

## 消費者と食品事業者との情報共有による 信頼関係の構築を目指して

—原料原産地などの情報開示の制度化に向けて—

—消費者の原料原産地情報への要請に応じて、販売方法の多様化、情報伝達技術の高度化等を踏まえ、包装への表示のみならず多様な情報伝達手法も視野に入れた消費者への情報提供の充実を図る制度設計の方向性—

〔中間的な論点とりまとめ〕（案）

平成 2 1 年 3 月

食品の表示に関する共同会議

厚生労働省薬事・食品衛生審議会食品衛生分科会  
表示部会食品表示調査会 及び  
農林水産省農林物資規格調査会表示小委員会  
の共同開催

## はじめに（概要）

本会議では、平成18年4月に「加工食品の原料原産地表示のさらなる推進について」の報告書を取りまとめ、「加工食品の原料原産地に関する情報が製造業者等から消費者に伝達されることは消費者の商品選択に資することはもとより両者の良好な信頼関係の構築に結びつくこと」を提言した。

その後、消費者の食の安全・安心への意識の高まりを受けて、平成20年7月に議論を再開し、消費者への加工食品の原料原産地情報提供の意義とその手法などについて、事業者・消費者団体のヒアリングや複数ルートでのアンケート調査、さらに全国7カ所での意見交換会を実施するなど幅広い意見集約に努めた。

この過程で、原料原産地の表示に関する意見のみならず、消費者は多様な媒体から食品の情報を得ており、これらの情報提供のあり方も含めて、食品事業者と消費者との情報共有をどう進めていくか総合的に考えるべきではないかとの意見が出された。

容器包装への表示は、消費者が購入時に、個々の商品の内容を確認できることから、消費者にとって一番身近なものである。

しかしながら、包装への表示は記載できる情報量に限界がある、頻繁に起こる産地切り替えに対応するためにはコストがかかる、国際規格を上回る貿易制限的措置となる恐れがある等の問題も指摘されている。

また、消費者が店舗へ出向くことなく食品を購入できる販売方法は、利便性を高めるものであり、一般化しつつあるが、表示が義務付けられている原材料などの基本的な情報を購入時に確認できないことも多いことから、対応が求められているところである。

他方、近時の情報伝達技術の高度化により、食品事業者から消費者等に向けて発信できる情報伝達媒体は多様化しており、農林水産省の推奨通知「加工食品に係る原料原産地情報の積極的な提供について（平成20年3月19日）」もあり、ホームページや二次元コードなどで積極的に情報開示を行う事業者が増加している。

これらの情報は、商品アイテムごとの複数の原料調達先を示したものが多く、産地の切り替えを頻繁に行わざるを得ない高度な加工食品の場合には、厳密に見れば個々の商品と一対一対応する情報とは言えないものの、消費者は必要に応じてこれらの情報と情報開示を行う事業者の姿勢を評価して商品選択を行っている状況にある。

これらを踏まえ、消費者等の利益保護を充実するためには、容器包装への表示という手段に限らず、多様な情報伝達手段（ホームページなど）を視野に入れた食品情報の開示制度の検討を行うことによって、結果的に消費者が幅広い加工食品について、原料原産地などの商品選択に必要な情報にアクセスできる仕組みを構築することが必要である。

食品事業者が消費者の信頼を得て、安定的な発展を図るためには、消費者と食品事業者が相互理解を進めていくことが重要であり、その前提として、食品事業者の情報開示を促進するための環境整備を行うべきである。

## I 原料原産地情報の表示

### 1 検討の経緯

本会議では、加工食品の原料原産地について、平成15年8月（「加工食品の原料原産地表示に関する今後の方向」）及び平成18年4月（「加工食品の原料原産地の更なる推進について」）に報告書を取りまとめ、JAS法に基づく義務表示対象品目の選定の基準や選定方法の基本的な考え方を整理するとともに、任意での原料原産地情報の開示についても消費者に誤認を招かないような手法や留意事項を示すことにより、消費者が適切な商品選択が行われるよう努めてきた。

この結果、現在では、報告書に示された品目横断的なルールに基づいて選定された20食品群（平成18年10月から完全義務化）及びそれ以前に義務付けられていた4品目（うなぎの蒲焼き、農産物漬物等）に原料原産地の表示が義務付けられている。

### 2 見直しの必要性等

先の報告書では、

- ① 原料原産地表示の見直しについては、消費者の要望や加工食品の製造・流通の実態の変化を踏まえて行うべき
- ② あわせて、国産、外国産といった表示や輸入中間加工品は輸入国でもよいとする大括り表示などの表示方法を検討する必要がある

とされていた。

#### （1）見直しの必要性

国民の食料消費における加工食品（外食を含む）の割合は上昇しているのみならず、家庭での調理が不要或いは僅かな調理をするだけでよい高度な加工食品が増えており、その原料の調達先のグローバル化も進んでいる状況にある。

このように食品の製造過程が消費者から見えにくくなってい

ることから、原料原産地情報を食品選択の重要な要素と考える消費者が多くなっている。

原料原産地情報は、その食品の安全性を示すものではないものの、食品の履歴を知る一助になることから、消費者の食品に対する安心感を得ることができるという意見は多く、このような要望に応えるため、積極的に情報提供を行う食品事業者も増えている。

