

# 食品添加物表示制度に関する検討会

## 第3回議事録

消費者庁食品表示企画課

## 第3回食品添加物表示制度に関する検討会 議事次第

日 時：令和元年6月27日（木）9:59～12:12

場 所：中央合同庁舎第4号館 共用408会議室

1. 開 会

2. 事業者団体からのヒアリング

3. その他

4. 閉 会

○西島座長 それでは、定刻となりましたので、第3回「食品添加物表示制度に関する検討会」を開催させていただきます。

本日の出席状況ですが、御欠席なしとなっております。

カメラの方はいらっしゃいますでしょうか。もしいらっしゃったら、御退席をお願いいたします。ありがとうございます。

では、事務局から、本日お配りしている資料の確認をお願いいたします。

○食品表示企画課課長補佐 それでは、事務局より資料の確認をさせていただきます。

前回に引き続きまして、本日の検討会資料は、情報共有の円滑化や文書事務の効率化を図る観点から、事前に消費者庁ウェブサイトに掲載しており、傍聴者の皆様には会場で資料をお配りしておりません。委員の皆様、ヒアリング対象者の皆様にのみ資料をお配りして進めさせていただきます。御理解、御協力をよろしくをお願いいたします。

本日の資料は、最初に、両面印刷の議事次第と座席表、それから、こちらも両面印刷ですけれども、委員及び今回ヒアリングにお越しいただいた皆様の名簿となっております。

資料1から5が、本日ヒアリングにお越しいただいた皆様から御提供いただいた説明資料。最後に、武石委員からの提出資料となっております。

委員及びヒアリング対象者の皆様におかれましては、資料に過不足や落丁等がございましたら、事務局にお申し付けください。

本日も、この検討会に厚生労働省医薬・生活衛生局食品基準審査課から中矢補佐にオブザーバーとしてお越しいただいております。

なお、本日は会場の室温、湿度が高い状況にありますので、委員及びヒアリング対象の皆様におかれましては適宜上着を脱いでいただくなりしていただければと思います。

それでは、これからの進行は西島座長をお願いいたします。

○西島座長 皆様、本日もよろしくをお願いいたします。

本日の検討会は、第2回と同様に、議論を行うというよりは、第4回の検討会において委員が具体的に論点を設定する際の参考になるような御意見を、ヒアリング対象者の皆様から聴取させていただく場となります。

本日は事業者団体からヒアリングを行います。5つの事業者団体の方にお出でいただいております。この5つの事業者団体の方は、事業者系委員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団体という視点から選ばせていただきました。

ヒアリングの進め方ですが、まず、5つの事業者団体から食品添加物表示に関する御意見・御要望と、そのようにお考えになる理由を中心にお話しさせていただきます。

公平性の観点から1団体当たり15分、時間厳守をお願いいたします。その後、委員の皆様から質問時間を5分取りたいと思っております。5つの事業者団体からのヒアリング終了後、全体的な質問時間を設けるとともに、武石委員から提出書類について簡潔に御説明をお願いいたします。

以上が本日の流れです。

続きまして、本日お話しいただく5つの事業者団体の皆様について御紹介したいと思うのですが、正面向かって左から順に紹介させていただきます。

まず、日本うま味調味料協会から、技術部会長の荻原葉子様、同じく香村様、須藤様にお越しいただいております。

次に、山崎製パン株式会社から、食品安全衛生管理本部部長の松長明弘様、同じく佐藤様、山田様にお越しいただいております。

次に、三菱商事ライフサイエンス株式会社から、品質保証部審査・法令グループマネジャーの高松秀和様、同じく藤井様にお越しいただいております。

次に、株式会社サンベルクスホールディングスから、専務取締役の鈴木優喜朗様、同じく宍戸様、笠岡様にお越しいただいております。

最後に、日本ハム株式会社から、品質保証部部長の岩間清様、同じく内藤様にお越しいただいております。

本日はどうぞよろしく願いいたします。

ヒアリングに際して、事務局から何かありますでしょうか。

○食品表示企画課課長補佐 第2回のヒアリングと同様に、ヒアリング説明時間の管理のため、目安として残り3分になった段階で札を上げますので、発表者、随行者の皆様は御留意をお願いいたします。

○西島座長 では早速、荻原様、お願いいたします。

○荻原氏 日本うま味調味料協会の技術部会長を務めさせていただきます、荻原と申します。

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厚く御礼申し上げます。

早速ですが、食品添加物表示制度に関する日本うま味調味料協会の意見を述べさせていただきます。

本日の内容です。

まず、当協会について簡単に御紹介させていただきました後、うま味調味料の表示と無添加表示について、当協会が実施した調査結果を中心に御紹介させていただきます。

日本うま味調味料協会は、1948年にグルタミン酸ナトリウムの製造に当時従事していた9社により発足しております。現在はここに示しました4社により、うま味の概念及びうま味調味料の普及・啓発活動を行っております。

うま味調味料とは、グルタミン酸、イノシン酸、グアニル酸などのうま味成分を使いやすくした商品で、料理にうま味を与え、全体の味を調和させる働きをします。うま味調味料は、現在、発酵法で製造されておまして、世界中で販売されております。

うま味調味料の「うま味」は、グルタミン酸の味に代表される基本味の一つを示す用語になります。おいしさを意味する「うまみ」とは区別されているということになります。

この「うま味」は、1908年に池田菊苗博士が、昆布だしから抽出したグルタミン酸が主要な呈味成分であるということを見出し「うま味」と名づけられました。

グルタミン酸、イノシン酸、グアニル酸などのうま味物質はさまざまな食品に含まれており、その食品の呈味成分として機能しております。

ここからが本題となります。

まず、表示方法ですが、うま味調味料を食品に使用した場合、ここに示しましたとおり「調味料（アミノ酸）」または「調味料（核酸）」と表記します。また、アミノ酸、核酸を2種類以上使用する場合は、代表的なものを括弧内に記載し「等」をつけるということで「調味料（アミノ酸等）」となります。

この表示に関する当協会及び会員会社への問合せ件数をこちらの表にまとめてあります。過去3年遡り調べましたが、年に1件あるかないかと非常に少ないことが分かります。

このことから、当協会としては「調味料（アミノ酸等）」という一括名表示は、お客様にとって、知りたい情報の量と見やすさの観点から、十分に分かりやすい表示であると考えております。

次は「無添加表示について」ですが、最初に「化学調味料」という用語について、少し背景説明をさせていただきます。

この用語は、1950年代半ばに、料理番組などで具体的な商標・商品名と区別するために、公共放送が作成した用語になります。当時は「化学調味料」という用語には先進的なイメージがあったと聞いております。

その後、時代が変わりまして「化学調味料」という用語では、うま味を付与するという機能が正しく表現されていないこと、原料や製造方法などの正確な理解が得られにくいこと、「化学」という言葉から想起されるイメージがネガティブになったことから、1980年代以降、当協会では「うま味調味料」という名称の普及に努めております。現在では、日本標準商品分類などの行政用語にも「うま味調味料」が使われております。

一方で、無添加表示を行う場合には、専ら「化学調味料」が使われているのが実態でございます。

当協会が実施した市場調査では「化学調味料無添加」などの表示がある食品543品目の中で「うま味調味料不使用」という表記がある製品は1件、「化学調味料不使用」、「うま味調味料不使用」が併記されている場合が2件、それ以外は全て「化学調味料」という用語が使われておりました。

そこで、化学調味料に対する理解、「化学調味料無添加」表示に対する意識、更には、うま味調味料に対する理解と意識との差異を確認することを目的に、1,600人を対象に意識調査を実施いたしました。

その調査結果について、抜粋して御紹介いたします。

まず、「化学調味料無添加」という表示のある食品について、化学調味料を使った食品

より安全であると回答した人は46%で、否定的回答の29%を上回りました。この結果は「化学調味料無添加」との表示によって、その食品は安全性の観点で優れている、あるいは化学調味料には安全性の懸念があるとの誤認を引き起こしていることが分かると思います。

次に、「うま味調味料無添加」という表示のある食品について聞いたところ、うま味調味料を使った食品より安全と思う人は35%で、先ほどの「化学調味料無添加」の場合と比べると10%ほど低い結果となりました。このことは「うま味調味料」は「化学調味料」に比べて安全性の懸念が低いことを示しています。

続いて、化学調味料がどのようなものか、自由回答で質問しましたところ、6割以上が化学調味料が何であるか分からないと回答しました。

さらに、「化学調味料無添加」という表示のある食品について、化学調味料と同じ成分は含まれていないと考える人が43%で、こちらも否定的意見の30%を上回っていました。

重ねて「化学調味料無添加」と表示された食品に化学調味料と同じ成分が含まれている場合は、その事実を表示すべきかと質問しましたところ「そう思う」が47.1%で、「そう思わない」の9.3%を大きく上回りました。

当協会が実施した市場調査では「化学調味料無添加」と表示された食品543品のうち、6割から7割の食品が、グルタミン酸や核酸を多く含む酵母エキスやたんぱく加水分解物などを使用していることが分かりました。すなわち、グルタミン酸や核酸は使用していないものの、同じ成分を多く含む食品原料を使用して、うま味調味料の機能を代替しているということになります。

なお、こちらに映写しています下の表は未公表データのため、配付した資料には載せていないのですが、御参考までに紹介させていただきます。

この表は、化学調味料無添加表示食品中のうま味成分の分析値を表しています。御覧いただいているとおり、化学調味料無添加表示食品に十分量のうま味成分が含まれていることが分かると思います。

ちなみに、参考までに、海外での無添加表示では、グルタミン酸ナトリウムの略称である「MSG」が使われることが多いのですが、海外の行政機関からは、製品中にグルタミン酸が含まれる場合は「No MSG Added」と表示することは望ましくないという見解が複数出されています。各国の見解については、ここでの説明は省かせていただきます。

以上の調査結果をまとめますと、第1に、化学調味料無添加表示は無添加製品の方が安全との誤認を招き、あえて「化学調味料」を使うことで消費者の不安感をあおるものになっています。

第2に、「化学調味料無添加」では、消費者にとって何が添加されていないのかが不明確であり、食品表示基準Q&Aの要求事項や、消費者の選択に資する情報提供という法の精神にも反する強調表示であると言えます。

第3に、うま味調味料と同じ成分を含む代替原料を使用しているにもかかわらず、無添加表示をすることで製品や原材料の成分に関する誤認を招いており、食品表示基準やコー

デックスの規定との整合性が取れない強調表示になっています。

最後に、当協会の意見をまとめます。

「調味料（アミノ酸）」等の一括名表示については、当協会及び会員会社への問合せ状況から、消費者にとって分かりやすい表示であり、変更する必要性は低いと考えます。

このことは、消費者庁が平成29年度に実施した消費者意向調査報告書にある一括名表示に関する回答結果とも一致していると理解しております。

無添加表示につきましては、当協会による調査、また、消費者庁の調査からも、消費者の誤認を招いていることは明白であり、現行の食品表示基準Q&Aの徹底では不十分のため、規制が必要と考えます。すなわち、添加物と同じ成分が含まれている場合には、無添加表示を禁止すべきとの意見です。

