

食品表示

表面化しない食品表示の矛盾について

鈴鹿医療科学大学薬学部客員教授 中村 幹雄

消費者庁を中心として、食品表示についての様々な議論がなされているが、そうした中で忘れられていると思われる3点について報告する。

第1のテーマは、「保存温度変更食品」（保存温度を流通過程で変更する食品）である。2010年2月22日の全国食品衛生関係主管課長会議で、東京都千代田区から出た「質疑・要望事項」の「加熱後摂取冷凍食品として輸入された冷凍食品を惣菜半製品として販売する行為について」を参考にし、製造から販売までのシステムを説明する。

先ず、保存温度と食品分類の関係を図1に示す。マイナス15℃以下の「冷凍食品」、マイナス5℃から0℃までの「チルド」、10度以下の「冷蔵食品」、10℃以上の「常温品」である。凍結食品は、マイナス5℃以下であるが、本件では、マイナス18℃以下で「凍結食品」（加熱後摂取冷凍食品）として輸入され、保存温度を変更し、マイナス5℃で販売するものである。

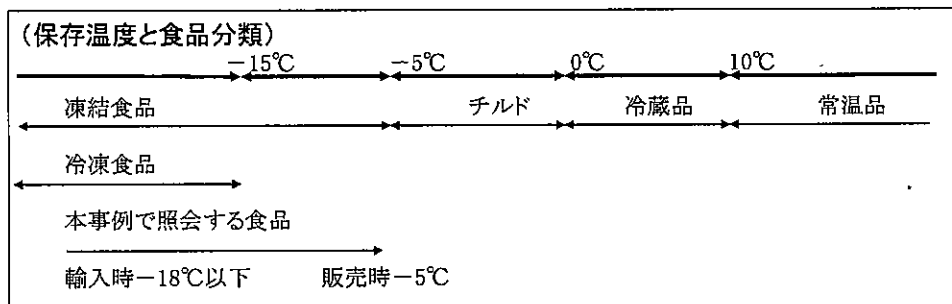
千代田区の質疑の内容を若干補足し、保存温度変更食品の流通過程のイメージを図2に示す。中国の工場では、イカをバター液につけた後に衣をつけて冷凍した惣菜半製品を個別包装し、「イカ

フライ 惣菜半製品」と表示し、保存温度及び賞味期限は「別途記載」として、空欄にする。外装ダンボールには、保管温度マイナス18℃、他、食品衛生法施行規則第21条の第1項1のクの「加熱後摂取冷凍食品」の「未加熱」の半製品とする等、所定事項を記載して、通関する。これをそのまま流通させ、マイナス5℃に保存温度を変更した者が、保存温度、賞味期限、保存温度変更者名等を追加表示する。期限表示が「賞味期限」から「消費期限」に変更されることもある。

午後9時に、大阪府内のスーパーマーケットを覗いてみた。鮮魚コーナーの隣のコーナーは、「保存温度変更食品」のオンパレードである。極めて安価であるので、殆ど売れ残っていない。そのスーパーマーケットの「焼きシシャモ味醂」を輸入した岡田水産は、中国大連で生産している。

期限の設定については、「当該製品に責任を負う製造業者等が科学的・合理的根拠をもって適正に設定すべきものである」とされているが、保存温度変更食品の期限表示には疑問がある。このような食品の品質保持期限（賞味期限）は、「-25℃で1年」程度と設計され、保存温度変更者への納入期限は、「賞味期限の2ヶ月前まで」が一般

図1 食品衛生法施行規則第21条で定められた食品表示の原則との比較検討



的である。11月14日に購入した「焼きししゃも味酥」の賞味期限は11月27日であった。多くの消費者は、「1年前の11月～12月頃に生産され、9月頃に輸入された食品である」可能性を認識していない。また、保存温度変更のタイミングは、販売店の在庫等を考慮して行われるので、予め確定しているわけではない。どのような試験がなされ、どのような根拠や基準で期限を設定しているのか、これまでの議論からは見えない。

