



Title	论议如何构建中国食品的风险沟通：以中国速冻饺子中毒事件为例考证食品安全性与消费者安心感和信任感之间的关系
Author(s)	金, 晶; 三好, 惠真子
Citation	大阪大学中国文化フォーラム・ディスカッションペーパー. 2010, 2010-9, p. 1-12
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/14016
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka



**Osaka University
Forum on China**

Discussion
Papers
in
Contemporary
China
Studies

No.2010-9

论议如何构建中国食品的风险沟通

—— 以中国速冻饺子中毒事件为例考证食品安全性
与消费者安心感和信任感之间的关系 ——

三好 惠真子（金晶 译）

论议如何构建中国食品的风险沟通^{*}

以中国速冻饺子中毒事件为例考证食品安全性
与消费者安心感和信任感之间的关系

2010年3月30日

三好 惠真子[†]（金晶 译[‡]）

^{*} 本稿件是将2009年8月在大阪举行的第三届“现代中国社会变动与东亚新格局”国际学术讨论会上提交的论文进行修改后，译成的中文版。在大阪大学中国文化论坛讨论文件2009年第4期（10月15日）有本稿件的英文版和日本版。

[†] 大阪大学大学院人间科学研究科准教授(emako@hus.osaka-u.ac.jp)

[‡] 大阪大学2008级博士生

绪 论

据报道，2004 年日中贸易总额超过了历来稳坐头把交椅的日美贸易总额，这个事实表明中国已上升为日本最重要的贸易伙伴，未来日中两国关系的重要性勿容置疑。另一方面，正如中国对日出口蔬菜频现残留农药超标的情况等涉及食品安全等问题所示，与两国经济关系的进展程度相比，在政治、外交、文化及民间交流等领域尚存在众多悬而未决的课题。

特别是 2008 年 1 月末发生的中国速冻饺子中毒事件，其受害规模之大，调查原因时暴露出的日中两国政府合作关系之脆弱，再加之政府及企业处理手段的不恰当等诸种因素无疑助长了日本消费者对食品的不信任度与不安感。此事件发生后，日本出现民众受害情绪过敏的情况，也让人们痛感日本“食品对外依赖程度”（在蔬菜及速冻食品方面尤其依赖于中国）之高的现实。因此，此事件后，一些消费者和企业均对中国食品敬而远之，改向购买“国货”以求“放心”，但是食品自给率只有 40% 而必须大量依靠进口食品的这种结构绝非一朝一夕即可改观，当今涉及日本食品安全性的任何设想若抛开中国不谈完全是纸上谈兵，这是一个不争的事实。

本稿主要以上述中国速冻饺子中毒事件暴露出来的诸多问题为着眼点，用风险认知分析方法来探讨中国食品的安全性及导致消费者不安的原因及其结构，通过思考研究应如何认真应对今后的中国食品乃至中国关系，针对加深日中两国的相互理解、尊重及交流进而达到消除双方摩擦的沟通关系的方略进行探讨。

I. 中国进口农产品急剧增加的现状

图 1 为日本国内从中国进口蔬菜的金额及市场占有率的统计数据 [据财务省]，通过此表，我们可以了解到 1990 年代后中国蔬菜进口量急剧增加的情况。

蔬菜本属于较难引进机械化生产而需要大量人手的“劳动集约型”产品，对此，拥有大量剩余劳动力而工薪较低的中国在劳动成本方面占有较强的优势 [大島，2003 & 2007；坂爪等，2006；食の科学編集部，2006；菊池，2008]。另外一个较重要的条件就是受地理因素影响的运输成本方面，中国比蔬菜出口的先行者——美国更占优势，并且由于中国国土面积幅员辽阔，可以建成面向日本市场全年供应蔬菜的生产体系 [大島，2003 & 2007；坂爪等，2006；食の科学編集部，2006；菊池，2008]。

1990 年代后中国农产品进口急剧增加与以下三点因素的相乘效果有关：①国际因素（中国加入 WTO）；②中方因素（农产品政策与鼓励扩大企业出口）；③日方因素（日本企业推行的海外开发后进口的投资战略）。

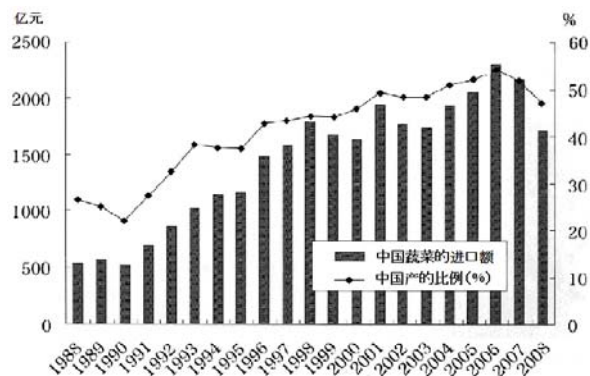


图 1 日本国内的中国产蔬菜其进口金额及市场占有率
(作者据『財務貿易統計』制成)

随着中国加入 WTO，政府增加了数种农产品的进口配额并鼓励生产具有竞争力的蔬菜及水果。为了配合“改善农民收入停滞不前”、“为剩余农产品找销路”、“确保有益的换茬作物”等政策，中国政府必然会在农产品出口方面下大力气。另外，加入 WTO 后，除国有贸易企业外，其他民企也可以直接出口，这种管理制度上的变化也无疑为中国农产品出口的增长起到了推波助澜的效果。[坂爪等，2006；食の科学編集部，2006；大島，2007；菊池，2008]。其次，日系商社为迎合日本消费者的喜好而积极开展“开发进口”¹投资战略，带动了中国农产品的出口。

