

原著論文

食商品の安全性を確保するための食品表示の役割

金 世煥*

* いわき明星大学教養学部地域教養学科

論文要旨

我々は食品を購入する際にどのような基準で選ぶのか。ある調査によると、野菜と果物の場合、新鮮さが一番多く、次が味であったが、その商品の対象が食品(加工食品)になると、安全性が一番高いことが分かった。東日本大震災の影響で風評被害を受けている福島県の場合、特に、食の安全性を確保するというのは必死の問題である。従って、本稿では以下のように3つの観点から食商品の購買選択要因として食の安全性を確保するための食品の表示問題と、それに関連する食品ロスまでの流れを理論的に考察した。まず、食商品における消費者の価値知覚と、危険知覚と商品評価との関係、食品の安全性に対する理論研究を行った。次に、食品表示法の役割と消費者の信頼を食の安全性という側面からアプローチした。最後に、食品ロスに及ぼす賞味期限の影響と、主要国における食品表示の現状を調べた。食品の安全性(food safety)を追求するというのは、結果でありながら、なおかつ目標である反面、食品衛生(food hygiene)は食の安全性を達成するための手段である。現状での食品表示制度は、安全性より、衛生面(HACCP, ISO など)を強調している。しかし、近年風評被害を受けている福島県の場合、より安全な食商品というイメージをアピールするために、食品の本質と衛生的な面だけではなく、食品の安全性に関連する食品表示項目(例えば、「放射性セシウム安全検査済み」という自治体主導のシンボルマークの導入)を加える必要があると考えている。

キーワード：食品表示、食の安全性、知覚価値(危険知覚)

1. はじめに

知覚された商品価値は、商品の購買によって知覚されたすべての利益と支払った犠牲の差に対する全般的な評価として、商品品質と商品価格の比較によって形成されるものであり、他の商品と違って、食品に対する消費者の知覚は、危害からの安全、品質、価格などの多様な要因によって価値を評価する。このような不確実性は、消費者の情報取得を通じた知識の水準によって購買選択に多くの影響を与える。しかし販売者が商品の安全と品質向上努力をどのような情報類型を通じて消費者に提供するかによって葛藤をもたらすことがある。

我々は食品を購入する際に、どのような基準で選ぶのか。人によって選択基準は様々であり、食品の種類によっても異なる。日本・米国・英国の3カ国における消費者の食品選択基準調査によると、野菜と果物の場合、新鮮さが一番多く、次が味、三番目が見た目、四番目

が安全性などの順であった²⁾。しかし、その商品の対象が食品(加工食品)になると、安全性が一番高く、次が価格、三番目が生産期、おいしさ、生産者などの順³⁾で、食商品の選択要因として異なっている。東日本大震災の影響で風評被害を受けている福島県の場合、特に、食の安全性を確保するというのは必死の問題でもある。

従って、本稿では以下のように3つの観点から食商品の購買選択要因として食の安全性を確保するための食品の表示問題と、それに関連する食品ロスまでの流れを理論的に考察した。

先ず、危険管理に対する消費者の知覚として、食商品における消費者の価値知覚と、危険知覚と商品評価との関係、そして、食品の安全性に対する消費者の価値評価の理論研究を行った。次に、食品表示に関する消費者の信頼として、食品表示法の役割と消費者の信頼を食の安全性という側面からアプローチした。最後に、賞味期限表示と食品ロス問題として、食品ロスに及ぼす賞味期限の影響と、主要国における食品表示の現状を調べた。

2. 危険管理に対する消費者の知覚

2.1 食商品における消費者の価値知覚

消費者の価値判断は、様々な観点から多角的に消費者価値を知覚している。今までは消費者価値を一次的に知覚しているという見方が主流であったが、近年になっては、価格と品質などの側面から多角的に捉えることが多くなってきた。

消費者価値の多角的な研究において、Sweeney と Soutar⁴⁾は、知覚された顧客価値の概念を理解して拡張させるために、消費者価値の構成概念を感情的価値(emotional value)、社会的価値(social value)、機能的価値(functional value)、金銭的な価値と成果(価格と品質)の4つの次元で構成概念を説明している。また、Petrick⁵⁾は、顧客価値の構成要素を品質(quality)、感情的反応(emotional response)、金銭的な価格(monetary price)、行動的な価値(behavioral price)、評判(reputation)の5つの次元で顧客価値を述べている。

消費者はインターネットなどの先端技術などの普及と社会環境の変化によって、過去より多くの学習と関連情報が得られるようになり、企業の主張をそのまま受け入れることなく、より効果的な代替案が探索できるツールと能力を身に付けるようになった。これによって、消費者の価値知覚も多様化・複雑化している。

しかし、実際の状況では、知識水準や関与度が高い消費者の場合、関連情報が探索できる能力はあるが、他の消費者は複雑で緻密な判断ではなく、簡単に経験的な親しみを通じて価値を知覚するが多い。勿論、リスクが高い危険状況で使われる商品と、日常生活での平穏な状況で使われる商品などの区別は必要となる。

食商品の場合、消費者が危険の原因(食の安全性など)を判断するのは、食の複雑な流通経路を全部把握しきれないため、合理的な判断が容易ではない。それで、ヒューリスティック(heuristic)⁶⁾の思考方法を用いて代表的な例を基準に判断する。

2.2 危険知覚と商品評価との関係

消費者が商品とサービスを購入する際、自ら何か損失をもたらすのではないかという思いから選択(購買機会)を引き延ばす傾向がある。消費者は選択の連続で選択するたびにリスクを伴うことになる。つまり、購買行動に関する結果が予測できずに選択を引き延ばした時は、消費者が危険(金銭的な損失)に対して主観的に知覚したといえる。

