

食品表示一元化検討会 中間論点整理に関する意見交換会 意見の概要

藤田技術士事務所 藤田 哲

論点1及び5

食品表示の目的は「消費者保護（商品選択容易化）、公正な売買の維持」である。食品流通のグローバル化に対する食品表示の整合性、消費者保護の潮流に沿って、多くの国で食品表示の革新が進み、法的にも一元的な管理が行われている。この中で日本の加工（包装）食品表示は大きく立ち後れている。優秀な品質と技術を持つ日本の加工食品産業の発展には、海外展開が期待され、海外の表示制度への関心が重要である。コーデックス基準は最低の基準であり、主要国ではその基準を超えている。海外の義務表示事項は日本の2倍以上に達する例が多い。

○世界各国の加工食品表示改革の趨勢は次の2点である。

① 特徴的原料と重要原料を、添加の水を含めて%で表示する。

原材料の量的表示は、EUが量的原材料表示（QUID）の制度で2000年に義務化し、5%以上の加水、各種食肉、魚介類、乳製品、果物、ナッツ、野菜、チョコレートの量を%表示する。例えば、イチゴヨーグルトであれば、イチゴ量の表示は必須である。またEUではソーセージのような肉製品は、全原料、水分、肉量を表示する。この制度の実施で、消費者の商品選択は容易になり、業者間に真の品質競争が起こる。

② 分かりやすい栄養表示を行い、各栄養成分量とその一日所要量中での%を示す。また、栄養表示の図示化が進められている。

①の表示は、EU加盟27か国、トルコ、韓国、東南アジア3か国、南米5か国、オーストラリア・NZ、東欧諸国で義務化され、②の表示は世界の主要国で義務化済みである。EUとしては2014年に栄養表示を義務化するが、EU27か国とトルコでは2009年4月に平均で85%、イギリスでは94%が栄養表示済み。

論点2 表示上の改善事項

- ・食品添加物の全体を表示しないのは日本だけである。「表示項目を重要なものに絞り、文字を大きくする」などは食品衛生法の改悪であり、国際的には論外な考えである。
- ・一括名表示は廃止すべきである。この制度は日本以外では皆無といえる。例えば、乳化剤には22物質があり添加の制限物質を含む。加工澱粉11種、調味料には62種がある。
- ・食品添加物の使用目的と物質名記載は必須である。例えば、保存料無添加食品には、ソルビン酸0.2%の代替に、保存料として、最強の抗菌剤のビタミンB1誘導体0.02%、グリシン2%、酢酸Na2%、溶菌酵素、乳化剤などが使われ、表示には欺瞞が多い。
- ・食品添加物の表示では、別名、簡略名、類別名を用いるべきでない。例えば、ニンジンカロテンには13種、トマト色素は7種の名称を用い得て、他物質との識別はできない。
- ・油脂名を「植物油脂」「動物油脂」と表示できるのは多分日本だけである。大豆油、パーム油、豚脂、菜種硬化油（水素添加油脂）などの名称を用いるべきである。
- ・全ての食品添加物表示を義務化すれば、その利用が減少する（EUのE-Noで実証済み）。
- ・日本酒の醸造アルコール使用量は%表示すべきである。この制度は水増しである。

論点4 加工食品の原産地表示は増やすべきでない。この制度は輸入大国の日本と韓国に特有の制度である。

その他事項 JAS法のような軽い行政処分を排する。表示違反への罰則を強化し、消費

者への損害賠償制度を確立すべきである。中国産のアサリ 4 千トンや水煮タケノコ 2 千トンの国産偽装は、明白な詐欺行為である。しかし過去の処分は改善指示であった。

・日本の食品添加物 788 物質は世界最多で EU の 2 倍である。特に既存添加物 365 物質中で、国際的な安全性確認物質は 162 にすぎない。天然物由来が安全とはいえず、他国では使用できない物質が多い。