这 10 年间，日中两国之间的农产品供需关系以蔬菜为中心迅速扩大而变得密切起来。一方面日本消费者追求新鲜且价廉的食品，日系食品企业则无论是生产据点还是销售市场都需要中国；而另一方面中国在扩大及维持就业机会、技术能力和商品开发能力等诸方面对日本企业也存有期待，日中两国间的“互惠关系”迅速合拢。

II. 中国产速冻饺子中毒事件导致消费者丧失安心感和信任感

1) 对日中两国政府及日本企业对待事件的分析

笔者对中国产速冻饺子中毒事件发生后日中两国政府及日本企业对该事件的反应和处理情况利用网络进行了信息搜集 [厚生劳动省；读卖 on line；中华人民共和国驻日本大使馆；中国国际广播电台]，并对此进行了比较分析（表 1）。

由于中国企业公开的信息极为有限²，难于对此进行比较

表 1 对中国产速冻饺子中毒事件日中两国政府及日本企业的反应

	中国政府的反应	日本政府的反应	日本企业的反应
2008 年			
1 月	<ul style="list-style-type: none"> · 中止商品的生产 and 出口 · 请求日本方面提供信息予以协助 · 督促进口商进行自主回收 · 开始检查 	<ul style="list-style-type: none"> · 向各都道府县提供信息 · 要求进口商中止相关产品的销售 · 要求检疫所指令对相关商品暂缓进口 	<ul style="list-style-type: none"> · JT 向记者宣布进行自主回收 · JT 在 50 余种报纸上登载公司声明 · JT 对回收品施行随时检查
2 月	<ul style="list-style-type: none"> · 安排专家及调查团赴日，进行协商及调查 · 专家及警察对工厂进行调查 · 否认杀虫剂是在中国境内混入 	<ul style="list-style-type: none"> · 派调查团赴天津食品工厂 · 称毒物在中国混入的可能性较高 · 通知检疫所对进口加工食品应采取的对策 · 制定安全确保强化对策 · 向保健所、医疗机构通知需改善的事项 	<ul style="list-style-type: none"> · JT 通过电视广告宣布通告 · JT 开始着手实地调查
3 月	<ul style="list-style-type: none"> · 声明将于年内制定食品安全法 · 为维护出口产品质量及制定安全体制，召开对日出口食品质量安全研究会 		<ul style="list-style-type: none"> · JT 发表今后的对策（管理及强化体制，充实）
4 月	<ul style="list-style-type: none"> · 公布食品安全法草案 	<ul style="list-style-type: none"> · 对食品卫生法及相关指导大纲进行修订 	<ul style="list-style-type: none"> · 生协宣布品质管理强化方针
5 月	<p>在日中首脑会议上双方就强化检查合作方针达成一致</p>		
6 月		<ul style="list-style-type: none"> · 制定进口加工食品自主管理相关指导方针 · 举办面向进口商的说明会 	<ul style="list-style-type: none"> · 生协设置食品安全管理部门
7 月		<ul style="list-style-type: none"> · 6 月份发生国内中毒事件，修改学校供餐的卫生管理基准 	<ul style="list-style-type: none"> · 生协举办以职员为对象的学习会
8 月	<ul style="list-style-type: none"> · 日中确认了共同携手弄清事实的方针 · 宣布毒品有在中国国内混入的可能性 	<ul style="list-style-type: none"> · 将在中国国内混入的事实推迟公布 	<ul style="list-style-type: none"> · 公布重构品质保证体制计划
2009 年			
1 月	<ul style="list-style-type: none"> · 悬赏征求投毒犯相关信息 		

* 笔者据 [厚生劳动省；读卖 on line；中华人民共和国驻日本大使馆；中国国际广播电台] 制成

¹ 企业制定符合本国市场特点的商品材料、品质及加工方法等规格标准，依此在国外组织生产和委托加工后，再进口最终成品。

² 一般认为原因是中国政府在事件发生后立刻对天洋食品厂员工实行封口令并为了防止出现指责中国的报道而实施消息封锁。

研究，而日本企业方面我们则可知 JT 和生协均推出了彻底回收和强化管理体制的应对措施。

在此值得关注的是，在该事件发生后的较早阶段，日中两国政府声称将会互相合作并共同调查事件原因（2月），然而，随着调查的深入，日本政府声称“有毒物质在中国境内被混入的可能性较高”，而中国政府则持相反意见，表示“不存在在中国国内混入的可能性”。并且，自从2月份德岛生协出售的天洋食品速冻饺子包装袋上检查出的有毒物质断定系该店使用的杀虫剂污染该事实公布后，中国方面更主张“问题饺子的原因也在于日本”，两国在谋求达成一致的协议原则上渐行渐远。

在5月及8月召开的高层外交会议上，日中两国政府虽均宣称会加强合作，但实际上双方在该事件原因的认识上的隔阂却日益扩大。这种双方政府见解上的对立，反倒助长了两国媒体及民众之间的不信任感，日本网站上批评中国的声调呼声也日益高涨。

其后，中国国内在6月份也出现了饺子中毒事件，对此，中国政府在8月份承认了导致中毒的物质是在“中国境内被混入”这一事实，由于日本政府推迟近一个月才对外公布，更加剧了日本民众的不信任感。

笔者通过调查得知：在此期间，日中两国政府及日本企业在网上详细公布了针对强化食品安全举措的相关信息。但是，如像报纸及电视这些贴近生活的媒体对手这些内容却几乎没有报道，可见如果消费者不主动要求的话，有助于“放心”消费的可靠信息很难传播。