従って、知覚された危険はいくら現実的に危険であっても消費者が主観的に知覚する時のみ存在するため、知覚されない危険は購買意志に全く影響を及ぼさない⁷⁾。つまり、購買決定は消費者の危険に対する知覚の程度に関連するといえる。

一般的に、経済学では危険と不確実性を区別し、未来に起こりうると予想される状況に対する確率分布を知っている時に危険であると定義しており、確率分布を知らない時には不確実性(uncertainty)としてみなすのである。しかしマーケティング分野での危険は、現実的・客観的に存在する危険ではなく、消費者が選択する際、主観的に知覚する危険を意味する。

Bauerによると、危険知覚(perceived risk)⁸⁾とは、消費者が特定の購買目的を達成するためにブランド(brand)、店舗(store)、購買方式(shopping mode)などを選択しようとする際に、主観的に知覚する心理的な危険の程度である⁹⁾という。

危険知覚の分類は、研究者によって様々であるが、ZikmundとScott¹⁰⁾は将来の機会損失の危険を追加し、以下のように7つに分類した。

まず、財務的危険(financial risk)であるが、購買した商品(サービス商品も含む)が欠陥商品で修理と代替の費用が発生する可能性による経済的な危険(economic risk)である。これは、支払った金額が損失費用を発生させる可能性によって知覚される危険であり、消費者の支払能力が危険の大きさに影響を及ぼす。

次に、性能的危険(performance risk)で、購買した商品に機能上の欠陥が存在する可能性によって知覚される危険である。これは、技術的に複雑な商品やサービスが使用者の健康と安全に関連する際に、危険がもっとも大きいと知覚される。

三番目は社会的危険(social risk)で、特定のブランドを購入した自分に対して他人からの否定的な評価を意識することで知覚される危険である。

四番目は時間の損失危険(time loss risk)で、購買した商品の修理や代替による投資時間の浪費可能性によって消費者が知覚する危険である。

五番目は人体的な危険(physical risk)で、購買した商品の安全性が人体に被害をもたらす可能性によって知覚される危険である。

六番目は心理的危険(psychological risk)で、購買した商品が利用者のイメージと異なる際に、知覚される危険である。

最後は機会損失の危険(future opportunity loss)で、購入した商品より優れて低価格の代替物が出現する可能性によって消費者が知覚する危険である。

以上のように、消費者の危険知覚は商品の評価と選択、そして消費者行動で中心的な役割を果たしており¹¹⁾、消費者が商品を購入する際には金銭的な犠牲が伴うので、殆どの商品を購入する際にはある程度の危険を知覚する。また、身体的な危害性がある新商品、あるいは

は高価な商品、自分の体やイメージに関連する商品を購入する際、人々は危険をより高く知覚する¹²⁾という。

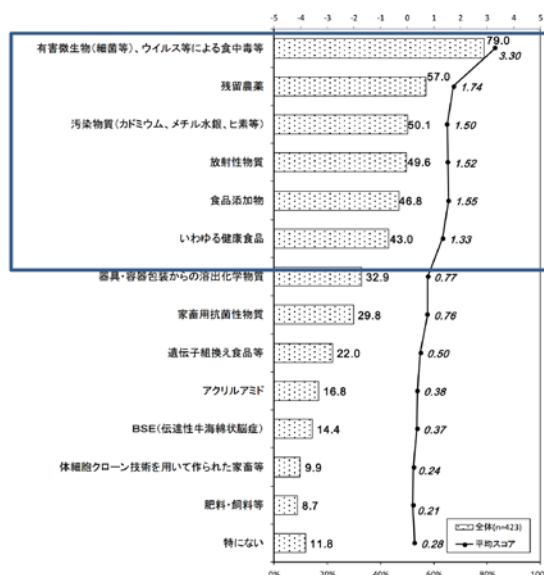
例えば、食商品の場合、福島原発事故による風評被害は、性能的危険、社会的危険、そして、人体的な危険などに関連する。食商品は人の命と関わる物なので、消費段階まで確認できるという安心感がブランド力(商品力)を強化させる。危険管理が徹底化されて、製造関連過程が説明できるようなシステム(食の履歴追跡システム)に対する安心感がロイヤルティを維持させるのである。

2.3 食品の安全性に対する消費者の価値評価

食品に関連した属性、あるいは機能などは購買者の好みもあり、その影響要因は多く存在する。特に、高品質でかつ安全な食品を購入する際には、その国によって関連政策と規制が異なるため、食の安全を知覚及び左右する要因は様々である。このような政策と制度は一つの商品に複合的な影響を及ぼすので、食に関する危険を回避するために、食品の安全性に関わる価値がどの制度によって表示されているのかを消費者は認識しなければならない。

Zepeda と Douthitt¹³⁾によれば、消費者は食の安全性に関するラベル(情報の表示)が付いた食商品に対して支払う意志があるという。回答者の78%が人工ホルモンが使われてない牛乳及び関連商品を購入しており、安全な牛乳を購入するために、従来金額より11.4%を多めに払っても良いと解答した。また Dickinson と Bailey¹⁴⁾は、アメリカの肉類のトレーサビリティ・システム(食の生産履歴追跡システム)に対する支払い意志額を推定し、トレーサビリティ・システムによる市場形成が十分に可能であると評価した。

