

(コーディネーター) それでは、不慣れではございますけれども、私、コーディネーターとしてしばらくの間、議事を進行させていただきたいと思います。まず、最初にいろんな立場の方々がここにパネリストとしてお並びいただいておりますので、一言ずつ自己紹介を含めまして、表示に関して日頃どのようにお考えになっているか、あるいはどんなふうに取り組んでいるかということにつきまして、お話させていただきたいと思います。白壁様の方からお願い申し上げます。

(白壁氏) 吉井生活学校の白壁と申します。時間に限りがございますので、読ませていただきます。消費者として、主婦の立場として、家族の食の安全・安心にはごく普通に、地産地消と消費期限がだいたい5日以内、賞味期限が5日を超えるものということは知っていましたが、一連の食品偽装事件や、中国の冷凍ギョウザ中毒事件により、私たち消費者にとって重大な関心を持たなければならないことになりました。世間的に一流と言われる老舗や会社の製品であれば、当然安全・安心と過信していましたので、ショックも大きいものでありました。今では主婦が2,3人寄れば「それはどこの産地?」「国内?」「国外?」といった言葉が飛び交うようになりましたが、なにせ食品にある表示の文字が小さく、眼鏡をかけないと見えない状態ですので、消費期限、製造日の表示、産地、製造場所ははっきりと見えやすく明記するよう統一してほしいと思います。

国内の食料の自給率が39%という現実では、外国からの輸入に頼らなければならないのが現状でしょうが、今のピンチをチャンスととらえて、生産農家をバックアップする体制を整え、国内の自給率を少しでも上げるいい機会だと思います。

消費者は少し高くても安全・安心な食品を子どもや家族に食べさせたいと思っています。しかし、現実には、時間のないお母さんは冷凍食品に頼らざるを得ないのです。それを踏まえて、今後、生産者、製造業者、輸入業者などの更なる検査体制の確立と併せて、販売業者の責任ある対応を切に望みます。

私たち消費者としては、安全・安心がごく当たり前のこととなるよう願っております。

以上です。

(コーディネーター) どうもありがとうございました。

では、続きまして、日本ハムの下木原様に、よろしく申し上げます。

(下木原氏) みなさん、こんにちは。日本ハムの下木原と申します。よろしく願いいたします。

今から自己紹介を兼ねまして、日本ハムグループの品質保証体制の取り組みと、最近の表示に対する取り組み内容についてご説明させていただきます。

初めに、パンフレットですね、お配りしておりますので、これを見ながらご説明させていただきます。

日本ハムの品質保証、私の業務なんですけれども、日本ハムグループは、ハム・ソーセージを始め、食肉、乳製品とか水産品、惣菜品、いろんな商品を扱っております。その中で、私の業務は、日本ハムグループから出す商品にあたって、その表示が法律上、食品衛

生法とか JAS 法とかですね、そういった法律に準拠するということを品質保証部で審査しております。そういう審査の仕事をしております。

お手元の資料の方に移りますが、日本ハムグループの品質保証体制は、約 6 年前からグループを統括する品質保証に変わってまいりまして、表のほうに 5 つの がございまして、5 つの品質方針に基づきまして品質保証体制を構築しております。大きくは法令遵守であるとか、お客様とのつながり、それから履歴追跡、安全性に対する客観的評価、そういった 5 つの品質保証方針のもとに構築しております。

裏をめくっていただきますと、「安心・満足・感動の品質をめざして」というのがありまして、ベースの部分は安心のための品質ですね。それをベースにしまして、満足、感動という形で品質保証体制を構築しております。

中面をめくっていただきますと、詳しくは説明できませんですけども、まず安心のための品質になりますが、これは原材料の安全検査だったり、国内工場での品質監査体制、そういったものをベースにしております。もう一つ中をめくっていただきますと、オレンジの上のほうに表紙がありますけれども、満足のための品質という形で、品質 No.1 という形で、社長を始め、グループ一人ひとり、全員が品質に対する取り組みをしております。

もう一つ右の方めくっていただきますと、最後に感動のための品質ということなんですけれども、これはお客様とのコミュニケーションというのでしょうか、私どもは今フリーダイヤルお客様相談室とか、店頭でのデモンストレーション販売、そういったもの両方で年間 65 万件くらいの情報がありまして、そういったご意見、なかには苦情とかもございまして、そういった情報を商品の改善・開発に結び付けまして、お客様の満足というものを得ることを心がけております。

最後に、わかりやすい表示ということで、こういった表示に対する取り組みをしているかといいますと、2 例ばかりご紹介させていただきます。一つは、先ほど門間先生からもアレルギーに関するお話が出ましたけれども、3 年ぐらい前からアレルギーの枠外表示というのでしょうか、当然原材料の一括表示にはこういったアレルギーが入っているのか書かれておりますけれども、実際入っているアレルギーを表にしまして、例えば卵が入っていれば、卵にまるをつけたりですね、そういった形で買われる方に対して商品購入時にわかりやすくしております。もう一つは最近実施したことですね。賞味期限の枠内に、賞味期限が何月何日までという日付が書かれておりますけど、その枠内に「開封前」という文字を入れるようにしました。お客様の中で、その商品が開封後もその期限まで食べられると思っておられる方が結構たくさんいらっしゃるしまして、「開封前」という表示を入れたところ、この商品いつまで食べられるのという問い合わせが結構減ったりしまして、そういったことを今実施しております。

