

消費者の食品の安全性意識について

昨今、BSEを始め野菜・海産物など食品に関する安全性の信頼が揺らいできている。

毎日、新聞紙上の謝罪・回収告知は枚挙の暇も無い。

規制緩和の名の下に競争社会が進む一方で企業の社会的責任が問われている。消費者は自己の健康を確保するために、商品購入の目安を大きな企業・名の通った企業・価格が高ければ安心だと思ってきた。しかし、最近ではそれさえも信用できなくなるような不祥事が多々起きている。

なぜ起きるのか？社会の仕組みを根本から変える時では無いかとさえ思えてくる。

製造物責任法・規制緩和施行以来、問題が起きると対策委員会を立ち上げるが、今後は行政がもう少し事前チェックを厳しく行い未然防止に力を入れるべきではなかろうか。

食の安全・安心に関する法的違反に対する一般消費者は行政の罰則が甘いという認識を持っている。

競争社会と言うならば、大・小に関わらず厳しくスピーディーに対処してもらいたい。

さて、

平成17年5月食品安全委員会が「食の安全性に関する意識調査等について」平成18年11月に「食に関するリスクコミュニケーションの改善に向けて」の調査・議論が公表されているが、

平成19年3月に日本ヒープ協議会の分科会で発表された、「食に関する調査」を提供する。

ヒープの所属する各企業は消費者の食の安全・安心の意識調査から企業が直面している生活者と企業とのズレを埋めるべく企業活動の中で消費者・生活者とのコミュニケーションを図りながら、更なる「食の安全性」についての情報提供のあり方を検討課題としている。

公的調査との類似も含めて、そのアンケート結果を提示したい。

* 日本ヒープ協議会とは

企業の消費者関連部門で働く女性を中心に、生活者と企業のパイプ役としてより良い仕事をするために、その能力向上を目的に1978年に設立された。消費者意識の高まりと共に企業の顧客満足に対して真剣な取り組みを行う中、生活

者と企業を結ぶ役割を果たしている。

また、食品・化学・家電・流通等さまざまな企業における消費者対応・消費者教育・商品開発・広報などの多様な業務に携わる女性たちが集い、異業種交流の特徴を活かしながら情報や意見交換を行っている。

「働く女性の暮らしの調査」を中心に食に関する調査も行っている。