図1 健康への影響に気を付けなければならないと思うハザード

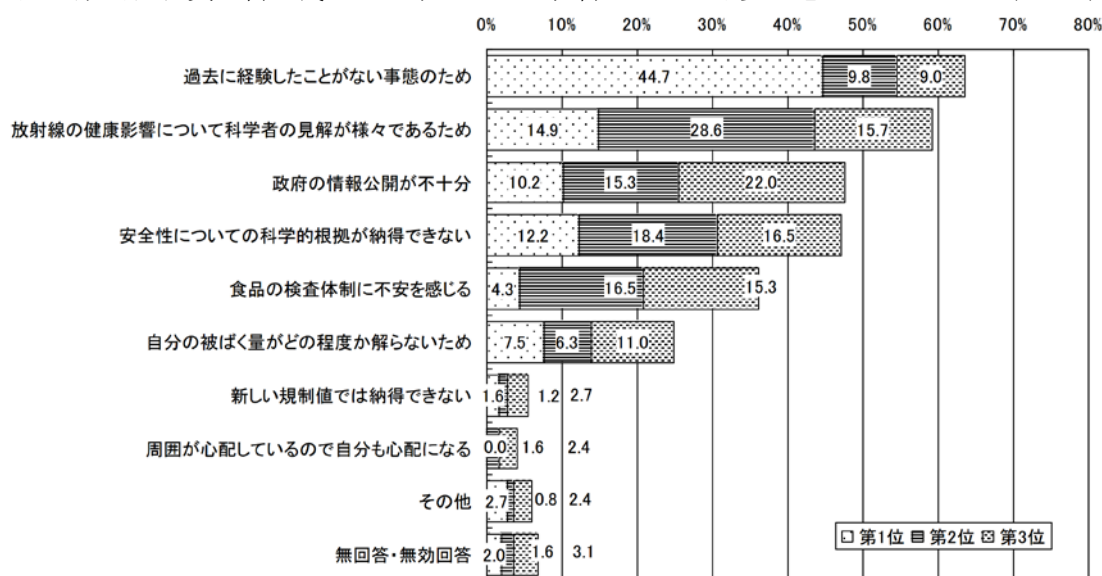


出所: 内閣府食品安全委員会(2014)、「食品安全モニター課題報告、-食品の安全性に関する情報源について-の結果(概要)」、平成27年2~3月実施、5ページ。

図1のように、内閣府食品安全委員会が実施している食品安全モニター調査(2014年2期)¹⁵⁾によると、食商品の危険性を知覚する要因として、有害微生物(細菌など)、ウイルスなどによる食中毒が79.0%で最も多く、次いで残留農薬が57.0%、汚染物質(カドミウム、メチル水銀、ヒ素など)が50.1%、放射線物質が49.6%となっている。

また、同じく食品安全委員会の「食品の安全性に関する意識等について」(平成24年7月実施)¹⁶⁾の調査結果によると、放射性物質を含む食品の健康に与える影響について不安を感じている理由を聞く質問で、以下のように非常に不安を抱えているのが良くわかる。

図2 放射性物質を含む食品の健康に与える影響について不安を感じている理由 (n=255)



出所: 内閣府食品安全委員会(2012)、食品安全モニター課題報告「食品の安全性に関する意識等について」、平成24年7月実施、23ページ。

さらに、「食品の安全性に関する用語はどのように調べるのか」という質問で、インターネットの検索エンジンで検索して上位にヒットしたページ(ウィキペディア、質問サイト等)が74.0%¹⁷⁾と解答しているので、福島の風評被害を払拭するためには食の安全性をアピールまた証明(生産履歴追跡システムなどによる)するためには、食の安全情報が検索エンジンで上位にランクできるように工夫する必要があると考えられる。

3. 食品表示に関する消費者の信頼

3.1 食品表示法

消費者庁は、新しい食品の表示制度が平成27年4月1日からスタートすると発表した。食品の表示について一般的なルールを定めている法律には、食品衛生法、JAS法及び健康増進法の3法があるが、目的が異なる3つの法律にルールが定められていたために、制度が複雑で分かりにくいものとなっていた。それで食品表示法はこの3法の食品の表示に関する規

定を統括することで事業者も勿論、消費者も分かり易く制度を整備した。

食品表示法は、社会の変化によって表示の対象が広がり、表示方法も改善され、実用的な内容に変化している。つまり表示が始まったときには生産規格中心で消費者の食品選択のための食品表示であったが、最近では生産者と消費者の安心と信頼確保を通じて消費者の健康を保護する方向に進化している¹⁸⁾。従って、食品を通じて健康を維持しようとする消費者の欲求が増大しており、それに伴って食品の安全に対する消費者の憂慮も急激に高まっているのが実情である。また、国間の交易量の増加は、個別国家の表示基準を国際基準の表示方法に変更することを要求しており、国間の通商摩擦の要因として作用することもある。

平成27年4月から新しくスタートした食品表示法は以下の通りである。

図3 食品表示のここが変わる!

アレルギー表示が変わります。

原則として、**個別表記**になります。

(個別表記の例) アレルギー表示は下部(実際の商品にはありません)

原材料名	菓子チョコレート(バーム油(大豆を含む)、砂糖、全粉乳、ココアパウダー、乳糖、カカオマス、食塩)、小麦粉、ショートニング(牛肉を含む)、砂糖、卵、コーンシロップ、乳又は乳製品を主要原料とする食品、ぶどう糖、麦芽糖、加工油脂、カラメルシロップ、食塩
添加物	ソルビトール、酒精、乳化剤、膨張剤、香料

特定加工食品*及びその拡大表記が廃止されます。

*特定加工食品とは、表記として特定原材料名又は代替表記を含まないが、一般的に特定原材料等を含むことが予測できると考えられてきたものの総称です。

(特定加工食品の例)

前の特定加工食品	マヨネーズ
前の特定加工食品	パン

新制度では、これらの食品についても、アレルギー表示がされるようになります。

一括表示をする場合は、**別記様式内**に、**使用された全てのアレルギーがまとめて表示**されます。

(一括表示の例) アレルギー表示は下部(実際の商品にはありません)

