

# これまでの検討会で 得られた意見（抜粋）

令和3年7月

# これまでの検討会で得られた意見(抜粋)①

消費者系

- 科学的に考えて、無添加表示をどう考えるかということで議論を行うものだと考えている。
- 対象につきましても、容器包装上の表示ということで、まずはそこから始まって、私としては、やはりできたガイドラインを基に公正競争規約も改正されていくとか、広告等の表示も変わっていけばいいなと思っております。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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ています。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。(中略)まさに、消費者誤認の無限ループではないか。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。

## これまでの検討会で得られた意見(抜粋) ②

消費者系

- 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。
- ミスリードを低減する方法はいろいろあると思うので、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。
- 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しょうか。
- 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、食品添加物を避けるべきという雰囲気醸し出すような情報発信があります。
- 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。
- 「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。何々を使ったかが書いてあればいい。
- 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、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。
- 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。(中略)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にお願いしたい。

## これまでの検討会で得られた意見(抜粋) ③

- 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。食の外部化と言われますが、生産、製造されている現場が見えにくくなってきている。
- 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。
- 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(中略)消費者の心理、気持ちに対して寄り添う必要がある。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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る。
- 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。
- (不使用表示を)安易に表示をできないようにすべき。
- 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。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。
- 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。
- 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。

## これまでの検討会で得られた意見(抜粋)④

事業者系

- 実務を担っている私の感覚としては、今現場で何が起きているのかということのを正しく捉えることが重要だと思っています。そういう意味で言うと、スーパーにおける実態調査という記載があったのですが、スーパーにとどまらず、CVSであったり、あとネット、eコマース、様々あると思うのです。影響力のあるチャンネルや影響力のある企業の実態をしっかりと調査し、パターン別に一つ一つ整理していくことが、このガイドラインの有効性を高めることになると思っておりますので、是非調査については、しっかりしたものをやっていくことが必要かなと思っております。
- 食品の表示というのは、消費者の方にとって知りたい内容を表示してあるということですが、反面、誤認を招いている部分がある。
- 食品添加物に係る「無添加」、「不使用」等の表示の氾濫が、食品添加物が使用されている食品の安全性に関する誤認を招いているにとどまらず、「無＝安全」という認識の広がりや、リスクの大小が量に依存するというリスク評価の基本的な考え方の社会への定着・普及を妨げ、国民の命や健康に係る諸問題の合理的な解決の障害にもつながっていると考えております。無添加又は不使用表示がリスクコミュニケーションを妨げているものと考えます。
- 消費者の方に分かりやすい、誤認を招かないようなルールづくりに貢献できればと思っております。
- 添加物に対するお声というのも非常に多く頂いております。そういったお声をこの検討会の中で反映をいただき、最終的には誤認を与えない、分かりやすい表示を作成できるような一助となればということで考えております。また、今回対象ということで容器包装ということなのですが、実際は広告ですとか、又はインターネット上の表現とかを含めて、どうしても切り離せない部分というのが正直ございます。こういった部分にも何らかのガイドラインといたしますか、指針が及ぶということを期待しております。

## これまでの検討会で得られた意見(抜粋) ⑤

- 「無香料」等の使われ方の現状として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」などの表現を組合せる、又は近くに記載する。
- 「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。
- 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けれども、一部懸念事項を示されているところもある。
- 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。
- 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
- 安全健康というよりは、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。
- 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。

## これまでの検討会で得られた意見(抜粋) ⑥

事業者系

- 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。
- 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。
- 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。
- 基本的に無添加表示は全て誤認を招くと考えている。
- (無添加の表示について、)規約にのっとった明確な定義の下で運用し、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。
- 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考えています。  
そして、販売量ですけれども、無添加の表示が全体の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いましたが、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。

## これまでの検討会で得られた意見(抜粋)⑦

学  
識  
者

- 「検討会の結果を踏まえる」ということは、全体としては無添加や不使用という表示を完全に廃止するということではなくて、あるべき表示ルールをつくるというミッションであると理解しているのですが、私の基本的な立ち位置としては、食品表示が安全性のみならず消費者の合理的選択の機会の確保に資するものであって、選択に関する情報はできる限り得られたほうがよいという立場ですし、事業者にとっても適切な範囲での競争、差別化もあればよいと思っていますので、原則的な考え方としては、誤認を生む可能性があるから、およそ何も情報として書いてはいけないという方向になるルールよりは、誤認を生まない形で正しく情報を伝える、それに接する機会がある受け手にも理解をしてもらうという考え方を軸に、そのためにはどういうルールが必要かということを検討していけたらと思っています。
- 今回、議論をしていく前提として、私は2つ大事なことがあるのではないかなと思っています。  
1つは、実際の添加物の表示がどのように行われていて、どのような表示で問題を引き起こしているのかという表示側からの問題が1点です。問題になっていないような表示について議論する必要はないと思うので、どんな添加物表示が問題を引き起こしているかという表示の面からです。  
もう一つは、これは景品表示法の打消し表示の検討のときに、私も非常に勉強になったのですが、消費者が表示をどう見ているかということです。どのように表示を見て、そこからどんな情報を受け取っているのかということです。景品表示法の関係ですごく勉強になったことは、私の表示に関する認識と消費者が表示をどう見て、どう評価しているかというのは、かなりずれがありました。  
消費者がどのように表示を見ているのか、そこからどういう情報を読み取っているのかということをよく把握しないと、現実的に消費者に向けてはあまり親切でないようなガイドラインになってしまいかねないので、そのところは、いろいろ注意をして検討のための情報を集めていただきたいと思いますと思っています。