

平成 30 年 10 月 10 日

消費者委員会事務局

第 45 回食品表示部会において委員から出された意見（概要）

<表示の考え方、目的等について>

- 表示のもつ意味を消費者の安全確保と、自主的かつ合理的な選択機会の確保に分けて議論するとしても、簡単に優劣をつけて議論することには慎重であるべきで、それぞれに表示の一層の充実という理念との関係を考慮すべき。（菅委員）
- 食品表示をより充実させるために必要な社会の仕組みや技術に関して議論することもできるのでは。（菅委員）
- 安全性の確保、自主的かつ合理的な選択機会の確保という優先順位でよいと考えるが、それに従って表示された内容が消費者にとって活用できる表示ではないという点が課題である。（夏目委員）
- 表示と情報提供を現状の区別のままとするのか。訪日・在日外国人が増えている中、多くの方がスマホを持っており、ウェブによる表示が情報提供のままでよいのか。（夏目委員）
- 表示事項の目的（安全性確保、適切な商品選択、製品の識別など）と、利用場面（購入時、食べる時、回収時など）について、行政、事業者、消費者とで整理し、共有をしておく必要がある。（戸部委員）
- 表示には、商品に必ず表示すべき必須の表示事項と、消費者の商品選択の上で一部の知りたいという消費者のためにする表示事項がある（表示事項の優先順位）。（渡邊委員）
- 外食等、容器包装のない食品における食品表示のあり方や、ハンデキャップのある方（たとえば視覚等）にとって利用可能な食品表示のあり方も検討してはどうか。（菅委員）
- 消費者の関心が無いから表示しないと考えるのではなく、食品事故等が起こった場合の初期対応や追跡調査のために必須となる情報のため表示すべきとの観点も必要。（今村委員）
- 消費者としては、商品を手にとって、その場で表示を確認して、商品選択をすることが重要であり、それが求められている。一方で、食品表示を活用していない消費者が多くいることも事実であり、食品表示等に関する消費者教育の充実が必要。（澤木委員）

<分かりやすさ、見えやすさについて>

- わかりやすさの定義がない。検討にあたっては、科学的アプローチを採り入れてもよいのではないか。(池戸委員)
- 見え方を検討する上で、ユニバーサルデザインという観点も必要では。(松永委員)
- 「わかりやすい表示」の意味するものが、本体への表示を縮小する方向に働くことのないように注意する必要がある。(菅委員)

<インターネット、ウェブ等の活用について>

- 表示事項が多すぎる上、今後も制度改正が見込まれることから、事業者は疲弊し、消費者は提示される情報が多すぎて受け止めきれていないのが現状。このような不幸な状況を解決する手段として、ウェブでの表示は大きな役割を果たすのではないか。ウェブを利用した、より良い表示という観点からも検討すべき。(松永委員)
- ウェブの利用を普及させる環境整備とセットで行うことが有効であれば、ウェブによる表示もあり得るのではないか。(池戸委員)
- 表示のウェブ化、QRコードのほか、今後はAIも考えていく必要がある。(下浦委員)
- 食品表示におけるインターネットの利用について、小規模事業者ではウェブサイトも持っておらず対応することもできない企業も多数ある。タイムリーな情報提供が可能な事業者は限られている。(渡邊委員)

<消費者の意向について>

- 現在の食品表示は小さな黒い文字の羅列で、消費者がその方にとって重要なこととそれほど重要でないことを区別するのは難しいため、分かりやすくすべき。そのために何を選ぶかを議論するには何らかのエビデンスが必要。(安達委員)
- 安全性にかかわる事項を容器包装から外すべきではないが、消費者の選択に資する情報に関しては、よりわかりやすい表示という観点から、裏付けのある国民の声を消費者の意向としてしっかり把握した上で議論すべき。(宗林委員)
- 「平成 29 年度食品表示に関する消費者意向調査」(消費者庁)の結果のみを以て、消費者の意向と整理することは難しいのではないか。調査対象が少なくなっても、もう少し丁寧なヒアリングを行う方法もあり得るし、専門機関などを用いて調査した結果を踏まえて議論するという方法もある。(樋口委員)

(備考)

- は前回(第 45 回)食品表示部会における発言、●は会議後に提出された意見に基づく。