

○池戸座長 皆さん、おはようございます。

定刻になりましたので、第2回の「食品添加物の不使用表示に関するガイドライン検討会」を開催させていただきます。

本日の出席状況ですが、坂野委員が御欠席になっております。

まず、既にお配りしているかと思うのですが、資料の確認をさせていただきたいと思っておりますので、事務局から御説明をいただきたいと思っております。よろしくお願いいたします。

○高橋課長補佐 それでは、よろしくお願いいたします。

本日は3時間と長丁場となりますが、どうぞよろしくお願いいたします。

資料は事前に委員及びヒアリング対象者の皆様へ送付させていただいておりますが、議事次第、委員名簿、ヒアリング対象者の名簿、資料1～8が本日ヒアリングに御参加いただきます皆様から御提出いただいた説明資料、このほか、武石委員からの提出資料として3団体からの意見書となっております。委員及びヒアリング対象者の皆様方におかれましては、お手元の資料に過不足がございましたら、事務局に挙手でお申し付けください。傍聴の方はウェブ掲載している資料を御覧ください。

また、進行に当たっての留意事項としまして、御自身の発言時以外はミュートにして、発言するときにミュートを解除して挙手の上でお名前を言ってから御発言ください。傍聴の方は、大変恐縮ですが、資料は御自身で御準備をお願いします。

本日も、この検討会に事務局である食品表示企画課以外に、取締りを担当する消費者庁表示対策課から岩井食品表示対策室長、さらに田中ヘルスケア表示指導室長にオブザーバーとしてお越しいただいております。

それでは、これからの進行は池戸座長にお願いいたします。

○池戸座長 皆さん、本日もよろしくお願いいたします。

3時間ということで、お昼時間にもかかっておりますけれども、非常に申し訳ございませんが、よろしくお願いいたします。

本日の検討会は、ガイドラインを策定するに当たりまして、消費者及び事業者から食品添加物の不使用表示についての考えや実態を把握するために、ヒアリング対象者の皆様方から聴取させていただく場になります。

消費者・事業者団体などから各々4名の方にヒアリングをさせていただくことにしております。ヒアリング対応いただく方は、委員の皆様方から御推薦いただいた方を座長である私と事務局において、様々な御意見をいただける方を選ばせていただいております。今回、そういうことでお願いしまして、快くお引き受けいただきまして、また、本日のためにいろいろと準備もあったことかと思っておりますが、今回、お話しいただく皆様方にまず厚く御礼申し上げたいと思っております。それから、御推薦いただいた委員の皆様方にも併せ

て感謝申し上げたいと思っております。ありがとうございました。

ヒアリングの進め方ですけれども、消費者系の委員から御推薦いただいた4名の方、続いて、事業者系の委員から御推薦いただいた4名の方の順に氏名の50音順で行いたいと思っております。なお、全国味噌工業協同組合連合会様は、発表者の御事情があつて8番目とさせていただきます。

それから、公平性の観点から、お1人当たりの御説明に10分程度、それに関連する質疑に10分程度、合わせて20分ということで進めさせていただけたらと思っておりますので、できるだけ時間を御配慮いただいております。

8名の方からのヒアリングが終わった後で、先ほど事務局からもお話がありましたが、武石委員からの提出資料として、事業者団体からの意見書3件をいただいておりますので、これを武石委員から御説明いただいた後に全体的な質問時間を設けたいと思っております。

以上が本日の流れの概要でございます。

続きまして、本日お話しいただく皆様について、名簿の順に御所属とお名前を御紹介させていただきます。

全国味噌工業協同組合連合会の磯部様。

食のコミュニケーション円卓会議の市川様。

日本香料工業会の大木様。

特定非営利活動法人くらしとバイオプラザ21の佐々様。

一般社団法人全国清涼飲料連合会の高橋様。

パルスシステム生活協同組合連合会の高橋様。

味の素株式会社の増澤様。

東都生活協同組合の松井様でございます。本日はどうぞよろしくお願いたします。

あと、ヒアリングに際しまして、事務局から何かコメントがありましたら願いたします。

○高橋課長補佐 先ほど座長からお話がありまして、御説明時間は10分ほど、その後の質疑時間として10分程度をお取りしたいと思っております。なお、説明時間をお知らせする目安として事務局において、7分と10分の時点で呼び鈴を鳴らすほか、ウェブ画面右下のチャット機能も適宜活用させていただきますので、発表者の皆様は適宜御確認を願いたします。

事務局からは以上です。

○池戸座長 ありがとうございます。

ということで、少し制約的な形になるかもしれませんが、御協力のほどよろしく願いたします。

早速ですが、まず、市川様からお話をいただけたらと思っております。よろしく願いたします。

○市川代表 ありがとうございます。

皆様こんにちは。食のコミュニケーション円卓会議の代表をしております市川まりこと

申します。

私たちは消費者の利益を損ねている壁を少しでも取り払いたい。誰もがよりよい食生活を育んでいけることを願って活動している消費者団体です。本日は、ヒアリングの機会をいただきまして、ありがとうございます。

今日は無添加・不使用表示について、私は消費者の立場から表示の規制をしてほしいという意見を述べたいと思います。

このスライドは、皆さんがよく御存じのように食品添加物について、消費者の理解はもっとも進んでいないという現状を示したものです。平成29年度からの3年間を見てみると、食品添加物のことを理解していない割合は、毎年6割を超えています。食品安全委員会や消費者庁など関係機関の方々がリスクコミュニケーション活動を行ってきているにもかかわらず、残念ながら横ばいで推移しています。リスクコミュニケーション活動の成果が数字に表れてこないのはなぜなのか。食品添加物については、皆さんもよく御存知のように、安全性については、十分に確保されているにもかかわらず、消費者の不安は一向に解消されておられませんし、根強いものがあるのはなぜなのでしょう。

このスライドは、無添加表示について、消費者の理解の現状を示しています。消費者庁の平成29年度の消費者意向調査によりますと、無添加などの表示がある食品を購入する最大の理由は、第1位が「安全で健康によさそうのため」というものでした。つまり、無添加・不使用表示がある食品は安全だと認知されている実態が明らかになっていると思います。言い換えると、無添加や保存料不使用と書かれているだけで体にいい食品だと誤認している消費者が多く存在していると考えております。

では、消費者の誤認がなぜ問題なのかを考えてみたいと思います。日本においては、多くの消費者が食品添加物を使用した食品の安全性について誤認しているため、食品添加物を使用した食品は健康に悪そうだから避けたいという状況になっています。裏を返すと、無添加・不使用表示があれば安全な食品だと認知されていると思っています。無添加や保存料不使用などと書かれているだけで、体によさそうな食品であると誤解している方も少なくないと思います。

なぜそのような状況になってしまったかという点、無添加表示・不使用表示が消費者の適切な理解を妨げるどころか、食品添加物は健康に悪いというネガティブなメッセージを刷り込み続けてきた結果と言わざるを得ません。

本来、食品表示は消費者の主体的な商品選択を助けるものです。しかしながら、食品添加物に関しては、残念ながら消費者は主体的に商品選択をできている状況にないと思っています。無添加や不使用と書かれた食品を意図的に買わされているのではないのでしょうか。消費者が無添加・不使用表示があれば安全と思い込むことで、消費者は不利益を被っている場合もあるのではないかと考えています。

このスライドの左側の赤い矢印の流れを見てください。多くの消費者が誤認しているから、無添加や不使用表示食品が売上げを増やします。売れると無添加・不使用表示食品は

さらに増えます。それを見て消費者の誤認がさらに増えます。

右側の矢印を見てください。誤認が増えると、さらに無添加・不使用表示食品が増えることを示しています。まさに、消費者誤認の無限ループではないかと私は考えております。事業者の方は、消費者が無添加を求めるので、そのニーズに応えるために無添加・不使用表示食品を販売しているとお答えになるかと思いますが、なぜ消費者はそのような食品を求めるのでしょうか。食品添加物は、健康を害するのではないかという間違った知識がベースにあるから、健康でありたいと願っている消費者は、無添加・不使用と書かれた食品をつい求めてしまうのです。このように、無添加や不使用表示がある限り、消費者の誤認はなくなることを明確に示していると考えております。

ここからは、食品添加物（〇〇）の不使用表示について、具体的な例を見ていきたいと思えます。1つ目は事実と異なる表示、2つ目は事実であっても消費者を誤認させやすい表示、3つ目はその他気になる例、4つ目は誤認させない不使用表示という順番でお話をします。

1つ目の事実と異なる表示として、①キャリーオーバーや加工助剤は表示免除されておりますが、食品添加物（〇〇）が使用されている場合。②原材料の製造工程などで使用されている場合。これらは事実と異なる表示であり、禁止すべきと考えます。

2つ目の事実であっても消費者を誤認させやすい表示として、①食品添加物（〇〇）は使用していないが、当該食品の中に食添（〇〇）の機能を代替するものがある場合。②一般的に食添（〇〇）を使用していない食品で食添（〇〇）を使用していない場合。③「〇〇不使用」の表示があり、〇〇は使用していないが他の食品添加物が使用されている場合。これらはたとえ事実であっても消費者を誤認させやすい表示なので、禁止すべきと考えます。

3つ目のその他気になる例として、①単なる無添加表示、商品によっては無添加という表示が大きく目立つものがありますけれども、何が無添加なのかすぐにはよく分かりません。これは消費者の添加物への誤認から生まれた消費者ニーズを利用しているように思えますので、禁止すべきと考えます。②化学調味料不使用の表示、食品表示基準などの行政上の用語として使われておらず、定義も存在せず不明確な用語になっていますので、禁止すべきと考えます。③食品表示基準で使用をやめた合成、人工の文言が入った不使用表示については、消費者を誤認する観点から禁止すべきと考えます。

4つ目の誤認させない不使用表示とは、消費者の誤認につながらない不使用表示の方法はあるのでしょうか。先ほどのスライド4でお話ししました誤認の無限ループを思い出してください。無添加・不使用表示がある限り、消費者の誤認はなくなるのではないかと考えています。無添加・不使用表示があるがゆえに、誤認しているあるいは誤認させられている多くの消費者をこのまま放置してよいのでしょうか。消費者庁のガイドラインですから、事業者側の言い分はいろいろあるにせよ、まずは消費者を誤認させないように手を尽くすべきだと私は考えております。無添加・不使用を強調すること自体が、消費者

の食品添加物への安全性への理解を阻んでいるのです。消費者を誤認させない不使用表示はないという結論にならざるを得ないと考えております。

それから、不使用・無添加などの表示は商品広告の中に広くあふれています。消費者の誤認を軽減していくためには、容器包装だけでなく、ネット広告など全ての広告表示全体を規制する方向に進むべきだと考えております。

最後に、不使用表示のガイドライン策定に当たっての課題をまとめてみました。私は今回、このガイドラインの検討をしていただく中で、線引きのメルクマールになってしまわないか、そのメルクマールをつくることで、不使用と堂々と表示できることになれば、かえって不使用表示が増えることになりかねないかと気になります。また、消費者庁のガイドラインが不使用表示お墨つきガイドラインになってしまわないかということも大変気になっております。

不使用表示そのものが食品添加物のリスクコミュニケーションを阻んでいることを踏まえると、無添加・不使用表示は禁止する厳しい内容のガイドラインにしていくことが求められると思っております。ガイドライン検討会の皆様方にはしっかりとした議論をしていただきたいと願っております。

以上でございます。ありがとうございました。

○池戸座長 市川様、どうもありがとうございました。

これから、委員の皆様方から御質問等をいただくわけですけれども、御質問や御意見のある委員におかれましては、ミュートを解除してから挙手の上でお名前を言ってから御発言いただければと思っております。その場合、挙手の有無を私のほうで確認するために、画面をオフにしている方は、画面をオンにしていきたいと思っております。

それから、ヒアリングの対象者の方、今日お話ししていただく方におかれましても、各々の質疑時間において、委員から質問が出尽くした後で時間がある場合には御発言をいただくことにしたいと思っておりますのでよろしくお願いいたします。

御質問、御意見等ございましたら、どうぞ。

有田委員、どうぞ。

○有田委員 有田です。

ありがとうございました。

説明資料の7ページのところで、それぞれ調べられたと思うのですが、どういうものが①、②、③で該当していたかを教えていただければと思います。

○市川代表 御質問ありがとうございます。

例えば、①食品添加物(〇〇)は使用していないが当該食品に機能を代替するものがある場合は、よく言われるように、食品添加物を使用していないと書いておきながらその食品の中には機能を肩代わりするものがある。例えば、パンとかでよく言われたイーストフードとかがあるのではないのでしょうか。

