

食品表示適正化に向けた取組みについて

城 隆

目 次

- I はじめに
- II 平成20年食をめぐる問題
- III 食品表示に対する各当事者の取組み
 - 1 表示者
 - 2 消費者
 - 3 行政
- IV 結びに代えて
 - －食品表示適正化への期待

I はじめに

平成17年に成立したわが国の食育基本法は、その前文で、食育の意義を謳っている。すなわち、生きる上での基本であり、「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てることと。さらに、「食」に関する情報が社会に氾濫する中で、人々は、食生活の改善の面からも、「食」の安全の確保の面からも、自ら「食」のあり方を学ばなければならないとされている。

食をめぐるっては、その安全性や高い海外依存率、さらには、食に関する情報提供の不十分・不適切さなどが問題となっている。

食品の情報提供に関して平成20年版「食育白書」は、食品情報に関する制度の普及啓発として、「食品表示に関する制度は、食品の安全性確保や消費者の商品選択に資する情報を提供することを目的として定められている。」¹⁾と指摘している。

さらに「健全な食生活の実践には、食生活や健康に関する正しい知識を持ち、自らの判断で食を選択していくことが必要であり、食品表示はその

判断材料を提供する役割を果たしている。」²⁾と続けている。

つまり、食品の安全性を確保するうえでも食品表示の適正化ならびに充実が求められているというのである。

このような食を取り巻く環境が変化していく中において、筆者は昨年度の本研究所所報第14号において、平成19年の食品表示をめぐる一連の出来事を概観し、度重なる食品表示偽装の問題を考察した。

その後の再発防止を願い新たな年度を迎えたわけであるが、平成20年においても食をめぐる様々な問題が起き、責任者と思われる者からはその度にお詫びの言葉なるものを聞かされた。

繰り返される事件に対して、消費者は半ば呆れ、食品表示に対して不信感さえ持つにいたっている。何故こういった事件は繰り返されるのであろうか。事の本質はどこにあるのであろうか。

ベナルティーが甘いと一部には指摘されているが、単にそれだけではあるまい。また、別のところでは、これまでもそのようなことは行われてきており、取るに足らないことのような開き直りともとれる表示者の声も聞こえる。

もちろん表示を適正化するだけで食の安全そし

1) 内閣府『平成20年版食育白書』90頁。

2) 同上書、90頁。

て食に対する安心というものが保証されるわけではないが、後述のとおり、表示者が責任ある行動をとることによって食の安全・安心といったものが担保されうるのである。

近年のわが国の食品自給率は40%を割り、輸入食品に頼らざるを得ないという現実問題もあり、さらに健康に害を及ぼしかねない食品事件が国の内外で発生している状況を見るにつけ、食品表示の適正化はぜひとも求められるところである。

かように食品の安全性が強く求められる背景は、例えば次のようにまとめられている。

- i. 子供や高齢者を含むすべての人の生命の維持と、生育に必要な不可欠な基本的な糧である。
- ii. 輸入食材の増加、加工技術の高度化と新技術の導入により、近年消費者から生産現場や流通過程がたいへん見えにくくなっている。
- iii. 栄養要求を満たす目標から、健康維持を主眼とした目標への質的な変化が起きている。
- iv. 情報の氾濫に対し信頼できる情報源や、不安に対する回答への潜在的な要求がある。³⁾

食に関する情報提供の重要性は重ねて主張されるところであり、食品表示を含めて、種々の方法によって適切な情報提供に努めることが肝要であると考えられる。

本小稿では、まず昨平成20年の食をめぐる一連の事件を例示する。そして、食品表示を適正化するにあたって、表示者、消費者、行政それぞれの立場からどのような取組みが行われているか整理し、そのような取組みがなかなか功を奏さない理由を考察する。

II 平成20年食をめぐる問題

平成20年も食をめぐるその安全性をはじめとして、食品表示の偽装に至るまで、さまざまな問題

3) 山本茂貴・山崎省二共編『食品のリスクアナリシス』オーム社、平成16年、72頁。

が起こった。

新聞報道⁴⁾を基に主な事件を次に列挙する。

－ウナギの産地偽装－

2月、外国産ウナギを国産と偽装して販売していた商社に厳重注意が行われた。

6月には業者間取引においてJAS法違反となる偽装表示が明らかになった。本件では、外国産のウナギのかば焼きが国産と表示されたもので、これに対して農水省による業務改善指示や食品衛生法に基づく立ち入り検査が行われた。その後、不正競争防止法違反容疑で捜査が開始された。さらに7月には、偽装品の在庫の一部から抗菌剤が検出されたり、賞味期限が改ざんされたりしていたことが明らかになった。11月には、偽装事件に関係した者が逮捕された。

－駅弁偽装－

2月、消費期限の偽装された弁当などが販売されていたことが明らかになった。食品衛生法に基づき、立ち入り検査が行われた。

－牛肉偽装－

6月、いわゆるブランド牛肉の偽装問題が起こり、JAS法違反の疑いで食肉卸販売業者の立ち入り検査が実施された。本件では、牛肉の等級に関する偽装に加え、加工日の改ざんなども行われていた。