もし無添加表示を認める必要がある場合は、こちらに示しましたように、安全性への疑念を引き起こし得るもの、消費者の不安感に付け入るようなもの、何が添加されていないのかが不明確なもの、同じ成分を含んでいるのにその説明がないもの、ネガティブなイメージを想起させる「化学調味料」という用語を使用したものなどを禁止する方向で規制していただきたく、検討をお願いしたいと思います。

最後になりますが、今回、抜粋して御説明した調査結果は、当協会のホームページにて公開しておりますので、ぜひ参考にさせていただきたいと思っております。

御清聴ありがとうございました。

○西島座長 荻原様、ありがとうございました。

御質問、御意見のある委員におかれましては、挙手をお願いいたします。

どうぞ、有田委員。

○有田委員 どうもありがとうございました。

ページ数が書いてないのでこのページと言えないのですが、確認です。

製造方法についての質問です。随分昔の話ですが、私も「味の素」を小さなときにたくさん使っていました。化学調味料と言っていた時期からうま味調味料へと製造方法が変わった経過に少し触れられ、化学調味料が先進的なイメージとして捉えられていたというお話もされていました。

その後、使い過ぎると、中華料理症候群と表現していたと思いますが、ほてりなどの症状が出ることで化学調味料を問題視するような動きがあったと思います。

うま味調味料の製造方法は、発酵という御説明をいただいたのですが、昔、化学調味料と言ったときの製造方法と明らかに違うのかどうかを、教えていただきたいと思っております。

○荻原氏 製造方法の変遷と名称の関係についての御質問ということですが、元々うま味調味料は、小麦粉から加水分解で作っていたのが当初の製造方法になります。その後、発酵法に変わったのは1950年代です。一時期、確かに化学的合成で作っていた経緯はございます。

ただし、その方法と「化学調味料」という名称は連動していないということと、その方

法は、イメージのこともありますがけれども、コストとか原料調達で発酵法のほうが優れているために、発酵法に変わったという経緯になります。

○西島座長 よろしいでしょうか。

○有田委員 以前、味の素さんからいろいろお話も伺ったことがありますので、経過はある程度理解はしているつもりだったのですがけれども、昔のことが段々丸くなってきて分からなくなってきましたので、確認させていただきましたが、例えば「化学調味料無添加」と書いているメーカーのものを私は余り見ていないのですが、どういうものが多く書かれているものか教えていただきたい。

○荻原氏 製品群になりますでしょうか。製品では、先ほどの13ページのスライドをごらんください。

こちらの下の参考の方に載せさせていただいたとおり、だし、コンソメ、ブイヨン、おみそ汁など、うま味が必須の食品群には、そういった「化学調味料無添加」の製品が多く見受けられます。

○有田委員 分かりました。

今、思い出しました。いわゆる自然のものをそのまま粉砕して細かくして、だしにしているものは、化学的な製法で作っていませんよということで「化学調味料無添加」という表示のものがあるということですよね。

○荻原氏 はい。そういうことです。

○西島座長 どうぞ、森田委員。

○森田委員 御説明ありがとうございました。

「化学調味料無添加」と書いてあるような商品ということで、先ほど有田さんから御質問がありましたけれども、市場には「化学調味料不使用」という商品が結構あって、ある冷凍食品のメーカーでは「着色料・保存料・化学調味料を使用していません」として販売しておられます。

そもそも冷凍食品は保存料を使わないでいいということも、そのメーカーのウェブサイトでは書いてあるにもかかわらず、保存料を使っていないということで、表面に大きくマークをつけているというのは疑問です。その商品の裏面を見ますと、化学調味料は使っていないのですが、中華ブイヨン、チキンコンソメパウダー、それから、先ほどお話があった酵母エキス、たんぱく加水分解物、ポークエキスというようなものが原材料として使われていました。

化学調味料は使っていないのですが、添加物ではないのですけれども、うま味に関するさまざまな原材料が代替として使われている事例だと思います。

このようなものに対して、例えば添加物の代わりに、原材料としての代替でどこまで線引きができるのか。資料17ページで、化学調味料無添加製品の多くは酵母エキスやたんぱく加水分解物等のうま味調味料とありますが、エキスとかブイヨンとか、そういうものまで含むほうがいいのか、その線引きについてどう考えたらいいのか、御意見があったら

教えていただければと思います。

○荻原氏 ありがとうございます。

どこまで禁止するかは線引きということだと思っておりますけれども、日本うま味調味料協会としては、安全であることが国際的にも確認されている成分が含まれている以上、無添加表示というのは誤認を誘引するので、やめていただきたいという立場です。

確かにどこで線引きするかというのは非常に難しい問題だとは思っておりますが、様々なうま味成分を含む原材料を使うということは、無添加にするためであって欲しくない。その製品の品質ですとか、おいしさを良くするためのものであり、同じ成分であってただ添加物として分類されているものが添加されていないということをもってして強調表示をするのは、ぜひやめていただきたいというのが、うま味調味料協会の立場となります。

○森田委員 ありがとうございます。

このスライドの3つ目に書いてある無添加表示の規定というところが、恐らく参考になるのかなど。17ページの糖類とナトリウムの無添加表示の規定というのは、食品表示法ができるときに規定されて、例えば糖類だと、甘みをつけるためのジャムとか、そういう原材料になるものは無添加と表示できないということがあるのです。恐らくエキスなどもそういう考えになるのかなどと思います。

一方で、原材料由来のもので、例えばニンジンそのものに入っている糖類とか、そういうものに関してはある程度線引きができていますのかなどと思いますので、もしかしたらこういうものが参考になるのかなどと思いました。

○荻原氏 ありがとうございます。

○西島座長 よろしいですか。

では、荻原様、ありがとうございます。

続きまして、松長様、お願いいたします。

○松長氏 山崎製パンの松長と申します。

本日は、発表の機会をいただき、誠にありがとうございます。

まず、添加物に関するお客様からのお問合せについて、円グラフの説明からさせていただきます。

お客様相談室で受けました、昨年4月から今年3月までの1年間の受付内容につきましては、多い順に「仕様・価格」、「期限・保存」、「栄養成分」、「原料」、「要望」、「添加物」となっております。

添加物に関する問合せにつきましては、問合せ全体の2.3%となっており、多くはありません。

また、添加物に関する問合せにつきましては、大きく3つに分けられ、安全性に関する問合せが59.6%と最も多く、添加物の詳細についての問合せにつきましては25.1%、ハラルなど宗教等に由来する問合せが15.3%となっております。

安全性に関する問合せの内容につきましては「添加物の使用を減らしてほしい・使用し

ないでほしい」、「イーストフード・乳化剤を使用しないでほしい」、「カビが生えないのは防腐剤が入っているからか」、「添加物を使っていない製品は」など、添加物の安全性に懸念を持っておられるお客様からの問合せになります。

添加物の詳細についての問合せ内容につきましては、そのほとんどが物質名・簡略名で表示している添加物についてであり「ソルビット、グリシンはどんなもの」など、使用目的・用途の問合せが大半を占め、一括名で表示している添加物の物質名の問合せは多くありません。

以上の状況を踏まえ、現在の食品添加物の表示についての意見・要望といたしまして、まず添加物の安全性、有用性の啓もうがあります。

安全性に関する問合せ件数が最も多いという当社のお客様相談室の実態からも分かるように、添加物につきましては、安全性と有用性が国際的にも、国においても科学的に評価され、ポジティブリストとして使用が認められているにもかかわらず、漠然とした不安、悪いイメージがまん延しています。添加物が安全でないと誤解されている状況を改善する取組が最優先課題であり、国としても徹底をお願いしたいと思います。

文字の大きさにつきましては、大福、まんじゅうなどの表示面積が150平方センチメートル以下の小さな製品におきましては、8.5ポイントより小さくなっておりませんが、製品の大きさを見て、文字が大きくてできないことを納得していただいているためか、見にくい、分かりにくいという声は聞かれません。

次に一括名表示についてです。

食品添加物全てを物質名で表示するということが検討課題にありますが、一括名で表示された添加物の物質名を知りたいとの問合せは多くありません。問合せがあった場合には物質名をお答えしておりますので、一括名を廃止して物質名で表示をする必要性は低いと思われる。

また、一括名を廃止して添加物全てを物質名で表示することになった場合、表示面積に限られる150平方センチメートル以下の小さな製品につきましては、現在も文字の大きさが小さくなっており、表示面積の制約から対応が困難と思われます。

次に、ウェブの活用についてです。

表示以外の媒体を使用することにつきましては、ウェブ等の活用は対応ができません。その理由として、当社では販売アイテム数が約5,000と多く、製品の改廃が毎週あり、月間で400アイテムぐらいになります。

配合変更などの規格変更も随時行われるため、包材内容の変更とウェブ上の変更作業を同期して正確に行うことは非常に困難です。

また、規格変更の場合、旧製品の消費期限内の期間は、同じJANコードが記載された新旧両方の製品が市場に流通するため、包装紙への表示以外のウェブ等の媒体では区別ができないという問題もあります。

最後は頻繁な表示制度見直しへの対応についてです。

食品表示法制定以降、食品表示制度の見直しが続いていますが、表示変更に対応する事業者の負担、例えば原料規格書の見直し、表示関係のデータベースシステムの見直し、包材の切替えなどがありますが、人件費を含め多大であり、過度な負担にならないよう、変更時期も考慮して検討をお願いいたします。

次に「2. 食品添加物を使用していない、いわゆる無添加表示について」ですが、製パン業界における「イーストフード、乳化剤不使用」等の強調表示の自粛に至る概略について説明をさせていただきます。

パン類の製造においてイーストフード、乳化剤を使用することは、量産設備によりパンを製造する製パン業界にとって根幹の技術で、また、基盤となる技術です。

しかし、市場で販売されている食パンや菓子パンへの「イーストフード、乳化剤不使用」等の強調表示が拡大してきたことから、製パン業界でこの問題について協議してまいりました。

その結果、当該強調表示は消費者に様々な誤認を与えるおそれがある表示であるとの判断に至り、先般6月20日、大手製パン企業21社が加盟する日本パン工業会において自主基準を制定し、会員各社に当該強調表示の自粛を求めました。

また、今後「包装食パンの表示に関する公正競争規約」の改定によって、この取組を徹底していく予定です。

経緯といたしまして「イーストフード、乳化剤不使用」等の強調表示は、日本パン工業会会員1社が20数年前に始め、その後、会員各社がイーストフードや乳化剤の添加物表示を回避する代替物質、代替技術の開発を油脂メーカーなどに依頼し、開発された新規技術により、当該強調表示が製パン業界に拡大し始め、最近では過半の会社で多くのパン製品に当該強調表示が行われるようになってきました。

また、同じく製パン業界の団体である日本パン公正取引協議会が、市販の包装食パンを対象として年2回実施している表示検査会においては、検査員を依頼している消費者の方々から、毎回のように「イーストフード、乳化剤不使用」等の強調表示について、疑問や質問を受ける状況が続いておりました。

