

消費者委員会 食品表示部会
第75回議事録

内閣府消費者委員会事務局

消費者委員会食品表示部会（第75回） 議事次第

1. 日時 令和7年1月23日（木） 10:30～13:17

2. 場所 消費者委員会会議室及びテレビ会議

3. 出席者

（委員）

今村部会長、中田部会長代理、穂山委員、阿部委員、小川委員、笠岡委員、川口委員、監物委員、河野委員、菅委員、鈴木委員、田中委員、前田委員、森田委員

（消費者庁）

井上審議官、清水食品表示課長、坊衛生調査官、京増食品表示調査官

（事務局）

小林事務局長、後藤審議官、友行参事官

4. 議事

（1）開 会

（2）加工食品の原料原産地表示制度の事後検証について

（3）閉 会

《1. 開会》

○友行参事官 皆様、おはようございます。時間となりましたので、始めさせていただきますと思います。

本日は、お忙しいところ御参加いただきまして、誠にありがとうございます。

ただいまから「消費者委員会第75回食品表示部会」を開催いたします。

本日、今村部会長、中田部会長代理、穂山委員、阿部委員、小川委員、笠岡委員、川口委員、河野委員、菅委員、鈴木委員、前田委員、森田委員には会場で、監物委員、田中委員にはオンラインで御出席いただいております。なお、森田委員は少し入場が遅れることになっております。

過半数に達しておりまして、定足数を満たしていることを御報告いたします。

また、本日の議題への対応のため、消費者庁から井上審議官、清水食品表示課長に御出席いただいております。誠にありがとうございます。

本日、報道関係者のみ会議室にて傍聴いただき、一般傍聴者にはYouTubeによりオンラインにて視聴いただいております。

議事録につきましては、後日、消費者委員会のホームページに掲載いたします。議事録が掲載されるまで、YouTubeでの見逃し動画配信を行います。

本日お配りしております資料は、議事次第に記載しておりますとおり資料1と2、参考資料1と2となっております。

もし不足の資料がございましたら、事務局までお申し出くださいますようお願いいたします。

それでは、今村部会長、以降の進行をお願いいたします。

《2. 加工食品の原料原産地表示制度に関する事後検証について》

○今村部会長 今村です。今日もよろしく申し上げます。

今日は全員出席ということで、この問題への皆様の関心の高さを痛感しております。ぜひ建設的な議論ができればと思っています。

本日の議題は「加工食品の原料原産地表示制度に関する事後検証」についてであります。

この件については、平成29年に食品表示基準の加工食品原料原産地表示に係る規定及びその別表の改定が行われて、様々な議論が当時あったわけですが、この消費者委員会からも異論が出る中でもこの制度を進めてよいということになった代わりに、10個ほど御意見をつけさせていただいた次第であります。まずは、難しい制度ですので、消費者の皆さん、事業者の皆さんにちゃんと理解していただけることが必要だということと、達成目標を設定して、それがちゃんと達成されているか確認してくださいよというようなこと。そして、ちゃんと消費者の皆さんへの啓発活動を続けていっていただいているかというよ

うな事。あわせて、事業者の皆さんも間違っていないかも含めて、監視も含めて、ちゃんと指導していただいているかということなどについて、認めるに当たって前提条件をつけて、10個ほどの報告を事後報告していただくということでこの制度が進んだという経緯があります。

そして、経過措置が2年終了して現在に至ったということで、消費者庁のほうでも調査をしていただいて、その取りまとめた結果を昨年の年度末に消費者委員会の本会議に御報告いただきまして、消費者委員会のほうでも活発な議論が行われました。その中で、やはりこれは食品表示部会でもしっかり議論をしていただくべきではないかということで鹿野委員長から御指示いただきまして、この表示部会のほうに消費者庁からも改めて説明いただいて議論に付すということになった次第であります。

ですので、この委員会でまた消費者庁から御説明を40分程度で押さえていただいて、この上で、皆様から御意見を伺いながら、10個の宿題についてどのように考えるかについても御議論いただければと思います。

それでは、消費者庁からの御説明をお願いいたします。

○消費者庁食品表示課坊衛生調査官 消費者庁食品表示課の坊と申します。

今回、御説明の機会をいただいたということで、御説明さしあげたいと思っております。

それでは、早速御説明に入ります。

まずは参考資料1を御覧ください。

「加工食品の原料原産地表示制度について」という資料でございます。こちらで、そもそも原料原産地表示の検討の経緯というところから簡単に御説明したいと思っております。

2ページを御覧ください。

まず、そもそも加工食品の原料原産地表示制度は平成12年の12月からスタートしております。このときは、左の図の中にありますように、原料原産地表示を行う品目を決めて、この品目選定基準に基づいて、これに合致した品目を原料原産地表示ができるという形で品目を義務付けているというところから始まって、まず8品目から順次義務化をスタートしているところでございます。

その後、平成15年に、右側の真ん中あたりにありますけれども、原産地に由来する原料の品質の差異が、加工食品としての品質に大きく反映されると一般に認識されている品目のうち、原材料に占める主原料である農畜水産物の重量が50%以上である食品をとりあえず原料原産地表示制度の対象にするということで、これが20食品群と言われるもので、スタートしているところでございます。

次のページをお願いいたします。

その後、基本的に常に原料原産地表示には品目拡大の要望がありまして、議論をずっと続けているところでございます。平成17年からずっと議論は続いているところでございます。

も、平成17年に2品目追加されまして、ただ、その後、3ページの右側の図になりますけれども、基本的にはこれ以上なかなか広がりを見せてこなかったことから、そもそも拡大に向けた表示の方法と品目の考え方についての検討が平成20年にスタートしているところがございます。こちらにつきましては、そもそも今までの表示の方法であったり、品目の考え方ではそろそろ拡大が難しいのではないかとこの議論がスタートしているところがございます、その考え方に基づいて平成23年にこんぶ巻等が追加されたところでございます。

次のページをお願いいたします。

その後、平成23年に、消費者委員会におきまして原料原産地表示の拡大の進め方に関する調査会、左側の図でございますけれども、こちらについて、そもそも原料原産地の拡大をより進めるには義務対象品目を選定する際の基本的な考え方であったり、候補品目の選定方法について改めて議論する必要があるのではないかとこの議論がスタートしているところがございます、基本的には部会のほうに調査会を設置していただいて、様々な考えで議論していただいているところがございます。

その中で原料原産地表示の拡大の進め方について様々な意見をいただいたところで、4ページの右側になりますけれども、食品表示法をつくるとなったとき、食品表示の一元化の議論もスタートしまして、その中でも議論されていたのですが、まずは一元化ということで原料原産地表示については別途検討することになったところがございます。

その後、次の5ページになりますけれども、一元化が終わった際に加工食品の原料原産地に関する検討会が行われ、その後、先ほど部会長から説明がありまして、食品表示部会で議論されて、現在の制度になっているところがございます。

6ページをお願いいたします。

こちらが品目の拡大をまとめた表でございます。6ページにありますけれども、農産物漬物から始まっていて、最後が全ての加工食品に義務付けられるまでというのが22食品群、下から3行目、黒糖等及び黒糖加工品、こんぶ巻を追加したのが平成23年となります。ここから品目の追加ということができずに止まっていた中、平成29年にそもそもの表示方法の考え方を変えて、加工食品全てに義務付けるにはどう表示したらいいのかというところの方針転換をして、平成29年に全ての加工食品に義務付けるという形になってございます。そのため、先ほど部会長からも説明がありまして、基本的には全ての加工食品に表示するにはということになってきますので、表示方法が複雑になっているというのが現状でございます。

資料を変えまして、資料1のほうを御覧ください。

資料1が原料原産地表示制度、1ページめくっていただいて2ページ目になります。

今回の原料原産地表示制度につきましては、基本的には全ての加工食品について対象となっております。全ての加工食品の重量割合で上位1位の原材料の産地を表示するという制度となっております。ただ、全ての加工食品を対象としたことによりまして、表示方法

自体がここに書かれておりますとおり、「国別重量順表示」、「製造地表示」、「又は表示」、「大括り表示」といった形で、今までは全て国別重量順、使ったものを多い順に書くということで表示しておりましたけれども、それでは表示できないものについての表示方法を新たに考えて表示することになりました。

下の表の中なのですけれども、基本的にはポークソーセージは豚肉と書いて「アメリカ、国産」と書くのが原則になるのですが、それができない、要は「アメリカ、国産」と順番と書くと、順位の変動があったりというものにつきましては、例えば「アメリカ産又は国産」と書いたり、3か国以上の外国のものを使っていて順位の変動があるようなものについては「輸入」と書けるというような制度を導入したという形でございます。

こちらにつきましては、表示方法は「国別重量順表示」が基本的には原則となりますけれども、そのほか、「又は表示」であったり、「大括り表示」であったり、これをいわゆる例外表示と呼んでおりますので、後ほど例外表示という言葉が出てきますので、例外表示というのはこの「又は表示」であったり「大括り表示」のようなものを指すと御理解いただければと思っております。

それでは、今回、食品表示部会から10の前提条件を付されましたので、その10の前提条件に対する我々の調査結果を報告したいと思います。

資料2を御覧ください。

基本的には食品表示基準の加工食品の原料原産地表示制度に係る規定及び別表の一部改正に対する答申における諮問された食品表示基準案を相当とする前提条件への対応の報告という形でございます。

1ページ目を御覧ください。

まず、前提条件として10項目示されております。この10項目は後ほど詳しく説明いたしますが、項目だけ簡単に御説明したいと思います。

1番目として消費者・事業者の理解状況に関する目標値の設定。

2番目として消費者への普及・啓発。

3番目として事業者への周知。

4番目として事業者向けQ&Aの充実。

次のページをお願いいたします。

5番目として経過措置期間中の周知状況に関する状況把握・分析。

6番目、監視。

7番目、別表15への品目の追加基準の明確化。この別表15の品目の追加基準というのも後ほど御説明させていただきたいと思っております。

8番目が先ほど説明しました例外表示の検証。

ページをめくっていただきまして、9番目が理解度調査等の実施。

10番目が制度の見直しという形でございます。この制度の見直しのところに、経過措置期間終了から2年後をめどとして、上記8、9の調査を含む各種調査結果等に基づき、表示に

対する消費者のニーズの変化状況や事業者の状況等を確認し、制度導入の効果について検証を行い、必要に応じて制度の拡大や廃止を含めて幅広く見直しを実施することという条件を付されたことに基づきまして、経過措置期間終了から2年後というのがちょうど本年度に当たりますので、この調査結果を前提条件を付された消費者委員会に報告しているという形でございます。

それでは、具体的に御説明したいと思えます。次のページをお願いいたします。

まず、1番目の項目の消費者・事業者の理解状況に関する目標値の設定というところでございます。こちらにつきましましては、基本的には消費者が表示の意味を正しく理解し活用しなければ、そもそも制度を導入する目的が達成されないというのと、そもそも制度導入に当たって事業者が制度を正しく理解し、しっかり正しく表示しないといけないので周知が必要であるということから、消費者への普及・啓発、事業者への制度周知に当たっては、あらかじめ理解度等に関して達成すべき目標値を設定し、達成状況を適宜確認しつつ、周知活動を行うことという形でございます。

こちらにつきましましては、当時の消費者委員会のほうから、基本的には認知しているだけでは駄目であって、そもそもちゃんと理解して活用してもらうことが重要なので、しっかり理解度というものはかった上で、その目標値を設定するようにと言われたものでございます。

この目標値の設定の仕方でございますけれども、消費者のほうにつきましましては、我々が毎年度実施しております「食品表示に関する消費者意向調査」というものを利用して、これは全国1万人を対象としたウェブ調査でございますけれども、基本的にはウェブ調査の中での設問において、食品表示制度についてどのようなものか知っていて、かつ認識が一致している者を食品表示制度を認知している者とした上で、その食品表示制度を認知している者のうち、加工食品を購入する際に原料原産地表示を参考にする者全ての方が理解しているということを目標値とするという形でございます。したがって、商品を購入する際に加工食品の原料原産地表示制度を参考にして購入されている方が少なくとも理解していれば問題ないのではないかという考え方に基づいて、この割合自体を目標値にしているという形でございます。この目標値が、平成29年度の調査において全体に対する割合は50.4%であったということでございます。

事業者のほうにつきましましては、もちろん理解度の目標値については100%、全ての事業者が理解することを目指すという形でございます。

目標値につきましましては消費者基本計画におけるKPIになっておりまして、消費者委員会の意見を聴取した上で決定しているものでございます。

次のページをお願いいたします。

こちらが消費者の具体的な理解度の調査の結果でございます。こちらにつきましても、調査自体はそもそも理解度自体を項目ごとにはかっているという形でございます。対象品目であったり対象原材料であったりというものを、対象品目について正しい問いを選んで

くださいというような問いで理解度をはかっているという形でございます。

こちらにつきましては、平成29年から令和5年度までの結果という形でございます。

こちらについては、下の括弧書きの29年であれば50.4というのが加工食品を購入する際に原料原産地表示を参考にしての者の割合、そのうちの左側の11.5というのが理解している者の割合でございます、こちらのパーセントにつきましては達成度でございます。目標値分の達成度という形になりますので、対象品目であれば29年が22.6、令和5年が29.3でございます、20%強から30%のところを前後しているという形でございます、微増はしておりますけれども、目標達成に向けてなかなか進んでいない状況でございます、理解度自体もなかなか進んでいない状況なのかなということでございます。

そのほかの数字につきましても、「対象原材料」、「製造地表示」、「又は表示」、「大括り表示」で同様の形で数字を出ささせていただいているところでございます。

次のページをお願いいたします。

2番目の項目、消費者への普及・啓発でございます。こちらにつきましては、基本的には先ほどの目標達成に向けてしっかり周知普及・啓発をしてくださいという形でございます。