7月には不正競争防止法違反の容疑で捜査が開始され、12月には等級偽装による不正な販売が行われていたとして、関係者が逮捕された。

－輸入事故米－

9月、外国から輸入されたのだが、残留農薬が基準値を超えていたり、カビ毒が検出されたりしたため食用とはされないいわゆる事故米が食用と

4) 日本経済新聞ならびに同社のweb版である「NIKKEI NET (日経ネット): 特集 食品偽装列島」<http://www.nikkei.co.jp/sp2/nt217/20071020MMSP01011020102007.html> (平成21年1月22日アクセス)による。

して国内で転売されていたことが農水省により発表された。

このような事故米は、工業用などにしか使用してはいけませんが、食品の原材料等として使われた可能性があるとの疑いから、調査が開始された。

一方、事故米とは知らずにこれを食用として購入し、原材料として使った可能性のある食品メーカーが、当該食品を回収する動きが見られた。

また一部の事故米を転売する際に、混入したコメを「国産米」と偽って販売していたことも明らかになった。

また、食用として転用された事故米が、病院等の施設で給食などの形で消費されていた可能性が高いこと、加えて相当数の企業に流通し、かなりの量がすでに消費されてしまったことがわかった。

転売にかかわった業者については、その後食品衛生法違反と不正競争防止法違反の疑いで捜査が開始され、本件は刑事事件へと発展する見込みである。

－メラミン混入－

9月、中国で有害物質メラミンに汚染された粉ミルクが見つかった。その後、この問題の製品を製造したメーカーの乳製品を使って製造した製品が、わが国に流通していることがわかった。出荷した業者が、自主回収を開始した。メラミンが混入した可能性のある品は相当数流通していたことがわかった。

厚生労働省は、食品衛生法に基づいて、輸入業者に対して原材料等を点検するよう命令を出した。また在庫商品からはメラミンが検出された。

さらに10月には、輸入された冷凍菓子や外食企業の提供する品からメラミンが検出された。

－防虫剤成分検出－

10月、カップめんから防虫剤の成分が検出されていたことがわかった。

その後本件は、容器などの鑑定の結果、防虫剤の香りが移った可能性が高いことがわかり、意図的に行われたのではないようだということになっ

た。

－シアン化物検出－

10月、水道法の基準を超えたシアン化物などが検出された井戸水を使った食品を製造したことをメーカーが発表した。なお実際にシアン化物が検出されたのは9月のことであったようだ。

本件はその後12月に、井戸水の浄化過程でシアンが生成されたという調査結果が報告された。

さてこのように平成20年は19年にも増して、食に関わる数々の事件が起こった。中でも、食の安全に係る問題に対して消費者は不快感を示している。

近年になって食を取り巻く環境は大いに変化し、その安全というものが国内外で議論されていることは改めて言うまでもない。なぜこのような状況になったのか。

食の安全性に影響する社会の要因として、

①社会的要因

都市部における食品の大量消費に対応せんがため、大規模・大量生産が必要となり、コスト削減をはじめとする効率重視の製造過程によって安全対策が不備なものとなる。

②経済的要因

世界的な人口増加による食料需要の高まりは、その原材料や家畜飼料の需要増となり、穀物等の供給不足を生む。また、食品等の国内供給量不足は、輸入への依存さらに食品流通の広域化や国際化を生ぜしめ、これによって量の確保に加えて、品質確保が関心事となる。

③環境要因

鉱工業の発展は、廃棄物その他の負の遺産を生み、これらによる食品汚染が懸念される。といったことがあげられている。⁵⁾

ここで食の安全はリスクという問題と関連付けて議論されることが多いが、食品のリスクとはそれに含まれる物資のために健康に悪影響を与え

5) 酒井健夫・上野川修一編『日本の食を科学する』朝倉書店、平成20年、69～70頁。

るかもしれない確率と程度の関数であるとされている。したがって、危険な物質が含まれているということがリスクなのではなく、これによって健康被害が起こるかどうかが問題となる。よって、健康被害などの事故が起きないようにすることが求められるのであり、このために行われるのがリスク分析と呼ばれるものである。そしてリスク分析を行うにあたって関係当事者間での意見交換の必要性・重要性が説かれ、これをリスクコミュニケーションと呼んでいる。⁶⁾

よって、食のリスクという問題と食に関する偽装表示などの問題とは分けて考える必要があると主張される。⁷⁾

そこで次に、食品表示に関する問題解決の糸口を考えてみたい。

Ⅲ 食品表示に対する各当事者の取組み

度重なる食品表示の偽装は、消費者をして表示に対する信用をいうものを失墜させ、メーカーや小売業者をはじめとする食品提供者に対しての不信感となっている。⁸⁾

農林水産省では「食品表示の適正化を推進し、消費者の食品表示への信頼確保を図るため」に食品表示に関するフォーラムを開催しており、平成20年度も全国9か所で行われた。

20年度のテーマは「地産地消と食品表示」であり、事業者、消費者双方からの意見が交わされ、その内容は公表されている。

公表されている開催概要⁹⁾をもとにフォーラムで交わされた意見を概観すると、昨今における食に関連して様々な事件が起こっている中、消費者として安心して食することができる地元産の品にこだわりたいという声が聞こえる。

地産地消こそが食の安全をかなえるものとは言わないが、地元産であるとの産地表示をする、そこに信頼関係が生まれるのではないかとの推測も紹介されている。

地産地消の効果として、生産者と消費者との直接対話が可能となったことにより信頼が創設され、このことにより安全・安心が担保される¹⁰⁾というように、信頼関係の創出ということがキーワードになることは間違いなさそうである。