これまで当社におきましては、当該強調表示の妥当性については、科学的根拠に立った究明は控えていましたが、最近のこうした状況は看過できないと考え、日本パン工業会及び日本パン公正取引協議会に提案し、両団体において本年1月より「イーストフード、乳化剤不使用」等の強調表示に関する検討を始め、約6か月間にわたり当該強調表示のある製品中の乳化剤成分を分析するなど、当該強調表示の妥当性について調査・協議を重ねてまいりました。

添加物表示を回避する具体的な代替物質、代替技術は、乳化剤につきましては、パンの原料である油脂の加工工程やパンの製造工程において、酵素技術によって油脂を分解し、乳化剤成分を生成させる手法などがあります。この場合、使用した酵素はパンの加熱工程中に失活するため、添加物表示義務は生じません。

しかし、これは油脂の加工工程やパンの製造工程において、酵素によって生成された乳化剤成分を利用して、添加物の乳化剤と同じ生地改良効果を得ているものです。実際に当該強調表示をしている市販のパン類を分析したところ、乳化剤成分が検出されています。

イーストフードについても、代替技術として、たんぱく質分解酵素をパン生地中の小麦たんぱくやペプチドに作用させて、生成したアミノ酸をパン酵母の栄養素である窒素源として利用する手法などがあります。

この場合も酵素は加熱により失活するため、添加物表示義務は生じませんが、イーストフードと同等、同質、同機能を有する代替物質が使用されていることが、当該強調表示をしているパン類の分析から確認されています。詳細については、当社のホームページに掲載してございます。

こうした代替物質、代替技術をより所に「イーストフード、乳化剤不使用」等の強調表示が拡大した背景としましては、添加物を不安視するお客様に対して当該強調表示が訴求力を持つこと、また、食品表示基準Q&A（加工-90）を法的根拠としていることなどが挙げられます。

（加工-90）では、加工助剤やキャリーオーバーとして添加物が使用されている場合は「不使用」、「無添加」などの強調表示はできないと規定していますが、代替物質や代替技術が使用されている場合の規定がなく、製パン業界においては、この（加工-90）を根拠として「イーストフード、乳化剤不使用」等の強調表示が行われてきました。

以上のとおり、日本パン工業会及び日本パン公正取引協議会では、当該強調表示について詳細に調査・検討を重ねた結果、イーストフードや乳化剤の代替物質を使用していながら「イーストフード、乳化剤不使用」等の強調表示をすることは、事実に基づいた科学的根拠のある表示とは言えず、消費者に以下の3つの誤認を与えるおそれがある表示であるとの判断に至りました。

1つ目は、イーストフードや乳化剤は、国がその安全性・有用性を評価し、食品衛生法で使用が認められているにもかかわらず、食品安全面、健康面で問題があるかのような誤認。

2つ目は、当該強調表示をしている製品が、国が安全性・有用性を評価し、認可しているイーストフードや乳化剤を使用した製品よりも優位性があるかのような誤認。

3つ目は、当該強調表示をしている商品に、イーストフード又は乳化剤がその代替物質を含めて一切使用されていない、若しくは含まれていないという誤認。

また、特に「乳化剤不使用」などの強調表示については、油脂メーカーが開発した新規技術により可能となり、拡大したことから、日本パン工業会及び日本パン公正取引協議会より日本マーガリン工業会に対し、この新規技術がパン類に表示している「イーストフード、乳化剤不使用」などの強調表示を、科学的根拠をもって保証し得るものであるか問合せをいたしました。

その回答として、日本マーガリン工業会からは、この新規技術による油脂類を原料とし

て使用したパン製品には、添加物表示欄に乳化剤の記載が不要であることは保証できるが、「乳化剤不使用」等の強調表示をすることについては、油脂業界として科学的根拠をもって保証し得るものではないとの見解を受けております。

消費者庁が実施いたしました無添加表示に関する消費者意向調査報告書でも示されていますように、過半数の消費者が「〇〇無添加」などの強調表示をしている商品を選択し、その理由の7割以上が「安全で健康に良さそう」であるという結果は、添加物への漠然とした不安、悪いイメージがあることを示しており、健全とは思われません。

「イーストフード、乳化剤不使用」等の強調表示も、添加物が安全でないと誤解し、不安視している消費者に対して、使用していない添加物を一括表示欄に記載しないだけでは消費者への訴求効果に欠けることから広がったものです。

また、こうした強調表示が更に消費者への添加物への誤解を増幅させていると考えられ、日本パン工業会では「イーストフード、乳化剤不使用」等の強調表示を自粛することになりました。

次に「（２）食品表示基準Q&A（加工-90）の問題について」です。

食品表示基準第9条第1項第13号には、誤認表示に対する禁止事項として「その他内容を誤認させるような文字、絵、写真その他の表示」とありますが、一方で、消費者に誤認を与えるおそれのある「〇〇不使用」等の強調表示はQ&A（加工-90）を根拠として行われています。

しかし、添加物と同等、同質の機能を持つ代替物質を使用した「〇〇不使用」等の強調表示は、安全性・有用性が科学的に評価され、認められている食品添加物を否定し、消費者の誤認を招く科学的根拠のない不適切な表示です。

（加工-90）については、これを根拠に行われている「〇〇不使用」等の強調表示が、現実として消費者に誤認を与える実態があることから、（加工-90）は廃止が望ましいと考えられるため、本検討会で御議論をお願いいたします。

以上でございます。

○西島座長 松長様、ありがとうございました。

それでは、御意見、御質問等がありますか。

どうぞ、坂田委員。

○坂田委員 どうもありがとうございました。

乳化剤不使用に関して、その問題点を日本パン工業会で共有され、自主基準を制定されて、また、今後、包装食パンの表示に関する公正競争規約の改定を進めていこうというこの取組は、とても有意義なことだと思っております。

今お聞きしたいのは、これとは別の部分なのですが、同じページの上のほうにありますウェブの活用なのですが、恐らくこれは表示の一部あるいは表示の詳細について、ウェブに掲載するのは難しいということなのだろうとは思いますが、後半にあります「規格変更の場合」というところで、同じJANコードが記載された新旧両方の製品が市場に流通

するため、実際の商品とウェブ上での表示が異なってしまうことがあるという懸念なのだと思うのですが、それはやむを得ないことなので、例えば、その表示のところに「この製品はリニューアルを予定しています。現在の表示は何年何月何日現在の表示です。変更する可能性があるのも、もしお問合せなさりたいことがありましたら、お客様相談室に御連絡ください」とか、そういう一文を加えておけば、間違いがないのではないかと思います。いかがでしょうか。

○松長氏 ウェブに何を表示するかによって変わってくるかと思うのですが、例えばアレルギーなどの健康に関わることだとか、あと、原材料もあるのですが、そういったものは、実際の市場に出ている製品とウェブ上の製品で齟齬があるとまずいですし、そもそも新旧の切替えもあるのですが、私どもはアイテムが多くて、月に400品ほど製品が入れ替わるのです。それをタイムリーにウェブで切替えて行くということ自体が困難だと考えています。

○坂田委員 表示すべきことを包材とウェブにどう分けるかというのは、ここで検討する話ではないのですが、安全性に関わる重要なことは包材に表示すべきだと思っはいます。それ以外の、例えば品質を見極めるための添加物の詳細などは、規格を変更する可能性があるという断りを入れれば、それなりに参考になるのではないかと思いますので、その辺も御検討いただければと思います。

○松長氏 具体的にどういった内容がウェブ上で可能かどうかというのは、具体性がないと、なかなか私どもも検討しづらいと思います。

○西島座長 ありがとうございます。

よろしいですか。

では、浦郷委員、どうぞ。

○浦郷委員 全国消団連の浦郷です。説明ありがとうございます。

イーストフード、乳化剤不使用の強調表示について、業界で自主的に取り組まれたというのは、私はとても素晴らしいことだと思います。

業界の中で自主基準を制定する。それから、今後、公正競争規約も改定して、徹底していくということで、この協議を重ねている間、加盟事業者の皆さんはそれについて納得されているのか。それは、そういう表示をしている事業者も含めて納得されているのかどうか。

全然別の分野なのですが、業界で自主基準を決めたら、それには対応できないからといって、割と大手のところは業界から抜けてしまったという話も聞いていますので、今後、そこら辺が徹底できる見通しなのかどうかということが1点。

あと、もう一つだけ、技術的なことがよく分からないので、教えていただきたいのですが、例えば3ページの上のところにあります乳化剤について、酵素技術によって生成中にできる乳化剤成分を利用しているということで、工程の中で生成される乳化剤成分と添加物として添加する乳化剤というのは、物質名も含めても全く同じものと理解してい

いのかどうなのか、そこら辺がよく分からないので、教えていただきたいと思います。

○松長氏 見通しにつきましてですが、まず、自主基準については、パン工業会は21社ございませけれども、多数決で決めるということではなくて、全員の合意となっております。

乳化剤については、油脂はグリセリンと脂肪酸の結合ですので、それをリパーゼで作用させますと、モノグリセリドだとかジグリセリドが出てきますので、それはいわゆる添加物の乳化剤と物質的には変わらないと思います。

○浦郷委員 物質的には変わらない。でも、物質名は違うものなのですね。いや、別にこだわるわけではないのですけれども、物質名を全部書いてほしいという要望もあるではないですか。

○松長氏 要するに、例えば乳化剤でグリセリン脂肪酸エステルという物質名がありますけれども、それは決まった1種類ではないのです。脂肪酸もいろいろありますから、総称ですよね。そういった意味で同じだと思います。

○浦郷委員 分かりました。ありがとうございました。

ただ、業界の方は21社全て納得してということなので、そこに加盟しているところでは、今後、こういう強調表示が無くなるということによろしいですか。

○松長氏 21社のうち1社だけは、今のところは反対ということですがけれども、自主基準の制定については、一応、了解を採っています。

○西島座長 ありがとうございます。

それでは、有田委員。

○有田委員 どうもありがとうございました。

業界で一番大手の山崎製パンさんが、トランス脂肪酸のデータなどもパン工業会のホームページで公表していらっしゃるなど、その企業としての動きは高く評価はしています。それから、パン工業会も1社以外は納得してということで理解はしました。

ただし、今、浦郷さんからも出たように、乳化剤も添加物として10何種類ありますよね。そうすると、何回も座長がおっしゃるように、ここは安全か安全ではないかを議論しているわけではないので、乳化剤の種類によっては、やはり結果が多少違ってくるものがあるのではないかと考える訳ですが、その事について教えていただきたい。

乳化剤も10何種類ある中で、例えば、通常パン工業会で使用している乳化剤は、ある2種の乳化剤しか使っていないので、結果、作られた製品の中に残るのは乳化剤を使用していないものと同じ成分が残る。その部分が、界面活性剤効果というか、食べ物ですから乳化剤ですがほかの乳化剤に変えたら、製品中の結果そのものが違ってくるのかどうかということが疑問で、乳化剤として通常使用されている物質は何なのでしょうかとというのが質問の一つです。