②一般的に食添(〇〇)を使用していない食品で食添(〇〇)を使用していない場合は、

例えば、冷凍食品というのは基本的に食品添加物の保存料は使わなくても保存ができると思うのですけれども、そういう場合でも保存料不使用とか保存料は使用していないとか書いている場合。

③「〇〇不使用」の表示がありというものについては、例えば、保存料不使用と書いてあるのですけれども、pH調整剤とか食品の保存性を改善するためのほかのものが使用されているとかということを考えています。

○有田委員 特に調べられて、実際に試買調査をされたというわけではなくて、こういうことが考えられるということなのですね。

○市川代表 そうです。私が日常の暮らしの中での買い物の中で②とか③が目につくことはありますけれども、具体的にこのヒアリングのために試買調査をして、これだけの商品を買ってこういう表示があったということデータをデータとして示しているわけではございません。

○有田委員 ありがとうございます。

○池戸座長 よろしいでしょうか。

その他はいかがでしょうか。

あとでまた時間があれば御質問や御意見をいただければと思いますが、よろしいでしょうか。

どうぞ。

○浦郷委員 全国消団連の浦郷です。

市川さん、どうもありがとうございました。

市川さんがおっしゃるように、食品添加物を理解してもらうようにリスクコミュニケーションを進めてもらっているのですけれども、それがなかなか消費者の方の理解につながっていないというところ。それから、無添加と書いてあることで、安全で健康によさそうなためというのはイメージですよ。そういうイメージで理解しているというところで、やはりこういう無添加とか不使用表示が出てくることで、消費者は添加物がないもの、使わないものが安全とってしまうのが、私は大きな誤認かなと思っています。ちゃんと目的を持ってきちんと量を守って使用していることをきちんと消費者に理解してもらえることが大事だなと思います。

先ほどお話の出た7ページのスライドなのですけれども、誤認させやすい表示となっていますけれども、これはどちらかというと、私は消費者をだましているようなやり方かなと感じますので、今後の検討会のほうでそこら辺も話し合っていきたいと思っています。

意見ですけれども、以上です。

○池戸座長 どうもありがとうございます。

その他の委員の方はいかがですか。

どうぞ。

○戸部委員 NACSの戸部です。

市川さん、御説明どうもありがとうございました。

私も消費者のミスリードというところは何とか低減していかなければいけないと思っているのですが、今日は添加物の不使用に関する表示ということですが、消費者にとって食品の安全性に関する情報の中で、重要な情報というものは他にもあると思います。安全性に関する情報の中で消費者にとって添加物の情報というのはどのぐらいの重要性だと思っていらっしゃいますか。それによって、ミスリード防止のための程度やレベルが変わってくると思っており、その辺りを普段の御活動の中で何か感じていらっしゃるがあればお願いします。

○市川代表 御質問ありがとうございます。

食品の表示の中で、私は一番大事なのは食中毒につながらないような保存の仕方だとか、そういう食品が一体どういう成り立ちを持っているものなのかとか、あるいはアレルギー表示であるとか、健康被害に直結するものが一番大事かとは思っております。そういう考え方でいくと食品添加物の表示というのは、健康に直接危害が及ぶという意味においては、ほぼあり得ない話ですので、要は健康被害が起き得るかという観点から見れば、かなり優先度は低いと思います。

ただ、そうは言いながらも、消費者が長い間、食品添加物については誤認をしてきている、これは何十年という誤解の上に成り立っているものだという歴史がありますので、この誤解をこのまま放置しておいていいのかという思いもあって、ここで何とか消費者の人たちに食品添加物についての誤解を解いてほしいという思いもあって、無添加・不使用という表示がどれだけ消費者の人たちの、この表示がついてさえいれば安全なのだという思い込みを早く解いてあげたいという思いでおります。

ですので、繰り返しになりますが、直接の健康に危害があるかという意味においては、この食品添加物の無添加・不使用表示というのは優先度が低いと思いますが、消費者の食品添加物への理解度を上げるという意味においては、何としてもこのガイドラインをきちんと厳しい方向で示していただきたいと考えております。

○戸部委員 ありがとうございます。

ミスリードを低減する方法はいろいろあると思うので、今のお話をお伺いして非常に安全性に関する影響というところでは低いかもしれないけれども、長い歴史の中でのずっと積み重なっているミスリードに関して何とかしなければいけないという視点も大事だなと思いました。ありがとうございます。

○池戸座長 ありがとうございます。

時間が押しているのですが、菅委員からお手が挙がっているようなので、それだけさせていただきたいと思います。

菅委員、お願いします。

○菅委員 菅です。ありがとうございます。質問だけにしたいと思います。

市川様のお立場としては、消費者の選択であるとか、事業者の取組を正しく示す上で無

添加とか不使用の表示が有益な場面もあるとお考えでしょうか。それとも、一切不可にすべきだとお考えなのでしょうか。

もし、有益な場面もあるとお考えであれば、どういう場面がそれに当たるとお考えでしょうか。

○市川代表 御質問ありがとうございます。

私は例えば、企業努力で無添加にしたとか不使用にしましたということアピールされることについては、有益なことは消費者には多分ないだろうと考えております。そもそもそういう表示をすること自体が、消費者に対しての誠意のある企業努力なのではないかと、いうことを申し上げたいです。企業努力というのはいろいろあると思いますけれども、要するに、消費者ニーズがあるといっても、その消費者ニーズはベースが一体どうやってできた消費者ニーズなのかということ私の資料の中でもお話ししましたが、消費者が保存料、食品添加物などの安全性について誤解をしている、その誤解の上に成り立った消費者ニーズというものなのです。であれば、そのニーズに応える企業努力は本当の企業努力なのではないでしょうか。一般的には企業努力というと、例えば、CSRであったりSDGsであったり本当の意味で消費者や社会に貢献するためのものではないかと考えております。

○菅委員 ありがとうございます。

○池戸座長 ありがとうございます。

市川様、どうもありがとうございます。

続いて、佐々様からお願いいたします。よろしく申し上げます。

○佐々常務理事 くらしとバイオプラザ21の佐々と申します。今日はこのような機会を頂戴しまして、御礼申し上げます。

私どものNPO法人は2002年に設立され、バイオテクノロジーと暮らしを切り口にサイエンスコミュニケーションの場を創出したり、それについて分析・研究をしたりしている団体です。

今日は食品添加物というお話ですけれども、農薬、遺伝子組換え、ゲノム編集、食品分野や医療の分野、個人情報扱い等について、サイエンスコミュニケーション、リスクコミュニケーションを展開しております。

市川さんの御発言と重なるところは多いと思いますが、私も今回不使用の表示というのは誤認を招いているという立場に立って意見を述べさせていただきたいと思っております。

これは食品安全委員会が2015年に実施されたアンケートで御覧になっている方も多と思います。食品添加物のところを見ますと、専門家の方たちは問題視されていないのですが、消費者の方は10個のうちの6位に食品添加物を挙げているという事実がございます。これは、明らかに科学的根拠に基づいて、その機能をもって利用されている食品添加物に対して、専門知識のない人たちだけがこういう認識を持っていることが明らかになったデータです。

これは、食品添加物協会がなされたアンケートですけれども、食品添加物不使用という

表示を見ると、これがより安全なものだと思う方がこのアンケートでは5割いらっしゃる。また、いろいろ食品添加物について御説明をお聞きになると、優良誤認を招くような不使用表示というのは、規制すべきだという方も半数以上もいらっしゃる。といいながら、不使用が安全だと思う方がいらっしゃるという状況に消費者は置かれております。

食品添加物について、「安全性が評価されたものや我が国において広く使用されて長い食経験のあるものとして国に認められたものが、食品の加工又は保存の目的で使用されている」ということを御存じの方が、何と4割もいらっしゃらないことが分かります。そして、不使用表示を見たときの印象という、何かを使っていないのだなということだけではなくて、添加物を全く使っていないという印象を持っている方が17.8%もいらして、これなどは明らかな誤解であります。

これは、食品表示に関する消費者意向調査ということで、報告書の中にあつたものですが、誤認の事例として明らかだと思えますのは、食品添加物不使用とか無添加という表示を購入する理由を問われると、安全で健康によさそうだという方が8割近くいらっしゃるという現状があります。

このような幾つかのデータを御覧いただきましたけれども、私たち消費者の置かれている状況というのは、食品添加物の使用の目的を知らないで、不使用の表示があることによってこれは健康に何かよろしくないのではないかという誤認をしている消費者が多いことが分かります。また、食品添加物を避けるべきという雰囲気といいますか、料理研究家の方とか家庭科の先生とかは食品添加物というよりは手作りを強調したいということかもしれませんが、食品添加物を避けるべきという雰囲気を醸し出すような情報発信があります。すると、特に食品について詳しくないと国は安全なもの売っているのだろうと思いつつも反論しにくいような雰囲気があったり、本当に反論しようと思っても根拠の説明がなかなか難しかったりします。食品添加物は本当に種類が多いので、そのところで勉強しようと思っても敬遠してしまったりしますし、そのグループ分けのルールも慣れない者にはなじみがなくて、反論せずにおこうかとなってしまいます。

確かに、全部素材から自宅で調理すれば食品添加物を使わないで暮らせると思いますが、現実の生活の中では加工品は便利だし、食品添加物の恩恵にあずかっているだろうと想像していても反論するには至らない状況にあります。私自身もよく分からないときには、保存料という無理矢理日持ちをよくしているような印象を持っていました。

「〇〇ない」という表示がいかに強い影響を与えているかということで、これは遺伝子組換え食品に関するアンケート調査なのですが、遺伝子組換えの場合は遺伝子組換えでないと書いてあるから遺伝子組換えはよくないのだなと思う方が第2位になっております。これは食品添加物でも言えることではないでしょうか。

先日、まだ公開されていませんが、食品安全委員会がなさっているアンケートでも食品添加物がないということで食品添加物に対して不安を感じるという方が大勢いらっしゃるというアンケート結果を拝見しました。

これは、去年11月の日本リスク学会で発表された成果なのですが、これはゲノム編集について研究したものです。ゲノム編集について、これも安全性、環境影響評価もした上で、今後世に出ていくわけですが、これに対して不安を感じている人がいます。何らかの説明文を読んで納得、腑に落ちた説明文はどれですかという研究です。を見ると、第1位が「天然のほうが安全と思っていた、実際はそうではないのだ」という説明を聞いてゲノム編集食品を食べてもいいと思った人が1位でした。食品添加物について、いろいろな情報提供もありますけれども、感覚的に天然や自然がいいのだという気持ちを持っていると、やはり食品添加物も使わないほうが良いという気持ちが生まれてくるのではないかと思います。

私どもはいろいろな食品添加物、農薬、遺伝子組換え、ゲノム編集、科学技術に関わるリスクコミュニケーションをやってきて思うことなのですが、そもそも人類の歴史というのは、太古の昔から食料の安定供給を求めて移動したり、定着して物を作ったりという歴史であったと思うのです。そのときに、どうしたら安定供給ができるかという、いいものがたくさん取れること。ですから、品種改良をして収量が増えたり、栄養価が高かったりする育種技術を研究開発したり、またはその栽培の仕方では病害虫から守るために農薬を使ったり肥料を使ったりして、私たちは大量の食料を得る努力をしてきました。これがいつでも食べられるようにするために保存しなくてはならないわけで、流通の技術もありますし、その中には食品添加物もあると思います。

なので、一番大切なことは、私たちが安心して食事ができるということは、食料が安定供給できるためにいろいろな科学技術が利用されているということであって、どうも「〇〇ない」という表示からイメージされるリスクというのは、食料の安定供給のために不可欠な、いろいろな科学技術の成果に対して誤解を広めているのではないかと考えています。

そもそも食品表示というものが持つ役割というのは先ほども市川さんがおっしゃっていましたが、安全に関わる情報と商品の選択に資する情報があるわけです。そして、食品表示の持つ最も大きい効果は教育であると思っています。学校にいるときは学校でもいろいろ習うわけですが、社会に出てから食品についての情報を得ようと思うと、食品の表示を見るというのが一番高頻度に行われている消費者への情報提供です。「〇〇ない」という表示によって食のリテラシーの醸成に対してよろしくない影響が出ていることは看過できません。

