

新たな消費者基本計画と食品表示について

アジサイの花の色が鮮やかになり、初夏の兆しが見え始める候となりましたが、皆様方には如何お過ごしでしょうか。

さて、食品表示制度に関しましては、本年度に入り食品表示基準の全面適用されたものの、新型コロナウイルス感染防止対策の一環として、消費者庁から同基準の弾力的運用についての通知が発令されたことは前号でご紹介させていただきました。

今後こうした「コロナ」の状況に応じて食品表示施策がどう展開するか気になるところですが、いずれにしましても、中長期的には3月に公表された第4期の消費者基本計画(令和2年4月～令和7年3月)の内容は今後の食品表示制度を示唆するものとなっています。

今回は、同計画における食品表示制度関連の内容と今後の動向についてご説明したいと思っています。

1 消費者基本法と消費者基本計画の位置づけ

消費者基本計画は消費者基本法に基づき策定されるもので、これまで5年ごとに見直され、今回が第4期になります。消費者基本法は、昭和43年に制定された消費者保護基本法が改正され、平成16年に制定されたものです。改正された同法では、消費者は、「保護」される立場から「自立」するものとして位置づけられ、そのために必要な「権利」が基本理念として規定されています(下図)。食品表示に関しては、これら全ての権利に関連していますが、特に、1)安全が確保される権利、2)必要な情報を知ることができる権利、3)(商品、役務について)適切な選択を行える権利及び5)教育を受けられる権利に関連が深いかと思えます。

「消費者基本法」の基本理念(第2条)

- 1)安全が確保される権利
- 2)必要な情報を知ることができる権利
- 3)(商品、役務について)適切な選択を行える権利
- 4)被害の救済が受けられる権利
- 5)消費者教育を受けられる権利
- 6)意見が(消費者政策に)反映される権利
- 7)消費者自らの利益を擁護する権利
- 8)利益の増進のための行動の権利

「食品表示法」の基本理念(第3条)

表示の適正確保のための施策は、

- ①上記権利に基づく消費者の自立を支援することを基本
- ②食品の生産等の現況等を踏まえ、小規模食品関連事業者等の事業活動に及ぼす影響等に配慮

(図) 「消費者基本法」(平成16年6月)の基本理念における消費者の権利と食品表示法の基本理念

2 消費者の安全性の確保と表示

ところで、今期の消費者基本計画における消費者政策の基本的方向の柱として、「消費者の自立と事業者の自主的取組の加速」や「協働による豊かな社会の実現」などに先立ち「消費者被害の防止」が挙げられています。そして、この被害防止に必要な柱の1つに「消費者が合理的な判断に必要な情報を得られる環境の整備」が示されています。

具体的には、「消費者被害の防止のためには、消費者が商品やサービスを合理的に選択・消費するために必要な情報が提供されるとともに、偽りや不正を含んだり、誤解を与えたりする情報、広告、表示等から保護される環境を確保する必要があり、今期消費者基本計画の対象期間中において ICT*の進展等も踏まえて取組を強化する」ことが明記されています。

そして、「虚偽又は誇大な広告その他の表示を規制するため、法令に違反した表示を行う事業者に対する監視・取締りや消費者に対する注意喚起を着実に実施する」ことが示されています。

これらを踏まえ、「重点的な施策の推進」の項にも、上記の消費者被害の防止の一環で、まずは「消費者の安全の確保」として、事故の未然防止のための取組の重要性、すなわち具体的には「事故の未然防止のため、危険性のある物質や商品・サービスに関する情報の提供（警告表示を含む）、消費者への啓発、販売の規制、製造過程を含めた事業者による安全の確保の取組等が重要である」ことが明記されました、

また、食品に関する安全性の確保については、独立の項を設け、「食品の自主回収報告に関する制度（2018年に食品衛生法及び食品表示法の改正により創設）の適切な運用を図る」ことが示されました。

*ICT（情報通信技術：Information and Communication Technology）

3 取引及び表示の適正化と消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保

一方、「取引及び表示の適正化並びに消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保」の一環として、「表示は商品やサービスの選択の基礎となるものであり、適正な表示が行われ、それに対する信頼が確保されることが重要である。商品やサービスの性能や、効果について誤認が生じないようにするため、事業者から商品やサービスの選択に当たって必要な情報が表示され、かつ消費者を誤認させるような不当な表示がなされないようにする必要がある」とともに、「食品表示について、表示制度の普及啓発を図るほか、分かりやすく活用される食品表示の実現に向けた取組への検討を進める必要がある」ことが示されています。

また、不当な表示を一般的に制限・禁止する景品表示法についても、「事業者の表示管理体制の強化、関係府省庁への調査権限の付与、都道府県への措置命令権限の付与、不当な表示を行った事業者に対する課徴金制度の導入等の制度整備を行っており、引き続き、適切な制度運用を図る」とともに、「不当な表示を行う事業者に対しては、必要に応じて都道府県や関係府省庁等と連携し、課徴金制度の運用を含め、同法に基づく厳正な執行を行い、消費者による自主的かつ合理的な選択の確保を図る」ことが示されています。

さらに、「食品表示について、表示制度の普及啓発を図るほか、分かりやすく活用される

食品表示の実現に向けた取組への検討を進める必要がある」ことが明記されました。

4 景品表示法の厳正な運用と重要性

不当な表示を一般的に制限・禁止する景品表示法については、事業者の表示管理体制の強化、関係府省庁への調査権限の付与、都道府県への措置命令権限の付与、不当な表示を行った事業者に対する課徴金制度の導入等の制度整備を行っており、引き続き、適切な制度運用を図ることとされています。