その一方で、表示者としての事業者の頻繁に改正される表示制度への戸惑い、食品の履歴開示の要求に応えんがための生産者の負担増加、表示実施に伴う商品への価格転嫁といった表示に伴う問題も挙げられている。

食品表示に関しては、消費者、事業者双方において解決されなければならない事柄はまだまだ残っているものの、食品表示の適正化を望む消費者の声に応えるべく、表示に関わる関係当事者は適正化に向けた活動を繰り返している。

このような食品表示の適正化の問題は、前号においても指摘はしたが、そのための取組みについて触れていなかったため、この点について本号で取り上げることにする。

1. 表示者

食品とは、俗に生鮮三品と呼ばれる肉、野菜、魚介と加工食品に分けられる。このような食品の多くは、その生産者から市場を経由することによって最終的には消費者に流通していく。

前述のような「地産地消」であれば、生産地と

6) 厚生労働省「食品の安全確保に関する取組」平成18年を参照。<http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/kakuho/01.html> (平成20年1月22日アクセス)

7) 今村知明編著『食品不信社会』中央法規、平成20年、13頁。

8) 例えば『流通研究』14号で紹介した調査では、輸入の加工食品の原材料や添加物などの表記について、2、3年前に比べて、信頼感が薄れたと回答する者が7割を超えていた。「取り戻せるか、輸入食品の信頼性」『日経消費マイニング』2007年10月号、16頁。

9) (社)日本農林規格協会(JAS協会)「平成20年度食品表示フォーラムの概要」<http://www.jasnet.or.jp/jigyoku/h20forlm/h20forlm.html> (平成21年1月22日アクセス)

10) 『2006(平成18)年版食料白書「地産地消」の現状と展望』農山漁村文化協会、平成18年、122頁。

消費地は近いものと考えられるが、先のフォーラムで意見として出されたような、「地産遠消」や「遠産地消」といった生産地と消費地の隔たりが大きくなればなるほど、生産時点と消費時点との隔たりが大きくなり、問題が起きる。

つまり、生鮮品であれば鮮度の維持ということが求められる。技術の発達がこれを補うこともできるが、おのずと限界というものがある。限界を越えようと無理をすることによって問題が起きる。

隔たりが大きくなるとは、換言すれば、流通時間や流通経路が長くなったり複雑になったりするわけであり、流通に関わる取引当事者の果たすべき役割とその行動といったものも見逃すことができなくなる。表示の偽装は、食品の流通に関わるいずれかの当事者によって行われているからだ。

さてここで表示者について考えてみると、商品の流通形態によって必ずしも表示者は一口でかたづけられないことがわかる。

例えば、メーカーと言っても、出来上がった物を袋詰めするだけの業者がいる。このような業者は、食品を生産していると言うよりも商品としての食品を作っている。別のメーカーは、加工食品の製造者のようにパッケージや包装容器に表示を行っている。野菜や果物などでは、生産者である生産農家よりとりまとめを行った者が表示を行うことがある。

また、生産者から製品を仕入れた業者が小売業者へ商品を納入する際にこの業者が表示を行うといったケースも考えられる。

さらに小売業者自らがバック詰めなどを行い、その際ラベルなどを包装資材に貼付あるいは札などを店頭に掲げるような事例は多々ある。

このように、食品の表示とはいっても、一見して表示者を特定するのが難しい場合がある。

偽装表示が問題となるのは、最終消費者に提供される時点での表示が適正であるか否かということにあるが、その表示に関する責任を追及する場合、表示者の特定は重要な事項となるであろう。

したがって、最終提供者のみに表示の適正化を求めていくのは不合理であり、食品販売者はもと

より食品製造者をはじめとする食品流通に関わるすべての当事者に表示に関するルールをはじめとする表示の意義を理解させ、これを適切に実行させることが重要になる。

このような重要性に鑑み、さらに昨今の食品表示偽装の問題発生を受け、表示者たる食品提供者も手をこまねいているわけではないようだ。食品表示の意義を理解するために用意された施策を積極的に利用する動きが垣間見られる。

たとえば東京都では、適正な食品表示を推進する核となる人材を育成するために、食品関係の事業者（食品製造業、輸入業、問屋業、スーパー、デパート等の食品関係従事者）を対象とした講習会を平成17年度から実施し、受講者には、取扱食品の表示が適切であるかの確認、事業所内での従事者教育のリーダー、法令の改廃等の情報収集、都民への情報提供、都の施策への協力が期待されている。¹¹⁾

また、群馬県では「適正表示推進事業所登録制度」が設けられており、「食品の適正表示推進者育成講習会を受講した方が中心となって、適正表示の推進に積極的に取り組んでいると認められる事業所を、事業所からの申請に基づいて「食品の適正表示推進事業所」として県で登録する制度」となっている。¹²⁾

さらに山形県でも食品適正表示推進者制度を創設し、食品販売店や食品製造事業所等に推進員を置くことを推奨している。¹³⁾

このような制度のもとで、適切な食品表示を行うことのできるような人員を適所に配置することで、頭書の目的が果たされるものと期待される。

11) 東京都福祉保健局健康安全部食品監視課ウェブページ<http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/joho/soshiki/anzen/shokuhin/index.html>（平成21年1月22日アクセス）

