

(資料1)

食品表示の全体像にかかる これまでの議論の整理と 課題の解決に向けて

平成31年4月26日
消費者委員会事務局

<これまでの議論の整理>

<食品表示の問題点>

- 安全性、自主的・合理的な選択の機会の確保のための表示内容が、消費者にとって十分に活用できる表示になっていない。
- 義務となっている表示内容に対し、製品包装における表示スペースが小さくなりすぎている。 ⇒単純な情報過多ではない。

その結果…

- ・表示が見つらい、理解しづらい（**分かりにくい**）。
- ・食品表示を活用していない消費者が多くいる。
- ・食品表示のより一層の充実を求める声がある。

<食品表示をより一層充実させるべき>

消費者にとって活用できる
表示にするには

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。



きちんと情報が得られるなら、必ずしも容器包装上の表示でなくてもよい。
⇒補助的情報手段としてのWebの活用



食品表示の活用に関して、Webでの表示は大きな役割を果たす可能性がある。
Webの利用・普及環境の整備と、Webによる表示をセットで行う。

安全性の確保と、自主的かつ合理的な選択機会に分け、簡単に優劣をつけて議論することには慎重であるべき。

表示事項には、平時と緊急時で持つ意味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。

ユニバーサルデザインの導入等、多くの情報を伝える手段、方法で改善する。

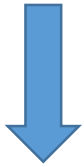
消費者としては、商品を手にとって、その場で表示を確認して、商品選択をすることが重要である。

タイムリーな情報提供が可能な業者は限られている。

<課題解決に向けて(その1)>

(意見)

ユニバーサルデザインの導入等、多くの情報を伝える手段、方法で改善する。



一括表示部分を分かりやすくするために、視認性と一括表示面積に関して、現状を確認する必要がある。



課題解決の考え方

- ① 視認性を向上させるために、市場における製品の一括表示のデザイン、フォント及びサイズ等の情報量(空間的信息量)に関して調査する。
- ② 食品表示をより一層充実させるため、表示可能面積に対する一括表示面積の割合を調査し、一括表示部分の拡大の可能性について検討する。

⇒ 一括表示部分の拡大を可能とするルール(ガイドライン)について検討する。

現状の制度の延長線上にある対応案だが、一括表示部分の拡大が困難な場合には、さらに別の対応案が必要。

<課題解決に向けて(その2)>

(意見)

きちんと情報が得られるなら、必ずしも容器包装上の表示でなくてもよい。

⇒補助的情報手段としての
Webの活用



一括表示部分の拡大に限界がある中で、表示内容の一層の充実を目指すには、何らかの補助的な情報提供手段の活用が必要となる。



<一括表示面積の限界への対応>

(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

★当該商品における視認性の低さ、及び情報の提供不足はこのままで良いのか？

課題解決の考え方

表示可能面積において、一括表示部分の拡大(デザイン、面積等)ができない場合は、補助的情報提供手段としてWebを活用する。

⇒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、また、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。その際に、現時点で有効にWebを活用して情報を提供している外食、中食、加工食品の例を参考にする。

<備考:積み残し課題と具体的解決策>

- 訪日・在日外国人への分かりやすさ改善
⇒技術の発展による外国語への翻訳対応やピクトグラムの活用
- 視覚機能の弱い方への対応
⇒デザイン(コントラストの明確化、配色への配慮)による改善やピクトグラムの活用。