

FOOD

食品表示等に関する

緊急情報交換会

平成 19 年 12 月 13 日 JF センター会議室

昨今の食を巡る現実の中で、我々外食産業はもっと勉強しなければならないと痛感する。食の信頼回復に関する社会からの問題提起に、どう立ち向かっていかなければならないか。我々は相互に情報交換する必要があるが、その前にルールや法律に関してもっと勉強しなければならない。

コンプライアンスの問題に関しては、本誌昨年 11 月号「外食企業のコンプライアンスの徹底」で言及したように、農林水産省「食品表示 110 番」に寄せられる件数は急増している。マスコミに報道されるもの、されないものを含めて、協会会員企業が調査・処分の対象となるケースも増えている。

厚生労働省、農林水産省、公正取引委員会など、いろいろな監督官庁がいろいろなルールや法律を掲げながら食の表示問題を中心に監督強化に取り組んでいるが、これに関して我々業界及び各企業はどう対応すべきか、どのような組織運営をすべきかを検討していきたい。

そこで行政官庁である農林水産省総合食料局の青山外食産業室長及び同省消費・安全局の中村食品表示・企画監視室長にお話を伺うことにした。

食品表示とコンプライアンス

解説 農林水産省総合食料局外食産業室長 青山豊久氏

外への情報についての配慮

コンプライアンスは「法令遵守」と訳されているが、法令を守っていればイメージは損なわれないかといえ、必ずしもそうではない。

例えば昨年 11 月のマクドナルドのフランチャイズ店のケース。フランチャイジーのアスリート社の 4 店舗でサラダ商品の調理日時が張り替えられていると本社のエマージェンシー・ホットラインに通報があった。これは同社の内部通報制度が機能した証拠で、それを受けてマクドナルド本社は 4 店舗を査察し、自社基準違反が確認されたので店舗運営を本社に移管した。

日本マクドナルド株式会社は早速記者会見を開いたが、そのとき報道関係者に配った資料は視点を変えればフランチャイズ店を非難しているように見受けられる。

もちろん、この背景には本社とフランチャイズ店との間に契約関係があるので、契約違反のフランチャイズ店を非難するのも無理はないが、消費者から見るとフランチャイズ店もマクドナルドであることに変わりはない。

ラベルの張替えがあったというサラダは、調理した日時から 12 時間以内で販売する目安としてオペレーション用に調理日時を記入していたというが、そこには「お早めにお召し上がり下さい」との言葉が併記されていた。

新聞記者は、コンビニで売っている野菜サラダとどこが違うのか、普通のプラスチックのパッケージに入っているのに、なぜマクドナルドのは消費期限などを表示しなくてもよいのかと疑問を我々にもぶつけてきた。

外食はサービス業に該当し JAS 法の表示規制の外にある。外食に対して

も表示を義務づけるべしという一部の消費者やマスコミの要請に対して、行政と業界はともに、外食産業はサービス業なので表示の規制は適当でないとやってきた。だが、記者から「コンビニと同じ形態のサラダではないか」と実物を手に指摘されると、なかなか反論がむずかしい。

だからこそ混同されるような表示の仕方は賢明でない。マクドナルドの場合、カウンターで注文を受けた後、店員が運んでくるサラダのパッケージに付いていた表示であり、消費者がその表示を見てから買うか買わないかを選択するわけではない。そういう意味で店頭で表示を見て購入する商品とは扱いが異なって当然である。

マクドナルドの一部店舗では、顧客自らが冷蔵ケースから取り出してカウンターに持っていく販売形態もあった。このように店舗によって販売形態

が変わると、やはり消費者保護のために JAS 法で表示を義務づけるべきではないかとの論調が生まれてくる。外食は現在「表示規制の外にある」ことを意識しながら、外部への説明の仕方を考えていただく必要がある。

メディアは企業が記者会見を行う前にも紙面のメ切り間に間に合わせるため、いち早く情報を得ようと企業に電話をかけてくる。その時に電話に出た窓口の職員が的確に会見の日時すら答えられないとなると、聞く側もイライラ感を募らせ、記者会見では厳しい論調になりがちである。また、当該企業だけでなく、行政にも同時に問い合わせが入る。

