

# 「消費者問題シンポジウム in 広島」

## プログラム

平成26年3月8日(土) 13:30 ~ 16:30

於：広島 YMCA 国際文化センター 3号館2F 多目的ホール

公開シンポジウム「食品表示について」

司会 内閣府消費者委員会事務局 西村保男

### 1. 開会挨拶

適格消費者団体・特定非営利活動法人 消費者ネット広島 理事長 吉富啓一郎

### 2. 基調講演「消費者委員会の活動と食の安全」

講師 内閣府消費者委員会委員長・東京大学大学院教授 河上正二

### 3. 講演「食品表示について」

講師 内閣府消費者委員会委員・日本獣医生命科学大学応用生命科学部長 阿久澤良造

### 4. ケーススタディ「食品表示に係る問題についての現場からの事例報告」

報告者 広島県生活センター消費生活相談員 川手三枝子

～ 休憩(約10分) ～

### 5. パネルディスカッション

#### <パネリスト>

消費者庁食品表示企画課 安藤峰央

広島県生活センター消費生活相談員 川手三枝子

広島県消費者団体連絡協議会会長 中原律子

公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)専務理事 長谷川公彦

#### <コーディネーター>

内閣府消費者委員会委員・日本獣医生命科学大学応用生命科学部長 阿久澤良造

### 6. 総括コメント

内閣府消費者委員会委員長・東京大学大学院教授 河上正二

記録のため、会場内の写真撮影を行います。撮影した写真は、内閣府公式 Facebook や消費者委員会ホームページ等に掲載する場合がございます。ご了承ください。

配布資料リストは裏面

**【配布資料】**

資料1. 「消費者委員会の活動と食の安全」河上正二委員長資料

資料2. 「食品表示について」阿久澤良造委員資料

資料3. 「～相談現場からの報告～」川手三枝子氏資料

資料4. パネリスト安藤峰央氏資料

資料5. パネリスト中原律子氏資料

アンケート

## 「消費者委員会の活動と食の安全」

内閣府消費者委員会委員長 河上 正二

### I 「消費者委員会」というところ (→リーフレット参考資料 1 参照)

#### 消費者庁及び消費者委員会設置法

平成 21(2009)年 9 月 1 日に発足 (平成 25 年 9 月 1 日から第 3 次委員会)

→10 名の民間委員からなる独立した行政組織(第三者機関)

#### 審議会機能・行政監視機能・国民とのパイプ機能

- ・「建議」等を通じての関係機関への勧告・報告要求、自ら調査による資料請求権
- ・消費者行政の司令塔たる消費者庁の良心と良識の府として緊張関係を保ちつつ連携  
cf. 「消費者基本計画」の検証・評価・意見具申
- ・これまでの活動内容・メールマガジン運用開始 (→参考資料 2、3 参照)

[http://www.cao.go.jp/consumer/about/cc\\_e-maga.html](http://www.cao.go.jp/consumer/about/cc_e-maga.html)

### II 最近の建議・提言から (→建議・提言等：活動実績 参考資料 2 参照)

#### (1) 組織・制度の大問題……中長期的な消費者政策基本問題を考える

- ・国民生活センターの消費者庁への一元化問題(H23.7.15 意見など)  
消費者庁・消費者委員会・国民生活センターそれぞれの良さを活かして、3 極の緊張ある連携協力関係を！
- ・地方消費者行政の活性化のために(H24.7.24 建議ほか) (→参考資料 4)  
地方の消費者政策、消費センターの活動の充実と質の向上のために、一定の安定した経済的支援を！
- ・公共料金の透明化と消費者参加のために(H24.2.28 建議ほか)  
消費者代表の声を届けて徹底した経費削減と経営の合理化で適正な公共料金の確保を！

#### (2) 関係省庁の隙間に落ちた諸問題……縦割り行政に消費者目線で横串を刺す

- Ex.1 違法ドラッグ・「脱法ハーブ」など 厚生労働省・消費者庁・経産省
  - Ex.2 医療機関債の不当勧誘 厚生労働省・金融庁・消費者庁
  - Ex.3 美容医療・エステの不当広告問題 厚生労働省・経産省・消費者庁
- 自分の管轄外と責任を押しつけ合うのではなく緊密な連携・協力関係の下で被害の発生に速やかな対処を！

