

時評

佐藤洋一郎 総合地球環境学
研究所教授



食の偽装が止まらない。最近の傾向は、会社の老若、規模の大小を問わず偽装がおこなわれていた点だろう。なぜ大企業や老舗がと私たちはおもうが「消費期限」「賞味期限」の偽装は考えてみれば、どんな会社にも起き得る問題である。

現在の日本人の食は、遠くでとれたものを幾重にも加工・運搬するスタイルになりきっている。食本来のスタイルであった「地産地消」のスタイルはもはやその面影さえもない。作物として収穫されてから消費者の口に入るまでの時間と距離は当然長くなる。国外産の食品がこ

「賞味期限」の偽装

消費者にも責任を問う

まで増えるとなおのことだ。いわゆる「フードマイレージ」はかつてなかったほどに大きい。時間がかかれば食品は当然鮮度を失う。傷みをとめるため、あるいは鮮度を保つのに合成保存料や殺菌剤などの薬品が開発された。ところが最近では、消費者はそうした薬品の使用には非
まな技術上の制約がある上、道
鮮でうまく、しかも安く、そのうえ添加物は駄目。売り切れも困る」と。これらは、どれもが背反的な事象なのだ。何かを犠牲にしなければならぬ。偽装という行為は決して認められるものではないが、しかし、今回の一連の偽装に関しては、この土台無理なことを求め続けた私たち消費者にも反省の余地があると思つのである。

常に敏感になってきている。食品の販売は、消費（賞味）切れまでの、時間とのたたかきになっている。
むろんだからといって偽装が認められるわけではない。だがもし、すべての食品業者が法令順守に徹し期限切れの商品を売らなくなれば、いったいどんな
ことがおきるだろうか。作りすぎで余った商品は廃棄するか家の畜の餌などに転用するしかない。しかしそれは直ちに損失につながる。それに、食の廃棄は許されることではない。会社のイメージダウンにもなるだろう。かといって後者にはさまざま

ことがおきるだろうか。作りすぎで余った商品は廃棄するか家の畜の餌などに転用するしかない。しかしそれは直ちに損失につながる。それに、食の廃棄は許されることではない。会社のイメージダウンにもなるだろう。かといって後者にはさまざまな技術上の制約がある上、道
鮮でうまく、しかも安く、そのうえ添加物は駄目。売り切れも困る」と。これらは、どれもが背反的な事象なのだ。何かを犠牲にしなければならぬ。偽装という行為は決して認められるものではないが、しかし、今回の一連の偽装に関しては、この土台無理なことを求め続けた私たち消費者にも反省の余地があると思つのである。

執筆者略歴

さとう・よういちろう氏 京都大学大学院農学研究科修士課程修了。静岡大助教授を経て2003年10月から現職。植物遺伝学専攻。著書に「稲の日本史」（角川書店）「DNA考古学のすすめ」（丸善ライブラリー）など。