ですから、「〇〇ない」という表現は宣伝や広告についても行わないようにしていただきたいと思っています。もちろん、無添加を進める声をいろいろ聞いたとしても、自信を持って食品添加物を使っておいしくて安全で安くていつも手に入るものを入れて私たちは食生活を形作っていきたくてと思っています。そして、食品添加物は安全性とおいしさを保ってくれますし、結果的にフードロスを減らします。それから、東日本大震災で本当に痛感したことは、避難所の方々のお食事を支えたのも食品添加物の役割が大きかったと思います。

まとめです。

一番初めに、誤認を招くような無添加とか不使用とか「〇〇ない」という表示をやめてください。なぜならば、食品表示というのは意図しない大きな教育効果を持っているからです。また、食品添加物の役割とか食品表示の意味、ルールへの理解を深めるようなリスクコミュニケーションを今もやっていただいていますけれども、これからはみんなでやっていきたいと思います。消費者にとって、表示を見るだけでその意味も理解しなさいというのはなかなか難しいことであると思います。

そのために、今日をお願いするだけではなくて、消費者もみんな情報を収集し、自立して自分で選べるようになっていかななくてはならないと思っています。そして、消費者が自立するということは、例えば、全部手作りが好きな人はその考え方を尊重する。食品添加物を使った加工品を使う人の食生活の態度も尊重する。そして、多様な選択肢があり、調べたい人が調べられる情報が整っている環境ができることがうまく進みますように、まずはこのガイドラインの検討委員会をお願いしたいと思っています。

終わりです。ありがとうございました。

○池戸座長 佐々様、どうもありがとうございました。

御質問、御意見等がございましたら、委員の皆様よろしくお願ひいたします。挙手でお願ひしたいと思います。

有田委員、よろしくお願ひします。

○有田委員 ありがとうございます。

最後のまとめのところでおっしゃった自立する消費者というのは私も共感いたします。ただ、質問というよりも半分意見になるのですけれども、まとめの1番の誤認を招く「無添加」、「不使用」、「〇〇ない」で、遺伝子組換えをしていない表示というのは、そもそも私は衆議院の特別小委員会で当時は主婦連合会ではなかったのですが、参考人として招致されて発言したときには、遺伝子組換えをしている表示にしてほしいという発言をしました。けれども、その後、いろいろな運動もあり、今のような表示になりました。確かに経過など歴史を御存じない方には誤解を受けるという考え方は同じです。

単純に言うと、消費者教育は本当に重要だと思っているのですが、なかなか進んでいない中で、本当に共感したのは選ぶ権利、選択する権利、多様な選択肢が必要と発言されたことです。「不使用」、「無添加」、「〇〇ない」という表示は行わない上で、例えば、そういうものを選びたくない、取り入れたくない人も一定いらっしゃるわけですね。そういう方たちが裏の表示とは別に、使っていませんということの分かりやすさを任意で書くことについて、選択の権利という意味ですが、どういうふうに思われますか。

○佐々常務理事 ありがとうございます。共感していただいた部分があつてうれしく思います。

何々を使ったかが書いてあればいいと思っています。何々でないということよりも何々である、まさに先ほど遺伝子組換えであるという表示がいいとおっしゃったところも共感

いたしました。何々であるということを書いて、そこで選ぶことがいいと思っております。

○有田委員 ありがとうございます。

ただし、遺伝子組換えが全く問題ないのであれば、堂々と遺伝子組換え表示をすればいいのではないかという発言の意図で、当時は参考人として発言したので、その背景は別にあります。ありがとうございました。

○池戸座長 ありがとうございます。

その他いかがでしょうか。

戸部委員、どうぞ。

○戸部委員 ありがとうございます。

佐々さん、御説明ありがとうございました。

今も有田さんの御質問にも関わるかと思うのですけれども、消費者にとってやはり食品添加物そのものの影響というところは理解したとして、逆に誤認をすることによる悪影響というのはどんなことが考えられますでしょうか。やはり先ほどの積極的な選択ができないというか、選択の幅に影響があるとお考えでしょうか。

○佐々常務理事 ありがとうございます。

ちょっとエモーショナルな話になりますけれども、実際に加工食品とかを使うと便利でそれで時短をしている人たちもたくさんいると思うのです。やはり天然はいいのよねとかやはり手作りよねと言われますと、食卓を預かる者としてこういう加工品を取り入れるのはちょっとサボっているみたいかなという罪悪感を持ってしまう人がいると思います。同じような話を合成洗剤でも聞いたことがあります。お互いがそれぞれの生き方を尊重するという意味で、ちょっと大げさですけども、「〇〇ない」という表示による誤認の雰囲気みたいなものの、これは計りにくいことですけども、そのような影響によって、皆さんが一生懸命していらっしゃる御自分の生活に対して何か気が引けたり、ましてステイホームの中で暮らしていらっしゃるときにそのように自信を失ったりすることがあるのは、とても悲しいことだと思っております。

エモーショナルで答えになりましたかどうか。

○戸部委員 ありがとうございます。

やはり消費者にとって日常の中の一つなので、生活の中で自信を持って、安心して暮らしていく中での影響という視点でも御教示いただけたと思います。ありがとうございます。

○池戸座長 ありがとうございました。

その他いかがでしょうか。

もしよろしければ、次に進めさせていただきたいと思います。佐々様、どうもありがとうございました。

続きまして、パルシステムの高橋様、よろしくお願ひしたいと思ひます。

○高橋常務執行役員 パルシステム連合会の高橋です。

それでは、スライドに基づいて説明させていただきます。時間が限られておりますので、全てのスライドを説明できませんが、飛ばしながら画面共有で行いたいと思います。

これはスライドが出るまでの持ち時間ですが、パルシステム連合会は、首都圏を中心に約160万世帯で環境や食の安全安心にこだわった食材を提供している生活協同組合でございます。スーパーとかの店舗は使いません。

時間の関係上飛ばしますが、この間パルシステムでは選ぶ権利、消費者が賢い選択をすることで自らの食を守り、環境も守り、世の中もよくなる。ちまたではエシカル消費と言われていますが、そこに力を入れて消費者とともに続けてきました。

スライド11番、消費者が賢い選択をすること。世の中には似たようなものでも売り物と食べ物があります。食べ物を選んでくださいという概念は食育のテーマですが、今日は説明しませんが、安さや便利さ、見た目にはだまされない賢い消費者になってください。

ところが、昨今の事情で言うと、消費者はなかなか生産の実態が見えにくいというのが現状でございます。食の外部化と言われるのですが、生産、製造されている現場が見えにくくなってきています。ともすると、食べ物というよりは売り物に重点を置かれた製造が行われている現場もあります。

12ページ、消費者の賢い選択が世の中を変えるということで、先ほどどなたかがおっしゃいましたが、私は消費者が買わなければ売らなくなる、作らなくなるというのは正しい選択だと思っております。逆に、消費者がよいものを選んで買えば必然的に世の中もよくなる、あるいは環境にいいものを選んで買えば環境がよくなると思っております。そういう意味で消費者が正しい選択をしづらくなっている。全ての商品が安全でおいしいと売られています。中にはこれは危険ですと売られているのならば消費者はまだ分かりますが、そういう意味でいけば、消費者がより正しい選択ができることは非常に大きな意味？がある。そういう観点でこの添加物表示を考える必要があると思えます。

13ページ、食べ物というのは食の根幹でございます。例えば、何のために食べるのか。何を食べているのかを考えれば自然と答えが出てくると思えます。例えば、イチゴジャムを食べることについて、普通の消費者はイチゴの味や風味を楽しむためにイチゴジャムを食べると思えますが、イチゴを少なくして香料や酸味料の味を味わいたくてイチゴジャムを買っている人は少ないと思えます。そういうジャムが販売されているかもしれませんが、何のために食べるのかを考えなければいけません。いろいろな食品添加物がありますが、本当に消費者にとって必要なのか。場合によっては消費者を欺くための技術になっている場合もあるのではないのでしょうか。

14ページ、添加物に対して消費者は多くの不安を持っていることは事実でございます。それを誤認という言葉で片付けてよいのでしょうか。過去に添加物が社会問題になった歴史、添加物の被害に遭った人が相当いることも事実でございます。そういったことも踏まえなければなりません。また、科学がいくら進歩して問題ないと言っても、後から問題になったとか、食べてしまってから問題が実はあったとかのケースが多々あります。そうい

う意味でいくと、消費者の心理、気持ちに対して寄り添う必要があると思います。食ではありませんが、オリンピックでも安全安心な大会と主催者側は言うかもしれませんが、本当に安全で安心であったかどうかというのは後から分かるものでございます。そういう意味でいけば、丁寧な説明と選びたい気持ちに添っていきながら必要があるのではないかとパルシステムは考えております。

15ページは添加物に対する考え方です。十把一からげに食品添加物に対して不使用表示をするのかどうかという議論よりかは、食品添加物に対して正確な情報を消費者にお知らせしていきたい、あるいはパルシステムがお知らせしていきます。使っているものは使っていますし、使っていないものは使っていない、あるいはなぜ使っているのか、なぜ使わないのかといったことも含めて判断できるようにします。不使用表示をすると、さも安全であるかのような誤認を招くと言いますが、消費者を馬鹿にしないでください。消費者はきちんと読み取って自分自身で理解します。食の安全安心を判断するのは消費者でございます。いくら製造者販売者が安全といっても、食品添加物に限らず、お塩だって砂糖だって取り過ぎれば危険なこともあります。それらを総合的に捉えて判断するのは消費者であることを考えてください。

なお、コロナ禍の中で、ある方が自助、共助、公助といいましたが、まさに食の安全は自助です。消費者自身がきちんと安全性や必要かどうかを考えて買い物をする必要があります。

それから、必要であるかどうかということです。食育上の問題で、食べ物に対して正しい認識を持つ上で阻害要因になっているかどうかとも考えなければなりません。

16ページは食品添加物に対する考え方で、パルシステムはそういう意味で本物を大事にしましょうと言います。全ての食品添加物に問題があるわけではないが、消費者に誤認を招くものは好ましくないと考えています。不使用表示が誤認を招くという議論になっていきますが、食品添加物そのものが消費者に誤認を招くものがあります。1つは安全ですと言っても後から問題があると発覚するケース。消費者は安全であると思ったのに後から実は危険でしたと言われてしまうのは一つの誤認の問題です。それから、仮に安全であっても消費者を欺くもの、例として素材の悪さをごまかすもの、本来、よい素材を使用していれば、あるいはきちんとした原料、きちんとした製法を使えば使わなくてもいいのに、あたかもきちんと作られているような、あるいは昔から伝わる製法で使われているものについては誤認があると思います。

あるいは、本来の製法、昔から伝わる作り方を持続していく上で障害となるものなどもきちんと消費者に分かりやすく伝える必要があると思います。

17ページ、そういう意味で、消費者に優良誤認を与えないということであれば、食品添加物を使う目的、意図が消費者に正しく情報公開がされることが必要な前提となります。優良誤認ですから、あたかもよい素材を使用している、あたかも本来の製法で作っている、あたかも素材の持つ色や風味を出しているというのは完全に消費者にとって優良誤認を招

いています。

例えば、「消費者の購買意欲を高めるためにきれいな色をつけました」ということをうたって発色剤やそういうものを使っていたら消費者も正しい判断をしたいと思います。あるいは、「素材を少なくしてその分を補うために香料や酸味料で味をつけているもの」はそのように表示してくれれば消費者もちゃんとそれを選ぶことができます。「砂糖を使用すると高いので人工甘味料を使用しました」。これは本当にそういう話が商談で出てきましたが、このような正直な情報開示がされているのであれば、不使用表示はあえて言う必要がないかもしれませんが、現実ほとんどされていない状況であります。

不使用表示を禁止するのであれば、使っている理由や用途を正確に開示する必要があります。しかも、これは消費者目線で行う必要があります。売り手の目線ではございません。リスクコミュニケーションというのは、都合のいいことも都合の悪いこともきちんと消費者に表示するのが前提でございます。そういう意味で、今の段階での不使用表示の禁止は、私は危険性があると思います。かえって食品添加物の優良誤認を広げることになるかもしれません。

