

2018年10月5日

消費者庁長官 岡村和美 様  
食品表示部会 部会長 受田 浩之 様

バイテク情報普及会  
理事 藤村 佳樹



## 遺伝子組換え表示制度における任意表示に関する要望書

バイテク情報普及会は、植物科学やバイテク作物の開発企業で構成する国際組織「クロップライフ・インターナショナル」傘下の任意団体で、持続可能な農業の実現や食料の安定供給への貢献を念頭に、サイエンスベースで透明性のある許認可システムの構築を支援するための活動や、幅広いステークホルダーの皆様へバイオテクノロジーの重要性を理解いただくための広報活動を行っております。

消費者委員会「食品表示部会」で審議される遺伝子組換え表示について、下記の通りお願い申し上げます。

### 記

#### 【要望】

遺伝子組換え原料の除外を強調するような任意表示については、安全性に関する誤認を招かないものとなるようご検討願います。

#### 【背景】

2017年4月から2018年3月にかけて「遺伝子組換え表示制度に関する検討会」において、遺伝子組換え表示に関する議論が行われ、4月にまとまった同検討会の報告書をもとに、10月10日の「表示部会」において審議が行われる予定ですが、ここでは、遺伝子組換え原料の混入を防ぐための分別管理が行われたことを強調するための任意表示が主な論点となっています。同検討会では、従来の「遺伝子組換えでない」に加え、混入率5%以下の表示例として、「遺伝子組換え原料の混入を防ぐため分別管理が行われたもの」等いくつかの新しい表示例も示されました。

これらの任意表示について、バイテク情報普及会がこのたび、全国約4,000人の消費者を対象に消費者調査を実施した結果(添付資料1参照)、全体の半数以上の53%もの消費者が、これらの任意表示を「食品の安全にかかわる」情報であると誤解することが分かりました。

さらに、これら任意表示を見て「混入してはいけないものを感じるから」、「除外をしていると改めて強調されると悪いもののように感じる」、「わざわざ表示するのは安全ではないから」などの理由により、遺伝子組換えの安全性について「問題あると思う」または「どちらかといえば問題あると思う」に意見を変える方が約8%いることも分かりました。

当会では2017年10月下旬にも約2,000名の消費者を対象に調査を実施しておりますが

(添付資料 2 参照)、遺伝子組換え食品について「怖い・悪いイメージ」をもつ要因として、42%もの消費者が「遺伝子組み換えでないという表示」をあげており、表示はテレビに次ぐ第2位の要因となっています。

「遺伝子組換え表示制度に関する検討会報告書」(平成 30 年 3 月 28 日)では、「遺伝子組換え食品は安全性が確保されたものであるため、その表示は、消費者の自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保を実現するためのものであり、このことを前提として表示制度を構築することが必要である」と明記されております。

しかし、実際には制度導入後、「遺伝子組換えでない」を謳った任意表示のみが広がったことで、上記にあげた消費者調査の結果が示すように、表示制度の本来の意図に反し、遺伝子組換え作物は「怖い・悪いイメージ」を与える要因の一つとなってしまいました。そして、現在検討されている「分別管理されたことを強調するための任意表示」も、「遺伝子組換えでない」表示と同様に安全誤認を引き起こす要因となることが強く示唆されました。

遺伝子組換えでない商品を求める消費者のニーズと選択肢は尊重されるべきだと思います。しかし、消費者に危ないと誤認させる表示では、自主的かつ合理的な選択のための表示とは言えません。表示によって遺伝子組換え食品の安全性に関して消費者が誤認し続ける状況は、長期的には遺伝子組換え食品に携わるあらゆる関係者にとって不利益になると考えます。

以上のことから、従来の「遺伝子組換えでない」や「遺伝子組換え原料の混入を防ぐため分別管理が行われたもの」等いくつかの新しい表示例を含め、遺伝子組換え原料の除外を強調するような任意表示については、安全性に関する誤認を招かないものとなるようご検討願います。

以上

※会員企業:シンジェンタジャパン株式会社、ダウ・アグロサイエンス日本株式会社、デュポン・プロダクション・アグリサイエンス株式会社、日本モンサント株式会社、バイエル クロップサイエンス株式会社、BASF ジャパン株式会社 (50 音順)

〈問い合わせ先〉  
バイテク情報普及会  
事務局長 熊谷 善敏  
TEL: 03-3525-4805(代表)  
e-mail: yoshiharu.kumagai@cbi-japan.com  
<https://cbijapan.com/>