実際に消費者庁としてどのようなことをしているのかということでございます。消費者庁実施の委託事業において、消費者（特に実際に商品を購入する頻度が高い主婦層）を対象とした食品表示セミナーを消費者団体と連携して全国各地で実施しているという形でございます、開催回数はこちらに表示しているとおりでございます。

こちらにつきましては、消費者団体さんに御協力いただいて、消費者団体さんのほうでセミナーの人を集めていただいて、そこに我々が出向いて行って制度の説明をさせていただくというようなセミナーを開催させていただいております、そちらの開催がこちらという形でございます。

平成30年、31年については30回以上やっておりますけれども、令和2年以降はコロナ禍の影響もあってなかなか開催できていなかったというのが現状でございます。

そのほか、消費者庁としましては、消費者向けに特化したパンフレットであったりリーフレットを作成したり、それを消費者庁ウェブサイト公表したり、あと、消費者からよく寄せられるQ&Aを消費者庁ウェブサイトに掲載しているという形でございます。

また、令和5年度食品表示懇談会の取りまとめにおきまして、消費者が自主的かつ合理的な選択のために食品表示を正しく活用できるよう、学生への教育を含め世代に応じたアプローチで制度の周知普及を行う必要があるとされたことを踏まえて、令和6年度より、新たな取組として学生（大学や専門学校生）に向けた講演を行い始めているところでございます。

次のページをお願いいたします。

次の項目は3番目の事業者への周知というところでございます。こちらにつきましては、事業者向けの周知に当たっては、説明会の開催のみにとどまらず、説明会に参加する時間が取りにくい中小・零細事業者にも十分に配慮した施策を実施することとされたことを踏

まえて実施しているものでございます。

こちらにつきましては、農林水産省と連携して、マニュアルの作成であったり、説明会の開催等の取組を実施しております。また、農林水産省におきまして、平成29年度に新しい原料原産地表示制度の事業者向け活用マニュアル、平成30年度におきましてそのマニュアルの具体的な手法を示す別冊資料を作成していただいたところでございます。また、そのマニュアルの説明会を平成29年度から令和元年にかけて全国各地で54回開催、また、オンラインセミナー動画も作成して、農林水産省ウェブサイト公表しているところでございます。

また、消費者庁としましては、事業者団体、行政機関等からの依頼に応じ、全国各地へ講師を派遣しているところでございます。派遣回数についてはこの表のとおりでございます。

今後も可能な限り地方公共団体等と連携して、周知活動を実施していきたいと考えているところでございます。

次のページをお願いいたします。

また、事業者への周知については、事業者が必要とするときに具体的な個別相談を行うことができる相談窓口を全国各地に常設するなどの対応を行い、事業者の理解不足に基づく誤表示が発生しないよう、事業者への周知を丁寧かつ十分に行うこととされたことを踏まえまして、この原料原産地表示の相談対応につきましては、消費者庁に加えて、平成29年9月に農林水産省の各地方農政局、FAMICに相談窓口を設置して、中小・零細事業者からの相談にも対応できる体制を整備しているところでございます。

また、平成29年以降、新たな加工食品の原料原産地表示制度に係る都道府県等担当者研修を年1回実施しているところでございます。都道府県等担当者研修は毎年実施しているところございまして、こちらにつきましては、基本的には都道府県の担当者についてもこの相談等に対応できるような形で研修を実施しているところでございます。

次のページをお願いいたします。

4番目の項目の事業者向けQ&Aの充実というところでございます。こちらにつきましては、先ほど来から出ております例外表示には要件というものがあまして、こちらについては事業者のほうも例外表示をするためにはその要件を満たさないといけないというような条件がございますので、例外要件に当たるか否かの判断基準であったり、例外表示をするためには根拠資料の保管が義務づけられていたりしますので、そのルールであったり、検査時に説明を求められる事項等を明確に解説すること、それでQ&Aを作ってくださいというような前提条件が付されたところでございます。

こちらのQ&Aにつきましては、平成29年9月、制度がスタートしたときに、新たな加工食品の原料原産地表示制度のQ&A集という形で食品表示基準の別添として作ったところでございます。その後、29年の施行後の制度説明会等の質疑等や事業者からの相談等を踏まえて、解釈を明確化すべきと判断した点について平成30年に一部を改正して、さらに充実し

たものになっているというところがございます。

この新たな加工食品の原料原産地表示制度のQ&Aにつきましては約70問近くを収載しておりますので、基本的には充実しているのかなと考えているところがございます。

続きまして次の10ページ目をお願いいたします。

経過措置期間中の周知状況に関する状況把握・分析というところがございます。こちらにつきましては、経過措置期間中の周知状況に関する状況把握・分析のために、事業者及び消費者を対象とした意向調査及び制度の理解度の調査を実施しているところがございます。

こちらにつきましては、消費者向けにつきましては、基本的には消費者意向調査という形でございます。先ほど来説明しました全国の消費者約1万人に対してウェブ調査を実施しております。そちらのほうで把握しております。

そのほか、事業者につきましては、全国の食品関連事業者700～1,200社に対して、原料原産地表示の理解度等に関する調査を実施したところがございます。

そのほか、周知という形で、先ほど来説明しましたとおり、農林水産省においてはオンラインセミナー動画であったり、消費者向けについては令和6年度より新たな取組として学生に向けた講演を実施しているところがございます。

この次のページからがその結果の報告でございます。

次のページをお願いいたします。11ページでございます。

まず、事業者への周知状況でございます。こちらにつきましては、先ほども説明しましたとおり、調査時期が平成30年度から令和3年度で、全国の食品関連事業者に対して調査した結果でございます。

こちらにつきましては、基本的に理解度という形でございます。この調査結果というところにありますとおり、新たな原料原産地表示の対象となる加工食品について正しいと思うものを1つ選んでもらうという形でございます。基本的にはイの輸入品を除く全ての加工食品が正解の問いになっておりますけれども、そのほか特定の原産地の原産地表示というようところで、基本的にはテスト形式のようなアンケート調査を実施して選んでいただいているところがございます。そのほか、対象となる原材料は何ですかというので同様に5択で選択するという形でございます。

この事業者の調査結果につきましては、大体7割から8割、9割ぐらいの正答率を誇っているという形でございますので、ほぼほぼ御理解はいただいているのかなというところがございます。

次のページをお願いいたします。

こちらが例外表示と言われる「又は表示」の理解度でございます。こちらについても7割から8割程度の理解度を誇っているところがございます。ただ、こちらにつきましては、設問自体もかなり難しいところですが、事業者については理解して活用していただいているのかなというところがございます。

次のページをお願いいたします。

こちらが消費者の周知状況でございます。基本的には全国の消費者1万人に対してウェブ調査を行っています。この1万人についても国勢調査の結果の人口分布であったり年齢分布を踏まえた上での調査でございますので、基本的にはかなり正確な値が取れているのかなと思っているところでございます。

こちらにつきましても、先ほどの事業者の調査と同様に正しい選択肢を選んでいただくという形で行わせていただいております。したがって、基本的には事業者であれば理解していますけれども、消費者にとってはかなり難しめの問いというか、正確に把握、正答を導き出すのはかなり難しい問いでございます。けれども、そのほうがある意味かなり正確に理解を図れるのではないかということで、そのような形で行わせていただいているところでございます。

まず左側の結果が先ほどのように対象となる加工食品、これも全ての加工食品が正解の問いですけれども、そこを選んでいるのが大体12%ぐらいという形でございます。そのほか、やはり分からないという答えが一番多いという形でございます。

右側が、先ほどもありましたとおり、要は対象となる原材料は何ですかという問いでございます。こちらについては原材料に占める重量割合上位1位の原材料が正解でございます。こちら11%から15%の間というところでございまして、消費者のほうの結果については分からないという回答がどちらについても多いという形でございます。

次のページをお願いいたします。

こちらは「製造地表示」ということでございまして、製造地表示についてあなたが正しいと思うものをお答えくださいという形でございます。基本的に製造地表示につきまして何々製造と書かれているというのが正解の問いになりますけれども、こちらについても20%弱程度の理解度でございます。

次のページをお願いいたします。

「又は表示」のところでございます。こちらにつきましても、設問自体が当該原材料に使用されている可能性のある原産地の組合せについて、あなたが正しいと思うものをお答えくださいという形でございます。こちらにつきましても、組合せとしては、1番のA国のみ又はB国のみも組合せとしてはあり得るという形でございます。正解としてはA国、B国の順、B国、A国の順、A国のみまたはB国のみ4パターンが考えられるのですが、パターンの的に考えるとあるということは、設問自体もなかなか不正確であったということもありませんけれども、それでも同じような12%ぐらいの理解度でございます。

こういった形で経過措置期間中の周知状況の経年比較をやっていますけれども、基本的には経年で比較したとしても毎年同じような数字になっているというのが現状でございます。

次のページをお願いいたします。

6番目の項目の監視でございます。こちらにつきましても、基本的には本制度の導入に当

たつてはというところで、一番初めの説明にありましてとおり、複雑な制度となっており、しっかり監視体制を整備して、本制度の運用を更に具体的に検討するべきという提言があったものでございます。

こちらにつきましては、基本的には不適正な表示の情報を的確に把握するため、相談及び被疑情報の受付窓口を記載したチラシをまず作成して、各地方農政局であったり地方自治体に共有を図って、巡回調査を行っていただいているときに幅広く配布してもらおうという形であったり、全国9ブロックにおいて地方自治体の担当者を対象にした原料原産地表示制度や不適正表示の取り締まりに関する研修会を行っているところでございます。

また、監視に関する運用を具体化するために、「加工食品の原料原産地表示に関する監視の手順書」を作成して、地方農政局や地方自治体に通知しておりまして、基本的には取扱いに差異がないよう的確な運用の徹底を周知しているところでございます。また、この手順書については地方自治体の担当者を対象として取り締まりに関する研修会も行っておりますし、そのほか、監視の精度を高めるために、FAMICにおいては研究機関等と連携して原料原産地などの判別技術の開発、実用化や改良のための調査研究を行っているところでございます。

監視については以上でございます。

次のページをお願いいたします。

次のページが別表15への品目の追加基準の明確化でございます。こちらにつきましては、別表15というのがそもそも何なのかということでございますけれども、一番初めに説明しましたとおり、この原料原産地表示制度については、まずは品目を追加する形ですべて対象品目を拡大してやってきた中、そこが限界を迎えたので、全ての加工食品を対象にするとなった上で表示方法を考えたという形でございます。したがって、全ての加工食品の原料原産地表示を導入したときに、元々あった対象品目ごとのものについてはそのままの表示の方法でという形でございます。それが載っているのが別表15でございます。したがって、今の制度であれば全ての加工食品の重量割合上位1位の原材料という形でございますので、例えばそれ以外に品目特性に応じて原料原産地表示を義務付けるという形になったら、この別表第15へということ品目を追加するような形でございます。

この原料原産地表示制度を検討する際に、全ての加工食品に義務付けはしたのですけれども、その際におにぎりののりの産地も表示するという形で同様に諮問させていただいたものでございます。おにぎりにつきましては、御存じのとおり、重量割合上位1位の原材料は普通に考えればお米になってしまいますので、おにぎりののりが重量割合上位1位になるということはないので、通常であれば表示義務はないのですけれども、おにぎりののりについては特別にのりの産地を表示すべきというものを追加するという形にしたものでございます。

その際に、要は今後そういう形で、原則以外で追加していくものについて、どういう基準で追加していくのかということを確認すべきという提言があったのがこちらでございます。

ます。こちらにつきましては、要件として、消費者や関係者の要望が強い食品、消費者の商品選択の上で重要な情報、食品関連事業者の実行可能性が確認されたものという形で、この基準を満たせば原則として公開での検討を経て対象に追加するという形が今回明確化したものでございます。こちらについては、食品表示基準Q&Aの別添原料原産地表示にメルクマールとして載せさせていただいているところでございます。

次のページをお願いいたします。

例外表示の検証でございます。こちらについては、制度施行後、定期的に制度の原則である国別重量表示と例外表示がどの程度の割合で存在するか、例外表示が多く使用されている原材料や製品群については、例外表示を行う事情等について調査し、検証を行うこととされたことに対する調査でございます。

こちらにつきましては、新たな加工食品の原料原産地表示制度等に係る表示実態調査という形ございまして、調査時期は令和元年度から令和4年度で、神奈川県横浜市にある食品スーパーにおいて、その食品スーパーにおける各商品棚の上から2段目の全ての加工食品を一個一個見ていきまして、どういう表示がされているのかというものを調査したものでございます。また、経年比較するために、令和元年から令和4年度は全て同じ食品スーパーで行わせていただいているところでございます。

結果が次の19ページでございます。

まず、国別重量順表示と例外表示はどの程度の割合で存在するのかという形でございます。国別重量順表示と例外表示の割合ですけれども、令和元年度から令和4年度までの結果を整理したものでございます。国別重量順表示におきましては、令和4年度、経過措置期間の最終年におきましては、国別重量順表示で表示されているものが85.3%、「又は表示」が4.4%、「大括り表示」が6.8%、「大括り表示」と「又は表示」を合わせた表示が3.5%でございます。したがって、原則の国別重量順で表示されているのが大体85%ぐらいあるという形でございます。

基本的には令和元年から令和4年度という形ございまして、数字上は令和元年から令和4年度で国別重量順が減っているように見えますけれども、こちらはnの値もかなり変わってきておりますし、経過措置期間中でございますので、経過措置期間終了が近づくにつれて表示する品目もどんどん増えているという形でございますし、また、例外表示につきましては、表示するまでの間に1年間の実績等を調査する必要がありますので、制度導入当初から例外表示というのはなかなか使えなかったということもありますので、こういった数字になっているのかなと思ってございます。