#### (3) 法の厳格な執行と立法的手当てを求めて……必要な制度的手当てを求める

- Ex.1 特定商取引法の改正(訪問購入：「貴金属の押し買い」問題など)  
(→H23.11.11 提言)  
cf.2013.2.21 施行(課題となる「適用除外」の運用の監視)
- Ex.2 リスク・情報、リコール情報の周知徹底策について (→H25.2.12 建議など)  
「リスク情報」、「リコール情報」を効果的に伝達するためのリスクコミュ

### ニケーション

cf.長崎老人ホーム出火事件、「茶のしづく」アレルギー事件、カネボウ美白美容液白斑事件

Ex.3 消費者契約法(実体法部分)の見直し問題(→参考資料5「論点整理」報告書)

集団的消費者訴訟制度を実効性あらしめるためにも、速やかな見直しを

Ex.4 高齢投資被害の対策(→H25.8.6 建議)

高齢者の「いのち金」を狙った悪質な投資勧誘の被害をなくすために

cf.「商品先物取引における不招請勧誘禁止規制に関する意見」(H25.11.12 意見)(→参考資料6)

その他： IT 関連の不当な広告(H25.8.27「考え方」)、個人情報流出問題など

## Ⅲ食の安全をめぐる

1 「食の安全・安心」は、消費生活[衣食住]の基本……多くの消費者問題の端緒

\* 快食・快眠・快便……粗食・快眠・運動？

**バランスのとれた食事に、適度な運動と十分な休養が一番！**

\* 食は「文化」。経験的知恵と伝統で淘汰・承継される食物・食べ方を大切に。

課題のほとんどは、**広告・表示問題** と **品質・安全問題**

\* 消費者の知る権利、選ぶ権利の保障のために。

2 様々な新開発食品の登場(健康食品など)

従来の経験則が機能しない食物選択の機会が増加していること

消費者の不安：農薬・食品添加物・輸入食品・遺伝子組替え食品など

\* 不安につけ込む悪質業者

事業者の提供する情報が頼り(→消費者の「知る権利」)

「食物アレルギー」問題……軽いじんましんから重篤なアナフィラキシーショックまで

cf.石けん(旧「茶のしづく」)による食物(小麦)アレルギーの発症事件

食物の物性・形状に潜む危険性……Ex.「こんにやくゼリー」と嚥下障害

3 消費者運動の原点としての「食品偽装」問題と「食の安全」問題

・「ニセ牛缶」事件(1960年)

・「BSE(牛海面脳症)牛肉」問題(2001年～)……cf.牛肉トレーサビリティ法

・雪印食品産地偽装事件(2002年)

・中国から個人輸入されたダイエット食品による肝機能障害(2002年) → JAS 法改正  
商品安全基本法(2003年)

・ミートホープ社牛肉ミンチ偽装事件(2007年)

・「中国産冷凍餃子による中毒」事件(2008年)

・三笠フーズによる事故米の不正転売(2009年)

・「放射能汚染食品」問題と「風評被害」(2011年以降)(→参考資料10も参照)

・大手デパート、ホテル等における食材等不正表示問題(2013年)

cf.食品問題に対する消費者と専門家との認識(科学的リスク評価)のギャップ  
要は…… (→参考資料 11 も参照)

安全・安心な食品の確保(規格化・基準づくり・検査体制の確立)  
信頼できる中立・公正な情報の提供と適切なリスク・コミュニケーション  
発生した被害の拡大防止と被害者の迅速な救済  
根拠のない風評に左右されない消費者の確かな選択眼の育成

#### 4 食品を巡る様々な規制

- ・加工食品と PL 法
- ・安全性検査と食品衛生法(昭和 22 年)
- ・農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律(昭和 25)
- ・加工食品品質表示基準(H12 年)農水告示 513 号)
- ・健康増進法(平成 14 年)
- 同・特別用途表示の許可等に関する内閣府令
- ・景表法の見直し(→参考資料 9 )

その他、酒類表示法、米穀等産地情報伝達法、牛個体識別番号法、計量法 etc.

