

消費者の信頼確保のための取組について

平成19年11月

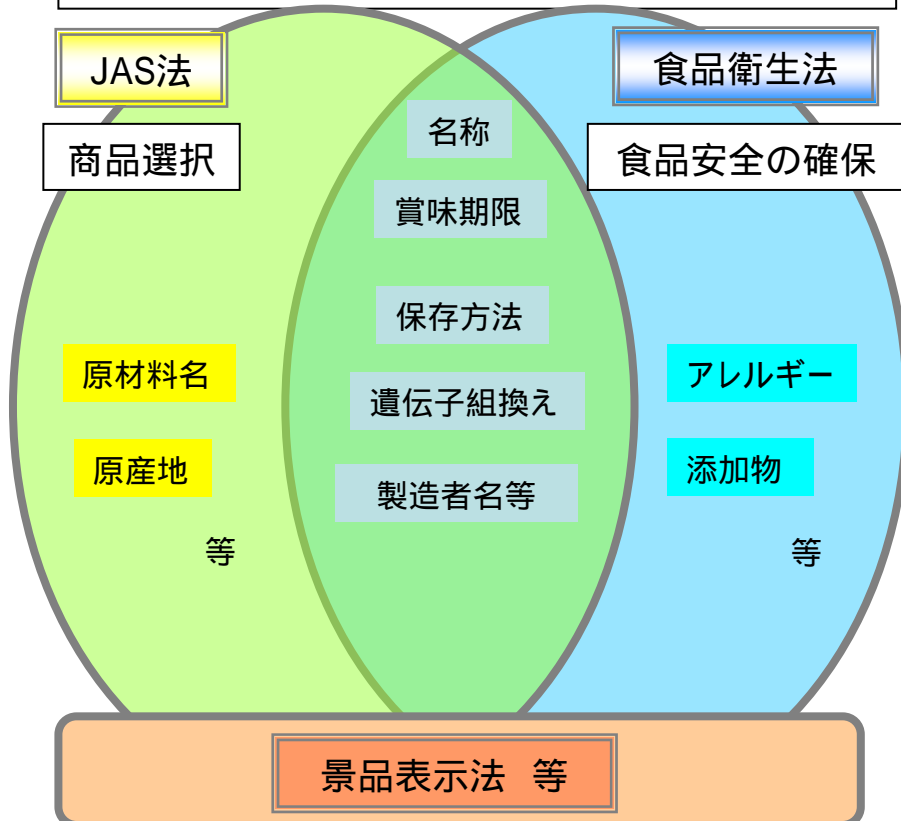
農林水産省

食品表示に関する諸制度

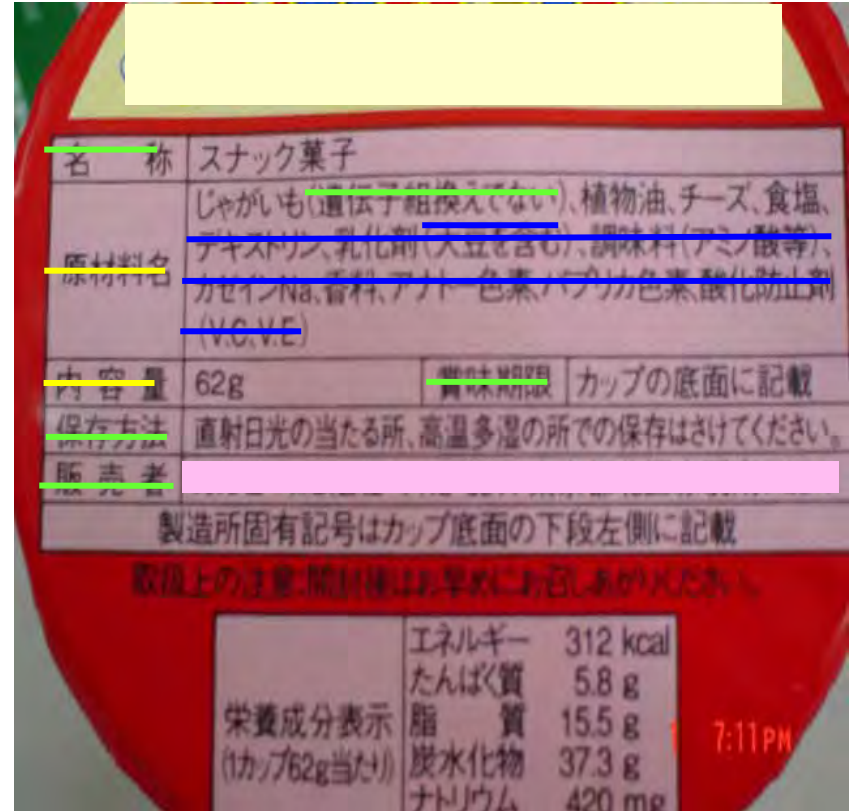
食品表示に関する主な法律には、次のようなものがあります。

- 食品衛生法…………… 飲食による衛生上の危害発生を防止すること
- JAS法…………… 原材料や原産地など品質に関する適正な表示により消費者の選択に資すること
- 景品表示法…………… 虚偽、誇大な表示を禁止すること

JAS法と食品衛生法等の関係



実際の表示例



このほか、健康増進法(健康の保持増進の効果等について虚偽誇大広告等の禁止)、不正競争防止法(不正な競争の防止)、計量法(適正な計量の実施を確保)なども食品表示に関係します。

わかりやすい食品表示のための取組

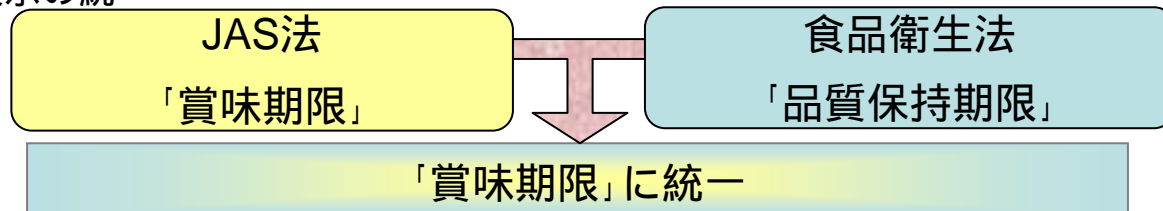
消費者の立場に立ったわかりやすい食品表示を実現するため、農林水産省と厚生労働省は「食品の表示に関する共同会議」を共同で開催するなどの取組を進めています。

わかりやすい食品表示のための取組

食品の表示に関する共同会議の開催(平成14年12月～)

・食品衛生法・JAS法に関する表示項目、表示方法等の検討を両省共同で行う審議会
消費者、事業者、学識経験者等12名の委員から構成

期限表示の統一



その他の成果、適切な期限表示のためのガイドラインの策定