この数字を生鮮原料と加工原料に分けたものが右側でございます。生鮮原料であればその生鮮原料の産地を書くという形ございまして、こちらについて国別重量順で表示されているものは、令和4年度においては80%、そのほかの「又は表示」が6.8%、「大括り表示」が7.2%、「又は表示」と「大括り表示」を合わせたものが5.8%でございます。こちらが製造地表示になりますと、令和4年度で88%が国別重量順表示にしていまして、「又は

表示」は3.1%、「大括り表示」は6.6%、「大括り表示」と「又は表示」を合わせたものは2.1%でございます。

こういった形ございまして、対象原材料が生鮮食品と加工食品の際の差異も大きくなり、基本的にはそこまで差がないのかなという結果でございます。

次のページをお願いいたします。

例外表示が多く使用されている原材料や製品群について調査した結果でございます。例外表示の割合が多かったものについては、食肉加工食品であったり、魚肉練り製品、乳製品であったりという形で、練ったようなものを使っているようなものであったり、産地が変わりやすいものというようなものがやはり上位に上がってきているのかなという形でございます。したがって、食品加工食品であれば、例えばウインナーであったりというところではございますし、魚肉練り製品はかまぼこといったものというようなところでございます。そういったものが多いという結果でございます。

例外表示の検証については以上でございます。

次に21ページでございます。

理解度調査等の実施でございまして、こちらにつきましては、経過措置期間終了後、国別重量順と例外表示に分けて、加工食品の原料原産地表示に係る消費者の理解度・活用度・表示に対する満足度などに関する調査を定期的を実施する。また、本制度に係る事業者のコストなどの負担状況についても調査し、それぞれ現状を分析の上、その結果を公表することという形でございます。

こういった形を踏まえまして、消費者の理解度・活用度・表示に対する満足度、事業者の負担状況、事業者に寄せられた消費者からの意見等について調査を実施したものでございます。

こちらにつきましては、消費者向けにつきましては、先ほど来から出ております食品表示に関する消費者意向調査、事業者につきましては加工食品の原料原産地表示に係るコストに関する負担状況調査というアンケート調査と、アンケート調査の結果を踏まえて5社程度に対面でのヒアリング調査を実施しているものでございます。

次のページをお願いいたします。

結果でございます。消費者の理解度・活用度・表示に対する満足度などに関する調査の結果でございます。令和4年度、5年度の調査の結果でございます。

こちらにつきましては、基本的には理解度につきましては、先ほど来から説明してまいりますとおり、正しい選択肢を選んでいただくという形で毎年同じ問いで行わせていただいているところでございます。

左側につきましては、輸入品を除く全ての加工食品、対象となるものについては、全ての加工食品が正解の問いですけれども、こちらについても11%、理解度については11%ぐらい、右側が対象原材料、重量割合上位1位の原材料が正解の問いになりますけれども、こちらについても12%強ぐらいのところまで推移しているところでございます。

次のページをお願いいたします。

この調査の続きでございます。「製造地表示」につきましては同じような形で20%から30%の間、「又は表示」につきましても12%ぐらいというようなところでございます。

次のページをお願いいたします。

こちらにつきましては、加工食品を購入する際の原料原産地名の表示を商品選択のためにどの程度参考していますかという問いなのですけれども、こちらについては、「いつも参考にしている」、「時々参考にしている」といった方が令和4年度、5年度とも5割程度おられるという結果でございます。したがって、商品を購入する際に、やはり原料原産地表示制度自体は皆さん参考にしながら商品選択を行っているという結果でございます。

次のページをお願いいたします。

こちらの問いが満足度に関する結果でございます。あなたは現在の加工食品の原料原産地表示制度について満足していますかという問いに関して、「満足している」、「一定程度満足している」と答えた方がこちらでも令和4年度、5年度とも5割程度おられるという形でございます。基本的には5割程度は制度についてそれなりに満足しているという結果になってございます。

さらに、こちらは先ほどの原料原産地名の表示を商品選択のために参考している方に対しての同様の問いになりますと、7割程度の方が満足しているという結果が出ています。

次のページをお願いいたします。

こちらが理解度調査の事業者のコストに関する負担状況調査の結果でございます。原料原産地表示がどの程度事業者のコスト負担になっているかの調査でございます。回答者の規模はこういった形でございます。基本的に中小が6割、大企業が2割、小規模事業者が2割程度の分布で調査しているところでございます。

次のページをお願いいたします。

制度導入に係る初期コストの負担程度という形でございます。この制度を導入するに当たっての初期コストの負担程度につきましては、コスト負担は極めて大きかったが21%、コスト負担は大きかったが40%という形でございます。全体では、やはり包材の改版であったり、システムの改修にコストがかかったという意見が多かったという形でございます。

そのほか、コスト負担はほぼなかったという回答もございますけれども、こちらにつきましては、そもそも原料として国産のみを使用しているためにそこまでコストはかかっていませんというような理由が挙げられているところでございます。

右側はかかったコストを商品価格に反映させていますかという問いでございます。こちらについても、ほぼほぼ9割弱が価格には反映させていないというところでございます。基本的に事業者からすると、やはり制度対応に係る業務コストは価格には反映させづらいという意見が多かったところでございます。

次のページをお願いいたします。

次のページはランニングコストでございます。これは制度導入後に継続してかかる費用負担という形でございます。こちらにつきましては、継続的に実施していくに当たってのランニングコストの負担についてという形で、こちらにもコスト負担は極めて大きいのが17.4%、コスト負担が大きいのが33.9%ということございまして、ランニングコストにつきましても同様に全体の5割程度がコスト負担は大きいと回答しているところでございます。

あと、コスト負担がほぼなかったという回答の理由としましては、初期コストと同様の理由のほか、表示対象原材料が加工食品であるため、製造地表示により対応可能であることから、一度表示してしまえば特にランニングコストがかかることはないというような理由が挙げられております。

また、同様にランニングコストについても商品価格に反映させているかどうかの問いについては、8割程度がそもそも反映させていないという回答でございます。

次のページをお願いいたします。

今度はコスト調査に関するヒアリング調査でございます。細かいお話を聞くために、食品関連事業者5社に対して対面でのヒアリングを実施させていただいております。

5社の内訳というのはこういった形ございまして、様々な規模の事業者があり、そもそもの商品数についてもこういった規模の各社に聞いているという形でございます。

ただ、この調査自体も項目ごとのコスト算出方法については各社にお任せしておりますので、コストの負担額についても各社の申告によるものでございますので、負担したコストの例示として聞き取ったもので網羅的なものでもございませんので、個社間の比較については行っておりません。また、各社のコスト負担の全額を表すものではないということも御理解いただいた上で御覧いただければと思っております。

次のページをお願いいたします。

こちらにつきましてはヒアリングの結果をまとめたものでございまして、初期コストとしてどういうものに費用がかかっていますかというところでございます。

まず1番目がシステム改修費用でございまして、基本的には大きな事業者になればなるほど食品表示を行うに当たってシステム化していて、システムを導入しているという形でございますので、食品表示制度が改正されるたびにシステムの改修が起こってくるというような形ございまして、その改修に関する費用でございます。こちらについては大体0～2000万程度かかっているという形でございます。こちらの0というのは、コストがかかっていないという訳ではなくて、そのみのコストを算出するのが困難であるとした項目については便宜上費用を0としていますという形になりますので、かかっていないというわけではなくて、費用として算出できませんというところから2000万程度という形でございます。

そのほか、製版代については新たにパッケージを印刷するお金という形で、こちらにも1億

円程度。

旧資材の廃棄代、要は旧の表示をしていて使い切れなかったものの廃棄代が2.5億円程度。

版下改版費用、印刷の原本を作る費用でございますので、これも100万から1億4000万程度。

そのほか、商品情報の管理という形でございますして、制度導入に当たり、製品情報管理であったり、外部との調整にかかった人件費になっております。こちらについて、システムの改修費用ではなくて、そのほかにかかる人件費という形で計上させてもらっていますので、8500万程度。

原料メーカーへの対応という形でございますして、原料メーカーとのやり取りも生じますので、これに対する人件費等が200万程度。

また、取引先に対する対応についても同様に費用がかかってきますし、商品規格書の作成等、新たな対応が必要になってくるので、こういった様々な金額がかかっていく。

そのほか、そもそも制度の変更に当たって、社員一人一人がしっかり理解しないとミスが起きますので、社員教育であったりというところに費用がかかっているということでございます。

そのほか、ランニングコストにつきましては、商品情報の管理であったり、例外表示については根拠資料の更新保管等様々なコストがかかりますので、その人件費が大体3000万程度かかっているという結果でございます。

次のページをお願いいたします。

こちらについて負担になっている事項を自由にお聞きした結果でございます。基本的には外国産のイメージが悪く、国産よりも品質がよくても原材料として使用できず仕入れることができない。ルールを守れているのか不安に思う心理的な負担も大きい。特にコロナ禍においては原料の使用実績が当てにならず、使用計画も1年先までも見えない状況であった。戦争、天候不良、感染症流行等で年々原料調達量、価格の不安定さが増す中、包材の表記、その根拠を正しく管理するのに苦勞する。急に産地変更が必要になった場合も、表示のデザインが決定してから包材が納入されるまでリードタイムを3か月から4か月見る必要があるので、簡単には変更できない。原料調達は製造工場ごとに行っているものもあり、表示制度の知識を途切れさせないように教育を継続しなければならない。原料メーカーからの産地変更等の情報提供が滞ると、意図せず表示違反してしまうリスクがある等、様々な意見が出ているところでございます。

次のページをお願いします。

こちらにつきましては、事業者へ寄せられた消費者からの質問意見等についての調査でございます。基本的に原料原産地表示に係るこういった問合せがあるのかというところでございます。

全体で見させていただきますと、「〇〇製造」と表示している原材料に使用されている

原材料の原産地について、遡った産地はどこですかというのが大体2割程度あるかなというところがございます。ほとんど意見等を寄せられたことがないというところが6割程度でございます。したがって、そこまで事業者に対して問合せをしているという実態はないのかなというところがございます。

最後でございます。10番、制度の見直しというところがございます。こちらにつきましては、各種調査結果等に基づき、表示に対する消費者ニーズの変化状況、事業者の状況等を確認し、制度導入効果について検証を行い、必要に応じて制度の拡大や廃止も含めて幅広く見直しを実施することという形でございます。

まず、表示に対する消費者のニーズでございます。5割程度の消費者が本制度を活用した上で、そのうち7割程度が表示に満足していると回答しております。一方で、本制度の内容について十分に理解している消費者は全体の2割程度という形でございます。したがって、制度内容について十分に理解はしていないものの、この制度を使用しながらそれなりに満足しているというのがアンケート調査の結果からは見てとれるというのが現状でございます。

事業者の状況につきましては、事業者の6割程度が負担は大きかったと回答しております。一方で、負担したコストについてはほとんど価格に反映できていないというのが現状でございます。また、表示違反へのリスクから、表示作成者の精神的負担は増加しておりますし、原料調達にも一部制限がかかっているというのが現状でございます。

そのようなことを踏まえまして、本制度について一定の割合の消費者からニーズがあることが確認できた一方で、現況は事業者が表示にかかるコストを負担している。また、理解度については、消費者に対する理解度については理解が進んでいないという状況でございますので、制度の周知普及について継続することが必要な状況ではないのかというのが我々としての見解でございます。

説明につきましては以上でございます。

○今村部会長 御説明ありがとうございました。制度そのものもなかなか複雑で、調査していただく内容もなかなか複雑な内容となっておりますけれども、様々な問題点を消費者庁の説明の中でも御指摘いただいております。

まず、委員の皆様からの御質問、御意見をお受けしたいと思っております。オンラインの方は挙手のボタンをお願いしたいと思っております。

質問いただく際に、資料の何ページのことについてというのを明確にいただければ、後の回答もしやすいと思っておりますので、ぜひ御協力をお願いしたいと思います。

では、順次挙手をお願いしたいと思うのですが、河野委員、お願いします。続いて前田委員、お願いします。

○河野委員 食品産業センターの河野です。御説明ありがとうございました。

質問ではなく意見ということで発言させていただきます。

最初に、原料原産地表示を行う事業者の実情を改めて御理解いただきたく、発言いたし

ます。資料2の27、28ページに示されておりますように、制度導入の際に事業者にはコストが発生しました。また、導入後も継続してランニングコストが発生しておりますが、これらのコストの多くは価格には反映されておられません。

さらには、31ページに示されておりますように、費用や時間的なコストだけでなく、ルールを遵守するための心理的な負担も負っております。そして、使用原料の調達困難時にはさらなるコスト、心理的負担を負わなければなりません。まずはこのような事業者の実情を御理解いただければと思います。

原料原産地情報について、消費者の方々に一定のニーズがあることは十分に理解しておりますが、一方で、原料原産地表示は、それを表示することによって調達先を限定してしまう側面があります。そのため、表示のために原料調達や商品開発が制限されてしまうこともあります。特に不測の事態によって原料調達が不安定になってまいりますと、事業者は様々な追加コストを負担せざるを得ません。このような不測の事態による原料調達困難時におきましては、特別な対応を御検討いただければ事業者の負担が緩和されるのではと感じております。

その上で、表示を利用される消費者の理解度と満足度を見ますと、原料原産地表示が事業者のコストに見合った利活用がなされているのか、どうしても考えざるを得ないと感じております。

今後も原料原産地表示制度について消費者への周知啓発が継続して行われると思います。その際は原料原産地表示を行う上での事業者のコスト負担についても御配慮をお願い申し上げるとともに、一定期間後に改めて制度について消費者の方々の理解度の把握が必要ではないかと考えるところでございます。

