

2021-7-21 食品添加物の不使用表示に関するガイドライン検討会（第3回）

10時00分～11時51分

○池戸座長 皆さん、おはようございます。お暑いところ、お疲れさまです。

では、定刻になりましたので、第3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たいと思います。

本日は、お忙しいところ、また、暑い中、オンラインでの御出席の方も含めて、委員の皆様方には御対応いただき大変ありがとうございます。

また、傍聴の方につきましても、大変お疲れさまでございますが、よろしくお願ひしたいと思います。

本日の出席状況ですけれども、戸部委員が御欠席となっております。

それでは、まず、事務局の方におきまして、前回以降、人事異動があったということで、その御紹介を、お願ひ致したいと思いますが、よろしくお願ひします。

○谷口課長 皆さん、おはようございます。食品表示企画課長の谷口でございます。よろしくお願ひいたします。

7月1日付の人事異動によりまして、事務局の消費者庁で、3名交代しておりますので、私の方から御紹介させていただきます。

まず、消費者庁政策立案総括審議官の津垣に代わりまして、村井が着任しております。

○村井政策立案総括審議官 7月1日付の異動で、消費者庁政策立案総括審議官を拝命いたしました、村井でございます。どうぞ、よろしくお願ひ申し上げます。

○谷口課長 また、食品表示企画課におきましては、課長の五十嵐に代わりましてと、私、谷口が、また、担当の課長補佐の高橋に代わりまして、宇野が着任いたしております。今後、よろしくお願ひいたします。

以上です。

○池戸座長 ありがとうございました。

それでは、まず、資料の確認をさせていただきたいと思います。

事務局から御説明をいただけたらと思いますが、よろしくお願ひします。

○宇野補佐 皆様、おはようございます。宇野と申します。本日以降、どうぞ、よろしくお願ひ申し上げます。

それでは、資料についてですが、委員の皆様には、既にお手元にお配りをしておりますが、傍聴の方につきましては、大変恐縮ですが、消費者庁のウェブサイトに掲載されている資料を御覧ください。

では、資料の確認に移ります。

最初に議事次第、次に委員名簿、そして資料1と資料2で流通系委員からの説明資料、続いて資料3と資料4で消費者庁からの説明資料、次いで資料5で上田委員からの意見書、次いで資料6で武石委員からの意見書、最後に参考資料として、これまでの検討会で得ら

れた意見の抜粋となっております。

委員の皆様で資料に不足があれば、事務局に挙手でお知らせください。

大丈夫でしょうか。

ウェブ参加の方も大丈夫でしょうか。

続いて、進行に当たっての留意事項ですが、ウェブ参加している委員の皆様に向けて留意事項です。

御自身の発言時以外はミュートにして、発言するときにはミュートを解除して、お名前を言ってから御発言をお願いいたします。

それから、本日の本検討会にオブザーバーとして、食品表示全般の執行を行っております消費者庁表示対策課より、岩井食品表示対策室長、田中ヘルスケア表示指導室長にお越しいただいております。よろしくお願ひいたします。

それでは、これ以降の進行は、池戸座長にお願いいたします。

○池戸座長 ありがとうございました。

それでは、皆様、本日もよろしくお願ひいたしたいと思います。

本日の検討会の進め方ですけれども、前回、第2回の検討会でヒアリングをさせていただいたのですが、その際に、委員から御意見がございまして、流通系の委員さん、今、委員の中で3名の方がおられるのですけれども、その方から御所属されている職場での取組を御説明いただきたいと思っています。

お一人ずつ説明をしていただきたい、それに関する質疑を行っていただきたいと思っています。

順番については、五十音順で恐縮なのですが、斎藤委員、坂野委員、横山委員の順でお願いできればと思っております。

その次ですが、事務局から、先ほど資料の説明をしていただきましたけれども、資料3の消費者意向調査、昨年度の結果がまとまっているということで、その報告書の概要について御説明をいただきたいと思っています。

さらに、資料5と6で、上田委員と武石委員からを提出していただいている意見書についても御説明をいただきたい、その後で、事務局資料も含めまして意見交換の時間をお取りできればと思っております。

最後に、これは、次回以降の検討にも関連すると思うのですけれども、事務局から資料4の店頭調査の結果概要について御説明をいただきたいと思っています。

こういう順番で進めさせていただきたいと思います。時間が、今日も少しタイトなので、中身は、もちろん十分議論をしていただきまして、効率的に進めさせていただきたいと思いますので、よろしくお願ひしたいと思います。

あと、本日対面で御出席の委員の皆さん方には、御発言のときは、挙手していただきました後に、マイクのスイッチを押してお話しいただければ、ありがたいと思います。

それでは、早速ですけれども、斎藤委員から御説明をいただきたいと思いますので、よ

ろしくお願ひします。

○斎藤委員 皆さん、おはようございます。セブン-イレブンジャパンの斎藤でございます。

本日、簡単でございますが、現状までの企業内での取組ということで御紹介を差し上げたいと思っています。

スライドをよろしいですか。

次のページをお願いいたします。

まず、簡単な企業紹介でございます。全国、国内ですけれども、47都道府県で約2万1000店舗を展開しているチェーンになっています。

地域の身近な役割を担うために、お客様の要望を聞き取りながら、日々サービスを進化させていくということで、今、対応させていただいている企業でございます。

一昨年、2019年4月から食品添加物表示制度に関する検討会が開催されているということを、私自身も確認させていただいている。

その中で、無添加、不使用を訴求することは消費者に誤認を生じさせるおそれがあるという議論、考え方が出でていました。これは、具体的にどういうことかというと、安全面、健康面で優位性があるのではないか。食品添加物を全く使っていない商品ではないかという誤認をお客様に与えているのではないかということを確認しております。

企業の中で、この件について様々検討をさせていただいた結果、私どもとして、安全・安心の取組、情報発信の方法について、過去からの引き延ばしではなく、未来志向で、どのようにしていけばいいのかというところの検討をさせていただきました。その進捗について簡単に、次に御報告させていただきます。

そもそもセブン-イレブンのお店の使われ方というところですが、約1日に2000万人のお客様がお店を利用していただいております。

その中の約60%のお客様については、週2回以上利用していただいている、日常的に、気軽に使われているというところが実態としてあります。やはり毎日安心して、お店でお買い物をしていただく環境を作るということが非常に重要なと思っております。

食品に関しては大きく3つあるのですけれども、ナショナルブランドの商品、オリジナルのセブンプレミアムと言っている加工食品、あとお弁当や、おにぎり、パスタ、サンドイッチといったフレッシュフードといった3つの分類の中の商品群があるので、オリジナルでやっているセブンプレミアム、フレッシュフードについて対策を打ってまいりました。

まず、フレッシュフードということで、おにぎりや、お弁当の日常的に使われる商品です。

今まで、皆さんからよく御指摘をいただくのですけれども、保存料、合成着色料不使用ということを、セブン-イレブンが声高に言っているのが影響しているのではないかと言われているのですけれども、原則として、この訴求については、もうやめました。やめて表示及びテレビCM等の媒体を用いて、殊更に食品添加物の不使用について訴求すること

を取りやめています。

では、どういう考え方で見直したかというと、これは新しく作ったわけでも何でもないのですけれども、フレッシュフードにおける食品添加物の種類や量などの定義づけを、改めて検討しました。そもそも家庭の味を再現しようということで作っている商品になります。

食品添加物の使用について、使う場合については、必要最低限の種類と量だけを使いたいということで定義づけしています。

また、お客様の関心の高い食品添加物については、やはり様々なお客様がいらっしゃるので、極力控えるようなことで開発をしていこうと、商品づくりをしていこうということで、皆さんと、お取引先を含めて共有をさせていただいているのが実態となっています。

セブンプレミアムという加工食品、冷凍食品、お菓子、ソフトドリンク、様々あるのですけれども、ここについても、お客様、消費者に誤認を与える可能性のある表現は、原則やめていこうということで対策を打ってきました。

2019年の無添加、不使用表示のアイテム数ということで具体的な数字は記載していないのですけれども、現状どうなっているかと言いますと、アイテム数的に言うと約20%の状況になっています。80%は、今、そういった表示はしていない、やめたという状況になっております。

その中で、今残っている商品、これがいいか悪いかという話ではなくて、いろいろ検討進めた結果、無添加、不使用を訴求している表示商品というのは、この表に示されたものが残っております。

白い豆腐やイカの塩辛、ハンバーグ、鳥皮揚げ、ここについては、包材を切り換えた段階でなくなっていくのですが、ワインと辛子明太子、たらこについては、そんな簡単にやめましょうというわけにはいかない状況になっています。

それは、なぜかと言いますと、公正競争規約や業界の基準に明記されている場合は表示してもいいという理解があるからだと思います。ここについては、今後、ガイドラインの中で解決策を見いださなくてはいけないのかなと考えております。

