

食品表示の全体像にかかる 論点整理と今後の議論に関する 提案(私案)

平成31年3月13日

部会長 受田 浩之

<視認性が低い>

- 表示面積と情報量との関係を考慮(ユニバーサルデザインの観点を導入)
⇒ 空間的情報量(文字に関する部分)を19%以下に規定
+ 安全性に関する表示を目立たせる。
⇒ 困難であれば表示面積を拡大する。

<表示可能面積の限界>

- (現行)表示可能面積150cm²以下 ⇒ 8ポイントを5.5ポイントに
同 30cm²以下 ⇒ 原材料表示、遺伝子組換え表示等省略可
補助的情報の提供手段としてWebを活用
⇒ さらに今後も予想される表示情報の増加や高齢者の視認性向上に対応するため、広告としての活用から食品表示としての活用を図るため、Webにおける表示基準を設ける。

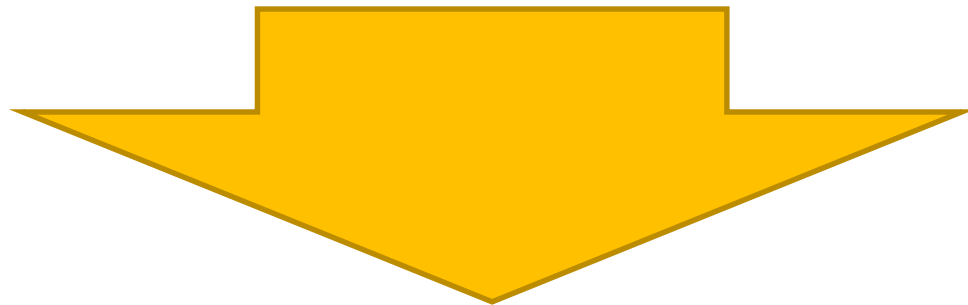
【表示項目に優先順位(容器表示とWeb表示への仕分け)を付けることについて】

Codexに準拠することの必要性、現状の表示が十分に機能しているという意見、さらには購買時点のみならず、消費するタイミング等の様々な状況における手軽な情報提供の必要性から、慎重であるべきとの意見があった一方、将来的にはその必要性も考慮すべきとの意見もあった。

その際には、事業規模に対応した実行可能性についても議論の必要性がある。

優先順位を付して容器表示とWeb表示へ仕分ける前提として、Webにおける情報提供と容器表示のあり方についての十分な議論が求められる。さらにその情報提供の方法として、インターネット販売や中食・外食にも適用可能な汎用性を付与できないだろうか。

ここまでの議論は「視認性」を中心に行ってきたが、これに加えて「理解のし易さ」についても検討していく必要がある。



～今後の議論についての提案～

- 1) Webでの情報提供を表示として位置付ける(まずは補助的手段)。
- 2) 視認性に加え、理解のし易さに対する改善を図る。
(ピクトグラム、マーク等の利活用)
対象 … 高齢者、視覚機能の弱い方、訪日外国人や外国人居住者 等
- 3) インターネット販売や中食・外食への展開を検討する。
- 4) 理解度向上に向けた普及・啓発や消費者教育について検討する。