原材料名	菓子チョコレート(バーム油、砂糖、全粉乳、ココアパウダー、乳糖、カカオマス、食塩)、小麦粉、ショートニング、砂糖、卵、コーンシロップ、乳又は乳製品を主要原料とする食品、ぶどう糖、麦芽糖、加工油脂、カラメルシロップ、食塩、(一部に小麦・乳成分・牛肉・大豆を含む)
添加物	ソルビトール、酒精、乳化剤、膨張剤、香料、(一部に大豆・乳成分を含む)

加工食品の栄養成分表示が義務化されます。

容器包装に入られた加工食品には、**熱量、たんぱく質、脂質、炭水化物、ナトリウム**の5成分が表示されるようになります*。

ナトリウムの量は、消費者にとって分かりやすい「**食塩相当量**」で表示されます(ナトリウム塩を添加していない食品にのみ、ナトリウムの量を併記することができます。)

栄養成分表示を活用して、健康的な食事の摂取に役立てましょう。

栄養成分表示 1袋当たり	
熱量	●● kcal
たんぱく質	▲▲ g
脂質	◆◆ g
炭水化物	■ ■ g
食塩相当量	★★ g

※以下のものには、栄養成分の表示の省略が認められています。

①表示可能範囲が小さいもの
②酒類
③栄養の供給源としての寄与の程度が小さいもの
④極めて短期間で原材料が変更されるもの
⑤小規模事業者が販売するもの 等

新たな機能性表示制度が創設されました。

特定の保健の目的が期待できる(健康の維持及び増進に役立つ)という食品の機能性を表示することができる「**機能性表示食品**」の制度ができました。

機能性表示食品は、消費者庁長官に届け出た安全性や機能性に関する一定の科学的根拠に基づき、事業者の責任において表示を行うものです。特定保健用食品(トクホ)とは異なり、消費者庁長官の個別の許可を受けたものではありません。

機能性表示食品の安全性及び機能性に関する科学的根拠は、消費者庁のウェブサイト等に公開されます。

機能性表示食品は、**疾病の診断、治療、予防を目的としたものではなく、また、疾病に罹患している者、未成年者、妊産婦(妊娠を計画している者を含む。)**及び授乳婦を対象に開発された食品ではありません。

健康作りのためには、十分な睡眠と運動に加え、バランスのよい食事が基本です。機能性表示食品に頼るだけでなく、自身の食生活を見直すことが大切です。

出所: 消費者庁、「新しい食品表示制度」、www.caa.go.jp/foods/pdf/syokuhin1441.pdf

食品表示の関連規制において、日本、アメリカ、EUの場合は、農産物と加工食品において統合適用しており、適用法律も単純化されている。アメリカは連邦規正法(CFR)、EUはEC規則、日本はJAS法と食品衛生法を通じて食品表示事項を規定している。韓国の場合は、食品表示に関連する法律として、食品衛生法をはじめ健康機能食品に関する法律、畜産物加工処理法、農産物品質管理法などがある。

義務表示事項については、主要国すべてにおいて商品名、原材料の含量、重量、製造業者関連情報などはCodex(食品規格)¹⁹⁾の規定を根拠に運営している。原産地表示の場合、日本と韓国は義務的に表示するようにしている反面、ヨーロッパでは牛肉のみに適用し、アメリカは魚介類と輸入畜産食品のみ義務的に表示するように規定している。また、有害性関連で論

議になっている遺伝子組み換え食品(GMO: Genetically modified organism)の場合は、義務表示から除外されている。表示認証の場合は、主要国のすべてが政府主導の認証体制から民間主導の認証体制に転換しており、その認証管理体制に国際的な認証システムを積極的に導入している。

以上のように、望ましい食品表示法の定着と消費者の食品表示の利用を活性化させるために、多くの国では夫々の食品表示法と制度的な改善方法を導入するために努力している。しかし、消費者の食品選択の能力を向上させ食品表示情報の活用を増やせるためには、食品表示情報を理解し、活用できる消費者の知識水準を高める努力も並行して行わなければならない。つまり食品表示に関する消費者の選択と活用能力を向上させるためには、政策的な努力のみならず教育的な次元でのアプローチ(食育)が必要で、食品表示の定着とそれが活用できる教育やプログラムが伴わなければならない。

3.2 食品表示の役割と消費者の信頼

食品表示は、商品性と安全性を同時に追求する同時に、消費者の保護と生産者の所得増大に貢献することを目的である場合が多い。従って、食品表示の役割を情報提供を通じた消費者選択、リスク回避を通じた安全の確保、公正な取引の維持という3つの側面から考察する。

3.2.1 情報提供を通じた選択の支援

商品の表示は、品質のシグナルである。表示は商品の品質に関する情報を提供する機能を有する共に、消費者が品質を識別して商品を選択する際の重要な判断材料となる。なかでも社会的に確保しなければならない食品の安全性に関する表示は、食品に由来する危険を回避する唯一の情報になる場合があり、食品表示が食品購買に対する不確実性を減らし、消費者選択に肯定的な影響を与えて、正しい食品選択を通じて食品と関連する疾病の危険を最小化させる²⁰⁾。従って、食品の表示は、消費者と生産者をつなぐ手段であり、消費者は提供された情報をもとに、自分に適合する商品を選択するようになり、生産者は表示を通じて商品の性質と優秀性を消費者に知らせるようになる。その他に品質やより高い安全性に関係する表示に関しても、消費者を誤解から保護して公正な取引を実現するという点では社会保障に関係する。