加工食品の原料原産地表示を20食品群へ拡大 等を実施してきています。

共通パンフレット等による普及活動

公正取引委員会、厚生労働省及び農林水産省が合同でパンフレットを作成・普及。

～トピックス～ 期限表示について

消費期限・・・弁当、そうざい、生かきなど日持ちのしない食品(概ね5日)に表示され、腐敗、変敗等の品質の劣化に伴い安全性を欠くこととなるおそれがないと認められる期限であり、この期限を過ぎた食品を飲食することは避けるべきです。

賞味期限・・・缶詰、レトルト食品、バターなど日持ちする食品に表示され、期待される全ての品質の保持が十分に可能であると認められる期限であり、この期限を過ぎても直ちに食べられなくなるものではありません。

なお、いずれも開封前の食品を、定められた保存方法で保存したときの期限を示しています。

食品の品質表示を義務付ける制度について(JAS制度)

～牛肉の原産地表示の例～

生鮮食品

加工食品

国内で製造されたもの

外国で製造されたもの

名称と原産地の表示
を義務付け

加工度が低く生鮮食品に近い
ものを原料原産地表示の対象
(平成18年10月から義務化)

製造した国を原産国名として
表示を義務付け

国産牛もも肉
100g 円

名 称 味付け牛カルビ
原材料名 牛肉 (**豪州**)、たれ(醤油、
砂糖、にんにく、唐辛子)、
酸化防止剤(V.C)

名 称 ビーフジャーキー
原材料名 牛肉、食塩、ビーフエキス、
たん白加水分解物、香辛料、
砂糖、しょうゆ、...