いろいろと切り口はあるかと思えますけれども、後の討論のなかでもご紹介させていただきたいと思えます。

(コーディネーター) どうもありがとうございました。次は株式会社佐世保玉屋の黒木様

からお願い申し上げます。

(黒木氏)株式会社佐世保玉屋食品部の黒木兼治と申します。食品表示に対する考え方や取り組みについてでございますが、私ども百貨店も加盟しております日本百貨店協会という組織がございます。平成20年3月14日付で、「催事企画及びカタログ等における原産国、原産地、原材料等の表示方法に関する基本的な考え方」という、ちょっと長い文面でございますが、表示適正化、優良誤認防止を築くといいたしました日本百貨店協会内でのガイドラインの研究が今発信されているところでございます。小売業といいたしましては、表示適正化、優良誤認防止という際、行う際のポイントを大きく4つやっているというような状況でございますが、皆様にもよくおなじみいただいております外国物産展等における原産国等の表示、2番目に国内の特定地域名を関しました物産展における原産国及び原産地の表示、3番目にはカタログやインターネット上の表示、お中元やお歳暮等も該当いたします。そして4番目にその他主要な原材料等をセールスポイントにする場合、健康食品その他いろいろな食品がございます。という4つの観点から、製造・生産者から流通を経て頂戴いたしております商品及びその情報を主に私ども最終販売、小売者といいたしまして、いかに消費者に、告知・販売申し上げるか、現場目線での個々の事例から諸々の問題点、ご意見等からも表示の適正化へ遵守規準といいたしまして、あるいは注意事項としましての催促を精査・検討中というところが現状でございます。もちろん、弊社におきましても同様でございます。本年1月31日に告示、4月1日に表示義務となっております加工食品品質表示基準、生鮮食品品質表示基準の改正、これは業者間取引関係、先ほど先生のお話にもございましたが、業務用加工食品、業務用生鮮食品等、業者間の今までは信頼関係のみを前提とした情報伝達でやっておった次第でございますが、加工食品の最終製品製造者のみの表示義務では、昨今の不祥事例と申し上げますか、そういう例を挙げるまでもなく、最終的に小売業、販売業者といいたしましての販売責任を全うすることが難しいということを感じております。

JAS法、食品衛生法、薬事法、不正競争防止法、条例又は国が定めますガイドライン、業界の自主基準等食品表示を規定しております法律の中で、小売業といいたしましてのコンプライアンス、法的遵守はもちろんでございます。あえて額面上はそれを満たすものではありません、明らかに消費者の方、お客様に優良誤認を感じるおそれがあるものとされる商品、表現、事象に関しましては、仮にそれが商品の固有名称等であったとしても、速やかにもちろん仕入先様との協議を前提といいたしまして、ポップ、カタログ等の表記名称の変更、ご説明を明記する、場合によっては当該商品の取扱いを休止させていただくという大原則で望んでおります。

甚だ抽象的な表現で申し訳ございませんが、食品関連事業者といいたしましての常識といいたしまして、使い古された台詞ではございますが、何よりお腹を満たす食事から、それからまた眼で見て食する食事へ、頭で考えて食べる食事へ、そういう変化の中で、食の安心・安全という何よりも大切なこと、強いて申し上げれば私どもといいたしまして、心を満たす、

安心・安全を満たせる食へと、目線を定めまして、実行・努力申し上げたいと存じております。

以上でございます。

(コーディネーター) どうもありがとうございました。白壁様からは消費者として日頃どういうところが本当は知りたいんだというようなお話でした。下木原様からは商品が出荷されるに至るまで、原料からどのようにチェックしているのかという実際の動きを、このパンフレットを材料にお話いただき、また、その中ではお客様の声をフィードバックしてミスがないように、また、ミスよりもどんなふうに表示を確実にしていくかというお話をしていただきました。黒木様からは、実際にものをお買いになるお客様と対面するときには、どんな注意が本当はいるのかということ、日々業界全体としてお考えになっているガイドラインと、自社でも細かく目配りして日頃の情報伝達なりに反映させているというお話をお聞かせいただきました。続きましては、役所の方ではどんなことをお考えに、またおやりになっているかということをお聞きしたいと思います。まずは農林水産省の長崎農政事務所表示・規格課の原田様からお願いしたいと思います。

(原田氏) 長崎農政事務所の原田です。よろしく申し上げます。

農政事務所としましては、JAS 法を管轄すると部署ということになっております。JAS 法の品質表示基準に基づいて、食品表示の監視を行っています。どういうことを行っているかといいますと、まず、畜産物、水産物、農産物ですね、こういった生鮮食品の名称、原産地がどう表示されているのか、それと加工食品ですね、先ほど先生からもお話がありましたけれども、正しく表示がされているのかどうか、そういった表示状況のチェックを日頃行っているところです。それと一般小売店だけでなく、中間流通業者についても、生鮮の場合は名称、原産地を確実に一般小売店の方々へ伝達しているのかということも調査にあたっております。さらに表示について注目を集めている食品については、表示の根拠、要するに偽装がある場合もありますので、伝票等まで遡って調査を行っているということ、真正性の確認調査と言いますけれども行っております。それからまた、4月1日から業者間の取引においても調査するということになっております。それと、これは一般的にお店屋さんに行って調査をする関係なんですけれども、これとは別に食品表示 110 番というのがありまして、不適正な表示等があった場合の情報の受付を行っています。それと全国中央ウォッチャーというのがありまして、1,000 人くらいいるんですけれども、普段の買い物の中での監視業務を行っています。

