

産地偽装防止の方策案

アサリ産地偽装撲滅についての提案

二枚貝類産地偽装撲滅協議会

2021年11月15日
作成者：協議会事務局

産地偽装防止の方策案

アサリ産地偽装撲滅についての提案

2000年代に入ってから全国各地で相次いで食品の産地偽装事件が起きています。

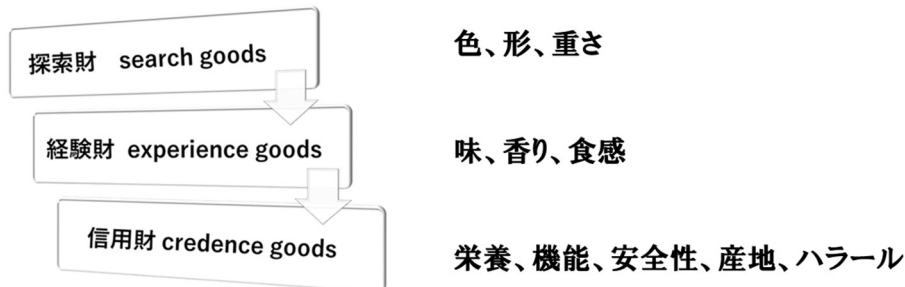
「食の安全」への意識が高まりの中で、なぜ食品に関する不祥事がなくなるのか？

本文は、二枚貝類に属する「アサリ」の産地偽装等の不正要因を分析して、産地偽装防止の取組について提案させていただきます。

① 食品の産地偽装の起因は市場情報の「非対称性」

2015年4月、食品表示法がスタートしました。食品表示法の第三条「基本理念」には、「消費者に対し必要な情報が提供されることが消費者の権利であることを尊重する」と書かれています。

しかし、食品が持つ情報の特性から見ると、消費者にとっては、供給者から提供された食品の市場情報について非対称的な特徴があります。



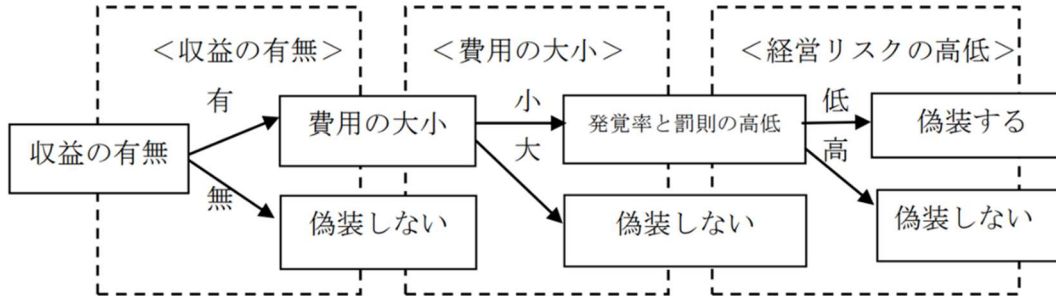
具体的に、食品に関する市場情報について、「探索財」、「経験財」、「信用財」の3つに分類することができます。上図は、消費者にとって食品に関する情報が入手しやすい順に並べたものです。

一番上に位置する「探索財」(色・形・重さ)については、食品を購入する前または食べる前に知ることができる情報です。「探索財」に対して、「経験財」(味・香り・食感)という情報は消費者が食べてから得ることになります。ここでの情報「非対称性」について、消費者の繰り返し消費行為(経験値)を通して解消できます。しかし、一番下に位置する「信用財」(栄養・機能・安全性・**産地**・ハラール)という情報に関しては、長期間の消費行為があっても、消費者は受動的に情報収集しかできません。

アサリを含めた水産物はもちろん、あらゆる食品の「産地」情報は、消費者がそもそも識別できないので、偽装してもバレないということは産地偽装の不正要因の一つだと考えています。

