

食品表示の全体像に関する報告書

～消費者に、より活用される食品表示とするための今後の方向性～

令和元年 8 月
消費者委員会 食品表示部会

目次

はじめに.....	1
第1 食品表示制度とそれを取り巻く環境.....	2
1. 現行の食品表示制度	2
2. 食品表示を取り巻く環境	2
第2 食品表示に対する消費者の意向と改善に向けて	4
1. 消費者から見た食品表示	4
(1) 消費者の意向の把握.....	4
(2) 消費者の食品表示に対する不満	4
① 現行表示に対する不満.....	4
② 改善に向けての意見.....	5
2. より良い食品表示に向けて	9
(1) 消費者に対して食品表示はどうあるべきか.....	9
(2) より良い食品表示とは.....	9
第3 食品表示に係るこれまでの整理及び関連する情報	11
1. これまでの整理.....	11
(1) 食品表示一元化検討会.....	11
(2) 食品のインターネット販売における情報提供の在り方懇談会	11
2. 関連する情報.....	12
(1) 国際的な食品表示の動向.....	12
(2) ユニバーサルデザインの活用	12
(3) Radio Frequency Identifier の活用.....	13
第4 消費者に活用される食品表示とするために	14
1. 活用される食品表示とするための考え方.....	14
2. 分かりやすく活用される食品表示とするための前提条件	15
(1) 「分かりやすさ」の定義に向けた科学的アプローチに基づく調査	15
(2) ウェブを用いた食品表示を検討するための現状調査.....	15
3. 分かりやすく活用される食品表示とするための取組	15
(1) 「いわゆる一括表示」の視認性向上	15
(2) ウェブを用いた食品表示の可能性	16
(3) 今後想定されるスケジュール	16
第5 誰一人取り残さない将来に向けて.....	18

おわりに.....	18
別表 「食品表示の全体像」に係る審議一覧	19

はじめに

食品表示とは、食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしていることに鑑み、販売の用に供する食品に関する表示について、基準の策定その他の必要な事項を定めることにより、その適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図るとともに、国民の健康の保護及び増進並びに食品の生産及び流通の円滑化並びに消費者の需要に即した食品の生産の振興に寄与する目的で食品に表示される事項のことである。

食品表示については、食品衛生法（昭和 22 年法律第 233 号）、JAS 法（昭和 25 年法律第 175 号）及び健康増進法（平成 14 年法律第 103 号）の 3 法においてそれぞれ定められていたが、目的が異なる三つの法律にそれぞれの目的に則してルールが定められていたために、制度が複雑で分かりにくいものとなっていた。そのため、上記 3 法の食品の表示に関する規定を統合し、食品の表示に関する包括的かつ一元的な制度を創設するものとして、食品表示法（平成 25 年法律第 70 号。以下、「法」という。）が策定された。

法制定に当たって消費者庁が開催した「食品表示一元化検討会」¹における議論の結果、「情報の重要性の整序」、「表示の見やすさ（見付けやすさと視認性）」、「義務表示の範囲」等の横断的課題について一定の整理がなされたほか、個別表示事項の検討が積み残し課題とされた。

その後、消費者庁での検討を踏まえ、消費者委員会に対し、「加工食品の原料原産地表示」や「遺伝子組換え表示」の個別表示制度に関する諮問が同庁から行われたが、そのうち「加工食品の原料原産地表示制度に係る答申書」（平成 29 年 8 月 10 日付け）を発出した際に、「義務表示の増加に伴い、製品上に表示する文字がかなり多くなっている。加工食品の原料原産地表示も含めて、今後、義務化される表示が増えれば、状況は更に深刻化し、消費者が安全性に係わる表示を見落としてしまう要因にもなりかねない。」とする付帯意見が出された。

このような状況の下、2018 年 5 月 31 日開催の第 275 回消費者委員会において、食品表示部会における審議事項に関し、「食品表示を取り巻く現状等について整理しつつ、消費者のニーズにも十分留意した上で、食品表示の全体像について検討する」こと、具体的には、「一括表示の表示事項間における優先順位」、「インターネットを活用した表示の可能性を含む、ウェブ上における情報提供と従来の容器包装上の表示との組合せ」を中心に検討することが了承された。