豪州産
牛肩ロース肉
100g 円

内 容 量 200g
消費期限 19.3.07
保存方法 4 以下で保存して下さい。
製 造 者 食品株式会社
東京都千代田区霞ヶ関××

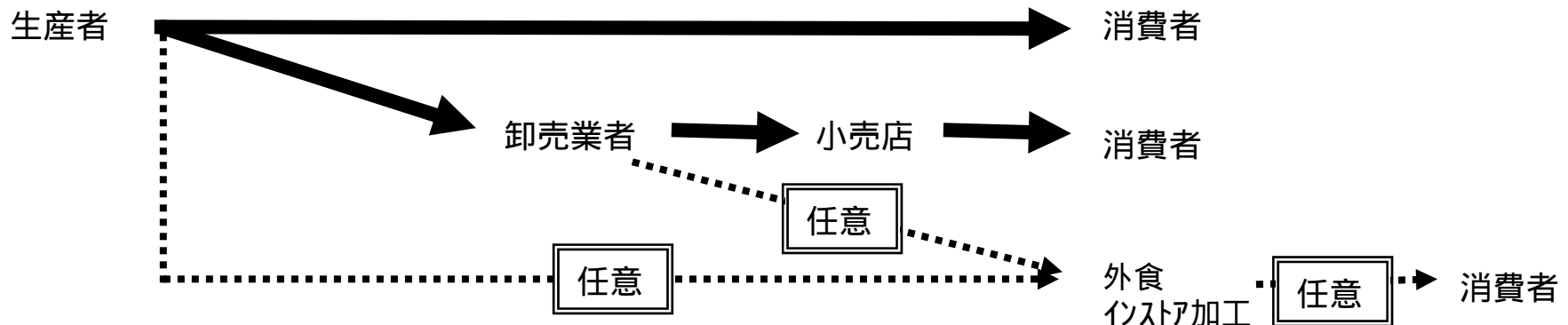
内 容 量 200g
賞味期限 19.4.01
保存方法 4 以下で保存して下さい。
原産国名 ニュージーランド
輸 入 者 物産株式会社
東京都千代田区霞ヶ関××

JAS法に基づく品質表示基準の表示義務について(生鮮食品)

生鮮食品については、小売販売業者以外の販売業者にあっても、「名称」と「原産地」を表示する必要があります。その際の表示方法については、容器包装への表示以外に、送り状、納品書等により情報を伝達することが可能です。

生鮮食品

義務表示の項目：名称、原産地、(内容量)、(販売業者名及び住所)



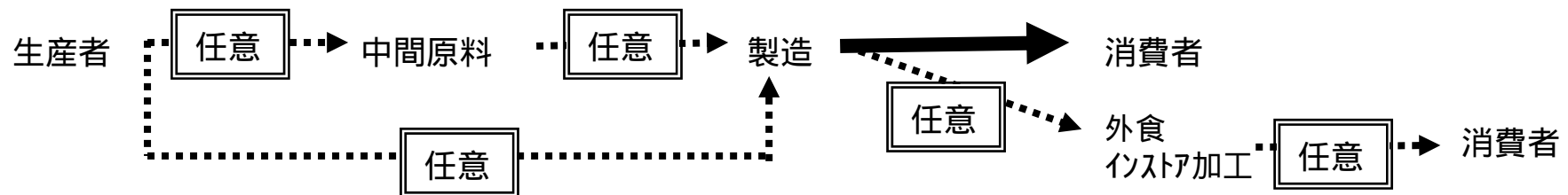
表示責任者について記載。太線が義務表示、点線が任意表示。

JAS法に基づく品質表示基準の表示義務について(加工食品)

加工食品については、名称、原材料名等の表示を義務付けていますが、製造業者等が原材料の調達から商品の出荷に至るまでの一連の製造工程を管理していることから、製造業者等に表示義務を課せば正確な表示ができるという考え方から、原料供給者間の取引を表示義務の対象としてこなかったものです。

加工食品

義務表示の項目：名称、原材料名、内容量、賞味期限、保存方法、製造業者名及び住所、(原料原産地名)、(原産国名)



