

第7回検討会資料3「論点についての検討方向（たたき台）」に関する意見

平成24年5月11日

食品表示一元化検討委員 森田満樹

食品表示は消費者と事業者を情報でつなぐ役割をもち、両者が必要な情報を共有し、理解することでその役割を果たせるものである。

しかし、これまでの議論は互いの理解がなかなか進まない。特に論点4の原料原産地の議論においては、一部の事業者が「原材料の特性によって正しく表示することが困難である」という科学的・合理的な説明を行い、意見交換会等における消費者側の意見は「消費者の知る権利」を主張し、拡大を求めている。

事業者が実行できない制度を義務付けることは、事業者の不正を誘発し、結果的に消費者の不利益となる。消費者の権利は尊重されるべきであるが、その主張に合理性を欠く場合には、消費者と事業者の信頼関係は築けないと、一人の消費者として考える。新しい表示制度が、消費者と事業者が理解を共有し、信頼を深め、新しい時代の消費者行政の政策になることを目指して、以下の意見を申し述べる。

1. 「論点1 食品表示の目的について」…1p・冒頭に以下を挿入

論点1の冒頭、または今後の報告書の中に、下記パラグラフの挿入して頂きたい。

食品表示は、消費者が商品選択をするための重要な指標である。事業者が消費者に適切な情報を提供することによって、消費者はその食品を知ることができ、あわせて正しい取扱いが可能となる。食品表示は消費者と事業者を情報でつなぐ役割をもち、両者が必要な情報を共有し、理解することで初めてその役割を果たせるものである。

(理由)

食品表示は消費者のためのものであることはもちろん、事業者にとっては情報伝達手段でもあり、事業者のためのものである。それぞれの役割を果たすことができなければ、結局のところ消費者の利益を実現することはできない。たたき台では、食品表示のそもそもの役割という観点が抜け落ちており、原点に立ち戻る意味でも、冒頭に上記の文節を挿入して頂きたい。

2. 「論点1 食品表示の目的について」…1p・2パラグラフを修正

たたき台の文節では、1)現在はそれぞれの制度が異なるため一元化する、2)

消費者基本法の基本理念を実現するために一元化する、という二つの異なる観点が書かれていて混乱する。なぜ、一元化をするのか。それぞれ文節を分けて、下記のように修正して頂きたい。

1) 一元的な法体系のあり方を検討することについて

これらの情報提供は、現在は、それぞれの制度の目的に沿って、個々に判断され、そして必要とされるものについて義務付けが行われている。しかし、関連法は多岐にわたり、内容が重複したり、用語の定義の解釈が異なるものもある。本検討会では、表示項目ごとに現状における課題を整理し、まとめる時間はなかったが、現在の表示制度は消費者側と事業者側、監視・執行体制側からみてわかりにくく、問題が多い点を指摘したうえで、一元的な法体系のあり方について検討を行った。

なお、報告書においては一元化に至ったこれまでの経緯について、なぜ 3 法なのかも含めてさらに詳細にまとめて頂きたい。

2) 消費者基本法の基本理念を実現するために一元化することについて

消費者基本法の理念を追加して頂きたい。

一元化される新しい法律の目的は、消費者基本法の理念を踏まえつつ検討される必要がある。この際に考えられる消費者基本法の理念とは、第 2 条の基本理念である「消費者の安全の確保や消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保など消費者の権利を尊重する」こととともに、「消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援すること」が基本となる。また、消費者基本法第 3 条以降には、国の責務、地方公共団体の責務、事業者の責務、消費者の役割が明記されている。新しい法律の目的は、これら消費者基本法の理念の一部のみを抽出するにとどまらず、すべてを総括的に踏まえたうえで、従来の関連法規の目的を網羅して、かつ簡明なものが望ましい。

(理由)

たたき台では、消費者基本法第 2 条の基本理念である「消費者の権利」のみを取り上げているが、第 2 条では「消費者が自主的かつ合理的に行動することができるような消費者の自立を支援すること」もあわせて記されている。