食品の表示

—国内基準から国際規格まで—

(社) 日本フードスペシャリスト協会 編
田島 眞 責任編集
箴島一浩・橘川俊明・佐伯宏樹・薩埵真二・藤田 哲 共著

建帛社
KENPAKUSHA

5

食品の偽装と世界各国の食品表示

★概要とねらい

2001(平成13)年に国内でBSE(牛海綿状脳症、いわゆる狂牛病)が発生し、感染防止のために国産牛肉の政府買上げが行われた。翌年の1月に、ある食品メーカーが売れ残りの質の悪い輸入牛肉を国産に偽装したことが告発され、食肉各社が同様な不正を犯したことが発覚した。この事件以来、それまでは表ざたにならなかった、多くの食品偽装や不正が一気に露見して、JAS法の取締りが強化されることになった。しかし、あい変わらず、生鮮食品の原産国や原産地、銘柄品を偽ったり、加工食品の混ぜ物や水増しが続いている。

食品表示は消費者の商品選択を容易にするためにある。そこで、現在世界的に行われている加工食品原材料の%表示と、偽装や水増しの取締りなどについて説明する。また、消費者の健康維持のためには、親切的な食品の栄養表示が重要であり、各国の実施状況を説明する。さらに、世界的に消費者のための表示改革が進むなかで、日本の食品表示制度の遅れについても述べる。

1. 食品の原産地偽装と偽和（混ぜ物と水増し）

（1）輸入食品における中国産食品の実態

日本は**カロリーベース食料自給率**が40%〔2009(平成21)年度〕と先進国中最低で、食料と飼料の輸入は年間4,700万トン（2008年度）もあり、量、件数、金額で**世界第一の食料輸入国**である。また、米、トウモロコシや小麦などの穀物類の自給率は28%〔2008(平成20)年度〕と低く、輸入の大部分は米国に依存する¹⁾。厚生労働省の2009(平成21)年度輸入食品監視結果によると、**中国からの食品輸入**は363万トンで、金額では、野菜の50%、魚介類の20%、果実の17%に達する。中国以外からの輸入では、米国、韓国、タイなどに頼っている。輸入食品は厚生労働省検疫所で安全性の検査が行われ、合格しない食品は輸入が禁止される。

食品の輸入件数は年間182万件〔2009年度〕もある。そのなかで中国からの輸入件数は30%を占め、2位の米国は11%であるから、違反の件数は中国が最も多くなる²⁾。たとえば2009(平成21)年の場合、**輸入の検査件数に対する違反率**は、中国の0.29%が最も少なく、米国0.90%、韓国0.46%、タイ0.72%、ベトナム0.59%である。しかし、件数では常に分母の大きい中国が最も多く、それが報道されるので、消費者は中国からの輸入食品を危険視している³⁾。

国産と輸入食品で、**残留農薬**の（違反量には達しない）**検出率**を比較すると、その比率はほぼ同じである⁴⁾。消費者には「国産は安全で中国産は安全性に劣る」という強い先入観があり、中国やアジアからの輸入食品への差別を生んでいる。これらの輸入食品の安全性は、中国政府の輸出品検査と、日本の現地企業や輸入商社の努力で支えられている。

（2）食品の産地偽装とその取締り

中国などからの**輸入食品を国産と偽る動機**は、2～3倍になる**価格差**である。野菜類、貝類、鮮魚や干物など、品質的に大差のない商品が高値で売れるので、

その誘惑に勝つことはむずかしい。2008(平成20)年度にウナギは約10万トンが売られたが、国産は2万トンに過ぎなかった。しかし、市場では国産品の表示が目立つ。

4,000トンもの中国産アサリを国産と偽ったり、2,600トンの中国産タケノコの水煮を、小分けして国産と偽った例がある。表示違反や産地を偽った場合などは、農林水産省や都道府県が**JAS法によって公表**してきた。その数は2008(平成20)年に118件になっている。悪質な偽装は**不正競争防止法**や**詐欺罪**で罰せられるが、2007(平成19)年までの**検挙数**は年間に4,5件と少なかった。2009(平成21)年5月にJAS法が改正され、産地偽装では長期の手続き（改善指示→改善命令→罰則の順で、罰せられるまでの手続きが長期間にわたった）なしの直罰になったので、**検挙数が増加している**。**韓国も食料輸入大国で産地偽装が多いが、取締りが非常に厳しく、刑事告発は年間2,000件近くもある⁵⁾**。**日本で多発する食品詐欺は、過去からのJAS法の甘い取締り制度が原因であろう**。違反は多くの場合、内部告発によって明らかになっている。