12) 群馬県食品安全情報センター「食品の適正表示推進事業所登録制度」<http://www.pref.gunma.jp/shokukai/04watch/suishin/tourokuseido.htm>（平成21年1月22日アクセス）

13) 山形県食品適正表示推進者制度<http://www.pref.yamagata.jp/ou/somu/020071/32/32-01-02-2010.pdf>（平成21年1月22日アクセス）

一方、万一の場合には、製品の自主的な回収というものが行われている。

昨年度の食品に関して何らかの不備があり、食品提供者がこれを自主的に回収した事例がまとめられているのでそれを見ておこう。

独立行政法人農林水産消費安全技術センターが、社告や行政情報、さらにインターネット検索サイトによるニュース配信を通じて食品の自主回収事例を収集した結果、平成19年度は、839件収集された。

表1はここ5年間の収集実績の推移であるが、増加傾向であったものが、さらに昨年度跳ね上がっている。

表2は、回収原因の内訳であるが、不適切な表示によるものが最も多く、373件で全体の44.5%を占めた。

食品の自主回収とは、それによる健康被害や事故が発生する可能性があるという観点から行われるものであるが、クレーム被害の拡散による企業イメージの損失を未然に防ごうというような予防的な判断に基づいて実施されていると同センターの自主回収事例調査の中では分析されている。さらに、表示ミスなどの事例は法律や法令違反の範疇に含まれると指摘されている。¹⁴⁾

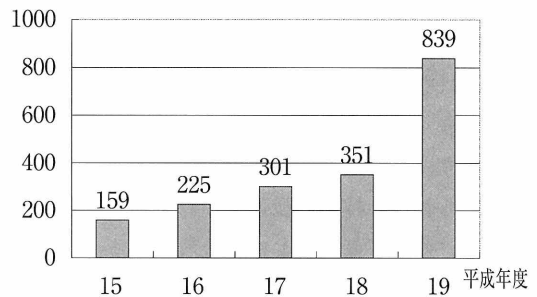
表示の適正化のためにコンプライアンス（法令遵守）の徹底が重要であると言われるが、食品の情報に関して弱い立場にある消費者が、強い立場の者によって欺かれるということはあってはならないことである。

利益をあげるという企業活動に相反する活動ともなるものに対して不適切な行動をとる姿、まさに「企業内の行動基準と社会一般の行動基準とのギャップ」¹⁵⁾と言われる所以である。

14) 佐藤邦裕「食品自主回収時の対策と社内体制整備、企業の対応方法と社内体制」農林水産消費安全センター－食品の自主回収情報－食品の自主回収事例調査http://www.famic.go.jp/syokuhin/jigyousya/jirei_kenkyu/sato_paper.pdf（平成21年1月23日アクセス）

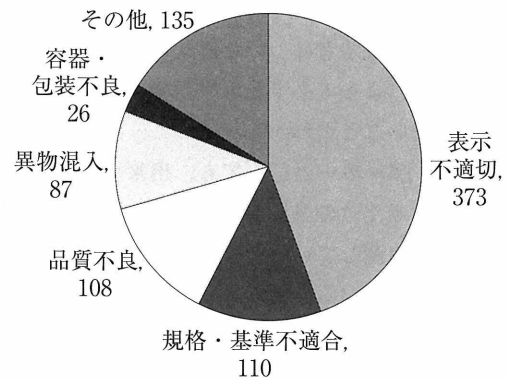
15) 中島正道・岩淵道生編集『食品産業における企業行動とフードシステム』（フードシステム学全集第4巻）農林統計協会、平成16年、318頁。

表1 食品自主回収事例の推移



出所：独立行政法人農林水産消費安全技術センター「平成19年度食品自主回収事例の整理・解析」
http://www.famic.go.jp/syokuhin/jigyousya/H19_kaisyu_kaiseki.pdf（平成21年1月23日アクセス）

表2 食品自主回収原因別件数（平成19年度）



出所：表1と同じ

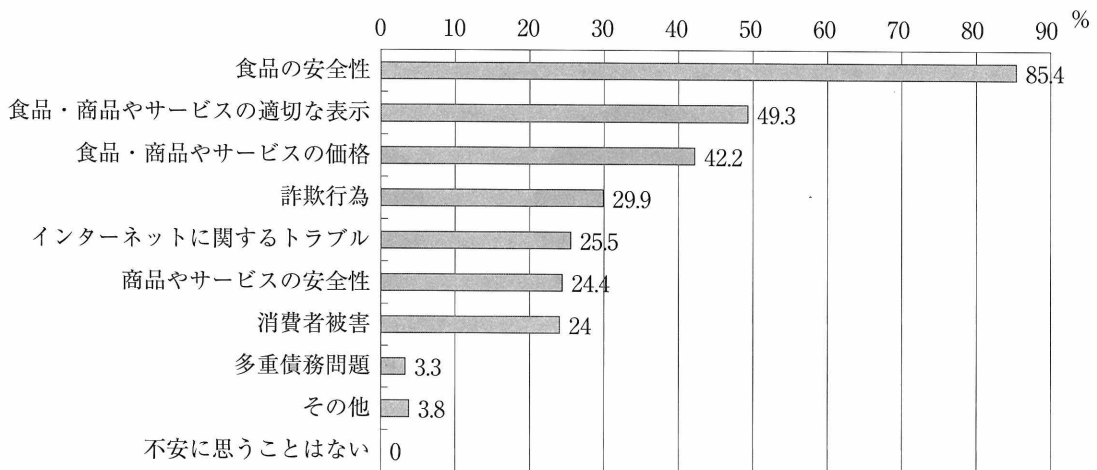
2. 消費者

前述の通り、繰り返される食品偽装事件を受けて、消費者の表示者に対する信頼感は落ち、表示不信とも言えるような状況にある。度重なる不適切な表示事例を眼のあたりとした消費者は何に頼ればよいのかと、半ば諦めにも似た境地に立っていることは想像に難くない。