2) 新闻报道对消费者安心及信赖感的影响力

图2为每日新闻出版的《日刊每日新闻》的早报与晚报在该事件发生前后对中国食品及农产品相关内容的各月报道数量的变化情况。

本次中毒事件发生于2008年1月30日，进入下月即2月份，相关报道充斥纸面，竟达到了197条之多，但3月份以后随着受害报告的减少其数量也随之剧减。

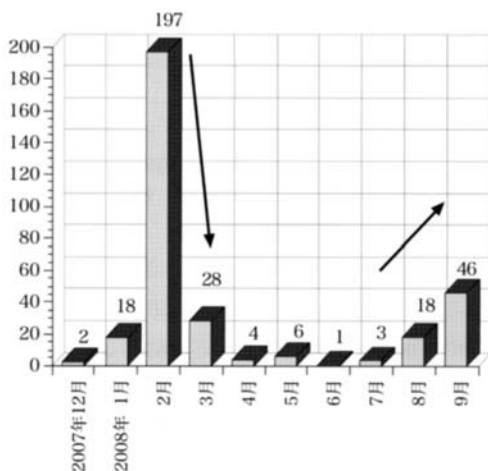


图2 有关中国产食品及农产品的报道数量

(作者据 [日刊每日新闻, 2008/1~2009/1] 制成)

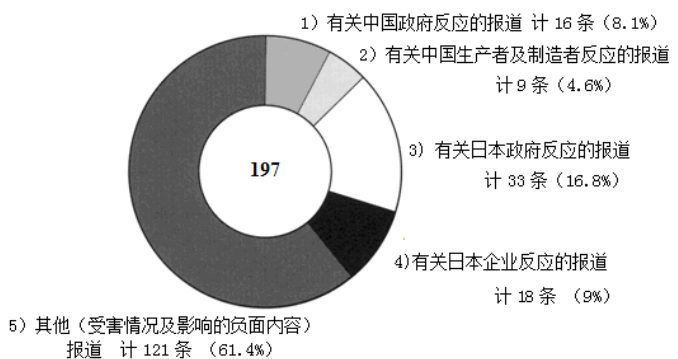


图3 2008年2月媒体炒作期间的相关报道(197条)内容

(作者据 [日刊每日新闻, 2008/1~2009/1] 制成)

接下来，笔者对2008年2月媒体炒作期间的197件报道内容进行了分析，其结果如图3所示可分为五大类：①中国政府相关反应的报道；②中国生产者及制造者的相关反应的报道；③日本企业相关反应的报道；④日本政府相关反应的报告；⑤其他相关报道（受害情况及所

受影响的报道，即与消费者的不安心理与不信任感有关的内容)³。

如图 3 清晰所示：加剧消费者不安感和不信任感的第⑤种消极性报道占总数的 60% 以上，而关于中国方面的第①及第②种报道仅占总体的 10% 多一点。

3) 本事件对日本的中国产食品消费动向的影响

图 4 所示为按月份排列的 2005 年到 2008 年间中国产食品的进口金额变化（据财务省），只有在该事件发生的 2008 年出现了不同以往的变化，即该事件发生后的 3 月份起进口金额急剧下降，其后并未有所回升，进口金额同比大幅下跌，曲线呈陡峭走势。这种金额上的变化，笔者认为受本事件影响，日中两国政府分别采取的禁止进出口和禁止出口措施及企业开始疏远对中国食品等原因所导致，而并不能说直接反映了

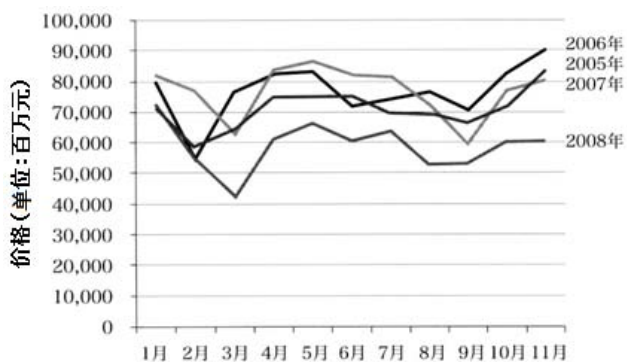


图 4 按月份排列的 2005 年到 2008 年间中国产食品的进口金额变化（作者据『財務貿易統計』制成）

了消费者的购物行为和意向。但是，企业及政府之所以采取了如此应对方法也出于对消费者所持需求的考虑，中国食品进口金额的长期低迷也可谓如实反映了消费者的购买行为和意识。也就是说该事件对于日本消费者而言并非一时性的问题，而是对每个人的消费行为产生长期深远影响并带来巨大冲击的问题。

另外，对比该事件发生后的一个半月内日本大型超市其速冻食品销售量的变化，我们可以观察到随着时间上 1 周、2 周、3 周的推移⁴，销售量也逐渐缓慢回升。

根据流通体系开发中心的调查结果表明，10 家公司的速冻食品销售额在 2008 年 5 月已恢复到了去年同比的 90%。但是，销售额的回升是日本国产及其它国家的产品取替中国产品牵引所致，消费者对中国的食品退避三舍的情况依然如旧。

综上所述，此次事件的起因是中国境内的人为混入，对此日中两国政府均持相同看法。通常情况下，日本消费者只需避购天洋食品厂生产的速冻饺子即可，但事实上却是日本消费者拒绝“所有的中国食品”，甚至对“中国本身”心存疑虑表现出极大的不信任，若究其原因则可举出日中两国政府因见解不同影响合作态度及对此事件两国媒体在报道上偏于互相指责等问题。虽然中日两国经贸关系日益紧密，但若通观日本内阁府实施的“对中国好感度调查”的结果，不难发现其好感度已出现年年递减的情况，而在该事件发生的 2008 年更以 31.8% 创下历史最低点（据内阁府）。这与其说是中国速冻饺子事件导致对中好感度的下跌，不如说是对中好感度的潜在性下降趋势加剧了该事件的复杂性。