農水省では月曜日と木曜日は事務次官の会見、火曜日と金曜日には大臣の会見があり、問題が起これると、同じメディアが企業にも行政にも質問をしてくることになる。したがって、企業が発表する情報と農水省の会見内容が整合していないと、問題がさらに大きくなるのである。

そこで、まず記者会見をするような事態に陥ると予想されたときは、外食産業室、食品表示・規格監視室、もしくは J F のいずれかに連絡し、意思疎通をはかっていただくようお願いしたい。

また、何か問題が生じ、外部に公表する資料を作る場合は、まず外から見てどうかを考える必要がある。また、問題の事実関係を示すときには、分かりやすく記事にしやすい形で示さないと、憶測で報道される恐れもあり、こうした場合での対応は非常に重要である。

.....
具体的事実の公表

オリジン東秀では、11月にオリジン弁当芝浦店で自社基準を超えた惣菜弁当を販売したという従業員からの通報があり、同社の自主調査の結果、牛肉コロッケ、肉じゃがコロッケ、とんかつ、ポテトサラダの4品目が自社で設定した期限を1日超過していた。

同社の場合も記者会見の前に行政等

への連絡はなく、記者会見をするという情報はメディア経由で外食産業室に入った。

会見時の配布資料には「一部の商品において」期限を超えていたとあるだけで、具体的に上述の4品目への言及はない。また「一斉調査で判明した店舗」として20店舗を列記しており、あたかもこの20店舗が全部悪かったような印象を与えている。「お詫びのお知らせ」と明記した配布資料であるにもかかわらず、問題の商品が何であったのかという消費者が知りたい情報が告げられていない。

さらに社長が「期限が切れた原料を使った」と言ったことが問題の輪を広げた。メディアが、それは賞味期限かそれとも消費期限なのかと尋ねると、社長は即座に「消費期限だ」と言ったそうである。しかし実際は、原料として入ってきたものが自社内で移動することについては消費期限も賞味期限もない。あくまでも自社の自主基準であるのに、「消費期限です」と言ったがために報道では「消費期限切れの原料を使った」と書かれてしまった。

原料は業者間の取引であり、前述のように現在、外食は JAS 法の表示義務を負っていない。この理解があれば、もう少し慎重な発言となり、外食の原料にも表示義務があるとの誤解を招きかねないような報道はなかったと思われる。

.....
勇み足は危険

マルシェは昨年、「トロ馬刺し」の表示に関して公正取引委員会の調査を受けた。公取委は調査に入り、企業とやりとりをし、弁明書を経て、それでも最後に必要だと考えたら排除命令を出す。しかし同社は公取委が排除命令を出す以前に、12月4日付で、「弊社は公正取引委員会から排除命令を実施する予定である旨の通知を受けました。弊社としては、予定される排除命令について、下記のとおり公正取引委員会へ本日「弁明書」を提出させてい

ただきましたのでご報告いたします」とホームページで公表してしまった。さも予定しているかのように書いてしまった結果、12月14日に公取委から排除命令を受けることになった。

企業の姿勢として率直に情報を公開するのなら、最初のお知らせとして「販売中止とさせていただきます」で終わればよかったものを、「今後公正取引委員会より指導がありましたら、その指導内容をよく検討のうえ、速やかにしかるべき対応を行ってまいります」と言ってしまった。

争うべきことは争うべきと思うが、公表の場とタイミングについては、もう少し慎重な対応が必要だったと思われる。

.....
コンプライアンスの徹底

コンプライアンスの徹底に関しては、農水省は(1)各業界トップへの個別要請、(2)農水省と業界によるセミナー等の実施、(3)ガイドラインの策定の3本柱で取り組んでいる(本誌昨年11月号「外食企業のコンプライアンスの徹底」参照)。(1)と(2)はすでに実施されているが、(3)は現在、作業を進めているところである。JFは外食業界の代表として2月までにガイドラインに沿った自主行動計画を作ることになっている。

