

## 食物アレルギーに関する食品表示とリスクコミュニケーション

誌名	食品衛生学雑誌
ISSN	00156426
著者	丸井, 英二
巻/号	51巻6号
掲載ページ	p. 393-395
発行年月	2010年12月

農林水産省 農林水産技術会議事務局筑波産学連携支援センター  
Tsukuba Business-Academia Cooperation Support Center, Agriculture, Forestry and Fisheries Research Council  
Secretariat



## 総説

## 食物アレルギーに関する食品表示とリスクコミュニケーション

丸井 英二\*

## The Roles of Food Labeling and Risk Communication in Food Allergy Control

Eiji MARUI

Department of Public Health, Juntendo University School of Medicine:  
Hongo 2-1-1, Bunkyo-ku, Tokyo 113-8421, Japan**Key words:** 食物アレルギー food allergy; 食品表示 food labeling; リスクコミュニケーション risk communication; リスク認知 risk perception

## はじめに

食品衛生の衛生管理においては品質の優れた食品を生産し、保存し、流通、販売することが重要なことであった。またリスク分析の枠組みにおいて、リスクの概念は「ハザード（危害要因）」と「確率」との積で表される。すると、食品衛生においてはハザード（危害要因）を小さくすることが衛生管理として重要であると考えられてきたことになる。生産の場での管理はより安全かつおいしいものを提供するために清潔な工場で清潔な工程を維持することが大事なことであった。

しかし、近年になって著しく注目を浴びるようになった「食物アレルギー」の問題を契機として、問題はそれだけでは片付かないことが明らかになってきた。すなわち、モノの管理だけでは食品衛生を全うすることができないという認識が必要になってきたのである。その結果、食品衛生はモノとヒトとの関係を前提として考えられなくてはならなくなっている。本稿では、そうした状況の変化を食品表示との関連で考えていきたい。

## 食は安全なのか？

歴史上、「食べること」は常にリスクを伴う行為だった。その理由は簡単である。あらゆる食べものはヒトにとって外部からの異物であり、有害である可能性を持っているからである。太古の人びとにとっては、毒のある食べ物とそうでないモノとを区別し、選択することは、自分たちの命をつなぐための、生活の基本となる自然認識であり知識であった。その中で、有毒であったり、そのままでは食することに適さないようなモノではあっても、何とか工夫して、食べることを可能にする技術が開発される。それが調理であり、食品加工であった。

小さく切ること、焼くこと、煮ることなど物理的あるいは化学的処理によって、食物としてようやく摂取可能な形

態とすることができる食物も多かった。例えば、ある種のイモはそのままでは有毒でも、水にさらすことによって無害化し、多様な摂取の仕方ができるようになった。ソテツなどは救荒植物として活用できるようになった。あるいは、自然の食物は変質したり腐ったりする。そこで、肉であれ魚であれ農作物であれ、収穫してから季節を越えて保存するため、あるいは腐敗を避けるために、塩蔵や発酵など各種の保存方法が開発された。本来の食品に添加物を加えることによって長期の保存を可能にしたのである。

調理あるいは加工は、本来、われわれの生存のための有力な、時には必須の手段であった。加工技術が洗練されるとしだいに日常的な食品から独立した新しい食品となり、現代のわれわれが見ているような、さまざまに複合した原材料を用いた加工食品となる。こうして加工食品によって、生産と消費の間の時間が著しく長くなることになった。梅干しのような保存食品、あるいは缶詰のような工業的製品として数年あるいは数十年にわたる保存が可能となった。

時間だけでなく、生産の場から消費の場までの距離が著しく長くなったことは、もうひとつの特徴である。かつては生活の場、消費の場のごく近くで生産されていた食べ物が、現在では遠くの地で集約的に生産されている。本来、季節感が強かった野菜までがそうした工場の生産システムになっている。この範囲は国内にとどまらず、世界的な規模で輸出入の対象となっている。現在ではわが国の食物消費の少なくとも60%が国外からの輸入に頼ることになってしまった。これはBSEによって牛肉が、また鳥インフルエンザによって鶏肉が、それぞれ輸入禁止になることがいかにわが国の食生活を変えてしまうかによってよく分かる。

生鮮食品の場合には外から内容物が容易に類推できる。しかし、「洗練され、包装された」加工食品では何が含まれているかが全く分からなくなってきた。食品表示はこうした歴史的背景と技術背景から必要とされてきた。特に加工食品については、わが国は先駆的に平成14年に食物ア