無添加、不使用表示の商品に対する対応というのは以上になります。

続きまして、食品添加物に対する問合せを様々いただいているので、その代表的な事例ということで挙げさせていただきました。

1つが、商品が腐らないのはおかしいですよ、食品添加物をたくさん使っているのでしょうかという御意見です。

あと、食品添加物が表示されていないけれども、本当は使っているのでしょうかという御意見。ここについては、大体、セブン-イレブンに対して、企業に対する不信感が前提にあっての問い合わせかなと理解しています。

もう一つ、ツイッターに食品添加物は体に悪いとの投稿がありました、本当ですか。健康に気をつけています。食品添加物を使用していない商品を教えてください。

ここについては、消費者の方々の食品添加物の知識や情報が不足している結果、このような御意見をいただいているのかなと思っています。

トータルで、なぜ、こういう問合せが企業に対して寄せられるのかなというところを考えると、やはりお客様、消費者と企業に存在する情報格差、ここが課題なのかなと思っています、これを埋めることが、お客様に安全を御理解いただき、安心して商品を購入していただくことにつながるのかなと考えました。

今年1年間、消費者庁の表示検討会があった後に、今、対策を打ったことです。

まず、ホームページにおける情報発信を積極的にやっていこうということで、まだまだ、ほかの企業様と比較して全然十分ではないのですけれども、なるべく我々がやっていることを外に発信していこうということで、分からぬ不安を解消し、安心につなげられないかなと考えています。

食品添加物についても、1つのコンテンツとして載せさせていただいている。

また、最近、SNSにおける情報発信ということで、いろいろな御意見をいただきます。

これは、1つ代表的な事例ですが、セブン-イレブンのおにぎりから食品添加物が消えているということで、1,239件の「いいね」という反応がありました。

中身がどうなっているかというところを確認すると、30代の女性、おにぎりやお弁当など、全般的に食品添加物の記載がないものを見るが、表示義務がなくなったのか、又は食品添加物を使用しなくなったのかとか、40代女性のツイッターではセブン-イレブンのおにぎりが食品添加物表示をしなくなったという情報が拡散されています。純粋に無添加なのではと思うのですが、法律が変わったのでしょうかといった様々な憶測が飛び交っています。

過去であれば対応できませんでした。ですが、このような憶測や不安が広がることを放置するよりは、積極的にコミュニケーションを取っていくことが重要だということで、簡単ではあるのですが、食品添加物の表示のルールや弊社での食品添加物使用の考え方ということをSNSに載せることにより、そういうことだったのですねとか、分かりましたという考え方方が変わる瞬間を目の当たりにしています。こういったことを丁寧に1つずつやつていくことが、企業の取組を御理解いただくということにつながっていくと思いますので、今後についても、まだ稚拙ながらやっていきたいなと考えています。

以上が、簡単なのですが、昨年来取り組んできた内容になります。

最後に委員として、本検討会に対する要望ということで、非常に曖昧な書き方で恐縮ですが、発言させていただきます。

まず、なぜこれが必要なのかというところを前提として考えたときに、やはり、消費者の安全及び自主的かつ合理的な選択の機会の確保ということを念頭に置いて議論を進めいかなくてはいけないのかなと思います。

どうしても、企業の立場、作り手、売り手の立場を優位に発言してしまったり、思考してしまったり、ということがあるのですが、そもそも食品の表示は、消費者の安全及び自

主的かつ合理的な選択の機会の確保を達成するために記載するものであるということを忘れないでやっていく必要があるのではないかなと思っています。

その上で市場の状況を確認し、一律的に対応するのではなく、商品のカテゴリーが様々あると思いますので、そんな意見を聞きながら、必要であれば規制を検討していくことが重要ではないかなと思っています。

次に、その中で、そうは言いながら、明らかに誤認を与えることについては優先的に対応していくことが重要かなと。

例1、例2については、いろいろ検討会の中でも出ている内容です。

あと、公正競争規約についても、どうしても業界の部分最適になっているところがありますので、全体最適にすることによって、お客様にとっても選びやすい表示になっていくのではないかなということを感じておりますので、やはり現地、現物をしっかりと確認しながら議論した上で、ルールを決めていただくことが重要かと思いましたので発言させていただきました。

私からは、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 御丁寧にどうもありがとうございました。

では、ただいま斎藤委員の方から御報告いただいたことにつきまして、御質問や御意見を頂戴したいと思いますが、オンラインで参加されている委員さんも、ぜひ積極的に御意見等をいただきたいと思うのですけれども、手を挙げているかどうかの確認をした上で、指名したいと思っていますので、大変恐縮ですけれども、画面を、オフをオンにしていたいで、それで御発言のときは、ミュートを解除してお願いしたいと思います。前回と全く同じ要領です。ということでお願いしたいと思いますが、皆様いかがでしょうか。

どうぞ、浦郷委員。

○浦郷委員 浦郷です、ありがとうございます。

私自身は、食品添加物をもともとはあまり気にしていなかったのですけれども、生協の組合員の活動に関わったところで、商品を通して食品添加物のことを知って、その頃は、食品添加物を極力使わない商品がいい商品だと思っていたのですけれども、今、この消費者団体の役割についていたところで、改めて食品添加物の役割とか、使われ方、そして、リスク管理されているということを知りました。

私は、一応、きちんと理解したつもりでいるのですけれども、一般の消費者にとっては、やはり、食品添加物についてはあまりよく理解されていないのかなと。

そういう中で、やはり食品の表示に無添加とか不使用という表示が氾濫していると、やはり消費者は食品添加物を使わないことがより安全と誤認してしまうと思います。

また、一時期、コンビニのお弁当に保存料不使用の表示が多く使われていましたが、実は保存料の代わりに、他の食品添加物で日持ち向上を図っているのだよということを知つて、これは、一種、消費者を欺くことになるのではないかということを思いました。

そういうこともありますて、一昨年度の食品添加物表示検討会の中で、やはり、この無

添加、不使用表示については、もう一度見直すべきという報告になったと思っています。

それで、セブン-イレブンは、これを本当に真正面から受けとめて、組織として考え方をまとめてくださっていて、本当、ある意味方向転換だと思います。このような取組で無添加、不使用の訴求表示は行わないということで、表示を一新したというところで、私、ここ1週間ぐらいセブン-イレブンのお店に頻繁に行ったのですけれども、本当に、サラダの容器とかも変わっていたというか、シールのふたになっていて、保存効果がきちんとあるのだなということが、それは消費者にとっても見て分かりますし、ホームページを見させていただきましたけれども、作り方とか、運び方、そこでも非常に工夫しているということがよく分かりました。

表示を変えた、一新したということで、私は何か売り場自体も変わったなというのを感じました。2年ぐらい前までは、お弁当売り場に保存料は使っていませんとか、そういう文字が氾濫していて、ある意味、この国は、食品添加物をちゃんと管理できていないのかみたいな印象を持つてしまうような感じだったのですけれども、今、そういうものが一切なくて、本当に売り場も一新したような感じを受けました。

このような取組は、本当に大変すばらしいと思っておりまして、評価したいと思っております。

1点、無添加、不使用表示をやめたことで、消費者の反応ということで、SNSの例が出ていましたが、他の問合せにおいて、やはり表示してほしいという意見があったのかどうなのか、そこだけちょっとお聞きできればと思います。ありがとうございます。

○池戸座長 ありがとうございます。

斎藤委員、よろしいですか。

○斎藤委員 ありがとうございます。

お客様からの反応は、特にございません。

それで、よくセブン-イレブンの商品は、保存料、合成着色料不使用という表示をたくさんしているという言われ方をされるのですけれども、多分、それはイメージの問題でして、2001年から2011年まで、確かにラベルの隅っこの方に、保存料、合成着色料不使用という表示はしていましたが、ここ十年間は、商品には表示をしていません。2011年からは、ざっくり言うと、していないと。

では、どこで訴求していたかというと、テレビCMの一コマに、ちょっと露出していたところはあります。ですが、テレビCMを1年に1週間とか、そういった部分なので、他のコンビニエンスストア?の企業さんはどうなっているか、ちょっと分からぬのですけれども、セブン-イレブンとしては、もう10年来商品には掲載していないので、あまり反響としてはなく、取組としても、ある日突然変えたわけでもなく、編集の仕方とか、お客様に対する訴求の仕方を1年前から見直したということなので、実際の商品開発とか販売においては、実は、そんなに大きな変化というのではないということだけ御理解いただけるといいかなと思います。

○池戸座長 ありがとうございました。

浦郷委員、よろしいでしょうか。

○浦郷委員 多分イメージなのだと思います。

○池戸座長 どうぞ。

○有田委員 チャットに入れたのですが、下を向いて発言されたときに、声が途切れ、浦郷さんの質問というか、発言要旨がよく分からなかつたので、御回答で、そういうことだったのかなと思ったのですが、ちょっと概要というか、こういうことですねということで、座長の方で確認をして、お伝えをしていただけませんでしょうか。