消費者庁が設立された際の「ハンドブック消費者 2007」によれば、時代とともに消費者の位置づけや政策手法は変化してきており、新しい消費者政策において消費者は「保護される者」から「自立した主体」として、その役割を求められているという。

食品表示に関していえば、食品表示による情報を理解して、適切に管理し

て使うことで、自らの消費者利益を確保し行動することができるのではないだろうか。また、その実現のために、行政や事業者はそれぞれの責務（消費者基本法第3条以降に記されている）を果たすことが求められ、消費者も「必要な知識を習得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に活動するよう努めなければならない(第7条)」とされている。

消費者基本法のこうした総括的な理念を踏まえ、たうえで新たな法律の目的は検討されるべきであり、消費者の権利に加えて盛り込むことを提案する。

3. 「論点1 食品表示の目的について」…2p 上から3行目を修正

「消費者基本法に示された消費者の権利を踏まえつつ」

⇒「消費者基本法に示された理念を踏まえつつ」

(理由)

・上記2)に示した通り、消費者基本法の基本理念は「消費者の権利」のみではなく、「消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援すること」が記されている。また第3条以降には国・地方自治体・事業者の責務・消費者の役割等が記されており、「消費者の権利」にこれらを全て加えると、簡明ではなくなるため総括して「理念」と置き換えてはどうか。

・または、「消費者基本法に示された消費者の権利を踏まえつつ」を削除することも考えられる。消費者基本法は食品表示の法律だけにかかる法律ではなく、上位法としての概念である。個別法に書くことになれば、他の個別法との整合性がとれなくなるのではないか。食品表示の目的そのものは、抽象的なものはそぐわず、具体的かつ簡明な方が適しているのではないか。

4. 「論点4 原料原産地表示の拡大について」6p 下から2パラグラフめ意見

国際規格との整合性については」で始まるこのパラグラフでは、CODEX 一般規格の原産国表示について触れているが、我が国では既に輸入食品の原産国名表示は義務付けられている。今、問題としているのは加工食品の原料原産地表示についてであり、CODEX では原料原産地を表示すべき項目でないとしていることを、このパラグラフでは明記すべきである。

一方、わが国では輸入された加工食品について、原料原産地表示の表示義務は無い。このため消費者は輸入品の原産国名をもって、原料原産地名と誤認するケースもある。輸入品の原料原産地表示は国際規格の整合性、貿易上の問題もあって表示されておらず、消費者は知ることはできない。

国内食品のみに原料原産地表示の義務付けが拡大することで、輸入食品の食品表示情報の格差が拡大し、あわせて食品製造現場の海外シフトが加速され

ば、消費者が様々な観点から不利益を蒙ることに留まらず、国益をも損なう懸念がある。

5. 「論点4 食品表示の目的について」 6p・下から2行目について意見

「誤認しやすい商品」については、どう整理するのか。地名＋名称（博多ラーメンなど）として表示される場合、その地名が原料原産地を想起させるのではなく、その地域の伝統的な製法を示す場合もある。

伝統的な食品をどう定義すべきか。国際的な地理的表示の保護制度、わが国における地域食品ブランド表示基準、地域団体商標制度、公正競争規約など、既にある制度との整合性の検討が求められる。また事業者の社名がその地域を示すものや、おみやげ品をどのように整理するのか、といった問題もある。

その地名が消費者を誤認させるかどうかは、消費者それぞれの歴史的、文化的、風土的、社会的認識によって差がある。伝統的に長年用いてきた表示が、消費者を誤認させるからという理由でいきなり原料原産地表示を求められても、一定の品質を維持するために複数国の原材料を常に用いるような加工度が高い原材料においては、正しい原料原産地表示が不可能なものもある。本検討会ではこの点について、時間が許す限り丁寧に整理するべきである。

以上