18ページはパルシステム独自のルールですが、使っているものはなぜ、どのように使っているのか、使っていないものはなぜ使っていないのか、きちんと説明責任を果たすこととしています。したがって、現在一律の無添加表示とかはパルシステムではやっていませんが、それでも使っていないものは使っていない、使っているものは使っているとより詳しく情報開示をすることとしております。

また、食品添加物そのものに対しても、なぜ使われているのか、全部が悪ではありませんということもきちんと公開しながら報告しております。今日は時間の関係上お話できませんが、資料の25ページから個々の食品添加物について使っているものは使っている、使っていないものは使っていない、なぜ必要なのかということもきちんとリスクコミュニケーションして報告させていただいて、それに対する消費者の主な声が出ております。それを参考にしていただいて、結論からすると、一方的に十把一からげに不使用表示が駄目だということではなくて、まず、消費者に正しい説明責任をするという前提でこの検討委員会で議論されればいいのではないかと考えて意見を申し上げます。

以上、御清聴ありがとうございました。

○池戸座長 高橋様、ありがとうございました。

ただいまのお話に対しまして、御質問、御意見がございましたらどうぞ。いかがでしょうか。

どうぞ。

○横山委員 イオントップバリュの横山です。

御説明ありがとうございました。

私どもの業務と重複するところもありまして御質問をさせていただきたいのですけれども、実際に消費者の方からの御質問の内容で、食品添加物を削減してほしいというお声が

多いのか、あるいは食品添加物の表示についてもっと詳しく知りたいというお声が多かという部分をお教えいただきたいです。

○池戸座長 よろしくお願ひします。

○高橋常務執行役員 イオンさん、どうもありがとうございます。

日頃、食の安全安心にこだわっていただひて本当にありがとうございます。

消費者からは、先ほど割愛しましたが、食品添加物表示は全部原材料名表示、成分表示をしていますので、ちょっと見た感じでは食品添加物が非常に多く見えてしまひます。しかし、そういった中で減らしてほしひという声についても必要なものはこういう理由で必要なのです、使っていないものはこういうことで使わないのですということをして丁寧に説明していただければほとんどの消費者は納得いただけると思います。そういう意味でいけば消費者にとっては、詳しい説明は必要不可欠なのかなと思います。ただ、それをしないで一方的に不使用とか、使っていますというだけでは、逆に消費者は納得しないのではないかと私は思っています。

そういう意味でイオンさんのブランド、特にトップバリュは同じ方向性なのではないかと私も個人的に考えておひます。

以上です。

○横山委員 どうもありがとうございました。

○池戸座長 戸部委員、お願ひいたします。

○戸部委員 高橋さん、御説明どうもありがとうございました。

先ほどの横山さんの御質問にも関係する部分かもしれませんが、パルシステムさんの取組について資料でたくさん事例をお示しいただひておひますが、先ほどの話の中で消費者がきちんと情報を読み取ることが大事だとお伺ひしました。パルシステムさんは、消費者がきちんと情報を読み取れているかどうかについては、どのような方法で確認をされていますか。

○池戸座長 高橋様はどうですか。

○高橋常務執行役員 ありがとうございます。

180万人を超える消費者に全ての情報を正しく理解されているかどうかというのは別物ですが、パルシステムでは、通常のカatalogよりも商品のこだわりや説明、原材料名を表示する部分を多く取っており、先ほど割愛したように毎月のように食品添加物に対する広報をさせていただきます。

また、スライドの中に出たものは会員生協の通常機関誌において食品添加物に対して消費者の疑問に答えますということを出しているコミュニケーションでござひます。これは自負ではありますが、この場所と言うのも何ですが、行政がやっているよりも分かりやすく情報開示をしているつもりでござひます。また、それに対していろいろな御意見をいただひた場合についてはフィードバックをしたり、次回表示の仕方を検討したり、というPDCAサイクルが回っておりまひますので、参考にしていただければと思います。

○戸部委員 ありがとうございます。

今までのお取組の中で何か消費者の傾向が変わってきているとか何かありますでしょうか。

○高橋常務執行役員 今までの傾向の中で言いますと、先ほども別の方の話が出ましたが、食品添加物というよりは、やはり遺伝子組換え食品やゲノム編集食品に対する不安の声や、逆に表示をどうするのですかという声は非常に大きくなってきております。また、海外から多くの輸入食品が来ているわけで、そちらに対しては日本の法律が行き届かない面もあるので、それに対してどのように安全性や製法を確認しているのかという声がこの間非常に大きくなってきています。

○戸部委員 ありがとうございます。

○池戸座長 どうもありがとうございました。

菅委員、どうぞお願いします。

○菅委員 菅です。ありがとうございます。

選択の機会の確保のために積極的な取組をいろいろとされているのだと思いますが、資料3の中で例えば21ページや22ページなどに具体的な食品について詳細な説明をされているサンプルをいただいているのですけれども、ここに書いてある内容は容器や包装にもそれなりに情報提供をされているものになるのでしょうか。それとも、また別途のウェブサイトなどで確認するような情報になっているのか教えていただけますでしょうか。

○池戸座長 お願いします。

○高橋常務執行役員 容器包装というのは商品の一括表示及びその周辺という意味で答えれば、そこは限られた文字数でございますので、法令に従って表示基準に基づいたラベルを表示しております。そこでは伝えきれないものは、先ほど例示していただいたカタログや機関誌、インターネット等で情報開示する仕組みになっております。なお、パルシステムは店舗を持たない配送なので、基本的に組合員さんに情報を伝えるのはカタログまたはインターネット、あるいは機関誌になってございますので、それらを組み合わせた紹介になってございます。

お答えになりましたでしょうか。

○池戸座長 菅委員、よろしいですか。

○菅委員 ありがとうございます。

要するに、資料3の21ページの例で言いますと、アルミニウムフリーやショートニング不使用とか、22ページの例であれば、凝固剤不使用やカラメル色素不使用といった表示は、カタログ上のものはあるけれども、食品自体の容器包装の部分については特にうたわっていないということになるのですか。念のために確認します。

○高橋常務執行役員 食品そのものには、ホットケーキミックスに使った原材料とその配合比率が順番に書いてあるだけでございます。特に不使用表示とかショートニング不使用という言葉はそこには入れてございません。

ただ、そうなると当然質問が来ます。それにお答えする形で、何でショートニングを使っているのですかとか、アルミはどうなっているのですかとか、最近ではトランス脂肪酸はどうなっているのですかという質問に丁寧に答える仕組みになってございます。

○池戸座長 よろしいでしょうか。

○菅委員 ありがとうございます。

そうすると、容器本体に対する表示の問題とともに、広告にまで同じルールを及ぼすことを検討すべきかという問題意識もあろうかと思うのですけれども、広告的なものについてこのような表示を広くやっていかれることは、パルシステムさんのやり方としては有益なのではないかというお考えということでしょうか。

○高橋常務執行役員 この後お話しする生活協同組合はほとんど無店舗ですので、消費者が何を見て買うか買わないかを判断するのは、容器包装ではなく、カタログやインターネットでの詳細ページを見て、私はこれを買いたいとか買わないかを判断するので、そこに対して消費者が選ぶのに有益な情報を与える。結果、届いた商品については法令に従って粛々と一括表示や原材料表示を行うというのが、筋が立つかと思って事業を行っております。

○菅委員 ありがとうございます。

○池戸座長 ありがとうございます。

時間があれなのですけれども、他は大丈夫でしょうか。

よろしければ、次に移らせていただきたいと思いますが、よろしいでしょうか。高橋様、どうもありがとうございました。

次に、松井様からよろしくお願ひしたいと思ひます。

○松井部長補佐 東都生協の松井です。よろしくお願ひします。

資料が1枚で非常に簡単なものです。大方、パルシステムさんが言ってくれたので、私どももほぼ同じですけれども、同じ無店舗販売で首都圏を拠点に配送業務で食品等々を配達している生協です。

そこで、1番の結論としてもう書いてあるのですけれども、私個人的にもそうなのですが、いろいろと出回っている商品包材等に無添加や不使用という表示を結構目にするのがあって、これは何の根拠に基づいて表示しているのだろうと素朴に疑問に感じるものがあって、そこに関しては、安易に表示をできないようにすべきということには賛成です。

今はどちらかという結構放置されているのではないかと思う場面が結構ありまして、私の業務として商品の表示と根拠について点検をする部署なので、原材料の詳細、食品添加物等の表示に齟齬がないかを見る業務をしているのですが、そこでここにも書いてあるのですけれども、加工助剤やキャリーオーバーで一定の食品添加物を使用しているのに、無添加とか〇〇不使用という文言が包材にあるのは駄目でしょうと。そういう商品が世の中に出回っているのだとしたら制限をかけるべきだと感じます。

ただ、この後も業界の方のお話があると思うのですけれども、いわゆる公正競争規約等

で一定の商品、食品に対して無添加と表示できる商品も一部あって、そういう商品と今回のガイドライン策定に当たっての整合性というかバランスは取ってほしいと思います。

特定の好況期にある商品で、無添加で表示できる商品以外に、本当かどうか分からないのですけれども、個別に地域ごとの保健所さんにこういう表示で無添加と書いてあるのだけれどもいいかと聞いたら、個別に〇〇不使用と書いたほうがいいけれども、事実に基づいているならいいでしょうというやり取りで、安易にオーケーをもらったというやり取りがあったという話を時々聞きます。そういったところも含めてなかなかこういう表示を正面から今回のように見る機会はなかったのだろうと感じています。

あと、そういうふうには制限をかける必要があると思う一方で、先ほどパルシステムの高橋さんもおっしゃっていましたが、消費者は特に生協の組合員さんですから、こういう安全安心に関する関心が高いということもありまして、先ほども過去に食品添加物で問題になったことがあったり、EU諸国でこんな問題があったという話が話題になると、ちゃんと表示してほしいとか使用実態を教えてくださいという意見や要望があるものですから、そういったところも含めた、容器包材も含めて私どもはパルシステムさん同様、無店舗販売ですので、チラシやネット等での広報といったものでしか手段がないので、原材料名を書いた上で、特定の食品添加物を不使用と表示したり、最後にいいますけれども、グルタミン酸ナトリウムを使用している旨を書いたり、ということで今のところ情報提供をしているという実態です。これが1番というところです。

2番については、私どもは商品案内のチラシで食品添加物の情報を配信しているのですけれども、1番で申し上げたとおり、最近、公正競争規約等の動きで、こういう表示はチラシといえどもやめたほうがいいとなり、やめましたというものがあまして、ここにあるハム・ソーセージ等の発色剤不使用ということだったり、パンのイーストフード・乳化剤不使用、中華麺のかんすい不使用の表示は取りやめました。

あとは、当然ですけれども、私どもはそういう表示の点検をしている関係で事実に基づかないのは論外ですけれども、同類項の商品で使用実態がないにもかかわらず、その食品添加物を無添加と書いたり不使用と書いたりするものは、私どもとしては取扱いをしないし、商品案内のチラシにもその旨の表示はしませんということです。

その一方で、3番ですけれども、継続して過去の経過等はあるのですけれども、チラシ等で食品添加物の「無〇〇」、「〇〇不使用」の表示を継続している商品群がありまして、これもパルシステムさんとかぶるのですけれども、豆腐の消泡剤不使用とか魚肉練り製品の無リンすり身、ワインの酸化防止剤不使用等については、当然同類項の商品で使用実態があると認識しておりますので、使用していない商品は使用していない表示を現在もしている。当然、原材料の詳細の規格書、仕様書や証明書等々の提出を必要としています。

逆に、不使用とは真逆の使用をしているという表示をしている商品がありまして、4番ですけれども、グルタミン酸ナトリウムとか、化学調味料とかと皆さんは呼んでいるのかもしれませんけれども、そういう商品群については、商品案内やチラシ等で「調味料（ア

ミノ酸等)使用」と表示しています。これは私どもやパルシステムさんは特にそうだと思いますけれども、扱っている商品の大半はこういうものを使わないと取り決めておりまして、まれにこういう物質が入っている商品については逆に表示してお知らせして、組合員が利用するときの情報にしています。あとは、ギフト商品とか地方名産品などでもこういう物質が入っていることがあるので、東北商品みたいな企画の中でこういう商品があってこの物質が使われていたらその旨を表示しているということです。

最後に結論として、今回のガイドライン策定は私個人としても非常に意義のあるものだと思っていてまして、うまい方向にバランスを取っていただけるとありがたいところで、私の拙い話は以上です。ありがとうございました。