○池戸座長 分かりました。

浦郷委員からは、先ほどの斎藤委員の御報告に関しまして、お店として売り場の雰囲気も含めて非常に努力されて対応しているとの、同調されている御意見が示され、また、最後に御質問がありまして、添加物を、今は、訴求的には無添加表示はしていないのですが、逆にお客さんからしてほしいみたいな、そういうような御意見がなかったかと、そういう御趣旨の御質問があつたかと思います。

それで、斎藤委員からの、それに対するコメントというのは伝わっておりますでしょうか。

○有田委員 はい、斎藤委員からの回答を聴いて、ある程度質問というか、御意見の内容は分かったのですけれども、今の座長からの回答で質問の内容も把握できました。

○池戸座長 御意見というか、コメントみたいな感じでしたね。セブン-イレブンの取組についての、そんな感じの御発言でよろしいですね、御意見というよりも、そういうことです。

○有田委員 ありがとうございました。

○池戸座長 よろしいでしょうか。

村委員、よろしくお願ひします。

○村委員 村でございます。丁寧な説明をありがとうございました。

その御説明を私が正しく理解できているかどうか、ちょっと不安がありますので、2点ばかり確認のための質問をさせていただければと思います。

まず、8ページの食品添加物に対する問合せ事例ということで、一番上が、食品が腐らないのはおかしい云々ですね。

2つ目が、食品添加物が表示されていないけれども、本当は使っているのではという質問があるということなのですけれども、食品表示法に基づく一括表示は、法律の義務づけがあるわけなので、一括表示も見た上で質問なのか、あるいは無添加表示がなくなっていることを指しての質問なのかが、ちょっとよく分かりませんでしたので、そのところをどちらなのかということをお教えいただけするとありがたいと思います。

2つ目の質問が、10ページの質問です。

10ページの真ん中のところに、ツイッターを見たお客様ということで、30代の女性が、

表示義務がなくなったのかと、もしくは食品添加物使用をしなくなったのか、40代の女性が、法律が変わったのでしょうかと書いてあるということなのですけれども、これも一括表示を見た上でのことだと、要するに消費者の方がどういうつもりでツイッターを書いておられるかというのは、多分、客観的には分からぬと思うのですけれども、セブン-イレブンとして、どのように理解されておられるのかということを聞きたいということなのですが、これは一括表示も併せて見た上での書き込みだと思っておられるのか、あるいは無添加表示がなくなったことに関する意向だと把握しておられるのかと、この2点をお教えいただければと思います。よろしくお願ひします。

○池戸座長 よろしいですか。お願ひします。

○斎藤委員 両者とも一括表示を見られたお客様からの発言と捉えています。そもそも無添加表示はしていませんので、不使用表示を訴求する、テレビCM等で訴求する前に御意見をいただいている内容でございますので、おそらく、確認された上で発言されていると思われます。

○池戸座長 よろしいでしょうか。

どうぞ、菅委員。

○菅委員 菅です。今日もよろしくお願ひします。

ちょっと質問をさせていただきたい点があるのですけれども、資料1の7ページの表を御説明いただいたのですが、まず、これは現状、訴求している表示があるものが、これだけに限られているものと理解してよいのかということの確認と、先ほどの御説明の中に、包材が切り替わったら「表示内容」の訴求表示がなくなるとおっしゃったのがあったように思いますが、包材が切り替わっても訴求表示が残るのは、表の右側に「公正競争規約・業界基準」が書いてあるものだけだったのかどうか、おそらくきちんと御説明をいただいたのだと思うのですけれども、改めて確認をさせていただきたいと思います。

また、それを踏まえて、もし表示がなくなってしまうのだとしたときに、「保存料を使用しておりませんので」という部分がなくなると同時に、「開封後はお早めにお召し上がりください」という、また別のメッセージがあつたり、豆腐であれば、「気泡ができる場合がありますが、品質には問題ありません」という、積極的なメッセージが含まれている部分までなくなってしまうことになると思うのですけれども、その辺がなくなることについては、何か御検討の中で考えられたりしたことはありますでしょうか。なくしてよいという判断をされるのに当たって、単に食品添加物を使っていないということだけではなく、食べる上で気をつけてほしい、又は保存する上で気をつけてほしいというメッセージなどが、積極的に述べられている部分もあったと思うのですけれども、それがなくなってしまうということについては、どのような検討をされておられたでしょうか。

以上について、ちょっとお聞きしたいと思います。

○池戸座長 ありがとうございました。

○宇野補佐 失礼します。事務局からなのですけれども、今、傍聴者の方から声が聞きた

くいという意見が届いておりますので、恐れ入りますが、マイクを近づけてお話しㄧただくよう、お願ひいたします。

失礼しました。

○池戸座長 どうも、よろしくお願ひします。

では、斎藤委員、お願ひします。

○斎藤委員 では、回答をさせていただきます。

7ページの表についてが、現状、無添加、不使用訴求をしている商品でございます。

白い豆腐、イカの塩辛、ハンバーグ、鶏皮揚げについては、商品の包材を見直し、在庫がなくなった段階で切り替わっていくというものになります。

表示の内容なのですが、私、具体的に担当している人間ではないので、あくまでもこうなるだろうという話になりますが、ハンバーグ、鶏皮揚げ等については、保存料を使用しておりませんのでという言葉を外して、開封後、お早めにお召し上がりくださいという言葉は残るという御理解をしていただければいいと思います。あえて食品添加物を使っていないからこうですという表現をしなくてもいいのに、こういう記載をしているので、記載内容について見直しを行うという流れになると思います。

ワインと辛子明太子・たらこについては、業界の基準に基づいて表示がされているので、現段階では、なくすというか、さらなる検討が必要という認識でございます。

以上になります。

○池戸座長 菅委員、よろしいでしょうか。

○菅委員 はい、理解しました。ありがとうございます。

○池戸座長 ありがとうございます。

その他の委員さん、どうでしょうか。

よろしいでしょうか。

それでは、斎藤委員、どうもありがとうございました。

続きまして、坂野委員にお願いしたいと思います。よろしくお願ひします。

○坂野委員 イトーヨーカ堂の坂野と申します。

私どもは首都圏を中心に総合スーパーを営んでおりまして、衣料品から住関連品、食品まで幅広く販売しております。

当社の状況を御説明します。

まず、お客様からの声なのですけれども、大半が接客応対のことや、店舗の運営に関する御指摘、御要望です。

今、申し上げたとおり、衣料品、住関連品、様々販売をしていますので、食品に関して申しますと、生鮮品の鮮度が良くなかったであるとか、期待したほどの味ではなかったというような御申出が大半でございまして、食品添加物に関して、御意見、御要望というのには、ほとんどない状況です。

あと、私たちの取組に関してですが、店内製造のお寿司、お弁当、お惣菜に関しては、合成着色料、保存料不使用ということで、今まででは、ホームページであるとか、売り場媒体で表現してきたのですけれども、昨年、食品表示基準が変わって、合成とか人工という用語がなくなりましたので、それを機に、今は全てやめています。

今、申し上げたお惣菜、お弁当、お寿司以外に関しては、特に食品添加物の自主的な基準であるとか、規制は設けておりません。

私たちとしては、今、そういう形でやっております。

簡単ですけれども、以上になります。

○池戸座長 ありがとうございました。

資料はなくて、口頭での御報告でした。

ただいまの御報告について、御質問等ございましたら、どうぞ。

よろしいでしょうか。

それでは、3人目の横山委員より御報告をいただきたいと思います。よろしくお願ひいたします。

これは、資料2の資料になるかと思いますが、よろしくお願ひします。

○横山委員 よろしくお願ひいたします。

イオントップバリュで品質管理を担当しております、横山と申します。

本日は、イオンのプライベートブランドでございます、トップバリュ商品に寄せられました食品添加物へのお客様のお声について、情報の共有をさせていただきたいと思いますので、よろしくお願ひいたします。

簡単にですが、トップバリュの御説明を申し上げます。

多様化するニーズに寄り添うために、ブランドを4つ、トップバリュ、セレクト、グリーンアイ、ベストプライスという、この画面に映っております4つのブランドで展開をしております。

ブランド全体として5つのこだわりを、消費者であるお客様にお約束をしております。

1つ目のお客のお声を商品に生かしますと、このこだわりから、食品添加物に関するお声も、この商品の企画開発に反映させております。

3点目の必要な情報を分かりやすく表示しますとのこだわりから、お客様が商品の選択に必要とされます情報を、お客様のお声を聞きながら、より分かりやすく表示するよう努めております。