また、加工食品の原料供給者にとっても、原料の原産地情報が最終商品の消費者に伝えられることは、産地の生産条件の管理やブランド育成に役立ち、持続的な生産の励みとなる。

## (2) 表示方法の検討

JAS法における表示は、容器包装（加工食品）又は商品に近接して行う（生鮮食品）と解されている。

このため、高度な加工食品においては、

- ① 限られたスペースに多種の原料の産地を表示することは困難であるし、かえって重要な情報が分かりにくくなるのではないか
- ② 品質を一定にするために産地の切り替えを頻繁に行わざるを得ない加工食品では、正確な表示をするためには、包材の切り替えや確認のための人手などコスト増を招く
- ③ 輸入中間加工品では、輸入国はわかっても原料の産地までは正確な情報を入手できない場合がある

という問題がある。

本会議においては、このような問題を解決するために、情報の厳密さでは劣るものの、包装への表示のコスト低減と対象品目拡大につながり得る表示方法の変更について議論した。具体的には、「国産」「外国産」といった大括り表示、輸入中間加工品は通関上の輸出国で代替する表示、切り替え産地を列挙する可能性表示を検討項目にあげて意見を聴取したが、

- ① 消費者に国産に対する信頼感を与え、商品選択の情報たり

得るので、大括り表示を導入すべきであるという賛成意見

- ② 購入した商品はどこの国のものが使われているか知りたいので、大括り表示や可能性表示では意味がないとする反対意見

が相半ばし、結論を得るには至らなかったため、今後表示の具体的なイメージを国民に示しつつ、引き続き議論することが必要である。

## Ⅱ 原料原産地などの食品情報開示の制度化に向けて

### 1 原料原産地情報の性格

JAS法においては、「品質に関する表示」(JAS法第2条)とされていることから、20食品群の選定にあたっては、「原産地に由来する原料の品質の差異が、加工食品としての品質に大きく反映されると一般に認識されていること」を判断基準の一つとしてきたところである。しかし、アンケートなどに見るように消費者は、原料原産地情報を品質との関係というよりも、加工食品の製造工程管理に関する情報提供の一環と捉えており、品質の差異を前提に表示を義務付ける現在の制度ではこうした消費者の声に十分対応できない面がある。

また、消費者の食の安全・安心に対する関心の高まりや加工食品の原料調達グローバル化などの実態を踏まえれば、加工度のレベルなどに関わりなく、食品事業者は積極的に原料原産地などに関する情報を開示していくことが求められる。

### 2 情報伝達手段の高度化に対する対応

この場合の情報伝達手段としては、ホームページや二次元コード、FAXなどの情報伝達手段を視野に入れて考えるべきとの意見が消費者団体、事業者の双方から寄せられている。

正確な原料原産地情報を提供してほしいが、表示することに

よる事業者の大幅な負担増や商品の値上げは望んでいない、気になった時に確認できるようにしてほしい、色々な方法があってもよいし、事業者が産地や製造工場等の情報を的確に把握し、製造工程を管理しているという事実が消費者に伝われば安心するのではないかというものである。

ホームページなどでの情報提供を制度化し、消費者がより適切に食品情報にアクセスできる機会を保障していくことが、時には原料調達先が十数カ国を超える加工食品にあっては現実的な対応であり、消費者の利益保護にも繋がるものとする。

### 3 販売方法の多様化への対応

また、近年、消費者が購入時に商品を直接手にして表示を確認することができない販売方法（インターネットやカタログ販売などの隔地者間取引）が日常食品の購入でも一般化し、かつ、増加傾向にある。

現行では、どのような事項を消費者に提供するかは、事業者任せられていることから、事業者が好ましいと考える情報だけが提供される場合もある。

情報開示制度を考えるに当たっては、このような販売方法においても正確に基本的な情報が開示され、消費者の適切な商品選択が可能となるような仕組みとする必要がある。

この場合、EUの規則案がdistant selling（遠隔販売）において、購入時に原材料や内容量などの情報提供を義務付けることとしていることも参考となる。

### 4 中小零細事業者への配慮

我が国の食品企業の9割以上は中小零細事業者であることから、消費者の利益保護を図りつつも事業者にとできるだけ負担の少ない制度設計を行うとともに、実行可能性を担保する観点から、中小零細事業者への制度の導入時期については慎重に検討する必要がある。

### Ⅲ まとめ

消費者への情報提供を充実していくことは、消費者の商品選択に資するのみならず、消費者と食品事業者との良好な信頼関係を築く基礎であることから、社会的なインフラとしての性格を持つものである。

容器包装への表示と相まって、幅広い加工食品の原料原産地情報にアクセスできるようにすることは、消費者に安心感を醸成し、食品産業の健全な発展にもつながるものである。

今後、現在の食品事業者の取組みを消費者の視点から評価した上で、提供すべき内容やその手法、開示される情報の正確さを担保する仕組みなどについて、専門家や関係者（消費者、事業者）で構成する検討の場を設け、早急に結論を出す必要がある。