それから、私は基本的には強調表示はいかなものかと思っています。この資料に書かれているように、削減の努力もされてきたということは十分承知しています。それでも、また更にメーカーとしてそれぞれが競争する中で努力をされ、枠外の強調表示を何と書く

かは別ですけれども、それがいわゆる一般的な添加物である乳化剤とは違う、いわゆる添加物として認められた乳化剤では無い物質だとすると、食品などほかのものを使っていますということを、例えば成分の所に書くというのは、私はメーカーの努力のような気もしています。自主的に規制をされるのであれば、規制緩和の時代に規制してくださいというのは非常に違和感を覚えます。自主基準で強調表示は書かないと言う方向に行かれる中で、1社は自社の企業努力でこのようにしたいのだとされるということは何となく納得もできます。ちょっと変な質問で申し訳なかったのですが、乳化剤が10何種類全てが同じような結果になるのでしょうかというのが2つ目の質問です。

○松長氏 私も今はモノグリセリド、ジグリセリドというか、グリセリン脂肪酸エステルの話しかできないのですが、油というのはグリセリンと脂肪酸がつながった状態なのですが、乳化剤というのは、そのうち脂肪酸が取れて、1つのものがモノグリセリド、2つつながったものがジグリセリドというのですけれども、そういった意味では、脂肪酸エステル以外のことはちょっとよく分かりません。

○西島座長 よろしいでしょうか。

森田委員、どうぞ。

○森田委員 今回の自主基準、自粛の方向性につきましては、とても有意義なことだったと思っております。

その中で、今回は乳化剤とイーストフードということなのですが、他の添加物に関して例えば先ほど化学調味料の話もありましたが、他にも代替物質、代替技術を使っているようなものがあって、それで、不使用とか無添加を強調しているものがあると思います。

そういうものに対しても、今後、イーストフードと乳化剤に限定せずに、全体として消費者を誤認させないようにということで、何らか表示の、公正競争規約とか、そういうところに盛り込んでいくような予定があるのでしょうか。

もう一点は、今回、公正競争規約を設けたとしても、20年前に代替物質、代替技術ができたように、また同じようなことも出てくるのではないかとということも危惧されます。

というのは、公正競争規約で「みそ」があるのですが、みそでは無添加ということに関して、こういうものを使っていたら無添加と書けるけれども、そうではないものはだめだという規約をつくった。逆に言うと、こう書けば「無添加」と書いていいのだということで、無添加みそがいっぱいスーパーに並ぶようなことになってしまい、すごく大きく書いてあるものもあります。

公正競争規約は特定の業界の中でルールを決めるのですが、作り方によっては、例えばイーストフードと乳化剤不使用の場合、こういう場合なら使ってもいいという形で堂々と書くことにもなりかねないという点もあるかと思います。今回のイーストフード不使用と乳化剤不使用のことにに関して、大きな一歩だと思いますけれども、今回の意見の中の全体でおっしゃられている「無添加表示が消費者を誤認させている」というところでの全体的な取組も、これから検討していただければと思っているところです。

○西島座長 ありがとうございます。

ほかの委員はよろしいですか。

では、松長様、ありがとうございました。

続きまして、高松様、お願いいたします。

○高松氏 三菱商事ライフサイエンス株式会社の高松と申します。

本日は、意見を述べさせていただく機会をいただき、誠にありがとうございます。

本日の発表内容です。

初めに、当社の事業概要を紹介させていただいた後、食品添加物の有用性を用途ごとに4つほど御紹介します。その後、食品添加物表示についての意見を述べさせていただき、最後に、意見のまとめとなります。

まず、当社の事業概要を簡単に御紹介させていただきます。

こちらが当社の成り立ちです。

三菱商事ライフサイエンスは、本年4月にMCフードスペシャリティーズ、三菱商事フードテック、興人ライフサイエンスの3つの会社が統合してできました。3社はそれぞれが元々様々な企業の食品素材関連事業に源流を持つ会社です。

こちらが当社の取扱い製品とジャンル分類です。

事業内容は、調味料、糖アルコール、甘味料など、幅広い領域の食品や食品添加物を製造、加工、販売しております。

下の円グラフで自社製品の分類を2種類御紹介しております。

左のグラフは、食品と食品添加物の品目数の比率です。食品添加物の比率は全体の3割程度になります。

右のグラフは、業務用と一般用の品目数の比率です。当社製品は一般消費者向けの品目数は非常に少なく、ほとんどが業務用を扱っております。

こちらは当社のパンフレットに使っているもので、8つの事業を紹介したものです。

個別の事業に関する説明は割愛しますが、業務用の当社製品は加工食品メーカーや中食・外食メーカーなどに供給しており、コンビニエンスストアやスーパー、レストランなどの様々な商品の中に当社製品が使われております。

ここから食品添加物の有用性について御紹介してまいります。

食品添加物は、バラエティー豊かな加工食品を安全でおいしく作ることに役立っており、豊かな食生活を支えています。よく御存じかとは思いますが、この後、食品添加物の活用事例を改めて幾つか御紹介させていただき、その後、食品添加物に関わる事業者として表示制度に対する考えを述べさせていただきます。

まず、保存料です。

物質としては、ソルビン酸や安息香酸ナトリウムなどがございます。

食品の安全にとって最も注意すべき問題は食中毒です。保存料は微生物が増殖することによる腐敗や変敗を防止し、食中毒の発生を防止します。また、保存性の向上により安全

な品質が長く維持されるので、食品ロスの低減や全国各地への供給、御家庭での食材保管などに保存料が役立っています。

次に、増粘安定剤です。

物質としては、カラギナン、グァーガム、カードラン、ペクチンなどがあります。

増粘安定剤は、ゼリーを固める、ソースやドレッシングへのとろみの付与など、粘度、安定、ゲル化、保水、乳化などの目的で使われております。

様々な物質を、その組合せによっておいしさに重要な食感を作り出しています。また、近年では高齢者などへのえん下補助食品に増粘安定剤が使われております。とろみの調整などに使われ、食べやすく、飲み込みの際に事故が起こりにくいよう、安全に配慮された食品づくりに増粘安定剤は役立っています。

3つ目は甘味料です。

物質は、アセスルファムカリウム、アスパルテーム、スクラロース、ステビア抽出物などです。

甘味の付与には食品も食品添加物もありますが、食品添加物の甘味料には砂糖より甘さの強いものと弱いものがあり、ここで挙げた物質は甘さの強いものです。

甘味度の高い物質を使用することで、カロリーや糖質の摂取量を抑えることができ、組み合わせることで砂糖に似た自然な甘さを作ることができます。また、相乗効果により添加物の使用量も低減できます。

甘味はおいしさの大切な要素ですが、食生活においてカロリーの抑えられた食品も必要ということで、そのような食品づくりに甘味料は役立っております。

最後に、調味料です。

物質としては、各種のアミノ酸、核酸、有機酸、無機塩です。

調味料は味を整え、おいしさを増します。食品中の常在成分なので、組み合わせる使用が一般的です。グルタミン酸と核酸の組合せは、相乗効果によりうま味が増すことが知られており、塩分を抑えることができます。様々な調味料を組み合わせることによって食品にこくが増し、味が広がり、自然な味わいになります。

ここまで有用性の事例を紹介させていただきました。この後からが意見になります。

まず「情報伝達と表示制度について」です。

先ほど御紹介したとおり、当社は事業者向けの業務用製品の扱いがほとんどです。

当社の事業者間での情報提供は、品質規格や原材料、製造工程、包装仕様、製造所など、詳細な情報を規格書等でお客様である事業者提供しております。添加物についても、概ね物質名まで情報伝達をしています。

通常、事業者間では、表示以外で詳細な情報伝達がされているのが現状です。

一方、消費者への情報伝達は、事業者間での情報伝達とは異なり、消費者は容器包装での情報で短時間に商品選択をすることも必要かと思えます。短時間で商品選択に役立つには「分かりやすく伝わる」ことが重要であると考えております。

この「分かりやすく伝わる」ことが重要としたときに、現在の添加物の表示形式は、限られたスペースの中で消費者が短時間に必要な情報を得られる、バランスの取れた優れた制度だと考えております。

原則表示の物質名は、簡略名や類別名といった一般の方にもなじみのある比較的分かりやすいもので表示が可能です。また、一括名は個々の物質を表示する必要性が低く、定義と範囲が明確であることで分かりやすく表示されており、逆に用途名併記は目的や効果を表示する必要性が高いものということで表示されており、よく考えられた制度だと思います。

仮に一括名を廃止して物質名表示をするとなると、消費者にとっては分かりやすさが損なわれ、好ましくない表示になると考えます。

容器包装以外の媒体ですが、現状、消費者が容器包装の表示を重要な情報源として見ており、定着していると考えますので、ウェブ等の活用は、事業者の規模等により対応が難しいということもあり、義務化は現状では適当ではないと考えております。

意見の2点目は「『〇〇無添加（不使用）』表示について」です。

無添加強調表示は近年増えていると感じております。中には商品パッケージで非常に目立つようなデザインもあり、文字の大きさなどでも強調が過度ではないかと感じるものもあります。現状の無添加表示の実態では、消費者の誤認が非常に大きいだろうということが懸念されます。

無添加表示の要件は、先ほどもありましたが、消費者庁から食品表示基準Q&Aの中で示されておりますが、この要件と消費者の受け取り方との間に大きなギャップがあると感じております。

無添加を強調された商品が、添加物が使用されたものと比べて安全で品質が良いと消費者に認識されているということのようですが、実態は必ずしもそうではないということで、誤認があるということではないでしょうか。

消費者の誤認を生じないためには、表示に関する明確なルールが必要であると考えます。食品表示基準Q&Aを更に充実させることも方法の一つだと考えております。

こちらは食品表示基準Q&Aの該当部分を参考までに付けさせていただきました。（加工-90）です。

意見の3つ目は「食品添加物への理解促進」です。

食品添加物は、安全性が評価されたものや、長い食経験があるものとして国に認められたものだけが使用されております。リスクは十分に低く、安全といって全く問題ないと考えております。

また、食品添加物は必要な物質が必要な量だけ使用されております。そのため、単純に添加量を減らしたり、使用自体を無くしてしまうということは、おいしさを損なったり、健康被害のリスクが高まる場合があります。

先ほど4つの用途の有用性を御紹介しましたが、もちろんほかにもいろいろな添加物が

様々な用途で使われ、役立っています。このような食品添加物の安全性や必要性、有用性などが理解されておらず、むしろ危険な物質が食品に使用されているとすら思われているというのが現状ではないでしょうか。

また、食品添加物の使われ方について、消費者に誤解があると思われるのが使用する種類です。使用する種類が少ないことと使用量が少ないことは、必ずしも一致しません。複数種類の使用は、機能や効果のために意味があり、また、相乗効果で単一使用よりも少ない量で効果を発揮する場合があります。