「消費者の選択に資する観点」からは是非とも製造日を表示してほしい。期限表示における最大の論点は、製造日を表示(併記)させるかどうかにある。

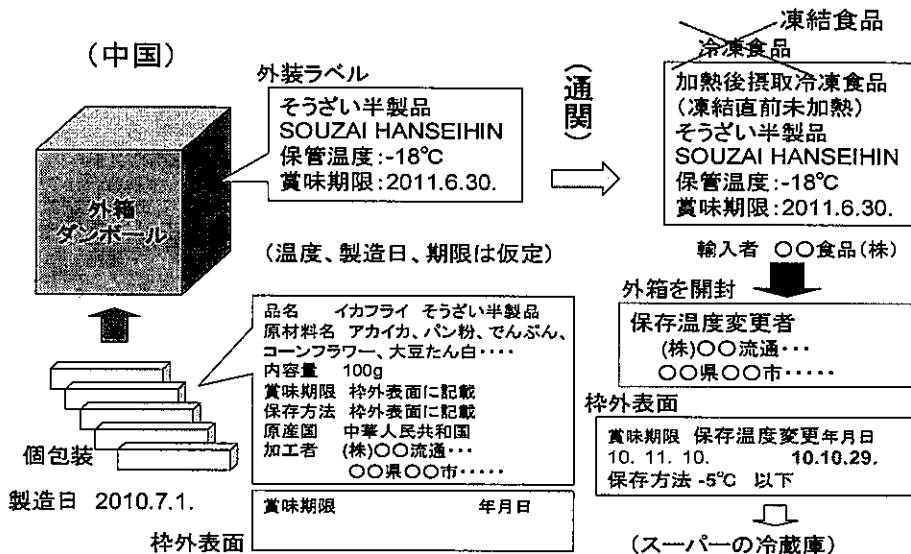
次に、製造者の表示の問題である。事例の「焼きししゃも味酥」は、中国の大連の工場生産され、輸入後、保存温度変更者に搬入し、外装ダンボールを開封し、保存温度を冷蔵に変更し、販売店の冷蔵庫で消費者に販売する。保存温度変更者が外装ダンボールを開封後、タレを添付し加工者と表示することで、国内で製造されたことと消費者に錯覚させる「うなぎ蒲焼」の例もある。この「うなぎ蒲焼」の輸入者は、食品衛生法違反をしているので、厚生労働省のホームページから製造者を特定することが可能である。「うなぎ蒲焼」が中

国で製造され、冷凍、過熱後摂取冷凍食品(凍結直前加熱)として輸入され、伊丹水産流通センターで、保存温度を「4℃以下」に変更し、保存温度変更日から2日後を消費期限に設定し、たれ・山椒を添付して、店頭で冷蔵庫で販売された。究極的には、タレ・山椒の添付も中国で行えば、このシステムは完成する。うなぎ蒲焼については、必ずしも1年前の製造ではなく、もっと古いかもしれない。

スーパーマーケットやコンビニエンスストアで販売されている「唐揚げ弁当」の唐揚げ、「鶏そぼろ丼」の鶏そぼろ、「チキンカツサンド」のチキンカツにも、加熱後摂取冷凍食品が使用される。弁当、おにぎり、サンドイッチの具等も海外で冷凍され国内で加熱後包装されるものがたくさんある。こうした食品の実態を調査し、安全性を確保するための適切な規制が必要だと思う。消費者団体がこうした食品を問題にしないことが、大変不思議である。

第2のテーマは、「残飯整理市場」と化した日本の食品市場である。先ず、食品添加物アナトー色素を事例にする。国連食料農業機関FAOと世界保健機関WHOの添加物の合同専門家会議であ

図2 保存温度変更食品のイメージ



るJECFAは、アナトー色素の水銀の限度を「1mg/kg以下」と定めた。鉱山開発の影響で水銀に汚染されたアナトーの種（原料）に由来する水銀がアナトー色素を汚染する可能性、一部で粗悪な水酸化ナトリウムが使用されていたので、その水銀による汚染も考慮し、アナトー色素に水銀の限度規格を設けることを天然色素の世界的な業界団体のNATCOLの会議で提案した。数年掛けてNATCOLで合意し、JECFAに提起し国際規格（JECFA規格という）に、水銀の含有量の上限が設けられた。

しかし、日本では、天然色素である既存添加物のアナトー色素、指定添加物であるノルビキシナカリウムとノルビキシナトリウムに、公定規格すら設けられていないので、水銀の含有量については無規制である。指定添加物の製剤（混合物である水溶性アナトー）には公定規格があるが、水銀の含有量は制限されていない。従って、JECFA規格にほぼ連動するヨーロッパに、水銀含有量が1ppmを超えたアナトー色素を輸出できない

ので、粗悪なアナトー色素が日本向けに輸出される。

事例2は、たん白加水分解物である。たん白加水分解物の国際基準と諸外国の基準を表1に示す。FAO及びWHOにより設置された国際的な政府間機関のCODEXで、クロロプロバンジオール類の国際基準0.4mg/kg以下が定められ、それを基準として世界で大量のたん白加水分解物が流通している。

