

第3回

加工食品の原料原産地表示制度に関する検討会 議事録

消費者庁食品表示企画課

農林水産省消費・安全局消費者行政課

第3回加工食品の原料原産地表示制度に関する検討会 議事次第

日 時：平成28年3月31日（木）10:00～12:14

場 所：中央合同庁舎第4号館共用220会議室

1. 開 会
2. 委員からの意見開陳について
3. 事業者調査、消費者調査について
4. その他
5. 閉 会

○森光座長 おはようございます。

それでは、定刻となりましたので、第3回「加工食品の原料原産地表示制度に関する検討会」を開催いたします。

本検討会は、公開で行います。

本日は、全員出席いただいておりますので、委員の皆様は、私を含めまして17名の出席となっております。

それでは、もし報道の方がおられましたら、傍聴席のほうへお移りいただきますようお願いいたします。

(報道関係者移動)

○森光座長 それでは、事務局より本日の配付資料の確認をお願いいたします。

○赤崎食品表示企画課長 それでは、事務局より配付資料の確認をいたします。お手元にお配りしております配付資料一覧とあわせて御確認願います。

議事次第

座席表

資料1 消費者に対する調査について

資料2 事業者に対する調査について

資料3 原料原産地表示情報の表示方法について

資料4 海外の原料原産地表示制度

資料5 加工食品の原料原産地表示に対する要望

でございます。

委員のお手元には、このほかに、本日意見発表をいただきます各委員の御説明資料と第2回までの検討会資料一式、これまで提出された要望書等のつづりを机上配付資料としてお配りしております。

以上が、本日の資料でございます。

不足等がございましたら、事務局に御連絡願います。

○森光座長 よろしいでしょうか。

それでは、議事次第にのっとりまして、委員からの意見発表に入ります。

本日は、第2回目の検討会に引き続きまして、委員からの意見またはプレゼンを行っていただきます。

前回は、消費者、生産者のお立場で、委員の皆様から原料原産地表示に関する御意見をいただきました。本日は、消費者側から、岩岡委員、生産者側から、近藤委員、毛利委員、そして、事業者側から櫛委員、田熊委員、武石委員、富松委員、計7名の検討会の委員の皆様方から御発言いただきたいと思います。

またお時間の都合上、申しわけありませんが、およそ1人8分以内でよろしく御協力をお願いいたします。

最初に、岩岡委員、お願いいたします。

○岩岡委員 全国消団連の共同代表をしております、岩岡です。

資料に基づいて、意見を述べさせていただきます。

食品表示は、消費者が自主的かつ合理的に食品を選択するための重要な情報源です。食品表示法の基本理念には「消費者の権利の尊重と消費者の自立の支援を基本とする」、もう一つは「食品の生産の現況等を踏まえ、小規模の食品関連事業者の事業活動に及ぼす影響等に配慮」の2つが記されており、今後の食品表示の拡大に当たっては、この基本理念に沿って検討することが重要と考えます。

また、食品表示法一元化検討会報告書では、「個々の食品の容器包装へ表示するためには相応のコストがかかり、それによって食品の供給が制約されることになると、必ずしもそのような情報を求めていない消費者が利便を受けることが困難になったり、その負担が増加するおそれがある。このため、消費者にとってどのような情報が真に必要な情報であるか否かよく検証することが必要である。また、表示を義務付ける以上、基本的に、規模の大小を問わず全ての事業者が実行可能なものであるか否か、また、表示内容が正しいか事後的に検証可能なものであるか否かの検討が必要である。」と書かれています。

原料原産地表示の検討に当たっては、上記に記されているコストや実行可能性も配慮した上で、食品表示法の基本理念に沿って慎重に検討することを望みます。

1つ目として、過去における行政の意向調査や日本生協連のアンケートの実績などからも、原料原産地表示についての消費者のニーズは一定のボリュームがあると読み取れます。しかし、そのニーズがどうなっているのかを理解した上で、原料原産地表示の拡大は優先すべき課題であるか否か確認が必要だと思います。

資料の後ろから2枚目の4ページ目に、第2回の食品表示一元化検討会の資料をつけさせていただきました。囲ってあるように、原料原産地については7割の方が必要だと認識していることと、次のページは、日本生協連、ちょっとサンプル数は少ないですが、賞味期限と価格については、一般も学生も1位と2位なのですけれども、原料原産地については、一般は高いわけなのですけれども、学生さんは内容量だとか栄養表示が原料原産地よりも上に来ていることが読み取れます。

1ページに戻っていただいて、原料原産地表示の義務表示対象品目を選定するに当たっては、これまでは2つの要件「原産地に由来する原材料の品質の差異が加工食品としての品質に大きく影響すると一般に認識されるもの」「重量割合50%以上」によって定められてきました。

食品表示法によって3つの法律が1つになりましたが、品質の要件はなくなったわけではなく、表示項目は品質、衛生、保健の3つに分かれており、原料原産地表示は品質に当たります。

したがって、「国産だから安全・安心」という考え方は、これまで科学的根拠に基づくものではなく、原料原産地表示は食品の品質を判断するためのものであると考えます。品質要件はこれまでどおり維持した上で、これから原料原産地表示の拡大を検討するべきで

す。

ただし、原料原産地表示が義務づけられている22食品群並びに4品目では、消費者にとって納得のいかないものが数多くあります。例えば、加工食品で「表面をあぶったもの」は原料原産地表示が義務づけられているのですけれども、加工度が高くなると義務化の対象とならないような事例があります。「牛のたたき」は義務、「ローストビーフ」は任意となっているような事例です。

まずは、このような事例から見直すべきであり、要件Ⅰのうち、現在の22食品群及び4品目を見直すべきだと思います。

また、「重量割合50%以上」の要件も引き続き残すべきと考えます。原材料1位、2位としますと、2位のものが極端に低い場合は原産地表示をしなければならず、事業者の実行可能性が低いと考えるからです。

3つ目は、各事業者や各業界団体の原料原産地表示の自主的な取り組みについてはさらに拡充していただき、表示範囲が広がることは、消費者にとって歓迎することと考えています。あわせて、法令が定めている以上の「自主基準」の考え方・表示例・商品への直接表示以外の情報開示方法など、消費者にわかりやすく情報提供していただくことを望みます。

次に、3つの案についてなのですが、1つ目、切りかえ原産地を列挙する可能性表示は、消費者の誤認につながるものになると考えます。消費者の自主的な選択につながらず、消費者の権利が尊重されるものにはならないと思いますので反対します。

2番目、「国産」・「外国産」または「輸入」といった大括り表示で、「輸入」とだけ表示して原産国を表示しないのは、果たして消費者が知りたいことにつながるか疑問です。そもそも国産の原材料を使用しているものは、任意で（国産）と表示しており、他の商品と差別化している事例がほとんどという実態であると認識しています。消費者は任意表示で（国産）を選ぶことができていると思います。

また、少しでも国産を使った場合は「国産」・「外国産」と表示され、（世界中）という意味になり、消費者の選択につながりません。

そのための表示スペースも必要でコストもかかります。それでも大括り表示を導入するのであれば、消費者の選択に資する意味のある品目があるかどうか検討した上で、品目ごとに検討するべきだと思います。また、現在の22食品群及び4品目は「輸入」でもよいのか、品目ごとの検討が必要です。

3番目の輸入中間加工品の原料原産地表示は、海外原材料メーカーが原料原産地情報を保有していないことが多い中で貿易障壁につながり、義務化は困難と考えます。それでも義務化すれば、原材料の調達が困難になり、コストアップとなり消費者にはね返ります。また、現状から言えば、輸入食品は原産国表示でよいので国内製造品と表示義務の上で差が生まれています。これ以上、原料原産地表示を拡大すれば、その差が広がり、食品会社の海外移転への動機の一つとなり、国内産業が空洞化することにもつながりかねません。

この点でも慎重に考えるべきだと思います。

最後に、本検討会の議論を取りまとめる前に、ぜひ消費者・消費者団体から広く意見を聞く場を設定していただきたいということを思っております。

以上で、発言を終了いたします。

ありがとうございました。

○森光座長 岩岡委員、どうもありがとうございました。

今回も、前回に引き続きまして、7名の御意見を全て伺った後、皆さんで討論をしたいと思います。

続きまして、生産者側2名ということで、まず、近藤委員からよろしく願いいたします。

○近藤委員 中央畜産会の近藤でございます。

まず、私ども中央畜産会の成り立ちについて、お話をしておきたいと思います。

中央畜産会の主な会員は、生産者が組織する団体のほか、畜産物の加工業界の団体も含まれています。

したがって、中央畜産会は畜産に関する生産分野のみならず、加工、流通分野など、畜産全体のさまざまな会員を持つ立場であることを御理解いただきたいと思います。

なお、資料は皆さん方のところにお配りしておりませんので、口頭のみで失礼いたします。

加工食品の原料原産地表示は、消費者の適正な商品選択に資することが第一です。そして、原料原産地表示の拡大が国内の畜産業の振興にもつながるという観点から生産者の団体からも要望が強く出ています。

そのため、今後、推進すべき重要な課題と認識しておりますが、今後の検討に当たりましては、以下の点に十分に留意をして進めていく必要があると考えております。

第1点目は、加工食品の品目ごとの実情なり実態をよく踏まえた表示ルールとすることが大事であって、そのことが原産地表示の実行可能性を確保する上でも重要なことだと考えております。

その上で具体的なルール策定の際には、ぜひ関係する団体なり事業者の方が意見を述べる場を設定していただくようお願いいたします。

2点目は、表示対象の加工食品は、消費者の方々に的確に情報を提供するという事、もう一つは、事業者間の公正な競争を確保するという事から、基本的には、全ての品目を対象として検討していくべきと考えております。

また、今回は加工食品が検討対象ということではありますが、外食及びイNSTOA加工を含む中食における原産地表示についても、消費者の適正な商品選択なり、それを通じた国内畜産業振興という観点からも、加工食品と同等に重要な点だと考えております。

特に食肉の加工品につきましては、外食や中食において、輸入加工品の使用が多いことから、業種間の公正な競争を確保するためにも、単体で販売されている加工品と一体的に

議論することが必要ではないかと考えているところでございます。

なお、表示対象の拡大の際には、関係者に十分な情報提供を行っていくことは当然でございますが、一定の移行期間を設けることによって、現場における混乱なり無用な費用負担を避けていくことが必要であろうと思っております。その際、特に中小の業者に対しての表示の具体的な内容や方法などに関する、きめ細やかな情報提供あるいは相談対応を行うようなことが必要ではないかと考えておるところでございます。

私からは以上でございます。

○森光座長 どうもありがとうございました。

続きまして、毛利委員、よろしく願いいたします。

○毛利委員 皆さん、おはようございます。

まず、前回、弊社の海外視察と日程が重なりまして、出席できなかったことは申しわけございませんでした。

また、本日、こういった意見の機会をつくっていただき、ありがとうございます。

私は特に資料を用意しておりませんので、口頭で失礼させていただきます。

私どもは、露地野菜を中心に栽培している専業農家の団体で、現在77戸の農家が集まっておりますが、生産者がみずから設立した会社でございます。

私は、生産された農産物の販売の責任者をしております。その意味で、私どももJA全中様と同じ立場、同じ考えとなります。

原料原産地の拡大について、できる限り行うことで、消費者がみずから選択でき、そして、適正な評価、適正な価格で購入できるように情報を開示していきたいと考えております。

まず、弊社は、生産者団体として、野菜を使用するさまざまな実務者と契約栽培で取り組んでおります。その経験から、生産者にとって自分が栽培した農産物がどこでどのように食されているかが明確になればなるほど、生産に対するモチベーションが上がります。

生産意欲を持てることが、ひいては生産力の維持拡大に対して大切なことだと、私は仕事をしながら実感しておる次第です。

また、日本ではさまざまな食文化が広がり、社会情勢としても、加工度の高い商品がふえている現状、また、食材についてもさまざまな国からいろいろな事情で輸入されております。