表1のように、食品表示制度は、基本表示、認証表示、知的財産権関連表示の3つに区分できる。まず、基本表示は物理的な情報や性能など客観的な情報の提供を目的とするもので、表示基準が単純・明確であるため消費者の関心が非常に高い表示である。次に、認証表示は、消費者の信頼度向上が目的で、表示基準が複雑化・多様化しているためにその内容を一々表記するよりは認証マークなどで表示する場合が多い。最後に、最近非常に問題が多くなっている知的財産権関連表示は、知的財産権に関連するブランド登録及びブランド価値向上に関連する。

表1 食品表示制度の性格による分類

表示の種類	各表示の例
基本表示	<ul style="list-style-type: none"> ・食品などの表示基準 ・標準規格表示 ・トレーサビリティ表示 ・原産地表示 ・遺伝子組替え (GMO) 表示
認証表示	<ul style="list-style-type: none"> ・農産物品質認証 ・水産物品質認証 ・HACCP 認証 ・優秀農産物認証 (GAP) ・伝統食品認証 ・地理的な特産品認証 ・環境にやさしい農産物認証 ・ISO 認証
知的財産権関連表示	<ul style="list-style-type: none"> ・地理的表示 ・ブランド ・自治体表示

出所:筆者作成。

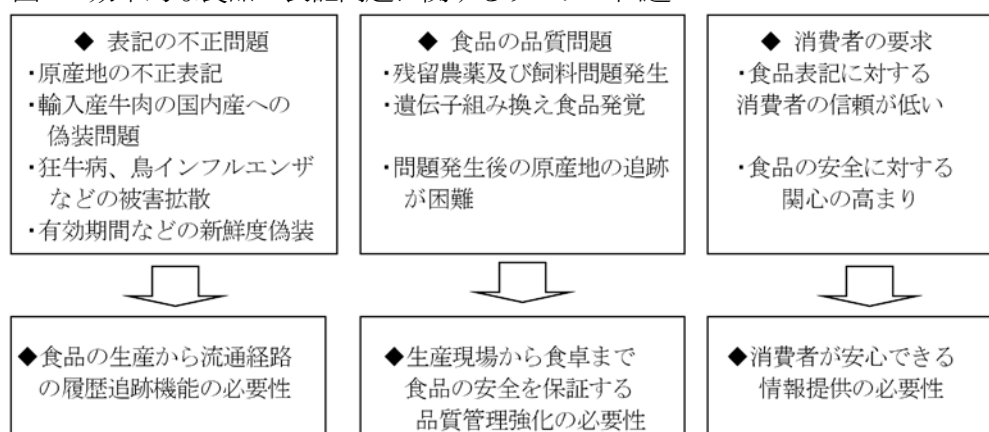
3.2.2 リスクの回避を通じた安全の確保

食商品は他の商品やサービスとは異なり、人間としての生存と健康に決定的な影響を及ぼすものであるため、食品安全事故が発生した時には、それらの原因を追跡し究明した上で、再発防止を行う必要がある。食品に明記されている表示は、消費者が商品を購入する際、商品の安全を判断する上で最も重要な情報源となる。従って、食品表示は消費者に単純な情報提供の役割のみならず食品の安全性を確保する制度的な措置であるともいえる。

食品表示は、生産者、流通業者、そして消費者の正確な情報を共有することによって、お互いのリスクを回避することができる。それが成立することで消費者は食に対して信頼できるのは勿論、リピート購買により食に関する真の顧客満足につながると考えられる²¹⁾。

以下の図4は、食品の表記問題に関するリスク回避の例である。

図4 効率的な食品の表記問題に関するリスクの回避



出所:金世煥・金仁燮・金恩貞(2004)、「食品の安全・安心のための構造問題の認識と持続可能なトレーサビリティシステムの有効性に関する研究」、*Research and Presentation*、第7号、日本国際交流財団、19ページ。

3.2.3 公正な競争の維持

消費の公正な取引は、社会のルールの維持及び健全な消費生活の確立に大きく影響を及ぼす。生産者は商品やサービスを販売して事業を維持・発展させるためには、消費者に正しい情報を提供して、より広い選択の機会を与えなければならない。また偽装表示を排除して事業者間の公正な取引の慣行を確立できるように、消費者の購買権利に応える適切な表示をしなければならない。

食品表示は、消費者が食品及び生産者が把握できる一次的な手段であり、食品表示を通じて消費者に提供された情報に基づいて自分に合う商品を選択するようになる。また、食品表示を通じて生産者に食品の成分と優秀性を知らせることで差別化も図れる。一方、政府は、消費者を騙す事や誤解する表現を禁止すると同時に、消費者が必ず知るべき情報を提供するように、一定の法的基準を食品表示に適用させる。表示は情報型規制の一つの手段であり、表示の主な機能は、購買時の直接情報の提供である。食品の品質は外観だけでは確認できないものが多い。従って、要求されるのは情報の正確性と法律に基づく集約性である。視覚認知や感触などの感覚で、ある程度知覚できる場合もあるが、正確に知るためには表示が必要である。また、内容物や添加物などは表示がないとわからない。勿論、味、腐敗程度、残留農薬など表示しなくても良い事項も多い。また表示は商品デザイン、誘引機能、広告機能、公的な監視証明機能、栄養・安全教育機能などのように付加的な機能も提供する²²⁾。

4. 賞味期限表示と食品ロス問題

4.1 食品ロスに及ぼす賞味期限の影響

現代において、食品供給の大きな特徴の一つは、流通チャンネルが長くなるにつれて包装が益々増えることである。経済成長とゴミの増加の間は強い相関関係があり、都市化も重要な相関関係がある²³⁾。このようなゴミの大部分は土に埋めるが、それがより多くの汚染と健康上の危険をもたらす。

