般に生鮮食品と認識される商品や生鮮物の形状が残っている商品には可能な限り原産地表示に取り組む必要がある。

また、法規準に従うと和名のない輸入水産物における名称にロコ貝、メロ、トップシェル、ナイルパーチ、メルルーサ、シルバーなどが登場することになるが、こうした名称が一般に知られるまで“○○に似た食感です”等の説明表示が必要であると考えた。

一方、組合員の関心が高いと考えられる情報を可能な限り提供するために、ラベル、ＰＯＰ、カタログのみならず、パンフレット、広報誌等も有効に活用する必要がある。

＜分りやすい表示＞

現在使用している、あるいは今後使用したいと考えている用語等を「強調」、「効果」、「サイズ」、「食味」、「製法」、「ランク」等の区分で列挙し、意味不明確、ごまかし、誤解（優良誤認）を避ける立場で検証し、常に定義を明らかにして使用する用語と使用を禁止する用語等を整理する必要がある。

＜見やすい表示＞

組合員の意見や要望に「文字が小さくて読めない」、「中の商品と表示が同系色で見にくい」、「パ

ックを裏返さないと見えないのは困る」、「シールやラベル等でバラバラ表示されると探すのに手間取る」などがある。文字の大きさ、表示の色、ラベル等の貼る場所の工夫やラベル表示様式の統一を図る必要がある。

◆ 組合員の表示ウオッチャー活動

表示改善の取り組みは、組合員による表示ウオッチャー活動と協力して進めている。

表示ウオッチャー活動は、表示に関心のある組合員有志（10名ほどのウオッチャーリーダーがグループをつくり総勢100名ほどのウオッチャーを組織）が、それぞれの居住地域で表示の法制度や自主基準を学び、商品ラベル、店頭ＰＯＰ、共同購入カタログ、チラシなどの表示をウオッチして話し合い、意見や要望等を整理して月次に表示対策事務局に提案する活動で、2003年4月から始まった。

寄せられた要望等に対して、表示対策事務局が関連部署から回答・対策等を集約し、月次に理事会における検討を得ての改善・実践を積み重ねているが、そのやりとりの幾つかを以下に紹介する。

〔要望〕効能などを記載してもらうと役立つことが多い。スプラウトに”ガン予防”のＰＯＰ表示あったが不適当。ＴＶ番組の”あれに効く、これに効く”という内容の店頭表示は慎重にして欲しいなど、食品の効能効果表示に関連する賛否の意見があるが交通整理が必要ではないか。

〔対応〕食品の”効能効果”表示については、薬事法や健康増進法、不当景品類および不当表示防止法などの法規制があり、また過度な期待等で好ましくない影響も考えられます。今後、「表示基準策定委員会」（組合員代表と関係職員で構成する「食の安全委員会」の専門部会）で効能効果表示に関する自主基準を準備します。

〔質問〕保存温度の表示が、他スーパー（５℃以下）と生協（10℃以下）が違うのはどうしてか。

〔回答〕コープさっぽろでは、店舗で保存・陳列している間は５℃以下で管理しています。しかし、組合員が購入した後の家庭用冷蔵庫では５℃以下の管理が困難なため、実状に合わせて「10℃以下で保存して下さい」と表示している。食品の消費・賞味期限は表示している保存方法を前提に決めていますので消費期限は10℃以下を前提に設定している。

〔要望〕メロンのＰＯＰ表示が「赤肉メロン」、「青肉メロン」、産地記載はあるが、どのメロンがどれなのか分かりにくい（赤肉・青肉の区別がつきにくい）。

〔対策〕メロンの赤肉か青肉かについては、明確に分かるように区分して表示する。

〔要望〕水産加工品の中に「製造年月日」と「陳列年月日」が表示している商品があるが、「陳列年月日」はいらないのではないか。

〔回答〕水産分類では、アウトパックの加工食品を仕入れ保存温度を変更して提供する場合、商品特性に応じて陳列年月日を基点に賞味期限を決める仕組みにしている。

冷凍仕入れ商品を冷蔵に保存方法を変更して提供する場合や、冷凍仕入れ商品を冷凍状態のまま提供する場合でも、陳列前までは-18℃以下で保存されるが、陳列後はオープンケースの能力の関係で-15℃以下となる、チルド仕入商品を冷蔵で提供する場合も、陳列前までは－５℃以下で保存されるが、陳列後は10℃以下となるなど、状況が一律ではない。品質管理上の必要性と、組合員のダブルデイト表示（当該日付は実質的に加工日の意味合いがあります）の要望に応えるために、今後も継続して「陳列年月日」を表示する。