これはとめようもなく、TPPでさらに加速していこうという現状の中、消費者にとっても原料がどこから来ているのか、それを知り、みずから選択することができるようにすることは、社会のニーズとして必要ではないかと考えます。

前回、JA全中の金井委員から、原料原産地表示の商品事例がありました。弊社の事例として申し上げますと、弊社の得意先には、原料原産地表示を行って商品化しているところが複数ございます。義務化されていないハムやソーセージ、果実のジュース、畜産加工品、食肉加工品、冷凍加工品、しょうゆ等々、表示をして商品化しております。

原料原産地だけでなく、産直として産地を特定した商品もあります。産直とは、産地直送とか、産地直結とかの略語となるわけですが、特定の産地と生産計画の段階から取り組んで商品化しております。

一例を申し上げますと、産直ロールキャベツ、これも冷凍なのですが、キャベツとひき肉といったものを特定の産地からつくっていたり、産直のしょうゆ、産直のフライドチキン、産直米、国産牛を使用したおにぎりバーガー、これも冷凍なのですが、こういったものが特定の産地で商品化されております。

余談ではありますが、弊社のグループ会社も加工品に取り組んでおりまして、産直の漬物、冷凍野菜も取り組んでおります。

また、外食産業の例では、その日にお店で使う野菜の栽培をした生産者名までも黒板に表示している得意先もあり、競合他社さんもそういったことを試みよう、追従しようという動きもございます。

そういった業者は価格は割高かもしれませんが、そういった取り組みをしている得意先は、えてして業績がよく、私ども生産者としても、産直として継続した取り組みができることで農業経営を安定させることができ、また、消費者にとっても、そういったものを選択して購入することができております。

こうした取り組みは、必然的にトレーサビリティを行うことになります。こういった事例がありますので、原料原産地表示をすることを前提に、どうしたら表示ができるのか、どのような表示方法であったら可能なのか、そういった観点で検討していきたいと考えております。

私どもの事例で申し上げたとおり、表示に取り組むことで生産者と消費者がより近い関係をつくることができ、生産者としましても、得意先の要望である安定供給、安定品質に向け、努力のしがいがあり、また、トレーサビリティの普及にもつながると考えます。国産だから安心、外国産だから不安ということではなく、商品評価の一つとして、できる限り公平に情報を開示することで、消費者には、適正に評価してもらい、適正な価格で選んでもらいたい。

生産者としては、そういった土俵で農業を続けていく努力をしていきたいと考えております。

以上です。

ありがとうございます。

○森光座長 毛利委員、ありがとうございました。

続きまして、事業者側4名の委員の方から御発言いただきます。

まず最初に、櫛委員、お願いいたします。

○櫛委員 日本チェーンストア協会食品委員会の委員を務めています、櫛友彦と申します。

日本チェーンストア協会は、国内の食品スーパー、総合スーパー、生協、ホームセンター等の大規模なチェーンストア企業で組織し、事業環境の改善、経営の効率化、社会への

情報発信等を柱に展開する業界団体です。

その会員である私たちライフコーポレーションは、近畿圏と首都圏の都市部を中心に、2015年度末現在、256店舗の食品スーパーを展開しています。半径1キロメートルに生活するお客様の多様な要望にお応えして、お客様から最も信頼される地域一番店を目指して営業しております。

昨年1年間にお客様から、お申し出、御要望を1万7,000件程度いただいています。その中で原料原産地に関するものは14件、加工食品については11件でした。

私たちは小売ですので、メーカーにはもっとお聞きされていると思うのですが、これぐらいの数字でございました。

具体的には、「特定国のものは食べたくないの、品ぞろえをやめてほしい」とか、梅干しなどは原産国が書いてあるのですが、お年を召した方が、「小さくて読めなくて、購入したら買いたくない国のものだったので、もっと産地をわかりやすく大きく表示してほしい」であるとか、「国内産のものを購入したいので、その商品を要望する」といった内容です。

お客様の御要望にお応えできるものは、例えば、「これは原料が中国産のものです」と店内表示をするとか、国内産の商品を新たに取り扱うということで対応をしています。

これまで日本チェーンストア協会が原料原産地表示のあり方について説明してきた意見に加えて、弊社では、製造もやっていますし、販売もしていますので、製造者、販売者という両面の視点から、前回、提示していただいた過去の検討における論点・課題5つに対して意見を述べさせていただきます。

1番目が、原料原産地表示の目的ということで、これについては賛成でございます。

販売食品が安全であることは、販売のための基本であり、表示により担保するものではないと認識しています。弊社も、プライベートブランド商品の委託製造先様や弊社製造工場では、原材料から包装まで、食品安全管理の考え方で一定以上の水準を達成していることを確認しています。

また、弊社アンケート調査によりますと、スーパーマーケットの選択肢の第1番目が価格ということで、それに対応して量の安定確保と低価格化に対応できるように、海外産の原料を使用している商品もございます。

一方、先ほど申しましたように、少々高くても原料原産地で商品を選択されるお客様、国内産を購入したいというお客様もいらっしゃるの、そういう方向けにはそういう品ぞろえをして、自主的に店内表示をすることでお客様の御要望にお答えしているところでございます。

2つ目の国際整合性は、整合をとる必要があると思います。

3つ目の表示対象品目は、2つの選定要件については、これは必要と考えております。その理由としては、今までこの要件がつけられてきた背景や、一律に事業者が実施しなければいけないことを考慮すると、必要と考えています。この2要件に合う品目を、今後、

さらに探索して、対象品目を拡大する取り組みを進めることでよいと思います。

一方、さきに述べましたように、私たちの会社だけをとってみると、お客様の原料原産地の要望という意味では、主要原材料が国産のものであれば、かなりの方が納得して購入していただけたらと思いますので、国産品と表示をするのも一つの方法ではないかと、今回、改めて考えて思いました。

4つ目は、任意表示です。

原料の生産、流通のチェック体制が確立されて、原料原産地表示の正しさを確認できるものについて自主的表示を推奨することは、現実的かつ有効であり、お客様の原料原産地表示に対する要望に柔軟に対応できる取り組みの一つと考えます。

また、現在、いろいろな情報ツールが使えるようになってきていますので、多様な形で情報提供できる可能性がありますので、自主的な表示とその提供の仕方を検討するのが、迅速な対応ではないかと考えます。

最後に、5番目の表示実行可能性ということですが。

義務表示については、間違いなく実施すること、誰もができることが必要です。頻繁な切りかえへの対応、表示ラベルが制限されている中、どこまで表示可能なのか、トレーサビリティをしっかりとることができるのかといった課題が、実行に当たってはあります。

簡単に実行できないと、誤表示をしてしまうとか、コストアップにつながります。

弊社食品工場の加工品の表示ラベルは、原材料メーカーの電子ベースの原材料情報を組み合わせて作成しています。十数種類の製品で使用されている基幹原料メーカーが変更になる場合には、その原料カルテを取り寄せるるところから始まって、約2週間ぐらい作業時間を想定しています。

また、食品表示法対応について、今、スーパー各社で情報交換を進めていますが、栄養成分表示が増えたことで、各社ラベルの幅を広げるとか、値つけプリンターの更新を検討しています。

ラベルが大きくなることで、商品の第一印象、重要な情報である外観が見にくくなるという、本末転倒な状況も生じてしまう可能性があります。

原料原産国表示を含めた法改正で、表示文字数がふえることがあっても減ることはないのかなと思っていますので、情報の優先順位づけ、情報提供の方法、コストがかからない方法などの探索は、みんなで知恵を絞っていかねばいけないと思っています。

最後に、私たちはお客様の多様な要望にお応えするということで、それぞれ特徴ある特産品とか、あるいは、有機農法の農産物とか、地場の商品とか、特色ある商品の品ぞろえをしています。

原産地に特徴ある品質を持つ加工食品も、同様にして販売できると思いますので、そういった点で情報をいただければ、それぞれの情報をもとにお客様にしっかりと表示して販売していくことが可能かと思っています。

以上です。

○森光座長 櫛委員、ありがとうございました。

続きまして、田熊委員、よろしく願いいたします。

○田熊委員 伊藤園の田熊と申します。よろしく願いいたします。

配付させていただきました資料に基づいて、説明させていただきます。

「原料原産国表示に関する伊藤園の取り組み」ということで、意見というよりは、現状でやっている取り組みについて説明をさせていただきます。

まず、義務表示でやっております、緑茶と緑茶飲料です。

緑茶飲料に関しましては、平成19年に義務表示になりまして、ここに書いてあるのはティーバッグですが、そこからリーフのティーバッグとドリンクで表示させてもらっています。

ティーバッグの方は、原料原産地として「日本、オーストラリア」ということで、2カ国の表示をさせてもらっています。この伊藤園の直接やっています産地がオーストラリアにありまして、その部分を書かせてもらっています。これに対して、問い合わせであるとか、何でオーストラリアかという意見はあまりないです。

飲料に関しては、「緑茶（日本）」ということで表示させてもらっています。

次のページです。

表示するに当たっては、トレーサビリティをしっかりとらなければいけないということで、このトレーサビリティをとる仕組みをつくりました。

お茶の生産者から、荒茶工場、お茶の間屋さん、自社の工場、飲料工場、小売店ということで、全部紐付けするような処理でつくらせてもらっています。

この中のポイントとしましては、偽装表示であるとか、また、間違いが発生しないように、品質会議ということで、荒茶工場・間屋さんを対象にいたしまして、トレーサビリティシステムの周知徹底をさせてもらっています。

あと、モニタリング監査ということで、これは全ての農家に行くわけにはいかないのですけれども、サンプリング監査ということで、荒茶工場から始まりまして、その先の農家まで監査をしております。

これで、農家の記録であるとか、圃場の確認をしながら、監査のフィードバック等で、問題点等もあるのですけれども、記録の不備がないような形であるとか、そういうことに対しての是正ということで、また改めて品質会議で是正させていただいています。

次のページが、これは自主的にやっています野菜飲料の表示です。

これも平成19年、これは緑茶飲料の義務表示と同じタイミングで表示させてもらっています。これは、ラベルとQRコードの表示ということで2種類をやっています。ラベルというのは、このペットボトルの商品に関しましては、ラベルに表示させてもらっています。紙容器のQRコードは、紙容器はスペースが小さいということで全てを書くことができないので、QRコードで表示させてもらっています。

実際にどれくらいのをやっていますかということなのですが、ラベルは4品

目をやっています。QRコードは大体60品目の商品をやっています。

次のページで、ラベルでの実際の実原産国表示ということで、使っています野菜、果物、全ての品目の原産国を書かせてもらっています。

ここでポイントになってくるのが、実際に使用している全ての原料原産国を使用量の多い順に記載と言われておりますので、ここでは実際に使われているものを全て表示しています。なおかつ、順番も多い順に書かせてもらっています。

あと、ニンジン「アメリカ、ポーランド、日本」とここに書かせてもらってまして、これで3カ国の表示なのですが、その一番下にリンゴがあります。「ハンガリー、チェコ、その他」ということで、これは「その他」という表示をさせてもらっています。

これは3カ国以上を表示する場合は、スペースの問題があるので、その他表示でいいですよということで承認をもらいながら、このその他表示をやらせてもらっています。

その下に書いてあるポイントのところは、これは緑茶と同じ内容です。これも日本だけではなく海外の原料もありますので、海外にも監査に行つて確認をやらせてもらっています。

次のページです。

野菜飲料の紙容器です。QRコードで原産国表示をしています。

今、野菜飲料はペットボトル飲料から紙容器のほうに大分移行しておりまして、紙容器で販売することがふえております。この紙容器のポイントなのですが、QRコードを表示するという先ほどお話しさせてもらっています。QRコードの場合は、使用する可能性のある全ての原産国をホームページに記載させてもらっています。