残飯は、ゴミの中でも高い割合を示している。しかし、家庭のゴミが主要原因ではなく、下水沈殿物、商業・工業排水などが高い比率を示しており、その半分は以外に鉱業・農業のような1次産業から排出されたものである。日本では、平成23年度推計で、年間約1,700万トンの食品廃棄物が排出されており、このうち、本来食べられるのに廃棄されているもの、いわゆる食品ロスは、年間約500~800万トン含まれると推計している²⁴⁾。韓国の場合、2002年基準で賞味期限の経過による食品廃棄による損失は、食品医薬品安全庁の生産実績統計の食品総売上の5.4%に及び、いたみやすい食品(かまぼこ、ハム、牛乳など)の廃棄率は10%以上であり、生産原価の1.5倍に達している²⁵⁾と指摘している。それで、欧州では2014年を「ヨーロッパ反食品廃棄物年」と位置づけ、2025年までに食品廃棄物を30%削減し、加盟国に食品廃棄物削減の国家戦略策定を提案した²⁶⁾。

生活者からのゴミは、食品購入形式と関係が深い。食品を包んでいる包装は、鉄、アルミ、ガラス、繊維、紙、プラスチック、ポリエチレン、色画用紙、そしてその他の繊維質の組み

合わせでなされている。日本容器包装リサイクル協会(平成25年)によると、ガラス瓶の出荷量(販売量)は150万トンに登るが、リサイクルされる量は33万7千トンの約22.5%に留まっている²⁷⁾。

以上のように、廃棄物の中でフードシステムの発展と特に関係が深いのは、残飯などによる食料のロスと食品のパッケージである容器問題である。スーパーと24時間営業店などのセルフサービス店では多くの食品が規格化されており、取り扱いが簡単なパッケージに包装されて陳列されている。販売者と購買者に便利な食品ケースは最後に大量のゴミになる。

食品の廃棄物は、環境の汚染による健康の危害と資源の無駄をもたらす同時に、消費者には食品の値上げ要因として作用し消費者の負担を増加させる。食品業者には、競争力を衰弱化させる要因として作用している。従って、多くの国で食べ物のゴミを減らすために、各種の規制と共に食料品業者の中でゴミの低減が行われる場合、国はインセンティブを与えたりする。

賞味期限が充分に残っていても、消費者は可能な限り日付が長く残っている食品を購入しようとする。消費者は食品の購買時に賞味期限や表示の有効性を高く知覚しており、もし企業が利益を費用より高く認知したいならば多様なマーケティング戦略の開発が要求される。そしてこのことは食品ロスを減らすのに役に立つと共に、フードシステムの参加主体に対する多様なインセンティブが与えられる制度的な改善努力が必要であることを意味する。

4.2 主要国における食品日付表示の現状

食品表示は科学的な研究と結果によって表示されるが、国によって食品に対する認識は異なり、慣習及び文化によって固有の特徴を持っている。しかし食品の安全性と品質を消費者にわかりやすく表示しようとする立場は共通である。その中で期限表示は、製造(包装)時点、販売及び消費の可能期間、適正品質維持の期間などを時間的な次元で明示している。

それで、日本、韓国、アメリカ、そしてCodexを中心に、食品の日付表示に関連する現況を表2のように整理した。

消費期限の場合は、食品の安全性と鮮度を考慮して早い期間で消費が要求される食品に適しており、これは長期間保管する際に、変質の恐れや味の変化が考慮されなければならないからである。その他に品質維持期限が使用されているが、これは食品の安全性も重要であるが、その食品の品質を中心に考えたからである。つまり安全性の面では消費期限を使用し、品質の面では品質維持期限を採択しているのである。

日本の場合、消費期限表示は品質変化が急速で、迅速に消費する必要がある食品に適用しており、賞味期限表示は品質を維持されるのが3ヶ月前と後で使い分けている。アメリカの場合は‘use by date’を消費期限として使用し、‘best before date’と特性に合う表示方法を使用している。日本の消費期限と‘use by date’は同じ意味で、品質維持期限(賞味期限)表示と‘best before’が同じ意味である。韓国の場合は流通期限を使用しており、アメリカの‘sell by date’と同一の概念で、消費者に販売が許される期限をさす。これはすべての食品に対する義務表記事項で、違反に関しては行政処分が具体的に明記されている。さらに、大型流通業者を中心