## 添付資料1

### 遺伝子組換え表示(任意)に関する消費者調査(抜粋)

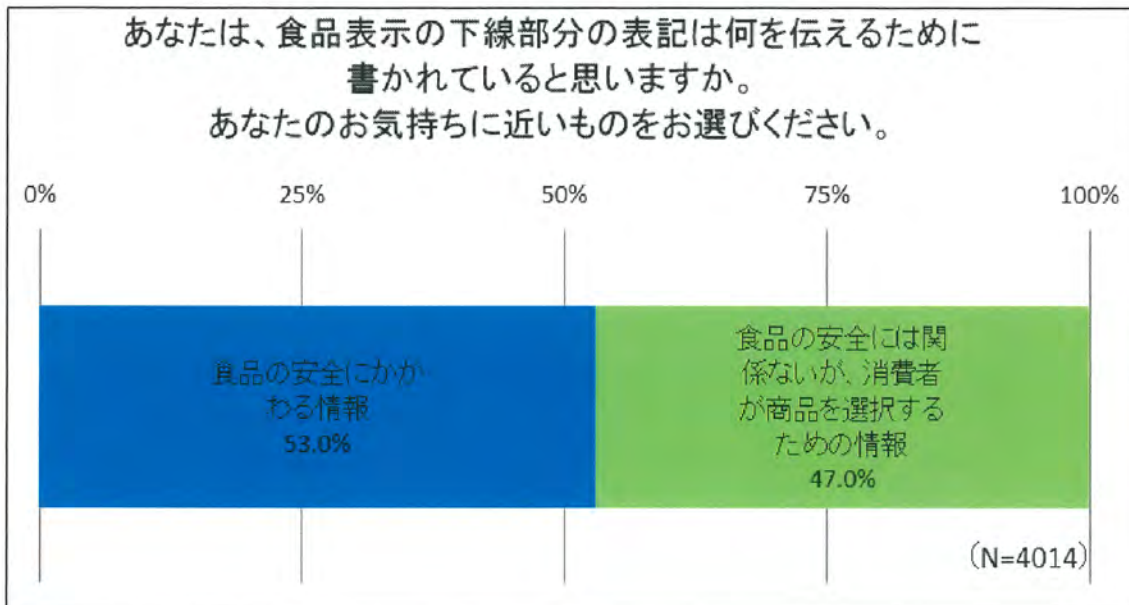
#### 調査概要

- 調査エリア: 全国
- 調査対象: 20~50代の男性、女性
- 調査規模: 約4,000サンプル
- 調査方法: インターネット調査
- 調査会社: 株式会社マクロミル
- 調査時期: 2018年9月下旬

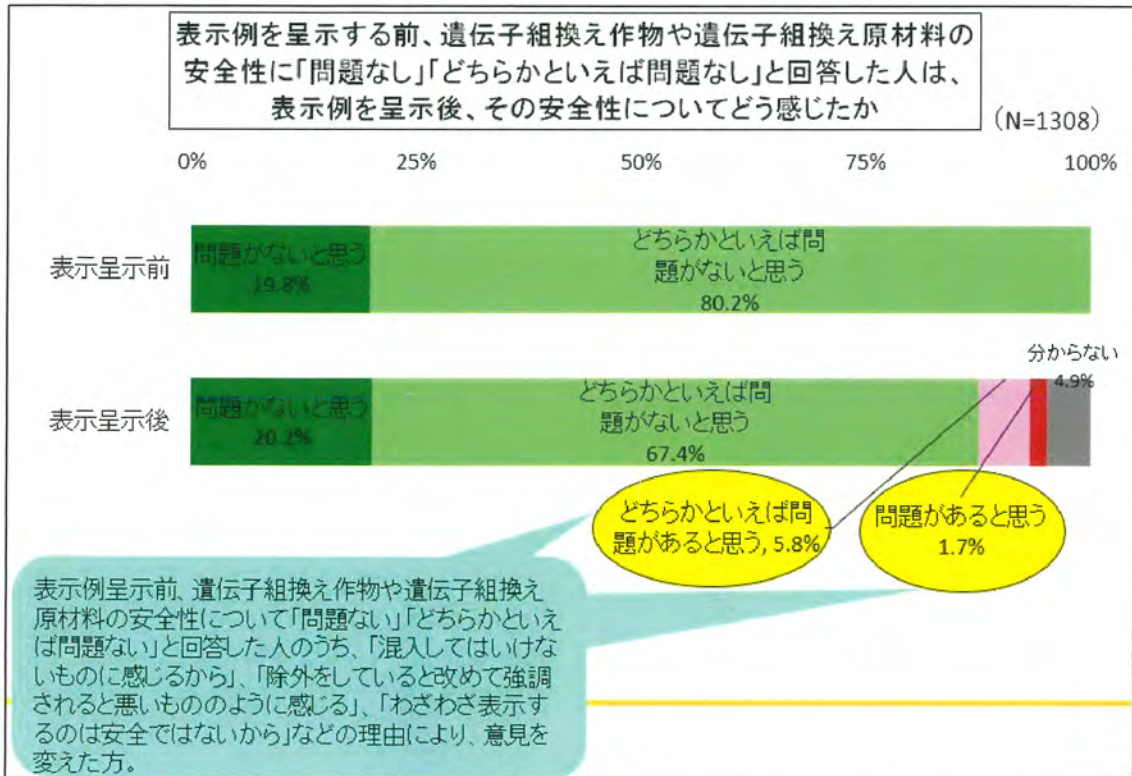
NO.	呈示した遺伝子組換えに関する表示例 8案
①	遺伝子組換え原材料の混入を防ぐため分別管理された大豆を使用しています。
②	遺伝子組換え大豆ができるだけ混入しないよう、生産・流通・加工の段階で適切な管理を行っています。
③	遺伝子組換え大豆ができるだけ混入しない原材料調達・製造管理を行っています。
④	大豆の分別管理により、できる限り遺伝子組換えの混入を減らしています。
⑤	遺伝子組換え原材料の混入を防ぐため分別管理されたもの
⑥	遺伝子組換えの混入を防ぐため分別
⑦	遺伝子組換え混入防止管理済
⑧	遺伝子組換えでない