② 産地偽装の意思決定要素は偽装コスト

食品企業が産地偽装表示を行うか否かに関して、3つの意思決定要素があります。



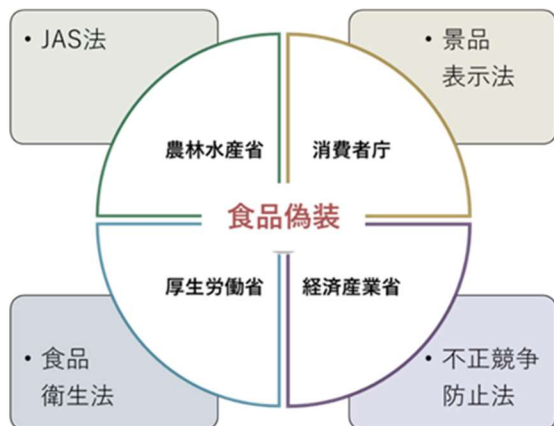
利益最大化行動が企業の基本原理の一つです。食品企業の産地偽装表示行為はもちろん見込まれる収益があるから起きたノン・コンプライアンス行動です。一方、産地偽装表示の市場環境としては、同業者が産地偽装をしているか否かも重要な要因となります。「他社も偽装をしている」という事実は自社の正当化にする重要な理由になります。

上図のように、経営リスクの高低を決定する要因は潜在的発覚率です。一方、経営リスクの大小を決定する要因は処罰の大小です。企業は偽装表示という違法行為がもたらす経営リスクを勘案すると、合理的な行動となります。

以上の分析を踏まえて偽装表示を防止するための方策について、下記のように提案させていただきます。

提案① 産地偽装コストの上昇を図る法律統合の必要性

産地偽装は長い間に発覚しにくいケースがあります。原因の一つは、法律の所管官庁が異なるからだと思います。



左図のように、食品偽装事案の管轄部署が4つに分かれています。

JAS法は農林水産省、食品衛生法は厚生労働省、景品表示法は消費者庁、そして不正競争防止法は経済産業省が所管しています。

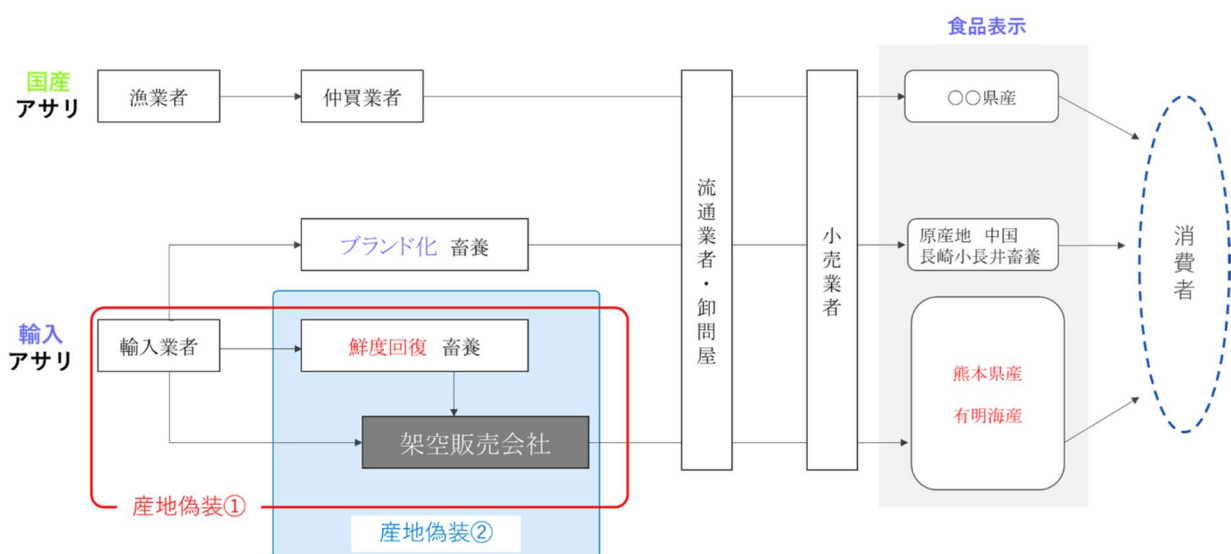
そのため、縦割り行政が処分の非整合性を生みますので、企業の遵法精神を削いでいる可能性があります。また、偽装行為の発