また、不当な表示を行う事業者に対しては、必要に応じて都道府県や関係府省庁等と連携し、課徴金制度の運用を含め、同法に基づく厳正な執行を行い、消費者による自主的かつ合理的な選択の確保を図ることになっています。

ところで、食品の表示といえば、つい食品表示法に眼が行きがちですが、景品表示法では、「表示に関する事項を適正に管理するために必要な体制の整備その他の必要な措置を講じなければならない」と定めており、事業者の表示管理体制の整備が義務化されています。

また、食品関連事業者は、「事業者等が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」(平成26年11月14日内閣府告示第276号)に基づき、仕入先事業者からの仕入れ伝票や、商品規格書等の表示の根拠となる資料を記録、保管し、その情報を共有する体制を構築し、表示等の事項を適正に管理するための担当者等を定めることとなっています。

さらに、景品表示法は、単に食品パッケージなどの表示のみならず、店頭での表示、パンフレット、写真、テレビコマーシャル、看板、インターネットや口頭の説明等も対象であり、事実と異なった情報提供により、消費者が、実際のものよりも著しく優良であると誤認する場合には、同法による措置の対象となることを理解しておくことが重要です。

5 食品表示等による適正な情報提供及び関係法令の厳正な運用

今期の基本計画においては、食品表示法に関する記載も、特に重要な個別表示事項とともに記載されています。

すなわち、「2020年度から全面施行される食品表示法に基づく新たな食品表示制度について、適切な運用を図るとともに、消費者の更なる食品表示の活用に向け、戦略的な普及啓発に取り組む」と記されるとともに、特に以下の課題についても触れています。

1) アレルギー表示

食物アレルギーについては、食物アレルギーに対する社会的関心が高まっていることから、食物アレルギーを持つ消費者が安心して食品を喫食できるよう、アレルギー物質を含む食品に関する表示の充実を図るための措置を講ずることを目的として、おおむね3年おきに実施している実態調査の結果を基に対象品目の見直しを検討するとともに、正しくアレルギー表示が行われるように事業者に対し普及啓発を図ることとしています。

2) ゲノム編集技術応用食品

ゲノム編集技術応用食品については、食品がそれに該当するか知りたいという消費者ニーズがあるため、厚生労働省に届出されたゲノム編集技術応用食品であることが明らかなる場合には、事業者に対し積極的に表示等の情報提供を行うよう働きかけを行うことが示されています。一方、現段階では、国内外においてゲノム編集技術応用食品について取引記録等の書類による情報伝達の体制が不十分であること、及びゲノム編集技術を用いたものか科学的な判別が困難であることを踏まえ、食品表示基準(平成 27 年内閣府令第 10 号)に基づく表示の対象としないこととしています。このため、今後、流通実態や諸外国の表示制度に関する情報収集も随時行った上で、新たな知見等が得られた場合には、必要に応じて表示の取扱いの見直しを検討することが示されています。また、ゲノム編集技術応用食品については、ゲノム編集技術を利用して得られた食品等の取扱いについて関係行政機関等と連携して消費者や事業者へ普及啓発を行うことも記されています。

3) いわゆる健康食品の表示

いわゆる健康食品も含めた食品の表示・広告について、その適正化に向け、法令違反に関しては厳正に対処するとともに、執行体制の整備を含め、関係機関と連携して監視の強化を図ることが示されています。

4) 食品表示の監視

食品表示全体や産地情報の伝達の監視については、食品表示法等の関係法令に基づき、関係行政機関等との間で重層的かつ緊密な連携体制を維持して効率的・効果的な執行を図り、適正な食品表示を確保することとなっています。

また、事業者等がアレルギー等の安全性に関する食品表示基準に従った表示がなされていない食品を自主回収する場合に、行政機関への届出を義務付けてその旨を行政機関が公表する制度の適切な運用に万全を期すことが明記されています。

5) 原料原産地表示及び遺伝子組換え表示

2022 年度に全面施行される加工食品の原料原産地表示制度、2023 年度に施行される遺伝子組換え食品表示制度等についても、事業者が速やかに従前の制度から新しい制度に移行できるよう関係機関が連携して事業者に対する周知を図るとともに、消費者への普及啓発により理解促進を図ることが示されています。

6) 食品表示の全体像

消費者委員会食品表示部会で議論になった食品表示の全体像については、「消費者にとって見づらい等の食品表示における課題を解決し、分かりやすく活用される食品表示とするため、食品表示の全体像に関する報告書(2019 年 8 月消費者委員会食品表示部会)を踏まえ、消費者の表示の利活用の実態等の現状把握を行うことを目的とした調査等を実施し、そ

の結果を踏まえた検討を行う」とされました。

6 消費者基本計画を踏まえた対応策

前記のように、今期の消費者基本計画における食品表示関連の記載の主な重点的内容は、

①食品表示基準の全面適用を踏まえた新基準(加工食品の原料原産地表示基準を含む)の適正な運用

②それらの監視の体制の整備と的確な執行

③消費者への正しい理解のための普及・啓発

④そして分かりやすい表示に向けた今後の食品表示の全体像の確立と思われます。

特に、④については、今後の新たな展開として、「表示」から「情報」という観点に移行することも想定されることから注視する必要があると思われます。

一方、アレルギー、原料原産地表示等の重要性が増してきたこともあり、これまでの食品表示の公的な検討会等において、適正な食品トレーサビリティーの適用についての検討の必要性が提言されてきました。

食品トレーサビリティーに関しては、今期の基本計画においても「食品のトレーサビリティーの推進のため、フードチェーンを通じた新たな推進方策を策定し、推進方策に基づいた事業者団体等への普及啓発を実施する」ことが示されており、この分野の検討についても注視する必要があります。

なお、食品トレーサビリティーに関しては次号で触れたいと思っています。

(以上令和2年6月30日現在)