このような状況下で、消費者はいかなる思いを持ち、それに対してどのような対策や対応、あるいは行動をとっているであろうか。

表3は、平成20年に行われた東京都の消費生活に関するアンケート調査の結果であるが、消費生活での不安として、「食品の安全性」が最も多くあげられ、「食品・商品やサービスの適切な表示」

表3 消費生活で不安に思うこと



出所：東京都生活文化スポーツ局「平成20年度第2回インターネット都政モニターアンケート結果、消費生活」
<http://www.metro.tokyo.jp/INET/CHOUSA/2008/07/60i7u100.htm> (平成21年1月23日アクセス)

がそれに続いている。

さらにこの調査では、自由意見として消費生活に関する考えを聞いているが、回答されたのべ413件のうちの三分の一にあたる141件が食の安全・安心に関するもので、さらにこの内の64件が表示に関する意見である。消費者の不安のほどが窺いしれる(表4)。

また、平成20年10月に実施された内閣府の世論調査によれば、「消費者問題の関心分野」についての質問に対して、9割近くの回答者が「食中毒事故や食品添加物の問題などの食品安全性について」を選び、「偽装表示などの事業者による商品やサービスに関する偽りの情報について」を選ぶものが7割を越え、次に来ている(表5)。

また、商品やサービスに不満を持ったことがある者にその内容を聞いたところ、半数近くの者が、「表示(数量、品質、性能、効能など)に偽りがあったり、不明確だった」を選んでいった(表6)。

このような食の安全・安心に関する消費者の不安に対して、農林水産省では、「広く国民の皆様から食品の偽装表示や不審な食品表示に関する情報などを受けるためのホットライン」としての食

品表示110番を設置し¹⁶⁾、平成14年2月より運用しているが、平成20年に寄せられた問い合わせは実に2万6661件に及び、前年に比べて件数で5680件、率にして27%増加している。

品目別の問い合わせ件数でみると、61%にあたる1万6219件が加工食品についてのものである。

なお、消費者などから寄せられるこれら情報の検索システムがより整備されることとなった。新たなシステムによると、情報提供者や内部告発者の職業といったデータベースに登録される項目が増やされるほか、加工食品に関しても分類項目が増やされるとのことである。¹⁷⁾

公表されている平成20年1月から12月までの意見等を整理・列挙すると¹⁸⁾、

<期限表示について>

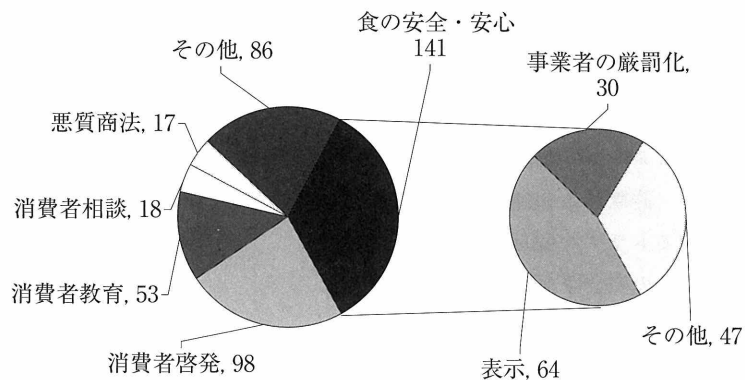
- ・期限表示について消費者等が正しく理解していないのではないか

16) 農林水産省「食品表示110番について」<http://www.maff.go.jp/j/jas/kansi/110ban.html> (平成21年1月23日アクセス)

17) 日本経済新聞2009年1月4日朝刊

18) 農林水産省「平成20年に食品表示110番へ寄せられた意見」よりhttp://www.maff.go.jp/j/jas/kansi/110ban_jisseki.html (平成21年1月23日アクセス)