この了承に従って第 45 回食品表示部会以降 9 回の検討を行い（別表参照）、食品表示の全体像に関して現状の整理を行い、課題を抽出した。それに基づいて、今後の方向性についての提言と具体的方針を取りまとめたので、その結果を報告する。

¹ 食品衛生法、JAS 法、健康増進法の統合を検討するため、消費者庁において 2011 年 9 月から計 12 回開催された。

第1 食品表示制度とそれを取り巻く環境

1. 現行の食品表示制度

食品表示に関する具体的な表示のルールは、食品表示基準（平成27年内閣府令第10号）で定められており、食品の製造、加工（調整及び選抜を含む。）若しくは輸入を業とする者（当該食品の販売をしない者を除く。）若しくは食品の販売を業とする者又はこれらの者のほか食品の販売をする者（以下、「食品関連事業者等」という。）に対しては、食品表示基準の遵守が義務付けられている（法第5条）。

食品表示基準によって加工食品に義務付けられている表示事項においては、販売の際に表示が必要になる事項として、「名称」、「保存の方法」、「消費期限又は賞味期限」、「原材料名」、「添加物」、「内容量又は固形量及び内容総量」、「栄養成分の量及び熱量」、「食品関連事業者の氏名又は名称及び住所」、「製造所又は加工所の所在地及び製造者又は加工者の氏名又は名称」が定められている。また、一定の要件に該当する場合に表示が必要な事項として、「アレルゲン」、「L-フェニルアラニン化合物を含む旨」、「遺伝子組換え」、「原料原産地」、「原産国」、「乳児用規格適用食品である旨」等が定められている。

2. 食品表示を取り巻く環境

包装容器に入れられた加工食品の場合、これらに表示すべき義務表示事項は原則として一括で表示する必要があるため、消費者は一括で表示された部分（以下、「いわゆる一括表示」という。）を見ることで必要な情報を得ることができる。「いわゆる一括表示」で消費者に提供される各表示事項は、基本的には「安全性に関わる事項」と「消費者の選択に資する事項」に分けることができる。「アレルゲン」、「L-フェニルアラニン化合物を含む旨」、「消費期限又は賞味期限」、「保存の方法」等が安全性に関わる情報、それ以外の事項が消費者の選択に資する情報であると整理する考え方を目にする機会が多い²。

「いわゆる一括表示」をめぐる環境については、2015年4月に施行され、2020年3月末で経過措置期間が終了する新たな食品表示制度（添加物・アレルギー表示の改善、栄養成分表示の義務化）や、2017年9月に施行され、2022年度で経過措置期間が終了する食品表示基準の一部改正（加工食品の原料原産地表示制度）等、将来的には「いわゆる一括表示」の表示事項における情報量の増加は避けられない状況にある。なお、消費者庁が農林水産省と共催した「加工食品の原料原産地表示制度に関する検討会」の中間取りまとめにおいて、「できるだけ多くの原材料を義務表示の対象とすることが望ましく、製品に占める重量割合が上位2位、3位までの原材料を対象とすべき」との意見が示されたように³、「更に詳細な情報を求める」との声があったことも事実である。

一方、現時点でも消費者は食品の「いわゆる一括表示」に関して不満を持ち、

² 「食品表示一元化検討会報告書」7頁の2（3）ウ（ア）。

³ 「加工食品の原料原産地表示制度に関する検討会中間取りまとめ」11頁の4（1）イ。

かつ、それを十分に活用しているとは言い難い状況がある中で、前掲の答申における付帯意見でも指摘されたように、今後更に情報量が増加すると、状況は更に深刻化して消費者が安全性に関わる表示を見落とす可能性も考えられる。

加えて、食品関連事業者等は容器包装リサイクル法に基づく表示等を行う義務に対応し、お客様窓口等を通じて消費者の要望や意向を取り入れた、調理方法等の利便性向上のための情報提供も行うなど、消費者から求められる情報は「いわゆる一括表示」以外も含めて増える傾向にある。