に鮮度と安全性に関する競争力の強化の次元で自立的に「品質維持期限」、「陳列期限」などを追加的に表示している。

表2 主要国の食品日付表記の現況比較

	日本	韓国	アメリカ	Codex
表示内容	<ul style="list-style-type: none"> 消費期限:品質の変化が早い食品 品質維持期限または賞味期限:品質の変化速度が遅い食品 加工食品には義務的に表示 	<ul style="list-style-type: none"> 製造日付表示:弁当、粗糖、再製・加工・精製塩、氷菓子類、酒類 流通期限の表示:その他の食品 	<ul style="list-style-type: none"> 幼児用の粉ミルク:最終使用日付表示(use by date-消費期限) 缶詰食品など:包装の日付表示 一部の食肉と加工肉商品:包装日を表示 その他の商品は州によって違う 通常の表示方法: best before, sell by, best if user if used by, manufacture 	<ul style="list-style-type: none"> 製造日 (data of manufacture) 包装日 (date of packaging):最終的に販売される容器に食品を入れた日付 販売期限(sell-by date):消費者に販売可能な最終日でその後も一定期間は家庭で保存可能 別項の規定がない場合 Best before date, Best before end
表示基準	<ul style="list-style-type: none"> ‘消費期限’または‘品質維持期限’の次に‘年、月、日’で表示、3ヶ月を経過する場合は‘年、月’で表示可能 	<ul style="list-style-type: none"> 流通期限は‘年、月、日’で表示 製造日付は一部を除いて任意の表示事項である 	<ul style="list-style-type: none"> 流通期限は業界が自立的に設定 	<ul style="list-style-type: none"> 流通期限の表示奨励 最小限の保存期限が3ヶ月未満の商品は月、日。3ヶ月以上の商品は年、月、日を表示。1年以上は該当年度のみを表示可能 年、月、日はコード化されていない一連の数字で表示
その他	<ul style="list-style-type: none"> 消費期限は満期日から摂取可能な期限であり、品質維持期限は品質が変わらない期間 	<ul style="list-style-type: none"> 流通期限は sell by date の概念であり、消費者に販売が許される期限 	<ul style="list-style-type: none"> 流通期限の表示は様々 - use by date, sell by date, packaging date, best before date, best if used date 	<ul style="list-style-type: none"> 使用期限(use by date), 奨励 最終消費日 (recommended last consumption date), 消費満期日 (expiration date):貯蔵条件下で正常的に期待する性質が保存できると予測される最終日付でこの日以降は消費は不可能であるとみなす

出所:東京都、『食品の表示制度』(www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/shokuhin/hyouji)、

韓国食品の薬品安全庁、『食品などの表示基準解説書』2009年。; ハサンド(2011)、「食品安全確保のための国内外衛生管理政策及び制度の現状分析」、食品科学と産業、韓国食品科学会、第11巻第2号、29~37ページ等を参考に作成。

5. まとめ

食品の安全性(food safety)を追求するというのは、結果でありながら、なおかつ目標である反面、食品衛生(food hygiene)は食の安全性を達成するための手段である。

前述したように、食品表示制度には、基本表示、認証表示、知的財産権関連表示の3つに分けられる。それらの食品表示制度は、機能として安全性の部分も表示はしているが、殆どの表示が衛生面(HACCP, ISO など)、あるいは食品本来の品質と実態を説明しては場合が多い。しかし、近年風評被害を受けている福島県の場合、より安全な食商品というイメージを県外の人々にアピールするために、食品の本質と衛生的な面だけではなく、食品の安全性に関連する食品表示項目を加える必要があると考えている。代表的なのが農産物の放射性セシウムに関連する項目である。それらの関連調査は平成24年から農林水産省が定期的に行われているが²⁸⁾、実際農・水産物を原材料とした食品(加工食品)までは徹底的に行うことは経済的な理由などの面で難しいのが現実である。勿論、出荷基準²⁹⁾は定めているが、正式なラベルとしては貼られていない。

即ち、福島県の特産品であるきゅうり、桃、あんぼ柿などは、非常に有名で多くの人々に愛されてきたが、風評被害を受けている今は、その販売実績が低迷している。本来差別化を図るための地域ブランドとして表示してきた福島県産(原産地表記と地理的表示)という表示は、逆に消費者に悪影響を与えているようになったのである。

従って、低迷している福島県の食品特産物を現状から脱皮するために、自治体と事業者などが協力して、食品の安全性が目に見える形として可視化するための自主的な努力が必要となる。その一つの方法として食品ラベルに福島県ならではの安全性項目(放射性セシウム安全検査済み)を設定し、それらをシンボル化あるいはマークとして貼ることで、それらの食品を購入しようとする消費者に、福島県産の安全性と安心感を知覚させ、それが再購買につながると確信している。

勿論、食品の安全性を確保するためには、項目別の関連商品の全種調査あるいはランダム調査が求められ、検査費用と自治体及び関連団体の監査費用もかかり、結局それが食品の値上げにつながるという不安もある。しかし、近年の消費者はより良い食品を適切な値段で購入しようとする健康主義の動きも活発になっており、消費者に食の安全性を確保するためのこれらの一連の動きが明確に説明できれば納得してくれるのであろう。

食の安全性の確保というテーマは、保険と同じく安心感もお金を支払って買うものであるという意識が必要となると考えている。原発の被害で苦しんでいる福島県産の特産物の地域ブランドとしての再生計画は前代未聞のものであり、それらを今後の研究課題にしたいと願っている。

注

- 1) Baker, G. D & Parasuraman, A.(1994), "The influences of store environment on quality and store image." *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.22(Fall), pp. 328-339.