仮に私がタイで生産したとする。1級品は、基準の厳しいEUに輸出する。EUの規制は、「乾燥物40%換算：0.02ppm」で、大変厳しい。10%の液体であれば、4分の1の0.005ppmになる。2級品は、暫定1ppm以下のカナダや業界基準1ppm以下のアメリカに輸出する。東南アジアや生産地のタイもこのレベルであるので、残った不良品を、消費量が多く、食品衛生法による規制がない日本に輸出する。日本が残飯整理を担う。

同様の例として、深刻な魚番のヒスタミン汚染がある。海外では、200ppm規制が始まっている

表1 クロロプロバンジオール類（3-MCPD、1,3-DCP）の規制

	対象食品	最大基準値
CODEX(2008)	酸加水分解植物性たん白を含む調味料	0.4mg/kg
EU(2006年)	酸加水分解植物性たん白、醤油	0.020mg/kg *
オーストラリア、 ニュージーランド	醤油、オイスターソース	0.2mg/kg
マレーシア、 シンガポール	酸加水分解植物性たん白を含む食品	0.02mg/kg
	酸加水分解植物性たん白	1.0mg/kg
タイ	酸加水分解植物性たん白を原料とする調味料	0.4mg/kg(DM40%以下) 1 mg/kg(DM40%超)
フィリピン	醤油	1mg/kg
アメリカ(業界)	酸加水分解植物性たん白	1mg/kg(乾物ベース)
カナダ(暫定)	醤油、オイスターソース	1.0mg/kg
フィリピン	酸加水分解植物性たん白	1mg/kg
中国	酸加水分解植物性たん白	1mg/kg
台湾	醤油及び醤油加工品	0.4mg/kg
韓国	酸加水分解植物性たん白	1mg/kg
	酸加水分解醤油、混合醤油	0.3mg/kg

* 固形分(DM)40%の液体製品に適用。乾燥物は0.050mg/kg EC No 1881/2006「農林水産省 食品安全に関するリスクプロファイル(平成21年3月3日)」を一部修正

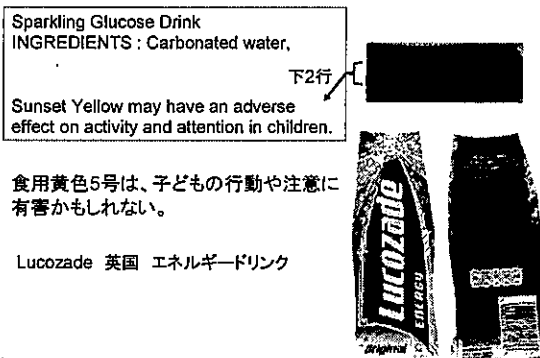
が、数百ppmのヒスタミンを含む魚醤が輸入されているにもかかわらず、国は規制に動いていない。この構図は、たん白加水分解物と全く同じである。食品衛生法による規制を是非ともお願いしたい。極めて残念なことに、日本の消費者は、「日本は安全だ。規制は厳しい」と誤解している。

第3に、「世界も食の規制緩和に動いている」との錯覚である。実は、欧米は規制強化に動いている。第一の事例は、EUのアゾ系色素の警告表示である。英国政府の予算で、サウサンプトン大学で実施されたプロジェクト研究（タール色素と安息香酸による多動性行動に関する研究）の成果が、医学雑誌“Lancet”の2007年9月4日号に掲載された。この研究成果に基づくアゾ系色素の警告表示が、2010年7月20日から、EU全域で実施されている。

対象食品は、E102（食用黄色4号）、E110（食用黄色5号）、E104（キノリンイエロー）、E122（アズルピン）、E124（食用赤色102号）、E129（食用赤色40号）を含む飲食品（アルコール飲料を除く）である。表示方法は、色素の名前またはE番号を表示し、それが子どもの行動や注意に有害かもしれないと表示する。友人から送付されたエネルギードリンクのラベルを図3に示す。

それらの1日摂取許容量（ADI）も引き下げられた。EU、特に英国では、これらの色素を含む食品の排除が進み、2010年10月1日現在、70社の84製品が切り替わった。英国食品基準庁（FS

図3 EUのアゾ系色素規制



A) のホームページに企業名とブランド名が公表されている。さらに、切り替え困難な食品メーカーは、FSAに申し出るように通知され、この措置は最終段階にきている。

11月15日、この警告表示を香港消費者庁が引用し警告した。EU以外では、初めてである。

日本の食品安全委員会は、どうか。欧州食品安全機関（EFSA）が2010年9月10日に採択した科学的意見書を11月4日の委員会で事務局が報告したが、「予防原則」に則った評価・対応する考えはないように思われる。警告表示以前の問題である。