私たち、お客様からの声を集約する社内の仕組みとして、社内でVOICEと呼んでおります。専用ダイヤルを持っておりまして、お店で寄せられたお声、又はインターネットを通じたお声も一元管理しております。

年間約40万件のお声をいただいております。

また、食品添加物につきましては、このパワーントにございます、御意見・お問合せの原材料の項目の1項目として整理・分類しております。

次をお願いします。

2016年から2020年の推移でございますが、原材料に関するお問合せは、年間約5,000件、食品添加物に関するお問合せは、食品全体の中では1.1%から1.4%の数字となっております。

同様に、2016年から2020年の各項目でのお問合せ件数の推移なのですが、産地に関するお問合せ、ここは、私ども商品の裏面に、できる限り原料原産地の表示を進めていたという中で、このお問合せが減少していると考えております。

一方で、表示をしていないハラルですか、ヴィーガンといったようなお声が直近で増えているというのが特徴です。

食品添加物のお問合せというのは一定で、増減はないという数字になっております。

次に、食品添加物に対するお問合せの男女の構成比ですが、全体的に特異な差は見られません。記載はないのですが、私どもの衣料・住居エリアに御来店いただくお客様に比べますと、食品売り場への男性の来店客数が多いということで、お問合せの男女の構成比についても、男性のお客様の構成が少し高いという特徴になっております。

年代別で比較いたしますと、私どもの食品売り場へ御来店されるお客様と連動していると思われ、比較的食品添加物に対するお問合せは、年齢の高い方が多いのかなと読み取れます。

また、年を追うごとに、年代の高い方のお問合せが多くなっているという数字になっております。

原材料における御意見、お問合せの中で、1番目が産地、2番目が栄養成分、3番目がアレルゲン、食品添加物については5番目で、約8%の構成比になっております。

食品添加物に対するお客様のお声で、1番目に多いのは、食品添加物を使用していますか。2番目が食品添加物への質問。3番目が要望という順位になっております。

少し細かく説明をさせていただきます。

1番目、食品添加物を使用していますかという具体的なお声ですけれども、保存料の使用はありますかとか、食品添加物は入っていますか、裏を見ればいいのですね、又は食品添加物や保存料は使用していないと記載されていない食品添加物について、読み解けない

で、使用していますかというようなお問合せが多いという特徴がございます。

また、一部のお客様は、食品添加物がパッケージのどこにどのように表示されているのか分からぬというようなお声もあると読み取っております。

2番目ですが、食品添加物への具体的な御質問ということで、これは何のために使用されているのか知りたいであるとか、着色料が使われているが、体に害は与えないのですかと、増粘多糖類は発がん性物質か、pH調整剤とは何か、害はないのか「食品添加物＝マイナスイメージ」での前提での質問が多いというのを特徴としておりまして、私どもお電話をいただいた場合は、そのメリット、使用が認められていることなどを御説明させていただくことにより、一部のお客様からは不安感が解消されたというお声を頂戴しております。

3番目の要望というところですが、子供が食べるお菓子でも、食品添加物を削減したような商品を作つてほしいですとか、他にも食品添加物を使わない商品を販売してほしい。無塩せきウインナーの開発をしてほしいなど、食品添加物への御意見をいただくお客様におきましては、傾向として、食品添加物の削減のお声が多いようです。

いくつか、不使用、無添加に関するお声におきまして、記載についての縛りがないのであれば、もっと分かるようにした方が良いと思うですとか、他のメーカー様のものは、無添加と書かれている、もし、本当に無添加であれば、記載があった方が良いのではないかとか、他社商品には、漂白剤を使つていないと書いてあったのに、私どもの商品は書いていないということで、書いてあった方が、安心感がありますよと、このように、無添加、不使用と書いてほしいと要望されるお客様においては、どちらかというと、裏面の一括表記ではなく、これを特徴として表示を頼りにされている。

あとは、特徴としては、このような御質問が多いのは、年代が高い方が多いということも聞いております。

まとめますと、私どもお客様のお声から、このようなことを読み取っております。

食品添加物においては、表記方法を含めて、多くのお客様で分からぬというお客様がまだいらっしゃると、また、分からぬというまま、テレビですとか、週刊誌、書籍などで発信された情報を受け、不安が助長されているような状態ではないか。

また、食品添加物の削減要望は多く、使用していない商品に対しては、一方でお褒めの言葉や「買いたい」というお声も頂戴しております。

また、先ほど、冒頭にありましたヴィーガンのお問合せとか、アレルギー、御病気を理由に食品添加物を避けたいというのが、全体の中では9%ぐらいのお声になっております。

お子様への配慮という意味での食品添加物の削減の申出は5%というような数字になつています。

このようなお声をもとに、私どもは商品開発、分かりやすい表示、情報開示というところにつなげていっているというのが現状でございます。

1つには、2016年にお客様の食品添加物に対するお声あるいはアンケートの結果から、お客様が気にされている食品添加物を中心に、使用しなくてもおいしくいただけるという商品の企画を展開しております。

また、表示におきましては、食品添加物の分かりやすい表示に対する御要望が多いという、この事実から、現状でもスラッシュで分けている表示方法、表示面積が、記載ができるものにおいては、事項名の食品添加物という形で区切って記載をしていくこと、今、順次パッケージの切り替えを行っております。

最後ですけれども、表示面積の制約からも、それ以上の表現しにくい情報につきましては、専用のアプリですとか、ホームページで、より詳しく説明できる取組を、今、順次進めているという内容でございます。

以上、私からの報告をさせていただきます。

御清聴ありがとうございました。

○池戸座長 横山委員、ありがとうございました。

ただいまの御報告につきまして、御質問、御意見等ございますか。

どうぞ、上田委員、お願いします。

○上田委員 上田です。質問が1つあります。

食品事業者の方々へのお問合せの中には、原料原産地についてのものが、食品添加物に関するものより、概して多いと理解しております。特に10年ぐらい前は、非常に多かった、今よりもさらに多かったのかなと思っておりますが、御社の場合「○○」産不使用といったような表示はなされてはいないと思います。その理由は、風評被害に配慮しているためでしょうか、それとも他の理由で、原料原産地について不使用表示をしていないということなのでしょうか。

以上です。

○池戸座長 横山委員、いかがでしょうか、どうでしょうか。

○横山委員 恐れ入ります。今の御質問は、産地に関する不使用ということの理解でよろしいでしょうか。

○上田委員 そうです。

○横山委員 例えば、アメリカ産不使用とか、そういうような表示をしていないということですか。

○上田委員 そうです。「○○」県産不使用とか、そういう表示です。

○横山委員 私ども、どちらかというと、そのデメリット表示ではなく、産地を絞った商

品につきましては、国産ですか、あるいは○○県産と、そこは積極的にパッケージの方に表示しておりますが、デメリットでの不使用という産地での表示はうたっていないというのが現状です。

○池戸座長 よろしいでしょうか。

○上田委員 どうもありがとうございました。

原料原産地についてはデメリット表示をしないとのことですが、食品添加物については、現在はデメリット表示をしていることになるのではないかですか。

○横山委員 食品添加物は、現状は、御指摘のとおり、不使用表示というのは、まだ、使用しております。

○池戸座長 よろしいでしょうか。

では、菅委員。

○菅委員 菅です。ありがとうございました。

念のための確認なのですけれども、資料2の16ページで御説明いただいた、順次分かりやすい表にしていくという取組についてなのですけれども、おそらくこうした表の方が正しい理解が進むと考えておられるからだと思うのですが、食品添加物を使わなかつたときも、食品添加物という欄を設けて何も書かないとか、「なし」と表示するのかどうか、「なし」と表示すると積極的に不使用と表示したことになってしまうかもしれませんけれども、使用されない場合も、食品添加物の欄を設けるかどうかということについては、どのようにお考えなのでしょうか。

○池戸座長 よろしいでしょうか。

○横山委員 ありがとうございます。

法律に準じますと、なしという表記が、今、できないということですが、個人的な見解で申し訳ないのですが、今の食品添加物のあり、なしが不明瞭だというお客様のお声を鑑みますと、何らかの食品添加物が入っていないという表現は、正しく伝わるのではないかなど考えております。

例えば、食品添加物なしがいいのか、ちょっと悩むところなのですが、その方が正しくは伝わるのかなと考えております。

○池戸座長 どうぞ。

○菅委員 すみません。重ねての質問ですが、要するに、「食品添加物」の欄としては設けておこうというか、その方がより理解が進むのではないかと考えておられるということでお聞きしていいですか。

○横山委員 個人的な見解になりますが、そのように考えております。

○菅委員 ありがとうございます。

○池戸座長 浦郷委員、どうぞ。

○浦郷委員 浦郷です。

お客様の声を本当に細かく分析されていると思います。

やはり、この中で一括表示の枠でないところで、無添加や不使用の表示がほしいという声があるということも事実だと思います。だからこそ、どういう場合だったら表示ができるかというところを、これからのことろで、きちんと考えていかなければと思いました。

