

資料6

ガイドライン案を検討する際に整理して頂きたい事項

令和3年7月21日
一般財団法人
食品産業センター
武石 徹

第3回の検討会開催にあたり、これまでの提出意見や検討会での発言を再整理し、ガイドライン案を検討する際に整理して頂きたい事項について、下記の通り意見書を提出します。

1 食品表示基準第9条の規定との関係を明確にしたメルクマールとすべき

- (1) 検討会開催要領の第1や第3に記載されているように、今回策定するガイドラインは、「食品表示基準（第9条）に規定する禁止事項に該当するか否かのメルクマール」となるものと整理されています。
- (2) 第9条では第1項第1号、第2号、第13号は、それぞれ、全般的な規制となっており、第1号は「誤認させる用語」、第2号は「矛盾する用語」、第13号は「その他誤認させるような文字、絵、写真」を禁止しています。
- (3) 第1号と第13号は誤認という点では一緒ですが、第1号は「用語」を禁止しており、第13号は「文字」を禁止しています。一般的に「用語」は特定分野で用いられる字句（例 医学用語 胃炎等）であって、「文字」とは違い、13号でいう「文字」は文字の色、大きさ等視覚面からみた誤認の例示ではないでしょうか。「用語」と「文字」の違いを整理すべきではないでしょうか。なお、第9条第1項の他の号は全て（第11号を除き）「用語」を禁止しています。
- (4) また、第2号の「矛盾」という言葉も、どのような場合に矛盾し、それが誤認とどう繋がるのかも整理すべきではないでしょうか。
- (5) さらに、第9条第2項では、別表22に掲げる個別品目について、表示禁止事項を定めています。この中には、仮に添加物不使用についてのガイドラインが定められた場合、内容によっては食品表示基準を改正しなくてはならないものが出てくる懸念があります。この点についても検証が必要ではないでしょうか。
- (6) ガイドラインの策定にあたっては上記の点について整理した上で、具体的に食品表示基準第9条禁止事項のどの規定に関連したメルクマールとなるものかを明確にした上で検討すべきでないでしょうか。

2 景表法に基づき認定された公正競争規約、自主基準との整理について

- (1) 第2回目検討会で、その制定の経緯も含め紹介された味噌の公正競争規約は、景表法に基づき、認定されたものであり、「無添加」表示を明記しています。
- (2) また、当方から説明した、日本ワイナリー協会や洋酒酒造組合のように、公正競争の確保という観点から業界内で自主基準を策定し、「無添加」について一定のルールを設け、HP上で公表している事例もあります。
- (3) こうした事例については、少なくとも、ガイドラインにより、直ちに規制するということではなく、業界内での公正競争規約や自主基準の見直しについての検討をまず優先するといった手法を取ることが必要と考えます。

3 他業態のガイドラインとの比較も行うべきでは

- (1) 前回の検討会でも発言したように、厚生労働省の定める医薬品等適正広告基準に基づき、化粧品やOTC医薬品については適正広告ガイドラインが定められています。
- (2) 「化粧品等の適正広告ガイドライン」2020年版の第2章F5.8「無添加」等の表現、F5.9特定成分の未含有表現のところでは、別添のような整理がされています。
- (3) 農産物等を主原料とする食品と、一般的には水、油、界面活性剤等を主原料とする化粧品では「無添加」の意味合いが異なるとは考えますが、食品以外でも無添加という言葉が広く使われる中で、他商品との差別化を目的として「無添加」を用いるという視点では検討の一助になる事例ではないかと考えます。

4 消費者ニーズの的確な把握について

第2回のヒアリングでも示されたように、消費者団体等からは「無添加、不使用」について、厳しく規制すべきといった意見が多い一方で、単に一律禁止すべきではないとの意見もあります。

消費者アンケートの解釈についても例えば、第1回の資料2の4頁のアンケートの答えの分類は、答え2, 3を合計して正しい理解をしていないものとしてカウントしていますが、答えの3は正しい理解（他の製品より使用している添加物は少ない）と解釈することもできるのではないかでしょうか。

何れにしろ、今回提出されたアンケート調査結果を含め、実際に商品を購入している消費者の様々なニーズを踏まえた検討が必要ではないでしょうか。

以上

(別添)

化粧品等の適正広告ガイドライン 2020年版（抜粋）

F5.8 「無添加」等の表現

特定成分において単に「無添加」等の表現をすることは、何を添加していないのか不明であり、不正確な表現となる。また、安全性の保証的表現や他社誹謗につながるおそれもある。

従って、添加していない成分等を明示して、かつ、保証的や他社誹謗にならない限りにおいては表現しても差し支えない。ただし、「無添加」等はキャッチフレーズのように強調して使用しないこと。なお、当該成分をキャリーオーバー成分として含有するときには、無添加等の表現はできないので注意すること。

F5.9 特定成分の未含有表現

化粧品等において、「肌のトラブルの原因になりがちな香料・着色料を含有していない」等の表現は不正確であり、また、それらの成分を含有する製品の誹謗につながるおそれもあるので、「無香料・無着色」等の広告にとどめ、「100%無添加」、「100%ピュア」等のごとく必要以上に強調しないこと。

以上