使用される食品添加物が異なる目的であれば、それぞれにももちろん使用する意味がありますので、種類を減らすことは、減らした食品添加物による効果がなくなるので、食品全体としての品質が失われてしまう場合もあります。

また、同じ用途でも複数種類を使用することは、特徴が異なるものを組み合わせることによる効果の範囲や複雑さといった機能や効果に意味がある場合もあります。同じ用途で種類を減らすことは、限られた範囲で単純な効果に限定されることになり、食品全体としての品質が下がることにもなります。

最後に「意見まとめ」になります。

1点目は表示制度です。消費者へ分かりやすく伝えることには、現行の表示制度を維持することが望ましいと考えております。

2点目は無添加表示です。現状の消費者庁の食品表示基準Q&Aだけでなく、これを更に充実させるなどが必要で、消費者の誤認のないような基準の明確化が望ましいです。

3つ目は理解の促進です。食品添加物と食品添加物の表示制度に対して、消費者の正しい理解を促進することが望ましいと考えております。

私からの発表は以上です。御清聴ありがとうございました。

○西島座長 高松様、ありがとうございました。

それでは、委員の皆様、御質問等がありましたら挙手をお願いいたします。よろしいですか。

それでは、御質問もないようですので、ありがとうございました。

続きまして、鈴木様、お願いいたします。

○鈴木氏 初めまして。株式会社サンベルクスの専務の鈴木と申します。本日はどうぞよろしく申し上げます。

最初に、弊社の概要について、簡単に御紹介させていただきます。

弊社は、父である鈴木秀夫が社長として、1968年に東京足立区の商店街で八百屋を起業したことから始まります。その後、1985年には業態変更し、現在の食品スーパーマーケット1号店の創業となります。

今では東京、千葉、埼玉で44店舗を展開しております。売上高は2019年2月末決算で720億円。流通業界の規模としては中堅クラスと評価されていて、どこの大手の資本にも属さない独立系の食品スーパーマーケットとなっております。

特徴としては、お客様から、生鮮食料品がいいわね、特に青果と鮮魚がいいですねというありがたいお言葉もいただいております。そのようなスーパーマーケットになっております。

食品添加物表示制度に関するお話をするに当たり、安全・安心の根拠となる弊社の品質管理部門について、少し御説明させていただきます。

2007年はいくつかの有名企業の食品偽装事件が話題となり、食品表示に関するお客様の関心が強まっておりました。

そのような中、組織的に食品表示に対応するため、2006年より加盟しております、当時、公益法人の日本セルフサービス協会、現在の全国スーパーマーケット協会が認定します食品表示管理士の資格取得から始めました。2008年には、食品の品質管理課とベルクスHACCP委員会を立ち上げました。

2019年6月現在、食品表示管理士は344名、初級が316名、中級が13名、上級が15名、品質管理の専任スタッフは3名となっております。また、ベルクスHACCP委員は17名で組織しております。

これがHACCP委員の組織です。食品表示管理士資格は、取得後も定期的な食品表示更新講習会の参加も義務付けになっておりますので、食品表示関連法規の法改正から衛生までの取得が可能となっております。この制度は、厚生労働省職業能力評価基準にも準拠している制度になっています。

弊社における品質管理業務は、大きく分けて食品衛生管理と食品表示管理になります。

食品衛生は、お客様に提供する食品の品質の安全を目的とし、HACCP理論に基づいた衛生管理基準作り及び店舗厨房内の衛生チェックを定期的を実施しております。

食品表示は、お客様へ適正な表示の商品の提供を目的とし、本部では、店舗ごとの齟齬が起きないように食品表示を一元管理しています。その上で、商品ラベルの作成、確認作業及び店頭表示しているPOPの情報や新聞折り込みチラシ、更に、商品ラベル情報が適正であるかのチェックを定期的を実施しています。

以上が品質管理についての説明です。

次に、本題に入っていきます。

最初に、食品添加物の表示を作成する上で、分かりやすいかについてですが、私たちも一人の生活者であり、お客様の立場で考えてみると、分かりやすくないのかもしれないと思っています。

惣菜部門を例にお話ししますと、商品を検討し、仕入れるバイヤーが取引先と商談し、新商品導入を決定します。

次に、食品メーカーの製品規格書に基づき、商品情報をマスター登録します。このとき、もちろん食品添加物情報も入力します。その際、同じ用途、同じ物質の食品添加物であっても、物質名表記が複数あるため、食品メーカーにより食品添加物の表記方法が異なります。

例えば「D-ソルビトール」が正式名ですが、簡略名が認められているため「ソルビトール」や「ソルビット」の合計3種類の書き方があります。メーカーによって表示方法が異なっております。

この辺りを調整せず、食品メーカーの製品規格書どおり入力・登録すれば、同じ用途、同じ物質の食品添加物であっても複数の表記方法となり、お客様にとって、物質が複数あることで分かりにくいだけでなく、不安を助長することも考えられるのではないかなと思っています。つまり、なじみのない物質による不安な食品という印象にもつながりかねないのではないかと思います。

次に、食品添加物の表示に関して、消費者からどのような問合せがあるのかについてですが、これまで食品添加物に関するお問合せをいただくことはありませんでした。具体的には、過去1年間でお客様から本社への問合せは177件いただいておりますが、その中で食品表示に関する問合せは11件でした。約6.2%です。

中でも期限表示が一番多くて6件、以降は、内容量表示3件、産地表示と栄養成分表示がそれぞれ1件ずつと続いています。

結果、食品添加物に関する問合せは1件もいただきませんでしたが、過去3年間の問合せの中には、お弁当に表示されている添加物について、このお弁当には食品添加物を過剰に使用しているのかという御意見もいただいたことがあります。

その際の回答方法としては、お弁当は複数のおかずが詰められているため、食品添加物表記が多くなってしまふこと、また、具材を提供していただいている食品メーカーさんは、食品添加物を使用する際、厚生労働省が定めた使用基準に基づき、安全性が認められた量を守るのを基本としていますといった話をしたり、また、食品スーパーマーケットのお弁当は、お客様が購入した後、消費期限内に安心して召し上がっていただくことを前提にしています。したがって、適切に食品添加物を使用することで、食中毒の危害を引き起こす可能性のある有害微生物を制御し、品質を保持していますと、そのような御説明をしました。

続いて、食品添加物全てを物質名で表示した場合、あるいは現状の表示制度よりも表示量を増やした場合の表示可能面積、表示切替に関する期間・コストについてですが、仮に食品添加物を全て物質名で表記するとなると、現状のプリンターラベルには文字数制限があり、また、新食品表示法により栄養成分表示も義務化されるため、対応できない可能性が高いのではないかと考えています。

特に値付機の種類により文字数に限りがあるため、文字数が多いとラベルが2枚張りとなってしまいます。ただし、2枚目も文字数に限りがあるため、場合により出力できなくなる場合があります。

したがって、新型の高性能な値付機に入替するとなると、費用は1店舗当たり最低250万円ほどかかります。当社は44店舗ですので、単純に掛け算すると1億1000万円以上が必要となります。

核家族化などの影響で少量パックの商品を要望されるお客様も増加傾向にありますから、商品の表示可能面積も小さいため、食品添加物の物質名を全て表記することは、中身が隠れてしまう問題もあるので、物理的に難しいのではないかと考えております。

表示以外の媒体についてですが、消費者庁さんへの要望にもなりますが、食品の栄養成分であれば、文部科学省の食品成分データベースから、調べたい食品名をキーワードで入力するだけで、該当する食品の栄養成分を調べることができます。このような媒体があると助かるなと思っています。

次に、食品添加物を使用しない、いわゆる無添加の表示についてですが、当社では自社商品について「無添加」、「添加物不使用」等を表示することは行っておりません。無添加を表記するには、表記することによる景品表示法上の優良誤認に当てはまるおそれがないかを、全て原材料の前処理から最終工程まで十分に精査する必要があると考えています。

かなり前の話になりますが、店内で製造している自家製のぬか漬け、自家製の白菜漬けの売り場のPOPに「保存料・調味料（アミノ酸）無添加」という表記を行ったことがありました。ただし、現在はそのような表示はしておりません。

ちなみに、当時の「保存料・調味料（アミノ酸）無添加」表示の商品と現在の商品の販売動向は、ほとんど変わっておりません。そういうことから、ぬか漬けの製品と白菜漬け製品をお客様が選択する動機として、その場で製造していること、後は、鮮度感、風味、値ごろ感が大きなポイントになっているのではないかなと考えております。

最後に、消費者庁さんへの要望ですが、2点ございます。

1点目は、先ほども説明させていただきましたが、文部科学省の食品成分データベースから、調べたい食品名をキーワードで入力するだけで、該当する食品の栄養成分を調べるような媒体があると、一括表示を作る側にも、消費者にとっても有効な媒体になるのではないかと感じております。

2点目は、食品添加物も大事ですが、より詳細に表示していくべきはアレルギー表示ではないかと考えております。

個人的な話になりますが、私は陸上競技を中学、高校とやっていたのですが、高校2年生辺りから3年間ぐらい原因不明のじんましんで悩まされました。体温が上がるとまたすぐかゆくなるのですが、ひどいときは、夜になると全身がぼこぼこに腫れ上がることが週1回ぐらいありました。病院に行っても問診で何を食べたか聞かれ、原因を特定できないでいました。結果的に、何だかよく分かりませんが、太い注射を打つと落ちつく。そういう日々を過ごして、3年間非常に苦しんだことを覚えています。

しかし、現在では血液検査で気軽に詳しくアレルギーが特定できるようになっています。そういう意味では、お客様もアレルギーに関して関心が年々強くなっていると感じています。

食品添加物を詳細に表示することよりも、より親切なアレルギー表示をしていくこと、具体的には、例外的な一括表示を見直した上で、原則の個別表示を表示の基本とし、重複

表示の省略を見直し、当該食品に含まれるアレルギー含有食品が全て個別に分かるようにすることが、今、最も重要な課題ではないかと思えます。

それだけでも、ここに書いたのですけれども、資料のとおり、文字数はかなり増加するのではないかとということが予想されます。

以上になります。ありがとうございました。

○西島座長 どうもありがとうございました。

ただいまの御発表に対しまして、御質問等はありませんでしょうか。挙手をお願いいたします。

坂田委員、どうぞ。

○坂田委員 ありがとうございます。

表示について、真摯に取り組んでいらっしゃる様子が伝わってきたと思えます。

1つ伺いたいことがあるのですが、製品規格書というのを初めて知ったのですけれども、これは生鮮食品にもあるのでしょうか。例えばエビとかはありますか。

○鈴木氏 あります。

○坂田委員 そうですか。ずっと疑問に思っているのですが、殻つきの加熱用の冷凍エビは、添加物の表示があるのを見かけるのですが、同じように殻つきの加熱用で「解凍」と書かれた生のエビには添加物が書かれていません。もともとは冷凍して解凍したものということは表示から分かるのですが、それは生鮮食品だから添加物が使われていても表記していないということなのでしょうか。