ここでは、使用する可能性のあるということで、実際に使用していないものも、QRコード、ホームページではいいですよと言われておりますので、表示させてもらっています。

次のページは、ホームページへの行き方なのですが、製品にこういうQRコードをつけています。このQRコードをスマートフォンなんかでやりますと、伊藤園のホームページに行きまして、そこから製品の原料原産地の件であるとか、放射線の件であるとか、そういうところにアクセスできるようになりまして、この原料原産地のところにアクセスしますと、次のページの表示が出てきます。

これは、先ほど言いましたように、使用する可能性のある全ての国を書いていいですよと言われておりますので、ここに書いてある例としましては、ニンジンの「オーストラリア、アメリカ、日本、ニュージーランド、ポーランド」ということで、使う可能性のある国を全て記載させてもらっています。実際は使わない可能性もあります。あと、多い順ではなくて順不同でいいということで、順不同で記載させていただいております。

次のページになります。

野菜ジュースはニンジンの使用量が多くて、ニンジンを国内国外で使っています。いろいろな意見の中で、青果物の余剰したものが加工用として回ってくるのではないかという話もあると思うのですが、ニンジンに関しましては、加工用をつくっています。余

剰だけではとても手が足りないということになりましたので、加工用としてつくっております。

ただ、この中で問題なのは、これは九州でやっているのですけれども、ちょうど種をまくタイミングが台風の時期に重なるのです。ですから、台風が来ると種が流れてしまいまして、また種をまくとか、そういうことでなかなか天候での豊作であるとか不作というものがありまして、需給のバランス等がなかなか難しいというのが現状です。

また、伊藤園の問題もあるのですけれども、製品の販売が増えたり減ったりということで、国内海外の原料を使いながら、年を越しながら余剰在庫を持ったり、足りない場合は海外から供給してもらったりということで、バランスをとりながら生産をしております。

次のページになります。

問い合わせです。これも年度別でパーセントで表してはいて、年によっていろいろと違うのですけれども、全ての問い合わせの1～5%ぐらいになります。この2011年は東日本大震災がありましたので、ここが一番多いのですけれども、放射線の問題がありまして、これは逆に国産が嫌われた年です。それが入っていないよねという確認がふえております。それ以外の年でちょっと多いのは、いろいろな海外での不祥事とか、そんなことがあったときに、その国を使っていませんかという問い合わせがあります。

あと、下に書いています、産地を「その他」と記載しているということで、先ほど3カ国以上のものは「その他」と表示させてもらっているのですけれども、「その他」と書きますと、余り数はないのですが、やはり問い合わせはあります。

ですから、「その他」表示でもどうかな、大括り表示はどうかなというのは、ちょっと問題があるのかなとは思っていますけれども、問い合わせはあります。

あと、QRコードのホームページの産地のアクセスなのでも、年間20万件以上です。これが多いか少ないかというのはちょっと何とも言えないのですけれども、ホームページにアクセスする全体の1%ぐらいが産地のところにアクセスしてくる方がいます。QRコードで書いてあるのですけれども、逆に、QRコードではわかりにくいという問い合わせはないです。お年寄りの方が、これではわからないからちゃんと表示しろという問い合わせはなくて、QRコードに対しては、あまり今は問題がないのかなと社内では感じております。

以上になります。報告を終わります。

○森光座長 田熊委員、どうもありがとうございました。

続きまして、武石委員、よろしくお願ひいたします。

○武石委員 食品産業センターの武石でございます。

私どものセンターは、食品事業者の業種横断的な団体という位置づけでございます。

資料に従って説明させていただきます。

2ページ、「1. 加工食品の原料原産地表示について」ということで、食品業界全体としてのスタンスを書いてございます。特に3パラグラフ目のところにアンダーラインを引

いてございますが、この問題は、非常に関係者にとって十分な理解が得られるよう、実態を踏まえた議論が必要だと考えております。

検討に当たっては、過去の経緯も踏まえて、個別品目ごとの事情にも十分配慮した上でバランスのとれた議論が必要だと考えております。

具体的には、3ページ以降、12項目につきまして「2. 原料原産地表示拡大の検討で配慮すべき事項」を整理しております。

1番目に書かれてございますのは、食品産業は国産農畜水産物の最大の需要者であるということでございます。その下のグラフにも書いてございますように、国産農畜水産物の3分の2が食品産業向けであり、食品産業としては、国産農畜水産物の最大の需要者ということで、国民に対して「周年」「必要な量を」「安定した品質・価格」の食料品として供給する責務を有してございまして、原材料の安定確保が課題であります。

4ページでございます。

先ほどどこかの社でお話がございましたが、今、実は海外展開が食品産業は盛んでございまして、アジアを中心に数がふえております。こういった状況の中で国産製造の製品のみ原料原産地表示を義務づけることによって、事業者サイドにおきまして、表示の煩雑さを避けるため、輸入原材料の使用を優先したり、あるいは、海外展開を助長するおそれがあります。ということで、かえって国産農畜水産物の最大の販路を狭める懸念があるのではないかと考えております。

もう一枚めくっていただきまして、消費者ニーズという視点でございます。2-(3)でございますが、アンダーラインを引いてございますように、ニーズの正確な把握が必要であると考えております。加工品、加工度によって、そうしたニーズはかなり違うのではないかと考えております。特にその理由の確認が必要であると考えております。

前回の検討会でも紹介いたしましたが、企業に寄せられたお客様相談の数値を見ますと、加工食品の原料原産地表示のお問い合わせはわずかということで、前回の検討会の時点で調べた、平成24年1月の調査のときは、下のグラフのように、1%でございました。直近時点で同じような手法で大手から聞き取った数字は平均2%ぐらいということで、この間で1%がふえておりますが、これは前回の調査が原発前の調査ということで、ふえたのは主にその原発関係だと考えております。

6ページでございます。

食品業界は、実は中小零細事業者が多数でございます。99%が中小零細事業者でございまして、そういった中小零細事業者は、地域の中で大きな役割を占めているということが、下の円グラフと右側の出荷額のグラフを見てとればわかると思います。

そういった中で表示の義務化がコストの増高となり、経営に打撃を与えるということと、偽装に当たっては、直罰規定が設けられて、中小の方にも厳しい措置が待っているということでございます。

7ページでございますが、輸入原材料の原料原産地情報のトレースが難しいことを、こ

れも過去の検討会の資料をベースに、果実ジュースの例をとって紹介しております。

先ほど伊藤園さんからもお話がありましたように、時々に応じて、その果汁の需給状況は変わってきますので、原産国も変わりますし、国内の状況も変わります。海外メーカーのつくった果汁と国産の果汁を混ぜながら果実ジュースはできていくわけですので、そういった点でトレースがかなり難しいという実態がございます。

8ページ、9ページですが、産地切りかえへの対応ということで書いてございます。これも過去の検討会の資料を使わせていただいております。加工食品は、どうしても通年で価格と品質を一定に保つために原料原産地の切りかえが必要になってきます。特に切りかえの多い食品では、その棒グラフのある一番下の枠で囲った下の●を見ていただければ、平均して6.5回ぐらいあるという数も、過去の一元化検討会のデータから見てとれます。

どうしてそう切りかえるかといいますと、理由は、当然ながら災害ということが大きいのですが、それ以外にも価格の話ですとか品質の話で切りかえが行われているといった状況でございます。

さらに10ページを見ていただきますと、表示スペースの確保の困難性を挙げてございます。これは写真を撮って載せたので、少し見にくくて恐縮ですが、少子高齢化や単身世帯の増加によって商品の小型が進む中で、さらに義務表示項目をふやすことになると、表示が細くなって読みにくくなるという、これはメーカーの実感でございます。ここに書いてございますように、冷凍食品からお菓子から、今は表示項目がふえておりますので、そこにさらに大括りであっても項目がふえれば表示が見にくくなっていくということだと思っております。

11ページでございます。

国際基準との整合性、これも前回お話しいたしましたが、原料原産地表示を広範に義務づけている国はほとんどなく、日本と韓国のみということだと思っておりますが、コーデックスの中では、原料原産地は表示すべき項目に入っていないということで、コーデックスの記載が下に書いてございます。「原産国」ということで、どこの国でつくったかということだけは世界標準として表示する義務の基準になってはいますが、それ以上のどこの原料を使ってつくったのかというところまでは国際基準にはなっていないというところをぜひ御理解いただきたいと思っております。

もう一枚めくっていただきますと、TPPによる食品企業の競争激化ということでございます。実は生産者の方も非常に厳しい状況に置かれているのですが、今回のTPPで加工食品の多品目にわたって関税が撤廃されております。

その表に書いてございますように、キャンディ、チョコレートから始まって、食用加工油脂、これは主なものだけでございますが、これにつきまして、段階的あるいは即時撤廃といったものがございます。こういった中で外国製品との競争が激化し、経営環境の悪化が懸念されている状況でございます。

もう一枚めくっていただきますと、今度は自主回収リスクの増大と食品ロスが増大とい

うこととございます。最近、残念ながら異物混入等の問題がなかなか払拭されないということで、食品業界では自主回収ということが頻繁に行われております。さらにここに原料原産地表示が義務化されることになると、単純な表示ミスの原因とした食品回収が増加し、食品ロスの問題を生じるおそれがあると懸念しております。

下のグラフの黄色いところが、いわゆる期限表示以外の不適切な表示に基づく自主回収ということとございまして、これもメーカーにとっては大きな負担となっております。

1つめくっていただきますと、いわゆる大括り表示ということで、第2回の検討会で消費者委員や生産者委員の方から提案のあった、主な原料に対して「国産」「外国産（又は輸入）」等とする大括り表示については、以下の3点のことから問題があるのではないかと考えております。

(1)は、先ほど幾つかのメーカーの方からもお話があったように、「特定国の原材料でないことを知りたい」というのが実は消費者の真のニーズであると考えておきまして、それに応えることにはならないこと。

(2)は、メーカーにとって大きな話なのですが、やはり原材料の切りかえが頻繁にあるといった場合に、実務上、非常に難しい。コスト増もあり、その表示の実行可能性は極めて低い。

*で書いてございますが、例えば、1つの原料に関して「国産」「国産、外国産」「外国産、国産」「外国産」の4つの印刷済みの包材が必要となりまして、表示の対象の原料が2種類ならば、4掛ける4で16種類もの包材が必要になってきます。アイテム数がふえれば、それだけまたふえていくということで、表示ミスの可能性が高まっていきます。

(3)として、外国産を単に排斥する表示と受け取られかねないという国際的な問題もあると懸念しております。

15ページでございます。

これが切実な話なのですが、新食品表示基準が導入されてわずか1年でございます。

昨年4月に新食品表示基準が導入されてから、まだ1年が経過するのみでございます。一般用の加工食品の表示に関しましては、一定の経過期間があるわけですが、現在、事業者は新基準に沿った切りかえに鋭意取り組んでいるところでございまして、そこにまたさらなるルールの変更があると混乱を来すのではないかと懸念しております。

16ページでございます。

いろいろと12項目ほど懸念材料を掲げたわけですが、最後に、どうするのかということで、消費者の認知度向上の取り組みを推進することが必要ではないかと懸念しております。

国産の農畜水産物に対する消費者の認知度向上を図り、国産品の利用拡大に資する観点から、表示の義務づけありきではなく、以下のような取り組みを総合的に推進することが必要であるとして、4項目ほどを掲げてございます。

既に制度としてある強調表示を活用する。自主的に既に行われているガイドライン策定

を促進する。先ほど伊藤園さんからもありましたように、インターネット等の情報技術を駆使した自主的な情報提供を充実していく。さらには、GI制度を活用する。こういった点で、自主的な取り組みの促進がまずは重要ではないかと考えております。