また、我が国の食品表示基準に大きく影響を与えるものが、コーデックス規格である。コーデックス規格とはコーデックス委員会⁴において定められた国際食品規格のことである。包装食品の表示に関するコーデックス一般規格の「用語の定義」にて、「表示」とは、販売又は処分を促進する目的でなされたものを含む、ラベル上にあるか、食品に添付されているか若しくは食品の近傍に掲示されているあらゆる記載、印刷物又は図をいう。」と規定されており、食品表示基準において規定された食品表示も含まれる。さらに、「義務的情報の提示」の「概要」において、「包装食品におけるラベルは、容器から分離することのない方法で貼付されなければならない。」と規定されており、食品表示に関しても包装容器に直接表示するか、又は貼付することになる。

「包装食品の義務的表示」には、表示が施されている食品について示さなければならない義務的表示として、「食品の名称」、「原材料一覧」、「正味量及び固形量」、「名称及び所在地」、「原産国」、「ロット識別」、「日付表示及び保存方法」、「使用上の注意」の8表示事項が規定されている。なお、コーデックス規格があったとしても、各国が国内法にて独自の食品表示基準を作ることは可能である。しかし、「貿易の技術的障害に関する協定」⁵において、WTO加盟国は関連する国際規格又はその関連部分を強制規格の基礎として用いる(第2条4)ことが基本的ルールとされており、食品安全やその表示に関して、WTOはコーデックス規格を国際規格としているため、加盟国間でWTOによる紛争となった場合、コーデックス規格による判断が優先されるとした判例⁶が出ていることから、コーデックス規格と異なる部分がある加盟国独自の食品表示基準は不整合と判断される可能性がある。

⁴ コーデックス委員会は、国連食糧農業機関(FAO)と世界保健機関(WHO)によって1963年に設立された国際的な政府間機関であり、その目的は「消費者の健康保護」、「公正な食品貿易の確保」とされている。

⁵ WTO加盟国の規制等で用いられる強制規格や任意規格を国際規格に整合化していくことで、規格による不必要な国際貿易上の障害を排除し、公正で円滑な国際貿易が実現することを目的とした協定。通称TBT協定という。

⁶ 2002年にペルーが申立国、EUが被申立国となったイワシの表示に関する紛争。ただし、輸入国側の国内法令に抵触する部分が問題となるため、紛争となるケースはかなり限定された状況となる。

第2 食品表示に対する消費者の意向と改善に向けて

1. 消費者から見た食品表示

(1) 消費者の意向の把握

消費者が現在の食品表示について知りたい情報を確認する際に不便に感じている点や、より分かりやすく、活用しやすいものにするために必要だと思っていることを把握すること等、食品表示に対する消費者の意向を把握することは、本検討を行う上で不可欠である。根拠となるデータに関しては幾つかあるが、調査対象者が1万人と多く、継続的な調査が行われているために今後の変化を見ることも可能な点を評価して、消費者庁が実施した「食品表示に関する消費者意向調査」の結果（以下、「消費者意向調査結果」という。）を採用するのが望ましいと考えられた。今回の検討においては、（検討開始時の）直近のデータとして平成29年度分の結果を用いている。

(2) 消費者の食品表示に対する不満

消費者意向調査結果から、以下のことを読み取ることが可能である⁷。

① 現行表示に対する不満

販売の際に表示が必要となる図1に挙げた10表示事項に関しては、「文字が小さくて見にくい」、「表示事項が多すぎて見にくい」、「容器包装の底面など目立たないところに表示されているため見つけにくい」といった「見づらさ」への不満が、「名称」、「保存方法」、「消費期限又は賞味期限」、「原材料名」、「添加物」、「内容量又は固形量及び内容総量」、「栄養成分の量及び熱量」、「食品関連事業者の氏名又は名称」の8表示事項において50～75%という値を示し、残りの「製造所又は加工所の所在地及び製造者又は加工者の氏名又は名称」、「輸入業者の氏名又は名称」においても約50%という値を示した。一方、「不便ではない」、「確認していない（見ていないためわからない）」といった具体的な不満を感じていない者も、全表示事項において35～55%存在している（図1参照）。