○池戸座長 松井様、どうもありがとうございました。

ただいまのお話に対しまして、御質問、御意見をどうぞ出してください。いかがでしょうか。

菅委員、お願いします。

○菅委員 菅です。ありがとうございました。

趣旨の御確認なのですが、資料4の1番目の「結論」のところでも最初のほうにお話になった「整合性」とか「バランス」というお話ですが、具体的に「整合性」ということで書いていらっしゃるの、こういうふうにするべきではないかということがおありなのか。要は、別途公正競争規約等があるものについては、維持すべきは維持すべきということで、その趣旨がその後も維持されるべきものがあるのではないかという意味での御趣旨だと理解したらいでしょうか。

○松井部長補佐 個人的にはどちらかにしてほしいという思いはあります。結局、今でも中途半端と言ったらあれですけど、そういう状態が続いているので、この業界の商品だけ無添加とはこういう意味ですと広報するのか、一緒くたに公正競争規約等の全体的なバランスを取って、業界の同意は必要ですけど、無添加をもっと厳格に消費者庁のQ&Aにあったかどうか、加工助剤とかいったものを含めて一切関与していないものが無添加ですとすべきなのか。逆に、いろいろなところで検討してもらって、どちらかにしてもらおうという意味でもバランスを取ってほしいという私の意見です。どちらでもとは言わないですけど、そういう意味で申し上げました。

○菅委員 そうすると、松井様の御意見としては、できるだけこのガイドライン一本で、例外等の規定を設けないといけないものがあるかという議論はあるかもしれませんが、できるだけガイドラインでカバーできるものができればよいという意味での整合性ということですね。

○松井部長補佐 そうです。そういう意味です。

○菅委員 分かりました。ありがとうございます。

○池戸座長 どうもありがとうございます。

その他はいかがでしょう。よろしいでしょうか。

一応このお話はこれで終わらせていただきたいと思いますのですが、よろしいでしょうか。

ちょうど時間が11時半ぐらいになりまして、前半の4名の方のお話が終わりまして、この後、4方にお話ししていただくこととなります。ここで5分ばかり休憩を取ればと思うのですがよろしいでしょうか。

では、35分から再開ということで、よろしくお願ひしたいと思ひます。ありがとうございます。

(休 憩)

○池戸座長 それでは、再開したいと思ひます。

前半の4名の方は消費者系の方の御発表だったかと思ひますけれども、これからは事業者系の4人の方にお話をお聞きしたいと思ひております。よろしくお願ひします。

まず、大木様からお願ひしたいと思ひます。

○大木副参事 それでは、始めさせていただきます。

日本香料工業会の大木と申します。本日はこのような機会をいただき、消費者庁及び検討会の先生方に御礼申し上げます。

早速ですが、香料不使用表示に関する日本香料工業会の意見を述べさせていただきます。

2ページ目は、本日の内容です。まず、当工業会について簡単に御紹介させていただきました後、食品香料の特徴では、食品香料はどういったもので、何でできているかなどについての概要、その使用目的を説明させていただきます。次いで、「無香料」、「香料不使用」、「香料無添加」の使われ方と表示例、最後に日本香料工業会の意見・要望を述べたいと思ひます。

3ページ目、日本香料工業会は1970年に設立された非営利の協会団体で、香料を製造、販売、輸出入などを行っている企業が会員となり、組織されております。その活動目的はここに示しましたように業界の利益はもちろんですが、香料の安全性とともに有用性に関する情報の入手、啓発にも力を入れています。

4ページ目、食品香料の特徴の前に申し上げたいのは、私たちの身の回りには様々な匂いがあり、朝起きてから夜寝るまで香りに囲まれて生活しているといっても過言ではありません。春夏秋冬、旬の食べ物、こちらの写真から御想像いただけますように、味はもちろんのこと、その香りを思い出されるのではないのでしょうか。私たちが口にする飲食物はほとんど全てといってよいくらい香りがあります。私たちは香りで食べ物そのものを認識し、安心して食べることができます。そして、香りがあることでよりおいしく食べることができ、季節感や満足感、幸福感が得られます。

5ページ目は食品香料の特徴を御説明いたします。1つ目の特徴は、食品香料は主に食品として使用されているものから得られたもの、あるいは食品中に存在する成分を使用します。香料会社が作り、売っている食品香料製品はこのような食品香料を組み合わせ、食

品の香りを再現するために使われます。

2番目の特徴ですが、微量で多成分であるということです。例えば、リンゴの香り、コーヒーの香りといった1つの香り成分があるわけではありません。現在、リンゴからは約350、コーヒーからは約830の成分が見つかっています。そして、それぞれの成分の濃度が数ppb～数ppmと微量です。食品の香りを再現する食品香料製品もまた多数の成分から構成され、もともと含まれていた量を基準にして使用されます。

3番目の特徴として、自己規制が働くといったこと、すなわち使用量に限界があることが挙げられます。食品香料が目的とするのは野菜や果物など食べ物の香りを再現することです。つまり、もともと食品に含まれている量を大幅に超えて必要以上に使用したり、ある成分を極端に多く使用したりすると嗜好性を著しく損なうため、おのずと使用量に限界があります。

6ページ目、何のために食品香料が使われているのかといった使用目的ですが、一つには香りがほとんどない食品素材に香りを付与したり、調理済み食品に調理や加工の香りを付与したりするために使われます。2つ目の強化補香ですが、もともと香りが若干ある食品素材に香りを付与して、より嗜好性を高めたり、製造工程や保存中に失われたり変化してしまう香りを補い強化する補香目的で使用されることがあります。3番目に食品素材に由来あるいは製造工程中に発生する好ましくない風味を矯正し、おいしく嗜好性を高めるためにも用いられます。

7ページ目にありますように様々な食品に使用されることで、全体的なおいしさの向上に役立っている香料ですが、一方で「無香料」、「香料不使用」、「香料無添加」といった表示が使われて、香料の価値が正しく理解されていないという現状があります。

8ページ目、「無香料」、「香料不使用」、「香料無添加」の使い方の現状ですが、このように3つに分類されます。1つは本来香料を使用することのない加工食品や実質的に同じ香りの成分が含まれている原材料を使用した加工食品を無香料などと表記する。2つ目はほかの添加物は使用されている中であえて香料不使用と表記する。3つ目は無香料などの文言に「素材の力」、「おいしく元気に」、「やさしい香り」などの表現を組み合わせる、又は近くに記載する。

具体的には次のページで表示例をお示しします。9ページ目はその表示例ですが、1つ目の例はエキスや果汁など香りの成分が多めに含まれている。すなわち、実質的に同じ香りの成分が含まれている原材料が使用されていても香料不使用と表記されています。2番目に乳化剤やビタミンCなどほかの添加物は使用されている中で、あえて香料不使用と表記しています。香料がほかの添加物と比べて悪者扱いされ、使わないほうがよいものであるという誤認につながります。

3番目として、香料不使用の文言に「素材の力」、「おいしく元気に」、「やさしい香り」などの表現を併せて記載しています。このような表記は、香料を使わないものだから優れているという印象を与え、香料を使うことにネガティブなイメージを与えることにな

りかねません。なお、右上にありますように、パッケージ上以外にもウェブや新聞などの媒体での広告では、無香料で安全安心といったもっと直接的な組合せの表現が目につきます。このような広告による強調が消費者に対する影響力がありますので、問題であると考えます。

10ページ目、以上の状況を踏まえ、最後に日本香料工業会の意見・要望をまとめます。

A、「無香料」、「香料不使用」、「香料無添加」といった表示はやめていただきたいです。「無香料」、「香料不使用」、「香料無添加」の表示が行われた製品は、香料を使用した製品より優れているという誤認を招きます。そして、このような表示により誤った選択基準がすり込まれ、選択肢が狭められてしまうということは、消費者にとっての不利益につながります。このような表示は法的に使用が認められた食品添加物である香料に対する風評被害にもなりかねません。香料が使われているかどうかは原材料表示欄を見ることで確認できます。

B、食品表示全般の正しい理解を深めるための啓発活動も重要と考えております。

C、最後にガイドライン策定に伴う食品表示Q&Aの加工—90の見直しに賛成いたします。

以上です。御清聴ありがとうございました。

○池戸座長 大木様、どうもありがとうございました。

今のお話に対して御質問、御意見がございましたら、委員の皆さんどうぞ。いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

有田さん、どうぞ。

○有田委員 御説明ありがとうございました。

微量なので問題はない、香料がついていなければおいしく感じられないとかいろいろあると思うのですが、以前、何年前か失念してしまったのですが、国で許可されていない、つまり使ってはいけない輸入された化学品の香料が使われていたという事がありました。そういうチェックはどのようにされているのでしょうか。

○池戸座長 大木様、分かりますでしょうか。

○大木副参事 使っていいかどうかに関しては。

○有田委員 違います。使っていいかどうかではなくて、10年にはなっていないかもしれませんが、国で許可されていない原材料成分が検出されたということがありました。そういうチェックはしっかりされていると思うのですが、たまたまだったのかと思いますが、そういうチェックなどはどうされているのかという質問をさせていただきました。

○大木副参事 それに関しては、成分を輸入時に確認することにしておりますけれども、その答えでよろしいでしょうか。

○有田委員 はい。私が何年にこういうことがあったとしっかり把握して質問しておりませんので、それで結構です。どうもありがとうございました。

○池戸座長 よろしいですか。

そのほか、いかがでしょうか。

よろしければ次に進めさせていただきたいと思います。大木様、ありがとうございました。

続きまして、全国清涼飲料連合会の高橋様からお話しいただければと思います。よろしくをお願いします。

○高橋技術部長 よろしくお願いたします。

ただいま御紹介いただきました一般社団法人全国清涼飲料連合会の高橋と申します。

まず、このような場で発言の機会をいただき、ありがとうございます。我々は全清飲という略称で呼ばれております。我々、全清飲は公共の利益と調和の取れた清涼飲料業の発展、清涼飲料の品質の向上と安全の確保、清涼飲料の健全な消費のための正しい知識の啓発普及の3点を活動理念に行動しております。消費者の皆様により広く深く清涼飲料について知っていただくための対応や対策、技術的な取組、中小企業振興、調査、統計等の業務を行っております。

当会は19の地域組合を含めた70社の会員と141社の賛助会員で構成されております。今回食品添加物の不使用表示に関するガイドライン検討会にヒアリング対象業界として参加するに当たりまして、実際に清涼飲料を製造・販売をしている会員企業様に対してアンケートを行っております。

今回、こういった目的でということで、調査内容に関しては次の4つの項目でございます。特定添加物の不使用・無添加表示商品の有無、特定添加物名と具体的な表記に関して、不使用表示添加物以外に加えている食品添加物について、意見、要望、提案等自由意見ということでございます。

結果として、アンケートを回答いただいたのは24社でそのうち不使用表示商品の販売企業さんが15社で全体の3分の2でございました。不使用表示商品アイテム数に関しましては77アイテムということであったのですが、若干容器のバリエーションを考えますともうちよっと増えるのかなと考えております。

不使用表示対象の食品添加物に関しましては、先ほどの日本香料工業会の大木さんの後で言いにくいのですけれども、多い順に香料、着色料、保存料、甘味料、その他という順番になっております。不使用表示の対象カテゴリに関しましても、多い順にコーヒー、野菜ミックスジュース、炭酸飲料、果汁飲料、茶系飲料、乳飲料、その他ということになっております。

このグラフを見てお分かりのように、香料不使用表示が食品添加物の不使用表示の内訳で半数を占めまして、やはり次のカテゴリの内訳でもコーヒーが約3割といった形で香料不使用コーヒーといったものが全体の3割程度を占めている状態でございます。この表の中で野菜と果汁が同数になっておりますけれども、果汁を置き換えますとコーヒー、炭酸、果汁というのは平成以前に市場を形成したジャンルのもので多くて、これまで培ってきたロングセラー商品に安全安心といった付加価値を加えたといった内容が多いと思っております。商品強化ですとか差別化といった形で使用されている場面が多いと考えており

ます。

まず、食品添加物の不使用表示ガイドラインについての意見ということで、食品添加物不使用表示は過剰に記載することにより、一般消費者の食品添加物に対する誤解を招くおそれがあると思うという意見を筆頭に、全体的にはガイドラインを策定してほしいという意見が多く散見されました。一方、不使用表示の一律禁止は技術や新手法による原価低減を含めた企業の取組を阻害するおそれがありますといった意見もございまして、ガイドライン策定には賛成なのですが、一部懸念事項を示されているところもございました。より自然な味わいですとか原価低減などの目的で研究を重ねて実現した特定の食品添加物の不使用商品まで指定されるのであれば、これは冒頭にありましたけれども、企業努力をないがしろにするものかもしれませんという懸念の声もございました。

