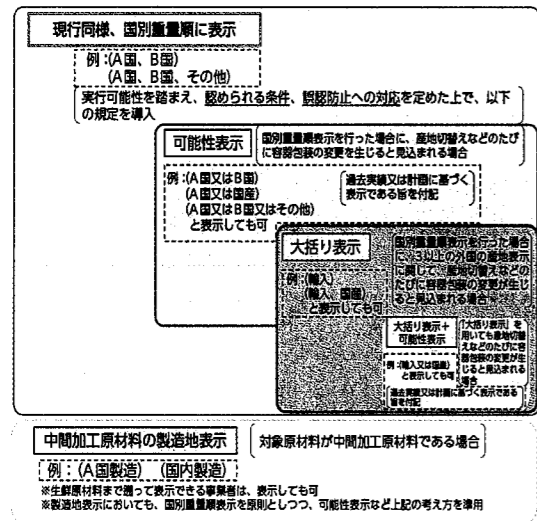


原産地表示は消費者、生産者の利益にならず 食の安全と安心を科学する会フォーラム

2017年9月から食品表示基準が改正・施行され、全ての加工食品を対象に、原料原産地表示が義務付けられた。現在、経過措置期間で、2022年3月末までに本改正を受けた対応が求められている。原則、国別重量表示、それが困難な場合は「又は」「大括り」「大括り+又は」と、実に複雑な制度で、食品事業者から懸念、不安の声が高い。食の安全と安心を科学する会(SFSS、山崎毅理事長)では、このほど「原料原産地のリスクのあり方」をテーマにフォーラムを開催したが、予想通り、同制度は消費者、生産者、食品事業者の利益にはならない、とする見解が識者3名から示された。

フォーラムでは、日本生協連品質保証部リスク管理グループの井之上仁マネージャー、農水省で長年食品表示監視業務に携わってきた(公財)食の安全・安心財団の中村啓一常務・事務局長、山崎SFSS理事長が講演した後、その3氏がパネラーとなり、「市民の食の安心につながるリスクとは」を主題に、会場参加者と意見交換が行われた。

3氏の発言要旨は次の通り。
表示対応投資は大だが効果は不明
＝井之上日本生協連マネージャー＝
「原産地表示は、賞味期限やアレルギー表示のように、食の安全に直接関わるものでは



複雑な表示方法

ないため、業界の自主規制で良いと思う」と私見を述べた。しかし、消費者の表示への意識調査では、原産地表示を「安全性」を確かめるために確認するとの回答が過半数を占めることを掲げ「特定の国を避けたい人もおり、ここに、原産地表示の根本的問題がある」と指摘した。また、不慮の事故死の中には窒息が多く、切って食べて、とか、煮て食べて、といった表示外の注意書きが、安全面でも重要な場合もあり、「食品表示は全体のリスクを捉えた上で検討されるべき」と提起。

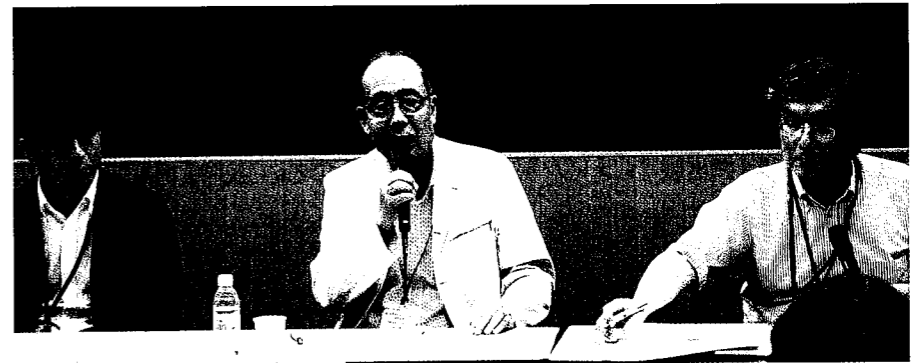
日本生協連では、約2300アイテムで原産地表示への対応を進めており、来年春から順次切り替えていく。1アイテムにつき改版に約30万円のコストがかかるため、億単位の出費になるという。これだけ投資をしても、その効果はどこにあるのか疑問。

食品表示は、事業者と消費者のコミュニケーションツールであり、消費者に役立ち、わかりやすいことが重要だが、原産地表示は複雑でわかりづらい。中間加工原材料は製造地表示となるため、中国産あずきを使用した和菓子が、「あん(北海道)」となり、原料原産地を隠せることも懸念される。

消費者にも生産者にも利益なし
＝中村財団常務＝

原料原産地表示の原点となった2002年BSE

に端を発した牛肉産地偽装事件から、これまでの数々の産地偽装事件を振り返り、「ウナギをはじめ“中国産隠し”が目的と言っても過言ではなかった」。これらを受け、一部



左から井之上、中村、山崎の各氏

の食品で原産地表示が導入。従って「もともと、原産地表示は、消費者のためではなく、中国加工品の急増に対して、中国産の表示を義務付け、国内生産者を守ることが目的だった」とし、今般の改正も「日本再興戦略2016からTPP対策として出てきた」と、同制度は、生産者視点にたっていることを強調。

「しかし、生産者の利益になっているかと言えばそれも違う」と、今夏、ウナギで起こった事例を紹介した。国内産ウナギの高騰で、外食店の多くが仕入れを外国産に切り替えたため、販売不振となったウナギ生産者団体が、「消費者の多くは国産ウナギを求めているが、外食店での原産地表示が徹底されていない」と指摘。これに対して外食店は「国産を使用している店は間違いなく表示している。原産地表示をすれば国産の出荷が増えるというのはあまりに上から目線」と回答した。

新ルールについては、「様々な例外規定は合法的産地隠しを可能とし、生産者にとっても消費者にとっても迷惑」とし、「7月の食品事故94件のうち、表示ミスは52件のうちアレルギー23件、賞味期限21件。原料原産地表示が完全施行後は、どっと増えるのではないかと懸念を表した。

安全と安心情報の切り分けを
＝山崎SFSS理事長＝

原料原産地表示をリスクコミュニケーションの観点から、「消費者の不信感を惹起する」とした。食品表示のうちアレルギー、賞味期

限などは『安全情報』として、不特定多数に伝達する必要があるが、原産地表示は『安心情報』であり、知りたい人にもみ伝えればよい。例えば、遺伝子組み換えも安全とは関係ないが、これを絶対イヤという価値観を持っている人に伝わるような仕組みがあればよい。

食品表示においては、食の安全情報と安心情報は明確に切り分け、安全第一とするべき。

放射性物質が不安なのは、リスクの大きさがわからない、将来の健康被害の可能性がわからない「未知性因子」が原因。「又は」やら「大括り」やらで難解、複雑な表示は、この未知性因子を刺激して不安を助長し、食品事業者はリスク情報を隠ぺいしているかのように消費者の目には映り、不信感となって跳ね返る可能性が高い。このような表示を義務化することは、社会的に不適切と言わざるを得ない。

原料原産地表示は義務化するのではなく、原料名の右肩に※マークを表示し「詳細はこちら」と電話番号なり、URLもしくはQRコードを欄外表示することを提案したい。事業者は大変だが、情報開示をする用意があるという企業姿勢を見せることが大事。

会場との意見交換でも、「弁当やサンドウィッチなどサイクルが短く入れ替わりの激しい商品には原産地表示など現実的でない」「そこまで消費者が求めているのか」など、否定的なコメントが多かった。