国産の特徴的な食品で、たとえば、魚沼産コシヒカリ、関サバ、関アジ、マツバガニなど、有名産地の高級食品（ブランド）に対する食品偽装（産地偽装など）や不正も多い。

（3）混ぜ物と水増し食品（食品偽和）への各国の取締り

普通農法による農作物を有機農作物に偽装する、米の品種や産地を偽称する、新米に古米を混米する、高級魚や銘柄牛肉などと偽称するなどの検査結果を農林水産省および消費者庁が公表している。さらに、賞味期限の書き換えの違反も公表されている。とくに、通信販売では偽装が多いので要注意である。

産地偽装では鮮度や風味に問題がなければ、どこの産品であってもその中味に大差はない。しかし現在、検査体制が不十分なために、摘発が困難な不正として、**加工食品への混ぜ物と水増し**があり、**食品偽和**と呼ばれる。偽和されやすい食品は、果実ジュース、ワイン、食肉と肉製品、魚介類とその加工品、穀類、有機農産物、緑茶、コーヒー、オリーブ油、はちみつ、そば、メープルシ

ロップなどである。たとえば、無果汁の天然果汁や、液糖が半分入ったはちみつなどの例が公表されている。

各国の食品行政で、管理や取締りが一本化された国に、英国、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、スウェーデンなどがある。ほぼ一本化されている国は、米国（食品全般はFDA、肉と卵は農務省）、韓国などである。米国の食品医薬品局（FDA）は、100年以上前に不正な食品や医薬品から、消費者を守るために設立された。欧米では早くから、消費者保護の体制が発達した。日本農水省の行政は長い間、生産者の保護育成に偏り、また食品を管轄する官庁が4か所に分散していた。今後は、消費者庁による改革が期待される。

欧米の食品不正の大部分は、混ぜ物や水増しの偽和であり、どの国でも食品の不正を検査して、その真正を検証する機関が発達している。正確で客観的な分析結果に基づいて、悪徳業者を処罰する制度が、不正の防止と消費者の保護には不可欠である。日本では、このような制度が未発達で、現在、JAS法関連の食品検査は、農林水産消費安全技術センターなどが行っている。

日本の加工食品には明確な定義がないものが多く、多くの製品は原材料を多い順に表示すれば合法である。EUではソーセージなどの肉製品に、肉量と水を含めた全原料の%表示を義務化している。水も食品の重要な原料であるが、日本では表示の必要がないので、食品の水増しが行われやすい。

その例をハム類で説明しよう。日本のハム類で国際規格に合致する製品は、JAS規格の特級と上級、その他の高級品である。市販品の大部分を占める安価なハム類は、植物たんぱくや卵白、糖類、ゲル化剤、増粘剤などの添加物を含み、海外では「ハム類似品」に分類される。これらは水分が多く、なかには豚肉たんぱく質が半分程度の製品までもがあり、そのために、豚肉あたりの価格が本物のハムの2倍以上になるものが多い⁶⁾。そこで、ハムの表示では原材料の食塩と炭水化物に着目しよう。ハムの食塩含量は2~3%であり、炭水化物（糖類）は5%程度であるから、糖類と食塩の間に表示された成分の数で、豚肉以外の成分のおよその量が推定できる。なお、ナトリウム（Na）で表示される量を食塩に換算するには、2.5倍すればおよその食塩の量となる。