私も今の菅委員の質問と同じなのですけれども、今ほとんどスラッシュで原材料と食品添加物を分けています。これをスラッシュではなくて、原材料名と食品添加物できちんと分けるということで、今、食品添加物は使っていない場合は、枠自体は作るというお話だったかなと思います。ただ、なしというのは、今は書けないですね。

書けないということで、食品添加物の枠だけあって何も書かないと、また、消費者の方は、なぜ書いていないのだろうというところで、余計お問合せがあるのでないかと思うのですけれども、そこら辺、枠自体はきちんと設けるのかどうかも含めて、もう一度確認したいと思います。

○池戸座長 横山委員、よろしいでしょうか。

○横山委員 今一度説明をさせていただきますと、原材料名のところに記載があって、食品添加物がない場合においては、事項名も食品添加物というのは、私ども外しておりますので、お客様から見える見方としては、原材料名だけが書いてあると。

ただ、お声としては、これは、食品添加物は何か使っているのですかというようなお問い合わせが、実際、そのような商品でもあるというのも事実でございます。

以上です。

○浦郷委員 分かりました。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。

よろしいでしょうかね。

どうも横山委員、ありがとうございました。

○横山委員 ありがとうございました。

○池戸座長 それでは、続きまして、今度は事務局からになりますが、配付資料の昨年度の消費者意向調査報告書の概要について、御説明をいただきたいと思います。よろしくお願いします。

○宇野補佐 それでは、資料3を御覧ください。

令和2年度に実施しました、食品表示に関する消費者意向調査報告書の中から、食品添加物の不使用表示に関する結果を抜粋して報告いたします。

本報告書は、令和3年7月8日に消費者庁のウェブサイトに、既に掲載されております。

調査の目的は、消費者の食品表示制度に対する理解度を調査・分析し、制度の見直しに役立てることとしております。

表示内容は、食品添加物の表示に関してだけではなく、栄養成分など、食品表示について幅広く質問を行っていますが、本検討会では、食品添加物に関する結果だけを抜粋してお伝えします。

なお、これ以降のスライドの中で、調査結果に赤枠をついているページがありますが、この赤枠は、消費者が表示の意味を誤認していると考えられる箇所又は消費者自らが誤認につながると考えている箇所についておりますので、結果を確認する際に参考にしてください。

具体的な調査結果です。

まず、食品添加物一般に関する理解状況についての質問です。

食品添加物は安全性が評価されていること、長い（喫？）食経験のあるものとして、国が認めていること、食品の加工や保存の目的で使用されていること、以上について知っていると答えた方は、令和2年度は40.3%でした。

こちらに過去3回分の同じ質問への結果を示しました。

過去3回知っていると答えた方は、3割5分程度で横ばいでしたが、令和2年度は4割に増えました。

こちらは、前の問62で、食品添加物について知っていると答えた方に、その情報源を確認した結果です。

最も多かったのは、新聞、ニュース、雑誌で71.8%。次いで、食品会社から発信される情報が19.6%。次いで、消費者庁のウェブサイト14.4%です。

こちらは、人工甘味料不使用などの食品添加物使用表示を商品選択のときに参考にしているかを確認した結果です。

常に不使用表示がある食品を購入している方が9.4%。できる限り不使用表示がある食品を購入している方が22.2%。特にこだわりはないが、不使用表示に気がつけば、その食品を購入している方が30.4%。使用表示は気にせずに購入している方が37.7%でした。

6割の方が、食品添加物不使用の表示を商品選択の際に参考としている結果です。

こちらは、問64で食品添加物の不使用表示がある食品を購入していると答えた方に、その理由を確認した結果です。複数回答可能としております。

最も多かったのは、安全と感じるためで66%。次に、健康によさそうなためで52.8%。続いて、おいしそうであるため、学校や家庭で食品添加物を避けるように教わったため、特に理由はないとなっています。

こちらは、問64で食品添加物不使用の表示がある食品を購入していると答えた方に、原材料や食品添加物が表示されている、いわゆる一括表示欄を見ているかを確認した結果です。

一括表示欄を見ている方は54.1%。見ていない方は45.9%でした。

上段の問67から見ていきます。

問64で食品添加物不使用の表示がある食品を購入していると答えた方で、かつ、問66で、いわゆる一括表示欄を確認していると答えた方に、その理由を聞いた結果で、自由記述の回答です。

確認している理由は、不使用の表示があつても、一括表示欄を確認すると食品添加物を使用していることがあるため。健康に害があるか心配だから。代わりに何が使われているか確認するため。一括表示欄で詳しい情報が得られるため。できるだけ食品添加物が少ないものを選びたいためなどがありました。

次に下段の問68を見ていきます。

問64で食品添加物不使用の表示がある食品を購入していると答えた方で、かつ、問66で、いわゆる一括表示欄を確認していないと答えた方に、その理由を聞いた結果で、こちらも自由記述の回答です。

確認していない理由は、食品添加物の表示だけで安心感があるため。あまり気にしていない。確認するのが手間であるため。あまり情報が多く、面倒なため。「〇〇を使用していない」の表示を確認して安心しているためなどがありました。

こちらは、問64で食品添加物不使用の表示がある食品を購入していると答えた方に、どのような食品添加物を避けているかを確認した結果です。

最も多かったのは、着色料で46.6%。次いで、人工または合成の食品添加物で38.7%。次が、保存料で36.9%。次に、漂白剤が35.5%です。

全ての食品添加物と答えたのは15.0%でした。

こちらは「〇〇を使用していない」などといった特定の食品添加物を使用していない表示についての印象を聞いた結果です。

「〇〇」という特定の食品添加物を使用していない商品であるという印象を受ける方は43.9%。「〇〇」という特定の食品添加物だけではなく、食品添加物を全く使用していない商品であるという印象を受ける方は18.7%。ほかの同様の商品と比較して、使用している食品添加物が少ない商品であるという印象を受ける方は36.7%でした。

5割を超える方が、特定の食品添加物を使用していないという表示を正しく理解できていない結果です。

ここからは、代替添加物に関する質問です。

合成着色料を使用していないや、人工甘味料無添加などといった、食品添加物を使用していない表示がされている商品に、果物などから抽出された色素や甘味料が使用されていることへの印象を聞いた結果です。

事実なので問題ないが55.4%。別のものが使用されているのであれば、不使用の表示は紛らわしいので表示すべきではないが43.8%でした。

4割を超える方が、不使用表示が誤認につながると考えている結果です。

こちらは、保存料を使用していないと表示されている商品に、保存料と似た効果を持つ日持ち向上剤が使用されている場合の印象を確認した結果です。

事実なので問題ないが28.6%。類似の効果を持つ食品添加物を使用しているのであれば、不使用の表示は紛らわしいので表示すべきではないが34.5%。日持ち向上剤を使用していることも併せて表記すべきは36.3%でした。

7割の方が、事実なので問題ないとは考えていない結果です。

こちらは、食品中に含まれるアミノ酸、ビタミン、ミネラルに関する質問です。

食品添加物には、アミノ酸、ビタミン、ミネラルも指定されていますが、食品中にも、もともとアミノ酸、ビタミン、ミネラルが含まれています。

食品添加物無添加と表示されている食品に、食品由来のアミノ酸が含まれることについて確認した結果です。

事実なので問題ないは40.7%。食品添加物と同じ成分であるアミノ酸が含まれているのであれば、無添加の表示は紛らわしいので表示すべきではないが26.6%。食品由来のアミノ酸が含まれていることも表示すべきが32.1%でした。

5割を超える方が、事実なので問題ないとは考えていない結果です。

ここからは、化学調味料に関する質問です。

化学調味料無添加、化学調味料不使用の表示を商品選択の参考にしているかを確認した結果です。

常に無添加、不使用の表示があるものを購入している方が10.3%。できる限り無添加、不使用の表示があるものを購入している方が26.1%。特にこだわりはないものの、無添加、不使用の表示に気がつけば、その表示があるものを購入している方が30.4%。特に気にせずに購入している方が32.9%でした。

およそ7割の方が、化学調味料無添加、不使用の表示を商品選択の参考にしている結果です。

こちらは、問74で化学調味料無添加、不使用の表示がある食品を購入していると答えた方に、その理由を確認した結果です。複数回答可能としています。

最も多いかったのは、安全と感じるためで61.7%。次に、健康によさそうなためが50.5%。以降、おいしそうであるため。特に理由はない。学校や家庭で食品添加物を避けるように教わったためと続きます。

