

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

令和元年5月23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…

- ・表示が見づらい、理解しづらい。
(文字サイズ、レイアウト、フォント等の問題で、消費者が見て分かりにくい)
- ・食品表示を活用していない消費者も多くいる。
(平成29年度食品表示に関する消費者意向調査(消費者庁)の結果によれば、義務表示の各項目に対して、「表示を確認しない」「必要ない」という人が10~40%の幅で存在する。)
- ・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

表示項目が多くて分かりにくいなら、減らすという考え方もある。そのためには、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、という考え方を入れたらどうか。

その上で

対面販売のように、購入の際に知りたい(必要な)情報がきちんと得られるなら、必ずしも容器包装上の表示でなくてもよいのではないか。

具体的には

食品表示の活用に関して、補助的情報提供の手段としてWebでの表示が大きな役割を果たす可能性がある。
将来的には、Webの利用・普及環境の整備と、Webによる表示を整える必要がある。

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のではないか。

分かりやすさの定義に向けて、科学的アプローチが有効ではないか。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、方法で改善できる可能性もある。

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、商品を選択することが重要である、との声も多い。

タイムリーな情報提供が可能な業者は限られている。

そうではなく

その前に

しかしながら

<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、方法で改善できる可能性もあるのではないか。



食品表示を取り巻く現状等をまず整理する。現状の一括表示部分に関して、視認性と一括表示面積に関する調査を行う必要がある。



課題解決の考え方

- ① 視認性に関して、現在流通する商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)を把握するための調査が必要。
- ② 食品表示をより一層充実させるための物理的制限である、表示可能面積に対する一括表示面積の割合に関して、現在流通する商品の調査が必要。

⇒ 上記①、②及びさらに必要とされる内容について、消費者庁に調査を依頼。

現状の制度の延長線上にある対応案だが、まずは現状を把握し、得られた結果を今後の検討材料とする。もし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)

購入の際に知りたい(必要な)情報がきちんと得られるならば、必ずしも容器包装上の表示でなくてもよいのではないか。



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、Web等の補助的な情報提供手段の活用が必要ではないか。



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、補助的な情報提供手段としてWebを活用することを検討する。

⇒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」の可能性を検討するため、現状における優良な事例を調査し、その情報を基にどのような具体的情報提供のあり方が考えられるかを検討する。

< 今後検討すべき課題 >

- 訪日・在日外国人への分かりやすさを改善
⇒ 新規技術による外国語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。