最後は、米国食品安全強化法案にみる米国食品医薬品局（FDA）の強化である。FDAの権限を強化する「米国食品安全強化法案」は、2009年7月30日に下院で承認・可決された（H.R.2749）。議会筋へのロビー活動をしている米国消費者連盟などの団体は、両院協議会を経て2010年内には成立し、最終的な施行規則の制定・施行までには最長で3年程度かかるとしている。FDAの検査頻度を大幅に高め、食品生産・製造施設、輸送、保管関係施設は毎年FDAへの登録が必要とされる。トレーサビリティについても強化される。

食用色素の規格や分析法に関する打ち合わせのため、FDAを数回訪問した経験がある。米国に食用タール色素を含有する食品を輸出する食品事業者は、FDAの検定検査を受けた旨の表示（Certification lot number）が表示された製品を使用する。この制度は定着しており、FDAはかなりの利益も得た。今般のFDAの政策は、食用色素の制度の大幅拡張版とも受け取ることができる。

完全トレーサビリティの実施可能性を危惧する意見もあるが、米国におけるコーシャー（Kosher）食品の実績から考えれば決して不可能ではない。一方、日本では、戦前から定着していた「官封」制度（国家検定で合格した旨の証紙を貼付して販売する制度）が、規制緩和の流れの中で、食品添加物業界の強い反対を押し切って、民間の登録検査機関で実施するように変更された。米国の規制強化とは正反対である。

さらに、FDAは、拡張のため、ワシントンD Cから元海軍基地のホワイトオーク（White oak）に、2003年から移転を始めた。日本に置き換えれば、米軍横田基地あるいは米軍横須賀海軍施設を返還させ、そこに移転するという話に相当する。一方、日本では、2004年4月国立医薬品食品衛生研究所大阪支所の独立行政法人医薬基盤研究所への移管に伴い、食品化学行政を支え数々の食品問題に取り組んできた大阪支所食品試験部が廃止され、食品の監視・指導体制がさらに脆弱になった。米国の検査体制の強化とは正反対である。

多国籍企業に有利な「市場任せ」の貿易自由化、新自由主義に基づく食品の規制緩和が世界の流れであると誤解されている。2010年11月24日、グレッチェンフォーゲル（Gretchen Vogel）氏は、「ドイツ高等裁判所が、遺伝子組換え食品を規制するドイツの法律を支持する」との判決を出したと発信した。欧米は、消費者保護に必要な食品に対する規制を維持、あるいは強化している。（2010年12月4日に開催された日本弁護士連合会シンポジウム「あるべき食品安全基本法について～食の権利宣言」での報告を修正した）

食品表示

景品表示法の活用で感じたこと

—どう推進させるか「一元化」—

主婦連合会 佐野 真理子

■ 不当表示は「生涯の問題」

表示は商品の顔。化粧を施さない正真正銘の素顔を知るための、なくてはならない「手引き」である。表示の信ぴょう性が揺らぐと、商品そのものへの安心感も揺らぐ。そのような商品を製造したり、販売したりする事業者への信頼性も揺らぐ。結局は、そういう事業者を野放しにしている行政機関の不審へと結びついていく。

ここ数年来の相次ぐ偽装表示の発覚や、誤認・誇大・不当表示事件の数々は、表示を商品の販売戦略、マーケティングの手段、その一環としてみなす企業社会の風潮を象徴している。特に「強調表示」にこの傾向が強く、“法律に触れなければいい”という法令遵守としては消極的な姿勢が、次第に“バレなければいい”という積極的な姿勢へ転換し、企業を違反行為へと突き動かす。表示問題は「企業の社会的責任」を考える端緒のようにも思える。

消費者にとって、商品の表示は極めて重要だ。景品表示法の第6条には、違反表示を排除する「措置命令」の規定があり、「その命令は当該違反

行為がすでになくなっている場合においても」発動することができるとしている。私はとても重要な規定と思う。違反表示を改善させることだけが目的ではない、かつての違反表示によって消費者を誤認させた、その消費者の誤認を解くことこそ重要だと示唆した規定と思えるからだ。

だが、誤認・誇大表示がまん延している日本では、実際のところ、現行の表示に関する各種制度は、ほとんど消費者保護に寄与していないように思える。それはなぜか。国レベルでの課題と展望を考えてみた。

■ 景品表示法の活用に取り組んでみて

主婦連合会の取り組みは景品表示法と密接に関連している。そもそも、同法が制定（1962年）されたのは、その2年前に社会問題化した主婦連の「うそつき牛缶事件」の告発がきっかけだ。以降、主婦連ではコトあるごとに表示の重要性を訴え、悪質な表示に対しては積極的に景品表示法を活用し、排除を求めてきた。その過程で制度に重大な課題があることも実感してきた。