〔要望〕モヤシをコープとマックスバリューで比べた。コープは製造年月日のみ、他方は製造年月

日と消費期限を表示。コープのモヤシも両方表示してほしい。
〔対策〕もやしのような生野菜の可食期限は保存条件で大きく異なり、外観等から組合員が自ら判断した方が良いものと考えていた。取引先に要請したところ、表示が可能との返答を得ましたので、「製造年月日」と「消費期限」を表示することとし、消費期間は製造日を含めて４日間とする。

〔要望〕協同購入で生さんまを購入したが思っていたよりサイズが小さかった。もう少し大きいのが欲しかったのでこのサイズなら買わなかった。サイズを記入してほしい。
〔対策〕生サンマは冷凍と異なり、水揚げ後選別振り分けしたものが届くため、漁獲状況でサイズの幅が大きく、サイズを指定すると非常に高価になる。また、協同購入のカタログは、漁獲の１ヶ月前に作成するため困難な実状のため、次のようにする。
①協同購入カタログに「○尾△△グラム入」と表示する。② お届け商品は上記の企画サイズを下回らないようにする。

以上のような組合員とのやり取りを積み重ね、より良い表示の実現に努めている。

(2) 加工食品の原料原産地表示自主基準

2004年９月にＪＡＳ法が改正され、加工度の低い（一次加工品）加工食品に原料原産地表示が義務付けられた。そもそもこの制度は、相継ぐ産地偽装や輸入原材料の残留化学物質事故などによる消費者の原料原産地への関心の高まりが背景となっている。また、法制度の面では、従来の原料原産地表示制度は個別分類毎に検討されていたため、生鮮食品表示基準のところで述べたように表示対象品目について横断的な整合性がないという批判が寄せられていたことに応えようとしたものである。

しかし一方で、加工食品の原料原産地を表示することにどんな意義があるのか考えておく必要がある。消費者はどの程度に原料原産地を知りたいと考えているのだろうか。お茶は静岡、コンニャクは群馬、そばは信州など、漠然と産地と原料原産地がある種のイメージでリンクしている商品はありそうだがそれ程多くはないと考えられる。むしろ、度々マスコミ報道で残留農薬基準違反等が目に付く中国産は避けたいといったことではないのだろうか。

原料原産地表示の要求に応える社会的なインフラはまだまだ整備されていないため、２年間の猶予はあるものの多大なエネルギーが必要となる。また、原料原産地表示をするためには一程度の産地指定が求められるが、本来的に原料原産地を指定した商品が良い品質になるとは限ず、むしろ加工食品では様々な産地の原材料をブレンドして一定の品質を保つことが有用な場合が少なくない。従って、原料原産地という部分的な商品情報提供の強制は、自由闊達な加工食品の開発にブレーキをかけたり、あるいは消費者に優良誤認を促進する可能性も併せ持っていると考えられる。

いずれにしても、加工食品の原料調達は国際化し製造技術も高度化している現状に消費者が十分に対応できていない状況があり、商品提供サイドからの情報提供が求められるとともに、消費者も自ら考え何のために何が知りたいのかの意思表示が必要である。生協は商品供給事業と消費者組織の双方の性格をもった事業体であることから、この分野でもお手伝いできることが多いと考えている。

＜加工食品の原料原産地表示対応に関する検討経過＞

◆「食の安全委員会」で取り組みの基本方向が次のように確認された。

表示対策の目的は、「組合員の要望に応える表示」の実現である。加工食品の原料原産地表示対応の取り組みは、改正が予定されているＪＡＳ法

遵守はもちろんのこと、法の定めに限定せず、以下の①～⑥の事項を念頭に組合員の要望に可能な限り応えるコープさっぽろ独自の自主基準を策定すること。

①組合員の声を聴くこと　～幅広く組合員の意見や要望を聴く活動に取り組むこと。

②寄せられた声に応えるために、表示可能な生鮮に近い品目にはすべて表示し、外部業者のパック商品にも自主基準適用の要請に努めること。

③表示品目の拡大に努めること。

加工の程度がそれ程低くない（２～３工程程度）品目、表示義務のある20品目群以外の品目で、行政の表示義務品目選定の視点に適合する品目、表示義務20品目群のうち対象外としている品目、表示義務のないインストア加工品。