³ 此处虽然设定为 5 种类别，但 1 项报道的内容包括数种类别的情况也的确存在。由此，该分类虽为包括笔者在内的 5 个人的讨论结果，但最终分类结果仍不可避免地存在笔者的若干主观判断。

⁴ 据 2008 年 3 月 26 日每日新闻朝刊报道「大手スーパー 10 社の冷凍食品の売れ行き（流通システム開発センター調べ）」

III. 中国食品的安全性问题及构建安全感与信赖感的风险沟通制度的探讨

1) 中国国内食品的安全性与出口农产品的安全对策

中国政府为解决接连发生的食品公害问题，于1992年成立了中国绿色食品发展中心，开始致力于“绿色食品”⁵的普及事业[菊池，2007；蔦谷，2003]。并且在2001年，政府将北京市、天津市、上海市、深圳市设为试点城市来实施“无公害食品行动计划”，对产地及批发市场、零售市场、屠宰场等场所进行残留农药及抗生物质的样品调查，并指示在全国范围内推广此项计划[坂爪等，2006；食の科学編集部，2006]。“无公害食品行动计划”为在8-10年间内实现主要农产品在生产和消费环节的无公害化，为此将实现低农药及低化学肥料的农产品生产和流通为基本目标。换言之，该计划旨在通过强化对产地及市场的监督检查以及加强产品从农场出货后直至餐桌的流程跟踪及管理，来确保农产品的品质和安全性，并且在保障消费者健康的同时，通过改善农业生产构造及强化农产品在市场上的竞争力进而得以确保生产者的利益和提高其收入水平。“有机食品”及“绿色食品”属于推广性食品，而“无公害食品”则作为未来的农业标准，属于具有强制性的监管对象。

另一方面，对中国而言提高出口食品品质是优先课题之一，为此正在完善比本国消费管理标准还要严格的出口管理体系⁶[菊池，2007]。如对专供出口产品，政府的安全负责人亲赴产地指导以及在种植方面将容易残留农药的叶菜类转换为不易残留农药的根茎类等。政府于2002年8月出台了《进出口蔬菜检验检疫管理办法》⁷，对出口蔬菜基地事先予以登记，加大了管理力度。检查部门采取随机抽样检查方法严格规范出口食品的检疫工作。并且相关部门将多家出口企业统一归口到业界组织并对其进行行政指导，为防止发

表2 日本销售的进口冷冻食品其五个最主要生产国的检疫不合格率*

不合格率高低顺序 (进口量高低顺序)	国名	检疫 件数	不合格 件数	不合格率 (%)
第1位(第5位)	越南	274	9	3.28
第2位(第2位)	泰国	417	3	0.72
第3位(第4位)	美国	165	1	0.61
第4位(第1位)	中国	5226	10	0.19
第5位(第3位)	澳大利亚	50	0	0

生在零散农地擅自种植农产品的行为，集中农地推行规模化经营，加强对农药和生产的管

理。另外，2003年1月开始适用国际标准手法 traceability (生产履历管理)，要求出口企业在出口时必须在相关标签上标明该农场的登记号，对没有登记的企业则要求每笔出口须

表3 日本销售的中国产冷冻食品的检疫不合格率*

年	检疫件数	不合格件数	不合格率(%)
2004	7610	31	0.41
2005	7129	25	0.35
2006	5926	29	0.49
2007	5226	10	0.19

* 作者据厚生劳动省『輸入食品監視統計』制成

⁵ 以崇尚健康为宗旨的农产品和食物的总称。其认证基准比日本有机农产品略为宽松，凡是附有该标记的农产品及食品一般被认证为安全产品。

⁶ 对于2002年以后发生的农药残留事件，中国政府在各行政部门间的协作和制度方面均加以完善。具体表现在 农药、肥料的生产、出售、使用及废弃的相关管理规定。植物病虫害的鉴定、科普及控制。农产品原产地检查检疫制。农产品残留农药相关基准的制定等。

⁷ 2002年8月颁布，全文由第1章：总则(共4条)、第2章：进口检验检疫(共5条)、第3章：出口检验检疫(共10条)、第4章：监督管理(共6条)、第5章：附则(共4条)所构成。并有附件《出口蔬菜栽培基地登录管理细则》。

接受检疫局的严格检查 [菊池, 2007]。

表 2 及表 3 分别表示 2007 年进口速冻食品的检疫不合格率及过去几年内中国产速冻食品的检疫不合格率的推移 [据厚生劳动省『輸入食品監視統計』]。与其它国家相比, 中国产速冻食品的检疫不合格件数的确较多, 但总体的检疫不合格率仅为 0.19%, 比美国还要低。并且从表 3 中我们可以看到中国速冻食品的检疫不合格率实际上年年都在递减。

以上论证清晰的表明: 中国国内的安全意识近年来急速提升, 特别对出口农产品的安全管理尤为彻底, 即使从检疫不合格率等方面来看, 中国食品的安全性已经得到了科学上的证明。