それと食品を買い上げて DNA 分析として、これで異なったものがあつた場合は新たに任意調査に入るということになります。

一応、県域調査と広域調査とに分かれていて、県域については県の担当となりますので、その辺の情報があつた場合にも県の方へ素早く回付を行っています。

今のは監視の関係なんですけれども、食品表示の普及・啓発というのともあわせて行っております。一般消費者とか直売所、加工業者等における説明会、講習会、JAS 法がどうい

うものか、品質表示基準はどういったものか、そういった講習会の中で指導していくともやっております。

大体以上が、主な内容です。

(コーディネーター) どうもありがとうございました。では、最後に安全性の総元締めでございますけれども、佐世保市保健所の伊藤様にご説明をお願いします。

(伊藤氏) 佐世保市保健所生活衛生課の伊藤と申します。よろしくお願いします。

私たち佐世保市保健所生活衛生課の食品衛生係では、食品衛生監視員 12 名で食品衛生法に基づいて飲食に起因する衛生上の危害の発生を防止する目的で、食品衛生業務に携わっていきまして、通常は営業許可調査業務とか、収去検査とか、それから衛生講習会の開催を業務としております。表示に関しましては、衛生上の危害防止の観点から、食品表示に関する規制を行うわけですが、本市における食品表示の監視指導の取り組みに関しては、年度ごとに食品衛生監視指導計画を公表しまして、この計画に従って監視指導を実施しております。また、8 月と 12 月に行います一斉取締りの際にですね、食品衛生監視員全員が、市内全域で、量販店や製造所などに出向いて指導を行っております。この際に不備があれば改善を指導しております。昨年の 12 月には、延べ 1,000 件に監視指導に行きまして、3 件の表示違反があり、指導を行っております。

また、表示内容に関して、業者からの相談を受けて、食品衛生法とその他の法律に照らし合わせて回答に努めております。

また、市民の皆さんからの表示に関する苦情や問い合わせも受けておきまして、最近では増加傾向にある状況です。この苦情につきましては、なるべく早く店舗に確認に行きまして、指導を行っております。JAS 法に関する件もありまして、複雑な場合がありますので、農政事務所と連絡を取り合って連携して対処しております。

昨年は全国で表示偽装や悪質な違反が相次ぎましたので、県内の保健所では昨年の 10 月 26 日から 11 月 1 日の間に県内全域で食品製造業者の注意喚起を図る観点から、緊急に食品製造施設を訪問して聞き取り調査を実施しました。県内で 196 施設を調べて、結果は偽装や悪質な事例はありませんでしたが、20 箇所着色料などの表示漏れが見つかりまして、法に基づいて口頭指導を行っております。佐世保でも 27 施設調査を行いまして、販売者住所の誤った記載や、固有記号に関する事などの 4 件があり、指導を行っております。今後とも関連機関と連携を図りながら、表示に関する衛生上の危害発生防止に努めていきたいと考えております。以上です。

(コーディネーター) どうもありがとうございました。それぞれ保健所、あるいは農政事務所の日頃の業務というのをご紹介いただきました。このように、業界の方のそれぞれの立場での対応、それから行政機関の対応というのがどんなふうに行われているかという概略がおわかりいただけたかと思っております。

では、これから今までのお話、又は先ほどの私のちょっとややこしかったかもしれませんが、基本的な表示の考え方を基に、議論を進めたいと思っておりますけれども、まず消費者と

どうか、お客様の立場に立ってですね、表示というのはいろんな表示がございます。けれどもどういふところが一番関心をよんでおられるのかというところについて、また、表示の制度がどうなっているのか、また、どのくらい知られているのか、こういうことについて消費者側から、あるいは作られたりお店の側から、あるいは相談を持ちかけられておられる役所の窓口としてどんなふうにお考えなのか。別にここでお話になったからといって、総責任をとらなければならないとかいうことではなくって、日頃感じておられることをお話いただければと思います。

先ほど、白壁さんがおっしゃっていたのは、期限表示と、どこで採れているのかしらねというふうなお話だったですけど、大体刹那的でなくずっと考えると、皆さんどういふところに関心を示しておられるのですかね。

(白壁氏)先ほど先生のお話で、表示がですね、日本だけのものではないというのが、初めて知りました。私は国内のものは国内で表示基準があって、輸入した場合は別として、日本国内だけの表示でいいのかなと思ってはいたんですけど、国際的な基準で決まっているということで、それから表示自体が本当に小さくて見えないんです。それを消費期限なら消費期限、製造年月日かどれかに統一していただいて、もう少し大きくできないものだろうか。たまたま、商品の中に、大きく消費期限何日というのがあるとうれしくて、それにとびついちやうんですよね。これなら大丈夫だと思ってですね。そういうのが小さくてもいいのか、ある程度の大きさにはできないものではないかと思ってますけれども。