こちらは、問74で化学調味料無添加、不使用の表示がある食品を購入していると答えた方に、化学調味料とはどのようなものか理解しているかを確認した結果です。

理解していると答えた方が48.4%。理解していないと答えた方が51.6%でした。理解した上で無添加、不使用の表示がある食品を購入している方の方が少ない結果です。

こちらは、化学調味料という用語に、法令上の定義はありませんが、化学調味料を使用していない旨の表示がされていることへの印象を確認した結果です。

事業者が、化学調味料がどのようなものか説明できないのであれば、表示すべきではないが40.3%。法令上の定義がなくとも、事業者が説明できるのであれば、特に問題はないが58.8%でした。

ここまで、令和2年度の消費者意向調査の結果でした。

これ以降、参考までに、平成29年度の消費者意向調査の結果を添付しております。

内容は、第1回の検討会で触れておりますので、本日は割愛しますが、推移を見る際などに参考にしてください。

なお、平成30年度、令和元年度の結果については、本日紹介した令和2年度の調査で言う、最初の2問を聞いただけの簡単な調査でしたので、参考には入れておりません。

以上、資料3についての説明です。

続けて参考資料の説明に移ります。参考資料を御準備ください。

これまでの第1回、第2回の検討会で得られた意見をまとめたものです。

消費者系、事業者系、学識者の皆様ごとにスライドを分けています。

これからガイドライン作成に向けて、参考にお使いください。

中身の一つ一つに触れていくことは割愛いたします。

以上、資料3及び参考資料の説明を終わります。

○池戸座長 ありがとうございました。

ただいま、事務局から消費者意向調査の概要報告をしていただいたのですけれども、それに対して、委員の皆様方から御質問、御意見をいただきたいと思うのですが、お二人方の委員から、それとも関連する文書での御意見をいただいております。

その中にも今の消費者の意向調査の内容にも触れている部分もございますので、できましたら、まず、意見をお二人から御説明をいただいた後に、御質問、御意見をいただいた方がいいのかと思いますので、そういう進め方でよろしくお願ひしたいと思います。

まず、上田委員から、よろしくお願ひしたいと思います。

○上田委員 上田です。意見書を提出させていただきました。

1つ目の意見は、消費者意向調査の結果を踏まえてガイドラインを検討すべきとのものです。

問64、66及び70の結果から（1）に示したように考えます。

本調査において、問64で、不使用表示品を購入すると回答した62%の方々の半数近くが問66で、一括表示欄を確認しないと回答しております。

この方々は、食品添加物表示ではなく、不使用表示で購入を判断しているため、問70の設問にあるような誤認、すなわち食品添加物の使用状況や使用量について誤認しやすいと考えられます。

調査結果は、不使用表示があることにより、食品添加物表示の活用が妨げられていることを示していると考えます。

本来、消費者の方々が、「国により認められたものが食品添加物として使用されていること、及び使用された食品添加物は表示され、他の原材料と区分表示され、消費者の方々の関心の高いものには、物質名と用途名が併記されているという表示制度となっていること」を、理解した上で商品を選択するのがあるべき姿と考えます。

不使用表示は、事業者の販売促進のための表示であり、食品添加物表示制度の普及を妨げ、様々な誤認を誘導する、食品表示制度全体の信頼を損ねている表示であると考えます。

なお、今回の調査結果には表れていませんが、消費者の方々の中には、国が認めている食品添加物しか使用されないことを知っているので不使用表示を気にしないで購入する方、又は不使用表示がされていること自体に問題意識を持っているので、意識して不使用表示品は購入しないという方もいると推察しております。

(2) は、食品常在成分の有無についての誤認を防止すべきとのものです。

問73において、製品に同一成分が含有されている場合には、不使用表示をすべきでない、あるいは同一成分が含まれている旨を合わせて表示すべきとの意見が、合わせて58.7%を占めました。

調味料をはじめとして、食品添加物の過半は食品常在成分なので、「○○不使用」と表示されると、「○○が製品に含まれていない」、「○○が全ての原材料に含まれていない」との誤認が生じます。

この結果を踏まえ、ガイドラインにより、食品常在成分の含有の有無について誤認が生じないことを目指すべきと考えます。

2点目の意見は、食品安全委員会による調査結果を参考にして検討すべきとのものです。

資料の5-2にありますように、2020年に実施された食品安全委員会によるリスクコミュニケーションに関する意識調査の結果で、食品添加物の安全性に不安を持つきっかけになった第1の理由は、不使用表示食品の存在であることが示されました。

不使用表示が、リスクコミュニケーションを妨げている事実を重く受けとめて検討を進めるべきと考えます。

3番目の意見は、ガイドラインの実効性を高めるため、Q&A（加工-232）をコーデックスの考え方と合わせて改定すべきとのものです。

食品添加物の不使用表示の広がりに大きく関係しており、不使用表示の根拠となってしまっているQ&A（加工-232）を改定すべきと考えます。

意見書中のコーデックスにおけるナトリウム塩不使用、糖類不使用表示規定制定の経緯に書きましたように、コーデックスの基本的な考えは、不使用表示は、その食品に対象物質が含まれていないとの誤認につながるおそれがあるので、望ましくないとのものです。

食塩や糖類は必要な栄養素であるものの、過剰摂取が懸念されていることについて広く認知されているため、添加されたものと食品原料由来のものの区分について、消費者の誤認を防止することを条件として、これらの使用表示が例外的に許容されているものと考えるべきです。

Q & A (加工-232) を廃止せずにQ & Aとして残すのであれば、その回答を、「ナトリウム塩、糖類以外のものについては無添加等の表示をすることは適当ではない」旨の文章に改定すべきと考えます。

以下4、5は、前回のヒアリングの際にあった説明を踏まえた意見です。

4番目は、Q & A (加工-90) を見直す際には、一般的に食品添加物が使用されている場合の解釈を明確にすべきとのものです。

食品添加物は食品加工技術の1つなので、食品製造技術や流通技術の発達により、他の技術に置き換わって使用されなくなる場合があったり、時代の変化を背景として、志向の変化により使用する食品添加物が変わったり、使用量が増減するものです。

現在のQ & A (加工-90) では、一般的に使用されている場合には、不使用表示が可能とされておりますが、使用実績がある、又は使用製品が存在することをもって、一般的に使用されているに該当すると解釈することは不適切であると思われます。

協会への問い合わせの中には、実は太平洋戦争前には同種の製品に保存料が使用されていたという実績があるので、現在でも保存料不使用表示をしてもよいのではないかといったものがあったりします。

また、本来不必要的食品添加物を使用した製品をあえて販売しておけば、後から販売した不使用製品について不使用表示が許されるといった解釈も発生しかねません。

「○○不使用」と表示された同種の製品が複数店頭に並んだ時点で、既に一般的に「○○」が使用されている状況ではなくなっていると考えるべきです。

また、コーデックスガイドラインにあるように、消費者の方々が、その使用を予期できないような場合には、一般的に食品添加物が使用されているとは言えないと考えます。

最後の意見は、食塩の製造には食品添加物が、原料水、洗浄水の製造には食品添加物と同一の物質が用いられることがあることを前提に検討すべきとのものです。

ヒアリングの際に触れられていたように、食塩については、岩塩由来のもの、海水由来のもの共に、各種の食品添加物が使用されていることが知られています。

海外では、岩塩には固結防止剤が使用され、海水から食塩を製造する際には、濃縮、精製時に必要な消泡剤などの食品添加物がよく使用されます。

食品製造用の水には、水道水、工業用水がよく使用されますが、いずれも次亜塩素酸ナトリウムなどの塩素化合物により処理されております。

単なる無添加や食品添加物無添加に類する表示を行うと、食塩や製造用水に用いる食品添加物あるいはそれと同一の物質が使用されていないとの誤認につながると考えます。ガイドラインの策定の際に考慮すべきと考えます。

以上です。

○池戸座長 ありがとうございました。

続きまして、武石委員から意見書が出ておりますので、御説明をいただきたいと思います。よろしくお願ひします。

○武石委員 それでは、資料6に基づきまして、発表させていただきます。

「ガイドライン案を検討する際に整理して頂きたい事項」ということで提出しております。

これまで、2回検討会が行われたわけですが、それまでに出した意見等を踏まえて整理させていただきました。

1項目目は、非常に大事だと思うのですが「食品表示基準第9条の規定との関係を明確にしたメルクマールとすべき」ということでございます。

1番目に、本検討会の開催要領の第1や第3に記載されているように、今回策定するガイドラインは、「食品表示基準（第9条）に規定する禁止事項に該当するか否かのメルクマール」となるものと整理されております。

2番目に、具体的に第9条を読みますと、第1項第1号、第2号、第13号は、それぞれ全般的な規制となっておりまして、第1号は優良誤認を含めまして誤認させる用語、第2号は矛盾する用語、第13号は、その他誤認させるような文字、絵、写真を禁止しております。