2) 对中国食品不安及不信任感构造中的双重过程理论

风险分析是针对化学物质、食品、环境危险物质、劳动环境等方面的安全性进行分析和评估时的一个十分重要的概念, 它包含风险评价、风险管理、风险沟通共三个重要因素, 三个因素之间存在互动关系。食品风险分析的发展过程主要经历了以下几个阶段, 首先是 FAO(世界粮农组织)和 WHO(世界卫生组织)成立了国际食品规格委员会 (Codex Alimentarius Commission), 促进了食品规格 (Codex Alimentarius Codex) 的规范化, 并于 1995 对食品安全性的科学性概念性框架即“风险分析”, 对其大力推广, 以期实现食品规格劝告 [FAO/WHO, 1995]。由于日本对 2001 年 BSE 感染牛事件行政处理的不得当, 以及翌年发生的残留农药超标问题等诸多事件的影响, 2003 年于内阁府内设立了食品安全委员会。该委员会除了承担与食品风险评价相关的风险沟通业务之外, 还负责对相关行政机关分管的风险管理业务进行风险沟通方面的调整 (内阁府食品安全委员会报告书 2004)。

因此, 有人指出在危机研究领域“沟通”之所以受重视是因为, 危机管理虽是提高未来安全系数之举, 但促使其运作起来的原因在于“不安”和“担心”这些“心理状态”。围绕食品安全性的问题上, 当前专家与市民之间之所以必然会产生摩擦, 其原因就在于由心理原因而产生的“虽然安全却还不能放心”的这种社会构造 [中谷内, 2003 & 2008]。

图 5 为危机认知学领域中的双重过程理论之一的“精细化预想模式” [中谷内, 2008]。此图表明, 在个人参与的事件中, ①是否存在处理信息的动机; ②是否具有能详细处理该信息的能力导致信息处理的路径也有所不同。也就是说, 对于个人而言, 当动机与能力两者兼备时, 处理过程首先经由“中心路径”, 然后将对方意见及信息内容充分予以斟酌, 并在对所提示论据深思熟虑的基础上, 个人意见才得以形成。但是, 如果动机或能力二者中任何一者低下的话, 就会经由“周边路径”来推进处理过程, 此种情况下, 是否接受对方见解受到传播信息及意见一方的“可信赖度”及“魅力 (专业性) 的高低”等边缘信息线索的左右, 而对于与内容相关的信息则不能充分加以思考。

对照上述的双重过程理论, 在今天这样高度专业化并且有着高度外部依存性的“分工型社会”里, 无论在透彻理解问题本质的基础上进行判断这样的动机如何强大, 人们由于缺乏本专业外的知识及能力, 难免陷入不得不凭借“可信赖度”这样的线索, 经由周边路径进行简单的处理来判断是否安全的该种倾向之中 [中谷内, 2008]。

风险管理及风险沟通中常常可见重视人们理智一面的倾向。同时, 人们也意识到应该对

为建立信赖感而营造出的双方关系中感情的一面予以充分的考虑。并且，判断能否接受他人意见时由“看起来是否可以予以信任”来决定，这与根据专业能力来判断实际情况中的“是否值得信任”是不尽相同的，我们必须加以注意。

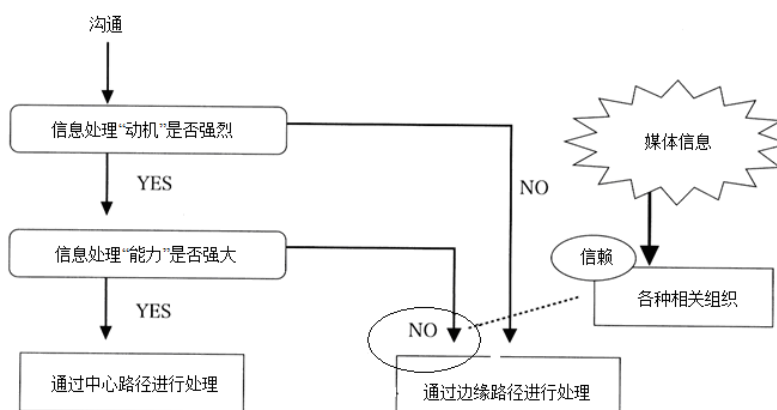


图5 精细化预想模式概念图及由于媒体信息及对风险管理机构的信任所带来的影响（作者在 [中谷内, 2008] 的基础上补充了由媒体信息而带来的影响而制成）

在本事件中，民众无法直接通晓当事方的日中政府及企业的内情，而倾向于由于偏信媒体信息，其结果在煽动不信任情绪的信息炒作面前容易丧失判断能力，导致相互间的信任感的崩溃，甚至对经济和政治层面都带来了极大的影响。

在具有高度外部依存性的社会里，人们能否建立起对他人的信赖感，取决于如下三点重要条件：反映对方所具风险管理能力的“能力”条件（Competency），反映对风险管理的姿态的“动机”条件（Motivation）以及人们认同风险管理者和自己持有相同价值观时的③“主要价值类似性（Salient Value Similarity）”条件⁸ [中谷内, 2008; Cvetkovich & Nakayachi, 2008]。

由此，本研究为了探究日本的消费者对中国食品持否定概念并敬而远之的倾向背后隐藏的原因，在参考了以往研究成果 [中谷内等, 2008] 的基础上，就人们对中国速冻食品的“关注”程度及其对各有关部门的“信任度”和导致该结果的“价值类似性评价”、“能力评价”、“动机（公正性）评价”进行了分析，其结果如下。

表4 信赖感能否建立的三个重要评价因素

	风险管理能力*	风险管理的姿态*	主要价值类似性** (Salient Value Similarity)
心理学用语	能力 (Competency)	动机 (Motivation)	
具体项目	专业知识 专业技术 经验 资格	认真、守约、热诚、公正中立、客观、始终如一、诚恳、透明、诚实、顾及对方、体谅对方	能感受到风险管理者和自己持有相同价值观

