

食品表示の全体像にかかる課題から解決策までの整理

課題	対応	具体的手段(解決策)	実施に向けて克服すべき点、留意事項等
<原因>「情報過多(表示事項が多すぎる上、消費者に提示される情報が多すぎる)」			
○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。			○安全性の確保と、自主的かつ合理的な選択機会の確保に分け、簡単に優劣をつけて議論することには慎重であるべき。
	○どこかでしっかり情報が得られるのであれば、必ずしも容器包装上の表示でなくとも、代替手段があればよい。(対面販売と同等と見做すことも可能なため)		
	○表示項目を減らすしかなく、そのために義務の表示事項と、知りたい人に届ける任意の表示事項に分ける。		○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。
			○表示と情報提供の区別のみとした上で、ウェブによる表示は情報提供のままではよいのか。
	○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、共有する。		○表示の機能の中には、平時と緊急時でそれが持つ意味合いが変わるものがある。
			○全ての消費者に関心がある事項のみを義務化して、一部の消費者の関心が高い事項を表示義務から外するのは難しいのでは(例えば、アレルギー表示)。
			○表示、情報提供、広告の境界線をどう考えるか。
	○食品の安全性を確保するために情報がなければならない。		○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。
	○ウェブでの表示は大きな役割を果たす。	○表示のウェブ化、QRコードやAIの活用。	○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。
		○ICタグを搭載した包材の利用。	
	○ウェブの利用を普及させる環境整備とウェブによる表示をセットで行う。		○タイムリーな情報提供が可能な事業者は限られている。(事業者の規模により実行可能性に差異があるため)
			○消費者が自らにとって重要なことかどうかを区別するのは難しいことから考えても、取捨選択にあたってはエビデンスが必要。
<結果>「分かりにくい」			
1. みづらい(見やすさの欠如・不足)	○わかりやすさの定義に向けて、科学的アプローチを導入。	○ユニバーサルデザインの導入。	
2. 理解しづらい(理解しやすさの欠如・不足)		○マークの活用	
3. 考慮すべき対象者			
○訪日・在日外国人			
○視覚機能の弱い方(色弱の方、高齢者等)			
<その他> (結果に起因)			
○食品表示をより充実させる必要がある。			○必要な社会の仕組みや技術の整備について要検討。
			○(安全性の確保と、自主的かつ合理的な選択機会の確保に分けるとしても、)各々表示の一層の充実という理念との関係を考慮すべき。
○食品表示を活用していない消費者が多い。	○食品表示等に関する消費者教育の充実が必要。		
<今後検討を要する事項>			
1. 消費者の意向 ○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。 ○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。			
2. 事業者の意向 ○事業者の実現可能性について調査する必要があるのではないか。			
3. その他 ○実際の表示事例を確認しながら検討すべき。			