表4 消費生活に関する自由意見一件数分類

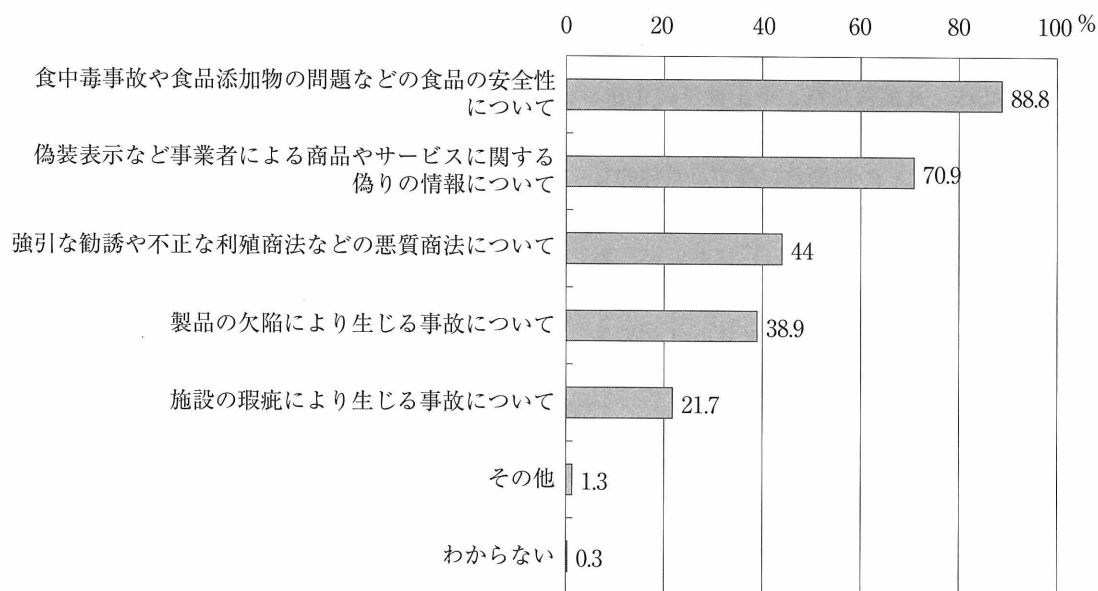


出所：表3と同じ

- ・米の表示に精米年月日は書いてあるが、賞味期限が書いてないので不便である
- ・外箱の包装紙だけではなく、個包装にも賞味期限表示をしてほしい
- <原料原産地について>
 - ・全ての食品で原料原産地（原産国）、製造者名（製造工場）及び住所を表示するよう、法律で義務付けるべきだ
 - ・加工食品の原料原産地表示対象品目（現行20品目群）を拡大すべき
 - ・早急に弁当にも原料原産地表示の義務付けをしてほしい
 - ・原料原産地表示の義務がない米粉から作ったモチも表示義務の対象としてほしい
 - ・現状の表示では、加工食品の原料の産地がわからないものが大半であるから、加工食品全てに対して原料原産地表示を義務づけてほしい
- <生産者名について>
 - ・販売社名だけではなく、製造社名を記載してほしい
 - ・生鮮食品品質表示基準において、生産者の住所、氏名の表示を義務づけた方がよいのでないかそれにより、生産者は出荷するものに、より責任を持つようになり、地産地消が進むのではないか
- <産地について>
 - ・「国産」との表示は大まかすぎるので、せめて

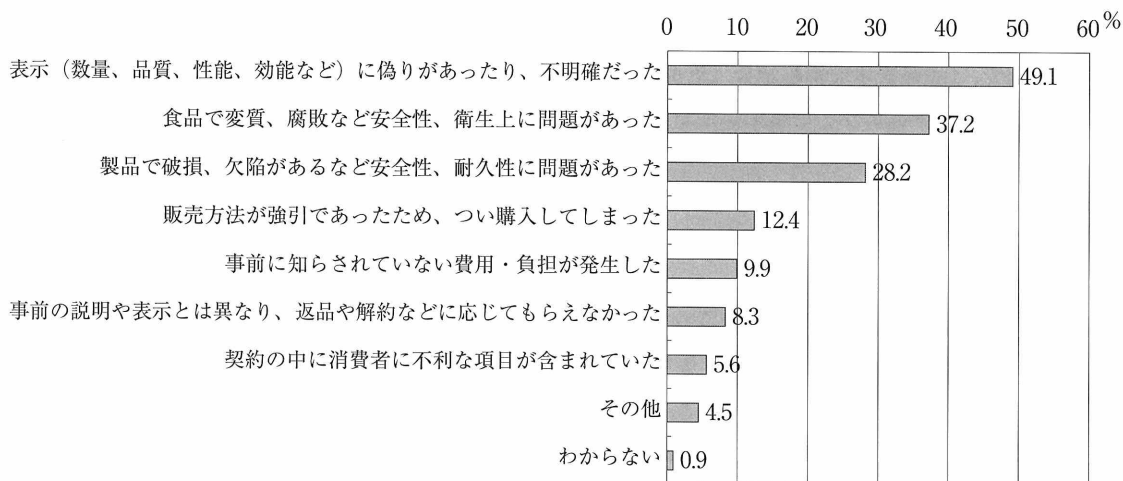
- 県名等の表示を義務づけてほしい
 - <表示対象について>
 - ・店内加工で販売される食品に対して、加工食品品質表示基準に規定された一部の表示（原材料名）だけでも義務づけてほしい
 - ・JAS法の適用範囲に外食事業者も含めた方がよい 外食でも原料原産地表示が義務付けられれば、食料自給率の向上にも寄与する
 - <表示文字について>
 - ・表示の文字が小さくて見にくいケースがある
 - <表示場所について>
 - ・商品によって表示の記載位置がばらばらである
 - ・記載箇所を一箇所に統一するなど、分かりやすい表示にすべきだ
 - <遺伝子組換え表示について>
 - ・加工工程を経ることで組み換えられたDNAが検出されなくなる食品についても、遺伝子組換え表示の義務対象としてほしい
 - ・遺伝子組換え原料を含む可能性のある外国産の原料を多く使用しているにもかかわらず、遺伝子組換え表示が任意となっている、なたね油等の食用植物油脂については、ぜひ義務化してほしい また、意図せざる混入率が5%以下まで認められていることについても、厳しく設定してほしい
- という具合に、積極的な意見が寄せられている。表示を見る側からの視点に立った意見としては、