* 传统的信任模式的评价要素

** SVS 模式的评价要素

作者据 [中谷内, 2008; Cvetkovich & Nakayachi, 2008] 而制成

3) 对中国食品可信赖度的管理分析

笔者为分析人们对中国速冻食品的“关注”程度和对各有关部门（中国政府、中国生产者·出口商、日本政府、日本进口商）的“信任度”以及导致该结果的详细原因，实施了问卷调查。调查对象为大阪大学的 80 名学生。问卷内容依据以往研究成果 [中谷内等人, 2008] 而制定。

对各问题中涉及的内容整理如下：

⁸ 美国西华盛顿大学的 Cvetkovich 等人特别提倡将“主要价值类似性模式”作为对风险管理者的信赖的说明方法 [Cvetkovich & Lofstedt, 1999]。

- 问题：对中国速冻食品的“关注程度”。
- 问题：对各部门的“信任度”。
- 问题：对各部门的“价值类似型评价”。
- 问题：对各部门的“能力评价”。
- 问题：对各部门的“动机（公正度）评价”。

其中问题③~⑤为能否对他人建立“信赖感”的重要原因。

首先问题①的平均值为 4 以上，也就是说 90% 以上的人都属于对中国速冻食品非常关注的这一组，本文不采用关注度的高低对信任度产生影响的这种分析方法。

问题②的信任度高低的比较结果为日本政府（3.8）>日本进口商（2.7）>中国政府（2.3）>中国的制造者与出口企业（2.0），此结果与 II.2）所示的 2008 年 2 月相关新闻报道中各专题的数量排序（日本政府（33）>日本企业（16）>中国政府（16）>中国的制造者与出口企业（9））相同，这表明媒体信息量的多寡可能直接体现在人们信任度高低上。

对问题③~⑤反映出的影响信赖度高低的因素进行分析，其结果如图 6 所示。对各部门信赖度高低产生影响的因素存在明显的差异。也就是说，当消费者认为中国政府与自己持同等价值观时对其信赖度最高，其次，公正度也会对信任度产生影响，而其能力的高低与可信任度的关联最低。当消费者感到中国的制造者和出口商与自己持同等价值观或公正度较高时对其信赖感略高，与上一项相同的是，其能力高低与可信赖度的关联性也很低。另一方面，当对象为日本政府时，消费者感到其与自己持同等价值观时对其信赖度很高，此点与上述两项相同，而不同的是，其能力高低与信任度高低的关系紧密，但其公正程度却与可信任度关联性最低。这表明日本政府的安全对策在某种程度上已深入人心，其能力之强弱已为人所知。而日本的进口商的情况则与上述三者不同，公正性与信任度的关系最为紧密，其次为价值类似性评价和能力评价。由此，我们不难理解为什么在日本以往发生的食品充假事件中，缺乏公正性的企业行为就会瞬间失去消费者的信赖，甚至导致企业经营陷入困境该种局面的发生。

由上可知，由于人们对各部门的信赖度受媒体信息量的影响，媒体在传播信息之时应注意提高自身责任意识，而更为重要的是，作为信息接受方的消费者也应该具备一定程度的信息过滤能力。并且，虽然导致对各相关组织信任度高低的因素各不相同，但提高价值类似性这样的行为依然具有效力，其公正与否也是重要原因之一。

由此，本文的结论再次印证了如下结论，即：能否构筑一个让相关人员能够共享信息资源、尊重对方立场、并可以加深相互理解的风险沟通的场所决定了今后风险管理的成败。并

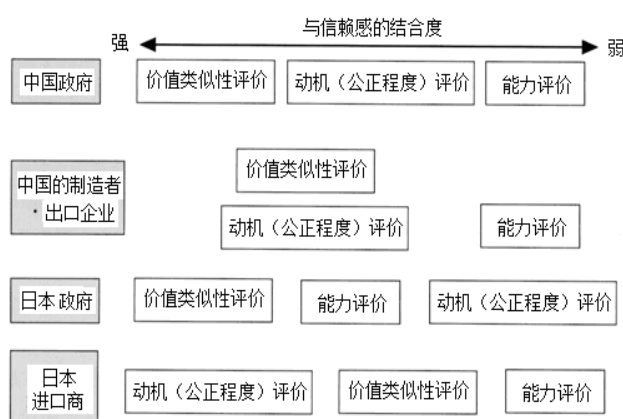


图 6 对中国产速冻食品信任调查的概念图

且科学的风险评价若想赢得信任，就难免引发其与考察作为科学责任的延长线上的、即意识决策时的政治责任这一现状的矛盾。换言之，从事风险管理的部门除了提高确保安全性的能力之外，也应重视如何构筑人与人之间的“安心”与“信任”关系的方策。

结 语

本稿聚焦于中国速冻饺子中毒事件后日本消费者的放心感和信赖感趋于崩溃的过程展开了论述，提示了受媒体负面信息的巨大影响，日本民众甚至对“中国”本身都产生了抵触情绪的事实。对此，本稿亦指出，对于今日的日本而言，中国是最大的贸易伙伴，在蔬菜进出口方面也存在着“互惠关系”，另外中国国内的食物安全性意识也在有所增强，特别是对于出口农产品的安全管理十分重视，目前检疫不合格率也一直保持在比其他国家低的水平之内。