\* 順天堂大学医学部公衆衛生学教室：〒113-8421 東京都文京区本郷2-1-1

アレルギーを引き起こすようなタンパク質を含んでいる食品についての表示を義務づけることになったのである。

### アレルギー食品の表示

食物アレルギーは「モノ」と「ヒト」とのかかわりで発生する、ということ認識しておくことは大事である。すなわち、多くの人びとにとっては、その食品自体が良いタンパク質栄養源となるのである。決して食品そのものが汚染されたり腐敗したりして、悪いものではない。問題はモノではなく、「誰が食べるか」というヒトの要素が問題となるのである。その点で、かつてのモノを中心に論じられてきた食品衛生の枠を越えた概念であるということになる。

食物アレルギーは、たとえば日本小児アレルギー学会の食物アレルギー委員会によれば「原因食物を摂取した後に免疫学的機序を介して生体にとって不利益な症状（皮膚、粘膜、消化器、アナフィラキシー反応など）が惹起される現象」と定義されている。牛乳を飲んで下痢をすることは日本人に多いが、そうした食物不耐性とは違い、免疫メカニズムが関与している現象であり、ごく微量の摂取でも生じることがある。

また、アレルギー発症に関しては個人差が大きいことも考えておかなければならない。この個人差はアレルギーを起こす食品の「種類」であるとともに、「量的な違い」でもある。それらが社会的問題としてより複雑なものとしている。

アレルギーを引き起こす食品の種類にはヒトによって違いがある。代表的な食品が、平成14年から食品衛生法で表示を義務づけられた「卵、乳、小麦、そば、落花生」である。さらに平成20年には「えび、かに」が加えられて、現在では「卵、乳、小麦、そば、落花生、えび、かに」となっている。その他、18種の原材料（あわび、いか、いくら、オレンジ、キウイフルーツ、牛肉、くるみ、さけ、さば、大豆、鶏肉、豚肉、まつたけ、もも、やまいも、りんご、ゼラチン、バナナ）が厚生労働省からの通知によって表示を推奨されている。これらは、わが国での発症の頻度が高いものや、アナフィラキシーなど発症時に危険が大きい食品が選ばれている。もちろん、食品の選択は絶対的なものではなく、食物アレルギー表示の義務化前の全国調査によって抽出された代表的な品目であるので、これ以外の食品によってもアレルギーを引き起こす個人はいらる。

食物アレルギーはヒトによって種類が違うことに加えて、発症にいたる「量」が微量であり、しかもヒトによってさまざまに異なっていることも難しさを増している。さらには、同一個人についても体調によって発症に至る量は異なっているといわれる。特に運動後には閾値が低くなるために、通常では発症しない量であっても発症することがある。

わが国の法律では、可能性表示(may contain)は認め

ないので、食品中に含まれる特定のタンパク質の検知が必要となり、このための方法(ELIZA法が中心)も開発されている。これによって客観的に特定のタンパク質がどれだけ含まれているかを知ることができる。しかし、これはあくまで測定であって、この値だけに全面的に頼って判断することは適切ではない。原材料の由来そのものがどのようなになっているのか知ることも必要で、生産過程では確認していかなければならない。

食物アレルギーの治療はさまざまに試みられているが、何がアレルゲンなのかを特定することができさえすれば、除去食や代替食品を利用することが可能となる。そのような意味で、今のところ最も一般的なのは食事療法ということになっている。これは治療とはいっても結局のところ、危ないものを避けるという「予防」そのものであって、そのためにもどのような原材料が入っているかを提示する「食品表示」は、予防のための有力な手段ということになる。

### 食品表示とリスクの考え方

もちろん、食品表示は食品アレルギーの予防のためだけではない。食品表示は一括表示という法的に規制された義務表示部分と、強調表示ともいわれる任意表示の部分からなっており、商品としての食品の品質などを消費者に訴える機能を持っている。加工食品に表示を義務づけられている一括表示欄は、「JAS法」「食品衛生法」そして「不当景品類及び不当表示防止法(景表法)」によって法的に規制されている。JAS法は「消費者の選択に資するための表示」、食品衛生法は「公衆衛生の見地における表示」、不当景品類及び不当表示防止法では「公正な競争を確保するための表示」と、それぞれの表示の目的は異なっていて、別の立場から照明を当ててかげりのないようにして補い合っているということもできる。現在では平成21年9月に消費者庁が設立されて、これら食品表示については一元的に管理されている。