#### cf.内閣府食品安全委員会と消費者委員会の役割

正確な科学的知見と的確な情報提供を求めて

\*もともと「リスク・ゼロ」は存在しないが……

「河豚は食いたし、命は惜しし……」

but 危険な食べ物で、子供たちを育てることはできない！

#### 5 「食品表示の一元化」問題 (→参考資料 14、15)

食品衛生法・JAS 法・健康増進法における表示規制のばらつきの解消

食品衛生法：食にまつわる健康上のトラブルを回避するため

(Ex.アレルギー物質を含む食品に関する表示など)

JAS 法：食品の品質を伝えるため(生鮮食品の原産地表示、加工食品の原材料表示など)

健康増進法：健康増進に役立てるため(食品に含まれる栄養成分に関する表示など)

- ・統一(整理・統合)表記で、少しでもわかりやすい表示を！  
→法律の一元化による表示義務の範囲の変更はないこと
- ・争点となる「中食・外食アレルギー表示」・「遺伝子組み換え表示・添加物表示」  
「加工食品に関する原産地表示」など  
……意見が分かれる問題については、準備が整い次第、順次新たな検討の場で検討を開始する方針。

## 6 特保（トクホ）制度のこと

食品表示部会・新開発食品調査部会

**食品**（特定保健用食品・栄養機能食品・いわゆる健康食品・その他の食品）と**医薬品**  
薬事法で定められた医薬品以外で、例外的に、一定の機能性表示が認められたものが特保・栄養機能食品であるが……まだまだ留保が多いこと

\*いわゆる『健康食品』は、「効くかもしれない、効かないかもしれない」のレベル  
→健康食品で病気の治療・治癒の効果は期待できないし、期待してもならない。

## 7 健康食品等の行き過ぎた「広告・宣伝」の問題(→参考資料12、13)

人々の不安・欲求をあおり、当該商品による安心と満足の獲得をイメージさせるのが広告の機能

しかし、行き過ぎた広告には、行政による健康増進法・景表法等の厳格な執行を！

### 広告・宣伝文句・イメージ広告に対する過剰な信頼は禁物

cf. 「体験談」・「個人の感想です」・大好きな芸能人の「お薦め」ブログ etc.

「特定保健食品について－消費者委員会からの声明－」（H25.1.29）[→参考資料7]

「『特保さえ摂っていれば』、『特保を多量に摂れば』、健康を維持・増進できるという性質のものではありません……消費者の方は、『許可表示』の内容を十分確認した上で、自分の健康状態に合わせて利用されることが大切です」

「減肥茶でダイエット？」・「脂肪分解茶？」・「レモンやレタス 100 個分を一度に摂取する？」

etc.

○健康志向は良いけれど、**健康自体が目的化した倒錯した健康志向は、無意味。**

（「健康のためなら死んでも良いっ!？」）

## 8 基本はバランスのとれた普通の食事！

……自分の食生活の状況に応じて、あくまで補助的に。

……濃縮された成分の過剰摂取、薬品との併用に潜む危険にも配慮すべきこと。

→医療機関・薬剤師との協力も(cf.インターネットでの医薬品販売問題)

……錠剤・カプセル形状の「サプリメント」に過度に依存しないこと。

→健康食品・サブリは、「食品」であって「薬」ではない！。

## 9 消費者教育における「食育」の重要性

食事は文化。

親や社会の食事のあり方についての認識が子供たちに承継されていく。

様々な機会に、正しい食育を。

科学的根拠に基づく品質や広告表示などに関する規制に加えて、適切な食品選択眼・食事法を養うための教育・啓発の双方が必要

#### IV おわりに

- より良い市場を育てるのは、事業者・行政の努力と消費者の選択眼（消費者主権であること）
- 消費者問題の解決には、消費者自身が主体となって学び、行動する必要があること
- 「弱く愚かな」「保護の対象」としての消費者から、  
「強く賢く」「選択・行動する」主体的な消費者へ