因此，今后日中两国关系中最应受重视的要素是可以通过对话方式来缓和人们价值观差异的“民间交流”，笔者也热切期望这种动向能跨越科学合理性的范围，并极大地改善现状。

文 献

- FAO/WHO (1995) Application of risk analysis to food standards issues-report of the joint
FAO/WHO consultation, WHO/FNU/FOS/95.3.
- 大島一二 (2003) 『中国農産物と食の安全問題』 筑波書房
- 大島一二 (2007) 『中国野菜と日本の食卓—産地、流通、食の安全・安心—』 芦書房
- 菊池昌弥 (2008) 『冷凍野菜の開発輸入とマーケティング戦略』 農林統計協会
- 小森正彦 (2008) 『中国食品動乱』, 東洋経済新報社
- 厚生労働省 『報道発表資料』: <http://www.mhlw.go.jp/>
- 厚生労働省 『輸入食品監視統計』: <http://www.mhlw.go.jp/topics/yunyu/toukei/index.html>
- 財務省 『財務貿易統計』: <http://www.customs.go.jp/toukei/info/index.htm>
- 坂爪浩史・朴紅・坂下明彦編 (2006) 『中国野菜企業の輸出戦略』, 筑波書房
- SANKEI EXPRESS 『売れ残りギョーザ 10万食「日本で混入」信じて食べた』 2009年1月25日
- 日刊毎日新聞 (2008年1月号~2009年1月号)
- 食の科学編集部 (2006) 「中国の『三農問題』と日本への影響」 食の科学, 329, 20-29
- 新华通信 net japan <http://www.xinhua.jp/> 2008年12月点击内容
- Cvetkovich, G. & Nakayachi, K. (2008) Trust in a high-concern risk controversy: A comparison of three concepts, Journal of Risk Research, 10, 223-237
- Cvetkovich, G. & Lofstedt, R. (1999) “Social Trust and the Management of Risk”, London: Earthscan Publications
- 中国国际广播电台: <http://japanese.cri.cn/>

中华人民共和国驻日本大使馆：<http://www.china-embassy.or.jp/jpn>

蔦谷栄一（2003）『海外における有機農業の取り組み動向と実情』筑波書房ブックレット

内閣府：<http://www.cao.go.jp/> 2009年1月点击内容

内閣府食品安全委員会報告書（2004）「食の安全に関するリスクコミュニケーションの現状と課題」

中谷内一也（2003）『環境リスク心理学』ナカニシヤ出版

中谷内一也（2008）『安全。でも、安心できない・・・—信頼をめぐる心理学』，筑摩書房

中谷内一也，Cvetkovich, G. (2008) 「リスク管理機関への信頼：SVSモデルと伝統的信頼モデルの統合，社会心理学研究，23，259-268

松浦晋也「食品汚染、中国国内はもっと深刻」SAFETY JAPAN 2007年11月30日 / URL:

<http://www.nikkeibp.co.jp/sj/2/bookreview/34/>

读卖 on line: <http://www.yomiuri.co.jp/>

中国食品を巡るリスクコミュニケーションの構築を目指して

中国製冷凍ギョーザ中毒事件を通じての食の安全と消費者の安心・信頼の検証

三好恵真子（金晶訳）

The Establishment of Risk Communication for China-Made Foods: An Investigation of Food Safety, Consumer Perception of Food-Related Risks and Social Trust Based on the Toxic Chinese Dumpling Scare in Japan

MIYOSHI Emako (trans. JIN Jing)

要 旨

1. はじめに

2004年、日中間の年間貿易額は、これまで主軸であった日米間のそれを超えたことが発表され、最大の貿易パートナーとしての中国の存在と、今後の日中関係の重要性を示す象徴的な出来事となった。しかし食の安全性を巡る問題に見られるように、両国の経済関係の進展にくらべ、政治・外交、文化、草の根交流といった分野では数多くの課題が残されている。特に2008年1月末に起こった中国製冷凍ギョーザ中毒事件の場合、その被害の規模が大きかったことに加え、原因究明に向けた日中両国政府の協力関係の脆弱さが露呈し、さらに政府・企業などの不手際も発生したことなども重なり、中国食品を巡る日本の消費者の不信・不安感が予想を超えて助長された面は否めない。しかし一方で、我が国の「食の外部依存性」の高さを改めて痛感させられ、日本の食の安全・安心の構築は、もはや中国との関係を抜きにして考えられない状況下にあることを忘れてはならない。そこで本稿では、主としてこの事件を巡る諸問題に焦点を当て、中国食品の安全性と消費者の不安の原因と構造をリスク認知分析等により追求してゆく。また今後中国食品、ひいては中国とどのように向き合っていくべきかを考えることにより、日中両国の相互理解・尊重・交流を深め、双方の摩擦を解消するようなコミュニケーションの構築に繋がる論考を目指そうと思う。

2. 急増する中国からの農産物輸入の実態

日本における中国産野菜の輸入が、特に1990年代以降に急増している背景として、野菜の特性上、「労働コスト面」および「運送コスト面」で中国は優位であり、さらに広大な国土を利用して日本の市場向け野菜を一年中を通じて生産・供給できる体制を構築できることも重要な要因になる。加えて、①「中国のWTO加盟」、②「農産物政策と企業の輸出拡大」、③「日本企業の開発輸入戦略」の3つの相乗効果が挙げられ、日本と中国の間では、現状では「互恵関係」の成立していることは明らかである。

3. 中国製冷凍ギョーザ中毒事件を巡る消費者の安心・信頼の崩壊

3.1. 日中両政府、日本企業の対応の分析

本事件発生後の、日中両政府、日本の企業の本件への対応をWeb上の情報を集積して、比較検討を行った。注目すべきことは、2月という比較的早い段階で、日中両政府が協力して原因究明に取り組むと発表している事実である。しかしながら調査が進むにつれて、両者は見解一致から遠ざかり、外交の舞台で両政府は協力関係の強化をアピールするものの、その後もその溝は益々深まるばかりであった。ついに8月に中国政府は、問題物質の国内混入を認めたが、日本政府は、その事実公表を一ヶ月近く先送りしていたため、日本国民の不信感はさらに高まってしまった。