発言は以上でございます。

○今村部会長 ありがとうございます。

今の御指摘について、消費者庁から何か御回答はあるでしょうか。では、御意見として承るといふことでよろしいでしょうか。

では、前田委員、お願いいたします。

○前田委員 前田です。ありがとうございます。

御説明ありがとうございます。

2点意見がございます。

1点目は、資料2の4ページと6ページに関連します。まず、4ページの上段の文章で1行目の最後、「消費者が表示の意味を正しく理解し活用しなければ」という部分につきまして、私自身を振り返りますと、主婦として日常的に食品を購入しますが、原料原産地表示は目にとまれば確かに参考にしていると思いますし、特に知りたい食品は意識的にチェックしていると思います。例えば国産か外国産かなどを気にしたりしますが、ざっくりとしていて、意味を正しく理解しているかどうかといえそうではなかったと思います。食物アレルギーのある家族がおりますので、原材料の表示は比較的好く見るほうだと思いますけれ

ども、それでも原料原産地表示はあまり意識していなかった。正しく理解した上での活用はできていなかったのではないかと思います。こういった状況の方は少なくなくいらっしゃるのではないかと。御説明にありましたとおり、啓発、消費者教育が非常に重要だと考えます。

そこで、6ページの下段、下から2行目に関連しますが、学生への教育は有用だと思います。ここでは大学や専門学校となっていますが、小学生も中学生も含めていただいて、1年に1時間でも授業として全員が必ず学ぶ、学べる体制をつくることは、関心を生むということだけとっても有用だと考えます。ぜひ前向きに検討していただきたいと思います。

2点目です。資料1の5ページ目ですけれども、この例ではチョコレートケーキになりますけれども、小麦粉も比較的多く使用されていると思いますので、小麦粉の原料原産地を知りたいという消費者も多いのではないかと思います。一番多いものだけを表示することがどれほど重要な意味を持つのか。事業者の御負担や御努力に見合うのかということも感じましたし、どうして一番多いものだけなのかということの理解が進むことも必要だと思います。さらに検討されていくことも必要ではないかと考えます。

以上です。

○今村部会長 ありがとうございます。

今の御意見として承ればよろしいですか。何か回答はありますか。

○消費者庁食品表示課京増食品表示調査官 我々も消費者への教育は大事かと思っておりますので、御指摘の点を踏まえまして、いろいろ検討させていただければと思います。

また、アンケートを聞くときに、小麦粉で聞いたほうがいいのかという意見につきましては、パンとか麺とかの原材料になるかと思いますが、そういう視点についても参考にさせていただければと思っております。

○消費者庁食品表示課坊衛生調査官 あと、なぜ重量割合上位1位だけなのかということでございます。こちらについては、制度導入時にももちろん上位1位だけではなくて2位、3位にもという御意見もございましたけれども、制度を導入する際に、まずは重量割合上位1位のものからということが議論した上で決まっておりますので、今、その制度の中でどうなっているのかというのを検証させていただいているところでございます。

○今村部会長 前田委員、よろしいですか。

○前田委員 はい。ありがとうございました。

○今村部会長 ありがとうございます。

ウェブのほうから、田中委員が手を挙げていただいております、田中委員、お願いいたします。

○田中委員 ありがとうございます。

御説明ありがとうございました。

原料原産地表示をすることというのは、消費者、企業、社会全体にとって多くの利益をもたらすこととして、表示の意味の普及・啓発が重要と考えています。一般的な印象では、

おいしさやブランドによる価格の妥当性の証明ととらわれがちではないかとも思われます。また一方では、食品、製品の安全性確保という点では食品や製品のトレーサビリティを高めて安全性を確保する。また、リコールや安全性に問題が発生した場合に、原産地情報があることで迅速な問題の特定と解決に向けていくことや、地域ごとの異なる農薬規制や衛生基準の信頼性を判断するといった意義もあるのではないかと考えております。

さらには、地元産品を選ぶことで地域の生産者を支援して経済的な利益が地元還元されるといったことや、地域振興、環境負荷の低い地域で生産された商品といったフェアトレードによる生産品というサステナブルな選択もあるかと思えます。

こういったことから、普及・啓発についてですが、資料2の6ページに普及・啓発がありますけれども、資料1には原産地表示の見方や意味の説明が記載されていました。資料1を基に説明いただきましたけれども、そもそも表示の意義や原産地表示の社会的検証方法や監視の方法は記載されていなかったのではないかと思えます。それらを資料1に全部含めてくださいというわけではありませんが、こういったことも普及・啓発することで消費者などの観点からの社会的な監視もできるのではないかと考えます。

また、そうしたことは食品の表示に関わる勉強をする学生にも役立っていくだろうと考えておまして、それらの関係する学校を擁する全国栄養士養成施設協会とか、または調理師養成協会といった団体への情報提供が、今後、食に関する専門家から消費者に伝えるという仕組みもできるとよいのではないかと考えております。これは普及・啓発と消費者教育へのお願いです。

もう一点は監視についての質問ですが、これは資料2の16ページにありましたが、監視については社会的検証が監視方法と思えます。そのために、監視の指針・手順というものが示されているということですが、そもそも食品監視でいうと、食品衛生法によると、監視計画というものが作成されて、食品衛生法に定めて監視を行っています。そういったことと同じように、指導計画を立てて、それを基に食品の種類やいわゆる行政監視目標数の設定といったこと、こういった計画を明らかにして、その上で報告や公表がなされるというようなことは現在あるのか、または今後あるのかということについてお聞きしたいです。

以上です。

○今村部会長 ありがとうございます。

今の点につきまして、消費者庁からの御回答をお願いします。

○消費者庁食品表示課京増食品表示調査官 委員から御指摘がありましたけれども、国内で流通する食品は全て安全なものが流通しているという大前提の下、食品表示がされているということを御理解いただければと思います。また、各種協議会を活用して普及・啓発していくという御紹介をいただきましたので、そのようなものも参考にしながら普及・啓発を頑張っていきたいと思えます。

○今村部会長 監視計画については今から説明をしていただきます。

○消費者庁食品表示課坊衛生調査官 監視計画につきましては、食品衛生法に基づき定め

られているものでございますので、この原料原産地表示制度自体は旧の食品衛生法由来というものではなくて、どちらかという旧のJAS法由来の食品表示制度という形でございますので、監視計画のほうには明確には出てこないのかなと思っているところでございます。

とはいえ、この監視自体は農林水産省、各地方自治体で行われておりますので、もちろんそれなりの計画を立てながら実施されているものと我々としては承知しているところでございます。

○今村部会長 清水課長、お願いします。

○消費者庁食品表示課清水課長 監視という点なのですけれども、計画的にやってどういう分野を見ていくかとか、考え方はいろいろあると思うのですけれども、一方で監視する側がどこに着目しているのかとかそういう監視の手法とか、何を重点的にやっていくかとかというところはあえて示さないというか、監視の手法というか、そういうところはオープンにせずに行っていくほうが効果的な監視ができるという部分もありますので、透明性を持ってやらなくてはいけない部分ももちろんあるのですけれども、一方でなかなか情報が出せない部分、あるいは出さないほうがいい部分もあるというのは御理解いただければと思います。

○今村部会長 田中委員、いかがでしょうか。

○田中委員 もちろんそうなのでしょうけれども、そういった計画があるということと報告や公表をすることで一定のそういう遵守をすることに繋がるのかなと思いました。

ところで、食品表示法のほうで監視に関する根拠法令というのは特段どこかであるということは、あれば教えていただきたいのですが。

○今村部会長 この点も含めて消費者庁からお願いします。

○消費者庁食品表示課坊衛生調査官 先ほどの質問の続きになりますので、監視の結果という形でございますけれども、基本的には指示、公表されているものについてはもちろん公表されております。そのほか、基本的な違反状況につきましては、どういう違反があったというところについては我々のほうでも公表しているところでございます。

そのほか、今の監視の根拠法令でございますけれども、こちらにつきましては食品表示法において規定されておまして、ここにおいて、自治体であったり、農水省であったり、消費者庁であったりというところが立入検査を実施して指示、公表を行うという形が規定されているところでございます。

○今村部会長 田中委員、いかがでしょうか。

では、清水課長、お願いします。

○消費者庁食品表示課清水課長 補足で、食品表示法違反で指示、公表した場合には、当然事案自体も指示、公表を行った主体が公表していますけれども、その件数を取りまとめて消費者庁のホームページでも公表しています。

○今村部会長 田中委員、お願いします。

○田中委員 ありがとうございます。

細かくやってくださいということではないのですが、そういったことを公表することで多くの人たちがまた監視について興味を持って、社会的な監視が進むのかなと思いましたので、意見を述べさせてもらいました。

以上です。

○今村部会長 ありがとうございます。

食衛法の監視は基本的に何をするかという方針は示していると思うのですが、それは違反を見つけるというよりは、違反しないように教育するためにやっているの、全部を秘密主義にやるということではないと思っています。ですから、今、田中委員の御指摘としては、どんなことをやっているのか、どういうところをちゃんと見ているかというのは言ってもらったほうがいいのではないかなという御指摘だと思いますので、そこら辺のところはまた、どこに入るかなどは言うべきではないと思いますけれども、そういった面での強化はぜひお願いしたいと思います。

では、引き続き御意見をいただければ。

では、穂山委員、お願いします。

○穂山委員 御説明ありがとうございます。

結構広範囲な調査に御尽力いただきまして、ありがとうございました。

この原産地表示は、消費者のほうは比較的理解度が低いですが、5割程度の中では7割満足されているということ。ただ、これはやはり事業者のコスト負担がかなりかかっておって、にもかかわらず価格にあまり反映されていないということから、かなり御負担、御尽力されているということがこの調査から読み取れました。

私、安全性の研究をやっている立場からすると、この原産地表示は日本に基準値がなく、海外に基準値がある。あるいは逆に日本に基準値があって海外に基準値がないというようなものを原材料中の、例えば汚染物を調査するときこの原産地表示は非常に役に立ちます。これは当然国民の食品の安全性に関連してきますが、こういった原産地表示の意味というのはそういったところに反映されていると御理解いただきたいと思います。調査結果に関して公表することは慎重にする必要があると思いますが、原産地表示は安全性に結構関与しているということを御理解いただきたいと思います。

ただ、やはり安全性から考えると、アレルギー表示や栄養表示がかなり国民の関心が高いのではないかと思います。2001年からアレルギー表示は義務化しておりまして、これは初期対応として今村先生が先頭になって御尽力された表示制度なのですが、当時から患者団体と産業界と研究者、行政、臨床従事者でかなり話し合って確立した制度であります。

皆さん御理解いただけていないと思いますが、実はアレルギー表示は国際的には日本はかなり先進国で、日本の加工食品のアレルギー表示は信頼性が世界にはあるということは、今村先生をはじめとした御尽力のおかげだと思っています。

これはなぜかという、やはり産業界との合意があったからだと私は思っています。これは先ほど河野委員からもお話があったように産業界あつての表示制度なので、ここの御理解をいただいての表示制度であってほしいとは思っております。

ただ、やはりアレルギー表示とか栄養表示とかの足かせにならないような形で、引き続き原産地表示を継続していただければなと私個人は思っております。

以上です。

○今村部会長 ありがとうございます。

穂山委員からおほめのというか労いのお言葉をいただきまして、ありがとうございます。穂山先生と当時徹夜の日々を過ごしたことが懐かしく思い出されましたけれども、産業界の皆さんの御理解があつて初めて表示が成立するというのもよく理解しております。

この産業界の皆さんとの話合いの点については、消費者庁のほうから何かコメントはございますか。特にありませんか。

先ほど河野委員からもありましたように、負担がかかっているということは御理解いただいているというところで、意見として承るといふことでよろしいですか。

では、続いて御意見をいただければと思いますけれども、小川委員、お願いいたします。

○小川委員 小川です。

幅広い調査をしていただいて、御説明も丁寧にしていただいて、どうもありがとうございました。

私からはコメントです。消費者の普及・啓発についてです。5ページになりますが、一連の消費者庁が行った調査の中で、原料原産地表示を参考にする人を目標値とすることで、情報を必要な人のなかで正確に理解できている人の割合を理解度という基準にされたことは非常に妥当だと思いました。

調査結果の15ページで、やはり「又は表示」の理解が消費者には難しく、正答が12%といったところで、なかなか普及・啓発も御苦労されているのではないかと思っております。

そのなかで、6ページに書かれていた新たな取組として学生への講演を実施されているということに関して、私自身も大学で授業をしております、食品科学を専門にしている学生たちの授業に消費者庁の方に講演に来ていただきました。実際に講演を受けた学生たちからは、特に例外表示といった複雑な辺りについて知らなかったことを学べた、といったコメントであるとか、クイズ形式を取り入れて分かりやすかったといったコメントがありました。これからも、学生向けの講演などでは、クイズ形式など彼ら、彼女らの興味関心をひく工夫を、継続していただけたらと思っております。

現在は普及・啓発の段階ですので、今後の効果検証を引き続きやっていただければと思います。そうした結果を踏まえ、一定の期間が経過した後にまた改めて事業者さんの負担であるとか社会的コストを含めて見直すかどうかの検討が必要なのかなと考えております。

まずは普及・啓発の取り組みで、学生向けの御講演を分かりやすくやっていただいたこ

とを御紹介させていただいた次第です。どうもありがとうございました。

○今村部会長 ありがとうございます。コメントということでもよろしいですか。

では、ほかに御意見はいかがでしょうか。

では、阿部委員、そして笠岡委員、お願いします。

○阿部委員 本当に御説明ありがとうございます。

打合せに出席できませんでしたので、違う意見になってしまうかもしれませんが、やはり皆さんからの意見のように、消費者教育ということが非常に大事だと感じています。この原産地表示が消費者にとって何のためにあるのかということ考えたときに、アレルギーの問題もそうなのですが、食品を選択するときの情報として原産地表示を見ている理由が明らかになると、消費者に対しての教育の内容等が工夫できるのかなと感じています。また、見ない人はなぜ見ないのかということも必要と思います。栄養表示のアンケートなどには、このような項目もあったと思いますが、「なぜ活用しないのですか」の回答に、「文字が小さくて見にくい」などの意見があったと思いますので、今後、検証することであれば、どうして原産地表示を活用しているのか、あるいはどうして活用していないのかという促進的な要因と阻害的な要因が分かると、消費者教育も幅が広がると思ったのが一つです。

