



グローバル化と見えない敵との戦い (2) モノの安全性

誰がどこで何を使って生産しているかが見えない輸入商品。見えない生産者への不信感が増長するニュースが最近増えてやまない。情報の通信媒体へアクセスが容易化した分、事件件数が増えているかどうかは別として、報道される数は今後も増えていくだろう。

外食産業と言え、日本では最近ユッケの食中毒問題が話題になっていたが、欧州でも大腸菌による食中毒問題で大騒ぎが続いている。スペイン産の「きゅうりが犯人」と騒がれたが、そのあとに「もやし」が感染源だったとドイツ当局が特定。しかし、「原因不明」という期間の間に野菜や果物の消費が急激に減る事態に至った。これで収まるかと思っていた矢先、今度はフランスで冷凍牛肉ハンバーガーによるとされる別種大腸菌被害が起きた。

消費者と生産者が顔を合わせなくなることで、これまで信頼関係が支えてきた「見えない価値」であった「安全性」が低価格追及と引き換えに失われつつある。一方、選択肢が急激に増えている世の中で、「あれもしたい、これもしたい、だからここは安くて用が足りるものを」というニーズは消えることがない。日本で百円ショップが定着してから、もうだいぶ経っているが、英国でも1英ポンド(約130円相当)ショップが大ヒットし、急拡大している。

欧米では数年前に中国製玩具の鉛化合物入り塗料の使用が見つかり、大規模リコール問題になった。「安全」を求め、欧米や日本では安全基準を高め、コンプライアンスに力を入れてきた。それと比例して国内での生産コストは上がり、コンプライアンス規制の緩い海外からの安い商品の輸入が増え始めた。

アフリカでも中国製の安い玩具が普及しているという。今までは子供に買ってやることができなかった玩具を両親がプレゼントできるようになったという。

複雑な問題である。

もちろん、すべての玩具が危ないわけではない。しかし、価格競争が行き過ぎると、ゆがみが生まれる。生産者と消費者がお互いに見えない中で、見えないけれど存在してきた「社会を

守る信頼という絆」を、どのようにして取り戻していくのか。日本では原発事故の今後の影響も心配される。見えない敵との戦いの中で「信頼」を生み出せるかどうか。これがカギとなる。

濱 美恵子(問合せ: mh@komatsuresearch.com)