#### <参考情報>

消費者庁「食品と放射能 Q&A」[http://www.caa.go.jp/jisin/pdf/120831-3\\_food\\_qa.pdf](http://www.caa.go.jp/jisin/pdf/120831-3_food_qa.pdf)（参考資料10）

消費者庁・食品表示一元化情報 <http://www.caa.go.jp/foods/index18.html>

内閣府食品安全委員会『科学の目で見る食品安全』（参考資料11）

厚生労働省「食品安全情報」[www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/index.html](http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/index.html)

厚生労働省ほか「健康食品による健康被害の未然防止と拡大防止にむけて」（参考資料12）

厚生労働省医薬食品局食品安全部「健康食品の正しい利用法」（参考資料13）

農林水産省「消費者の部屋」[www.maff.go.jp/j/heyaj/](http://www.maff.go.jp/j/heyaj/)

独立行政法人国立健康・栄養研究所「『健康食品』の安全性・有効性情報」<http://hfnet.nih.go.jp/>

日本学術協力財団『(学術会議叢書8)食の安全と安心を守る』（2005年3月）

日本学術協力財団『(学術会議叢書16)食の安全を求めて』（2010年1月）

日本弁護士連合会「消費者のためとなる食品表示法の制定を求める意見書」（2012年11月）

全国消費生活相談員協会『これだけは知っておきたい食べものの話』（2013年1月）

# 食品表示について

〔食品表示に関する審議  
食品表示のあり方〕

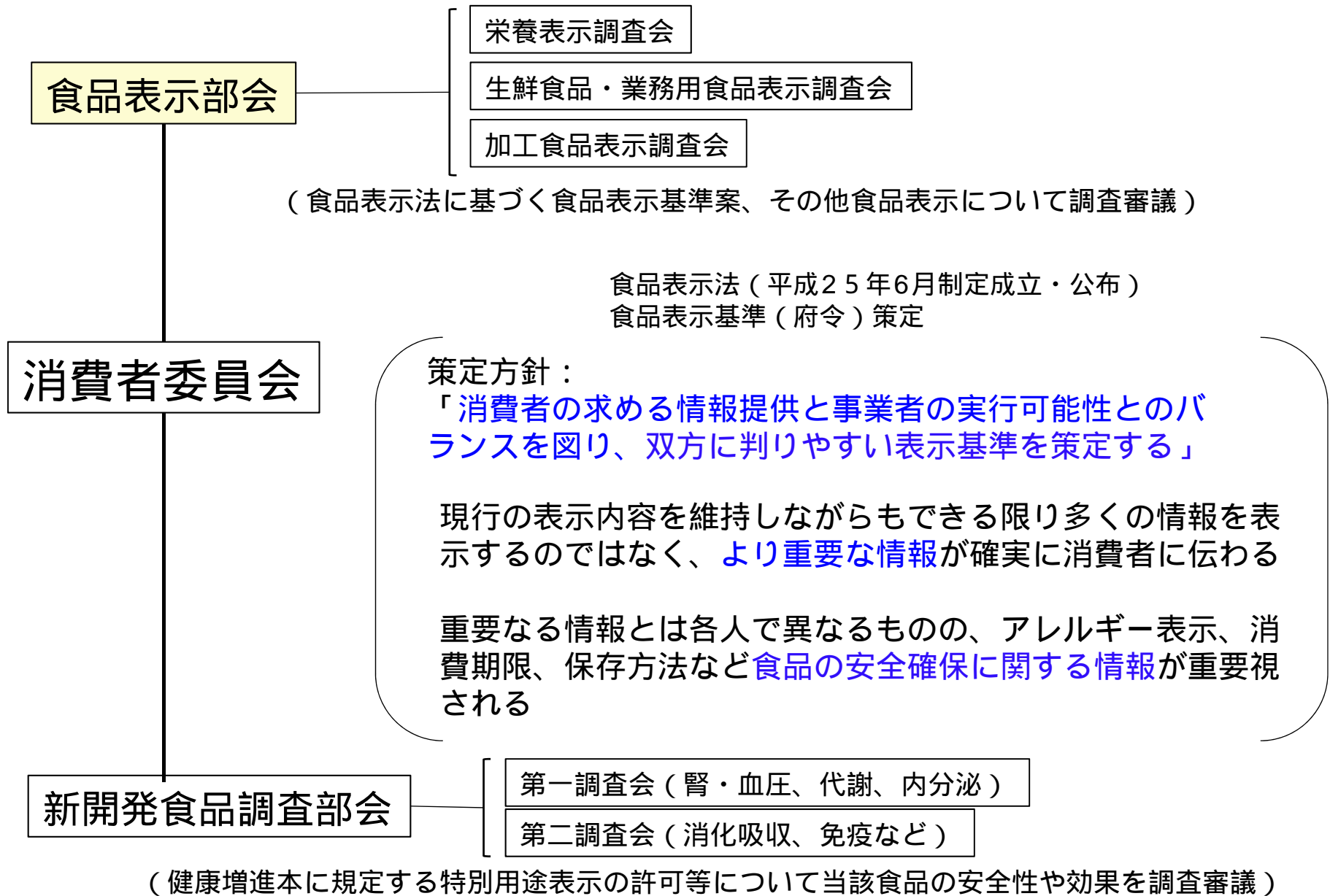
内閣府消費者委員会委員

阿久澤良造

(日本獣医生命科学大学 応用生命科学部)



# 消費者委員会における食品表示関連事項の調査・審議



# 現食品表示基準

移行イメージ

# 新食品表示基準

現在の食品表示は食品衛生法、JAS法、健康増進法に基づいて実施されている

食品を摂取する際の安全性  
一般消費者の自主的かつ  
合理的な食品選択の機会の確保

## JAS法

(商品の選択、品質情報)

原材料名  
内容量  
原料原産地  
等

## 食品衛生法

(食品安全の確保)

名称  
食品添加物  
消費・賞味期限  
保存方法  
遺伝子組換え  
製造者名 等

アレルギー  
等

## 健康増進法

(栄養表示、特別用途表示 等)

名称  
原産地 (生鮮食品)  
原材料名  
アレルギー  
遺伝子組換え表示 (対象品目、表示方法)  
添加物 (具体的な記載方法)  
内容量  
消費期限、賞味期限  
保存方法  
原産国 (輸入品)  
原料原産地 (対象品目)  
事業者の名称及び所在地  
栄養成分および熱量 (対象成分)  
並びにその表示方法  
表示に用いる文字の大きさ 等