表示責任者について記載。太線が義務表示、点線が任意表示。

食の安心に対する消費者の信頼確保に向けた取組

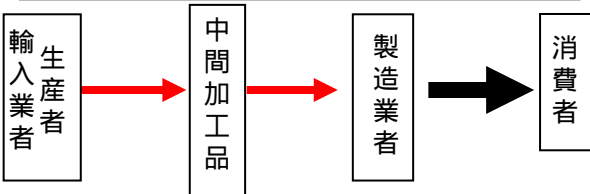
消費者の立場を最優先にした食品表示の適正化

JAS法の品質表示の 業者間取引への適用

- ・消費者の選択に資するため、全ての食品について製造業者等が守るべき品質表示基準(大臣告示)を制定。
- ・生鮮食品では、業者間取引も表示義務対象
- ・加工食品については、最終製品を製造する事業者等に義務を課せば正確な表示がなされるとの考え方から、業者間取引を表示義務の対象としてこなかったところ。



・消費者の食品表示に対する信頼向上を図るため、全ての加工食品の原料供給者との取引について表示義務を課し、不正表示の抑止力とする
(告示を改正し、4月1日から実施予定)



黒線が現行。赤線が今回の改正で義務付けを追加。

国民からの情報提供への 迅速かつ的確な対応

- ・食品表示110番の対応マニュアルの整備
- ・JAS法にかかわらず、国民からの食品表示に関する問い合わせ・情報提供(年間1万7千件)に丁寧に対応
- ・食品衛生法等他法令研修を充実し、関係機関に迅速に情報を伝達