2. 世界各国の食品表示

食品表示は消費者保護と公正な取引のためにあり、わかりやすく、消費者の商品選びを容易にしなければならない。現在、世界各国の加工食品表示の趨勢は、次の2点である^{7),8)}。

① 特徴的な原料と重要原料を、添加の水を含めて、%で表示する。

たとえば、イチゴ入りのヨーグルトならば、イチゴの量を表示する。

② 詳細またはわかりやすい栄養成分表示を行い、一定量の食品中に含まれる各栄養成分が、推奨される一日必要量中に占める%で示す。

すでに、日本を除くOECD（経済開発協力機構）加盟の34主要国、BRICsの中進諸国、東南アジアや南米諸国では、程度の差はあるがこれら2種類の表示を義務づけている。日本では原材料表示は多い順で、水分は表示しない。栄養成分表示は、熱量、たんぱく質、脂質、炭水化物、ナトリウムの5項目で、一般加工食品では任意表示である（各国の比較は表5-1参照）。

①の原材料の量的表示では、EUが2000（平成12）年から、特徴的な原料と重要原料の量的表示を義務づけた。これは量的原材料表示（**QUID**）制度と呼ばれ、5%以上の添加水分、各種食肉、魚介類、乳製品、果物とナッツ、野菜、カカオ脂、チョコレートを%表示する。この表示法はEUの27か国のほか、類似の制度が韓国、タイ、ブラジル、オーストラリア、ニュージーランド、ロシア、ウクライナ、アルゼンチンなどで実施されている。

②の栄養成分表示では、米国が肥満や生活習慣病の予防の目的で、「栄養表示教育法：NLEA」を1994（平成6）年から施行し、消費者の健康教育を促進している。内容は図5-1のように、包装（1食）あたりの全エネルギー、脂肪由来エネルギー、全脂肪と飽和脂肪酸、トランス脂肪酸、コレステロール、ナトリウム、全炭水化物、食物繊維、糖類、たんぱく質、ビタミン、ミネラル類を示す。さらに、各栄養素が勧告1日摂取量に占める%と、2,000および2,500kcalでの勧告摂取量（図中省略）が示される。類似の表示は韓国、タイ、オースト

ラリア、ニュージーランド、その他で実施されている。EUは2011年に共通の「生活改善教育の食品栄養表示」を義務化する予定である。すでに、2009(平成21)年4月のEU調査では、加盟各国の平均で85%の加工食品に栄養成分表示がなされていた。

栄養の実態	
供給サイズ4個(36g) 包装内は約9回供給	
一供給中の量 カロリー 190, 脂肪カロリー 90	
	一日量中%*
全脂肪	10g 15%
飽和脂肪	5g 25%
トランス脂肪	0g
コレステロール	5mg 2%
ナトリウム	75mg 3%
全炭水化物	22g 7%
食物繊維	0g
糖類	19g
たんぱく質	3g
ビタミンA 0%・ビタミンC 0% カルシウム 8%・鉄 0%	
* 一日量の%は2,000キロカロリー摂取の場合で、自分のカロリー必要量で増減すること	
各栄養素の勧告一日摂取量：省略した	

① 米国産チョコレートクッキーの栄養表示(NLEA)と原材料表示例の和訳

栄養成分表示 (36グラム当たり)	
エネルギー	190kcal
たんぱく質	3g
脂質	10g
炭水化物	22g
ナトリウム	75mg

原材料：砂糖、脱脂乳、ココア、バター、小麦粉、乳脂、乳糖、植物油、脂、ココア、ホエー、カカオマス、液糖、食塩、乳化剤(大豆由来)、膨張剤、香料

② 輸入した①の日本国内の表示例

原材料：ホワイトチョコレート(砂糖；カカオバター；脱脂乳；乳糖；減塩ホエー；乳脂；乳化剤の大豆レシチンおよびPGPR；人造香料のバニリン；酸化防止剤のトコフェロール)；強化小麦粉(ナイアシン；還元鉄；チアミン；硝酸塩；ビタミンB₂；葉酸)；砂糖；部分水素添加植物油(大豆油および/または綿実油)；2%以下のココア処理アルカリ；乳ホエー；チョコレート；高フルクトースコーン液糖；重炭酸ナトリウム；食塩；大豆レシチン；天然および人造香料。 アレルギー情報：同じ装置で木の実を加工