④分かりやすい表示、見やすい表示を目指すこと

⑤法では２年間の猶予が予定されているが法改正後６ヶ月以内の実施を目指すこと。

⑥改訂した表示自主基準の実施状況を検証する仕組みをつくること。

以上の基本対応方向に基き、次の課題を念頭に置いて自主基準策定に取り組んだ。

①生鮮食品売場の低次加工食品（加工が２～３工程程度まで含む）を優先すること。

②組合員の要望等を聴くためにアンケートを実施し基準に反映すること。

③ 原料原産地によって価値が異なる農・畜・水産物の基準づくりを優先すること。

④「表示する品目」、「表示努力する品目」、「表示できない品目」を明確に区分すること。

⑤子会社製造商品については、豆腐や納豆など可能な限り表示すること。

⑥６ヶ月以内の実施を目指し、できない品目群と完了期限を把握しておくこと。

⑦策定した自主基準の遵守状況を検証する方法を検討すること。

以上のような取り組み経過で策定された加工食品の原料原産地表示自主基準は「理事会04.9.11」で承認され、実践に取り組んでいるが、この基準は現状可能な範囲での自主ルールであり、今後組合員との意見交換を通して見直し続ける予定である。

５．消費者と生産者の交流（コミュニケーション）支援

消費者と生産者の距離の拡大や相互不信の状態が指摘されている。これは、生産者に対する消費者の思いのところで若干私見を述べたが、長年かけて培われてきた生活習慣病のような状況と考えられ、改善を図るためには長年覚悟の治療（コミュニケーション）の取り組みが必要と考える。

１）産直活動

産直事業（活動）は、“誰がどこで作ったのか明確な農産物が欲しい”という組合員の声が発端で始まった取り組みである。この活動の目的は幾つかあるが、その中で生産者と消費者との意思疎通による相互信頼の醸成を位置付けているところに特徴があり、地道で時間はかかるが着実に相互理解が深まる取り組みである。しかし、実際に交流会等に参加できる条件のある組合員は限定され、今後更に多様なコミュニケーション手法（懇談、手紙、メール、表示など）の工夫が求められる。

生産者の中には「消費者は農業を何にも知らないで好き勝手なことを要求する」と感じている人も少なくないが、その消費者が最終的に商品を選別するのである。また、消費者の思いは前述したように不十分な知識や誤った情報等で培われたものも多いと考えられ、修正されれば強い味方にもなるのである。ただし、消費者側から行動を起こすことはあまり期待できず、生産者側から仕掛けなければ事態は変わらないものと考えられる。

昨今、ＷＴＯ問題等でマスコミが農業問題を取り上げることが増えたこともあってか、農業への関心が高まり、基礎的な知識がなく情報も不十分

だと感じ食農教育や食育の必要性を感じている消費者が増えている状況がある。

コープさっぽろは、産直協議会（組合員有志、生産者、バイヤーが定期的に対等の立場で意見交換する場）や産地見学会（年間約70個所、参加者1000名程度)、産直生産者交流会（産直契約生産者と組合員が農閑期等に開催している意見交換会）など、生産者と組合員の交流活動を支援しているが、そうした取り組みに参加した組合員から「会話して生産者を身近に感じた」、「有機や無農薬など簡単に考えていたけど大変なことなんですね」、「生産者は信用できないと思っていたけどイメージが変わりました」などの声をよく耳にする。生産者の顔を見て、生の声を聞いて、会話して、安心感を抱く消費者が多いのである。極論すると、不安感の根底にあるものは生産者への不信感であって、実は残留農薬への不安は二の次なのではないかとすら感じられる。そのことを示す具体事例を一つ紹介すると、袋詰めされた大豆が2種類あって、一方に「私が作りました（写真、電話番号、慣行栽培である旨が記載)」のラベルが貼られ、他方には「特別栽培農産物（使用した農薬や化学肥料の一覧表を記載)」のラベルが貼られ、どちらに安心感を抱くか聞いところ、前者に軍配が上がった。周到な調査ではないので確たる事はいえないが私はなるほどと感じた。

生産者側に期待したいこととして、前述した農産物の安全・安心に関する消費者のネガティブな思いを解消するために、農薬使用基準厳守（遵守していると言いきれること、適宜に残留検査結果情報の提供など)、情報発信（当該農産物の素性に関する情報やマスコミのネガティブ情報への機敏なフォロー情報の提供など)、消費者との多様な対話の場づくり（生身の交流が一番）などがある。

生産者と消費者が連携した地域ぐるみの自慢の商品づくりや地産地消の試行錯誤の積み重ねが、今後の日本農業の展望に結びつくものと考えられる。

6．商品検査活動

コープさっぽろが取り扱う商品は自らの手で検査しようと、30数年前に商品検査室を設置した。それまで検査機能は行政や企業に限定された道具だったが、消費者組織が持ったことに大きな意義があったといえる。当時は検査機能を持つ生協は全国で3者（日本生協連、コープこうべ（当時は灘神戸生協)、コープさっぽろ（当時は市民生協))に 過ぎなかったが、現在では33生協で検査に従事する職員が350名を超える規模に達している。