食品表示の監視体制の強化

都道府県(保健所、JAS担当)、農政事務所、警察等との定期的な意見交換会の開催による連携の強化

広域、重大案件に対応するための食品表示GMENの設置

事業者に対する抑止力を高める観点から、抜き打ち調査に重点をおいた監視の実施

企業のコンプライアンスの徹底

経営者らトップの主体的な対応、 中小事業者への意識の浸透が重要

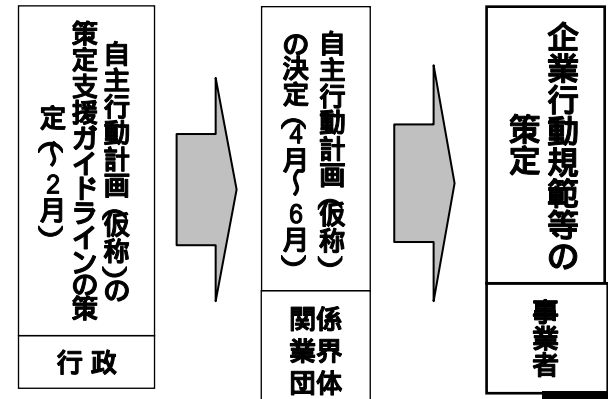
～業界団体の取組の推進～
各業界への点検検証の要請

～意識改革～
セミナーの継続的開催

意識の低い事業者に対して参加するよう積極的に働きかけ

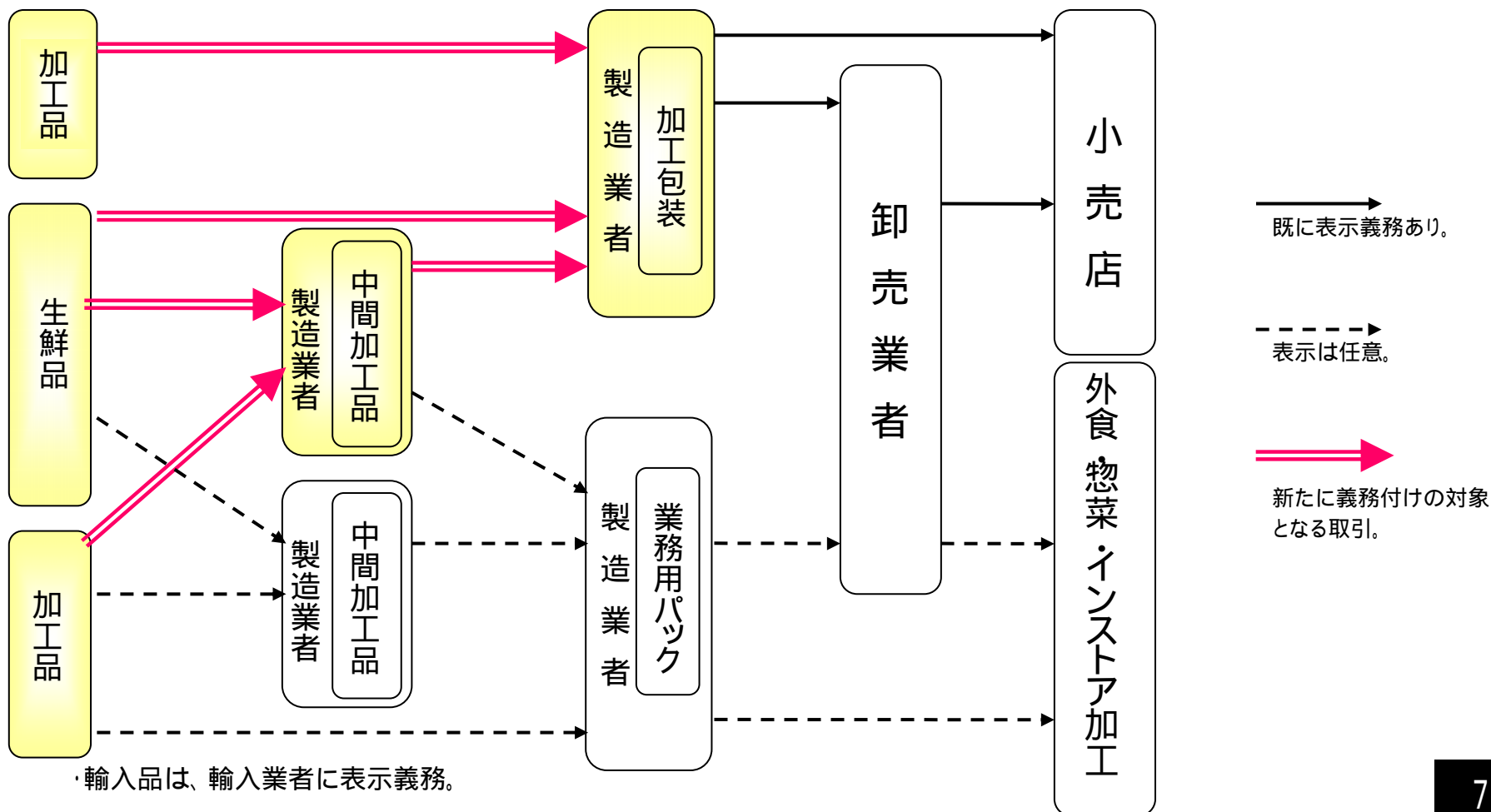
- ・農林水産省主催
トップセミナー(これまでに約4800名参加)
- ・業界団体主催セミナー

～業界団体の自主的な取組の支援～



食品業者間取引への表示義務付け

「食品の業者間取引の表示のあり方検討会」において、消費者の食品表示に対する信頼向上を図るため、加工食品の業者間取引についても、JAS法の品質表示義務を課すことが適当との取りまとめが行われました(10月31日)。4月の導入を目指して、本省、各農政局において、事務説明会を開催しているところです。



農林水産省の監視体制

農林水産省地方農政事務所等、都道府県、(独)農林水産消費安全技術センターによる監視・指導と「食品表示ウォッチャー」等の消費者の協力を得た監視により、食品表示の適正化を推進しています。

行政による監視・指導

- ・ 農林水産省では、全国の地方農政事務所等に専任の職員を配置し、小売店舗などに対し、常時、監視・指導を実施。
- ・ 都道府県においては、都道府県内の業者について監視・指導を実施。
- ・ (独)農林水産消費安全技術センターでは、加工食品の成分分析や生鮮食品のDNA分析等の科学的手法を活用した表示の監視を実施。

消費者による監視

- ・ 食品表示110番
広く国民から食品表示について情報提供を受け付けるホットラインを農林水産関係機関に設置。各都道府県にも同様に窓口を設置。
- ・ 食品表示ウォッチャー
消費者が日常の買い物の中で食品表示の状況を点検。平成19年度は全国で約5,000名を委嘱。

品質表示基準違反の場合の立入検査から罰則までの流れ

立入検査(又は任意調査)

指示
公表
是正の指示
業者名の公表

農林水産省(広域業者)
都道府県(都道府県域業者)

指示に従わなければ

命令
指示に従うよう
命令・公表

農林水産省(大臣)