また、先ほど全体の5割の人が活用していて、そのうちの7割の人が満足しているということですが、内容を間違えていた2割の人は5割の中の2割の人なのか、活用していない人の2割なのかによって捉え方が違ってくるなと思いました。活用している方の2割だったとすると、5割のうちの2割だから、活用していても約半分弱の人が間違えた解釈をしているとも考えられますので、その辺のクロス的な集計もしていただけたらよいと思ったのが2つ目です。

3つ目が、6ページは開催回数だけ書いてあるのですが、人数がどれくらいだったのかというのが分かれば教えていただきたいです。それと、7ページ、8ページのウェブサイトへのアクセス数やウェブ上のパンフレットをどれぐらいの方がダウンロードしているのか等経年的なものが分かればよいと思っています。栄養士会でもホームページにいろいろな情報を掲載していますが、月次でダウンロード数等を検証して、ホームページの改修を行っています。このような情報が分かればぜひ教えていただきたいですし、今後工夫してほしいと思います。

以上です。

○今村部会長 ありがとうございます。

幾つか御質問をいただきました。今の点について、実際の数で分かるものやクロス集計をしているかということで、御質問に回答いただければと思います。

○消費者庁食品表示課坊衛生調査官 まずは、原料原産地表示を参考にしている人の理解度という形でございます。こちらにつきましては、今回載せさせていただいたのは全体の理解度の割合ですけれども、一応クロス集計をした数字もございますが、数字的にあまり

差異がなかった。具体的に言いますと、例えば令和3年度であれば、1万人のうち原料原産地表示を参考にしていない人数自体が4,555人、そのうち理解度という形で、例えば対象品目であればそのうちの624人が理解しているというような形でございまして、割合にすると13.7%。同様の数字が令和4年であれば参考にしていない方が3,586人、そのうちの理解している方が639人、割合にすると17.8%。令和5年については、参考にしていない方が3,929人、対象品目を理解している方が727人、割合については18.5%。そのほか、対象原材料等についても同様の形でございすけれども、全体とそこまで有意差といえる差異がなかったという形でございます。したがって、参考にしていない方についても理解しているのかと言われると、そこまで理解しているという数字は出ていないということでございます。

あと、セミナーの数自体の御質問があったかと思います。基本的には各セミナーの年度ごとの参加人数という形でございます。平成29年は3か所ですので全体で103人、平成30年度につきましては36か所で1,637人、令和元年につきましては32か所1,352人、令和2年度につきましては11か所の375人、3年度は16か所601人、4年度は8か所610人、5年度は10か所の380人という参加人数でございます。

○今村部会長 あと、ダウンロード数が分かればという話でした。

○消費者庁食品表示課坊衛生調査官 ダウンロード数につきましては、恐らく集計は可能でございすけれども、今、手元にその数字はございせん。

また、基本的にはダウンロードだけではなくて、こちらにつきましては冊子化して我々もかなり配っておりますので、そういった数も含めて検証する必要があると思っております。

○今村部会長 阿部委員、いかがでしょうか。

○阿部委員 ありがとうございます。

○今村部会長 先ほどの2割の参照の件ですけれども、参考にしていない人が減っていていることがやはり大きな問題だと思うので、そのために、実は理解している人の数が変わらないけれども、率だけ上がっていているというようなことが現在の問題なのだと思うしております。

○阿部委員 あと、研修会の人数も回数の割にはあまり増えていない現状があると思えました。コロナ禍の影響もあると思いますが、これは対面でやられたのか、ウェブでの開催なのかでも違うと思うのですけれども、今後研修会については、対面だけではなくウェブであったり、オンデマンド配信によりこの期間は見られますというようなことも実施しているのか、あるいは今後工夫していただければと思います。

○今村部会長 ありがとうございます。

コメントはありますか。

○消費者庁食品表示課坊衛生調査官 周知・普及方法につきましては検討していきたいと思っております。

ただ、今回のこの消費者セミナーについては基本対面になっております。また、先ほど

来申し上げられていますとおり、この制度はかなり複雑ですので、対面で御説明しないとなかなか正確に伝わらないというような側面もあり、我々としては基本対面で行うことを重視しながらやっているというのが現状でございます。

○今村部会長 ありがとうございます。

では、続いて笠岡委員、お願いいたします。

○笠岡委員 笠岡と申します。

原料原産地表示制度について、経緯についての御説明ありがとうございます。

私自身は、ふだんスーパーマーケットで仕事をしており、実際にスーパーマーケットのお店を利用されるお客様からの御意見を直接受ける機会も多くあるのですが、加工食品の原料原産地がどこであるのか、特に国産なのか輸入なのかを結構気にされるお客様はいらっしゃいますので、この原料原産地表示制度がお客様が実際に商品を購入する際の重要な情報の一つになっているというのは感じています。

ただ、実際に原料原産地を気にされているのは、例えば魚の干物とか、煮豆とか、あとはレトルトの御飯とか、生鮮食品そのものの原形をとどめている加工食品は結構ニーズが高くて、一方で調味料とかお菓子とかそういう加工度が高い食品はそれほどニーズがないのかなと感じています。

また、自社においても、2022年に原料原産地表示制度が完全義務化されるのに向けて、原料原産地表示への対応を行いました。特に食品小売業では取り扱う食品の品目数がとても多いので、表示が欠落してしまうリスクが結構高いのかなと。全ての食品を適正に表示する難しさというのは感じています。

実際に2022年に原料原産地表示制度が義務化されてから、食品小売業による原料原産地表示違反というのが結構多く発生していると感じていて、原因としては、私たち小売業界の表示制度の勉強不足というのがあるのかなと。それはとても反省しています。

資料2の1ページの一番下、4番目に事業者向けQ&Aの充実ということで書いていただいている、実際に食品事業者として原料原産地の表示を作成するときに、資料1の消費者向けのパンフレットはすごく分かりやすく参考させていただいているのですけれども、やはりパンフレットだけだと実際に表示を作成するとなると十分ではなくて、かといって実際の表示制度の法文そのものを読み込もうとするとハードルが高いので、やはり正しく理解するのは難しいなと感じています。なので、こういったQ&A形式で行っていただけると、それを読むことで食品事業者側としても理解がすごく高まるので、ぜひQ&Aの充実はしていただきたいと思います。

Q&Aの充実の文章の中で、食品表示部会での議論を踏まえてQ&Aをさらに拡充していくと書いていただいているので、食品事業者側として1つ知りたいなと思っていることを今質問させていただきたいのですけれども、自社はスーパーマーケットになりますので、実際にお店で食品を作っているわけではなくて、食品メーカーさんから業務用の加工食品を仕入れて、それをお店で小分け包装して、自社のスーパーマーケットの社名の表示ラベルを

作成して販売するというものが結構多くあるのですけれども、そういった加工食品で「又は表示」をするときに、「又は表示」の場合は根拠となるどの期間の実績に基づく表示なのか、その根拠資料を持っていなければならないという規定があるかと思いますが、それは仕入れ先の食品メーカーさんが根拠資料を持っていけば問題ないのか、それとも実際にお客様が買われる食品は食品小売業が表示責任者となって表示しているので、食品小売業が表示責任者側で根拠資料を持っていなければいけないのかというのを知りたいと思っています。個別の質問ですみません。

私からは以上になります。

○今村部会長 具体的な項目について質問がありましたけれども、この件については回答はいかがでしょうか。

○消費者庁食品表示課京増食品表示調査官 事業者への周知ということで7ページを一回見ていただければと思うのですけれども、Q&Aのほかに、マニュアル等を使って講習会をしたり、マニュアルはホームページに公開したりして、事業者向けにはパンフレットということではなくて別にマニュアルを作ったりしています。

また、御質問のあった小分けした場合の「又は表示」ということですが、基本的に買ってきて小分けして販売するという自体も多分事業者さんと合意の下に小分けして「又は表示」をしているかと思いますが、引き継いで表示しているということを両者合意の上でやっていただければいいと思いますし、表示の根拠は購入先が持っているということなのだと思います。

○今村部会長 笠岡委員、いかがでしょうか。

○笠岡委員 かしこまりました。ありがとうございます。

○今村部会長 購入した側が持っていなくても、向こうが持っていたらいいという回答と理解いたします。それでよろしいですか。

○消費者庁食品表示課京増食品表示調査官 持っているほうがベストかと思いますが、いろいろな品物を仕入れて大量の書類を全部引き継ぐというのも実行可能性を考えた上で、きちんとすぐ入手できる関係があるかどうかなどを踏まえ、購入先が持っているということでもいいのではないかと考えております。

○今村部会長 笠岡委員、よろしいですか。

○笠岡委員 はい。ありがとうございます。

○今村部会長 ありがとうございます。

では、菅委員、お願いします。

○菅委員 菅です。今日もよろしくお願いします。

総論的な話と資料2に基づく各論的なお話をしたいと思います。

平成29年の現行ルールができたときに当部会のメンバーであった者の一人としましては、先ほどの御報告に感想も意見も多数浮かぶところでありまして、様々な思いもあるのですけれども、私個人としましては、現時点での意見として、このルールが始まったことはよ

かったと思っております。

私自身の立ち位置は、議論当時の日弁連意見にも述べられているところに近く、今も「もっとなるべく生鮮レベルに立ち返った原則表示で分かりやすく、かつ充実させられないものか」という立場、つまり、できるならば重量順第3位ぐらいまで、しかも、例外表示も、あるいは製造地表示が国内製造ばかりになるようであればそれも、いずれも極力認めない形で、そして、いわゆる冠表示などの原産地表示についても充実を図るということを目指せないものかという意見に軸足を置いております。

ただ、例外表示等は消費者にとっても事業者にとっても望ましくないという双方からの激しい反対意見も多数ありながらも、取りあえず全ての加工食品の重量順1位にあまねくルールを及ぼすことを頑張っただけ進めていこうよということになって、事業者の皆さんにもいろいろ御尽力いただいて、新たなルールが今まで進んできたことについては、方向性としてはやる前よりやはりよかったと思っております。

私個人の日常においても確実に購買時の行動が変わりましたし、全部の表示を見ながら、原産地がどこかについての知識も増えましたし、例外表示がある場合においても、その必要性や許容性について一つ一つ思いをはせながら選択するということができるようになりました。とりわけ買い慣れていない食品であればなおさらなのですけれども、安心感であるとか価格への納得感のようなものにもつながっているのではないかと思います。今回の御説明でも、そのような考えを持つ消費者が多くいることが事実として確認できた面があるのかなと思います。

現時点で不十分などところがあることは受け止めつつ、それでももっともっと活用されるようにどのような取組が必要かということ、とりわけ消費者の理解が進むようにはどうしたらいいのかを考える必要があると本日の御説明を伺いつつ、改めて思いました。

幾つかの観点から、資料2の各論について御意見を申し上げたいと思います。

まず、資料2の前提条件2の5ページ、6ページあたりについてですけれども、達成度の設定や質問の設定の仕方の難しさの問題もあろうかと思うのですけれども、間口とも言うべき対象品目や対象原材料の達成度がまだ低いことや、「又は」の意味理解が進んでいないことなどを見ますと、やはりまだまだ消費者への普及・啓発が足りていないと感じます。

13から15ページあたりを見ましても、「分からない」を除いても正解が必ずしも1位になっていなくて、肝としてかなり大事なはずの、製造地表示や「又は」の意味理解が十分進んでいない、とすれば当然「又は」の注釈についても理解が進んでいないことが推測されると思うのですけれども、こうした状況は大変残念に思うところで、ぜひ重点的に改めての周知をしていただきたいと思います。

先ほど小川委員のお話の中にもセミナー的なもののお話がありましたが、私も先日2時間弱ほどセミナー講演をしてみる機会が原料原産地表示についてありましたが、「国産」と「国内製造」の違いについても初めて聞かれたという方が多かったような印象があります。ただ、背景も含めて御説明して、習熟度チェックのようなことをしてテストをしますと、

皆さん面白い、よく分かったとおっしゃって帰られる。少し手間がかかることなのかもしれませんが、勘所が分かれば理解できるようにはなりますから、メディアの方にも今日の事後検証をしっかりと発信していただいて、これを契機に改めてニュース等だけでなくクイズや啓発系の番組に取り上げていただいたりしながら、制度そのものからの周知を強化していただきたいなと思うところです。経過期間が長いこともあって、いつのタイミングで周知の努力をするか難しい面があったと思うのですけれども、この辺りは他の食品表示全般と併せて、不断の努力が必要だと思っています。

前提条件5の11ページの話ですけれども、ここでは感想だけですが、「①事業者の周知状況」で正解が100%に満たないのはやはり残念でして、特に12ページの「又は表示」の理解が事業者すら平均70数パーセントであるということについては、やはり100%に近づける努力が今後の課題として必要なかなと思いました。

前提条件6の「監視」について16ページ以下にありますけれども、監視については実際どれくらいやれているのかなということに興味があります。例外表示の要件の有無については、どのぐらい監視・指導ができているのか、相談は多く寄せられているのか、漫然と例外表示がなされているということはないかといった辺りが気になるところです。社会的検証を軸として監視・指導をしっかりやっていくということはルールが決まる前に消費者庁がおっしゃっていたことですし、それを期待すればこそそのルール導入であったと認識しています。例外表示はあくまで限定された場面でしか許されないもので、かつ資料を保管しなければならないということであって、質問ですが、1つ目としては、傾向としては、先ほどの御説明からも例外表示の割合は少なくなっていて、多くの事業者が原則表示の実現に向かってかなり努力されているという理解でいいのかどうか。2つ目としては、例外表示の要件の有無については十分監視がなされているか、現状の御認識を教えてくださいと思います。