まとめとして、繰り返しになるが注意点を挙げておきたい。

- 記者会見をする前に必ず行政か協会に連絡を入れ、情報の共有を図ることである。
- いろいろな公表をするときに、現在、外食がいろいろな規制の外側にあるということを認識しておくこと。
- コンプライアンスの問題で危機に直面したときは、メディアの不満を高めないような対応も必要である。
- そして公表する情報の中身については消費者の視点で見直す必要がある。フランチャイズ店も直営店も外側から見れば同じブランドである。

食品表示の信頼確保と行政の対応

解説 農林水産省消費安全局 食品表示・規格監視室長 中村啓一氏

① 食品表示関連法

2007年は「食品偽装」という言葉が流行語大賞になるほど食の安全や信頼が問われた年であったが、食品表示に関する法律には主として(1)JAS法、(2)食品衛生法、(3)景品表示法の3つがある。

JAS法は消費者の商品選択のための法律であり、どのような原材料を使っているか、原産地はどこか等の表示を規定する。一方、食品衛生法(食衛法)は食品の安全を確保するための法律で、したがってアレルギーや添加物等の表示が義務づけられている。景品表示法は前2法とは少し異なり、フェア(公正)な表示をしなければならないという視点から、虚偽や誇大な表示を禁止している。

② 行政の取り組み

農水省と厚労省は、消費者に分かりやすい食品表示を実現するために「食品の表示に関する共同会議」を開催している。この会議は平成14年12月に始まり、消費者、事業者、学識経験者等12名の委員から構成される審議会で、食品衛生法及びJAS法に関する表示項目、表示方法等について見直しが行われている。

例えば期限表示に関して、農水省所管のJAS法に規定されていた「賞味期限」と厚労省所管の食品衛生法に規定されていた「品質保持期限」が同会議の審議を経て統一され、「賞味期限」になった。5日以内の短い期限表示は「消費期限」となっている。また、両省に公正取引委員会を交えた3者が共同で食品表示に関するパンフレットを作成し、知識の普及に努めている。

③ JAS法の品質表示基準

JAS法に基づく食品の品質表示基準は生鮮食品と加工食品で異なる。

生鮮食品とは、基本的には包装されないで裸で流通し店頭で並ぶ食品と捉えられており、したがって容器包装への表示だけでなくPOP表示(店頭表示)も必要となる。小売店がPOP表示するためには、そこに情報が届かなければならないので、中間流通業者(卸売業者)にも食品の「名称」と「原産地」の表示が義務づけられている。その際、容器包装への表示以外に、送り状、納品書等で情報を伝達してもよい。ただし外食は生鮮食品の表示義務を負わない。

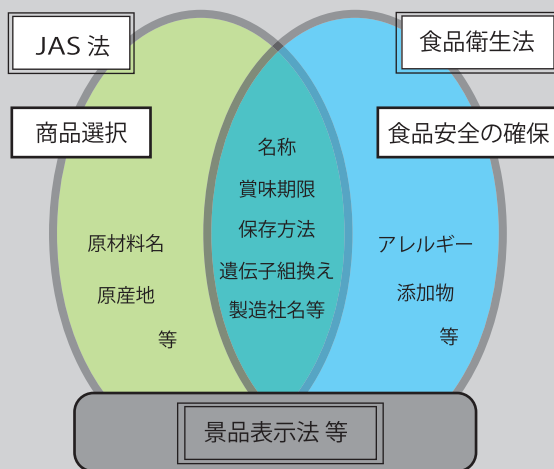
加工食品は、製造業者等が原材料の調達から商品の出荷に至るまでの一連の製造工程を管理していることから、製造業者等に「名称」「原材料」「内容量」「賞味期限」「保存方法」「製造業者名及び住所」等の表示義務を課すだけで、原料供給者間の取引には表示義務はなかった。

しかし、昨年のミートホープ事案を契機に、業者間取引にも表示義務が課されることになった。

同社が挽肉等を直接出荷した先は製造・販売業者合わせて25社、出荷量は合計400トン余であった。だが、この25社からさらに製造、販売、中間流通の業者へと全国各地に広がり、同社の挽肉等を使用した加工品は最終的に合計9,800トン以上に及んだ。