# 健康食品の表示等のあり方に関する建議

平成25年1月29日

（消費者の健康食品の利用に関する実態調査（アンケート調査）平成24年5月18日公表を受けて健康食品の表示等の在り方に関する考え方を取りまとめた）

## 1.健康食品の表示・広告の適正化に向けた取り組みの強化

ガイドラインを適切なものに

## 2.健康食品の安全性に関する取り組みの推進

被害情報の収集、解析

医師・薬剤師による摂取状況の把握、適切な注意喚起

## 3.健康食品の機能性の表示に関する検討

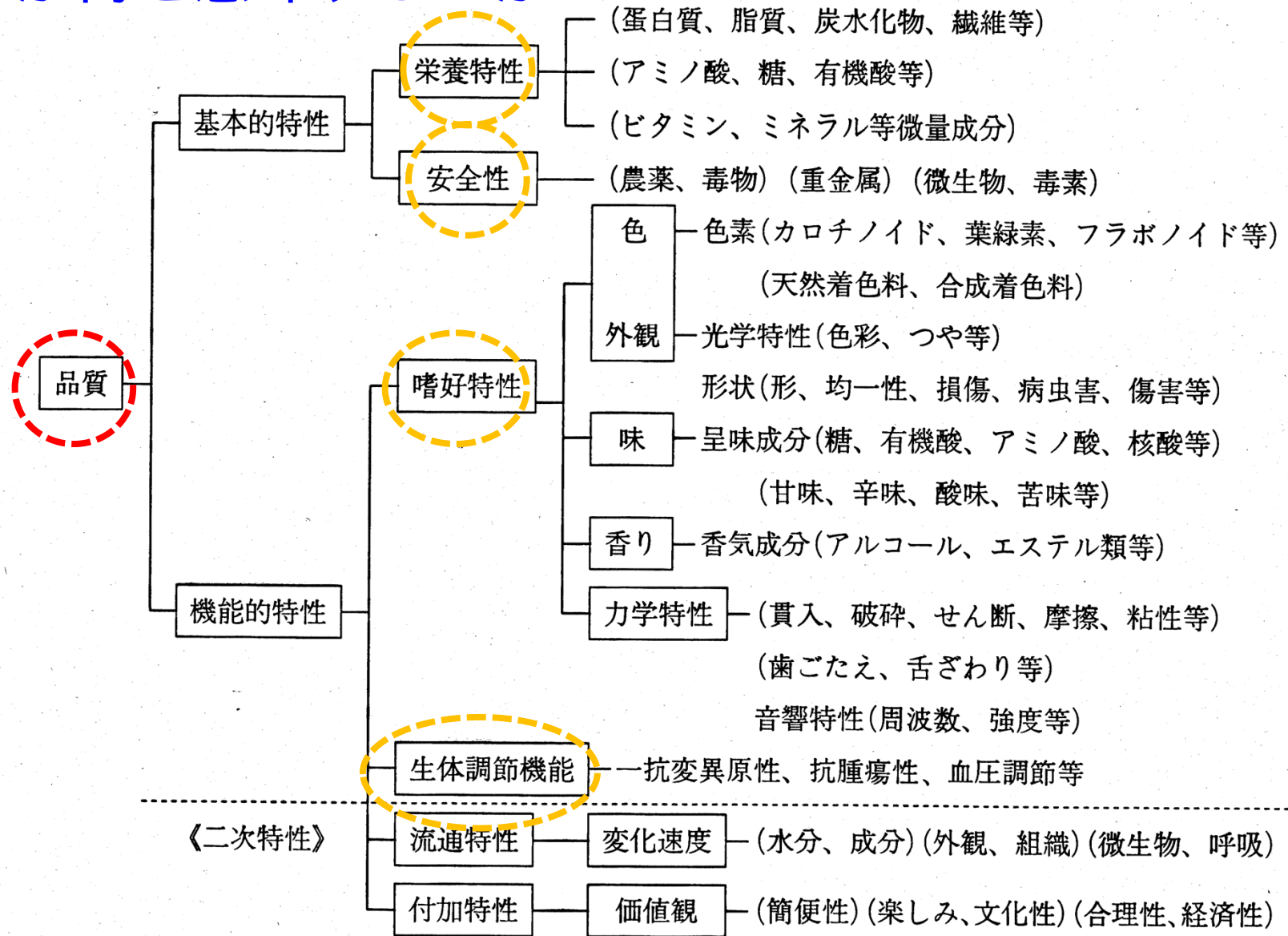
正しい情報の提供

「国際動向を踏まえつつ海外事例を参考とする」「適切な科学的手法によって機能性を評価する」「正しい情報提供および十分な消費者理解を推進する」

## 4.健康食品の特性等に関する消費者理解の促進

健康食品の特性、適切な利用法、機能性表示の意味について消費者に対して、理解をすすめる

# 表示が何を意味するのか



## 品質を見極める

食品の品質要素

# 食品表示のあり方

（食品を摂取する際の安全性および消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を確保するため）

表示は製造者（商品）と  
消費者とのコミュニケーションツールである

- ・重要かつ正確な情報と適当な情報量の発信

ミスコミュニケーション（優良誤認など）を回避できる  
適切な表示である

- ・個人の利益優先ばかりでなく、社会全体を健全に保つという発想をベースに
- ・情報の限界に対し、過剰の情報を期待しない

製造者（事業者）と消費者（商品選択者）との  
信頼しあえる関係の確立

ご清聴ありがとうございました