前提条件7については、17ページのところで、おにぎりののり以降に追加はされていませんけれども、もし重量順第1位のみ現行ルールが今後もベースになっていくとしますと、例えば「冠表示」などの場合には追加ルールで実現できないかという消費者側からの提案も今後あり得るのでないかと思っています。考えていくべきものはないか、様々な立場で検討していくべきではないかなという感想を持ちました。

前提条件8の「例外表示の検証」については、18ページ以下になりますが、ぜひ検証は今後も十分進めていただきたいと思っています。80%以上が原則表示できていることや、20ページにおいても例外表示がなされているものの割合が必ずしも多くないことなどがうかがえると思いますし、議論当時に懸念されていたよりは例外表示は少なくて済んでいるのかもしれないと感じます。事業者の御努力もあろうかと思っています。ここでもやはり例外表示をしなければならないものは「致し方ないもの」と理解すればよいということなのであれば、そうだというふうに消費者も学んでいくべきだと思いますが、このあたりもぜひ検証していただきたいし、こういうデータにも注目していくべきではないかと思っています。

ここでも1つ質問ですけれども、19ページの右下の表との関連ですけれども、表示対象原材料が加工食品である場合に、「〇〇製造」とせずにさらに生鮮に遡って表示しているもの、双方を記載したものの割合に関するデータがあるでしょうか。「国内製造」ばかりになっていないか気になるところです。

前提条件9の「理解度調査等」に関してですけれども、先ほど事業者側のコストについて相当なコストがかかっているというお話がありました。これは多くは原則表示のコストなのか、例外表示のコストなのか、いずれもかもしれませんけれども、多くの中小事業者にとってどうなのかという点が、御報告いただいているデータからは必ずしも評価が難しいのではないかなと思っていて、どういう規模感の事業者が例外表示を多くしているのか、それはどういう事情で、やはり多数の商品を扱う一部の大規模な事業者が中心なのかどうかといった辺りについて、少しコメントを追加していただけたらありがたいと思っています。

先ほど河野委員の御発言にもありましたけれども、急なやむなき変更対応といったものに対してどうしていくのかという問題は今後もあるかと思うのですけれども、消費者側も例えばシール等での対応がなされたときに事業者側の努力というのを正当に評価すべきところがあるのではないかなと改めて思いました。

最後に、前提条件10の「制度の見直し」に関することですけれども、先ほど申し上げたように、大変難しい議論の末に生まれた現行ルールは、例外表示などが多いという問題がありつつも、相当程度役に立ち始めているのだと思うので、いかなる立場からも大きな見直しを言うことはなかなか簡単ではないということもあって、今後も当面は今の形で進めていくことになるのではないかと思います。ただ、将来的にいかなる見直しを考えていくにしても、こういう表示が欲しいという意見を広くいただくためにも、せつかくのこのルールをもっと多くの消費者に、もちろん事業者もですけれども、正しく知ってもらい普及・啓発の努力が一層望まれると思いますし、例外表示の状況の監視・検証もまだまだしっかり続けていただくことが大事だと思っています。

そのような意味からは、先ほどの河野委員の意見に賛同するのですけれども、この完全実施後2年ぐらいのところで観測や検証をストップしてしまうのではなくて、消費者委員会から求めるべきこととして、今しばらくこの10の前提条件でお願いしたこと、事後検証のようなものを引き続き継続していただいて、消費者庁からも一定の期間後にまた御報告いただくようなことを改めてお願いすべきではないかと考えます。

長くなりましたが、以上です。

○今村部会長 ありがとうございます。

今、幾つか御質問もございましたので、消費者庁から御回答をお願いいたします。

○消費者庁食品表示課坊衛生調査官 御意見ありがとうございます。

まず、そもそものセミナー等で対面でないという形で、先ほど菅委員も基本的に効果度調査という話をされておりました。我々も消費者セミナーにおいて、実は講

義前、講義後に同じ問題で理解度をはかっております。その際、講義前が大体3割程度の理解度のようなものが講義後は大体7割を超える理解度となっていますので、しっかり順序立てて伝えていけば、複雑な制度とはいえどもそれなりの理解は進むのかなと思っておりますので、その辺りについては今後も継続してしっかり周知・普及に努めていきたいと考えております。

あと、監視の件につきましては、件数等についてはこの場でお答えすることはなかなかできませんけれども、基本的には例外要件に当たっているかどうかをちゃんと見ているのかということでございます。こちらは例外要件には厳しい要件がありまして、それに当たらないものに対して例外表示をしているものについては基本的には食品表示基準違反という形でございますので、その点につきましては、調査する際においてはきちんと行われているのかということ調査しているということは間違いございません。

○消費者庁食品表示課京増食品表示調査官 あと、19ページをお願いします。

令和4年度のデータで国別重量順85.3%とありますけれども、事業者から聞いている中では、結局、産地表示違反をしないように産地を固定して「国別重量順表示」で書いている方と違反しないように「又は表示」や「大括り表示」を活用して例外表示している方といるので、事業者の生産の実態を踏まえ、表示をどうするかというのは事業者のほうで違反しないように工夫されていると考えております。

その上で、アンケートにもありましたけれども、昔から国産だけ使っているから単に国産と書くだけでコストがかかっていないという状況もあり、産地をあらかじめ固定しているというのは小規模な事業者が多かったのかなと思っております。

したがって、国別重量順85.3%あって、例外表示も5%前後ずつありますけれども、これが高いのかどうかというのはそれぞれ見た方の評価になるのかなと思っております。

○消費者庁食品表示課坊衛生調査官 あと、補足しますと、やはり例外表示をするには基本的に過去の使用実績などを全て調査しないとイケませんし、また、ある意味様々な場所から調達をしているという形になりますので、比較的大きな企業が使う制度であるというところは間違いのないのかなと思ってございます。

あと、「国内製造」と表示されているものの生鮮原料まで産地を遡っている割合がどれほどかということなのですけれども、こちらについては今集計というか数を取っておりませんので、今後必要だということであれば、そういったことも含めて調査をしてみるという形になるのかなと思ってございます。ただ、国内製造品でありつつ、遡った産地も国産であるものにつきましては、基本的に原料原産地表示というよりは強調表示的に書かれているものが多いのかなというところは認識としては持っております。

○今村部会長 今、菅委員の御質問としては、製造地表示で国内が増えてしまっているのではないかと、本当は海外の材料を使っているのに増えてしまっているのではないかと御質問だったと思うのですが、そちらの傾向としては、国内製造が増えてしまっているということではないかということなのですが、それはどうでしょうか。

○消費者庁食品表示課坊衛生調査官 そちらについては、基本的にはルールとしては原材料が加工食品であれば製造地を書くのが原則なのですが、遑って客観的に書ける場合については遑って産地を表示することを可能としておりますので、どちらを使うということ自体については事業者の判断という形でございます。基本的には対象原材料が加工食品の場合は製造地が原則で書かれています。あと、遑って産地を書くこともできますけれども、その例外を使っている方がどれほどというのは我々としては今データとしてはないというところでございます。

○今村部会長 菅委員、いかがでしょうか。

○菅委員 ありがとうございます。

○今村部会長 では、続いて川口委員、お願いします。

○川口委員 ありがとうございます。川口でございます。

答申書での適当とする前提10項目への対応につきまして、丁寧な対応と報告をしてくださいまして、どうもありがとうございます。

ほかの委員とかぶる点もございしますが、感想を含めて意見を述べさせていただきます。

まずは、資料2の4ページと5ページの消費者の理解状況についてです。今回消費者の立場で出席をしていることもあり、消費者の理解度は大変興味深く、消費者意向調査の報告書も拝見してもらいました。今回のKPIでは、食品表示を認知していて、かつ原料原産地表示を参考とする人を対象として、その全員が原料原産地表示制度を理解することを目標とするという高い目標を設定して取り組んでくださり、どうもありがとうございます。そういった意味では、数字が低くなるのはやむを得ないと思うところですが、製造地表示と「大括り表示」の理解度は高いですが、一方で「又は表示」への理解が23.7%となかなか進んでいないようで、やはり消費者が正確に理解するのは難しい制度であることを痛感しています。とはいえ、身近な消費者を見ていて、4人に1人が正確に回答しているのはまずまずなのかなとも感じております。

2点目ですけれども、6ページの消費者の普及・啓発について、コロナ禍で大変な状況の中で消費者教育をしてくださり、協力くださった消費者団体にも感謝申し上げます。実施前後で理解度が大きく進むとお聞きして、効果があったことも理解しました。

消費者への啓発は大変難しいことです。先ほど小川委員やほかの委員もおっしゃっておられましたが、導入時のKPIでは活用している方の理解度を上げることを設定するのは妥当だとは思いますが、今後は関心がない方にも関心を持って理解してもらえるような取組も必要ではないかと。学生への講演もされているということで大変期待しておりますが、資料1のパンフレットはコンパクトで大変分かりやすいので、これらを短い動画などに仕上げて配信するなど、広く消費者の啓発につながる方法はないかなと感じております。

3点目ですけれども、事業者への周知につきましては、私自身、理解不足による誤表示で混乱が起きないかと大変心配しておりましたが、マニュアルやQ&Aの作成、説明会や説明動画、相談対応など、非常に精力的に取り組んでいただけたという印象を持っております。

事業者の理解度調査でもおおむね理解されていて、中小企業にも配慮しつつ、広く周知をしてもらえたと感じております。

4点目ですけれども、16ページの監視について。こちらは第4次食品表示部会の中でも、特に消費者関連の委員の方から監視体制は大丈夫か、社会的検証だけで本当にできるのかななどの心配の意見が多く上がってございました。ですが、しっかりと体制を確立して巡回調査をしてくださっていて、また、科学的検証の研究も進めてくださっていると聞き、まずは安心しております。

続いて、19ページ、20ページの例外表示の検証について。こちらは国別重量順が令和4年で85.3%、対象原材料が生鮮食品で80.2%、加工食品で88.2%というのは、正直、意外と多いなという印象を持っております。といいますのは、当初この制度を入れるときに、蓋を開けたらほとんどが「大括り表示」になってしまうのでは、本当にそれで消費者の参考となる表示になるのかといった懸念の声が委員の中からもたくさんあがってございました。ですが、「大括り表示」も10%程度に収まっていて、事業者も可能な限り原則表示をするように努力して下さったのだと理解しました。

対象原材料が加工食品で製造地表示となっているのが64%というのは商品によってやむを得ないとは思いますが、先ほど菅委員からもありましたが、その中で加工食品に使われた生鮮食品の産地まで遡って表示している商品もまれに見かけます。冠表示や強調したいもの、消費者からの問合せがあるものなど、事業者の競争力強化の視点からでも構わないので、広がっていけばよいなと感じております。

続いて、32ページの問合せについてです。企業への問合せはこの制度が施行されると質問などが増えるという懸念があったのですが、約6割の企業が受けていないとのことで、意外とそうでもないのだなといった感想を持っています。製造地表示の原材料の原産地をはじめ、さらに詳しく知りたい方は問い合わせをいただいているようですし、原料原産地表示を参考している消費者が現状の表示に71%も満足しているのであれば、原料原産地表示は一定の効果があったのではないかと考えます。もしも問合せが多ければ、事業者はホームページなどで情報提供などの工夫もされるでしょうし、そういった自主的な取組にも期待したいと思います。

最後に33ページの制度の見直しについてです。導入当初に懸念していた大きなトラブルや混乱はなかった。その一方で、先ほど河野委員からもあった事業者の負担は初期コスト、ランニングコストのみならず、原料調達自由度が制限されるなど競争力にも影響するなどの課題を抱えていることも理解しました。

消費者意向調査で、より詳細な情報を求める場合の問いに対して、事業者負担が増加して商品の価格が上がるのであれば、詳細な情報は必要ないと回答した消費者は37.9%で一番多く、価格が上がっても国別重量順にしてほしいと回答した11%の3倍以上となりました。

現状の事業者の環境を考えると、これ以上は価格に反映させないということも難しいの

ではないかと推察します。消費者のニーズの状況から見て、拡大を考える合理的理由はなかなか思い当たらないように思われます。

とはいえ、消費者がより分かりやすく誤解されない工夫がされるものであればしてもらいたいところですが、かなりの議論をして事業者の実行可能性を考慮して今の制度となっている以上、御提案できる策も考えつきませんでした。今後は国際ハーモナイズの視点からも方向性が見えてくるかもしれませんが、しばらく様子を見つつ、記載していただいているように、消費者への啓発には新しい手法も含めてしっかりと取り組んでいただきたいと思います。

以上の理由からは、お示しいただいた方向性には賛同いたします。

私からは以上です。

○今村部会長 ありがとうございます。

何か消費者庁からありますか。特に御意見としてでよろしいでしょうか。

ありがとうございます。

では、森田委員、お願いします。

○森田委員 御説明ありがとうございます。森田です。

今回の表示制度に関しては、よく消費者の要望があったからというような話がございますけれども、消費者団体はこの複雑な表示制度に関しては大変反対をしてきた経緯がございます。2016年の9月6日、ちょうど原料原産地表示の検討会をやっているときの途中でしたけれども、このときに、当時、自民党の農林部会長と農林水産省、消費者庁と消費者委員会宛てに、加工食品の原料原産地表示に関する意見書ということで全国消団連が意見書を出しております。その中には、実行可能性等を考えると、食品の表示は、食品の中身を正しく伝えることを前提に、消費者にとって分かりやすい、誤解を招かない表示方法にしてくださいという理由から、例外表示、製造地表示に関しては大きなデメリットが出るのではないかとこのことを申し上げております。

しかし、この意見書は顧みられることなく今回の制度になったということで、そして、実際に今回様々な調査を見ますと、やはり理解度は大変低いというようなところが見えてまいります。