以上でございます。

○森光座長 武石委員、どうもありがとうございました。

それでは、最後になります。富松委員、よろしく願いいたします。

○富松委員 味の素の品質保証部の富松でございます。

本日は、「味の素グループ国内食品におけるお客様への情報開示に関する取り組み」につきまして紹介させていただきます。

2ページ目をごらんください。これは味の素グループの品質方針です。

最初の1と2をごらんください。「お客様の要望に真摯に耳を傾ける」「適切な情報を積極的に提供する」の品質方針に基づいて、お客様の声の中から、お客様の知りたいことを優先順位を持って表示をし、またはホームページ上に公開してまいりました。

次のページをごらんください。

「味の素株式会社の加工食品の表示概要」について、御説明したいと思います。

パッケージには、現時点で原料原産地は表示しておりませんが、ホームページ上では原料規格書で保証されたレベルで主要な原料の原産地を表示しております。また、お問い合わせでは、原料規格書の情報に基づいて、産地情報をお答えしております。

次のページをごらんください。

2つグラフがありますが、上のグラフは、過去10年間の加工食品へのお問い合わせの推移を示しております。これは冷凍食品を含んでおりません。

2015年度の原料原産地に関するお問い合わせは、私たちの商品の加工度が高いせい、お問い合わせの全体の0.8%程度にとどまっております。

また、事故、事件、例えば、ミートホープや原発事故、こういったことが起こりますと、原料原産地に対するお問い合わせがふえる傾向があることがわかります。

下側のグラフは、2015年度の原料原産地に関するお問い合わせの内訳でございます。ある特定の国かどうかというお問い合わせ、それから、放射能に関すること、これが全体の半分以上を占めております。

冷食の情報がここには書いておりませんが、冷食は2015年度、お問い合わせ全体の2.1%が原料原産地に関する情報でした。

次のページをごらんください。

私たちは、いただいたお客様の声に応じて、商品の表示を改善してまいりました。2つの図がありますが、上側の図は2007年に「Cook Do」チンジャオロウスウのパッケージ改定時の裏面表示の新旧比較です。

(1)に書いてあるように、つくり方に関しまして、お客様の声に従って、カット野菜の絵や重要な工程の強調を加えました。

(2) では、アレルギーがわかりやすいように、一覧表をこのように加えました。

(3) では、キサンタンやデキストリンといったわかりにくい言葉がありますので、それに説明を加えました。

(4) では、お客様相談センターの連絡先をわかりやすくいたしました。いずれもお客様の声に基づいた対応です。

下の図では、「Cook Do」ガリバタチキンの例ですが、(5) では、カロリーや塩分が気になるお客様がいらっしゃいましたので、調理後のエネルギーと食塩相当量の目安を表示しております。

次のページをごらんください。

その結果、これが現在の「Cook Do」のパッケージの概要です。

パッケージは、主に3つのことを表示しております。黒で示しておりますところが、法定表示です。青で示しておりますのが、私たちがお客様に商品の価値をお伝えするための表示です。赤で示しておりますものが、お客様の「知りたい」にお答えする表示、すなわち、お客様の声に対応した表示です。

このように、既にお客様の「知りたい」にお答えする表示に多くのスペースを割いていることがおわかりいただけるかと思います。

原料原産地表示は、現時点ではホームページ上に記載しております。パッケージに表示していない理由は、表示スペースの問題もありますが、商品に表示する場合には、その中身を正確にあらわす必要があり、表示と中身に齟齬があってはならないということで、ホームページでの紹介にとどめております。

次のページをお願いします。

これはホームページ上の情報の抜粋です。主な原産地の情報につきましては、十分に確認いたしました原料規格書の情報に基づいて、可能性のある原産国を並べて表記しております。原料の切りかえ等によって、ここの表示とホームページの情報が一致しない場合があります。例えば、バターについて、ここに「日本、オーストラリア」と書いてありますが、物によっては、国産バター100%でオーストラリア産を含まないということが発生します。

また、原料原産地について電話でお問い合わせをいただくことがあります。例えば、私たちは、「A国またはB国産のものを使っています」という回答をしており、現時点でほぼ全てのお客様がこの回答で御納得いただいております。

次のページをお願いします。

ここからは、味の素冷凍食品の原料原産地情報開示について御説明いたします。

調理冷凍食品には、東京都条例というものがあまして、原料原産地に関する情報開示が義務づけられております。

次のページをごらんください。

東京都条例では、調理冷凍食品の原産地情報をパッケージもしくはホームページへ表記

あるいは電話等を介してお客様に提供することが義務づけられております。

味の素冷凍食品の現時点での対応状況ですが、加工食品と同じ理由で、パッケージに原料原産地を表示してはおりません。また、ホームページ上でも前年の購入実績に基づいて原産地を並べて表示している状況です。個々の商品の正確な原料原産地情報は、お客様相談室へのお問い合わせで対応しております。

次のページをごらんください。

これは、味の素冷凍食品の農畜水産原料の調達仕組みです。食の安全を保証するために、使用する農畜水産原料について、国産もしくは、ごく一部の例外を除いて、外国の指定農場のものを使っておりまして、指定農場は、ここに書いてあるような詳細な検討の上で選定しております。

次のページは、味の素冷凍食品が販売するエビシューマイのパッケージです。

(1) のところにこういう記載がしてあります。「※主要な原材料の産地については、味の素冷凍食品（株）ホームページ、お客様相談室にお問い合わせください」。

下の(3) のところに、お客様相談室へのアクセス方法がわかりやすく記載してあります。

(2) に戻っていただいて、このスペースには、賞味期限とお問合せ番号が印字されます。製造工程の最後に、全ての商品のお問合せ番号をカメラで撮影し、その画像を保管いたします。このお問合せ番号から製造時間がわかり、製造時間からロット情報、ロット情報から原料原産地情報がわかる仕組みになっております。

次のページをごらんください。

これはホームページの情報の抜粋です。このホームページ上の情報は、原料原産地を前年の購入実績に基づいて記載しております。詳細を知りたい場合には、この枠の下のほうに「こちら」と赤で書いてありますけれども、ここをクリックしますと、その下に書いてある3つのアクセス方法が出てきます。これに従ってお問い合わせをいただければ、詳細がわかる仕組みになっております。

次のページをごらんください。

私たちは、QRコードでつながったトレーサビリティの仕組みを持ち、また先ほど申し上げたカメラによるお問合せ番号の画像のデータベースを組み合わせまして、原料原産地情報の早見表を作成し、これをお客様相談室に提示して、それによってお客様のお問い合わせに対応しているのが現状です。

これまでの説明をまとめます。

最後のページをごらんください。

私たちは、食の安全の基礎となるトレースバックができる仕組みをつくってまいりました。またこれを活用して、できる限り情報を提供するように努めてまいりました。

しかし、今まで説明してきたように、原料の切りかえ等の対応が容易ではなく、正確に個々の商品の原産地情報を表示することが難しいことから、パッケージへの原料原産地の

表示には至っておりません。

私たちにとっても非常にハードルが高く、中小の方々の実行可能性を考えますと、やはり直罰規定を避ける、それから、可能性表示等による柔軟な制度を検討していかないと、この制度の導入は難しいのではないかと考えております。

以上です。

○森光座長 富松委員、どうもありがとうございました。

これで7名の方の委員から御発言をいただきまして、意見が出そろいました。

ここで時間をとらせていただきまして、皆様から御質問、御意見等をいただきたいと思います。御意見、御質問等がある方は、挙手にてよろしく願いいたします。

どうぞ、よろしく願いいたします。

○永田委員 全相協の永田です。

今、お話を伺っておりましたら、消費者が原料原産地表示を求めるニーズとして、消費者は特定の国でないことを知りたいという言葉が出てきたと思うのですが、消費者が原料原産地表示を求める動機というか、ニーズとしては、こればかりではなくて、まずはその製品の品質を知りたいということがあると思うのです。

それから、何か、国単位でトラブルが生じたときに、自分の食べているまたは購入している食品の原産国を確認したいという気持ちもあると思います。

例えば、表示が大括り表示の場合、「外国産」という表示をした場合は、ホームページ等で国名がすぐに確認できる。そういう仕組みがあれば、自分が買ったものが、今、その国で問題が起きているけれども、その国の原材料を使った製品ではないのだなということが確認できるということがあるかなと思います。

それから、私たちは、お金を出して商品を買うことしか支援ということはできないのですが、何よりもやはり国の農林水産業を支援したいという気持ちはあるわけなのです。TPPの問題もありまして、日本の第1次産業がなくなってしまうのは困るのです。これは結果として非常に私たちにとっても大きな不利益であると考えている消費者がたくさんいると思うのです。

そういうこともあって、原料原産地表示を求めたい、ニーズとしたいということがあると思いますので、以上を御理解いただければと思って発言させていただきました。

○森光座長 永田委員、どうもありがとうございます。

消費者側の御意見として伺っておきます。

よろしく願いいたします。

○市川委員 きょうは、消費者側の御意見と事業者側の御意見をたくさん聞かせていただきまして、ありがとうございました。

特に印象的だったのは、まず、事業者側のほうで、自主的な取り組みをされていること、それが少しずつその取り組みの内容も広がっているという印象を持っております。

それから、先ほど毛利委員から生産意欲を持てることが大事ですという御発言がありま

した。そういう御発言をいただきながらも、ただ、自主的な表示の取り組みをされている業者ほど業績がよいのだということもおっしゃっております。

つまり、自主的な取り組みがいかに大事かということ表現しているのではないかと、示唆しているのではないかと考えております。

また、消費者側の岩岡委員からも、大括り表示のあたりのことが幾つか述べられました。私は、岩岡委員が述べられました意見に対して非常に共感を持っております。この原料原産地表示の大括り表示を認めた場合、本当に消費者が知りたいことにその表示が答えるのかということについては、疑問を持っています。

この大括り表示というものが、いわゆる導入する以前の検討会など、共同会議などで取りまとめられたときに、導入することも適切とは考えられるという表現はありますが、その後が大事だと思います。その後にかかれていたことは、大括り表示などは、その適用に当たっては、表示の意義であるとか必要性も含めて、十分な検討が必要としっかり書かれておりますので、ここは安易に議論を進めるべきではなく、慎重に進めることが大事だと思っております。

消費者は、国産の表示を求めているというのは、それはある程度私も理解ができます。ただ、現状、消費者が国産を選ぶことができないのかということ、決してそうではありません。現在、任意表示という形で国産というものを表示している食品は結構あると思っております。ぜひその現状をしっかりと把握した上で検討を進めていただきたいと思っております。

この大括り表示については、確かにぱっと見はわかりやすいという印象がありますけれども、しかし、少しでも国産を使えば「国産、輸入」という表示ができるとなると、本当にそれは全く世界中という意味になってしまうので、消費者の自主的な選択に資するという意味においては、私はこの大括り表示は意味をなさないと考えております。

以上です。

○森光座長 市川委員、どうもありがとうございました。

このほか、御意見、御要望等がございましたら、お願いいたします。

よろしくお願いいたします。

○武石委員 きょう、まだ説明のない資料で、消費者調査の話ですとか、事業者調査の結果については、この場で説明されて、それについて何か質疑応答をさせていただく時間を設けていただいているのでしょうか。ちょっと確認させていただきたいと思っております。

○森光座長 事務局のほうから、お願いいたします。

○船田食品表示企画課課長補佐 この後、消費者庁と農林水産省のほうでやった調査報告をさせていただきますけれども、その後に若干の質疑応答の時間を設けます。

○森光座長 よろしく申し上げます。

○齊藤委員 お2人の委員にちょっと御質問をさせていただきたいと思っております。

まず、岩岡委員、御説明をありがとうございました。1点お聞かせいただきたいのは、御説明の一番目の資料の真ん中ほど、消費者ニーズを把握した上で検討を進めるべきとい

う最後の部分で、原料原産地表示の拡大は、優先すべき課題であるか否かの確認が必要だと。むしろ、これ以上に優先すべき課題があるのではないかと読み取れる表現かなと思っていたのですが、もしお考えがあればお聞かせいただきたいというのが1点であります。

