

はじめに

私たちの日々の生活に必要な不可欠な食品は、栄養素や美味しさとともに、安心や信頼を伝える情報とともに提供されるべきものである。特に、近年こだわりや由来さらには健康等に対する消費者の関心が高まる一方で、食品の生産から消費に至るいわゆるフードチェーンにおいて分業化・多段階化が進展したことから、消費者にとってこれら供給サイドが遠いところに位置づけられ、そのことが食品への不安や不信に繋がる傾向も見受けられる。

すなわち、こうした消費者ニーズに応え不安・不信を払拭するためには、食品に対する必要かつ適切な情報提供がますます重要となっている。

平成16年に制定された「消費者基本法」には消費者の8つの権利が規定されているが、「必要な情報を知ることができる権利」がその一つとして明記されている。また、「食品安全基本法」においては、食品の安全性確保に関する食品関連事業者の責務として一義的な責任を有するとともに、正確かつ適切な情報提供に努めることが規定されている。しかし、こうした法令に基づく以前に、食品供給サイドとして顧客の満足を得るための基本理念として、消費者が是非知りたい情報及び供給サイドから是非知ってもらいたい情報をきめ細かくかつ積極的に提供していくことが重要で、その結果両者の信頼関係が築かれることを認識する必要がある。

ところで、惣菜・弁当等の産業は、この半世紀で飛躍的に発展してきた。これは常に消費者ニーズを的確に把握し、それを日々たゆまぬイノベーションにつなげる努力をしてきた結果である。すなわち、家庭において食事を提供している母親が、大切な家族のために日々努力していることをその代替として務めてきたと言っても過言ではない。母親と家族の間に

は確固たる信頼が築かれているように、惣菜・弁当産業をはじめ食品を提供する者は常に顧客との間に強い信頼を築いておくことが大切であり、そのための手段としての必要かつ要望される情報を如何に伝えるかという重要性について常に認識しておくことが重要である。

現在、いわゆる外食や中食の分野は、情報伝達媒体としての表示制度において義務化が免除されている場合が多い。これは業態の特性からの措置であり、基本的には消費者から問われた場合には口頭等により正確な情報を適切に提供されることを前提としている。

当然のことながら、日常的に消費者(家族)への信頼確保の重要性を認識している企業(母親)は、法令に関わらず必要な情報の収集・管理及び提供についても的確になされていることも事実である。また、こうした情報提供システムが十分活用されるためには、消費者の理解と協力も不可欠となる。表示ルール等に対する学習の促進や、売り場等において提供される情報への関心度の向上、関心情報についての質問(一声運動)といった日常の取組を通じて事業者との一層のコミュニケーションを図ることが有効である。

本ガイドラインは、こうした消費者の理解と協力の下で、事業者が前向きな姿勢に基づき、表示等を通じて的確な情報提供を行うことにより、消費者に安心・信頼へ供与し、もって一層の信頼確保を得ることを期して作成したものであり、惣菜・弁当はもとより広範な分野において活用されることを願っている次第である。

宮城大学 食産業学部長

池戸重信