図5-1は輸入した米国のチョコレート菓子のもとの表示を、その日本国内表示と比較している。多くの場合、日本の表示項目数は、海外のほぼ半分である。その理由は、食品添加物の表示が「調味料」などと「一括名表示」で省略されることや、油脂などの個別名称が不要で、植物油脂などと単純化した表示ができるためである。このような表示が認められる国は日本以外になく、どの国でも詳しい原材料表示と食品添加物全体を表示する。食品添加物の全体を表示させることで、EUではメーカー間に添加物を減らす競争が起こったという。親切でわかりやすい表示は、消費者の選択を容易にするとともに、消費者の教育・理解にも役立つ。

引用文献

- 1) 藤田 哲 食品と科学 51 (10) 25~29 2009
- 2) 藤田 哲 New Food Ind. 49 (11) 28~34 2007
- 3) 林 徹 月刊フードケミカル No.12 76~80 2007
- 4) 藤田 哲 食品と科学, 49 (1) 39~45 2007
- 5) 藤田 哲 内閣府調査 海外主要国の食品制度の総合的調査 pp.391~395 407~408 2009
- 6) 藤田 哲 New Food Ind. 49 (1) 19~28 2007
- 7) 藤田 哲 食品と科学 51 (2) 25~33 2009
- 8) 藤田 哲 フードリサーチ 2009 (5) 70~73

図5-1 日本に輸入した米国産チョコレートクッキーの表示例
米国での表示と、日本で貼付した表示の比較

■責任編集

た じま まこと
田 島 眞 実践女子大学生活科学部 教授・農学博士

■執筆 者(執筆順)

た じま まこと
田 島 眞 前 出
_____ (第1章, 第6章)

おさ じま かず ひろ
箴 島 一 浩 農林水産省消費安全局表示・規格課 総括課長補佐
_____ (第2章)

さつ た しん じ
薩 埴 真 二 東京都福祉保健局多摩・立川保健所
食品衛生課長補佐
_____ (第3章1,2)

さ えき ひろ き
佐 伯 宏 樹 北海道大学大学院水産科学研究院 教授
_____ (第3章3)

きつ かわ とし あき
橘 川 俊 明 日本健康・栄養食品協会特定保健用食品部門
兼栄養食品部門 部門長
_____ (第4章)

ふじ た さとし
藤 田 哲 藤田技術士事務所 所長・農学博士
_____ (第5章)

■編 者

社団法人 日本フードスペシャリスト協会

〔事務局〕

〒170-0004 東京都豊島区北大塚 1丁目16番6号

大塚ビル 3階302号室

TEL 03-3940-3388

FAX 03-3940-3389

食品の表示—国内基準から国際規格まで—

2011年(平成23年)4月25日 初版発行

編 者 (社)日本フード
スペシャリスト協会
発 行 者 筑 紫 恒 男
発 行 所 株式会社 建 帛 社
KENPAKUSHA

112-0011 東京都文京区千石4丁目2番15号
TEL (03) 3944-2611
FAX (03) 3946-4377
<http://www.kenpakusha.co.jp/>

ISBN 978-4-7679-0443-6 C3077 亜細亜印刷/田部井手帳

©日本フードスペシャリスト協会ほか, 2011.

(定価はカバーに表示してあります)

Printed in Japan

本書の複製権・翻訳権・上映権・公衆送信権等は株式会社建帛社が保有します。

JCOPY (社)出版者著作権管理機構 委託出版物)

本書の無断複写は著作権法上での例外を除き禁じられています。複写される場合は、そのつど事前に、(社)出版者著作権管理機構 (TEL03-3513-6969, FAX03-3513-6979, e-mail: info@jcopy.or.jp) の許諾を得てください。