命令に従わなければ

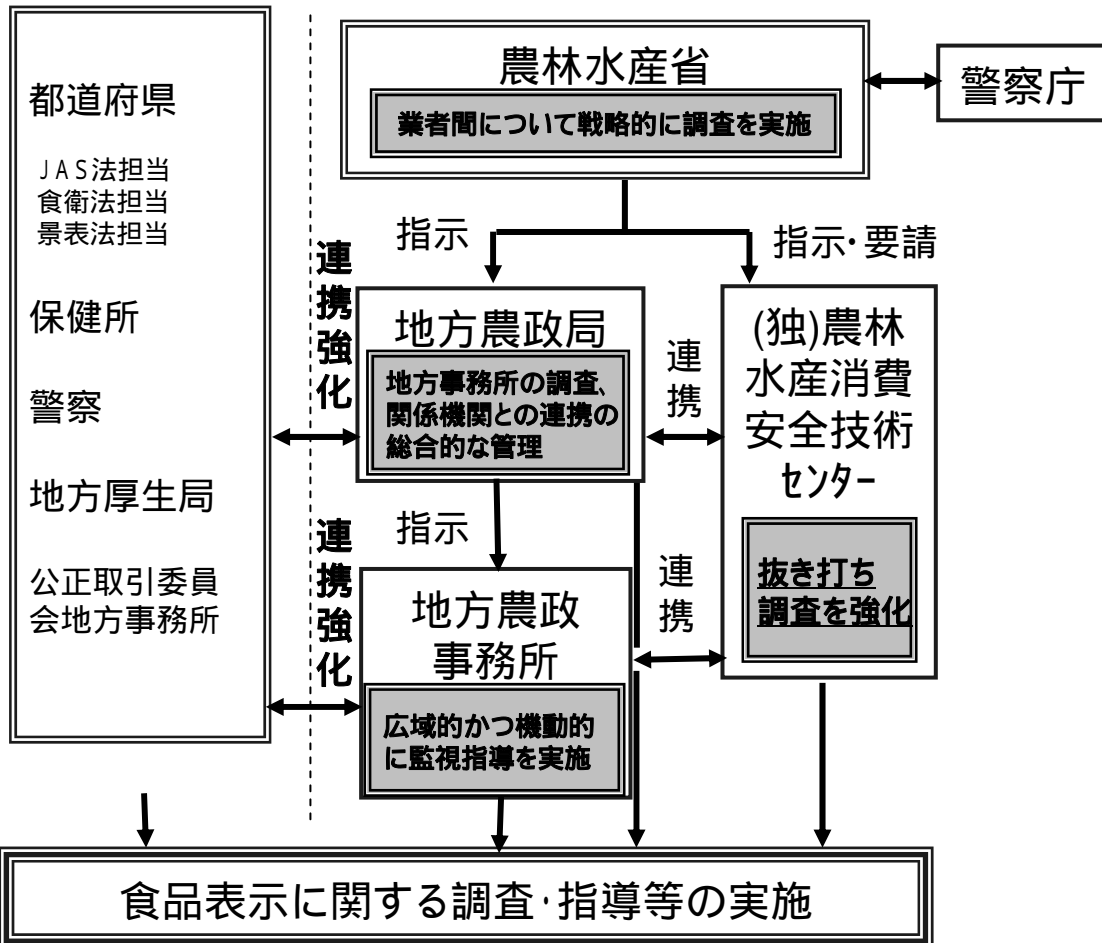
罰則

個人:1年以下の懲役又は
100万円以下の罰金
法人:1億円以下の罰金

関係機関の連携による対応

業者間取引へのJAS法の適用拡大等に伴い、保健所、警察等との連携を強化し、不適正な表示の早期是正を進めるとともに、社会的な抑止力を高めることとしています。

食品表示監視体制図



監視・指導体制の強化のポイント

都道府県(保健所、JAS担当)、
農政事務所、警察等との定期的
な意見交換会の開催による連携
の強化

広域、重大案件に対応するた
めの食品表示Gメンの設置

事業者に対する抑止力高める
観点から、抜き打ち調査に重点
をおいた監視の実施

食品事業者の取組の奨励・評価の枠組づくり

消費者ニーズが多様化・複雑化する一方、様々な手法を活用して積極的な情報提供を行う食品事業者も増えています。

食品事業者による消費者の信頼確保のための取組を活性化し、食品の選択を通じた消費者の生活満足度を高めるためには、意欲的な事業者の取組が適正に評価・奨励される枠組みづくりが必要です。