それから、櫛委員の御説明の中で、任意表示を積極的に進めるという御発言があったように伺いましたけれども、特にチェーンストア協会なのか、御所属のライフコーポレーションなのかはわかりませんが、現在、そういう意味で、任意表示の可能性としてはどんなことが考えられるのか。もしそういうお考えの具体的なことがおありであれば、お教えいただきたいと思います。

○森光座長 齊藤委員、どうもありがとうございます。

では、岩岡委員、もしこういうものに関するお考え等がありましたら、よろしく願いいたします。

○岩岡委員 資料の一番最後のところにつけましたけれども、これは一般と学生としか分かれておりませんが、それぞれの年齢ですとか立場とか、いろいろな違いで要望も違ってくるのではないかとということがここでは読み取れますので、消費者庁さんの今回の調査も、全体ではこうだというだけみたいな感じなので、もうちょっとどういう分け方があるのかというのは私もちょっとわかりませんが、そういうことも含めて実態をもう少し見えるようにしていくと、限られた表示スペースでありますし、あるいは、ホームページ等でいろいろとやっていることも、今、お聞かせいただきましたけれども、コストもかかることですので、どういう消費者がどういう要望を持っているのかというのをきちんと把握することが大切なのではないかという思いで発言させていただきました。

○森光座長 櫛委員、続きまして、任意表示に関するあたりでよろしく願いいたします。

○櫛委員 お客様の要望として、特定国のものを購入したくないけれども、商品に使用されているかどうかわからないのでというお声をいただいたときには、これは〇〇国産の原料を使っていますということで、店内に表示する。生鮮などは産地直送とかということで非常にいい品質のものを鮮度よく届けますみたいなことをやっているのですが、同様に加工食品で原材料が品質にまで影響があるようなものについては、店内に、例えば、何々地区のミカンを使った新鮮なジュースですといった表示をすることで、先ほど出ていました生産者の方の努力みたいなことをお客様にお伝えでき、購買が進むようなことをしたいという意味で答えました。

○森光座長 ありがとうございます。

そのほか、ここにおいて、まずは7名の方の御意見を伺った上で、御意見または御質問等がございましたら、よろしく願いいたします。

金井委員、お願いいたします。

○金井委員 全中の金井です。

今回、伊藤園様も味の素様も非常にしっかり表示していただいているということがよくわかりました。他にもQRコード、相談窓口、表示などいろいろな技術的な工夫をされてい

るということもわかりました。

そして、できるのだなど率直に思いました。大括り表示など技術的に非常に難しい部分もあるかもしれませんが、これはできるなど。会社の事業規模の問題もあるのかもしれませんが、できるなど思いました。全てのものができるかできないかという議論で言えば、『できる』ということではないでしょうか。

それから、食品産業センターの武石さんの資料で、大括り表示は特定の国の原材料でないことが知りたいということが真のニーズだとありますけれども、真のニーズということに対して、しっかり、味の素様や、伊藤園様は応えているのだということがわかりました。さらに解決すべき技術的課題があるとすれば、具体的にいかなるものがあるのか教えていただければと思います。よろしく申し上げます。

○森光座長 富松委員のほう、よろしくお願ひいたします。

○富松委員 先ほどの話の繰り返しになりますが、パッケージに表示するという事は、中身と表示に齟齬があってはいけないということです。そうすると、パッケージに表示する、即ち全く齟齬がないようにするためには、大変な労力を払い表示を設計しなくてはならないということです。

これは、動的トレーサビリティが十分にできている会社でも相当難しいことで、対応の方法は2つしかありません。一つは、表示の順番が変わるタイミングに合わせて切りかえるパッケージを準備することです。これは膨大なパッケージの在庫が必要になりますし、包材メーカーさんにも相当な御迷惑がかかります。

もう一つの方法は、都度、パッケージに動的トレーサビリティの情報を印字することですが、比較的大きなスペースに賞味期限を打つだけでも、賞味期限印字ミスを生じたり、枠からはみ出したり、ずれたり、印字がかすれたりし、たびたび再包装を余儀なくされています。それを原料原産地でやろうとすると、技術的には相当難しいと思います。

それでも、おっしゃるとおり、法律になれば、私たちは何とかするのでしょうが、私たちではなくて、私たちも日頃おつき合いしていただいています中小の会社の方々に果たしてそれができるでしょうか。

私たちは、時間をかけてある程度のトレーサビリティシステムをつくっています。それでも十分には原料原産地表示に対応ができていません。これからつくろうとする方々は相当なコストが必要になってきます。一概に否定するわけではないのですが、食品業界にはいろいろなプレーヤーがいらっしゃいます。もう少し大きく見てあげないといけないのではないのでしょうか。

○森光座長 ありがとうございます。

ほぼ時間ですが、その他、御意見は。

よろしくお願ひいたします。

○長屋委員 全漁連の長屋でございます。

この原産国表示には、消費者の方々は、いろいろな目的といいますか、想いを持ってそ

れを見られるのだと思いますが、一つの事例として、国産のものを食べたいという非常にシンプルな要望を持ってこの原産国表示を見られている場合に、先ほどいろいろとお話がありましたけれども、任意表示ということで、どこまでそれがかなえられるのかということについては、先ほど市川委員も言われましたように、実態をちゃんと把握していただくことも必要かと思えます。任意表示でそういう一つの消費者の非常にシンプルな要望にどこまで応えられるのかということについては、しっかりと検証していただきたいと思えます。

○森光座長 ありがとうございます。

この後、まだ資料の説明等がありますので、そこをまた含めました議論をされるということで、ここまですを少し簡単にサマライズさせていただきますと、岩岡委員のほうからは、5つの項目に分けて、やはり今後消費者と消費者団体から広く意見を聞いてほしいという、大括りを含めて各問題点をゆっくりと慎重に考えてほしいと。

生産者サイドであります近藤委員のほうからは、品目ごとに少し精査して、やはり温度差がいろいろとあります。基本的には全ての品目を対象に検討してほしいという要旨がありました。

毛利委員からも、生産者の立場でございますが、ぜひ拡大のほうを進めてほしいという旨の意見がございました。毛利委員からの中では、特に産直などの例も含めまして、実際に任意で行っているといったお話もあったと思えます。

事業者サイドのほうでは、実際に櫛委員のほうからは、拡大に向けてということで、スーパー等の場合ですと、実際には販売者であり製造者であるという両面を持っていらっしゃるの、自主的な取り組みのほかに、義務化に関するコストがやはりかからないような方法、また、そういった自主的な取り組みをこれからよく精査した上で進めていこうという意見がありました。

業者さんの中で、特に田熊委員のほうから出ましたのが、自社で行われている例が挙げられまして、具体的な情報提供の取り組みやお客様からの情報を皆さんが知る機会になりました。

武石委員のほうからは、実際にはこういう現状を踏まえた中で、表示の義務づけありきという方向ではなく、自主的なガイドラインの策定等を踏まえて、国産原材料の促進という、消費者が求めていく上での認知度の向上に取り組んでほしいという御意見がありました。

また、富松委員のほうからは、田熊委員と同様に、自社で行われております取り組み、原料原産地表示の現状についてお話をいただきました。中でも印象的だったのは、やはり大手さんでも大変である、パッケージというスペースの中でも大変であることを義務化した場合に、その方策がとても大きな話題であるとする、中小企業等における負担が大きいのではないかと。そういった意味で、全体が網羅できるニーズをしっかりと考えてほしいということで御意見をいただきました。

質問等は、永田委員、市川委員、武石委員、齊藤委員、金井委員、長屋委員のほうからございました。

現在、大括りに関してはどのような問題点があるかというのは、確かに印象がそれぞれにありますし、その一方で、任意だけで走ってしまうと、実行しなくていいのかといういろいろな問題点がある。何をもってこういったところを進めていくかというところが、一番消費者にとって有意な情報になるかを考えていこうということに、本日の意見は終始していると思います。

では、続きまして、この意見のほうは事務局のほうで精査していただくとしまして、議題の3に行きます。

事業者の調査、先ほど武石委員のほうからも質問がありました「消費者に対する調査について」に移りたいと思います。消費者庁、農林水産省で進めていきたいと思いますので、御報告いただきます。

では、2つの調査につきまして、事務局より御説明をお願いいたします。

○船田食品表示企画課課長補佐 消費者庁の食品表示企画課の船田でございます。

私のほうから、消費者庁が実施しました「消費者に対する調査について」を御説明いたします。

資料1をごらんください。

1 ページ目でございます。

1 回目の検討会で調査をしますということはお示ししているところですが、消費者庁では一般消費者を対象としたウェブアンケート調査を実施しております。

対象は、20歳以上の男女の3,000人になっております。

アンケート実施期間が、3月4日から3月11日までの1週間でございます。

2 ページ目、加工食品を購入する際、参考としている表示項目について御質問しております。

その中で、加工食品を購入する際に、原料原産地名について参考になっているかどうかということをお質問しているところでございます。特に原料原産地名を見ますと、23年度も同様の調査をやっておりますが、23年度の段階では原料原産地名とちょっと項目名は違いますが、67.9%であったものが、今回の調査では「いつも参考にしている」と「ときどき参考にしている」と合わせると76.8%という結果になっておりまして、引き続き消費者の関心は高いという状況でございます。

3 ページ目、これは御参考に、今回、原料原産地の表示項目だけではなくて、それ以外の表示項目についてもアンケートをしております。これは23年度の調査と同様の項目について調査しておりまして、その比較となります。左側が今回の調査、右側が23年度の調査という形になっています。

見ていただくと、原料原産地関係の表示項目、結構上位のほうに位置していることがわかるということでございます。

4 ページ目、原料原産地表示を参考にするかどうかと伺いますか、今後、加工食品を購入する際の商品情報としまして、どの程度原料原産地表示を参考にしていくのかということで聞いておりますが、「これまでどおり参考にする」または「これまで以上に参考にする」という方を合わせると76.0%ということで、結構参考にする方が多いという結果になっております。

5 ページ目、参考にする場合ですけれども、原料原産地を参考にする理由と伺いますか、どういったことを消費者は見ているのかということでございますが、「原料が国産のものを選びたい」という選択肢を選んだ方は65.4%、国産のものを消費者は選びたいというところが見てとれるかなということでございます。次に「原料が特定の原産国のものを選びたい又は選びたくない」と答えた方が39.0%いるという結果になっております。

6 ページ目、産地情報を入手する際の手段ということでお聞きしております。

結果を見ていただくと、「食品に表示されている表示を確認」は、消費者の方は当然だと思っておりますけれども、92.6%の方は直接食品の表示を見て確認する。それ以外には「ホームページを見る」「販売店に聞く」「お客様相談室に問い合わせる」というのがあるのですが、ホームページが18.1%、販売店が7.6%で、お客様相談室に聞くというのが3.2%という状況になっております。

今後、原料原産地表示を検討して拡大することになった場合には、先ほどもいろいろと御意見が出ておりますけれども、メーカー側が表示ラベルの改版ですとか、いろいろとコストがかかってくるかということが想定されます。

その場合、食品メーカーも企業努力としまして価格転嫁にならないよう努力するとは思われますけれども、仮にコスト負担が価格転嫁につながるような場合はどう考えますかということをお聞きしております。

コスト負担の商品への価格転嫁ですけれども、今回のアンケート結果では、商品が値上げされることは避けるべきというのが64.4%という結果になっております。

一方、表示拡大のためにコスト増となることは仕方がない、表示が充実されるのであれば、そのために商品が値上げされることはある程度認められるという方が34.7%おりました。

8 ページ目、この認められるという方の中で、許容範囲をお聞きしております。どれくらいの値上げであれば許容できるかということをお聞きしたところ、「5%未満」とお答えになった方が75.0%ということで、10%未満と合わせると、ほとんどの方が10%未満であれば許容されるという結果になっております。

