

原料原産地表示を巡る意見交換会の概要

1. 開催日時、場所

平成20年12月～平成21年1月

青森、岐阜、群馬、富山、徳島、滋賀、千葉の各県下（7カ所）

2. 意見交換者の内訳

食品事業者 19団体・事業者（農産加工、水産加工、製粉、製麺、惣菜、菓子、豆腐、ハム、こんにゃく、農産物漬物、業務用等加工、総合食品加工）

流通販売業者 6事業者

生産者団体 7団体・生産者等（JA県中央会、全農県本部、農事組合法人、県漁連、有機農業研究会）

消費者団体 14団体

3. 意見交換事項

検討項目1～3（第35回共同会議で整理）

4. 意見交換の概要

以下のとおり

（１）原料原産地表示を巡る状況

消費者団体の意見

- **食品の表示は商品選択において重要な情報であり、全ての原料に原産地表示を義務付けて欲しい。**
- **消費者には知る権利がある。きちんと情報を提供してほしい。**
- **表示を見て購入したいという人に情報を提供するというのが基本。できるだけ表示をしてほしい。**
- **大手企業では自主的に原料原産地表示を行っているところもある。できないということはないのではないか。**

義務表示対象食品製造事業者

- **原料原産地表示の導入から時間が経過し、定着してきたと感じる。**
- **原料原産地に関する問い合わせは無く、（表示済のものに対しては）消費者はあまり関心が無いと思われる。**
- **原料原産地表示については、導入時に問題が生じたが、何とか解決してきた。他の加工品も解決する努力をして欲しい。**

事業者団体・事業者の意見

- 生協や大手量販店から、義務表示対象品目以外の加工品についても表示をするよう依頼があり、対応している。できないことはない。
- 使用原料の種類が多いと、産地の変更を踏まえて表示を変更することは現実的でない。プリンターの表示可能量には限界がある。
- 表示の変更には、版替えて1週間～10日、新製品の包材作成に約1ヶ月～1ヶ月半、紙袋や段ボールでも3～10日程度必要。
- ラベルの場合であっても、内容の確認に1～2週間を要する。
- 年間を通じて安定して原料を仕入れることは難しい（中小事業者には国を限定しての調達は難しい）。

(2) 制度見直し検討のあり方に対する意見

消費者団体の意見

- 問題が起きたとして制度をその都度変えると消費者は混乱する。何を信用していいか分からなくなる。目先だけではなく将来を見据えて制度を考えるべき。
- 表示は、高齢者への対応という点から字を大きく分かりやすくする必要があるが、小さくても知りたい人への対応が必要。ただし、包装全てが表示になってしまうのは考えもの。
- 原料原産地表示については、東京都と二重行政にならないようにして欲しい。このままでは消費者は混乱する。東京都の様に、生鮮食品（上位3品目）を対象とする等して両者の整合性を図って欲しい。
- 事業者が（産地や現地工場等の）情報を把握していることが消費者に伝われば、消費者は安心し、表示を求めないのではないか。
- 制度拡充は求めたいが、拡充により事業者の負担増や、値上がりすることを望んでいるわけではない。簡便で正確な情報を求めたい。

事業者団体・事業者の意見

- 枠内表示をこれ以上広げるのは無理であり、原料原産地表示をこれ以上厳しくすることには反対。
- 任意表示でいいのではないか。情報提供したメーカーが推奨されれば、積極的に行う。
- 任意の表示は不公平感がある。義務化した方がよい。
- 表示スペースが限られていることから、表示は極力最低限に的を絞り、あとは他の媒体で提供することがいいのではないか。
- 表示されていることが大事なのか、必要な情報が伝達されており、何時でも確認できる体制が構築されていることが大事なのかの議論が必要ではないか。
- 原料原産地表示については、品目横断的なメルクマールと野菜冷凍食品に義務付けているメルクマールとを一致させる必要があるのではないか。

