

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のでは?)」			
○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。
			○(安全であることは前提なので)自主的かつ合理的な選択機会の確保のための表示こそ正確に伝わらないといけないのでは。
	○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)	○データベースを構築し、一部は容器包装上の表示と重複しても、事業者が掲載したい情報を掲載してウェブ上で入手できるようにする。	○購入時、食する時など必要となるタイミングが異なること、またそれぞれで必要となる主体が異なる場合もあることに留意する必要がある。 ○消費者対応窓口等のルートも必要では。
	○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。 ○どの表示項目を必要とするか、または見たいか、については個人差がある。
			○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ぬ。		○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、二次元バーコードや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。 ○ウェブも利用する場合は、容器包装上の一括表示以上の詳細な情報を載せるべき。
		○ICタグを搭載した包材の利用。	○食品に対応できるタグは膨大なコストがかかる。
	(○理解しやすいマークの導入。)	○マークの活用。	○理解するには普及が必要。 ○表示するためある程度の面積が必要。 ○食品表示以外のマーク(例えばリサイクル)も同時に考慮すべき。
	○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。
(○情報量に対して表示スペースが小さくなりすぎている。)	(○表示スペースを増やす。)		○商品自体も表示などと同じく情報である。
<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。 ○多くの情報を伝える手段、方法を改善する。	○ユニバーサルデザインの導入。 ○表現方法の改善	○ユニバーサルデザインの考え方を導入するのであれば、できることから取り組むなどの方が必要。 ○文言の改善による情報量削減は難しいのでは。
2. 理解しづらい(理解しやすさの欠如・不足)			
3. 考慮すべき対象者			
○訪日・在日外国人	○翻訳技術の発達により、表示の読み取り技術による工夫が可能。	○マークの活用。	
○視覚機能の弱い方(視覚特性のある方、高齢者等)	○コントラストを明確にして、色の違いを区別できるようにする。		○視覚機能が極端に弱い方への表示も検討すべき。
<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。		○ウェブによる表示となった場合、消費者が利用できるか。
<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くても、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。 ○検討にあたって時間軸を導入すべき。 ○中食、外食なども食品表示としての検討対象とすべき。			
			(備考) 前回(第48回)からの変更箇所は斜字となっている。