消費者に対する調査については、以上でございます。

○大久保消費者行政課課長補佐 引き続きまして、農林水産省消費者行政課の大久保でございますが、私のほうから「事業者に対する調査について」を御説明させていただきます。

お手元の資料2という資料でございます。

1 ページ目でございますが、今回、この事業者に対する調査でございますけれども、調

査時期はことしの2月9日から3月18日にかけて、食品事業者の方、主に工場、一部本社に伺ってという部分がございますが、主に工場に直接農林水産省の職員が複数でお邪魔させていただいて、ヒアリングを中心とした調査を実施してございます。

調査内容でございますが、まず、事前に調査票をお渡ししております、そこに記入していただくという事前調査票による調査と、あわせて、その場で口頭で事業者の関係者の方から聞き取りをした調査を同時に行っております。

次、2ページ目でございます。

事前調査票で御記入いただいた調査の結果を取りまとめたものでございます。

まず、今回の調査対象の工場数、事業所数でございますが、今回、38事業所にお邪魔してございます。

この対象でございますが、若干前後して恐縮ですけれども、お邪魔した事業所の取り扱っている品目につきまして御紹介させていただいているのが9ページでございます。合計で19品目になります。こちらの38カ所の事業所のほうにお邪魔しております。この調査対象数の38事業所でございますが、調査の対象とすれば必ずしも十分と言えない可能性もございまして、限られた日程の中で可能な限りやらせていただいたという結果でございます。

したがって、この結果につきましても一定の範囲での方向性を示しているものとして御理解いただきますようお願いいたします。

この38事業所のうち、この事前調査票に対して御回答いただいたのが33事業所になっております。

3ページ目でございますが、この事前調査票において御記入いただいた調査内容でございますけれども、それぞれの事業所ごとに、そこで生産されている商品の、生産数量が上位3位までの商品について、重量比が上位2位までの原料の原産国とその割合を御記入いただくような調査になってございます。

したがって、御回答いただいた33の事業所で、生産数量上位3位までという商品になりますので、御回答いただいた商品数とすれば、単純に計算すると99になるのですが、一つの事業所様におかれては、一つの商品のみのお返事でしたので、2つほど減らしまして97商品というのが今回の取りまとめの対象となる商品数になります。

4ページ目でございます。

この御回答いただいた内容を取りまとめたものでございますが、まず最初に、この97商品に対して使用している原料の原産国の数をまとめたものでございます。これは商品ごとに原料の上位2位までに使われている原産国数をカウントしたものでございます。したがって、2つある原料の多いほうをカウントしてその商品の原料の国数として数えております。また、対象は2年間を対象としてお聞きしておりますので、これもその2年のうちの国数が多いほうをカウントしてございます。

結果といたしましては、複数国を使っている商品それぞれ、これだけの国数が使われておりました、逆に言うと、単数、1カ国だけという商品が25%であったという結果になっ

ております。

5 ページ目でございます。

今度は、原料の産地につきまして、国産と外国産という観点で併用している状況について分類して集計しております。

まずは左側の表でございますが、これは原料の産地、国産と外国産につきまして、国産のみまたは外国産のみという商品、それから、国産と外国産を両方使っていますよという商品を計上しております。それぞれどちらか一方のみというのが66商品、それから、両方使っています、併用しておりますというものが31商品という結果になってございます。

次、右側の表でございますが、この併用している31商品のそれぞれに使われている原料に着目して、それぞれの原料ごとに併用の状態を集計したものでございます。ここでも31商品の上位2位というところでこの原料を見ますと、併用しているのが33原料について国産と外国産が併用されている。

併用の形としては、その下に注意書きをしてございますが、国産のみを使用しているまたは外国産のみと、シーズンによって変わりますという併用の形態もございまして、国産と外国産を混合しているという併用のパターン、両方がございまして、これらを含めて併用として計上してございます。

次、6 ページ目でございますが、今度はその併用になりました33の原料の内訳、どういった原料が併用されていたのかというものを集計したものでございます。ここにグラフとしてお示ししておりますとおり、国産と外国産を併用していた原料として多かったのは、タマネギ、魚、豚肉、小麦が意見数的には多かった。

その他といたしましては、ニンジン、ネーブルオレンジ、鶏肉、乳製品、砂糖、トマトペースト、精米、ラッキョウ加工品というものが原料として併用されている原料であったということでございます。

ちなみにこの括弧内に書いてありますのは、それぞれの原料が使われていた商品名を記載させていただいております。

7 ページは、今度はその場での口頭での聞き取り結果をまとめたものでございます。

8 ページでございますが、工場での口頭での聞き取り調査に当たりますと、まずは原料原産地表示の実行可能性を探るために複数の質問をしておりますけれども、まず最初に、国別の表示が可能という御回答をいただいた事業所様に対しては、その後、いわば国産または外国産の表示であれば可能ですか等の質問は、それ以上は行っていない。要は、国別表示が可能という回答があれば、そこでその事業者の方は質問を終了していることになっております。

逆に、なかなか難しいという御回答をいただいた場合には、引き続き、どのような方法であれば可能かということを重ねて質問しているという結果になっております。

9 ページでございます。

先ほど範囲のところでお説明いたしましたが、38カ所の品目数19という事業所様に今回

お邪魔しております。

右上に従業員数別分布というグラフもつけてございますが、今回お邪魔した事業所様のほう、これは主に工場の従業員数が不明の場合には、企業全体の従業員数で計上している部分もございしますが、なるべく大手の方から規模の小さい方を広範囲にお伺いするような形で、大手から中小まで選定させていただいているということでございます。

10ページ目でございます。

聞き取りした御意見をこの10ページ以降にまとめてございますが、まず最初に、原料原産地表示、国別に表示する場合の実効可能性について最初にお聞きしてございます。こちらで、まず、主な意見としていただいた御意見を記載させておりますが、ここではいただいた御意見を可能な限りこちらにまとめさせていただいておりますけれども、場合によっては、お聞きした内容をその場限りでとってお聞きした内容もでございます。

そういった意味もありまして、ここは主な意見となっておりますが、なるべく可能な限りここで御紹介させていただいております。

あわせて、ここからの調査の取りまとめで、注として書いておりますが、「対応困難」であるとか「対応可能」であるとか「実現可能性が高い」というグルーピングをしてここで御紹介させていただいております。

ただし、このグルーピングは私どもの判断でこれを取りまとめる際に行ったものでございまして、必ずしも調査対象者の御判断でここに分類されているものではないので、御注意いただきたいと思っております。

また、それぞれの御意見が業界全体の意見を示すものではないことに御留意いただきたいと思っております。

まずは国別の表示でございますが、主な意見として、まず、困難または一部原料を除いて困難とするような回答をお送りいただいております。

次に、既に対応済みまたは対応可能とするという御回答もいただいております。

あとは、その他としても御報告いただいております。

それぞれの意見を御紹介したいところですが、ちょっと説明時間に限りがございますので、恐縮ですが、改めてごらんいただきたいと思っております。

11ページでございますが、こちらでは、国ごとの表示が困難であるという御回答をいただいた方に対して、大括り表示、「国産又は外国産」という表示に対してのお考えを聞いております。

それに対しての御回答でございますが、主な意見といたしましては、原料によっては可能であるなど、実現可能性が高まるという趣旨での御回答、それから、使用割合順を問わない。要は、外国産と国産の順番を問わないということであれば、実現可能性が高まるという内容の御回答、あとそれ以外の御回答というものをいただいております。

12ページでございます。

こちらのほうでは、原料原産地表示につきまして「又は表示」、「A国又はB国」とい

う表示をする場合の実行可能性についてお聞きしております。

こちらでは、右上に注としておりますが、聞き取りに際しまして、国別表示、要は国名を「又は」表示でつなげる場合という御趣旨でのお話と、大括り表示、要は「国産又は外国産」という表示になろうかと思っておりますが、そういった大括りでの「又は表示」という前提を置いた場合とがちょっと混在しております。

それぞれ御回答いただいた方が、どちらを念頭に置いたかというのがちょっと混在しておりますので、そこを御注意してお読みいただきたいと思います。

ここでは、主な意見といたしまして実現可能性が高まるという内容での御回答、対応はやはり困難だという御回答、大括り表示、「又は表示」であれば実現可能性が高まるという御回答、その他の御回答というものをいただいております。

13ページでは、中間加工地表示が認められた場合の実行可能性について御意見をいただいております。

こちらは、中間加工地表示でございますが、この表の下に※印で注意書きを書いておりますが、「中間加工地表示」とは、最終製品を製造する工場において、生鮮状態の原料を使用するのではなくて、他社において、一次加工されたもの（濃縮果汁など）を原料として使用する場合に、その一次加工された原料の製造地を表示することを指しております。

この中間加工地表示につきましては、主な意見といたしまして、認められれば実現可能性が高まるという御回答、さらには、やはり困難だという御回答、それ以外の御回答をいただいております。

14ページでは、包材の発注単位、どうしても表示をいろいろと変える際には、包材の切りかえというのが問題になるということがございますので、今、実際のところ、包材の発注の単位や切りかえの頻度、また、その場合のコストについてお聞きしております。

これに対しての主な意見として、発注の頻度でございますが、右側に棒グラフにして工場数ごとの御回答の分布を示しております。

このグラフでいきますと、大体1カ月以内というところに一番多い御回答をいただいておりますが、ここに示されたとおり、毎日というものから、大体年の単位というところまでいろいろな発注の頻度が示されてございます。

消費期間でございますが、その発注された包材をどれだけの期間で消費されるかと。これも御回答の内容はそれぞれございますが、短ければ1週間という御回答がございました。生産量の少ないものであれば、3年から4年かけてという御回答もいただいております。あとは、商品の見直しは、要は、包材そのものを見直すタイミングはどういったタイミングかという御質問もしてございます。

15ページでは、容器包装以外の表示、ある意味では、自主的な取り組み等の実施状況についてお聞きしてございます。

主な意見といたしましては、既にホームページ等、お客様相談窓口等で御対応しているという御回答、それから、ホームページでの表示が認められれば実現可能性が高まるとい

う御回答、さらに、ホームページでの対応もやはり困難だという御回答をいただいております。

16ページは、御参考といたしまして、先ほどまでの38の事業者とは別に、包材メーカーに対してのヒアリングも1社だけ行っております。そこでのヒアリングの概要を参考としてこちらにまとめてございます。

この場合、ペットボトル飲料の包材印刷メーカーにお邪魔して聞き取り調査を行っております。こちらでは、受注への対応なり受注単位なりというところでお聞きしております。

一番最後、その他といたしまして、多くの食品メーカーは改版を気にすることは少なく、包材が残ることによる処分のための費用を気にしているのではないかという御意見をここでいただいております。

私のほうからの説明は、以上でございます。

○森光座長 ありがとうございます。

ただいま2つの調査、消費者調査と事業者調査の御報告が、それぞれからございました。ここでまた時間を設けさせていただきまして、御質疑等または御意見等がございましたら、先ほど議事2で委員からの御意見、また、前回、委員からの御意見がありました。そういったことをぜひ反すうした上でも構いませんので、御意見、御質問等がございましたらよろしく願いいたします。

よろしく願いいたします。

○夏目委員 御説明ありがとうございます。

資料1の「消費者に対する調査について」は、前回の調査をほぼ同様のものを行っておりますので、全体として多少67.9から76.8%までふえたというところはございますけれども、その個別の内容につきましては、やっぱり消費者はいろいろなお考えを持っているなということはこれから読み取れるとは思いますが、だからといって、消費者がこの原料原産地表示の拡大を望んでいないかという、そこに結論づけてしまうのは難しいかなと思います。

私どもの全国地域婦人団体連絡協議会も岩岡さんの消団連に加盟しておりますけれども、消団連の中でもさまざまな団体としての意見がありまして、必ずしも慎重というところばかりではなく、逆にもっと全ての品目に義務表示をと主張する団体もございますし、団体の中でもさまざまでございます。