覚が遅れがちであると言われています。実際、マスコミを騒がせた食品偽装は、内部告発によって明らかにされたものは少なくありません。

公的機関が検査・監視して適切な制裁措置を取らない限り産地偽装は消えないです。そのため、法律と所管官庁の法律統合(明確な法の制定と運用)を図る必要があります。場合によって罰則をもっと厳しくする必要があると考えています。偽装リスクの上昇に対する認識は経営判断に左右することに違いはないのです。

提案② アサリ独自のトレーサビリティ制度を新設

現行の食品表示制度は原則的に消費者に手元に届く段階の最終商品を対象にして実施されている制度です。前述のように、産地は消費者が直接識別できない情報のため、中間業者が適切な情報を提供しない、または捏造の情報を提供すると、正しい食品表示が当然できないし、「一般消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会の確保」を保障されません。ここで、アサリの流通構造からアサリの産地偽装行為を分析してみました。



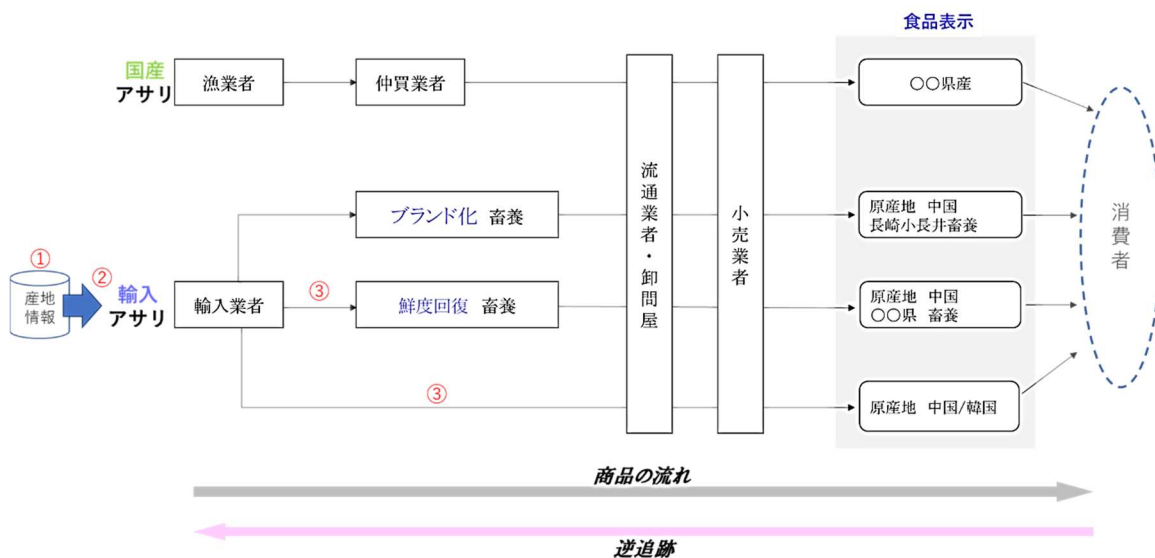
上図は、現行のアサリ流通構造を表したものです。ウナギ等の水産物と比べて意外に複雑ではないシンプルな構造です。輸入アサリを流通業者・卸問屋に届ける前に書類上で「外国産」を「国内産」(熊本県産・有明海産)に偽装していました。

(活)アサリを含めた生鮮水産物の食品表示について、国産品の場合は、「水域名又は地域名(主たる養殖場が属する都道府県名をいう。)を記載。水域名の記載が困難な場合は水揚港名又は水揚港が属する都道府県名を記載」することができる。」と明記されています。輸入品の場合は、原産国名を記載しなければなりません。2010年3月、消費者庁は発足後に「食品表示に関するQ&A」を発表されて、輸入アサリの実地表示について明確に取りまとめました。