まず、理解度に関して、最初の目標値の設定でKPIのところなのですが、5ページになりますが、この5ページのKPIは分母が食品表示を認知している者のうち、原料原産地表示を参考にする者の全体の割合となっています。この認知している者というものの分母が毎年大きく変わり、令和5年は39.3%なのです。けれども、これはよく見ますと、食品表示は何かを知っていますかという漠然とした質問なので、食品表示の定義などを考えると、任意表示なのか、義務表示なのか、どこまで入のかなと私でも何を聞きたいのかなと思うような内容ですし、その中から分かっていると認知している者の中から義務表示に関して分かっている者というところでの母数を取っているということで、この母数というのが本当に妥当なのか、食品表示の義務表示を理解しているというようなことで、食品表示基

準の中には推奨表示もありますし、任意表示の中で規定しているものもある中で、この分母の設定が果たしていいのか。しかも、毎年変わるといふようなことでKPIをこういうふうにしていって、この数字だけで達成している云々と思うのはやはりどうなのかなど。このKPIの定め方を決めたのは消費者委員会の食品表示部会の中で決めているということでもあります。そういうことに関しても、このKPIというよりも、むしろ分母は入れないで、素直に私は分子のほうの11.5%とか、例えば製造地表示は27.2%で、製造地表示は実は生産原料の原料表示ではなくて原料の製造地なので、国産と国内製造は意味が違うのだよというのはいろいろところで言われるようになってきているので、そういうふうに効果が上がってきたのかなど逆に文章だけを見ているほうが分かりやすい。例えば「又は表示」に関しては、普通またはと聞くとA or Bなのですけれども、答えはand orになるので、普通の日本語でA or Bと言ったらなかなか理解度が進まないとかということもあります。このKPIの数値だけを見ていると実態がやはり分からないという部分があるかなと思います。

また、理解度という意味でいきますと、そもそも2016年に意見書を出したときに、製造地表示は誤解するよねというのを消費者団体はすごく心配していました。これは菅委員もおっしゃっていたとおりでして、〇〇製造というのは〇〇産というのと同じではないのかなと多くの消費者が誤解している。例えば国内製造のそば粉だったら国産と思ってしまうのではないかとこの詳細な中でもやはり出てきますし、産地表示、製造地表示についてあなたが正しいものとしてお答えくださいということで、〇〇産とやはり誤解している方が多いのではないかなと思います。なので、消費者団体がまさに10年前に反対をして、そして、多くが製造地になるのではないかと。そのときは50%以上が製造地表示になるのではないかと言っていたのですけれども、今、蓋を開けてみると64%なので、ほぼほぼ国内製造という表示ばかりを見るような状況になってしまっています。そして、その国内製造が消費者を誤認させているという消費者団体の懸念というのがやはりこの中で出てきたのかなとも思います。

一方で、原料原産地表示をこういうふうにして、川口委員もおっしゃっていたように、事業者の方々のすごい努力もありまして、思ったよりも混乱なく表示がきちんとされているものも多いということと、〇〇製造と書いてあっても、国産のものは例えば生産地まで遡って液卵（鶏卵（国産））みたいに書いてありますので、国産にやはりこだわっているところはきちんと食品の情報提供という意味でこの表示を利用しているところもあって、価格差もそれなりに出てきているというようなどころもあるのかなと思います。

なので、細かいKPIの蓄積ですとか、Qの聞き方に関してもそうなのですけれども、やはり消費者に分かりにくい制度だということは今もって変わりないです。先ほどから消費者庁もおっしゃっているように、対面でないとやはりなかなか分かっていただけない。私も消費生活センターで月に1回程度講演するような機会があるのですけれども、対面でじっくり話して、製造地表示というのは国内製造と国産は違うのですよという話を繰り返さないと、本当になかなか分かってもらえないような難しい制度なのです。こうしたイ

インターネットの調査だとなかなか理解度が上がっていかないというところは当初懸念していたとおりのかなと思います。

最後の制度の見直しをどうするかというところで、やはり理解度が低いので、制度のほうを見直してくださいですか、制度の拡大というのは、川口委員もおっしゃられたとおり、とても難しいことだと思っています。価格に反映することでもありますし、今のように食品の価格がどんどん上がっている中で、こうした利用はしているのだけれども間違えて利用しているような可能性もある、誤解されているような表示に対して、もっともっと厳しく制度を拡大するということは現実的ではないと考えます。

一方で廃止はどうかというと、廃止となりますと、やはり一歩進んで原料原産地表示の中で消費者に情報提供をしているというような部分もあります。やはり今の制度の普及・啓発を進めていただき周知・普及を継続することが必要であると思います。今は拡大と廃止両方ともは、制度が一旦始まってきているところなので、両方維持ということが妥当なのではないかなとは思っています。

一方で、今、食品の表示懇談会の中では、グローバルな表示の方向へというようなこととか、デジタル表示、シンプルで分かりやすくグローバルでデジタルでというようなキーワードが入っていく中で、これから容器包装に残す表示ということの議論も出てくると思います。こうしたグローバルではない原料原産地表示のようなものに関して、特に製造地表示のように消費者を誤認させるような表示の場合に関してデジタル表示とかに何か考えていくときに、一つの参考の要件になるのではないかなと。これまでのこのデータの蓄積ということを利用していただくというようなことが考えられるのではないかなと思っています。

以上です。

○今村部会長 ありがとうございます。

消費者庁から何かコメントはよろしいですか。

○消費者庁食品表示課京増食品表示調査官 19ページをお願いします。

国内製造が増えてきたというようなお話がありましたけれども、基本的に対象原材料に対応させて産地を書きますので、製造地表示が増えるというよりも、第1位の原材料が加工食品である場合が多いということなのだと思います。その上で、対象原材料が生鮮食品のものが36%、対象原材料が加工食品のものが64%ということとなっています。また、64%の全てが国内製造と書かれているわけではなくて、外国からの加工食品を原材料にして使用している場合はその外国産の原料であることが書かれますので、確かに国内製造と書かれている商品は多いですが、その全てが国内製造ということではないということだけ申し上げたいと思います。

○森田委員 分かりました。

○今村部会長 ほかの点、森田委員、特にコメントはないですか。

○森田委員 はい。分かりました。

私も国内製造に50%以上になるということを懸念していたのではなくて、多くのものが加工品なので、50%、半分以上が製造地表示になるのではないのというようなことで2016年の頃は述べておりました。

○今村部会長 ありがとうございます。

ほかに御意見は。

では、鈴木委員、お願いします。

○鈴木委員 鈴木です。

詳細な資料をまとめていただきまして、ありがとうございました。

まずは資料2の33ページの制度の見直しに対する意見です。5割程度の消費者が本制度を活用し、うち7割程度が表示に満足ということでした。

一方、事業者については、11から12ページで、理解度アンケートの結果がありますが、選択式で大体7~9割が理解していることとなっています。

食品表示検定協会では検定を通じて実際の食品関連事業者の方の理解度についてある程度把握しております。今回のアンケートと同じような選択式の問題を出した場合には、中級や上級を目指して受験されるレベルの方では、同等程度の理解度と思われれます。ただし、上級を目指している方に、より深い知識や理解をはかるため仕様情報を与え、どのように原料原産地表示をするかという試験をした場合、解答にはばらつきが多くかなりの方が間違えられます。これは実際の現場ではミスによるラベル修正が必要になるなど、コストの負担になります。また、原材料が生鮮食品なのか加工食品なのかを理解していないと何々産と何々製造という使い分けができない表示ルールでもあり、現場の担当者でも間違える表示を、消費者が正確に理解することは難しく全体の満足度からすると、事業者にこれだけ複雑な表示制度を遵守させることが現実的かということ、やはり現状の制度も少しずつ見直しをする必要があるのではないかと考えております。

実際に安全面で原産地が重要になるというお話が稚山委員のほうから出ていたかと思いますが、例えば安全性の確保を目的としている米トレーサビリティ法では原産地表示ではなく、正しく遡って原料原産地の確認が取れる産地情報の伝達の形をとっています。一方で安全性の確認のために消費者が原料原産地表示を見て参考にできるのかと言えば、生鮮原材料で産地が表示されたものは可能ですが、加工原材料では製造地で記載されているため参考にできません。例えば落花生等で産地の天候不良でカビ毒が検出したとき、別の国から仕入れて日本でローストしたバターピーナツ等のように加工した状態では、国内製造と表示され、本来知りたい安全に関わってくる原産地情報とは違うものに切り替わってしまうという現状があり、原料原産地表示は必ずしも安全性の確認ができるものではありません。何を目的に原料原産地表示を活用しているのかということも考えた場合に、正しく理解して活用している消費者の少ない中で事業者の負担をどこまで求めるのかということ、引き続き検討して法改正をしていただけたらと考えます。

食品表示検定協会の上級表示診断士に合格された方が参加される食品表示活用研究会の

2023年に実施した原料原産地に対するアンケートで、課題とされた内容をご紹介します。併せて意見を述べさせていただきます。

まず、柔軟性の欠如が課題として挙げられています。今、原料の産地における天候不順や紛争が起こっています。そのような事態で突然、原料の産地変更が必要となるのがこのところ頻発しています。原産地が変わるたびに表示変更が必要となり、資材の廃棄や追加のコストが発生している。あとは技術的な問題で、「又は表示」とか「大括り表示」については、通常でも過去の産地情報を蓄積しなければいけないというところで、準備が必要で手間がかかる。ましてやしょっちゅう原産地の変更が起こる現状から考えると、継続して同じ産地のものを使用できていた時代と違い変動要素が大きいことから、どこまで正確な原産地を伝えられるのかというところは疑問が残ります。

2番目は、情報の確認と管理の負担が課題として挙げられています。「又は」と「大括り表示」では、原材料の供給元からの情報の取得や確認といったものに時間がかかる。また、原材料の規格書や産地証明の作成、保管といった作業も非常に煩雑で負担になっています。

3番目は、コストの負担が課題として挙げられています。資料2の26から30ページにコスト負担についての記載があります。包材の変更や版下の改版がコストの負担として大きく、30ページの表では初期コストの負担が大きいように見えます。現場では、ある程度複雑な原料原産地表示を理解できる人を配置、メーカー等から原産地情報を収集し、その表示が正しいことを確認しながら継続して商品を販売する必要があることから、発売後も継続的なコストが発生します。また、中小の事業者にとっては、特に経済的な負担が深刻とのことです。

4番目は、制度の理解の不足が課題として挙げられています。やはり「又は表示」、「大括り表示」などの制度が複雑で、理解が進まないことによって誤表示のリスクが高まっているとの意見をいただいております。

5番目は、デジタル技術の未活用が課題として挙げられています。資料2の9ページ目にも記載されていますが、表示変更のたびにラベルを更新する負担が非常に大きいため、原料原産地が直ちに安全性に関わる表示ではないことから、デジタル表示も含めたもう少し柔軟な表示方法も検討して頂きたい。

これは質問ですが、突発的な原料原産地の変更が生じた場合に、それに対応する表示変更の猶予期間はどの程度想定しているのか。突発的に供給がストップしてしまった場合、新たな供給先を探し産地が変更された場合、表示切替えの時間をどの程度いただけるのかというところが非常に悩ましいところです。これについては、予め突発的な表示変更の猶予期間を定めていただけると運用が容易になり、事業者の精神的な負担等を含めて軽減できると考えます。

猶予を設ける場合でも、表示切替えが困難な期間も、例えばホームページ等でその情報を公開したり、問合せがあったときに情報が公開できる製造所の固有記号の表示と同様な、応答義務の表示の活用なども消費者への正確な情報提供の観点からは有効と考えます。

余談ですが、複雑なルールについて中小・零細企業が相談しやすい窓口も併せて必要だと感じております。

次に、33ページにも記載されているように本制度については、一定の割合の消費者からニーズがあることが確認できた、一方で、現状は事業者へのコストや精神的な負担が大きいの結果となっています。また、制度の周知普及についても継続することが必要な状況とまとめていただいておりますが、制度の周知普及にとどまらず、運用しやすい制度とするための見直しも視野に入れていただきたいことと、今回限りで調査事業は終えるのではなく、できれば消費者の理解度と事業者の負担感のギャップが埋まるまでは、少なくとも継続して調査を続けていただきたいと思います。

その他、資料2の7ページに、事業者への周知でウェブサイトのリンクを掲載していただいておりますが、この掲載の仕方について意見させていただくと、一般的に事業者が、食品表示について調べる場合「食品表示法等（法令及び一元化情報）」から知りたい情報や、最新の情報を拾うことが一般的です。一方で、リンクを載せていただいた新たな加工食品の原料原産地表示制度に関する情報は、このページへの直接的な掲載ではなく右側のバナーにある「品質等選択に役立つ表示制度について」が情報への入り口になっており、直感的に探せない構造になり、非常に有益な情報が載っている箇所についてたどり着けないという現象が起きているため、普及・啓発されるのであれば、なるべく分かりやすい形で掲載していただけるとありがたいと思います。

以上です。

○今村部会長 ありがとうございます。

幾つか御意見がありましたけれども、消費者庁、いかがでしょうか。

○消費者庁食品表示課京増食品表示調査官 まず、デジタル表示の話が幾つか出てきましたけれども、表示はやはり一対一対応をさせて表示しないといけませんので、デジタルだから「又は表示」しないで書けるとか、デジタルだから「国内製造」ではなくて遡って書けるというのを安易に考えられないと消費者庁では思っておりますので、この辺は慎重にやらないといけないと思っています。また、ここで話が出ているデジタル表示というのと一般の消費者が思っているデジタル表示とが一致しているのかなということについても疑問があるところです。

あと、突発的なことというのがありましたけれども、我々も事業者さんからそういうことがあるよという声は聞いていますが、今まで使っていない産地のものをいきなり使えるという状況でもないとも聞いておりますので、それはケース・バイ・ケースでの対応になるのかなと思っております。

あと、食品表示への御質問等については、消費者庁だけでなくもちろん都道府県でも受けています。どこに事業者さんがかけているのかという問題になってくるのかなと思っておりますので、消費者庁でももちろん受けていますし、地方自治体でも問合せを受けていることかと思っております。