3.2. 消費者への安心・信頼感に及ぼす新聞報道の影響力

毎日新聞の朝刊・夕刊をもとに、事件発生前後において中国製食品や農産物に関連する内容を扱った記事の数を月別に比較して検討したところ、事件が発覚した翌月の2月は、特出して197件にも上った。この197件の内訳を①中国政府の対応に関連する報道、②中国生産者・製造者の対応に関する報道、③日本企業の対応に関する報

道、④日本政府の対応に関する報道、⑤その他(消費者の不安や不信に結びつくもの)の5つに分類してみた結果、⑤のネガティブな内容の記事が60%以上を占めている一方で、①や②の中国側に関する報道は10%強と極めて少なかった。現在のところ、この事件の原因は中国国内での人為的な混入との見解が確立されており、責任の所在はその問題を犯した個人にあるにも関わらず、各種報道により、「中国」という国家の食のシステム全体の問題であるかのような過熱報道がなされていた。よってこうした仕組みにより、消費者が「中国」自体に否定的な感情を抱く結果を生み出してしまったと考えられる。

4. 中国食品の安全性および安心・信頼を巡るリスクコミュニケーション

4. 1. 国内の食の安全性と海外向け輸入農産物の安全対策

中国において、国内における食品の安全意識は、近年急速に高まり、特に海外輸出向けの農産物に対する安全管理は、2002年8月の「輸出入野菜検査検疫管理弁法」制定や2003年1月の「トレサビリティー(生産履歴管理)」に基づく国際標準手法の導入のように、極めて徹底されてきており、検疫違反率等などの状況からも、中国食品の安全性は科学的にも立証されていることが明らかとなった。

4. 2. 中国食品に対する不安・不信の構造における二重過程理論

リスク研究分野において「コミュニケーション」が重要視されるのは、リスク管理は、将来の「安全」を高める行為であるものの、それを駆動させるのは、人々の「心の状態」にあるからであると指摘されている。よって食の安全性を巡り、しばしば専門家と市民との間の摩擦は必然的に生じるのは、心理的要因に誘導された「安全でも安心できない」という社会構造に起因していると考えられる。食に限らず、今日の社会では外部依存性の高い「分業化社会」が構築されており、人々が「安心」できるかどうかは、専門家や行政など依存する相手に対する「信頼」の程度で決まると考えられ、これはリスク認知学における「二重過程理論」により説明されている。すなわち、個人に動機づけも能力もある場合は、「中心ルート」による処理が進められ、相手の意見や情報の内容を十分に吟味し、提示された論拠を熟考することで、自らの意見が形成されていく。しかし、動機づけと能力のいずれかが低い場合には、「周辺ルート」による処理が進められ、この場合は、意見や情報を発信した相手の「信頼性」や「魅力(専門性)の高さ」など、周辺の手がかりによって、相手の見解を受け入れるかどうかが安易に決定されてしまう。さらにこのモデルを本事件に当てはめてみると、得られる情報の真偽や正当性に関して、一般消費者は、自らの力で分析し評価する専門的能力を持ち合わせているとは考えにくい。メディア等の情報の中身よりも、情報を発信する相手への信頼性等により判断していることが示唆される。一方で、不信をあおるような情報操作により人々の信頼はたやすく崩壊し、ひいては経済・政治的側面までに影響を与えてしまっていることは否定できない。

4. 3. 中国製冷凍食品を巡る信頼のマネジメント分析

人々の他者へ対する「信頼」が確立される要因として、相手のリスク管理能力を意味する「能力」とリスク管理の姿勢を意味する「動機づけ」、さらに、リスク管理者と自分と同じ価値観を共有していると感じられる場合の「主要価値類似性」の3つが挙げられている。そこで本研究では、中国製冷凍食品に対する人々の「関心」の高さや各関連組織に対する「信頼」やそれを導く要因の詳細について分析するために、質問票による調査を行った。まず信頼の度合いを比較すると、日本政府>日本の輸入業者>中国政府>中国の製造者・輸出企業となっており、これは2008年2月の関連新聞報道の内訳の記事の数の順序と一致しており、メディアからの情報量の多さが、直接的に人々の信頼の度合いに反映している可能性が示唆された。また各組織に対して信頼が導かれる要素は、いずれの場合も、自分と同じ価値を持っていると感じられる時に高い信頼性が得られた。日本の輸入業者の場合、公正さによる信頼が最も高く、公正さを欠く企業行為は、瞬間に消費者の信頼を失うことが推察された。

5. まとめ

本事件を事例としたリスク認知分析からも、各組織に対する人々の信頼は、情報量によって影響を受けるため、情報発信に対するメディア側の責任意識を高めてゆくとともに、情報を受け取る消費者側も、メディアリテラシーを身につけてゆくことが重要になる。また、価値類似性を高めるような行為が有効であることから、様々な関係者が情報を共有しつつ、相互理解を深めるためのリスクコミュニケーションの場を設けることが今後のリスク管理の鍵を握ることが再確認された。さらに科学的リスク評価が「信頼」を得るために、リスク管理に携わる組織は、安全性に対する能力を高めることは別に、人々との間に「安心」と「信頼」の関係性を醸成する諸策を考慮することにもっと目が向けられるべきである。

担当委員(許衛東)