- 2) 後藤一寿・沖智之(2001)、「消費者における食品選択基準と新たな表示に対する期待 —日本・米国・英国を対象とする国際比較調査より—」、九州沖縄農業研究センター。(調査人数は、日本 1099 名、米国 1000 人、英国 1000 人)
www.fsraaj.org/taikai/2011/2011houkoku/?action=common_download_main&upload_id=56
- 3) 『国民生活』(2008)、国民生活センター、2014年12月、18ページ。(調査人数は1807名)
- 4) Sweeney, Jillian C. & Geoffrey N. Soutar(2001), “Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale,” *Journal of Retailing*, Vol.77, pp. 210-211.
- 5) Petrick, James F.(2002), “Development of a Multi-Dimensional Scale for Measuring the Perceived Value of a service,” *Journal of Leisure Research*, Vol.34(2), pp. 119-134.
- 6) Baumgartner, Hans(1995), "On The Utility of Consumers' Theories in Judgments of Covariation," *Journal of Consumer Research*, Vol.21(March), pp. 634-643. ヒューリスティック(heuristic)とは、代案の選択過程で考慮しなければならない多くの要因を同時に考慮しないで経験、直感または論理的な思考によって問題解決の過程を単純化させる規則あるいは指針である。
- 7) Mitchell, V.(1999), "Consumer Perceived Risk; Conceptualizations and Model," *European Journal of Marketing*, Vol.33(1), pp. 1-22.
- 8) Perceived Risk とは 知覚危険、知覚された危険、知覚的危険、危険知覚など研究者によって多様に翻訳されている。消費者行動分野では Bauer(1960)によってこの概念が最初に紹介された。彼は消費者行動を危険負担(risk taking)行為として考え、危険知覚を不確実性(uncertainty)の概念で定義した。
- 9) 韓ヨンクオン(2006)、“危険知覚と品質知覚が旅行商品購買意図に及ぼす影響の研究”、(韓国)慶熙大専校博士學位論文、36-38 ページ。
- 10) Zikmund, W. G. & Scott, J. E.(1973), "A Multivariate Analysis of Perceived Risk, Self-Confidence and Information Sources," *Advances in Consumer Research*, pp. 406-416.; 全スンユル・許ヅンホ・カンソクジュン(2003)、“インターネットショッピングモール利用による消費者の危険知覚とブランド価格の相対的な重要性”、(韓国)消費者学研究、第14巻2号、19-43 ページを再引用。
- 11) Erdem, Tulin(1998), “An Additive Method for Combining Probability Values from Independent Experiments,” *Journal of Psychology*, Vol.80(March), pp. 351-363.
- 12) 李ムンキュウ、洪スンテェ(2002)、『消費者行動の理解』、法文社、99-150 ページ。
- 13) Zepeda, L. & Douthitt(1991), “Labeling Milk from rBST treated Cow: Returns to Wisconsin Dairy Farm from Product Differentiation,” In V. Halderman(ed.), *Proceedings of the American Council of Consumer Interests*, Vol.37, Columbia, MO: ACCI, pp. 299-303.
- 14) Dickinson D. L. & D. V. Bailey(2002), “Meat Traceability: Are U.S. Consumers’ Willing to Pay for it?,” *Journal of American and Resource Economics*, Vol.27(2), pp. 348-364.
- 15) 食品安全委員会は、470 名(有効回答者 423 名)の食品安全モニターに対して毎年度2回程度の課題報告(アンケート調査)を行っており、関連資料は平成 26 年度の第2回目のもの。

- 16) 内閣府食品安全委員会(2012)、食品安全モニター課題報告「食品の安全性に関する意識等について」、平成24年7月実施、23ページ。調査モニターは470名(有効回答者344名)。
- 17) 内閣府食品安全委員会(2014)、「食品安全モニター課題報告、-食品の安全性に関する情報源について-の結果(概要)」、平成27年2~3月実施、4ページ。
- 18) 橋本直樹(2007)、『食品不安：安全と安心の境界』日本放送出版協会、126-128ページ。
- 19) 正式にはコーデックス・アリメンタリウス(Codex Alimentarius)というラテン語からきた言葉で、食品規格という意味。現在世界的に通用する食品規格はこの規格だけで、これを普通コーデックス規格という。
- 20) Bender, M & B. Derby(1992), "Prevalence of Reading Nutrition and Ingredient Information on Food Labels: 1982-1988," *Journal of Nutrition Education*, Vol.24(6), pp. 292-297; Kim, S. Y., R.M. Nayga & O. Capps(2001), "Food Label Use, self-Selectivity, and Diet Quality," *The Journal of Consumer Affairs*, Vol.35(2), pp. 46-363.
- 21) 金世煥・金仁燮・金恩貞(2004)、「食品の安全・安心のための構造問題の認識と持続可能なトレーサビリティシステムの有効性に関する研究」、Research and Presentation、第7号、日本国際交流財団、16-20ページ。
- 22) 中嶋康博(2004)、『食の安全と安心の経済学』コープ出版、151-153ページ。
- 23) United Nations Environment Programme(2002), *Global Environment Outlook*, London: Earthscan/UNEP, p.256.
- 24) 農林水産省(2014)、「食品ロス削減に向けて ~NO FOOD LOSS PROJECT の推進~」、平成26年12月、食料産業局、7ページ。
- 25) 黄テホ(2007)、「食品流通管理の再考のために流通期限表示の改善方案」、(韓国)中央大学校碩士学位論文、4ページ。
- 26) 農林水産省(2014)、「食品ロス削減に向けて ~NO FOOD LOSS PROJECT の推進~」、平成26年12月、食料産業局、5ページ。
- 27) 日本容器包装リサイクル協会(<http://www.jcpra.or.jp/recycle/recycling/tabid/420/index.php>)
- 28) 平成27年度基準で放射性セシウム濃度の検査を行っている農産物は米、麦、野菜類、果実類、豆類、きのこ・山菜類、茶類である。
http://www.maff.go.jp/j/kanbo/joho/saigai/s_chosa/h27/gaiyou_150400.html#hinmoku_h27。水産物の場合、<http://www.jfa.maff.go.jp/j/housyanou/kekka.html> を参照
- 29) 出荷基準として、一般食品(基準値は年間100ベクレル/kg以下)、乳児用食品と牛乳(基準値は年間50ベクレル/kg以下)、飲料水(基準値は年間10ベクレル/kg以下)と定めている。
http://www.mhlw.go.jp/shinsai_jouhou/dl/leaflet_120329_d.pdf

引用・参考文献

- 東京都、『食品の表示制度』(www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/shokuhin/hyouji/)
- 韓国食品の薬品安全庁(2009)、『食品などの表示基準解説書』。
- ハサンド(2011)、「食品安全確保のための国内外衛生管理政策及び制度の現状分析」、食品科学と産業、韓国食品科学会、第11巻第2号、29~37ページ。

(きむ セファン・フードマーケティング)

2016年3月18日 第1版