(コーディネーター)制度的には、8ポイント以上という規格を作っているんです。ただ、この8ポイントもですね、そこだけ決めてまして、余白とかまでは決めていないんですね。非常に細かく字を詰めてしまうと見にくいですし、広げるときと下木原さんは非常にご苦労されていると思うんですけども、書けなくなってしまうこともあるんですね。大きく書くほうは別に規制はないんです。ただ、どうやったら見やすくできるだろうかということは、ずっと問題になっています。それで、国とか業界とかで考えていますのは、これ以上義務表示の中身が増えてきたら、別のやり方を考えないとだめかもしれないというのがあるんです。別のやり方というのは、バーコードかなんかでもっと大きく、いつでも見ることができるようにとか、何か他の手段も考えないといけないという話は、共同会議が始まった頃から言われているんですけども、特殊なものを使わないとだめということになると、これは弱者が困るわけです。そういうところもありまして、実際なかなか難しいんです。そういうところもありますが、下木原さん、どうでしょうね。お客様相談室にいろいろ来ていると思うんですけど、フィードバックされる中にどんな声があるでしょうか。

(下木原氏)そうですね、まず、いろんな表示をする項目が多いと思うんですよね。その中で私が思うのは、商品を購入するときと、購入後の表示についてですね、いろんな注意があると思うんです。まず商品を購入するときは、お客さんはこの加工食品、どんな原料使われていて、どこの原産地なのかなというのに始まって、今は栄養成分なんかに非常に

に興味をもたれていますし、あとは調理方法はどうかのかなとか。購入後については、調理方法とか、この商品はあとどのくらい日持ちするのかとか、そういった問い合わせが多いかと思います。お客様からはいろんな問い合わせがあるので、お客様の要望に対して答えていくという形で実施しております。

(コーディネーター) 具体的に答えられるんですか、窓口では。ぼんやりいつまで食べられますかとか。

(下木原氏) 賞味期限の話はですね、「この商品、賞味期限切れているんだけど食べられる？」というのが多いんですね。その場合は私どもは「食べられます」とは言えないんですね。先ほど先生からもありましたけど、商品を実際に見ていただいて五感で、臭いとかで判断していただくしかありませんので、「食べられます」ということは一切お答えしておりません。

(コーディネーター) 非常に難しいですね。

(下木原氏) 難しいですね。実際見てみないと分からないからですね。

(コーディネーター) 国際食品規格ではベスト・ビフォーになっているんです。その期日以前であれば、最良の状態で食べられる期日であるということで、それを直訳したのが期限表示の日本語なんですよ。確かに非常に難しいところですね。

デパートの方ではどうなんですかね。どんな質問が多いですかね。

(黒木氏) 今おっしゃられたご質問はよく承りますね。ご自分がお買い物になさったものに限りまして、お中元、お歳暮なんかでいただかれたお品、それもおく親しい方同士で小分けで、例えば実家に帰ったついでに半分分けてもらったんだけどということになると、ややもすれば表示すらない場合もございます。そういう場合、私どもとしましては、私どもで販売しました商品に関しましては可能な限りのことをお答えさせていただきますが、先ほどのご質問にございました「消費期限が切れているものを食べていいですか」とおっしゃられる場合、答えに窮した場合もございます。私も自分の家だったら食べなさいと言うんですけども……。以上でございます。

(コーディネーター) 保健所には直接消費者から表示なんかでのご質問なんかあるものなんでしょうか。

(伊藤氏) 先ほど申しましたけど、苦情、相談ですね、それをまとめてみますと、表示に関することで最近増えてきてまして、約 10%以上表示に関することが占めてます。最近多いのは、今言われました消費期限についてのことが、私たちのところでは多いようです。お店で消費期限が切れいるものが売ってあるというようなことですね。それを食べていいかどうかというようなご相談でして、ちょっと難しいですけど、大体同じでないかと。詳しく賞味期限、消費期限のお話をしまして、説明しております。

(コーディネーター) どうもありがとうございました。農政事務所なんかはどうなんでしょうね。

(原田氏) 電話での問い合わせとかいうのはですね、味がおかしいとか、これ味がおかし

いから期限が切れているんじゃないのとか、そういうのがあって、味覚に関しては個人個人の差がありますので、何とも言いようがないとして、こちらとしてもご返事申し上げているんですけれども、例えば消費者さんとの学習会とかで、生鮮食品は原産地、米では精米年月日、加工食品では期限表示ですね。ギョウザ問題とかもあって、輸入品については原産国、こういったところが多いんじゃないかと思います。食品添加物、アレルギー、こういったところもありますね。どの程度熟知しているのかというところは難しい質問だと思いますけれども、一連の表示の偽装もありまして、非常に関心は高くなってきていることは確かだと思います。

(コーディネーター) どうもありがとうございます。特に最近は期限表示の問題が非常に多かったものですから、役所にもそういった点に焦点が当たった質問が最近が多かったらと思うんですけれども、作っている側としては、一番苦しいところというか、ややこしいなというようなところはこういったところでしょうか。表示をする側として、一番これはややこしくてね、本当のところは、というのがありましたら。付けにくいとかいうのがありますよね、書きにくいとか。嘘じゃなくて実際に書きたいんだけど、作っている側からするとここら辺の注意というのは、やってもなかなか難しいんですよとかあると思うんですが、そういう点でこういう品目でとか何か例示していただけますでしょうか。