3番目として、第1号と第13号は誤認という点では一緒ですが、第1号は用語を禁止しており、第13号は文字を禁止しています。一般に用語は、特定分野で用いられる字句、例えば、医学用語であって、文字とは違い、13号でいう文字は、文字の色、大きさ等、視覚面から見た誤認の例示ではないでしょうか。用語と文字の違いを、まず、整理すべきではないでしょうか。なお、第9条第1項の他の号は全て用語を禁止しています。

4番目として、また、第2号の矛盾という言葉も、どのような場合に矛盾し、それが誤認とどうつながるのかも整理すべきではないでしょうか。

5番目として、さらに、第9条第2項では、別表22に掲げる個別品目について、表示禁止事項を定めています。この中には、仮に食品添加物不使用についてのガイドラインが定められた場合、内容によっては食品表示基準を改正しなくてはならないものが出てくる懸念があります。この点についても検証が必要ではないでしょうか。

ガイドラインの策定に当たりましては、本検討会の趣旨に沿いまして、上記の点について整理した上で、具体的に食品表示基準第9条禁止事項のどの規定に関連したメルクマールとなるものかを明確にした上で検討すべきと考えます。

2項目目でございます。景表法に基づき認定された公正競争規約あるいは自主基準との

整理についてということでございます。

先ほど事業者の方の発表にもございましたが、今回、第2回目の検討会で、その制定の経緯も含め紹介された、例えば、みその公正競争規約は、景表法に基づき、きちんと認定されたものであります。そこに無添加表示が明記されています。

また、私から説明いたしました、日本ワイナリー協会あるいは洋酒酒造組合のように、公正競争の確保という観点から業界内で自主基準を策定し、無添加について一定のルールを設け、ホームページ上で公表している事例もあります。

こうした事例については、少なくとも、ガイドラインにより、直ちに規制するということではなく、業界内での公正競争規約や自主基準の見直しについての検討をまず優先するといった手法を取ることが必要だと考えております。

3項目としまして、これも前回の検討会で発言しましたが、他業態のガイドラインとの比較も行うべきではということでございます。

(1) としまして、前回の検討会でも発言しましたように、厚生労働省の定める医薬品等適正広告基準に基づき、化粧品やOTC医薬品について、適正広告ガイドラインが定められております。資料として、別添でつけております。

(2) としまして、「化粧品等の適正広告ガイドライン」2020年版の第2章F5.8無添加等の表現、あるいはF5.9特定成分の未含有表現のところでは、別添のような整理がされております。

(3) としまして、農産物等を主原料とする食品と、一般的には水、油、界面活性剤等を主原料とする化粧品では無添加の意味合いが異なるとは考えますが、食品以外でも無添加という言葉が広く使われる中で、他商品との差別化を目的として無添加を用いるという視点では検討の一助になる事例ではないかと考えております。

4項目目、消費者ニーズの的確な把握についてでございます。

これは、そこに書いてあるとおりでございますが、後ほど、もう少し具体的に質問としてさせていただきたいと思います。いずれにせよ、多様な消費者ニーズがあるということを踏まえて、丁寧に消費者のニーズに沿ったガイドラインの在り方というものを模索するべきではあると考えております。

以上でございます。

○池戸座長 ありがとうございました。

先ほど御説明いただきました消費者意向調査等の事務局の御説明、それから、意見書のお二方の委員さんから出していただいたものを含めまして、御質問や御意見をいただきたいと思いますが、よろしくお願ひしたいと思います。

どうぞ。

○有田委員 御説明ありがとうございました。

武石委員に、今の御説明に対して、確認をさせていただきたいと思います。先ほど、齊藤委員が、たらこ、ワイン、そこについては、「今後、厳しく？」とおっしゃったような…、

その様にはおっしゃらなかつたのかもしれません、「ワイン、辛子明太子、たらこについては、今後検討していくべきものだ」という発言をされたと思います。

御本人に確認すればとも思ったのですが、第2回のときに武石委員が、これについては、業界の意見もあるというような御意見でしたので、武石委員にお考えを聞かせいただきたいと思います。今後、業界で、まず議論をして、それからガイドラインにとおっしゃったわけですが、ただ、おみその業界の方は、今後も表示は小さくしていくけれども、無添加というのを、今後も使用していく。歴史的な経過があるというようなことをおっしゃったと思います。

そうしますと、ワインについても、それから、辛子明太子、たらこについても、やはり歴史的な経過がありますね。ワインは、酸化防止剤ではありませんでしたが、フランス産の輸入ものに食品には使用してはいけない物を入れていた事がありました。辛子明太子、たらこは、漂白剤を使って、色を漂白した後に着色をするという歴史的な経過があって、先ほどのアンケート調査でも、年代が高い人ほど、無添加というか、不使用に反応するというのは、そういう過去の経緯があり、それを知っているからでしょう。やはり気になるからだと思います。

私は、食品添加物が毒だと思っておりませんが、適正に使用する、また、不必要なものには使わないという考えは、斎藤委員が説明されたとおりだと思っております。そういう意味で、今後、ワイン、おみそなどの業界で、公正競争規約で決められたことに対して、業界内で議論を行って変更されるのか分かれば教えてください。おみその業界は、もう回答をいただいているので、それはよろしいのですが、武石委員の方で御存じであれば、業界内で今後検討していくという動きがあるのかどうかということで教えていただきたいと思います。

ここで単に議論をして、これはけしからぬということではないと思いますので、教えていただければと思います。

○池戸座長 ありがとうございました。

武石委員、よろしいでしょうか。

○武石委員 武石でございます。

公正競争規約に定められている、おみそなどは、やはり手続的に公正競争規約の改正ということがございますので、やはり業界の中で議論をしないと、なかなか改正できないかと思っております。そういう意味で時間がかかるので、それについては、ガイドラインを決める際には考慮すべきという意見を出しました。

ワインと洋酒酒造組合は、私どもの会員では直接ございませんので、ただ、この話を機会があつたときに、ぜひ要望書を出したいということで出されて、その要望書などを見ますと、やはりおっしゃるように、過去のいろんな経緯があって、この自主基準というのが作られておりますので、それについて、やはり業界内で簡単に変えられるものではないのかなと、特に国際的な競争がある中で、いろいろ工夫されていますので、全体を見な

がらの改正ということになります。むしろガイドラインの検討会の議論の行方を見ながら、その結果を見て検討していくという段取りになるかと思います。

○有田委員 ありがとうございました。

○池戸座長 ありがとうございました。

それに関連しても、そのほかでも結構ですけれども、どうでしょうか。

関連しなくても大丈夫です、どうぞ。

○菅委員 菅です。

いろいろ御説明を受けた中で、最初の資料3の消費者意向調査報告書の御報告に対する感想のような、意見のようなものですが、まとめていただく中で、資料3の赤枠は、「誤認そのものが現れている」という御説明ではなかったかもしれないですけれども、その「誤認につながるようなものである」ということで、御紹介いただいたかと思うのですが、ここで問題とする「誤認とは何か」というのが実は一番難しい問題の1つではないかとも思っていまして、この表などを一つ一つ見ていく中で、端的にこれが誤認の現れだという形で評価することについては、一面的な評価にならないようにちょっと気をつけなくてはいけないのではないかという印象を持ちました。

先ほどの武石委員からの御意見の中にも、少し資料3の読み方についてのコメントもあったかと思うのですが、一概に「誤認している」ということではなく、「自由に選択している」だけだというか、そのような評価の仕方ができるような項目、調査の結果というのも多々あるように思うので、今後議論するときに使うような場面では、報告書の読み方については、大分慎重に評価しなくてはいけないのではないかと思いました。

例えば、資料3の4ページなどで、赤枠で囲ってある「安全と感じるため」、「健康に良さそうなため」という選択肢ですけれども、そもそもこの表の6つの選択肢が本当に適切なかどうか、なかなか作るのも難しいことだと思うのですけれども、いろいろとミスリーディングな選択肢であるような気もするのです。

純粋に、なるべく自然に近い形のものを選択したいと単に思っただけの人は、どれを選択したらいいのだろうかと、意外と迷うような気がしまして、これが、理解が不十分であるということを示しているとは、単純には多分評価できないのかなと思っています。

他方で、ここでは、「学校や家庭において、食品添加物を避けるように教わったため」というような選択肢もあって、現状、そのような教育をしている現場があるのかどうかといったことも、少し気になるところです。

これからどういう形で議論が進んでいくのかというのは、まだ分からないですけれども、「食品添加物全般に対する啓発が不足している」ということと、ここで問題とする「誤認の表示として問題にしなければいけないものがどういうものであるべきか」という話は、重なり合う部分はあると思いますけれども、少なくとも全くイコールではないと思っていまして、そうなると、食品添加物のことをどう分かりやすく伝えるか、啓発の問題も含めてなのですが、全てこの「不使用表示がどうあるべきか」ということだけに頼らせて議論