一定の要件に該当する場合に表示が必要となる「アレルギー」、「L-フェニルアラニン化合物を含む旨」、「遺伝子組換え」、「原料原産地」、「原産国」、「乳児用規格適用食品である旨」の6表示事項においては、「文字が小さくて見にくい」、「表示事項が多すぎて見にくい」、「容器包装の底面など目立たないところに表示されているため見つけにくい」といった「見づらさ」への不満が、全ての表示事項で35～55%の値を示した。一方、「不便ではない」、「確認していない（見ていないためわからない）」といった具体的な不満を感じていない者は、全表示事項において50～65%存在しており、「原料原産地」を除き「見づらさ」に不満を持つ者より多かった（図2参照）。

⁷ 本項及び図1～3で用いた設問に関しては、各項目に対して複数回答が可能なため、合計で100%とはならない。

全ての食品表示事項において、10～20%の者が、現行制度上やむを得ないことではあるが、「表示されていない商品がある」、「表示方法が異なる商品があるため困惑する」と回答している。

② 改善に向けての意見

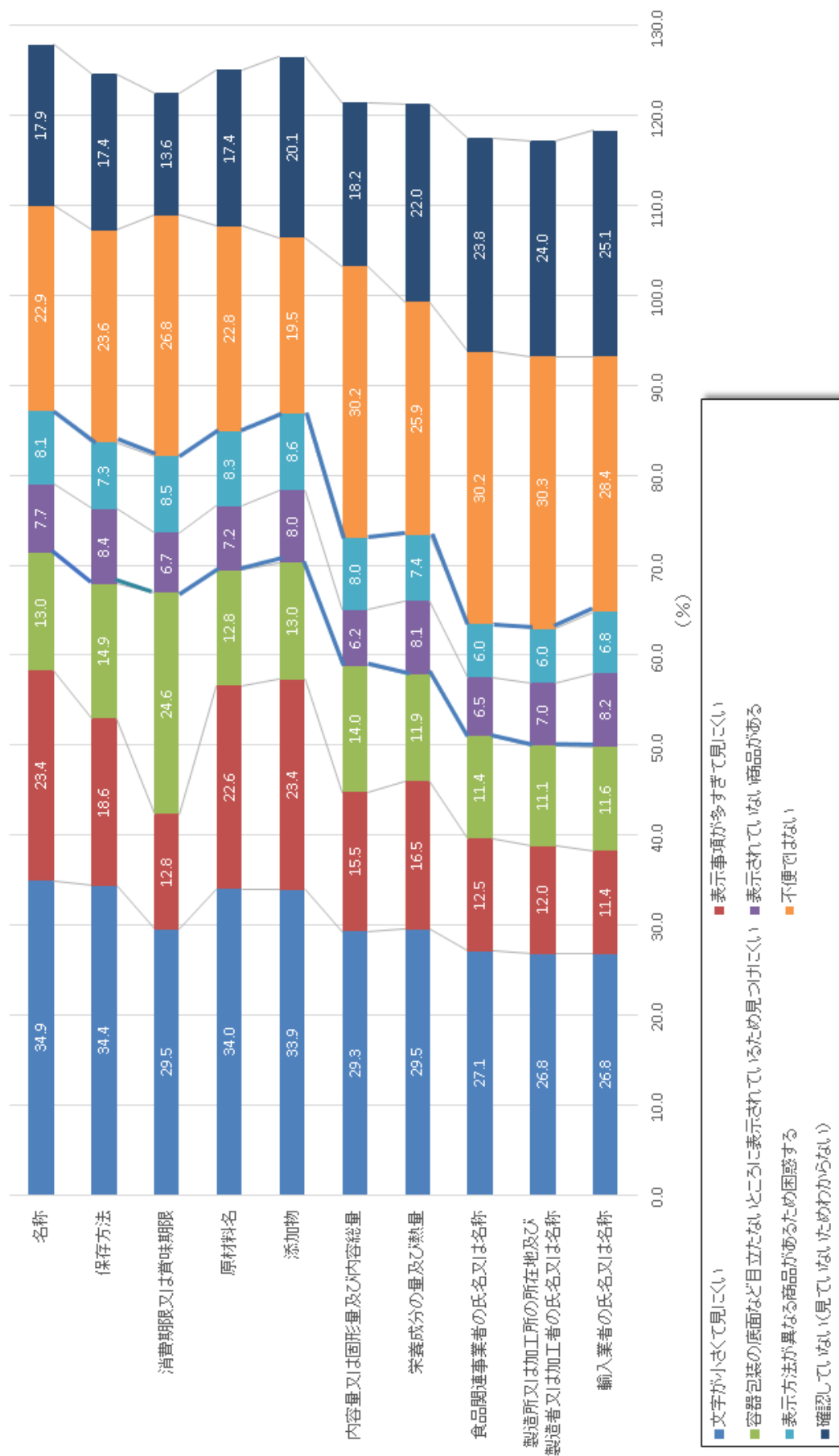
「表示をより分かりやすく、活用しやすいものにするために必要だと思うものは何か」という設問において、「情報量を絞り、文字を大きくする」とする回答が39.2%と最も多かった。これを受けて、「表示の文字を大きくするために容器包装上の表示情報量を絞り、別の方法で情報提供をする場合、どの情報を絞るか、また、絞った情報をどのような方法で提供するか」と問うたところ、販売の際に表示が必要となる10表示事項全てにおいて「必ず容器包装に表示してほしい」とする回答が35～65%と最も多かった。