あとは、2番目に書いてあります不当表示・虚偽に当たる部分にガイドラインを設けての必要な記載の強化は理解しますし、尊重したいと思います。ただ、3番目に書いてあります正当な表示については、余計なものを極力摂取したくないという消費者ニーズがあることも事実なので、それに関してぜひいろいろな形で御理解いただきたいという声もいただいております。

提案でございますが、1番目のところで、無添加・不使用などの表示に関しては、対象？を明確にして事実に基づき表示をすれば、製品の特徴を分かりやすく消費者に伝え、理解してもらえる表示だと思うので、これを踏まえて良い悪いがはっきり分かるガイドラインにすべきだという意見がございました。

それから、いろいろ誤認という言葉が先ほど来から出ていますけれども、誤認に当たる不適切と思われる具体例を抽出して、これは駄目だけれども、こういう理由でこういう根拠があれば可能だといったような形のガイドラインの策定を望みたいということがございました。

特に先ほど日本香料工業会の大木さんのところであったのですが、コーヒー飲料について、ここ数年、ブラックコーヒーがかなり市場を形成してきまして、コンペティターといいますか、そこら辺がショップであったりコンビニのカウンターコーヒーであるということで、安全健康というよりかは、より本物に近い味わいを求めて企業さんは研究をしてきた。これは企業努力としてきちんと認めてほしいし、アピールしたいというのがコーヒーをお作りになっている企業さんの意見でございました。

一部にはいろいろとガイドラインを広告ですとかいうものにも波及するよというかなり突っ込んだ意見もございましたけれども、こういった希望もございました。

それから、消費者ニーズに応えるべくメーカーが行っている設備投資、品質保証、技術革新などの企業姿勢や品質へのこだわりの証ということも無添加・不使用表示の中に考慮として入れてほしいという強い意見がございました。

それから、下のほうにございます今回の不使用表示ガイドラインに対する質問を2点ほどいただいていたのですが、このガイドラインの強制力はどうなるのでしょうか。

今は始まったばかりだと思うので、そのような話をするのは不適切かもしれませんが、先ほども言ったようにかなり多くの商品の中で不使用・無添加というものを使っているものですから、今後どのような形になるのですかという不安視する声があったのも事実でございます。

ただらと書いていますけれども、全体的に当業界のまとめでございまして、全般的に言うところのガイドライン策定については総論賛成で各論反対というか不安視しているような様相を示しておりました。先ほど来からあるように、食品添加物の安全性を否定するような表現はすべきでないとしつつも、一方で、消費者は不使用・無添加に対して安全性安心感への期待を持っていることも事実で、企業はどうしてもそれらの欲求に応えるべく、また原価低減ですとか他者への技術的な優位性を保つという意味で、特定の食品添加物を使わなくて済む方法を考えて研究を進めているのも事実でございます。これを一律否定するのは、我々の業界としては看過できない状況でございますし、逆に、いろいろとさっきの欺瞞といいますか、言葉巧みに消費者をつるような表現は避けるべきという意味で、ガイドラインをつくっていただきたいというのがあるのも事実でございます。

いずれにせよ、このようなことを踏まえて、より具体的かつ公平で詳細なガイドラインをつくっていただきたいというのが当業界の要望でございます。

以上でございます。よろしく願いいたします。

○池戸座長 高橋様、ありがとうございました。

御質問、御意見を出していただきたいと思えます。

戸部委員、どうぞ。

○戸部委員 御説明ありがとうございました。

最後のスライドのところ、やはり業界の中で総論賛成、各論反対というところで、事業者の皆さんも迷っていらっしゃると思いますか、そういう状況なのかなと思いましたが、例えば、企業努力というお話がありました、こだわりの証と表現されておりましたけれども、そういったことによって不使用という表示をすることについて、消費者が誤認してしまう可能性があるというリスクに対して、それぞれの事業者さんで何か情報を伝える工夫をされていたりするのかな、どちらかを選択した場合の片方へのバックアップというふうなお取組はあるのでしょうか。

○高橋技術部長 多分まだ具体的にはきちんと取り組めていないと思います。先ほどもちょっと申しましたように、今、レギュラーコーヒーがショップをはじめかなり広く出回ってしまっていて、缶コーヒーも非常に苦戦しているのです。そういった意味で技術的な研究を基に不使用にしていこうという考えはあるのですけれども、リスクに対しての対応というか適用みたいなものは、いまだきちんとしたものができていないと認識しております。

答えになっていますでしょうか。

○戸部委員 ありがとうございます。

消費者としては、事業者が情報を明記することができるのが商品の表示であるのですけ

れども、やはりそういった結果に至るまでの組織でのお取組や消費者への影響を考慮した取組状況を詳しく知りたいと思ってお伺いしました。どうもありがとうございます。

○池戸座長 ありがとうございます。

次、武石委員、よろしくをお願いします。

○武石委員 武石でございます。

全国清涼飲料連合会さん、ありがとうございました。

まさしく全国清涼飲料連合会さんが取っているスタンスはセンターとかなり近いものがありまして、総論賛成、各論反対といった声は業種の中にきっとあると思います。

そこで質問を兼ねてさせていただきたいのですが、今日、後ほど私が紹介しますパンとかワイナリー協会のほうでは、自主基準あるいは公正競争規約に基づく表示の基準みたいなものを設けていて、それを根拠に無添加なり不使用についての一定の規制を考え、表現の選択をしているという状況を説明させていただきますけれども、全清飲さんの中でそういった自主基準のようなものを定めている事例はあるのかということ。

あと、11ページのスライドのアンケート調査まとめというところの最後で、元来そのカテゴリーでは使用実績がないものに対してあえて不使用・無添加を冠した商品もありますという説明があったのですが、これはどうしてあえてそういった冠をつけたのかということと、具体的にどんな内容の表示なのかということがもし分かれば教えていただければと思います。よろしくをお願いします。

○高橋技術部長 まず1番目の自主基準に関してなのですが、この飲料の中では果実飲料、コーヒー飲料に関しては公正競争規約がございますが、その他飲料に関してはございません。だから基本的にはあくまでも食品表示基準に沿って食品表示をしていくことになっていまして、特にこの無添加・不使用に関しては、我々のほうでの自主基準というのは今のところないという状況でございます。事実に基づいて表記していただきたいというのが正直なところでございまして、逆に言うと今回このような形でガイドラインの検討会が立ち上がりまして、これらに対していろいろと御意見を伺いながら、もしくは御意見を言いながらともに進めていきたいというのが我々の考えでございます。

同種類の中で実際には使われていないのにあえて不使用もしくは無添加と表記しているのは、元来製造工程もプラスしてpH値が非常に低いもので保存料が必要ないのに保存料不使用と書いてあるものが若干あるということでございまして、これに関しては我々としてもどうかなと思うところはあるというのは事実でございます。

○池戸座長 よろしいでしょうか。

○池戸座長 菅委員、どうぞ。

○菅委員 菅です。ありがとうございます。

2つご趣旨について質問させてください。

1つ目は、資料6の8ページの一番下にあります「特定の食品添加物『不使用』を表示する場合は、使用している添加物も併記する運用は考えられないか」という御提案につい

てですが、これは具体的にどういう表示をすることができるのではないかというアイデアなのですかということです。「〇〇は使用していませんけれども××は使用しています」のような表示を念頭に置いていらっしゃるのか、「全ての添加物を使用していないわけではありません」のような表示のことなのか、何か具体的にイメージされている併記の仕方があるのかどうかについて、もしあれば教えてください。

2つ目が、資料6の9ページ目の一番下ですけれども、「原料についても『無添加』、『不使用』表示ガイドラインの対象にして欲しい。」とありますが、これはどういうケースが具体的に何かあって、お困りのことがあるということなのか、どういう表示の必要性があるのではないかということなのか、何か背景となるものがあるようでしたら教えてください。

以上です。

○高橋技術部長 まず、1つ目の添加しているものも併記すればいいのではないかというのは、業界全体の意見ではなく、ある一部の企業さんからの御意見でございます。それに関しては、今、菅さんがおっしゃったように後者、我々の申し上げたところによりますと、全ての食品添加物が無添加ではありませんという表記にとどまると思います。

2番目についてなのですが、原料についてもそういうことをやっていただきたいというのは、例えば、調味料を原料として使った場合に、飲料の話ではないのですけれども、飲料のほかに食品を使って作っていらっしゃる会社で、実は後々無添加という形で商品を出そうとしたのだけれども、実は原料中に食品添加物が入っていたということで、商品の発売を取りやめたという経緯があったというお話を聞いております。ですから、逆に言うと、消費者に出す最終商品以前に、製造の前にもそこら辺はちゃんとエビデンスがあった中で無添加・不使用をうたっていきたいという要望のお話でございます。

○池戸座長 よろしいでしょうか。

○菅委員 ありがとうございます。

○池戸座長 ありがとうございます。

ちょっと時間が押しているようなのですけれども、よろしければ次に進みたいと思いますが、よろしいでしょうか。高橋様、どうもありがとうございました。

続きまして、増澤様、よろしく申し上げます。

○増澤グループマネージャー よろしく申し上げます。味の素の増澤と申します。本日はこのような機会をいただき、消費者庁及び検討会の委員の先生方に厚く御礼申し上げます。

早速ですが、食品添加物の不使用表示に関する味の素株式会社の意見を述べさせていただきます。

本日の内容としましては、2ページにありますとおり、弊社の食品添加物事業とポリシー、お客様の声について紹介した後、無添加表示に関する消費者意識調査の結果を紹介させていただきます。その後、まとめ、考察及び本検討会への要望を述べさせていただきます。

3 ページは当社の創業の志であります。味の素株式会社は東京大学の池田菊苗博士が発見したうま味調味料を当社創業者の鈴木三郎助が事業化したことから始まりました。おいしく食べて健康づくりという創業の志を受け継いで現在も事業を継続しています。

4 ページは弊社の食品添加物事業の説明があります。主な事業としては、うま味調味料と甘味料があります。うま味調味料は料理にうま味を与え、全体の味を調えます。うま味調味料は、化学調味料と呼ばれることがあります。これは商標と区別するために公共放送が作成した造語です。うま味を付与するという機能を正しく表現していない。原料や発酵法で作られるという事実への理解が得られないことから、弊社ではうま味調味料という名称の普及を行っています。

甘味料は、砂糖の代替として食品に甘味を付与します。血糖値のコントロール、う蝕防止、カロリー低減などにメリットがあります。甘味料には、天然に存在するものとしなもの、合成法で作られるものと抽出法で作られるものがあります。

5 ページでは、弊社の添加物使用に関するポリシーを紹介します。ホームページに食品添加物の啓発サイトがあり、その中で無添加表示食品は食品添加物が安全ではないかのような誤認をお客様に与えると考えていることを表明しています。したがって、弊社では食品添加物の安全性に疑問を抱かせる無添加表示は行いません。

弊社の食品添加物の啓発活動の例を紹介します。昨年は一般消費者の方々を対象としたオンラインのフォーラムを開催し、延べ2,500名を超える方々に御視聴いただきました。フォーラムの目的は、企業として正確な情報を伝え、生活者の理解を得るリスクコミュニケーションを推進することです。青枠の中に参加者のアンケート結果が示されています。本フォーラムの開催を通じて、食品添加物の安全性について一定の方々の意識変容が見られました。一方、安全性を理解しても不安な方や疑問がある方が相当割合いらっしゃいました。

こちらは、弊社お客様相談センターへのお問合せ事例を紹介します。2020年度にあったお問合せの中から、食品添加物、人工、合成、化学のキーワードでヒットした内容を解析しました。食品添加物は、製品に添加物を使用しているか問い合わせる内容が見られました。うま味調味料は化学調味料の不安に関連づけた問合せが多く見られました。甘味料は人工、合成甘味料についての安全性を心配する内容の問合せが見られました。

このように、消費者の中には食品添加物の安全性について不安に感じている方がいて、特に化学、人工、合成の用語は当社製品についての正確な理解を妨げており、問合せをすお客様がいることが見て取れます。