A国から輸入したアサリを、輸入後、国内の管理できる状態の海浜に再び掘り揚げる目的で仮置きした場合は、単なる保管又は出荷調整と考えられ、当該アサリの原因は「A国」と考えます。また、国内での養殖期間が長いことを証明できない時についても、アサリの原因は「A国」と表示する必要があります。

(活)アサリの生育期間を考えれば、畜養をしても原因を外国産と明記しないと行けませんが、現行のアサリ流通構造を見れば、輸入業者が架空の畜業者・販売業者を利用して産地を偽装するパターン①と畜業者が架空販売業者を利用して産地を偽装するパターン②の行為は、単なる畜養の仕組みを悪用した違法行為となっています。

アサリの産地偽装防止について、食品表示要件の認識を強化しなければいけないと思います。また、アサリの流通構造に基づいて、アサリ流通業界独自のトレーサビリティ制度の新設を提案させていただきます。トレーサビリティ制度を活用して、中間業者の取引記録を作成しておくことで、不正行為が発生した際に遡及及び追跡ができます。業者の偽装リスクが上がれば、産地偽装の行為を減らなくなります。

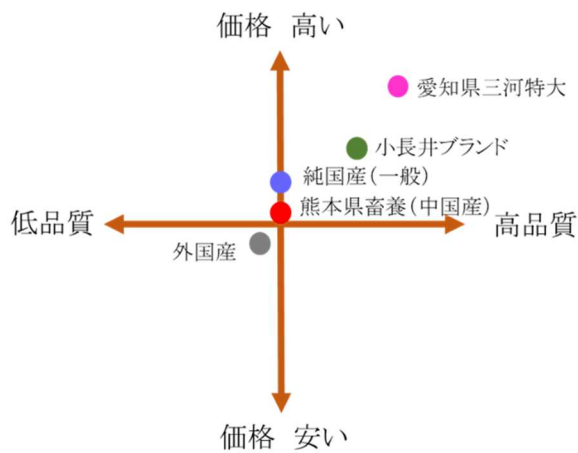


輸入アサリについて、流通経路の3つの段階の情報公開を実施します。

- ① 外国の特定アサリ産地と連携して、品質管理や生産方法等の情報を公開します。
- ② 外国産地から日本国内までの輸送方法、品質管理、検査体制の情報を公開します。
- ③ 日本国内に輸入後の品質管理、畜養による鮮度回復の情報を公開します。

適正に管理された外国産アサリも国産品と同じように、安心安全であることを情報発信すれば、消費者意識の改善に大きなポイントになり、アサリ業界において外国産アサリを国内産に偽装しなくても販売できる環境づくりは最終的に消費者の権利を守ることに繋がります。

最後に



左図は品質及び価格に関する各種類のアサリの分布図です。

アサリの品質を左右するのは産卵期による身入りの変化によるものです。産地によって品質の差はありますが、それは優劣ではなく、特徴と呼ぶ方が正しいです。商品の品質を適切に評価すれば、消費者に正確の商品情報を届けることができます。

国産ブランド、一般国産、外国産(国内畜養)、外国産 という適正な形で市場に流通することにより、生産者及び食品事業者の利益に適合し、健全な競争を促進できるように努めていきたいと考えております。それが消費者の権利を守ることに繋がると確信しております。

本協議会はアサリ業者のみで構成されておりますが、今回検討した産地偽装防止方策案は幾分アサリ業者側からの観点であるのが現状で無力感を痛感致しました。

今後、行政、消費者団体からご指導ご鞭撻頂き、産地偽装防止の現実的な課題を特定し、それをどのようにクリアすべきなのか、前向きに考えていくことこそが重要だと考えております。

参考文献

- ・ 荒井一博・山内勇(2008)「食品偽装と市場の信頼」
- ・ 筑波大学 茂野 隆一(2012)「食料消費分析の新展開」
- ・ 蘇玉伶・婁小波(2012)「水産物の産地偽装表示と市場環境条件—ウナギの産地偽装表示問題を事例に一」
- ・ 消費者庁(2010)「食品表示に関する Q&A」
- ・ 主婦連合会(2016)「加工食品の原料原産地表示制度に関する意見」