商品検査の取り組みには、食品の安全性に関連する多様な情報や商品知識、法規制、品質基準、表示基準の熟知などが求められ、職員の学習深化の面でも大いに機能し、ややもすると情緒的な面もあった生協の食の安全に関する取り組みに、合理的な判断力を培う一助になったものと考える。

商品検査活動の概要を紹介すると、検査機能としては各種食中毒菌分析などの微生物分野と残留農薬や食品添加物、残留動物用医薬品、食品成分分析などの理化学分野がある。

業務の主な目的は、取り扱う食品が関連する法基準およびコープさっぽろの自主基準（添加物基準、表示基準）に適合しているか否かの判定と不適な場合の改善あるいは取り扱い中止の要請である。また、中国産農産物の残留農薬が心配などといった組合員の声に応えるためのテーマ的な検査にも取り組んでいる。

近年、ただでさえ複雑で難解な関連法規の見直し改正が相継ぎ、また分析技術は日進月歩で、学習、分析装置等の更新、新たな分析技術の習得など求められる課題が山積している。全国生協の商品検査部門が抱えているこうした課題を解決すること等を目的に、日本生協連商品検査センターを

核として事務局を分担し、商品検査研究会、微生物部会、理化学部会、残留農薬部会などを適宜に開催している。

7．北海道「食の安全・安心条例（仮称）」づくりへの参画

食品衛生法が全国生協の要望に相当部分応える内容で大改正されたが、事実上その運用の大部分を担う地方の安全行政が要になる。コープさっぽろでは、組合員有志が北海道や札幌市などの食品安全行政実状調査や、他県の条例づくり調査、道や市の関係担当官との意見交換、組合員同士の語り合いなどを重ね、“条例は行政と道民が一緒につくるもの”との考えで2003年に「要望書」を作成し北海道知事に提出した。一方で、条例づくりを求める署名運動などを準備していた頃、いち早く知事が議会での質問に答えて「食の安全条例(仮称)」策定の意向を明言したことは嬉しい驚きであった。

道では、食（特に道産食品）の安全・安心を図るべく新たに設置していた「道産食品安全室」が条例案づくりを担った。道産食品安全室が農政部に所属することに若干の違和感はありつつも庁内横断的な組織づくりに着手したという意味で、かの道庁の変化を感じた。

条例策定に向けた意見書を提出した唯一の組織ということもあり、コープさっぽろ（主に組合員活動リーダー）と道産食品安全室との意見交換会が数回開催されたが、コープさっぽろのみならず北海道の主要生協の総意を反映したいとの考えから、北海道生協連が事務局となり、道央市民生協、コープ十勝、コープどうとうの組合員代表を含めた「食の安全条例検討委員会」が組織され、具体的な項目にわたる検討・提案活動に取り組んだ。

後日、道からコープさっぽろに「食の安全・安心条例（仮称）骨子案」示され意見交換会が行われ、要望書の大部分の採用が確認された。その後、全支庁で道民との意見交換会が開催され、本年（2005年）早々の道議会で決定される運びとなっている。

8．コープさっぽろ農業賞

北海道の「食の安全」と「持続的な農業」の発展を願い、消費者の目で選ぶ“コープさっぽろ農業賞”を新設した。

消費者が“農”と向き合うことで“食”への思いを生産者と共有し、真摯に農業に携わる生産者を応援する農業大賞、そして消費者が生産者との交流や産地での農業学習や触れ合い体験を絵、写真、作文にして応募戴く農業交流賞の取り組みを進めた。その中で、北海道、札幌市、ホクレン農業協同組合連合会、北海道消費者協会、各種マスコミ等の協力・協賛を得、また農業大賞に「北海道知事賞」、農業交流賞に「札幌市長賞」制定の協力を戴き推進の原動力となった。

初めての試みであったが、農業大賞には農業に対する熱い思いをもった92生産者の応募があり、農業交流賞には451作品の応募があった。また、応募生産者の農産物の取り扱いについて個別に交渉を進めている。

この農業賞の取り組み経験を生かし、今後も道民のより安心できる食と農のある豊かな暮らし実現の一助たるために、北海道経済の基盤である農業を応援していきたいと考えている。

以上、コープさっぽろにおける食の安全・安心に関連する幾つかの取り組みを紹介してきた。繰り返しになるが、コープさっぽろのような消費生活協同組合は主に商品供給事業を通じて組合員の要望に応えようとする事業体であり、流通事業者と消費者組織の両面を併せ持つことから、生産者と消費者のコミュニケーションの橋渡し役として多様なお手伝いが可能な組織である。今後も、この特質を活かした取り組みに努めていきたい。