8 ページ、9 ページはお客様からの具体的なお問合せ例を紹介しています。詳細な説明は割愛しますので、御覧ください。

10 ページからは不使用表示に関する消費者意識調査結果を紹介します。本調査は、日本うま味調味料協会が2020年度に実施した内容です。ウェブ調査で男女1,600名に調査を行いました。

こちらは、消費者が無添加表示食品を見たときの印象を尋ねたとき、肯定的意見が多か

った3意見を示しています。左のグラフから安全である、健康によい、子供のためによいという3意見が挙げられました。

これは無添加表示食品を購入するか尋ねた結果です。半数程度の方が購入すると回答しました。

これは、無添加表示食品を購入すると答えた方に、購入する理由を尋ねました。一番左のバーであります安全である、次のバーである健康によいと答える方が多数を占め、特にとてもよく買うと答えた方は安全であると答える割合が顕著でした。

こちらは、無添加表示製品を購入すると答えた方に、特に避けている食品添加物があるか尋ねました。全ての食品添加物を避けている、やや避けている人が48%なのに対して、人工、合成の添加物を避ける人は63%でした。化学調味料も避けている人が全ての食品添加物を避けている人より多く、これらの食品添加物は特に避けられていると考えられます。

化学調味料の理解について尋ねました。左のグラフは甘味料・酸味料等の味に影響を与える食品添加物、真ん中のグラフは保存料・着色料などの味に影響を与えない食品添加物についての結果ですが、それぞれ半数近い人がこれを化学調味料だと思いと回答しました。右のグラフにあるアミノ酸・核酸等の調味料がうま味調味料のことを指しますが、これよりも高い割合でした。化学調味料が何を指すのか、消費者の理解は曖昧であることが示されました。

16、17ページでまとめと考察を示します。消費者は食品添加物の安全性に不安を感じている一方、無添加表示製品は安全で健康によいと考えています。不使用表示製品のほうが安全性において優良であるとの誤認を与えており、食品添加物を使用した食品や加工食品全体の安全性に対する信頼が損なわれることを懸念します。リスクコミュニケーションによって消費者の添加物の意識は変わることがありますが、それには限界があるので規制が必要と考えます。このような表示は食品表示基準第9条1号に抵触する可能性があるほか、コーデックスガイドラインでも禁止される類似する食品の安全性について疑念を引き起こし得る強調表示に当たると考えます。

また、消費者は人工、合成、化学不使用表示製品をより安全であると誤認し、無添加表示製品購入者は特にこれらを購入しています。消費者は人工、合成、化学添加物は安全性に問題があり、健康によくないと誤認し、購入を避けていることが示されています。これらの表示は第9条13号に抵触する可能性があると考えます。

17ページは、化学調味料がどのような物質を指すのか消費者の理解は曖昧な一方、化学調味料不使用表示は健康影響や製法についての誤認につながっています。化学調味料は化学的に作られたもの全般を指すと理解する消費者とうま味調味料を指すと理解する消費者が混在します。うま味調味料を化学調味料と呼ぶと、うま味を付与するという機能や原料や発酵という製造方法についての内容の理解が得られません。このよう表示は第9条13号に抵触する可能性があると考えます。また、何を加えていないか不明確な表示は現行の食品表示基準Q&Aの加工—90では望ましくないとされ、いくつかの公正競争規約では禁止さ

れています。

最後に18ページでガイドライン作成に関する要望をお示しします。以下の3点は禁止していただきたいと考えます。1つは、消費者が添加物の安全性に疑念を抱き不安を感じさせるような不使用表示、2つ目は単なる無添加や人工、合成、化学の用語等を使った対象が不明確な表示、3点目はうま味調味料不使用の場合の化学調味料不使用表示です。

以上になります。御清聴ありがとうございました。

○池戸座長 増澤さん、どうもありがとうございました。

御質問、御意見を出していただきたいと思います。

村委員、どうぞ。

○村委員 村でございます。

最後の18ページの1の消費者が添加物の安全性に疑念を抱き不安を感じさせるような不使用表示というのは、具体的にこういう表示というものを想定される例はありますか。あれば、教えていただければと思います。

○池戸座長 よろしいですか。

○増澤グループマネージャー 基本的に無添加表示は全て誤認を招くと考えておりますが、どのようなものがこれに該当するかは検討会で十分に検討していただきたい内容でございます。

○池戸座長 よろしいですか。どうもありがとうございます。

そのほかいかがでしょうか。よろしいでしょうか。

武石さん、どうぞ。

○武石委員 プレゼンありがとうございました。

資料の16ページで1の段落で違反する文言として9条1号に抵触するおそれがあるという優良誤認のところだと思います。それと2のほうで最後に9条13号に違反するという整理がそれぞれされております。これはこれからの検討会の中での整理だと思うのですが、9条の1号、2号以下12号までは最後に「用語」という言葉で終わっておりまして、この13号だけは最後に抵触する「文字、絵、写真」となっているものですから、用語と文字という言葉の使い方の違いとか、どの方向でどんなメルクマールをつくっていくかについてこれからしっかりと整理していただきたいと思っております。

以上です。

○池戸座長 ありがとうございました。

その他いかがでしょうか。よろしいでしょうか。増澤様、どうもありがとうございました。

最後になりますが、全国味噌工業協同組合連合会から御説明をいただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

○加藤副主任研究員 本日はこのような機会をいただき、ありがとうございます。

私は全国味噌工業協同組合連合会の加藤と申します。本日は弊団体の磯部より御説明す

る予定でしたが、体調不良により急遽、私、加藤より代わりに御説明させていただきます。
どうぞ御理解ください。

なお、全国味噌工業協同組合連合会は、各都道府県にある味噌組合からなる組織でございます。この都道府県味噌組合にみその製造事業者が加盟しているという形になってございます。全国で現在計約850社を傘下に抱える団体でございます。

それでは、みその無添加について御説明させていただきます。

まず、みそにおける無添加表示の経緯について御説明いたします。この経緯は私ども現体制の事務局が来る前の話なのですけれども、会員に対して無添加をどのように説明するか、無添加の大書きがどのような意味を持つのかということの説明する資料として調べたものになります。業界で発行している新聞、全味広報というものがあるのですけれども、それらの記事などを遡って調べ、まとめたものがこちらの資料になります。本日はこれに基づいてお話しいたします。

まず、昭和60年に無添加という表現が問題となりまして、全国味噌工業協同組合連合会は全味工連と呼んでいるのですけれども、全味工連において表示基準検討委員会というものを設置して、5回にわたり検討いたしました。その結果をもちまして、11月の全味工連役員会・総会において、無添加の表示は禁止が原則であることが採択されました。ただし、一部に表示を求める声があることから業界試案を作成いたしました。また、これを国に照会したという経緯がございます。これ以降、全味工連では業界試案にのっとり表示に限り、静観するという姿勢を取ってまいりました。

続いて、平成4年になりますと「無添加みそ協議会」という任意団体が発足いたしました。この協議会の規則の中で、無添加みその定義と品質条件を明示いたしました。また、この内容は、後に認定されるみその表示に関する公正競争規約とほぼ合致したものでございました。そして、平成16年になりますと、みその表示に関する公正競争規約が公正取引委員会から認定され、5月12日に告示、執行されました。この認定に先立って3月に開催された公聴会では、公述人から無添加が特定用語に入っていることに異議申立てがあったため、認定されたこの表示規約では、無添加は不当表示の項へと変更されたという経緯がございます。

このようにして昭和60年から約20年の年月を経て、無添加というものが公式に認められたということになります。これらを受けまして、全味工連公取協では全国各地で規約の説明を行い、またこの無添加の表示については加工助剤やキャリアオーバーを認めないという厳しい条件のため、使用可能な塩や種こうじ、発酵菌の指導を行いました。さらに、食品添加物表示の考え方というものを提示いたしました。この内容といたしましては、サッカリンナトリウム等の甘味料不使用表示は行わない。甘草やステビア等の甘味料はそれらを使わない地域のみそには不使用表示はしない。着色料や保存料不使用の表示はしない。〇〇無添加のような用途名や物質名を冠した無添加表示はしないなどという非常に細かい内容を明示したものになっております。

さらに、この後、平成25年の全味工連の表示委員会においても、表示規約に沿った無添加以外の食品添加物の不使用表示はしないということを確認しております。

これらの経緯を受けた現在のみその規約における無添加について、次に御説明いたします。まず、みその表示に関する公正競争規約のどこに無添加の規定があるかといいますと、第7条不当表示の禁止の欄でございます。内容といたしましては、「大豆、穀類（米、大麦、はだか麦等）、食塩、種麹菌及び発酵菌以外の原材料又はキャリアオーバー若しくは加工助剤を使用したものについて、『無添加』の表示」は不当表示であると定めております。このように、みその無添加は規約第7条の不当表示の欄に記載があるということが特徴でございます。つまり、事業者はこの事実を受け止めて表示しているということになります。

ただし、昨今、東京都の無添加表示に関する店舗調査で、みその無添加の大書きを指摘されたということがございました。内容としては、具体的には約6割のモニターさんが無添加表示されたみそを購入するなど店頭で目立つ商品となったことから問合せが寄せられたものです。これを受けまして、無添加表示の適正化について関係者が協議する必要があると事業者自身が判断しまして、事業者の発起による「無添加みそ小委員会」というものが開催されました。これが平成29年のこととなります。

この中で、無添加の大書きについて、無添加の文言は使用できるのですがけれども、昨今の表示に係る議論の中で無添加の大書きが問題視され、業界として対応するため、適正化に向けた自主規制の申合せをいたしました。このように、みその事業者は自戒の念を持ちながら無添加の表示を運用しております。

ここでみその無添加の定義の解説をさせていただきます。使用できるのは必須原料である大豆、穀類（米、大麦、はだか麦等）、食塩、種こうじ菌、発酵菌のみとなっております。発酵菌というのは酵母や乳酸菌を指します。また、製造過程において加工助剤、使用する原材料等に由来するキャリアオーバー等がないことが決められております。このような厳しい規約の明確な定義による無添加の表示のみその業界では運用しております。

なお、加工助剤の例といたしましては、大豆や穀類の処理等で使用する漂白剤、消泡剤、乳化剤等が挙げられます。また、使用する原料のキャリアオーバーの確認もしております。食塩の場合は、一般社団法人日本塩工業会を訪問し、加盟企業の「並塩」は加工助剤の残留がないことを確認しております。加工助剤というのはイオン交換膜や消泡剤などがあります。また、それ以外の塩ではキャリアオーバーの確認が必要であると会員に周知しております。種こうじの場合は、無添加みそ用の種こうじを使用することになっておりまして、こちらにつきましても、全国種麹組合様より無添加種こうじについて定義をいただいております。内容といたしましては、無添加の種こうじというのは原料に原菌を摂取し、その後、一切の添加物を加えずこうじ菌体をふるい分けしたのになっております。

ここまでみその無添加の経緯と定義、運用について御説明させていただきました。次に、実際に無添加の表示があるみその販売量について御説明いたします。今現在、無添加表示

のあるみそは既に一般消費者に認知され、一定のニーズがあるもので、販売量全体の約10%強を占めております。

こちらは2018年～2020年のみその販売量とそのうちの無添加みその販売量を比較した図になっております。下半分がみそ全体の販売量、上半分が無添加表示のあるみその販売量を示しております。

ここで1つ訂正がございます。下の図のみそ販売量の2018年の計が40万3000トンとなっておりますけれども、2018年と2020年が逆でございます。正しくは、みそ販売量が2018年は41万9500トン、2019年が41万5500トン、2020年が40万3000トンでございます。おわびして訂正いたします。申し訳ございません。

このように、みそ全体の販売量は毎年残念ながら減っているのですが、一方で無添加の表示のあるみその販売量は、2018年には4万7900トン、2019年には4万9900トン、2020年には5万1400トンと増えてきております。このような現実がございます。このように、先ほども申し上げましたけれども、無添加表示されたみそというのは、既に一般消費者に認知され、またニーズがあるということは言えると思います。

ここまでみその無添加表示について、公に認められるまでの経緯と実際の定義の詳細と事業者の運用、また消費者への販売量について御説明してまいりました。最後に、今後のみその無添加表示の在り方について申し述べさせていただきたいと思っております。