一方、同設問で「ウェブ上に掲載する（ウェブサイト⁸のURL、QRコード⁹等）」が10～30%で「内容量又は固形量及び内容総量」以外の9表示事項において2番目に多かった。「提供しなくてよい」とする回答は10～25%であった（図3参照）。

⁸ ここでは引用した図3における選択肢の表現をそのまま使用。文中ではウェブとしている。

⁹ ここでは引用した図3における選択肢の表現をそのまま使用。文中では二次元バーコードとしている。

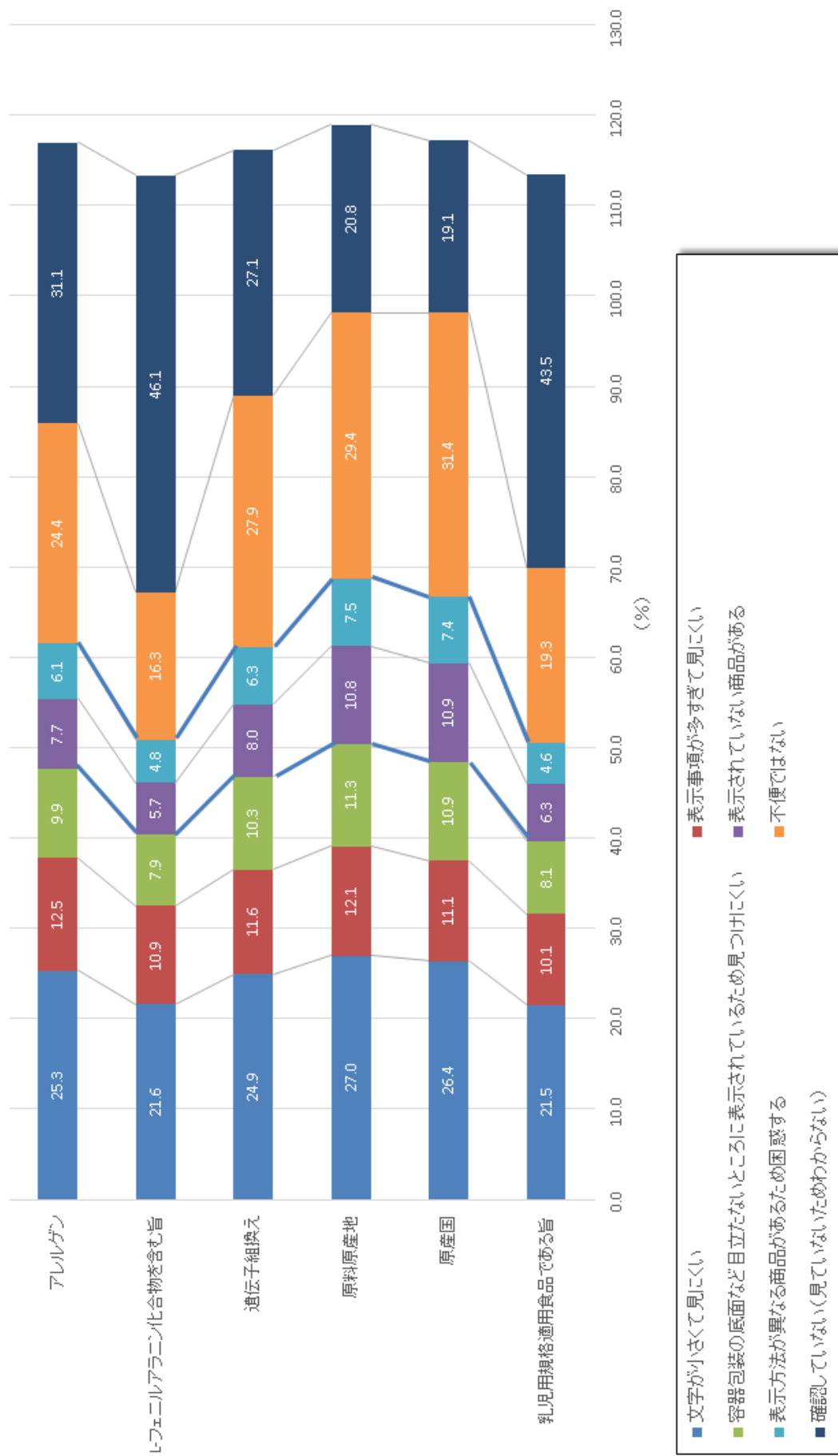
設問：加工商品の容器包装に表示された「食品表示」について、知りたい情報を確認する際に不便を感じる点をお選びください。