したがって、それから見ましても、消費者そのものの考え方もさまざまだということは当然のことかと思えます。

ですけれども、消費者が商品を選択する上での表示というのは大きなツールでございますので、できるだけ拡大をしていただきたいということは多くの消費者が望んでいるだろうと思います。

特に、今回の調査につきましては、資料2の事業者に対する調査について、大変すばらしい調査をしていただいたかなと思います。これまでここまで踏み込んだ調査というのは、

余り出てこなかったとっておきまして、業界を代表するものではないというコメントがつけられてはありましたけれども、協力いただいた事業者の方々に本当に御礼を申し上げたいですし、これを短期間で取りまとめた農水省の事務方におかれましては、本当に御尽力に感謝を申し上げたいと思います。

特に事業者に対する調査について、実行可能性のところまで踏み込んで調査されたというのが非常に大きいかと思います。これまで長い間この原料原産地表示の拡大について議論をしてきましたときに、一番大きな課題はやはり事業者の実行可能性というところが大きな課題であったと思います。

ですから、そこにポイントを絞って調査をして、また事業者の方々からそれに対するお考えが出されたというのは画期的なことだろうと思います。

工夫すれば可能、やはり難しいとか、さまざまな御意見はありますけれども、一歩進んで議論をする資料をいただいたとっておきしますので、これをしっかり読み取って、今後の議論に生かしていきたいなと私自身は思ったところでございます。

詳細につきましては、一つ一つコメントはできませんので、大括りの感想でございます。

○森光座長 夏目委員、御意見をありがとうございます。

そのほか、いかがでしょうか。

よろしく申し上げます。

○市川委員 消費者の意向調査、それから、事業者の調査、大変興味深い内容を調査していただきまして、ありがとうございます。

事業者の調査報告をお聞きして、実行可能性というところで、大括り表示であったり、可能性表示であったり、いろいろな表示を取り入れることで、表示の可能性は高まるということはある程度理解をすることができます。

ただ、そういう方法によって得られた情報というものが、本当に消費者の自主的な選択に資するかどうかというのは別問題だと思います。

確かに、消費者に対する調査では、原料原産地表示を望むという意向は確かに高い割合で出ております。

ただ、この消費者調査の5ページを見ると、この原料原産地表示を参考にする理由というところで、国産を選びたいという方が65.4%、その次の情報が結構意味のあるものだと思っていて、原料が特定の原産国のものを選びたいまたは選びたくない、これが約40%あります。

このグラフを見ると、左側の国産を選びたいという人の、これは複数回答ですから、国産を選びたい人の65.4%の中の約4割は実は特定の国を避けたいのだというグラフの読み方もできるわけです。そうすると、そのような消費者の意向に沿える表示になるのかというポイントは、私は非常に重要だと思います。

消費者が自主的に商品選択をするためのそういう情報を得たいという消費者のニーズに応えるという意味において、例えば、大括り表示であったり、可能性表示であったりする

のが、本当にそういうものに答えてくれるのかどうかというところをきちんと議論して検討していただきたいと思います。

○森光座長 市川委員、どうもありがとうございました。

そのほか、御意見等はありませんでしょうか。

齊藤委員、よろしく申し上げます。

○齊藤委員 深読みをしないで素直に調査資料を読ませていただきますと、まず、一般的に原料原産地の表示というのは、消費者として欲しがっている情報としては受けとめられるのだらうと思います。

今回の事業者に対する調査は、大変私は興味深いなと思って拝見させていただきましたが、4ページ、5ページに出てくるわけでありましてけれども、限られた事業者数ではありますけれども、97商品の中で、1カ国、2カ国の原材料、これはあわせて50%を超えているのです。しかも3カ国まで入れると、約7割近いところが3カ国以内の原材料でおさまっているというのが興味深い点。

5ページにいきますと、97品目のうちで国産のみなのか、もしくは外国産のみなのかと、約7割のところはどちらかだと答えているわけです。そうすると、可能性とすると、非常に高い可能性がここから期待できると普通は読み取るのではないかと思います。

後ろのほうでいろいろとできない理由が書かれておまして、これは事業者団体からお話がありますように、さまざまな条件がありますので、できないことはたくさんあるのだらうと承知をいたします。

しかし、できるほうの可能性からいうと、今、申し上げたように、この調査に限ってみると、相当高い可能性もまた読み取れるのではないかと。義務化という、できないところも含めてということで難しい問題はありますけれども、できるところから始めるという事業者団体の御努力をも含めれば、一定程度の方向性というものは見えてくる。これは義務化しなければできないということはどうするかという問題はあるにしても、可能性としては非常に高いものが今回の調査で見えてとれるのではないかと考えます。

○森光座長 齊藤委員、ありがとうございます。

そのほか、いかがでしょうか。

私も、座長として勝手に直感で物を言っは申しわけありませんが、先ほど金井委員の、ざっと見たときに、あ、できるのだなという印象を、前回に引き続き、やはり思っております。

国の数もしかり、ただ、大事なのは永田委員が少し言われたように、見た表示が、決してある特定の国という情報ばかりでもなく、私なども、1次産業を維持する、そういう皆さんの、国産を愛するという言い方は変ですが、守ろうという意思もある。

そして、任意表示で頑張らせて、国産を逆に任意表示で、武器にするという言い方は変ですけども、櫛さんのほうからございましたように、そういったところを努力されている。

そういう中で、最終的に齊藤委員が言われたように、何もない情報のところよりも、市川委員の言うように、できたらそれが本当に解決し得るような、選択に耐え得るような、そうでなければつくった意味がないといったような表示の拡大というのを目指すべきではないかという意見にだんだん集約している。

もしくは、それ以降でまたそういったところをまた考えていかなければならないということをしりまめさせていただいて、ちょうど時間が少し迫っております、そのほか特にこの場で、今、確実にお話ししたいことがなければ、議事を移したいと思います。

武石委員、お願いします。

○武石委員 きょう参考資料で配られておりました「原料原産地情報の表示方法について」という資料3でございますが、これは恐らく大括り表示についてのわかりやすい説明ということにつけられていると承知しておりますが、これは資料の作成の時点が21年の共同会議のときのものを参考にされておりますが、その後、実は前回の検討会でも報告されていきますように、消費者委員会の中の表示部会でさらに子細な検討がされて、一定のメリット・デメリットを含めた整理がされておりますので、どうしてこういう古い時点のものを出してこられたのが若干疑問ということで、できれば、もう少し新しい時点のものを整理されたほうがいいのかというのが1点と、消費者動向の調査は非常にしっかりやられたということで評価したいと思います、できれば前回と同じような調査項目に従ってやっていただいて、もう少し比較できるような調査にしてほしかったなというところ、とりわけ、国産を強調した質問をずっと続けているのではなくて、前回と同様に客観的に全体の消費者ニーズが比較できるような調査にさせていただきたかったというのが1点。

最後、事業者調査につきましては、これも短期間で非常に御苦労さまで言いたいのですが、できればもう少し具体的な数値がわかるような整理を、大企業、中小企業別あるいは項目別に、どういった回答があったのかというのを少し数量的に把握できるような整理をしていただきたいなと思います。

以上でございます。

○森光座長 御意見のほうをお願いいたします。

○赤崎食品表示企画課長 事務局でございます。

今からお手元の資料3、4、5の御説明をさせていただき、質疑応答もあります。

その中で、今、委員からお話のありました資料3の原料原産地表示情報の表示方法の御説明もさせていただきます。

なお、今、委員のほうから、この資料については平成21年時点のもので古いのではないかという問題提起がございましたけれども、この点につきましては、この大括り表示を含めた新しい表示の検討を、以前からこういう検討の場で問題提起をされて、検討が行われてきた経緯がございます。その中で、この平成21年のお手元の資料は、比較的論点を深く掘り下げて整理をしたものということで、まずはこれを御紹介させていただこうと。

委員が言われましたように、この後に、またいろいろな検討の場で、メリット・デメリ

ットを説明した経緯もございます。今後は、そういうものも含めて議論をいただきたいと思っております。

まず、その点だけは事務局からお伝えさせていただきます。

○森光座長 その点を含めまして、議事4「その他」に入らせていただきます。

前回、各委員から質問が出た件につきまして、金井委員及び事務局より御説明があるということですので、まず、金井委員のほうからお願いいたします。

○金井委員 齊藤委員からの御質問で、冠表示について追加して説明を、という御要望をいただいたので、簡単に御説明申し上げます。

冠表示であります。東京都条例の「商品名にその名称が付された原材料」の考え方を準用しております。

基本は、消費者の知る権利、つまり、誤認の防止とか、知りたい情報を優先的に出すということに合わせるためにやっているわけでありまして。

主な表示基準は、繰り返しになりますけれども、原則全ての加工食品について、原材料に占める重量の割合が上位2位まで、かつ、重量の割合が5%以上の原料を対象にしています。

1枚お開きいただきまして、表示例であります。

商品名「ローズポークのアヒージョ」というものがありまして、これはポーク、つまり豚肉はそもそも重量順第1位であり、重量割合も5%を大きく上回っておりますので、これは表示対象になっています。

一方「にんにくポンズ」は前回もご紹介しましたが、ニンニクは重量順位は第9位で、重量割合も5%に満たないため、重量割合の基準からはもれてしまいます。

ただ、これはただのポン酢ではなくて「にんにく」を入れたポン酢であり、消費者は「にんにく」という言葉に着目して選択しているわけでありまして、やはり商品名に冠した原料については、商品の特性を決める重要な要素として重量割合にかかわらず表示対象としているわけでありまして。

以上でございます。

○森光座長 では、お願いいたします。

○船田食品表示企画課課長補佐 消費者庁の船田でございます。

私のほうからは、ちょっと時間が押しておりますので、資料3、4、5を続けて御説明させていただきます。

まず、資料3「原料原産地情報の表示方法について」をごらんください。

先ほど課長からも御説明があったように、新たなといいますか、今までいろいろと検討がなされてきている中で、ここに書かれている可能性表示ですかと、大括り表示、加工地表示というものを取り上げたのが平成21年8月だったということで、それを参考にこの資料をつくらせていただいております。

前回も御説明しておりますが、課題が3つありますということと、それに対応する可能

性表示、大括り表示、加工地表示があるということでございます。

2 ページも、21年8月のときにお示しされていた資料をもとにつくっているものでございます。

ゴマの場合ですけれども、ゴマの原産地は結構たくさんあります。それを現行の原料原産地表示を義務づけた場合の表示例というのが、真ん中の例1、例2、例3のようになるということでございます。これではなかなか事業者対応は難しいので、その表示方法のイメージということで今回お示ししているとお考えください。

右側の上の欄ですけれども、可能性表示で全ての国を「又は」でつなぎますと、これだけ表示スペースを要する形になってしまいます。

その下の大括り表示にしますと、輸入品だけを使っていれば「ごま（輸入）」で、その下、国産も使っているのであれば、例えば「ごま（輸入、国産）」という表示になります。この辺は先ほど委員の方からちょっと問題もあるのではないかと出ていますので、今後の検討の中でやっていくこととなります。

3 ページ目、中間加工品の表示の仕方でございます。

今回、リンゴ果汁を一つ例に挙げています。これも21年8月の表示の共同会議のときに示された資料から持ってきております。

リンゴ果汁は、加工地がドイツで、原料原産地、要は、リンゴの産地が不明という場合にはどういう形になるかということなのですけれども、リンゴの産地が書けなくなってしまう。この場合どうするかということで、右側を見ていただくと、「ドイツ」という書き方が考えられます。ただ、これではリンゴの産地なのか、果汁をつくったところの産地なのかわからないので「ドイツ加工」と表示するのが適当ではないかということでございます。