(下木原氏) 商品特徴を訴えるときにですね、優良誤認にならないということが非常に大事になってきておりまして。国産原料を使っておれば当然国産原料となりますし、最近であれば春キャベツを使った商品を開発しているという例がありまして、じゃあ春キャベツの定義は何という話があったんですね。4月から6月くらいに採れるキャベツで、寒玉を使っているというんですね、それで農水の近畿の方に確認しましたら、春キャベツの定義はないという話だったんです。それはメーカーさんの基準でちゃんとやってくださいということでした。私どもとしましては、寒玉でなくて春玉を使わないと一般の方には認識できないであろうと、そういった優良誤認にならないように、問われたときに説明できるということが大事になってきますので、一つの例ですけどやっております。

(コーディネーター) よくわかります。今おっしゃっているのはどういうことかと言いますと、原料自体にちゃんとした定義がないものが多いんです。キャベツだったら、冬玉はビシッと締まっていますけれども、春キャベツになると緩くなりますね。実際にはそんな定義はないから柔らかい瑞々しいものを使うときには春キャベツを使おうと。実際には春キャベツという厳重な定義はないし、寒玉の定義もない。そんなのがいろんな原材料にあるわけです。それが製品に反映させるときに、そこが売りなのにですね、それを書くと定義がはっきりしていないものだから、言われると困ってしまうところがあるんですよ。そういうものが加工食品にはいろんなところで出ますね。そういう事例でございます。デパートの方ではいかがでしょうかね。そういう類で、本当は難しいよというようなものは。

(黒木氏) 表示の中で、原産国になるんですが、私どもも年に数えますと大小10回ほどの物産展というものをやっております。今もやっている次第でございますが、外国物産展で



の原産国の問題、あるいは国内物産展の場合はもちろん原産地の問題、それに関しましては私どもも精査申し上げて、生産者さんが必ずそこにお店あるいはちゃんとした生産拠点あるいは集採拠点があるということ、登録があるということ。これを北海道に置き換えますと、私どもの一つのガイドラインとしましては北海道の中で、札幌市の中で、あるいは小樽市の中での物産協会等の社団法人などがありますので、必ずご登録していただいているところというような、まだガイドラインの段階ではございますが、そこら辺での表示、また、特に実演、即売形式でございますので、いろんな表示の義務がないものが多いです。そこに関しましての、お客様に本当の意味で優良誤認を与えないようにということでの告知、ポップというところで苦労しているというのが本音でございます。

(コーディネーター) 優良誤認というのが非常に難しいんですね。これまでは公正取引委員会でもそれほど強く言っていなかったのですが、近年優良誤認に対して厳しく扱うようになっておりまして、例えばラベリングでもですね、濃縮ジュースなんか使っていて、ラベルには生のみかんをスパッと切った切り口から滴っている絵なんか書いているとですね、これはストレートを使っているように見えるからだめとかいうふうに、かなりはっきり運用している例もある。ただ、今の例は全部がアウトというわけではありません。中味がストレートをそのまま使っているような雰囲気であるという場合でもこれは優良誤認だということくらいにとっておりまして、そのラベリングそのものだけでなく、全体でなんとなくこれはおかしいんじゃないかというのはやっぱりなんとなくおかしいんじゃないかということで、指導されているようになりますし、そこら辺は業界の方々も段々言葉でなく絵だったらいいじゃないかという時代も終わってきたというふうに認識するようになってきているんですね。今問題になっているのは、そういう優良誤認とか誇大な表現とか、期限、それから原産地というのは非常に難しいんですね。はっきりわかるのはいいんですけれども、無理難題もあるんですね。砂糖の原産地を言われたことがありまして、そんなこと言われたって、砂糖は砂糖だろうと思うんですが、原産地に意味がないものまで言われてこられることが時々あるんです。そんないろいろな事例をご紹介いただきましたけれども、今基本的な考え方を皆様方にお話いただいたわけですが、ここで会場の方々もこの際ですので、こういう疑問などを言いたいとか、こういうことは一体どうされているのでしょうかということをお持ちの方がいらっしゃると思うんです。会場と一緒にこれからの議論を進めたいと思います。質問、ご意見などありましたら、挙手していただきまして、できれば所属、お名前差し支えなければお願いしてお話をお伺いしたいと思います。いかがでございましょう。何かお聞きしたいとか、業界の方にこんなことはどうなっているのかしらというようなことがありましたら、表示そのものでなくても表示周辺の疑問点など、日頃お考えのことを遠慮なくご意見いただきたいと思いますが、何かございますか。