○食品表示企画課課長補佐 事務局から現在の表示制度についてお答えさせていただきます。

加工食品に関しましては、添加物を使った場合、横断的に表示義務が課せられています。ただ、生鮮食品に関しましては、横断的な義務ではなくて、製品ごとの個別表示として位置付けられています。ですので、食品表示基準別表第24に規定されている食品で、添加物の項目があるものについて、表示義務が課せられています。

○西島座長 坂田委員、よろしいでしょうか。

○坂田委員 別表第24も見てはいるのですけれども、ただ、同じようなエビでも、冷凍になっているものは添加物の表示があって、解凍されたものにはないというところが、規格書ではどのように書かれているのかなと思ひまして伺いました。

○鈴木氏 ちょっと正確ではないかもしれませんが、例えばバナメイとかブラックタイガーとかを解凍して販売したものには、うちは添加物は表記しています。それは製品規格書に書いてあります。

○坂田委員 分かりました。ありがとうございます。

○西島座長 よろしいでしょうか。

ほかに、どうぞ。

○有田委員 「製品規格書に基づく商品ラベル作成」のところ、それぞれメーカーの中

の添加物、製品名というか、成分名とか、いろいろ書き方がばらばらなので、大変だというお話だったと思うのですが、国際的だったらCAS番号という標準化された番号があって、どのような用途であっても化学物質として同じ番号です。そういうものが消費者にとって必要かどうかは今後の議論として、事業者にとって、そういうものがあって、商品ラベルを作るときに、それに統一してもらったら非常に楽だとお考えでしょうか。

○鈴木氏 楽かはちょっと分からないのですが、今、基本としては、業者間取引において、メーカーさんからいただいた製品規格書どおり、食品添加物の物質名とか、用途名とか物質名とか、一応、そのまま準拠してやるようにしています。

後は、お弁当のときだといろいろな具材が入ってくるので、そのときに先ほどのような「ソルビトール」とか「ソルビット」とか、そういうものがまた出てきてしまうので、その辺は、当然、ある程度統合しないと分かりにくいので、そういうものは統合して分かりやすく表示するようにはしています。

ただ、何がどういう形にしていっていった方がいいのかというのは、我々も今、一生懸命勉強中という状況になっております。

○西島座長 よろしいですか。

武石委員、どうぞ。

○武石委員 武石でございます。

丁寧な発表をどうもありがとうございました。

御社では食品表示管理士を344名置かれて、表示のチェックもしっかりされているということですが、2015年に行われました大改正で新食品表示法に移行するというので、5年間の猶予措置があるのですが、実はもう1年を切っているのです。

その中で、今、スーパーさんの店頭で並べられている商品について、ほぼ新表示への移行が完了されているのかどうかというのがもし感じとして分かれば、教えていただきたい。

特にその中で、これは消費者庁さんの方にお聞きしようかと思っていますが、先ほどデータベースの話も出ましたが、特に地方などでは、栄養成分表示の取組がかなり遅れていると聞いておりますので、その点についての消費者庁さんのこれからの取組とか考え方について、お聞きできればと思っております。

○鈴木氏 インストアで小分包装しているものについては、今は移行期間中で、まだこれからになっております。よろしいですか。

○食品表示企画課長 事務局でございます。

先ほど武石委員から、栄養成分表示の普及・推進に向けて、消費者庁はどのような取組をしているのかという御質問がありましたが、平成27年度から栄養成分表示の義務化が進んでおりますけれども、5年間は経過期間であり、まだ栄養成分表示を付けなくてもいいとなっています。

ただ、その経過期間が今年度で終わってしまいます。来年4月からは新しいルール、栄養成分表示の義務化に全面移行となっております。もう残り1年を切っておりますので、

今、消費者庁が取り組んでいることとしては、いろいろなリーフレット、チラシといった資料を作りまして、地方公共団体、業界団体を通じていろいろな説明に伺ったり、お問合せをいただければ、お答えをしているという状況です。

ただ、今お話があったように、もう年度末近くなる中、我々としてもより精力的に取り組を進めていく必要があると思っておりますので、今後ともこれまで同様の普及・啓発を進めつつ、また、いろいろな方々のお力もいただいて、円滑な移行に向けて取り組んでいきたいと思っております。

○西島座長 武石委員、よろしいですか。

ほかにありませんでしょうか。

それでは、ありがとうございました。

最後に、岩間様、お願いいたします。

○岩間氏 日本ハムの岩間です。

本日は、貴重な機会をいただきまして、ありがとうございます。

早速ですが、お時間もないので、内容の方に移らせていただきます。

会社紹介は省かせていただきまして、主として、本検討会で議論されている内容について、当社が考えている食品添加物表示制度に関する考え方を御説明させていただきたいと思っております。

まず、第2回までに議論されている内容について、意見として記させていただいております。

1つ目に、お客様への弊社の対応状況の分析から、使用されている添加物の用途を知りたいというお客様の声が非常に強いと考えております。

2つ目に、無添加、不使用表示については、定義が曖昧なため、ルールをしっかり作った上で運用していくべきではないかと考えています。

3つ目、4つ目は、表示のスペースの問題でありますけれども、弊社としては、お客様のお手元の商品で表示を確認するというのが原則だと考えております。その上で、ただ、表示につきましても、どんどん増えてきますので、優先順位はやはり必要だと考えております。

5つ目に、ここ数年、表示の変更がこれから連続して起こってきますので、これはお客様もそうですし、我々事業者も併せて、やはり混乱は避けられないなと思っております。

6つ目に、食の国際化が進む中、また、外国人の方もどんどん増えていく中で、今後、標準ルールを国際的な基準に合わせていくことも検討していく課題ではないかと思っております。

これは参考なのですが、国際ルールと日本の違いということで、一部の国を除き、コーデックスが採用されておりまして、今後、国際化が進み、人と物の移動が活発になっていく中、輸出入の問題ですとか、日本に住む外国人の消費者への配慮も含めると、今後、将来的にはここの整合性も取っていただければいいなと思っております。

次に、分かりやすい表示とは何かということで、我々の方で考えているものがあります。

これは後ほど御説明するお客様の声から分析した内容なのですが、まず、物質名では食品添加物に詳しい人以外はなかなか分からないのではないかと思います。私自身、ハム・ソーセージ等については、当然、よく分かっていますけれども、他の食品については、それほど詳しいわけではございません。何に使われているか理解することは非常に難しいので、使用目的を分かりやすく表現していく表示が必要だと思います。

また、お客様が知りたい情報が明確であることということで、アレルギーとか賞味期限などがありますけれども、最近は食べ方とか作り方をもっと分かりやすくしてほしいというお声も非常に多く感じております。表示スペースの問題もあり、できるだけ工夫してお客様にお伝えしようと努力はしているところでございます。

皆様共通すると思いますけれども、やはり文字の大きさ、視認性が高いこと、見やすさは、ある意味、表示の分かりやすさにもつながってくるのではないかと考えます。

そして、手に持っている商品を手元で確認できること、一つの売り場にお客様が滞在するのは数十秒だと思います。そこで、例えば、インターネット等で問合せをしたりする時間というのは、実際的にはないと思います。やはりすぐに現物で確認できるということも、表示の分かりやすさの一つだと考えております。

これは当社に寄せられたお客様の申出のデータの一部です。2018年度に年間約2万件のお申し出をいただいております。そのうち、原材料や栄養成分、食品添加物に関するお問合せというのは、おおむね10%でございました。このグラフのとおり、食べ方の方がお問合せが多いという状況でございます。

このお問合せの件数のうち、食品添加物に関する割合というのは、去年は報道等があり少し増加しておりますけれども、0.7~0.8%程度ということで、お問合せの比率としては非常に少ない比率になっております。

では、どのような食品添加物のお問合せが多いかといいますと、ハム・ソーセージですので、やはり亜硝酸ナトリウムや発色剤という添加物、それから、リン酸塩に関するもの、保存料のお問合せが多くございました。

次に、当社のお客様サービス部で、このような食品添加物に関するお客様のお問合せに対してどのような返答をしているかという一例を出しています。

このお客様は、当社のシャウエッセンという商品を手元に持って、この商品に防腐剤を使っているのでしょうかということで、何とか療法というところで体によくないと聞いたというお問合せがございました。

その返答としまして、簡単にまとめておりますけれども、当社の商品は防腐剤とか保存料は使用していないので、そういう御案内と共に、当然、それ以外の食品添加物は使っておりますので、使用量についてのお話をさせていただいております。

また、必ずその後にはバランスの良い食生活の御案内をさせていただいております。このような返答をすることによって、特に何の問題もなくお客様に御理解をいただいている

という状況でございます。

当社のホームページにおいても全ての商品を掲載するのは不可能ですが、主力の商品については、商品情報を掲載させていただいております。弊社グループは7,000品ぐらいの商品がありますので、それを全て掲載するのは絶対的に不可能だと考えております。

ホームページにおきましても、食品添加物について、よくある質問ということで、お問合せいただかなくても、当社のホームページにアクセスしていただければ、簡単に確認できるように掲載をさせていただいております。

次は少し話が変わるのですが、ハム・ソーセージの世界には、無塩せきという商品があります。これがその商品の一例なのですが、この商品には発色剤と保存料を使用しておりませんので、ここに掲載していますように「発色剤・保存料を使用しておりませんので、お早めに召し上がりください。加熱して召し上がりください。」という表示をしております。

「無添加」とか「不使用」という商品は弊社にはないのですが、その添加物を使わないことによって、当然、お客様へ情報提供は必要だということで、理由を明記するなどしておりますので、このような一定のルールがあれば、お客様の添加物に対する誤認を防ぐことができるのではないかなと考えております。

お客様の声から、更に詳しく書いてほしいというお問合せがあるかということなのですが、これも過去のお問合せを調べたのですが、実際、表示の見やすさに関するお問合せは1件もございませんでした。見やすさに関するお問合せはなくても、むしろ「分からない言葉があり、心配」という声が上がっているというのが現状でございました。

これらの分析を進めまして、当社のお客様サービス部の方で分析をさせてもらったのですが、では、お客様はどのような不安を持ってお問合せをしているかということ、キーワードから検索しますと、家族や子供の健康が心配、がんが心配、報道が心配とか、お医者様から言われたとか、もう一つは、自分で食べていい量が判断できないという不安、それから、添加物が何のために入っているか分からない、また、そもそも知らないこと、分からないことがあって怖いということで、むしろ食品表示制度という観点よりも、安全性に対するお問合せであるということが考えられます。

次のページは、議論には余り関係ないので、この資料は皆さんに配布していませんけれども、弊社の方で直近5月のこのような簡単な調査データがありましたので、御紹介をしたいと思います。

1,103人に食品添加物の表示を確認していますかということで、当然、企業名を伏せてオープンで調査をさせていただきましたところ、約58%の方が確認しているということでございました。