4 ページ目、21年8月当時のメリット・デメリットを整理しています。報告書の中から抜粋しまして、それを表形式にして見やすくしたものでございます。

メリットとしましては、課題1、2、3、それぞれありますけれども、それが解決できることになっておりますが、デメリットのほうを見ていただきますと、可能性表示、先ほどからもいろいろと御意見が出ていますけれども、A国、B国、C国という形でつなげた場合に、A国が使われていない場合の商品であれば、表示と内容に不一致が生じてしまう。

大括り表示ですけれども、大括り表示のデメリットとしましては、どの国でつくられた原材料が使われているのかまで知りたいという消費者の要望にまでは応え切れないという情報になっているということでございます。

あと、中間加工品でございますけれども、先ほど申しましたように、原料の産地なのか、加工地なのか誤認されないように注意する必要があるということでございます。

5 ページ目、これも当時の報告書の中のまとめという部分を抜粋したものでございます。当時の位置づけとしましては、可能性表示につきましては導入することは不適切という形で位置づけられていました。一方、大括り表示、輸入中間加工品の原料原産国表示につい

ては、導入することが適切という形で書かれておりますけれども、その後の議論で、その適用に当たっては、表示の意義、必要性も含め、十分な検討が要ることになっております。

6 ページ、7 ページは、1 回目につけた資料からの抜粋でございますので、後で見ただければと思います。

資料4に移らせていただきます。

「海外の原料原産地表示制度」ということで御説明させていただきます。

1 ページ目を開いていただきますと、表示の国際ルールとしましては、コーデックス規格があるわけですが、原料原産地表示については、今のところ、コーデックスの規格はございません。今、ルール化されている国、原料原産地表示の義務づけがあるのは日本と韓国だけという形になっています。

それに近いような形で、オーストラリア、EUというところをちょっと御紹介させていただきますけれども、国名を義務づけているというのとはちょっと異なるのですが、オーストラリアの場合ですと、そこに書いてありますように、①主要原材料がオーストラリア産で、かつ製造過程も全てオーストラリアで行われている食品については「Product of Australia」と、これは純然たるオーストラリア産ということであればこう書ける。

一方、輸入原料と国産原料を混ぜて使う場合には、②のところなのですが、②「Manufactured in Australia」、一応オーストラリアの中ではつくられているのですが、国産と輸入、両方使っているのですよということを示しなさいという形になっており、これが大括り表示のようなものとなっております。

一方、EUも、品目で、オリーブオイルなどは絞った場所及びオリーブの収穫地を表示する必要があるという規則があります。

有機食品に限らせていただくのですが、有機食品の農業原材料が、EUの中なのか、EUの外のものも使っているのかということ、そこに書いてあります「EU agriculture」「non-EU agriculture」「EU/non-EU agriculture」という表示がルートとしてあります。

アメリカでございますけれども、加工食品の原料原産地表示の制度は今のところはないと承知しております。

めくっていただいて、今、義務化されているのは日本と韓国と申しましたけれども、韓国のルールも、これは26年当時の調査の結果なので、今はまたさらに基準が変わっているということなのですが、26年当時ということで御紹介させていただきます。

対象品目はほぼ全加工食品、表示の対象原材料でございますけれども、重量割合で2位までを書く。商品名等に強調表示した原料が冠表示ということでございます。これらが表示の対象となっている。

表示の方法としましては、国名を書くというのは同じでして、輸入原料にあつては原産国名を書く。これも同様です。

ただ、先ほど2カ国まで書くということなので、原産地が2カ国以上あるときのルールは日本とはちょっと異なります。

韓国の場合ですと、基本的に上位2つまでの産地と割合を書く。中国産50%、ベトナム産30%という書き方になる。

あと、混合割合が頻繁に変わるときは、この割合を省略できる。さらに頻繁に変わる場合には、輸入産、これが大括り表示という形になってしまいますが、こういったものも認めています。

さらに、基準の中には、中間加工地、先ほどの中間加工品原料の場合の表示を解消するためのルールも入っているということでございます。

3ページ、4ページは表示の例ということになりますので、後ほどごらんいただければと思います。

資料5「加工食品の原料原産地表示に対する要望」でございます。

第2回目のときに、農林水産省のほうから生産者と事業者については御紹介させていただいているところですが、現在、農水省、消費者庁のほうにもいろいろと要望が来ておりますので、それを追加したという形でここに資料を示させていただいています。

1ページ目が、生産者団体ということでお示ししております。これは前回とほぼ変わっていません。

2ページ目、生産者団体その他ということで、ここで足されているのはどこかといいますと、例えば、日本農業法人協会とか、全国果樹研究連合会カンキツ部会とか、その下のノリ関係の各漁協とか漁連の関係とか、こういったものが出されております。

一方、右側、事業者団体もいろいろと来ておまして、食産センターとパン工業会は前回お示ししておりますが、製粉協会ですとか、全国蒲鉾水産加工業協同組合連合会、あと全日本菓子協会ですとか、こういったところが出されている状況でございます。

3ページ目、さらに消費者団体のほうからも幾つか来ております。市民ネットワーク、兵庫県消費者団体連絡協議会、北海道消費者協会、あと主婦連合会から要望が来ております。

さらに、地方6団体とか、めくっていただいて、地方自治体、こういったところからもいろいろと要望が挙がってきているところがございます。

以上、私のほうからの説明を終わります。

○森光座長 金井委員及び船田補佐、どうもありがとうございました。

予定の時刻を過ぎてしまいましたけれども、私のほうの進行が悪くておわび申し上げます。

ここでもし御意見等または質疑等がありましたら、資料をいただきましたので、御意見がありましたらよろしく願いいたします。

池戸委員、お願いいたします。

○池戸委員 ありがとうございます。

前回と今回で各消費者のほうの要望とかニーズ、あるいは、事業者サイドの実行可能性とか、非常にきめ細かくいろいろな資料が出されております。それぞれが一律ではなくて

いろいろな事情を踏まえていることもよくわかりました。

特に事業者のほうは、品目によっても違うし、事業所の規模によってもかなり違うこともわかりましたので、今、私がお願いしたいのは、次回以降のお話なのですが、できるだけ細かに広範な実態がわかるような取り組みをしていただきたいということです。

特に前回と今回の中で、私自身としては、現行の基準との関係をちょっと気にしております。特に前回、長屋委員のほうから出されたノリの状況です。

非常に消費者の関心が高いということで、その中で特に業務用の割合が7割弱で60億枚ぐらい、かなりの量が使われており、そのうち国産が約9割ということでした。

多分、今の基準の中で合わせようとする、重量の割合等の2つの要件との整合性の問題が必ず出てくるのではないかと考えています。

多分、ノリ以外にもそういう対象になるようなものもあるのかもしれませんが、1つ象徴的な品目の例として、この前、ノリそのものの流通段階の実行可能性はお示いただきましたし、よくわかりましたが、実際、おにぎりとか、ノリ巻きとか、そういうものは、コンビニとか、そういうところで売られているかと思しますので、そこにおける表示の実態とか、あと実行可能性がどうかというのを、これは特に事務局のほうで調べていただいて、事務局のほうから御説明をいただきたいと思います。次回以降で結構でございますので、次の議論の一つの重要な参考になるのではないかと考えて、これはお願いでございますけれども、よろしく願いいたします。

○森光座長 池戸委員、どうもありがとうございました。

次回以降、またこの件に関しまして持ち越させていただきます。

このほか、よろしいでしょうか。

よろしく願いいたします。

○島崎食品表示調整担当室長 資料2の事業者の調査について、武石委員から少し注文がありました件について御了解を得たいと思うのですが、この9ページのところに、今回の調査工場の従業員数別分布というものを示しております。

武石委員のほうから、もう少し小規模だとか、規模別に分けてというお話があったのですが、御存じのように、食品工場はその品目によって規模がもともと違うというところがございます。

したがって、品目によっては比較的小さい工場の集まりになったり、別の品目は非常に大きい工場ばかりということがあったりして、なかなか大中小という判断が難しい状況です。したがって、そういうことから考えまして、ここの調査工場の従業員数別分布とさせていただきます。小さいところだからこういう意見ということがなかなか明確ににくいということを御了解いただければと考えております。

なお、調査結果は、我々としては、事務局側のコメントなどは一切排除して、そういうものをつけないで、正確な、できるだけ客観的な数字を皆さんに見ていただいて、今後の議論にさせていただこうという観点で取りまとめているところです。

その点、御了解のほどよろしくお願ひ申し上げます。

○森光座長 ありがとうございます。

以上、このような議題で参りましたので、先ほどのようにいきます。ありがとうございます。

最後に、本日の御意見ということで、板東長官及び小風局長から御発言をいただければと思います。よろしくお願ひいたします。

○板東消費者庁長官 本日も大変熱心な御議論と、最初のほうには、それぞれの委員からいろいろな情報提供も含めまして御意見をいただきまして、ありがとうございます。

先ほど座長のほうからもあるいはほかの委員からお話がありましたように、非常にいろいろな実態で、御意見も多様という点もございますので、きめ細かい実態の把握と議論をというお話もございました。これから事務局としてもそういった進め方をさせていただきたいと思っております。

また、きょうは特に実行可能性の問題につきまして、非常にいろいろな材料を、農水省あるいはそれぞれの委員からも御提供いただきましたので、こういった点もこれから議論を深めていく上で非常に参考になると思っております。

具体的な品目その他について、さらに突っ込んだ材料をというお話があったので、農水省とも協力させていただきながら、これからの議論がさらに深まっていくような形に、運営のところを座長と御相談させていただきたいと思っております。

消費者についての調査につきましては、まだこの段階のものは非常に漠然としていると申しますか、大括り的な問いになっておりますので、今後、論点が少し絞られてくる、いろいろ選択肢も絞られてくるという段階になりましたら、またもう少しきめ細かな調査をするということも可能性としてあるかと思っております。

こういう点につきましても、またこれからの御議論を踏まえまして、我々としてもいろいろな工夫をしていきたいと思っております。

どうもありがとうございます。

○森光座長 板東長官、ありがとうございます。

続きまして、小風局長、お願ひいたします。

○小風消費・安全局長 本日は、本当に多くの委員の方、特に意見開陳してくださいました委員の方々に御礼申し上げたいと思います。

今、長官からお話がありましたけれども、拡大に向けた実行可能性について具体的に検討がだんだん深まってきたと考えています。本日も、随分多くの宿題をいただきました。できるだけ次回に返していきたいと考えています。

特に池戸委員のほうから最後に御指摘がありましたがおにぎりのノリについて、また別途いろいろ検討を深めていかななくてはいけないということで、前回の検討会でも御指摘されておりますので、できるだけこれについても調べまして、可能な限り次回また材料を提供していきたいと考えております。

また、本日、要望のほうもお示しいたしました。引き続き、今日も委員の方からも、多くの事業者とか、多くの関係者、消費者も含め、多くの方からいろいろと幅広く意見を求めるべきだというお話もございました。

引き続き、要望とか、あるいは、意見とかということも、多くの関係者の方からも、農林水産省あるいは消費者庁にも提出していただきたいと思っておりますし、いただきました意見はまた委員の方々にもお示ししていきたいと考えております。

本日は、どうもありがとうございました。

○森光座長 ありがとうございました。

以上で本日の議事は終了しました。

事務局のほうから次回の検討会について御連絡をお願いします。

○赤崎食品表示企画課長 次回は、4月27日、水曜日を予定しております。

詳細につきましては、また別途御連絡いたしますが、外部の有識者の皆様のヒアリングを今は予定しております。

本日、机の上に置かせていただいております、これまでの検討会の資料のファイルつづり、要望書等のファイルつづりにつきましては、次回以降も資料を補填しながら使いますので、そのまま置いておいていただければと思いますが、要望書等について、中身をじっくり見たい、持ち帰りたいという御意見がございましたら、事務局のほうにお申し付けいただければと思っています。

○森光座長 それでは、本日の検討会を閉会させていただきます。

皆様、長時間ありがとうございました。