『食品の裏側―みんな大好きな食品添加物』

安部司著（東洋経済新報社）

わたしたちの食は戦後50年かけて大きく変化した。日本型食生活は崩れ、24時間営業のコンビニエンスストアやファーストフード店等の進出もあり、食の外部化、欧米化等が進み、肥満などからくる生活習慣病の増加などさまざまな問題が出てきている。また、食の外部化率（食料消費支出に占める中食・外食の割合）は年々増加傾向にあり、中食、外食、加工食品を通して知らず知らずのうちに多くの食品添加物を摂取している。

かつて食品添加物の専門商社に勤め、添加物販売のトップセールスマンとして活躍していた著者に転機が訪れたのは、長女が3歳の誕生日においしそうに頬張るミートボールを見たときだった。そのミートボールはスーパーの特売用商品としてあるメーカーから依頼されて開発したもので、産業廃棄物となるようなクズ肉に20～30種類にも及ぶ大量の添加物を投入し子供の大好きな味になるように作り上げたものだった。著者はこれまでの「つくる側」「売る側」一辺倒の認識から「買う側（消費者）」であることに初めて気づき、翌日会社に辞表を出し、以降、添加物の「陰」の部分を伝えるために活動を続けている。

第1章では、食品添加物が大量に使われている加工食品について説明されている。食品添加物の使用はその食品のパックに貼られているラベルに表示されている。その原材料表示から消費者が、例えば、豚肉でつくられるハムになぜ「大豆たんぱく」「卵白」「乳たんぱく」が使われているのかという「素朴な疑問」をもつことの重要性を指摘している。

第2章では、しょうゆ、酒、みりんなどの調味料にも多くの添加物が使用されていることが指摘されている。しょうゆには丸大豆しょうゆと新式醸造しょうゆがあり、後者には大量の添加物が使用されていて、安価である。

無添加食品と添加物の入った食品では価格がまったく異なる。近年の消費者の激安志向が製造者に添加物使用を助長させる結果にもなっている。

第3章では、食品衛生法で定められた一括表示により、「香料」や「乳化剤」などで、同じ目的のために使われるものは一括表示ができる等、原材料表示ラベルの裏側について説明されている。

著者は、子供たちの味覚が食品添加物により犯され、本当の味を知らないで育つことを危惧している。また、現在のように安易に食が手に入ることにより、食べ物から「命をいただく」という感謝の気持ちが育たないと指摘している。子供に食の大切さを教えるためには、親が料理する姿を見せ、子供にも料理を手伝わせることが重要である。また、加工食品に頼らず手作りをすると時間もかかる。そこで家事を母親だけに任せるのではなく、父親も積極的に家事に参加しなければならない。製造者に対しては「法の基準」だけで安易に添加物を使用するのではなく、消費者に対する「まごころ基準」をもって製造にあたってほしいと説いている。

本書は、これまであまり知られていなかった食品添加物についてわかりやすく説明されているが、添加物の毒性のみを煽りたてることを意図するものではない。添加物を使うことにより食品の保存性が高まったり、加工食品利用により料理の手間が省けるという恩恵も受けているからである。これまで一般の消費者が知り得ない食品製造の裏側の情報公開がなされたことにより、わたしたち自身が食品を選択する目を持ち、手作りの良さが見直されることを期待したい。

（2005年11月　税込み1,470円　244頁）

（プラウツ京美）

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。