農林水産省の対応 ～ 民間活動の主体的な展開をサポート～

食品事業者間の機運の醸成

消費者の信頼確保のための取組を、食品事業者のCSR(企業の社会的責任)と位置づけ、積極的に取り組む運動を呼びかけ

評価・奨励の枠組の策定

消費者、食品事業者にとって、重要なポイントを「見える化」

消費者にとっては、商品選択等の際の判断要素となる企業行動の目安となり、事業者にとっては、消費者の信頼確保のための取組を高度化する目安となるもの

消費者とのコミュニケーション、サプライチェーンマネジメント、衛生管理等の着眼点で評価項目を策定(事業者の業態別、規模別(中小企業へも対応))。

多様なステークホルダーが参画し、持続的に内容を改善。

〔評価項目の例〕的確なクレーム対応がとられ、その結果が公表されているか、原料調達先との持続的な取引関係を築いているか、第三者のチェックが入っているか など

多様な主体による評価・奨励の促進(事業者格付制度など)

評価・奨励の枠組を活用した多様な主体による、事業者の格付・番付、優良事業者表彰や、事業者による自己評価、CSRレポート等による情報発信等の活動を促進

食品選択を通じた消費者の生活満足度向上
意欲的な食品事業者の取組を活性化

食品企業のコンプライアンスの徹底について

基本的考え方

業界団体の長や個別企業の経営者・監査役が意識を高く持ち、コンプライアンスの徹底に向けて主体的に対応するような工夫が必要
中小食品事業者が大多数を占める業界構造において、全国各地にコンプライアンスの取組が幅広く浸透するような工夫が必要

- ▶平成14年の雪印食品の事件を契機として、食品企業・団体に対して、関係法令の遵守や倫理の保持等についての各企業の取組を強化するよう指導
- ▶本年1月の菓子企業の食品事件以降、一層の徹底の一環として、本年4月から6月にかけて農林水産省主催でトップセミナー（研修会）を開催（全国11箇所約1,400名参加）

本年6月の製品の虚偽表示等、8月の製品の賞味期限の改ざん等、10月の製造年月日の改ざんや製品の虚偽表示等、相次いで事件・事故が発生

具体的な取組方向

各業界団体トップへの個別要請（随時）～業界団体の取組の促進～

業界団体の長に対してコンプライアンス徹底の要請、点検・検証の指示、農林水産省主催セミナーへの参加、業界団体主催セミナーの開催等

トップセミナー（研修会）の開催（随時）～意識の低い企業の参加を促進し、経営者・監査役の意識改革～

これまでに約4,800名参加

農林水産省主催セミナーの開催

- トップセミナー
 - 東京（10月15日約400名参加）、大阪（10月22日約200名参加）札幌（10月26日約300名参加）、福岡（11月19日）、名古屋（11月25日）、広島（11月29日）、仙台（11月30日）、高松（12月7日）
- 食品表示に関するフォーラム及びセミナー
 - 全国20箇所（10月～2月）

意識の低い事業者に対して参加するよう積極的に働きかけ

業界団体主催セミナーの開催

- 業種横断的な開催
 - 食品産業連絡協議会（10月3日）
 - 各都道府県食品産業協議会会長セミナー（10月31日）等
- 業種別の開催（総会・理事会・懇談会等の機会を活用）
 - 実施済み24団体 約2,100名参加、今後実施予定 28団体

開催告知及び実施状況についてマスメディアに情報提供し、取組を消費者・事業者へPR

ガイドラインの策定（11月上旬～）～業界団体（中小食品事業者）の自主的な取組の支援～

食品業界の信頼性向上自主行動計画（仮称）の策定支援ガイドラインの策定（～2月）

- 〔食料・農業・農村政策審議会食品産業部会で対応（11月8日に議論、平成20年2月目途に取りまとめ）〕
- 業界団体を対象として、業界全体の取組の底上げを狙う意図で策定
- 内容としては、業界団体自身の取組と会員事業者（特に中小食品事業者）に働きかける事項を整理

行政の取組

業界信頼性向上自主行動計画（仮称）の決定（4月～6月）

- 総会において議決
- ガイドラインに基づき各関係業界の実情を踏まえながら策定

関係業界団体の取組

企業行動規範等の策定

各事業者の取組

これらの取組を省内関係部局が密接に連携して進めていくために、農林水産省に「食品の信頼確保・向上対策推進本部」を設置