表5 消費者問題の関心分野



出所：内閣府「消費者行政の推進に関する世論調査」、平成20年10月
<http://www8.cao.go.jp/survey/h20/h20-shohisha/index.html> (平成21年1月23日アクセス)

表6 商品の不満の内容



出所：表5と同じ

更なる表示の充実や表示の要件の見直しなどを強く求めている。

冒頭でふれたように、これからの消費者は、決して受け身ではなく積極的な行動をとることが求められる。

3. 行政

行政の動きに関しては、かねてより表示に関わる国の行政機関と関係する法律の重複があり、わかりにくさや整合性のなさ、用語や定義の統一性

のなさが指摘されているところである。¹⁹⁾

表示に関わる所轄官庁とは、農林水産省、厚生労働省、経済産業省、公正取引委員会であり、法律とは、JAS法、食品衛生法、不正競争防止法、景品表示法である。

「生活安心プロジェクト 緊急に講ずる具体的な施策」(「生活安心プロジェクト」に関する関係閣僚会合了承(平成19年12月17日))において、不適切な食品表示に関する監視を強化するため、関係省庁の間で設置するよう決定された「食品表示連絡会議」の第1回が平成20年2月に開催された。²⁰⁾

上述の施策の中では緊急に講ずる具体的な施策の一つとして“食品表示の適正化”が挙げられており、そのために平成20年度においては、

- i. 不正表示の監視取締体制強化のため、農林水産省に「食品表示特別Gメン」(広域、重大案件に対して機動的に調査を実施する専門チーム)が新設された。
- ii. 不適切な食品表示に関する監視を強化するため、関係する都道府県の機関と国の出先機関との間で、「食品表示監視協議会(仮称)」を設置すること等により、不適正な食品表示に関する情報が寄せられた場合に、必要に応じて関係機関で情報共有、意見交換を行い、迅速に問題のある事業者への処分等必要な対応をとることとされた。²¹⁾

一方、前述のように消費者からの要望の多い加工食品の原料原産地表示に関しては、「消費者と食品事業者の間の良好な信頼関係を構築する観点から、事業者による任意の情報提供をより一層推

奨」²²⁾するということに、原材料の原産地に関する情報を積極的に提供することが推奨されている。

本件に関しては、全ての加工食品の原料原産地を義務表示とすることの実行可能性や標示スペースには限りがあるという点が考慮されなければならないとともに、義務表示対象品目を拡大するにあたっては、

- i. 複数の原産国の原材料を混合、あるいは切り替えて使用する場合
- ii. 中間加工品を使用した場合はどうするのかといったことが新たに検討されなければならない問題として指摘されている。²³⁾

消費者や生産者からの意見や提案を聴取したうえで更なる検討が加えられたのち、原料原産地の表示方法に係る方向性が示されることとなっている。²⁴⁾

また、平成20年10月に実施された調査によれば²⁵⁾、農林水産省の果たす役割に対する期待度として「期待する」との回答率が最も高い政策課題は、「食料自給率の向上」で93%。「食糧の需給安定」が92%でこれに続き、その次に「食の安全」で88%となっている。しかしながら、達成度についての評価に関して、「評価できない」政策課題として、「食の安全」が72%、「食料自給率の向上」が64%と、期待が高いにもかかわらず評価されていないことがわかる。つまり、消費者はこれらに対する行政の取組みが不十分であると判断している。

このような情勢の中、消費者庁なる機関を設け

22) 農林水産省消費・安全局「加工食品の原料原産地表示をめぐる最近の情勢等について」平成20年7月 <http://www.mhlw.go.jp/shingi/2008/07/dl/s0728-6b.pdf> (平成21年1月23日アクセス)

23) 同上

24) 農林水産省では目下「加工食品の原料原産地に関するアンケート調査」が行われている。この調査については次のウェブページ報道発表資料を参照<http://www.maff.go.jp/j/press/syouan/hyoji/080929.html> (平成21年1月23日アクセス)

25) 「農林水産省の役割に対する期待と評価に関する意識・意向調査結果」平成20年11月、http://www.maff.go.jp/j/finding/mind/pdf/20081128_lcyosa.pdf (平成21年1月23日アクセス)

19) たとえば、高橋梯二・池戸重信『食品の安全と品質確保』農山漁村文化協会、平成18年、155頁。

20) 農林水産省報道発表資料平成20年2月14日 <http://www.maff.go.jp/j/press/syouan/hyoji/080214.html> (平成21年1月23日アクセス)

21) 内閣府「生活安心プロジェクト緊急に講ずる具体的な施策、5つの分野」<http://www5.cao.go.jp/seikatsu/tenken/pdf/tenken02.pdf> (平成21年1月23日アクセス)

ることが平成20年6月に閣議決定された。この組織については、消費者・生活者の視点に立つ行政への転換を目指した消費者行政推進基本計画の中で明らかにされている。²⁶⁾