するというのは、ちょっと無理があるのかなと感じています。

個別に、それぞれの表自体についてどう読むべきかというのは、これから必要があれば、意見を述べるときに使おうと思うのですけれども、ちょっとそのような注意が必要ではないかと感じました。

とりあえず、以上です。

○池戸座長 どうもありがとうございました。

ただいまの御発言、貴重な御意見という形で受けとめるのですが、何か事務局の方でコメントとかございますでしょうか。

○宇野補佐 この赤枠をつける箇所につきましては、私どもも、正直、これが誤認の回答ですと主張しているわけではありませんで、ただ、分かりやすくするために1つの参考になれば良いなと考えまして、つけております。

ですので、これは赤枠の範囲が違いますよとか、何か御意見があれば、それはもちろん皆さんで、そちらの意見も踏まえて検討してもらえばと考えております。

○池戸座長 ありがとうございます。

よろしいでしょうか。

その他、いかがでしょうか。

どうぞ。

武石委員、よろしくお願いします。

○武石委員 武石です。

先ほど、私の資料で、消費者のアンケートのところを意図的に飛ばして説明しましたので、少しそこだけもう一度説明させていただきます。

私の資料で、消費者ニーズの的確な把握についてということで、2ページの最後の4のところでございますけれども、例えば、今回の資料3の8ページの問70のところで、あなたは「○○を使用していない」、「△△無添加」などといったことについて、どのような印象を受けますかということで、ここはよく使われている資料なのですから、赤枠以下の2つを囲って、全く使用していないと、それから、食品添加物が少ない商品であるということをくくって、これが誤認につながるおそれがあるというのが整理されているのですが、この説明が、おそらくその後の71とか72とか73のような事例があるからということで、多分、そういう整理がされているのだと思いますが、単純にこの表示だけを見ますと、最後の使用している、食品添加物が少ないというように解釈することが、必ずしも誤認ではないのかなということで、こここのところの整理は、前から少し疑問に思っていたので、あえて、この意見書に書かせていただきました。

ということで、ちょっと今回の資料と引用しているページ数が違ってきておりますけれども、そういう趣旨でございます。

あわせて、問70につきましては、調査母体といいますか、前の69までが食品添加物を使用していない旨の表示がある食品を購入している方について、されているということなの

ですが、これは、改めて全体の問ということなので、問70は、この選択をしていない、表示があっても、無視して買っているという人も含めての数字だと思います。

そういう意味からすると、上田委員の出された資料5-1の1の(1)のところで、62%云々で、誤認しやすいということは、少し連續性が欠けるので、これにつきましては、気にしないで買うという人も含めての回答ですので、そこは、若干誤解かなと思います。

そういう意味で、ここのくくり方を含めたアンケートの解釈をかなり、いろいろ見方があると思いますので、そこをしっかり精査して議論していく必要があるなと思いましたので、あえてもう一度発言させていただきました。

○池戸座長 ありがとうございます。

どうぞ。

○菅委員 今、まさに武石委員がおっしゃった辺り、資料3の8ページのことを、最初の御説明でおっしゃったのだと思っていました。まさに同じところが私も一番気になりました。ほかのところにも気になったところがあるのですけれども、資料3の8ページの3番目の黄色の部分の選択肢の読み方については、同じような感想を持ちましたということを補足しておきたいと思います。

以上です。

○池戸座長 ありがとうございます。

その他、何か気になったこととか、確認をしておいた方がいいとか、御意見とかございましたら、どうぞ。

よろしいでしょうか、どうぞ。

○上田委員 武石委員から、私の意見について御指摘を受けましたけれども、不使用表示は見るが一括表示の食品添加物表示を見ない方は、設問70の文章にあるような誤認をする可能性が高いのではないかと申し上げたつもりでございます。問70の数字を運動させたつもりはありません。

○池戸座長 ありがとうございます。よろしいでしょうか。

今日は、御議論の中身としては、事業者の流通関係の取組の状況と、あと意向調査のお話もしていただきまして、それに対応した御意見をいただいたわけです。

話題を少し変えまして、これまで2回目も含めてヒアリング等で、今の状況を、我々委員として、これまで実態を把握するというような取組の検討をしていただいているわけですが、次回以降は、実際に流通している製品そのものについて、どういうような形で表示されているかとか、そういう現物を見て議論を進めるという形を取りたいと思っております。

それで、いろいろな表示があるかと思いますので、検討というか、議論の進め方を効率的、効果的にやるために、類型化みたいなものができれば、そういう資料を基に検討を進めていったらどうかと思っているところでございます。

その関連で、今日は、昨年度消費者庁で実施された、店頭調査、その結果について御説

明をいただけたらどうかと思っていますので、まず、資料も用意していただいているみたいなので、概要を御説明いただきたいと思います。

よろしくお願ひします。

○宇野補佐 それでは、資料4を御覧ください。

令和2年度に実施しました、新たな加工食品の原料原産地表示制度に係る表示実態調査の中から、食品添加物の不使用表示に関する結果を抜粋して報告いたします。

なお、本調査結果は、令和3年3月31日に消費者庁のウェブサイトに既に掲載されております。

この調査は、食品添加物の不使用表示などについて、実態を把握する目的で、食品スーパーの協力を得て行いました。

調査対象は、スーパーの商品棚の1,349個の商品です。

調査方法は、容器包装に表示されている食品添加物不使用表示について、デジタルカメラで撮影し、確認しました。

調査項目は、原料原産地表示なども含め幅広いものですが、検討会では、食品添加物の不使用表示に関する結果だけを抜粋してお伝えいたします。

では、具体的な調査結果に移ります。

最初に、スライドの左側ですが、具体的な食品添加物を明記せずに、単に無添加と書かれた表示と、化学調味料無添加などと書かれた任意の強調表示について、そのような表示があったのは、67件で全体の5%でした。

表示がなかったのは、1282件で全体の95%でした。

次にスライドの右側ですが、具体的な「○○」という食品添加物名を明記し、「○○無添加」「○○不使用」などの任意の強調表示について、そのような表示があったのは、147件で全体の10.9%。表示がなかったのは、1,102件で全体の89.1%でした。

委員の皆様には、本調査で表示ありとされた具体的な商品写真を、今週の月曜日に郵送しております、既にお手元に届いた方もいらっしゃると思いますが、本日は写真の詳細には触れていませんが、第4回の検討会では、この写真をもとに、表示の現状を踏まえ、ガイドライン作成に向けた検討をお願いしたいと考えております。

以上、新たな加工食品の表示実態調査についての説明でした。

○池戸座長 ありがとうございます。

ただいま事務局から、店舗調査で食品添加物の不使用表示に関連したところの数字のところだけを御説明いただいたかと思うのですが、次回は、具体的な個別の表示例をもとに、御議論をいただいたらどうかと思っております。

それで、このことにつきまして、そういう進め方で、よろしいでしょうか。

ありがとうございます。それでは、一応、今日はいろいろな御説明と、それから貴重な御意見をいただきましたので、議論はここまでとさせていただきたいと思います。

本日の検討会では、先ほども申しましたように、食品添加物の不使用表示に対する流通

系の事業者における取組の実態等について御説明をいただきました。

また、事務局からは令和2年度の消費者意向調査の結果の概要の説明をいただきました。

いずれも、今後、不使用表示の、先ほど申しました個別例をもとにした類型化とか、ガイドラインの内容を検討する際の参考になる御意見をいただいたかと思っております。

これらを踏まえまして、委員の皆様方には、先ほど申しましたように、既にそれぞれのところにお送りさせていただいているかと思うのですが、商品写真、この資料もとに、次回、御議論をいただきたいと思っております。

これにつきましては、位置づけとして非公開という形になっておりますので、その辺を御理解いただきたいと思います。

すなわち、1回目のときに、この委員会の規約等で、特定の方の不利益につながるおそれもあるようなものは、非公開という形での議論をいただくということで御了解をいただいているので、次回は、そういう前提で御議論をいただくということにしたいと思っております。

ということで、何か皆様方から最後に御意見等ございますでしょうか、そういう進め方でよろしいでしょうか。

今後の日程等については、事務局の方から御説明いただくということで、よろしいですか。お願いします。

○宇野補佐 本日は、御議論いただき、ありがとうございました。

次回、第4回の日程ですが、今のところ9月下旬を予定しておりますが、会場の確保などの都合もありますので、この後、別途、当庁のウェブサイトを通じてお知らせすることいたします。

○池戸座長 ということで、また御連絡をさせていただくことになるかと思います。

今日は、予定どおりの時間で終了することができたようです。皆様方におかれましては、いろいろな御意見等、また、御説明をいただいた方には、準備などで、お手数をおかけしましたけれども、それも併せて御礼申し上げたいと思います。

それでは、これで、本日の検討会を終了させていただきます。

どうもありがとうございました。