(会場質問者 A) 平戸市の方から参りました。生産者でもありますけれども、消費者でもありますので、両方の面から。

実は、原産地表示の関係で、ある検疫所を研修したことがございます。輸入農産物が入

りまして、メーカーさんの方で 100 店舗に分配してそれ自体が余ったと。その余った分についてはその地域の市場に流通させる。市場に流通させて、そこから卸の方に行くわけですが、その市場を通したことによって原産地が日本のその市場の名称に変わったということを知ることがございます。そういう形になりますと、本当に原産地はどこなのかというのが一つあります。そういう大量に輸入される場所のメーカーさんについては、そういうシステムになっているのか、その辺をお尋ねしたいと思います。それから原材料の中で、ある品物を買いましたところ、加工品なんですけど、期間限定品という形で売り出しがなされております。その賞味期限なり消費期限なりをみますと、表示が半年くらい後の日にちになっているんですね。非常に期間限定というと半年も期間があるような限定品なのかと言いますと、到底考えられないような品物なんです。その期間を定める、表示を自分自身で判断されるのかどうか分かりませんが、そういう形というのが私たちにどうも納得がいかない、その辺がございまして。もう一つ、飲料水関係。例えば相当の期間賞味期限があると思います。通常飲料水関係なんかでもですが、そのまま常温なり冷蔵庫なりで保存したとしてもそんなに持たないんですね。ですから、必ず保存料、防腐剤が入っていると思うんです。それが案外と表示されていないものが直売所関係では非常に多いというのが見受けられるんです。そういったことについては、行政のご指導などもあるのかもしれませんが、消費者としてはそのあたりが何とも 1 週間経っても 2 週間経っても腐れず、かびが生えないように、そういうふうな考え方というのが多いと思いますので、その辺おわかりになれば教えていただきたいなと思います。よろしくお願いします。

(コーディネーター) 一つは原産地表示の話ですね。これは農政事務所さんから答えられますか。

(原田氏) どういう品物かちょっとわからないんですけども、例えばうなぎの関係でもあったんですけども、うなぎの問題で、台湾とか中国産とかのうなぎが途中で国産に変わっていると。どの時点でなっているのかというところは調査に入ってみないとわからないんですけども、そういった実態があるということであれば、こちらとしても調査に入らざるを得ないんじゃないかと思えます。なっているんじゃないかなという仮定の話では私たちも調査に入れませんので、そういった事実が本当にあるかどうかということをも調査をしてそれから入るといった形になるかと思えます。

(コーディネーター) 生鮮品の場合、卸売市場を通過したからといって、国産になるわけではないんです。輸入品を入れたら輸入品はいつまでたっても輸入品ですから、原産地は中国なら中国ですよ。中央市場を通ろうが通るまいが同じなんで、もしそれが国産となったら表示の間違ひということなんで、今おっしゃられたように、そういう事実があれば、それは指導しなすことになるとかと思えます。

次は、賞味期限ですね、それは販売して売っている時が期間限定なんですか。売っているときは期間限定でも、商品はその期間を超えて持ちますけど、それだと当たり前の話になりますけど。ものによりますよね。

(会場質問者 A) 具体的には言えませんが、加工してある品物ですから、そんな半年も。そういう考え方なら期間限定なんてないよねと思ったんですけどね。

(コーディネーター) ちょっと言いにくいんですけども、加工品ですとかなり持つんですよ。販売の期間限定というのはよくやっているですよ。それはものによりますよね。ちょっと何とも言いがたいですが。

(下木原氏) 期間限定という場合ですね、今法律で規定されているものはないと思うんですね。私どもであれば、二重価格の部分で公取で決まっている分がありまして、例えば「特売価格」とか打つ場合に、過去の実績がないのに普段 500 円の価格のものを 400 円で売った場合、過去に実績がないのに、いきなり特売 400 円というのは、8 週間ルールというのがあるってそれは打てないことになっているんですね。今おっしゃられている期間限定ということに対しては法律的には取り締まるものはないと思いますので、どちらかという優良誤認的なことになるかと思っております。基本的には私どもでは期間限定は 1 か月ですね。得意先との絡みとか周年祭とかそういったこととする場合は max2 か月という形でルールを設けております。ですから、今おっしゃられた半年というのが、商品自体が賞味期限が長いものなのかもしれないですけども、どちらかという期間的に長すぎますので、期間限定の効果というか、お買い得感を持って恐らく買われると思うんですよ。その辺はちょっと長いかなあという感じは今お聞きして受けました。

(会場質問者 A) 産物がその時期にしかとれない、それによって期間限定ととらえているようなんですね。ですから、産物がその 2 か月くらいしかとれない、それによって期間限定を定めてあるんですけども、半年も先の日にちが入っているというのは本当に期間限定っていつなのかという疑問をちょっと持っておりましたのでお尋ねしておりましたわけです。

(コーディネーター) 明らかに優良誤認があり、事実関係がちょっと辺だなと思われたら、農政事務所なりにご相談いただければなと思っております。

3 つ目の飲料水ですけど、防腐剤とかそういったものを使っているということがあるんですかね。伊藤さん、どうでしょうね。

(伊藤氏) 飲料水には、例えばミネラルウォーターですよ。使っていないと思います。

(コーディネーター) 殺菌するだけですね。

(伊藤氏) はい、殺菌するだけですね。

(コーディネーター) 殺菌するといつまでも持ちますよね、大体は。

(伊藤氏) そういう科学的な根拠をもって期限表示をしてありますのでね。

(コーディネーター) また、表示自体で疑問があれば、ラベルに責任者というか製造元がありますから、そこにお尋ねになるのがいいかと思っております。

他に何かございませんでしょうか。

(会場質問者 B) 今、ご講義を聞きまして、ああそうかというところもありましたが、私はいつも買い物をするときに考えるんですが、また、広告なんかの売り出しなんか見るとき