#### 調査結果抜粋

- 遺伝子組換え新表示(任意)に対する意識



● 遺伝子組換え新表示(任意)の消費者意識への影響



詳細は、下記ウェブページをご覧ください。

<https://cbijapan.com/document/2201/>

## 添付資料2

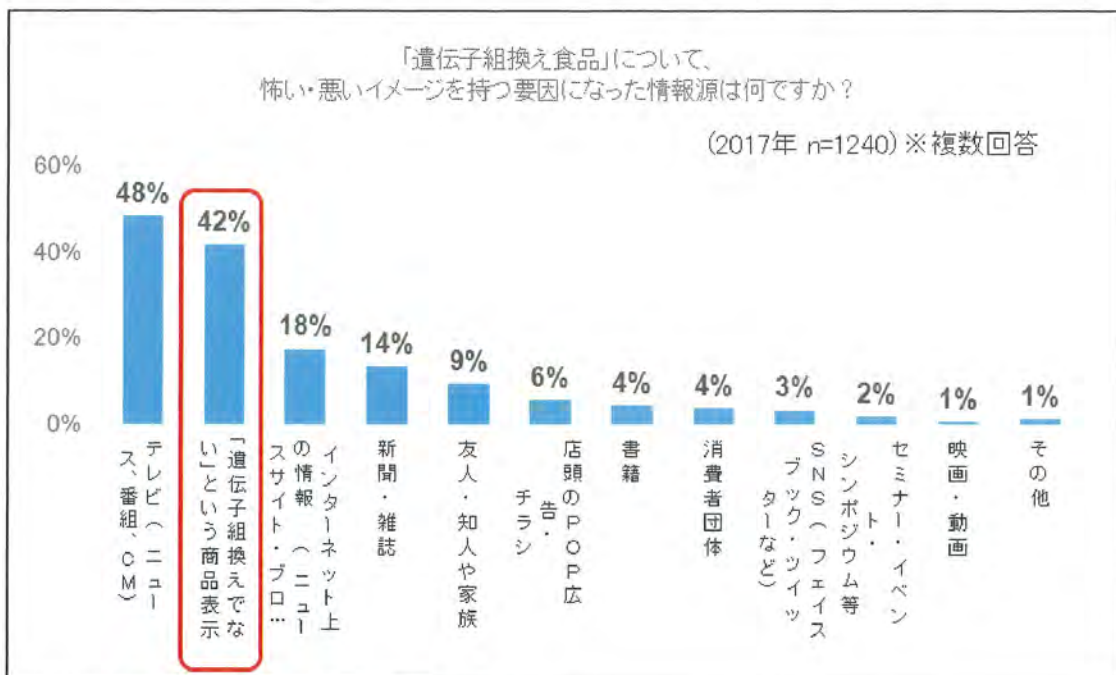
### 遺伝子組換え食品に対する消費者の意識調査(抜粋)

#### 調査概要

- 調査エリア： 全国
- 調査対象： 20～50 代女性(既婚者中心)
- 調査規模： 2,000 サンプル
- 調査方法： インターネット調査
- 調査会社： 楽天リサーチ株式会社
- 調査時期： 2017 年 10 月下旬

#### 調査結果抜粋

- 「遺伝子組換え食品」について、そのようなイメージを持つ要因になった情報源  
対象:「遺伝子組換え食品」について、怖い・悪いイメージがあると回答した 1,240 名



元の資料(下記)のデータをグラフ化したもの。

詳細は、下記ウェブページをご覧ください。

<https://cbijapan.com/document/1671/>