確認をする理由というのがフリーアンサーでありまして、それを分類して、分析をしました。

そうしますと、保存料等の添加物を確認している。いわゆる安全性ですね。それから、

子供に食べさせるものは確認するという一方で、やはりお客様の中でもお子様についての御心配、つまり、これも安全性についてということですが、ただ、食品添加物を確認する中でも、確認はするけれども、別に購入には影響しないとか、確認はするけれども、むしろ原産国の方が気になるよということ、単にこの数字の58%全てが、添加物が非常に気になるというわけではないと考えております。

逆に、今度は確認しない理由は何ですかということでもあります。

お客様にはいろいろな理由がありました。アレルギーだけを確認する方もありますし、そもそも影響はないだろうというお客様、日本のものは信用しているという方もありますし、そもそも無添加なんてないでしょうというお客様もいらっしゃいます。ですから、非常に多くの理由があるのだということ、これを今回認識いたしました。

今度は725人ですけれども、食品添加物の物質名を知りたいですかということ、これも当然、企業名を伏せております。その中で、食品添加物を知りたいという方は69%程度いらっしゃいました。

これも併せて知りたい理由は何ですかとお聞きしたところ、名称よりも影響が知りたい、よく分からない名前なので知りたいという、いわゆる用途名、用途を知りたいということ。それから、曖昧な表示でよく分からないからとか、そもそも発がん性・毒性があるからとか、危険性、更に、子供に対する影響ということ、これもやはり安全性について知りたいという方が圧倒的だと感じております。

併せて、これも知りたくない理由を聞きました。関心がない方もいらっしゃいますし、逆に食品衛生法で認められているので、問題ないと考えている方もいらっしゃいました。

この調査から、弊社のお客様サービスのメンバーの分析員のコメントとしましては、これらから、お客様は、食品添加物がよく分からないから影響を知りたいと感じているのではないかと。つまり、現状の食品添加物表示制度自体に重大な課題を感じておらず、漠然とした食品添加物の用途や安全性を知りたいという心境ではないかと考えております。

このシートも口頭だけなのですが、弊社では昭和44年から主婦の方を対象に期間限定で「奥様重役」となっていたいただきまして、いろいろな御意見をいただく制度がございます。

ここに参画される方が全て日本ハムの大ファンというわけではなくて、非常に厳しい御意見をいただくのですけれども、この初回に、こちらに上映させていただくような食品添加物についてのお話をさせていただきます。人数は1回10人ですので、本当にフェース・トゥ・フェースで食品添加物についての意見交換をさせていただきます。

そのときの講義を受けての意識の変化をお聞きしているのですが、アンケートの結果ですが、話を聞いた後は非常に意識の変化があると書いています。特に体に良くないと思っていたが、安全性のとれたものは受け入れるようになったとか、悪いものではないと分かったということで、弊社としては、昭和44年から今年で50年目になりますけれども、地道にこのような努力と共に、意見交換をさせていただいているという状況でございます。

このメンバーの方に、食品添加物のパッケージ表示は分かりやすいですかとお聞きしています。人数が少ないので正確かどうかは分かりませんが、これを見ますと、分かりにくいという回答が73%でしたが、分かりにくい理由は、わざわざパッケージの裏を見なければ分からないという御意見、それから、知らないワードがある、何のために必要か分からない、そもそも文字をもっと大きくしてほしいということでございまして、ここでもやはり表示制度と直接関係なくて、どちらかというと、安全性と見やすさの方に入っているのではないかと思います。

この調査のまとめとしましては、この3つが考えられました。

物質名よりも、食品添加物そのものの身体や子供への影響を非常に懸念している方が多いので、分かりやすい説明を要求しているということ。

消費者の課題というのは、使用用途を分かりやすく表現していかないと、解決していかないのではないかとということ。

添加物の役割や安全性など、正しい知識を伝達する消費者教育、これは企業も行政もそれぞれ皆だと思えますけれども、皆でこの教育をしていかなければいけないのではないかと考えました。

ここは番号が5番になっていますが、4番に修正をお願いしたいのですけれども、今食品添加物制度に関する提言といたしましては、この3つを挙げさせていただきたいと思えます。

私どもとしましては、消費者に使用する添加物の用途が明確に分かりやすいようにしていくためには、やはり用途名、一括名の表示の運用が必要ではないかと考えています。

また、単なる無添加、不使用という表示はやはり誤解を招く表現でありますので、何らかルールを作って、使用の制限をしていって、消費者の方の誤認のない制度にさせていただきたいと思えます。

また、インターネット上での表示もやはり私としては課題と思っていますので、パッケージでの表示を行っていくことが消費者視点ではないかと思えます。

最後に、次のページです。ここも6番を5番に修正させていただきたいのですけれども、今検討会を進めるに当たりまして、御考慮いただきたい点として挙げさせていただいています。

まず、食品表示法の対応で、まだ弊社も切替え途中ですけれども、5年かかっています。ぎりぎりまでかかる予定です。この後に原料原産地表示等も控えておりまして、企業にとっても大きな負担であります。

これは単に包材とかだけではなく、表示を作るための人的投資もありますので、今後、仮に食品添加物表示を変更する際も、やはり5年程度かかるのではないかなと思えます。全てのパッケージを全部変えなければいけないという作業が、これからも発生していきます。

インターネット表示におきまして、全ての商品を掲載することはできません。弊社グ

ループで7,000品ぐらいあります。

また、先ほどお話がありましたけれども、商品のリニューアルというのが発生します。一時的に市場で新旧の商品が併売されることがありますので、私どもとしましては、消費者の方に正しい情報が伝わらないことが問題だと認識しております。

全ての方が情報端末を持っているというわけではございません。私たちへのお問合せでも、スマホを持っていないとか、インターネットが見られないというお客様がおりますので、ホームページを印刷してお送りさせていただくことも実際にあります。そういうことも考えますと、情報弱者の方への配慮も必要だと思います。

中小企業への負担も考慮しますと、今後の食品表示の改正が連続する中、消費者の方も数年ごとに表示が変わるということで混乱するのではないかと考えております。

併せて、私どもの調査の中で、食品表示よりも安全性に対する不安が非常に多いと思いますので、この啓もうを国としても、事業者としても充実していかなければいけないと思います。

食品表示制度をより良くしていくためには、日本も国際的な立場にありますし、食品の輸出入も盛んになっていく中、将来的にはこのような国際的な表示のルールというのも意識していった方がいいのではないかと考えています。

以上で発表を終わらせていただきます。ありがとうございました。

○西島座長 岩間様、どうもありがとうございました。

委員で御質問等がありますでしょうか。

坂田委員、どうぞ。

○坂田委員 どうもありがとうございました。

1つだけ伺いたいと思います。

今、お話の最後に、食品表示制度をより良くしていくためには、国際的な表示ルールとの整合性を取った方がいいのではないかというお話がありました。レジュメの中にも国際ルールと日本の表示の違いが表で示されていますけれども、整合性を取ることにつきまして、どのようなお考えをお持ちでしょうか。お願いします。

○岩間氏 1つは、この表にもありますけれども、添加物の指定制度がそもそも違いますので、そこが一つあるのではないかなと思います。これは表示の問題とはまた別のことだと思いますので、そこが一つポイントではないかなと考えています。

○西島座長 よろしいでしょうか。

○坂田委員 もう一点よろしいですか。

消費者は用途を知りたいと考えていると書かれていましたが、例えば用途名併記のところ、コーデックスは25種類あるのに対して、日本は8種類になっています。その辺りはどのようにお考えでしょうか。

○岩間氏 恐らく消費者の方は、国際ルールを意識していることはないと思います。国際ルールとは別に、私どもとしましては、単純に一消費者としましたら、用途名が分かれ

ばいいなど。それがコーデックスの基準に合っていけば、事業者もそうですし、個々の輸出入にもいいかなとは思いますが、それとは別に、消費者視点であれば、そことは関係なく、ただ添加物を何のために使っているかということが分かれば、消費者の課題は解決されていくのではないかと感じております。

○西島座長 よろしいですか。

ほかに。

どうぞ、森田委員。

○森田委員 国際的な整合性というのを最後にお話しされたので、私もその点についてお聞きしたいのです。先ほどのお話だと用途をきちんと書くということでしたが、一括名はもう書いてあるわけですから、何も無い物質名だけのものに用途を書く方がいいという御意見でしょうか。

国際的な整合性といえ、日本の場合には原材料と添加物を分けてはいますが、諸外国ではそこを分けていないとか、そういうところもあり、いろいろあると思います。国際的なルールの整合性を合わせることで、消費者の表示の見やすさというところ、そここのところのバランスがどうなのかということもあります。

それから、もう一つ、お話の中で輸出入のことをおっしゃられていますけれども、輸出入に関しては、国際基準といっても、アメリカもヨーロッパも各国によって全然違うので、結局は各国の制度に合わせて表示をつくられているのではないかと思います。今の日本の表示制度を変えることはどのようにつながるのか、教えていただけませんか。

○岩間氏 まず、国際的なルールの方が多いので、そちらの方の話をしますけれども、確かに各国によって当然違うと思います。ただ、ある程度それに近いルールであれば表示の理解は進むと思いますので、当然、アレルギーも国によって違いますから、本来は一緒の方が輸出入をするには楽だと思いますし、海外から来る外国人の方も本当はその方がいいと思いますけれども、国ごとの理由がありますので、ある程度国際的なルールを意識した表示制度であれば、日本だけではなく、いろいろな国の人にも理解が少しはしやすいのではないかとこの観点は持っております。

それから、用途名ということなのですが、別に用途名だけにこだわっているわけではないと思います。お客様も一括名表示が分からないと言っているわけではなくて、一括名表示でも、当然、どういう理由のものが入っているかというのは分かっていると思いますので、特段一括名表示がダメだということではありません。結果的にお客様はどちらでも、何のために添加物が入っているかというのが知りたい。それが本心ではないかと思っておりますので、そこにこだわった考えを弊社が持っているわけではないと思っております。

○森田委員 分かりました。ありがとうございます。

もう一点あるのですが、よろしいでしょうか。

「発色剤と保存料を使用しておりませんので、お早めに召し上がりください」という森の薫りのソーセージのところなのですが、先ほどの御説明では不使用表示はしてありませ

んということでしたけれども、上の「無塩せき」の横に「発色剤不使用」と書いてあるように見えます。「発色剤不使用のため肉本来の色合いです」と書かれています。

それと同時に、下の部分にも「発色剤・保存料を使用しておりません」と書いてあるので、やはりこの表示を見ると、発色剤とか特定の食品添加物不使用ということを強調しているように見えてしまいます。

先ほどの松長様の説明の中にもありましたが、食品表示基準Q&Aの（加工-90）の考え方なのですが、「無添加」とか「不使用」表示がだめだというのは、消費者に誤認を与えるという意味合いからでした。不使用表示でも、単なる不使用表示ではなくて、こういう理由の不使用表示というので、今、コンビニでもこのような表示が増えていると思います。つまり「不使用」と書くよりも、こうやって書けば強調表示をしてもいいのしょうとも見えるわけです。