に、明らかにうそとわかることがあります。産地の方にこれくらいの値段で売れますかと聞いたら、そんな値段では売れませんよと言われたこともあります。だからそういうものは買わないとしても、一般の賞味期限というのは信じらざるを得ないと思って選択して買っておりますが、その選択する際にですね、具体的にいうと、豆腐ですね。これは大抵国内産というふうに書いてあります。大豆はそんなに日本では採れないよと思いながら買うんですけども、それはそれでいいとして、会社によって期限の日にちが5日間のものと3日間のものとありますが、それは先ほどちゃんとした根拠があるんだとおっしゃいましたですね。素人考えでいけば、先付け5日間のものには何か入っているんだろうかと、3日のものには何も入っていないからというふうにとればとれる。しかし製造方法がHACCPというふうにとっていれば5日、6日、1週間は持つのかなと、そういうふうを考えたりしますが、その辺はどう違うんでしょうか。日付の5日とか、3日というのは、会社によって違うんですね。

(コーディネーター) 実は豆腐はですね、かなりのものは国内産の大豆を使っています。というのは、輸入品の場合というのが、最近大豆の価格が非常に上がってしまっていて、恐らく3分の1か4分の1は国内産。国内産とはっきり書いているのは間違いはありません。輸入品は使っていません。それから、3日というのは僕はあまり見たことがないのですが、衛生的につくっていれば、1週間でも持つんですよ。でも、豆腐の場合は、漢字からして豆が腐っているんですけど、昔は水の状態が非常に悪くて足の速い商品でした。今はHACCPなんかをやっていれば1週間どころかもっと持つことは確認しているんですけど、これはやはり安全性を見込んで5日、基準ですね。もっと短いものもありますけれども、製造法自体はあんまり変わりません。短いものは、衛生状態が悪いのかということ、そういうものでもありません。会社の販売方針というものがかなりあります。衛生的にはみなほとんど同じと考えていただいて結構かと思います。売っている側からいかがでございましょうかね。

(黒木氏) 優良誤認を引きづるわけではないですが、5日より3日の方がいいお品かなとついつい感じるのが事実でございます。先生がおっしゃいましたように、私どもも限られた商品を限られた期間で販売するわけでございますけれども、ふと思いましたのが、それだけ豆腐というのが地元非常に、ある意味で経済構造の中で地元根ざした商品の一つかなと考えております。顔が見えやすい商品ではないかなと思っておりますので、消費期限という期日ではありますが、より顔が見える、近い商いをやりたいなと。私どももなんでこれは3日しか持たないんですかということをよく生産者にお尋ねします。これでないとやれませんという生産者さんもいらっしゃいます。これも一つの選択肢かなと思っております。

(コーディネーター) お分かりいただけましたでしょうか。実際にはなかなか持つという話ですが・・・他でございますでしょうか。

(会場質問者C) 一消費者として愚問ではございますが、門間先生にお尋ねいたします。食

品関係の回収ということが最近たくさんございましてですよね。素朴な意見でございますが、回収された食品というのは実際どうなっているのでしょうか。国のガイドラインみたいなもの、いわゆる環境問題を含めてですね、回収された食品を含めてそういったガイドラインみたいなものをちょっとお尋ねしたいと思います。

(コーディネーター) ガイドラインはないんですよ。ものによって全然違いますから。全部回収したものは、焼却するか廃棄するか。で、一番困るのは液体なんですよ。ジュースなんか回収しますね。そうすると、そのまま流すととても負荷が自然界に出ますから、結局排泄物と同じですね、一般的には BOD、COD 等がその地域の基準値になるまで、正常値になるまで戻すようにして廃棄することになります。よく廃棄したものをもう 1 回使うんじゃないかという話があるんですが、そんなことをやったらものすごくお金がかかってできないんですよ、実際には。だからものすごい手間と廃棄処分の費用はかかっております。大手のメーカーでは、廃棄の費用というのがものすごくかかっておりますけれども、それは新聞記事にはなっておりません。決してそれを再利用するというようなことはありません。

日ハムでは廃棄されるときどうされていますか。

(下木原氏) 作ったものとしては、もったいないという気持ちで基本的には市町村のきまりに則って行いますけれども、廃棄物として出すということになるかと思えます。

(コーディネーター) 廃棄物として出すか、焼却するかなんですよ。そうやってます。

他にございますでしょうか。

(会場質問者 D) 日頃買い物をして疑問に思ったことを質問したいと思います。中国ギョウザの影響だと思うんですけど、冷凍食品を売ってあるコーナーで、値段の上に作っている工場の表示がされているスーパーがあるんですよ。例えば中国工場とかですね、あと、日本で作られている冷凍食品だと思うんですけど、それが「国内工場」というのと「国産工場」というのに分かれているんですよ。この違いを教えていただきたいんですよ。ちょっと私食品の製造工場に勤めていまして、そのことを工場長に聞いたんですね。冷凍食品とは全然関係ない食品の製造工場なんですけど。国内と国産の違いは何ですかと工場長に聞いたところ、どっちも同じ意味だよと言われました。でも、牛肉を考えた場合、国産牛とか和牛とか、同じ日本の牛肉と思うんですけど、何でそこで国産牛、和牛と分かれているのかなというのがありまして、ちょっと聞いてみようかと思いました。