みその業界では、みその表示に関する公正競争規約第7条不当表示の欄に無添加の記載があることを念頭に置き、事業者は自戒の念を持って適正な無添加の表示を遵守していきたいと考えております。また、みそ業界全体では、規約にのっとった明確な定義の下で運用し、弊団体も随時表示セミナーを開催しておりますし、業界内の回覧物等でも表示規約の遵守を周知、指導しております。今後さらに、一般消費者の皆様へのみその無添加の表示に関する正しい知識を普及啓発するよう努めてまいりたいと考えております。そして、これらのことによって消費者による自主的かつ合理的な選択の機会を確保していく所存でございます。

無添加は数あるみその技術の一つとして運用し、消費者の方々のニーズに応えていきたいと考えております。今日、御参加の皆様方にもぜひこの旨を御理解いただければ幸いです。

私からの説明は以上となります。御清聴ありがとうございました。

○池戸座長 加藤様、どうもありがとうございました。

今のお話に対して御質問、御意見等ございましたらどうぞ。

有田委員、どうぞ。

○有田委員 ありがとうございました。

みその無添加という表示の経緯については、たまたま大枠は知っておりましたので、無添加に対して今後どういう御意見を出されるのかと思って興味深く御意見を拝聴しておりました。今後みその業界では無添加という表示の使用を考えていらっしゃるを受け止め

てよろしいということでしょうか。

○加藤副主任研究員 そうですね。文字の大きさなどは事業者自身が自戒の念を持って適正な無添加の表示を今後も続けていきたいと考えております。

○有田委員 ありがとうございます。

○池戸座長 ありがとうございます。

浦郷委員、お願いいたします。

○浦郷委員 全国消団連の浦郷です。ありがとうございます。

御説明ありがとうございました。

食品添加物表示制度の検討会のところでもこのみその無添加表示のことが問題になりまして、そのときはごく簡単な説明でだし入りのみそとの違いを示すためのものだという話だったのですけれども、今日のところではきちんと無添加がどういう基準で定められているかということが大変よく分かりました。ありがとうございました。

ただ、業界の中でこうやってきちんと定義しているということなのですが、これがおみそのパッケージに単なる無添加、それも大きな文字で無添加と表示してあっても消費者は何が無添加なのか、無添加でないものと比べて何が違うのかということは全然分からないと思います。ただ、無添加ということだけが強調されることで、食品添加物の安全性そのものを否定したり不安をあおったりする結果にもなりかねないのではないかと感じています。

そして、みその販売量ですけれども、無添加の表示のみそが全体の10%ぐらいを占めるということで、これは認知もあるしニーズもあるようなお話をされてはいたけれども、私はこれによって誤認をしてしまう消費者がこれからも増えていくのではないかと心配しているところです。本当にみそ業界の方には公正競争規約のところをもう一度見直していただけないか、この無添加ということについて考え直していただけないかということを感じました。

以上です。

○池戸座長 御意見ということでよろしいですか。

そのほかいかがでしょうか。よろしいでしょうか。ありがとうございました。

8名の方からのヒアリングは終わりましたが、冒頭に申し上げましたように、武石委員から意見書が3件、資料もお配りしているかと思っておりますので、それについて時間の関係もございまして恐縮ですけれども、簡潔に御説明いただければと思います。よろしく申し上げます。

○武石委員 ありがとうございます。

3つほど資料を出してございます。順番に説明させていただきます。

一番上が今スライドで出ておりますパン工業会からの意見書でございます。これにつきましては、前回の添加物検討会のほうでより詳細に当時の山崎パンさんのほうから説明がありましたので、あまり詳しくは説明いたしません、そこに書いてございますようにイ

ーストフード、乳化剤不使用といったような強調表示について、業界の中で科学的な分析も行った上で自主基準をつくっているといったことを簡単に説明しております。イーストフード、乳化剤ともに食品添加物ではございますが、それをきちんと使って製法する従来のものについて、科学的に分析したところ、不使用表示をした、それに代替する技術でも酵素みたいなものを使っていたといった事実があったということから、こういった自主基準をつくって、これはまだ自主基準ですのでこれから公正競争規約等に発展していくものだと思っておりますが、そういった取組をしていきたいといった、改めての意見表明だと思っております。詳しくはパン工業会のホームページにも資料が出ておりますし、前回の添加物検討会ではより詳細な資料が出ておりますので、ここでは省略させていただきます。

次に、お酒の関係で2団体ほど意見書をいただいております。実は両団体ともセンターの会員団体ではございません。ただ、日本ワイナリー協会の会員の一部にセンターの会員がいらっしまったもので、その関係で、日本ワイナリー協会と日本洋酒酒造組合から要望書をいただきましたので説明させていただきます。

日本ワイナリー協会のほうでは、「果実酒等の無添加、不使用に関する意見書」ということで、具体的にワインに関して、酸化防止剤の不使用あるいは香料の不使用について、現状一定のルールの下で行っているの、これについては引き続き認めてほしい。それが概略の要求書でございます。酸化防止剤を使わずに新たな素材を生かしたような技術が開発されているといったことをベースに、それをきちんと自主基準の中で定めているので、しっかりこれを使わせていただきたいということが、2ページ目に「今後とも継続して、自主基準の運用に支障を生じさせない範囲で、食品添加物の無添加、不使用表示を認めていただきたいと考えております」といったところが結論になっております。果実酒全体で国内製造ワインは30%ほどあります。

もう一つのほうは、ワイナリー協会さんと同じ事務局にいらっしやるのですけれども、日本洋酒酒造組合からも少し具体的に梅酒に絞った無添加、不使用表示に関する意見書が出ております。これは前のワイナリー協会さんと趣が違いまして、梅酒については古来からの製法などを解説されていらっしやいますが、真ん中辺りの3パラグラフ目の最後のほうに梅酒の特定事項の表示に関する自主基準が出ております。この業界でも自主基準を定めまして、これは本格梅酒についての自主基準でございますが、それについては一切食品添加物を使わないといった基準がございますので、それに従って、本格梅酒につきましては差別化のために無添加あるいは不使用表示を併記したものがあるので、これにつきましては引き続き認めていただきたいといったことが梅酒に関しての意見書でございます。

非常に簡単ではございますが、私のほうからは以上でございます。

○池戸座長 ありがとうございます。

ただいまの武石委員から御説明いただいた意見書も含めまして、これまでのヒアリングの対象者からのお話でちょっと聞き漏らしたり、追加の御意見がございましたら出していただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

武石委員、どうぞ。

○武石委員 今後の検討会に役立つといたしますか、論点の一つとして、食品について無添加についてのガイドラインを検討されようとしておりますが、よく見ますと食品以外でも例えば化粧品とか幾つかの業界で同じような無添加・不使用についてのガイドラインがあると聞いております。しかも、今回検討会の中では、無添加等の打消し表示の専門家でいらっしゃる村先生も入っていらっしゃいますので、この無添加表示なり打消し表示についての一般的な考え方みたいなものを披露いただいて、それと食品はこういった点で違うのだという視点での議論もあったほうがいいかなと思いましたが、意見として出ささせていただきました。よろしくお願ひします。

○池戸座長 どうもありがとうございます。

そのほか、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

上田委員、どうぞ。

○上田委員 日本食品添加物協会の上田です。

今日はいろいろな意見を聞くことができよかったです。その中で、技術開発をした成果のアピールとして不使用表示をしているということを何人かの方がおっしゃったのですけれども、私は、「そんなにすばらしい技術であればその技術そのものをアピールするのが本来の姿ではないか」と思っています。

例えば、「本格的なコーヒーの香りを再現しました」、あるいは、「香り成分が逸散しないようにしました」とか、ワインでしたら、「独自の品質劣化防止技術あるいは酸化防止技術を開発しました」とか、そういうアピールの仕方をするほうが良いのではないかと思います。

行き着くところが「消費者の誤認を当て込んだ不使用表示のための技術開発」ということになってしまうと、それは寂しいなというのが私の印象です。今後の論点になるかと思ひまして、発言させていただきました。

以上です。

○池戸座長 ありがとうございます。

今、御本人もおっしゃったように今後の検討の一つの御意見という形で受け止めておきます。よろしくお願ひします。

そのほかいかがでしょうか。

どうぞ。

○浦郷委員 全国消団連の浦郷です。ありがとうございます。

私も今日のお話を伺っていて、やはり無添加とか〇〇不使用と書いてあると、その表示が容器包装のどこかに目立つように書いてあると、消費者はそれだけを見て安心してしまつて購入するという方もいらっしゃるのではないかと思います。そういう方はほかの表示自体をきちんと見ていないのではないかと。無添加、不使用表示だけを見てしまうと選択の幅が狭まってしまうのではないかという気がします。

あと、先ほど企業努力の話も出ましたけれども、企業努力で食品添加物を減らすというのはやはりどこかに食品添加物はよくない、だからこれを減らせば消費者アピールができるのではないかというのがあるのではないかなというのを感じます。やはり、企業努力をアピールするならば、先ほど上田さんも言われたようなこういう形で作りましたということでアピールすべきであって、食品添加物の使用の有無でアピールすべきではないのではないかということを感じました。今後の検討のところではつなげていければと思います。

以上です。

○池戸座長 ありがとうございます。

そのほかいかがでしょうか。

戸部委員、どうぞ。

○戸部委員 ありがとうございます。

今日は非常にいろいろなお立場の皆様から発表をいただいて今後の参考になると思いました。

あとは、メーカーの皆さんといいますか、流通の方々の御意見もこれから聞けるといいなと思いました。というのは、最近プライベートブランドが非常に増えてきておりまして、メーカーの皆さんは、いわゆる流通事業者のようなブランドオーナーさんのニーズに応える必要もあったりするので、流通の皆さんの考え方も聞きたいと思います。

以上です。

○池戸座長 ありがとうございます。

事務局からその対応等についてお話しいただきたいと思います。

○五十嵐課長 戸部委員、どうもありがとうございました。

幸いこの検討会の委員の中で流通の方はたくさん入っていただいておりますので、次回以降、その御意見を伺う回も設けていきたいと思っております。

以上です。

○池戸座長 ということでよろしいでしょうか。

有田委員、お願いいたします。

○有田委員 ありがとうございます。

今日のお話の中にもありましたように、そもそも食品添加物にもいろいろな種類がありまして、食品添加物によっては先ほど出たような技術のことで書きぶりが変わってくるものもあると思います。今後の議論にも係ってくると思うのですが、食品添加物全てについて不使用表示はいかがなものかという議論ではなくて、もちろん分かりやすいのが一番だと思うのですが、分かりやすさを追求するがあまり、逆に科学的でない議論になってしまうように話合いが持てればと思いました。今、流通のお話もありましたので、例えば流通の技術なども進んできて、実は昔だったら絶対に必要であった酸化防止剤やいろいろな食品添加物も冷凍技術や流通技術で変わってきたところもあると思います。そういうところも含めて話合いができればと思います。こうありきという議論ではなくて、一

番よい方向になる議論になることを願っています。

○池戸座長 ありがとうございます。

その他いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、今日のヒアリングのお話はこれで終わらせていただきますが、本日のヒアリングで添加物の不使用表示に対する消費者の意識の実態とか、あるいは事業者の取組の実態を御説明いただいたわけですが、今後、それを踏まえて議論をしていきたいと思っています。今日の成果につきましては、不使用表示の類型化あるいはガイドラインの内容を検討する際に十分参考になるのではないかと私自身は思いました。

今後のことなのですが、先ほど戸部委員からも出ましたように流通の分野の実態とか取組の状況などももちろん含めまして、また前回の1回目で事務局からお話があったかと思うのですが、昨年度、店舗調査とか消費者意向調査も実施しておりますので、その調査結果なども御報告いただきまして、そういうものも踏まえて議論を進めていきたいと思っております。今日は非常に長時間でありまして、特にそれぞれヒアリングの対象として御説明いただきました皆様方には改めて感謝申し上げたいと思います。

そのほか、皆様方から何かありますでしょうか。

なければ、次回の日程等につきまして、事務局からお話しただければと思います。よろしくお願ひします。

○高橋課長補佐 委員の皆様、ヒアリング御対応の皆様、本日は御意見ありがとうございました。

第3回の日程につきましては、7月の開催を予定しておりますが、詳細な日時につきましては、別途当庁ウェブサイトを通じてお知らせさせていただきます。

以上です。

○池戸座長 ありがとうございます。

以上で本日の議事を終わらせていただきたいと思います。

長時間ありがとうございました。