(3) 消費者の商品選択と原料原産地表示との関係

消費者団体の意見

- 団体では、①急いで買い物しているので原料原産地の細かいところまで確認しないという意見と、②もっと詳しい情報が欲しいという意見に二分される。
- 購入時に細かいところまで表示を見ない場合でも、買った後で見て、次の購買行動に反映させている。
- 原料原産地表示については、期限表示等とは異なり、必ずしも毎回確認することはないかもしれないが、初めて商品を購入する時や子供に安心できる食品を買いたい時、環境への配慮を考えて購入したい時には不可欠な表示である。

事業者団体・事業者の意見

- 消費者センターへの原料原産地に関する質問は少ない。値段や味に対する問い合わせが多く、こちらの方が敏感だと感じている。

- なじみの深い商品ほど、原料原産地がどこかに関係なく購入される傾向にある。
- 年代層が上がるにつれて表示を見る割合が増えてくる。ただし、お年寄りは字が小さいせいか、あまり見ていないようである。
- 消費者は国産か外国産か中国産かを気にしている。

（４）検討項目１（消費者の意見の把握のあり方）について

- 消費者にとって表示は食品を選択する際の重要な情報源。全ての加工品に原料原産地の表示を望むというのがごく一般的な消費者の心理ではないか。
- 第３６回共同会議のヒアリング資料１－１は消費者の意見を概ね反映している。
- 消費者の声をよく聞いて、消費者が何を求めているのかを読み取って欲しい。
- 事件から約１年が経ち、消費者は冷静になりつつあると感じる。再度、消費者の意見を聞いてみてはどうか。

（５）検討項目２（大括り表示（国産／外国産表示等））について

消費者団体の意見

- 画一的に原料原産地表示を行うことは違うと思う。ものによっては詳しく知りたいであろうし、ものによっては「国産／外国産」でいいと思う。
- 輸入量の多い上位何カ国かは表示して欲しい。量の少ない国については、「ヨーロッパ産」、「北米産」などの大括り表示でも良い。
- ある国のシェアが８０％で、残りを何か国かで占めているといった特殊なものは「外国産」や「その他」で括っても良いのではないか。

事業者団体・事業者の意見

- 「国産／外国産」という大括り表示については、中国隠しとの誤解が無いかが心配。
- 原料原産地表示については、国産と外国産を基本とし、他は強調表示とするか、他の媒体で提供すればいいのではないか。

- 端材、副産物等であっても産地表示が必要。ただし、まとめて販売していることから、「又は表示」か「若しくは表示」を是非ともできるようにしてほしい。
- 実績や見込みで原産地として可能性のある国を全て記載すると、使用されない原産国を記載する可能性があることから、かえって誤解を招くことにならないか心配。

（６）検討項目３（中間加工品の表示）について

- 中間加工品は難しい。何らかの形で分かるように表示して欲しい。
- 複数の国名を書くだけで、そこで何をしているか（加工か中間加工か生産か）が分からないと、かえって誤解を招く。できる限り詳しく情報を提供する必要。
- 中間加工品の表示は、何カ所も経由している場合、ホームページで公表するのであれば対応可能であるが、パッケージでは困難な場合がある。
- 複数の場所で加工等した場合は、履歴を正確に示すべき。

(7) 情報提供のあり方について

消費者団体の意見

- 色々な方法があってもいいが、原則として表示で行って欲しい。
- 通販等で購入する食品であっても容器包装への表示同様の情報が必要（通販等で届けられる食品になされている表示と購入判断時の情報とが一致している必要）。
- どうしても細かいデータが必要という人は事業者にお問い合わせればよいという仕組みでよいのではないか。
- 消費者への情報伝達媒体の多様化（ホームページ、二次元コード、バーコード、FAX等）を踏まえた検討を行って欲しい。

事業者団体・事業者の意見

- 一括表示は決まった様式。その中に原産地のように変更があり得るものが入ることは合わないように感じる。表示以外の手段での提供を認めるべきではないか。

- **表示が多くなると、表示量が多いということだけで消費者は安心するが、中身は逆に見にくくなる。表示事項は最低限に絞り、あとは事業者にお問い合わせるか枠外で情報提供する仕組みを整えればいいのではないか。**
- **消費者が求める表示を行うためには、トレーサビリティやGAPなど生産段階から一貫した情報が伝達され、これが表示に反映される必要がある。**