(コーディネーター) 牛の方は私ご説明申し上げたように、和牛というのは肉用に日本国内で明治以来開発し、改良した品種の牛を言っているわけで、国産牛というのは、肉用専用種で、日本国内で独自に開発したものでない牛を指しているんです。ですから、国内での他の牛、例えば乳牛のホルスタインや肉牛のアバディンアンガスとかの種などは国産牛になっているんです。ですから和牛だけを和牛と言っているんです。これは日本独自の品種ですから、これを全部国内とは言っていない。ですからそこにははっきりと和牛とそれ以外の牛と分けているのはご理解いただきたいと思えます。

それから「国産工場」というのは、それがよくわからないのですけれども、国内とあるのは国内にあるものですね。国産工場というのはどういうときに書いてあるんですか。

(会場質問者 D) 値段の上のほうに書いてあったんですよ。

(コーディネーター) ものがないのでわからないんですけど。工場が国産するわけないので。国産の原材料を使って作ってますというのかですね。私はそれ聞いたことないんですけど。農政事務所で聞いたことがありますか。保健所でもありませんか。ちょっとわかりませんね。それはものを見てみないとわかりませんね。どういうふうな表現かというのが。国内工場というのはそのものですからわかるんですけども、国産工場というのは日本語になっていないもんですから、ちょっとわからない……。

(会場質問者 D) そのスーパーが独自に表示しているのかなと思うんですけど。ものに書いてあるわけではないんですよ。売ってある棚というか、そこに表示がされてあるんで。

(コーディネーター) 工場が国産ということはありませんから、ちょっとスーパーに聞いてみないとわかりませんね。それはちょっとお答えしにくい話ですね。それはさらに疑問があれば、そのものを見て、農政事務所に行かれても困るんでしょうけど、現場見て単なる書き間違いかもしれないし、ちょっと分かりかねます。

他なんかございますか。

(会場質問者 E) 左世保市から来ました。先ほど賞味期限と消費期限のお話でございまして、科学的根拠に基づいているとおっしゃいましたと私は記憶しているのですが、科学的根拠というものがどういったものかということと、私ある実験をずっとしているんですけど、納豆が好きなので、納豆をいつまで食べれるのかなというのをずっとやって、賞味期限か消費期限かちょっとわからないんですけど、2週間過ぎたものでも十分食べられるんですね。日本栄養大学というところが、食べられないというのが50日というのが新聞に載っていて、50日まで食べれるんだと思って挑戦しているんですけど、なぜ50日になったら食べれないかという、それは硬くて食べられなかったという笑い話みたいなものがあるんですけど、それは別として、賞味期限と消費期限の科学的根拠というのを教えていただきたいなと思います。

(コーディネーター) 先ほど申し上げましたように、科学的根拠というのは、理化学的試験、微生物的試験、それぞれいろんな項目がございますね。その商品についていろいろ試験をしていくわけです。それで、例えば微生物だと、生菌数を見ていくつ出たとかでないとか、そもそも菌が出たとか出ないとか、大腸菌群がそもそも最初にどれくらいあるとか、そういうことを一つ一つの項目について、検査していくわけです。それぞれ最初にアウトになった日までを見ていくわけです。それで最短の日にちを、ある項目についてはここまでは菌が出なかったとか、菌が基準値以内であったとかいうことを、そのものについて調べていくわけです。そうすると一番日にちが短いものが出てまいりますから、それがそのものの期限になるわけですが、それだと、変な状態あるいはものすごく難しい条件のときにもっと短くなる可能性がありますから、過酷試験や係数をかけて短くしてというふ

うに定めるわけです。官能試験の場合は、これは人間の舌ですから、パネルとなる人たちがずっと食べていって、味が最初のもの比べて違ってくる、当初考えていた風味と違う日にちが何日目である。そうすると一番短い日がそれぞれ決まってくるわけです。そうやって複数の検査をして、あるいは一つの場合もありますけれども、一番短い日を決めて、それに係数をかけて日にちを設定していくわけです。あと違うのは、安全係数のかけ方がその会社により、また同じ会社でもものによって違います。例えばレトルトのカレーであれば、中に入れているじゃがいもの大きさが大きいと、あるいはそれがもう少し細かくなっていると、それぞれで暖めたときに破裂する、しないとかがありまして、数か月の差をつけるというようなことをメーカーではやっております。そうやって決めていっているものです。科学的とは、要するに再現性があるということと、説明できるということ、これが重要なところであろうかと思えます。

それから、納豆の話なんですけど、これはですね、おっしゃるとおり、衛生的に作ったらいつまでもだいたい食品というのは持つわけです。それをどの程度持つかというのは結局、普通の納豆を食べたらどうかなということだけなんで、先ほど黒木様がおっしゃったように、販売戦略と、風味はどうかねということから決めているというふうにお考えいただければと思います。以上でございますけど、おわかりでしょうか。

そろそろ時間になりましたので、私ひとりしゃべっていたような感じなんですけれど、表示にはいろいろその背景となるものがございます。制度もありますし、実際に科学的な話もございます。それから決めつけでなくて、むしろ五感とあわせて表示の制度をうまく使っていただければ、食生活が豊かになると思いますので、メーカーの方々、それから役所の方々の助けを借りて、よりよく今後制度を運用していきたいと思いますので、皆様方もご協力いただければと思います。

本日はお忙しいところありがとうございました。