

## 食における安心性の研究

### — 基本特性との関係を中心に —

食品安全安心研究所 柳本正勝

#### 1. はじめに

安心はその重要性にも係わらず、食品分野では合理的な安全性施策を歪める要因とみなされてきた。演者はこれまでも食の安全・安心における安心の重要性を強調してきたが、安心をそのまま心として扱っているうちは、手探りの域を出なかった。この限界を克服し、合理的な理解の一助とするために、安心性の導入を試みた。

#### 2. 安心から安心性へ

安心を考察するために安全感を導入した経験を持つ演者にとっては、安心性を導入することは比較的容易に着想できた。安心性をNDL-OPACで検索すると、食品分野でも伊藤らの論文が1件だけヒットする。しかし、この論文では安心性が登場するのはタイトルだけで、本文には現れない。安心性は食品ではほとんど用いられない用語といえる。しかしながら、社会一般では少なからず使用されている。Googleで“安心性”を検索すると多数ヒットする。その内容をみると、消費者の「不安に思っていること」とか「お困りのはずのこと」を指している。

安心に性を付けて安心性になると、食品の性質となる。つまり、安心を食品の性質としての視点から取り扱うことが可能になる。この事実は重要で、心として扱う際に必然的に伴う曖昧さを脱却できる。なお、安心を「食品による人の心への危害がないこと」と定義していることを踏まえ、安心性は「食品による人の心への悪影響がない（食品の）性質」と定義した。両者を比較すると、安

心が人の心の状態（結果）であるのに対し、安心性は食品の性質である。

#### 3. 品質としての安心性

食品の品質特性には代表的なものとして、安全性・栄養性・嗜好性がある。これらは基本的性と呼ばれる。安心性は食品の性質なので、安心性も品質特性の一翼を担う。

ここで安心性と信頼性との関係に触れておく。というのは、食品分野では信頼性が良く用いられる。安心性の代りに使用され、また安心性と混同されている。しかしながら、安心性では食品が対象になるのに対し、信頼性は通常人間を対象にする。また、工学分野では、信頼性は耐用年数を意味する。食品分野においては安全と安心を区別するために安易に信頼性を導入した結果、食における安心が益々曖昧になったと信じられる。

#### 4. 安全性など基本特性との関係

安心性は、安全性・栄養性・嗜好性と同じように品質特性であるが、同列の概念ではない。すなわち基本特性とは異なる。というのは、安全性・栄養性・嗜好性はそれぞれに独立した性質であるが、安心性は独立していない。安心性は特に安全性に大きく影響される。安全性ほどではないが、栄養性や嗜好性にも影響される。この事実を踏まえ、安全性と安心性についての関係を吟味すると、安全性では食品（物質）が人の体に作用するのに対し、安心性では安全性などの情報が人の心に作用することが指摘できる。この理解によれば、安全であつても情報が不適切であれば消費者が不安

になることが説明できる。なお、栄養性も食品が人の体に作用するが、嗜好性は食品が人の心に作用する。ここに情報には、食品自体が持つ情報と食品事業者が提供する品質情報がある。実際に作用するのは、消費者が五感を働かせて察知する品質情報と食品事業者が提供する品質情報のうち消費者が入手した品質情報である。

この事実を指摘できたことは重要である。この事実は食における安全と安心の関係にまで演繹でき、食の安全・安心の一面を浮き彫りにできた。この事実を明確にできたのは、安心性を導入したためであるが、食品が他の商品やサービスと異なり、体の中に摂取するという特徴を持つことにも助けられた。なお、従来から安心における情報の重要性は強調されてきたが、専ら安全性施策に関する正しい情報の提供についてであった。

安心性には情報が介在するために、安心性は安全性だけでなく、栄養性、嗜好性の一部も包含できる。安全性はほぼ全体が安心性に包含されるのに対し、栄養性と嗜好性が部分的であるのは、前者が狩野モデルでいうところの当たり前品質要素であるのに対し、後者は一元的品質要素であることに起因する。

以上の考察を踏まえて安心の仕組みを整理すると、食における安心は、食品の品質特性に関する情報が、生活規範とか食知識や食経歴に基づいて脳内に形成されている受容基準に照合された結果起きる感情である。情報の内容が受容基準に抵触すれば消費者は不安になり、しなければ消費者は安心する。ここに受容基準は、生活規範とか食知識・食経歴などに基づいて形成されるために、個人個人で異なる。安全が科学的に証明できるのに対し、安心が科学的な取り扱いが困難なのはこのためである。なお、個人に依存するのは安心性だけではない。同じように人の心に作用する嗜好性でも、安心性ほどでないにせよ、個人ごとに異なることが知られている。

## 5. 適心性の概念

安心性には情報が含まれるために安全性など食品の基本特性とは同列でないことを指摘した。

安心性から情報の部分を取り除くと、3基本的特性だけでなくいわば狭義の安心性といえる特性も存在することに気付く。ただし、この特性と安心性は広いとか狭いとかの問題でなく質的に異なるので、別の用語で表すのが適当である。その用語としては適心性が相応しい。この関係を整理しておく、適心性は安全性・栄養性・嗜好性と同列の基本特性であり、これらの特性に関する情報が付与されたのが安心性である。

ここに適心性は、生活規範適合性、食知識適合性、食経歴適合性、性向(安全性志向・健康志向)適合性、体質適合性などから構成される。

念のために確認しておく、適心性は安全性のように食品そのものが人に作用することはない。適心性には必ず情報が付随して安心性の一部を構成する。この情報が人の心に作用して、安心・不安をもたらす。

## 6. 商品企画への展開

上で整理した安心性あるいは適心性の概念は、食の安全・安心の理解を深めるだけでなく、商品開発における品質特性を合理的に企画する途を拓くことに言及しておく。

食品企業の開発担当者は、新商品の品質特性をどう企画するかに大変な努力を重ねている。ここに安心の要素も含まれることは理解しているが、食の安心が上手く説明されてこなかったのも、安心に関する具体的な対応策は、担当者個人の勘に委ねられていた。

消費者の安心を確実にするために、開発担当者がなすべきことは、品質要素の選定とその品質保証である。品質保証の目的は顧客満足であり、顧客満足的前提に安心がある。特に適心性に関する品質要素の選定は、消費者の購買意欲を損なわないために重要である。適心性は、商品企画にとって安全性、栄養性、嗜好性に次いで4番目の重要な品質特性と信じられる。