(注)各項目に対して複数回答が可能のため、合計で100%とはならない。

図1 販売の際に表示が必要となる食品表示事項に対する消費者の不満

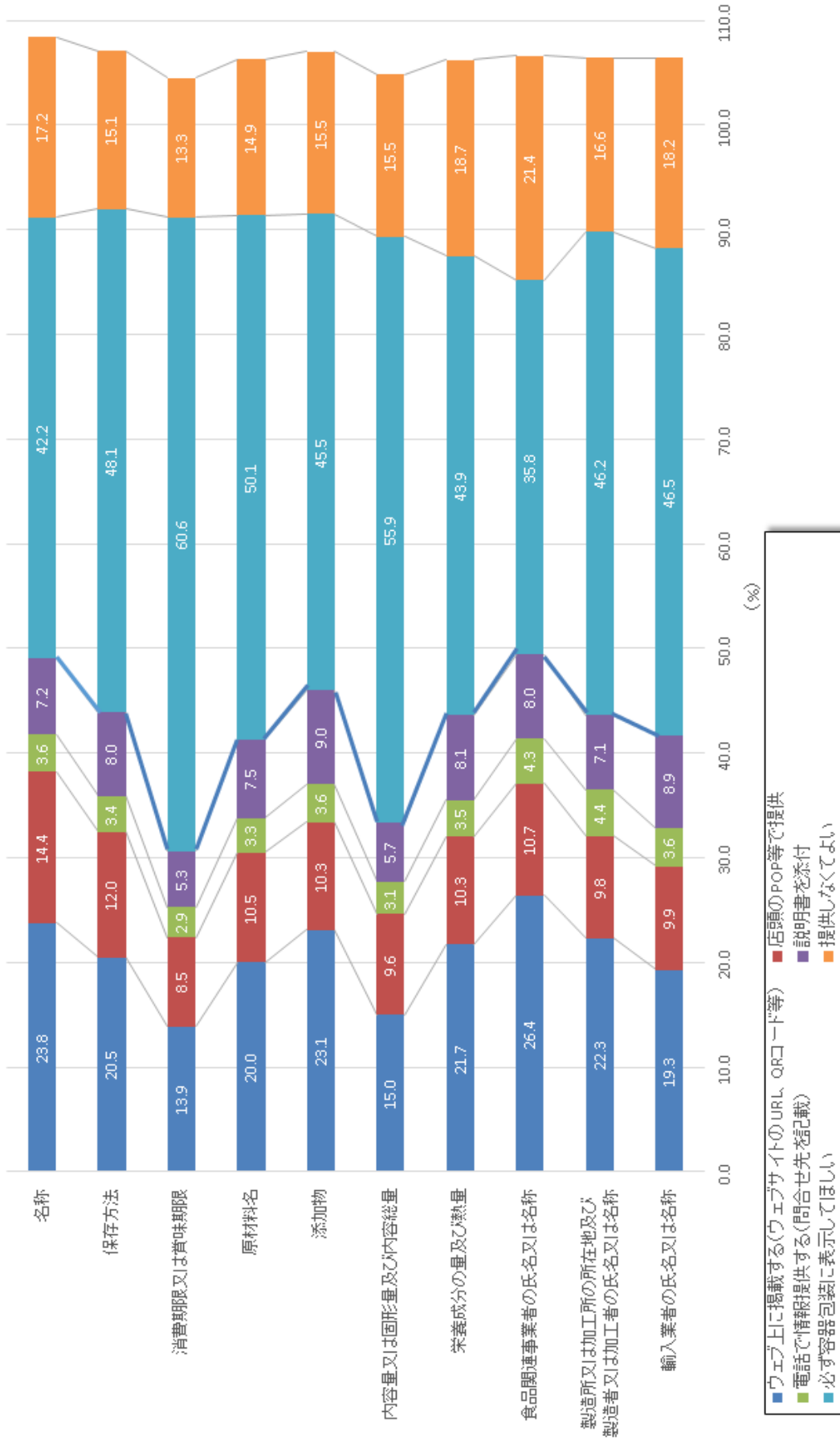
設問：加工商品の容器包装に表示された「食品表示」について、知りたい情報を確認する際に不便を感じる点をお選びください。