この事案の反省を踏まえ「食品の業者間取引の表示のあり方検討会」が結成され、加工食品の品質表示が再検討された結果、今年4月から業者間取引にも表示が義務づけられる予定である。つまり、これからは製造業者のみならず

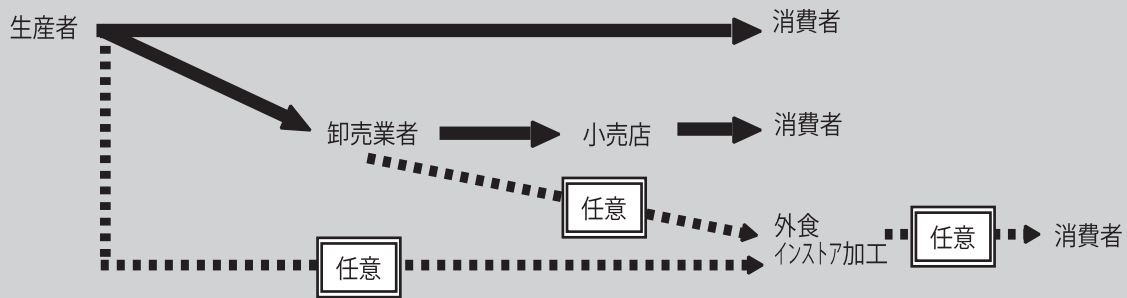
JAS法と食品衛生法等の関係



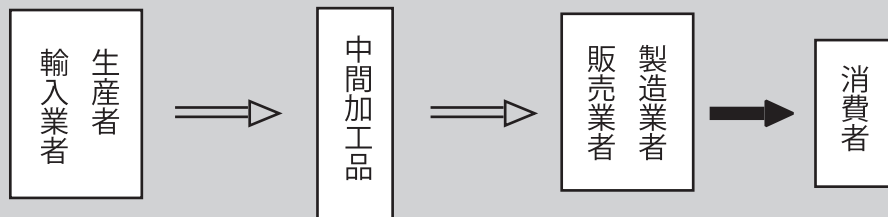
このほか健康増進法、不正競争法、計量法なども食品表示に関係する。

FOOD LABELING

JAS 法に基づく生鮮食品の品質表示基準の表示義務
(太線が義務表示、点線が任意表示)



全ての加工食品の原料供給者間の取引についての表示義務
(黒の矢印は現行の義務表示、白の矢印は4月から義務づけの予定)



外食のメニュー表示は適用除外

らず仕入業者も輸入業者も表示責任を負わなければならない。不適正表示の原因を作った業者に直接 JAS 法が適用されるのである。

外食はいろいろと例外があって表示がむずかしいために業者間取引の表示義務は適用されない。しかし、だから情報を伝達しなくてもよいのだというのではなく、外食業者は適用除外であっても情報の伝達は必要なのだという意識をもつことが大切である。

④ 行政と消費者による監視

農水省は全国の農政事務所専任の職員(約 2000 名)を配置し、常時、

小売店舗などを監視・指導している。

また、独立法人農林水産消費安全技術センターでは、加工食品の成分分析や生鮮食品の DNA 分析等の科学的手法を活用して表示を監視している。

さらに農水省は全国 65 カ所に「食品表示 110 番」を設置し、国民からの情報提供を受け付けている。また、消費者が日常の買い物の中で表示状況を点検する「食品表示ウォッチャー」制度も設けている(平成 19 年度は全国で 5000 名に委嘱)。

不適正表示に対しては、食衛法、JAS 法、不正競争防止法等の所管省庁が連携して対応するほか、昨年 11 月

に締結された警察庁との連携協定により、悪質な偽装表示等には「不当景品及び不当表示防止法」や「刑法」等の適用対象として、行政の告発を待たずに警察が直接捜査に入ることができる。

食の安心に対する消費者の信頼を確保するためには、JAS 法等の法整備や行政の迅速かつ的確な対応が重要であることは言うまでもないが、同時に企業のコンプライアンスの徹底が大きな意味を持つ。コンプライアンスは単なる法令遵守ではなく、法律を超えて何をなすべきかを考えることであるとの認識を、事業者及び業界団体は深めていく必要がある。