ます。

そういうふうに整理したいと思えますけれども、鈴木委員、よろしいでしょうか。

○鈴木委員 それで大丈夫です。

前提条件としては、表示をそのまま野放しにするのではなくて、先ほど少し申し上げたようなホームページに一時的にここの産地に切り替えていますのようなことを記載する等、それなりの努力は必要だとは考えております。

○今村部会長 ありがとうございます。

ほかは。

中田委員、よろしいですか。お願いします。

○中田部会長代理 説明ありがとうございます。

加工食品の原料原産地表示制度については、消費者委員会においても、昨年末、12月25日の本会議においても議論されていますが、本日の消費者庁御担当者からの御説明を受けて、また、委員の先生方のような様々な視点からの御意見と消費者庁の御回答を伺いまして、個人としては制度とその課題についての理解は進みました。

ただ一方で、改めてこの制度は極めて複雑であること、そして、消費者の目線で見ると、この制度を正しく理解することはかなり難しく感じられ、全加工食品共通のルールを今回消費者庁の御担当者の皆様にはつくっていただいている。もしかしたらほぼ不可能なことを実現しようとしているのではないかと御苦勞の大きさを感じておるところです。

その上で、2点コメントと質問になります。

まず、この5年間の経過措置期間に啓蒙活動としてパンフレット作成やセミナー実施、研修会、Q&Aを御準備いただいたり、事業者の個別相談に対応される等、御努力をいただいていることで、事業者の理解は7割程度まで向上したということではありますが、まず1点目としては、これは法律に基づく義務制度なので、菅委員の御発言にもございましたが、私も努力義務ではなく100%の事業者の方に正しく理解をしていただき、確実に事業者にルールを100%遵守いただくレベルまでの周知徹底をお願いしたいと思えます。

その上で、ほかの委員の先生方からの御発言にもありましたが、制度と監視はセットで捉えるべきであると考えておりますので、現状、多くの事業者で商品の品質向上あるいは原価率の管理からかなり頻繁に原料調達先が変更されている現状について、鈴木委員をはじめ、ほかの委員からも御発言がありました。原材料調達事情がより複雑化していく傾向等も今後想定される中で、監視時の検証プロセスがより複雑になる状況の監視を省庁の垣根を越えた体制や自治体との連携で責任の所管がまたがっている中で行うことは容易なことではないと思えますが、監視方法について開示することは懸念があるという消費者庁の御発言も先ほどありましたが、監視徹底に関して消費者庁としてはどのような課題感や具体的な対応策をお持ちであるかということについて、まず一点伺いたいと思えます。ぜひ監視指導の徹底をしていただき、必要に応じて消費者にもその状況の開示を適宜していただくことで、消費者庁も原料原産地表示に関する報道を目にする頻度が増えて、関心

もより高まるのではないかと思います。

2点目といたしましては、消費者の理解度と満足度に関する調査結果から、今回の結論の導き方についてです。この制度の消費者への浸透に関しては、啓蒙活動にもかかわらず、過去5年間にわたり内容理解が10%15%程度という理解度がほぼ向上していない調査結果と、それでも関心がある消費者の満足度が7割程度に達しているという調査結果に、私は正直少し違和感と現状の理解の難しさを覚えています。理解度が上がっていないのに満足度が上がっているという結果を見ると、この調査方法にもしかしたら改善の余地があるのではないかという可能性と、もしこの調査結果がリアルな実態を表しているとしたら、私は今後の対応策として、周知普及の一層の徹底だけでいいのか、もしかしたら現状の制度自体の有効性に課題があって、そもそもの食品表示の目的である消費者自ら表示を見て加工品の原材料や原産地を確認して選んで購入することができるという制度本来の目的を現状においては十分達成できていないのではないかと感じます。

その上で、資料2の33ページの10項目めに制度の拡大や廃止を含めて幅広く見直しを実施すると書いてあるのですが、今回の調査の結果を踏まえた結論として、消費者庁としては、現状の制度はこのまま継続し、周知・啓蒙を強化するという結論に至られたということではありますが、これは将来どのような調査結果あるいはKPIが出れば、制度自体の見直しを検討するという判断になりますでしょうか。この点を伺いたいと思います。

消費者委員会の一員といたしましても、今後も調査結果や動向を注視してまいりたいと思いますが、消費者委員会においてもこちらは議論が交わされたのですが、もしかしたらこれまでの調査を継続いただくと、これまでとあまり変わらない調査結果が出てくる可能性もあり、現状、この制度のどの点、例えば啓蒙の方法なのか、制度そのものの複雑さなのか、ほかにも要因があるのか、どこに課題があるのかを反映するためにこれまでの調査方法を見直す可能性はありますでしょうか。この点について2点目としてお伺いしたいと思います。

○今村部会長 では、消費者庁に今2つ御質問があったと思います。回答をお願いします。

○消費者庁食品表示課京増食品表示調査官 1点目の監視の件ですけれども、この制度を全ての加工食品に導入するという前は個別の品目ごとに義務付けていまして、そのとき国別重量順で表示しているというのを監視の際に確認するわけですけれども、事業者のところに監視に入った場合は、表示してある産地のものを使用しているか、国別重量順であればその重量順に使用しているかというのを見ます。

それと、今回導入した「又は表示」の場合も、「A国又はB国」と書いてあれば、A国又はB国を使っているか、年間を通じてなりの注意書きを書いていますけれども、年間を通じてその順番での使用実態があるのかというのを見ますし、「輸入」であれば輸入と表示できる条件が合っているか、3か国使っていて国別重量順で書けないような状況か見るので、監視のやり方が変わるということではなくて、監視に行く人は全品目になっていますので見る対象は多くなっていますけれども、見る内容としてはそんなに変わってい

ないと思っております。

○今村部会長 あと、調査方法、調査の継続について。

○消費者庁食品表示課清水課長 2点いただいている、今、監視のほうについてはお話しさせていただきましたけれども、消費者庁の見解ということですので、食品表示課長としてお答えさせていただくと、私どもとしては農林水産省や都道府県と連携しながら監視については対応していて、もし食品表示法の違反などが確認されれば指示、公表されていて、その件数を含め、内容も指示、公表した各主体から公表されているところです。したがって、体制としても監視そのものとしても適切に行われていると認識しております。

もう一つ、どのような調査結果が出れば改善するのかということですが、今日もたくさん御提案いただきましたけれども、同時に調査方法の改善ということも取りまなければならないということですので、調査方法が変われば、今お出しさせていただいたような回答の結果ということではなくなってしまいますので、調査方法の改善の検討の結果次第なのかなというところがあります。

調査方法の改善に当たっては、そもそもの設問の在り方からして難し過ぎるのではないとか、様々な御意見もありますので、設問の見直しというところからやらせていただくということになると、かなりお時間をいただくのかなと考えております。

○消費者庁食品表示課坊衛生調査官 あと、基本的に5割の方が参考にしていて、7割が満足している。ただ、理解度は2割だという形でございます。こちらにつきましては、理解度自体は2割という形なのですけれども、この理解度については設問として完全にちゃんと答えられる方が2割という形でございますので、少なくとも完全には理解していなくてもそれなりに商品を選べる方というのも一定数おられる。基本的に表示なのでいろいろな商品を見比べて選んでいくという形でございますので、国産と書いている商品もあれば、同じ商品群において輸入と書いてあるものもあって、どちらを選ぶのか。ただ、輸入と書いているものの完全な意味は理解していないにしても、国産のほうがいいよねと選んでいる方もおられるので、選べるということに対しての満足度という形で出ているのかなと思っていますのでございます。もちろんしっかり理解して選んでいただくということが一番いいことではございますけれども、完全に何も分からず選ばれているわけでもないのかなということで、我々としては認識しているところでございます。

以上です。

○今村部会長 中田委員、お願いします。

○中田部会長代理 御回答ありがとうございます。

調査方法について、今、調査方法を変えると結論が変わる可能性もあるという御発言がありましたが、その上でも調査方法の見極めは非常に重要だと思いますので、国内にもこのような消費者インサイトの調査、検証、分析を専門とされている方もいらっしゃると思いますので、ぜひアカデミックな領域や事業会社等の外部の最新のノウハウを持たれた専門家の方々とも意見交換をしていただいて、検証方法についても今後幅広く検討していた

できればと考えます。

以上でございます。

○今村部会長 よろしいですか。ほかに御意見はいかがでしょうか。

では、菅委員、お願いします。

○菅委員 今回の点に関連して、今日はあくまで各委員の個別の意見ということで、先ほど鈴木委員がおっしゃったご意見が、現物に何の手がかりもなくともいいかどうかといったところまでを意図しておられるのだとしたら、多分委員間にコンセンサスはないという話になるのだと思います。けれども、強いて逆に今日この場で確認してお願いしなくてはいけないこととして、先ほど河野委員もおっしゃったし、私も言いましたし、今、部会長代理もおっしゃいましたけれども、今後も何らかの調査を工夫して継続していただいて、また引き続き何らかの報告をしていただくということをお願いするということ自体については、もし前提条件としていた調査等がここで一旦区切りとなって、以降は何もなくなってしまふということになるのであれば、これは本委員会のお仕事かもしれませんが、この部会としてもそれをお願いするという何がしかのコンセンサスをつくったほうがいいのではないかと思います。

以上です。

○今村部会長 委員の先生方がそうお考えいただけるならば、今日のこの部会のコンセンサスとして、消費者庁への、また、上位の委員会への報告としてもそのような形でまとめて意見としては申し上げるという形を取りたいと思いますけれども、そのような流れでよろしいでしょうか。

(首肯する委員あり)

○今村部会長 では、また最後に取りまとめをさせていただきますけれども、その中に今の菅委員の御指摘は含めさせていただくことにさせていただきます。

ほかはいかがでしょうか。

かなり長時間になりましたので、今、たくさんの御意見をいただきまして、本当は1人ずつのお答え、質問に対してコメントをしながらまとめたいのですが、全体の流れを私は整理させていただきます。

まず、最も議論になりましたのは、33ページの今後この制度を大きく見直すべきかということに対して、消費者庁から今このような御提案をいただいているということで、ただ、多くの意見の中で、これを拡充するのも縮小するのも今の段階では難しいですよねということが多くありました。消費者庁からの御説明の中でも、2年間やってみてまだ道半ばなので、これは今大きく見直すことではなく、しばらく様子を見ていくべきではないかということであったと理解しており、この点は委員の中でも多くいただいた意見だと理解しています。そこはよろしいですか。

ただ、過去の経緯として、やはりこれは導入時に随分反対があったということ、そして、その段階で指摘させていただいた問題を今回10個調査していただいて、調査結果として返

ってきた。そこで懸念したことは、全体の評価としては、思ったよりひどくないという表現がいかどうかは別にしても、思ったより悪い方向に行っていない、思ったより使っているというので、肯定的な評価が多かったと思います。

ただ、消費者の理解度や事業者の皆様の理解度という意味ではまだまだ低いのは確認できたので、これはもっと普及・啓発を頑張ってもらわなければいけないなというようなことと、実際に表示していくに当たって原産地がどんどん変わっていくことに対して、それがあるから輸入とか「大括り表示」ができたわけですがけれども、現実はそのを超えるような原産地の変更があったときに矛盾が生じますよねという御指摘は受けた。ただ、これについては根本的にこの制度ができたときの問題点でありますので、これに賢明な解決策が現在提示できる状態ではないと思います。だから、制度としての問題点は今も残っているということと理解しております。

そのような形で考えておりますけれども、よろしいですか。

総じて、この制度は今までとおり様子を見ていく。ただ、先ほど菅委員からも御指摘がありましたように、やはりこの制度がちゃんと運用されているかどうかの調査はぜひ続けていただきたいということ、そして、調査方法についても今のままで本当によいのかどうかというのはちゃんと検討していただきたい。また、その結果をこの委員会並びに消費者委員会へぜひ報告していただきたいということを委員会としての総論的な意見として取りまとめて申し上げたいと思うのですけれども、そのような流れでよろしいですか。

今、事務局のほうで、私が取りまとめてさせていただいた内容はコメントとして、委員会の総意として消費者庁に意見を申し上げたというような形を取りたいと思いますし、この内容をまた消費者委員会の本体にも御報告をしたいと考えております。そのように進めさせていただいてよろしいですか。

今の総論は私が勝手にまとめさせていただきましたけれども、大体委員の先生方の意見を取りまとめるような意見としてはそのような流れと考えました。よろしいですか。

この制度はやはりいろいろな問題があります。それは消費者庁のほうでも理解していただいて、その中でも大変努力していただいて普及が進んでいる。それに対して事業者側も大変負担がかかっている。当初この制度ができたときに予想された問題点ではあるのですけれども、予想よりもうまくいっていると理解をしました。

最後に、皆さん、委員の先生方や消費者庁から何かコメントがあればいただきたいと思っておりますけれども、まず委員の先生方からは特によろしいですか。

消費者庁から何か最後にコメントがあれば。

○消費者庁食品表示課清水課長 特にありません。今日いただいた御意見を参考にさせていただきながら、引き続き運用に取り組んでまいりたいと思います。

○今村部会長 分かりました。

原産地表示がよりよい制度になるように、ぜひ消費者庁でも検討を続けていただきたいと思っておりますし、我々の委員会としても建設的な意見が言えるように随時様子を確認してい

きたいと思っております。

では、今日の議事はこれで終わりたいと思いますけれども、事務局から何かコメントがあればよろしくをお願いします。

《 3 . 閉会 》

○友行参事官 長時間にわたりまして御議論いただきまして、誠にありがとうございます。

次回の日程につきましては、決まり次第御連絡させていただきます。

以上です。

○今村部会長 ありがとうございます。

本当に長時間熱心な御議論をありがとうございました。

今のような形で本委員会のほうにも報告させていただきたいと思います。本当にありがとうございました。

では、これで委員会を終わらせていただきます。失礼します。