これは、こういう前段がなくて「お早めにお召し上がりください」とか「加熱してお召し上がりください」という注意喚起だけでもいいのではないかと。結局、言い方を変えた言葉探しみたいになってしまうので、不使用表示はいつまでたってもなくならないと思います。

そうであれば、今も表示スペースと盛んにおっしゃられていたのですが、これが伝えたいのは、恐らく早く召し上がってくださいということだと思います。

もう一つは、先ほどシャウエッセンの御説明でもありましたが、保存料を使っていなくても日持ちするものもあるわけです。そういうものを考えると、保存料を使っていない、イコール、日持ちしないというのは、多分、それぞれ製法、製造環境、包材とか、いろいろなことで賞味期限とか消費期限が決まってくると思うので、単純に保存料を使っていないから持ちませんというメッセージではなくて、その商品単独で日もちしませんという情報だけでもいいのではないかなと私は思うのですけれども、いかがでしょうか。

○岩間氏 まず、表面のところの「無塩せき」なのですが、これは無塩せきという商品カテゴリーがあるのですけれども、お客様から色が悪いというお問合せが多くあるのです。そのために、この無塩せきという商品は発色剤を使っておりませんので、肉の色がちょっと悪いのですよということをお伝えしておりますので、特にこれは無塩せきを強調表示しているわけではなくて、商品の御説明をさせていただいているという観点です。

発色剤・保存料につきましては、確かに発色剤・保存料を使用しないと、通常商品よりも賞味期限が短くなってしまいます。または、当然、流通段階で温度管理をさせていただきますけれども、万が一、お客様のところの保存状態が悪い場合は、非常にデリケートな商品になってしまいますので、そういう意味で、早目に召し上がっていただきたいとしております。

私どもとしては、これが強調表示だったら、もっと表に思い切り出すのですけれども、そういうつもりではなくて、どちらかという注意喚起のつもりで書いております。ですので、この商品も表面に「保存料不使用」という体言止めは一切していないのです。私ど

もとしては、むしろ御注意いただきたい商品だという意味でしておりますので、日本ハムグループとしましては「無添加」とか「不使用」という言葉は一切使わないということで商品企画を作っておりますので、そのように御理解いただきたいと思います。

○西島座長 どうぞ、有田委員。

○有田委員 このところは森の薫りのところをちょっと御質問しようかなと思っていたのですが、先ほどの乳化剤と同じように、企業努力というか、そういうところで作られていて、製品のラインもやはり非常に衛生面にも気をつけて作っていらっしゃると思うのです。でも、そもそもがこれは強調表示だというのではなくて、「無塩せき」という製法で作っていますという説明をされているのだと私は理解しておりましたので、今の御説明で更に納得いたしました。

それから、やはり国際標準に向けてということで、これから更にパッケージなどもそれに向けて努力をすると、大変なことも出てくると思うのですが、そういう御提案をいただいて、非常に安心と言うと変な言い方ですが、企業努力と考え方をされているなと思いました。ありがとうございました。

○岩間氏 ありがとうございます。

○西島座長 ほかの委員はよろしいですか。

どうぞ、中垣委員。

○中垣委員 本日はありがとうございました。

1点だけお伺いしたいのですけれども「お早めにお召し上がりください」と書きながら、賞味期限がある。これは賞味期限よりももっと早目に食べるということを注意喚起されているのでございましょうか。

○岩間氏 いいえ、そういうつもりではございません。お客様は、普通の一般的に売られている保存料が入っている商品よりも、やはりこの商品は賞味期限が短いので、それを意識していただきたいという意味です。

○中垣委員 ということは、賞味期限内にお召し上がりくださいということを言おうとしているということですか。

○岩間氏 もちろんそうです。もちろん、賞味期限内にお食べいただきたいです。

○中垣委員 そうでございしますか。ありがとうございます。

もう時間もないので、最後に1点だけなのですが、最後のページに食品表示法対応で5年かかりましたということが書かれてありますし、1番のところでは、スペースの問題とか、いろいろな難しい点があるのだということが書かれているのですけれども、その上で、将来的には国際基準にどうのこうのと書かれている。この将来のイメージというのは、最後のページとの関係を比べると、5年とか10年のうちにということをお考えなのか、どういうイメージでここで「将来」という表現をされているのか、そこをはっきりしていただくとありがたいなと思ったのですが。

○岩間氏 将来のことなので、余りはっきり何とも言えないのですけれども、5年で全て

国際標準に切り替えるためには、もちろん、このような議論もありますし、また、表示制度が全然違いますから、それを全ての国民が理解をするまでに時間がかかると思っていますので、一概に私の方で5年とか10年とは御回答できないかなと思います。ただ、そういうことも意識していてもいいのではないかという考えは持っております。

○西島座長 中垣委員、今のお答えでいいですか。

○中垣委員 ありがとうございます。

○西島座長 岩間様、ありがとうございました。

私の不手際でちょっと時間を経過しておりますが、次は、武石委員から資料を提出していただいております。この資料からすると食品添加物表示については、安全性に関するものなのか、選択に資するものなのか、改めて現状の制度がどうなっているかの確認をしたい主旨があると思うのですが、そこら辺を簡潔にひとつ。

○武石委員 時間もないので、簡潔に提出資料の説明をさせていただきます。

1点目でございますけれども、座長からありましたように、1回目から主張しております食品添加物表示が食の安全に関わらない制度と整理すべきということについて、ぜひ事務局からの回答をいただきたいと思っております。

2点目は、これは1回目に提出したものと大体同じですので、中身は省略させていただきますが、添付資料で付けました表だけ御覧いただければと思っております。

先程来言っておりますように、表示制度の見直しが繰り返し行われてきている実情を示したものでございます。

2015年に大改正がございまして、2020年、来年3月には完全移行しなくてはならないという1年を切った状況の中で、実は移行期間中に原料原産地表示の検討が始まり、施行され、更に、原料原産地の制度が施行される段階でまた検討会が始まり、遺伝子組換えの表示の検討が行われ、更に、今回、それぞれの完全移行が終了しない段階でまた検討が始まり、これがいつまで続くのかということで、事業者自体もかなり混乱しておりますし、消費者自体も、度重なる表示変更については、ついていけない実態があるのではないかと。

もっと言えば、5月31日に公表されました食品アレルギーの調査に伴って、これから恐らくアレルギー表示についても議論になると思っておりますので、添加物については、そういった全体をよく考えて、本当にこの制度の変更が必要なのかどうかを含めて、慎重に議論していただきたいというのが1点でございます。

最後に、2ページに付けておりますが「3 食品添加物表示の見直しに関する会員事業者の意見を踏まえた整理」ということで、実は1回目の検討会が終わった後ぐらいに、全員ではないのですけれども、主な事業者の方から意見を出していただきまして、それぞれまだ議論が進んでおりませんので、中途段階ということですので、明確な整理にはなっておりませんが、3番の項目のところを見ていただければ「①一括名表示の在り方について」は、総じて現状維持との意見が多くあった。

②の用途名と物質名を併記することにつきましては、一部見直しの意見もあったという

ことですが、総じて現状維持が望ましいという意見が多くありました。

③の添加物不使用、無添加表示につきましては、「不使用」、「無添加」表示について、禁止すべきとの意見が多くあった一方で、現状維持、公正競争規約により自主規制しているので、規制強化に反対との意見もあった。

こういったとりあえずの整理でございますが、事業者団体としての意見の集約がありましたということを御報告させていただきます。

○西島座長 その点について、事務局からちょっとあれでしょうかね。

○武石委員 1点目については、事務局の方からコメントをお願いしたいと思います。

○食品表示企画課長 1点目ということであれば、今の食品添加物表示制度の目的は何か。安全性の確保なのか、消費者の選択なのかということかと思えますけれども、現行の添加物表示制度ということであれば、それは安全性のための表示ではなくて、消費者の選択のための制度であると考えています。

理由は2つあります。1つは、内閣府令である食品表示基準で、表示可能面積が概ね30平方センチメートル以下の場合は、いわゆる選択に関する表示は省略できる。ただ、安全性の確保に関する表示は、30平方センチメートル以下であっても、表示の省略はできないとなっていますが、今、添加物表示については、省略できるとなっています。

どのようなものが表示しないといけないのか、省略が認められていないのかということ、例えばアレルギー表示や期限表示、保存の方法、これらは表示可能面積が30平方センチメートル以下であっても、必ず書いてくださいとなっています。

ちなみに、30平方センチメートルというのは名刺の大きさですから、結構小さいのですが、それでも今述べた安全性に関するものは必ず書いてくださいとなっていますが、添加物については、原材料とか遺伝子組換え表示などと同様に省略できるとなっています。

あと、もう一つ、回収命令というのもありまして、これは食品表示法の話なのですが、例えば安全性に関する表示の誤りや欠落があれば、行政庁から回収命令を出せるとなっています。この対象は、安全性に関する表示ということで、実際は食品表示法に基づく内閣府令に落としておりますけれども、その中でも、添加物表示の誤りや欠落については、回収命令は出せないとなっています。

ただ、先程と同じなのですが、期限表示、保存の方法、アレルギー表示の欠落や誤りについては、回収命令は出せるとなっていて、実際、アレルギーの表示の欠落で地方公共団体が回収命令を出したような例も多々ございます。

今、そういう制度の立て付けになっておりますので、もし現行制度はどうかというお尋ねであれば、現行の添加物表示制度は安全性のための表示ではなくて、まさに消費者の自主的かつ合理的な選択のための表示制度であると考えております。

○西島座長 ありがとうございます。

武石委員、よろしいですか。

○武石委員 はい。

○西島座長 ありがとうございます。

最後に、全体的な質問に移りたいと思いますが、ヒアリングの内容だけではなくて、委員提出の資料について御質問がありましたら、ぴしっと短時間にひとつ御質問をいただくとありがたいのですが。よろしいですか。

中垣委員、特にありませんか。

○中垣委員 ありません。

○西島座長 目が合ってしまいましたもので、すみません。

それでは、時間をちょっとオーバーしてしまいましたので、本日はここで終了させていただきます。

本日のヒアリングで、具体的論点を設定する際の参考になるような意見もいっぱいいただくことができました。委員の皆様には、消費者意向調査の結果と共に、このヒアリング結果も参考に、今後、御議論をいただきたいと思います。

ヒアリングに御協力いただきました各事業者団体の皆様、本当にありがとうございました。

それでは、次回の日程等について、事務局からよろしく申し上げます。

○食品表示企画課課長補佐 第4回の日程につきましては、8月29日の13時からを予定しております。

開催場所につきましては、この合同庁舎ではなく、現在、外の会議室で調整中です。今、新橋駅近辺で調整を行っております。決まり次第、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。

○西島座長 次回は、第1回での委員からのコメント、第2回及び第3回の意見聴取を踏まえた論点整理を行いますので、各委員におかれましては、引き続き活発な御議論をお願いいたします。

それでは、本日の議事は終了いたしましたので、以上で第3回検討会を閉会させていただきます。ありがとうございます。