食品表示はリスクコミュニケーションのためのツールとしては入り口に相当する。まずは表示を見て、それからさらに何が情報として必要かを考えるのが消費者の自然な意識の流れであろう。

食に関していわれるリスクの本体は何だろうか。リスク分析の枠組みでは、ハザードの大きさとそれが起きる確率の積として得られる統計学的な意味での期待値とされている。例えば、食品安全委員会でのリスク評価はそのとおりである。

しかし、確率にも2つの考え方がある。教科書で出てくる統計学的確率のほかに、確率論的にはもうひとつの帰納的確率(論理的確率ともいう)がある。これは主観的確率ということもできる。

統計学的(経験的)確率とは一般的に統計学で定義されている確率である。すなわち、多くの試行の中で現実にとれくらいの割合で発現するか、ということが確認できる確

率である。もう一方の論理的確率は、ある特定のひとつの出来事がどれくらいの見込みで起きるか、を示している。食品安全委員会は科学的にリスク評価を行うので、そこで用いられる確率は統計学的確率である。そして、ハザードと確率から得られる期待値としてのリスクは客観的に科学的結論として公表される。

しかし、一般の人びとは必ずしもそのような認知をするとは限らない。統計学的確率を前提としてリスクを考えているだろうか。世の中には多数にわたる試行が可能であって、しかも実証できることばかりではない。原子力発電所で事故が起きる確率というとき、それは多数の試行のうち1回とはなりえない。むしろ、個々の出来事は一度限りであり、その生起に関してはどれほど統計学的確率が低くとも、その中の1回が起きればそれですべては終わりである。ある意味では、どれほど低くとも確率がゼロでなければそれは起こると期待（予期）されるのであり、当事者にとって、それは「起きる」ということと同等なのである。確率への人びとのこうした感覚が、一般の人びとのリスク認知を構成しているのである。

専門家は、素人は不確実性とリスクとを混同しているというかもしれない。しかし現実には、科学的根拠に基づくリスク評価と、一般の人びとのリスク認知の差異となって現れる。こうして、立場によってリスクの本体が異なって見えることになる。

別の見方をすれば、集団における客観的な確率と、個人にとっての確率とは意味合いが異なるということでもある。これは、手術の成功確率のようなものである。医師は一般的あるいは事故の数多くの経験から統計学的確率を語り、一方、患者は自分にとっての1回きりしかない事態について主観的確率を描くのである。自分にとって病気がどれほどの意味を持つかにもかかわっているために、ある患者にとって5%の確率は賭けるに値するが、別の人にとっては80%であっても避けたいかもしれない。そこには科学的な基準や評価は介在することはほとんどない。

このように、集団としての確率論議は、時として個人に

とっては無意味である。99%の安全は1%の人びとの被害を前提として99%の人びとに危害が及ばずに済むということの意味しているからである。少数の人々のリスクは、同時に多数の人びとにとってのベネフィットであったりするのである。これは食物アレルギーの場合にも似たような経験となる。

#### 食品表示とコミュニケーション

こうした科学的確率に基づいて得られた食品安全委員会のリスク評価を本当に一般の人びとがそのままに了解するだろうか。おそらくは客観的確率と主観的確率との間の認識のギャップはとても大きく、ほとんど理解不能であろう。にもかかわらず、一定の手続き、あるいは政策的アクションが必要になる。そのためにリスクコミュニケーションが必要となる。

リスクコミュニケーションは、巷間、安易に言われるようなリスク評価とリスク管理にかかわる人びとや組織の間の情報交換と理解促進の役割だけではなさそうである。現在、筆者は前項の確率や不確実性についての認識の違いがあることをそれぞれの立場で互いに了解し、そのうえで、どのような解法を探るかという時間のかかる面倒くさいプロセスが、リスクコミュニケーションにおける最も重要な課題なのではないかと考えている。再び言えば、その糸口が食品表示に求められているのである。

特に食物アレルギーに関しては、たとえ少数であっても発症する人々がいることを想定して、多数の人びとにとってはよいタンパク質源であるにもかかわらず、一部の人びとにとっては大きなハザードとなることを考慮していく必要がある。モノだけに注目する食品衛生から、ヒト（消費者）を見つめる食品衛生に大きく転換する契機が、食物アレルギー問題によって与えられたというべきである。適切な食品表示はアレルギーを含めて、食品を提供する側と消費する側とを結びつけるコミュニケーションの情報窓口として重要な役割を果たしている。