そこではこの新しい組織が満たすべき六つの原則を掲げている。

- i. 消費者にとって便利で分かりやすい
- ii. 消費者・生活者がメリットを十分実感できる
- iii. 迅速な対応
- iv. 専門性の確保
- v. 透明性の確保
- vi. 効率性の確保

この原則に沿って、政策全般を監視するための強力な勧告権を持つとともに、消費者に身近な問題を取り扱う法律を幅広く所管・共管するものとされる。

次に、表示に関する法律については、

- ①消費者に対して必要な情報が表示され、しかも消費者を誤解させるような不当な表示がなされないような必要があり
- ②消費者被害の実態を踏まえ機動的に対応することが重要であり
- ③各省庁をまたがる横断的な調整が必要であるといったことを踏まえて、新組織が所管することが適当であると結論付けている。

新組織の今後の展開を注意深く見守る必要があらう。

IV 結びに代えて－食品表示適正化への期待

食品表示の適正化に向けてどのような取組みが有効なのであろうか。

今日の食品表示は、経済の発展に伴う大量生産・大量消費時代において不特定多数の消費者に販売される時点における重要な情報であると位置づけ

られる。

食品表示は、これを行う者、これを見る者、これを規制する者の三者が関わるわけであるから、三者の間を調整する形で表示制度というもの形成されている。そして、この制度を中心に食品表示の議論が展開されている。

制度をいかに有効に機能させるかということが、食品表示の適正化につながると考えられている。

現行の食品表示に関しては、JAS法の品質表示基準に代表されるように、表示しなければならない事項というのが法律で決められている。これによって商品の販売者などはある事項に係る表示義務というものを負っている。

そして、それ以外の事項に関しては、任意表示であるとか推奨表示という形をとっている。

そこで、これに関連して消費者の声として寄せられるのは、義務表示を増やせというものである。しかしこの問題は、表示の充実化という問題であり、しかも、食品にラベルなどが貼付される場合を考えると、表示のスペースという物理的な制約もあるので、あらゆることを表示せよというのは、そもそも不合理である。

よって、ここでの表示の適正化とは、まず表示の内容が適切であるかどうかということであり、それを確保させるための取組みが必要になる。

これまでの食品偽装事件を見ると、消費者をして優位誤認を起こさせる様な偽装表示が意図的に行われてきている。

前述のとおり、食品表示とは、食品に関する情報提供の一手法であるが、販売者としての立場からすると、表示というものは販売時点における大変効果的な販売戦術に他ならない。優位性を訴えるための表示は、販売時点において消費者にとっても大きな影響力を持つものと推測される。

商品の販売にあたってその品質と価格が重要であることは言うまでもないが、他社製品との差を強調することによって自社品の優位性を訴えることは、合理的な販売行動であらう。しかし反面、行き過ぎた表示、度を越した表示、踏み外した表示を生む温床ともなっている。

26) 「消費者行政推進基本計画について（平成20年6月27日閣議決定）」<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/shouhisha/kakugi/080627honbun.pdf>（平成21年1月23日アクセス）

つまり、表示が、情報提供と販売促進手段という機能を併せ持っているがゆえに、偽ってでも売り上げを伸ばしたいという考えがはたらくきっかけとなっている。

このような偽装表示が悪質であると言われる理由は、法令に違反しているということに加え、情報弱者である消費者の弱みに付け込んで、十分な情報を与えないあるいは誤った情報を意図的に伝えるという、信頼関係を破壊しているということにある。安全・安心なものを求めたいという消費者の意向に背くような行動が大いに非難される。

食品が安心できるかどうかは、①食品が安全であり、②食品の生産・製造に係る事業者や行政への信頼があるかにかかっており、むしろ後者の占める役割の方が大きいと言われている。²⁷⁾ またこの安全というのは、基準や数値といった明確な表現によって科学的にも評価されうるものであるのに対して、安心とは消費者などの個人が判断して決められるものである。²⁸⁾

よって、個人の判断に委ねられる食の安心についての信頼関係の重要性をあらためて理解したほうが良い。

平成20年9月に行われた世論調査によれば²⁹⁾、食料品選択時における国産品と輸入品の意識については、実に9割近くの回答者が国産品を選択するとしている。

さらに国産品を選択する基準を、同じく9割近くの者が、安全性ということを挙げている。

国産であることが必ずしも安全であるとの保証はないのだが、その点に付け込む形で外国産を国産と偽るといった信頼関係を崩すような行動をとる者がいるという事実がある。

幾度も繰り返される不適正な表示や偽装表示の結末は、業者としての信頼失墜、事業の継続不能といった、取り返しのつかない結果となっている例が少なくない。目先の利益にこだわるような姿勢が、その後の大きな失敗となって身に降りかかってくることになる。

これまでそのようなやり方がまかりとおってきたのであれば、そういった慣習こそ見直されるべきではなかろうか。今後の食品表示の適正化の徹底を期待したい。

27) 安達修二編『食品の創造』（生物資源から考える21世紀の農学第5巻）京都大学学術出版会、平成20年、200頁。

28) 同上書、200頁。農政研究センター『2004（平成16）年版食料白書 食品安全性の確保－予防原則と食品安全への道－』農山漁村文化協会、平成15年、91頁。

29) 内閣府「食料・農業・農村の役割に関する世論調査」平成20年9月

<http://www8.cao.go.jp/survey/h20/h20-shokuryou/index.html>（平成21年1月23日アクセス）