(注)各項目に対して複数回答が可能のため、合計で100%とはならない。

図2 一定の要件に該当する場合に表示が必要となる食品表示事項に対する消費者の不満

設問：もし、表示の文字を大きくするために容器包装に掲載する情報量を絞り、別の方法で情報提供をする場合、どの情報を絞るべきだと思いますか。
 あなたが少しでも情報量を絞ってもよいと思うものについて、絞った情報を提供する方法としてよいと思う方法をお選びください。



(注)各項目に対して複数回答が可能のため、合計で100%とはならない。

第45回食品表示部会 資料3より引用

図3 表示の文字を大きくするために絞るべき情報とその提供方法

2. より良い食品表示に向けて

(1) 消費者に対して食品表示はどうあるべきか

- ① 消費者意向調査結果から、以下に示す2点が現状において解決されるべき食品表示に関する課題であると考えられた。
 - (ア)「いわゆる一括表示」に含まれる各表示事項に対して、「確認していない」という人が10～50%の幅で存在する(図1、2参照)ことから、現在の「いわゆる一括表示」の表示事項の中には消費者に十分活用されていない表示事項も存在すること。
 - (イ)「いわゆる一括表示」に関しては、そのデザイン、フォント、文字サイズ等や情報量に起因する見づらさへの不満を持つ人が35～75%の幅で存在する(図1、2参照)こと。
- ② 一方で、上記①の課題に関する対策の検討過程において、「食品を選択するために更なる情報の提供を求める等、食品表示のより一層の充実も求められている」という課題も明らかになった。

(2) より良い食品表示とは

上記(1)で示した課題を解決すべく、「食品表示一元化検討会報告書」(平成24年8月9日、消費者庁)において、分かりやすい食品表示の実現を目指すこととされ、「見やすさ」と「理解しやすさ」を持つ表示になっているか否かの視点をもって検討を行う必要がある、とされていたことを受けて¹⁰、消費者委員会から今回の検討の主たるテーマとして示された「一括表示の表示事項間における優先順位」、「インターネットを活用した表示の可能性を含む、ウェブ上における情報提供と従来の容器包装上の表示との組合せ」に重点を置いて検討を行った。

検討の過程において委員から出された主な意見は次のとおりである。課題解決のための方策として、以下のような意見が出された。

- ・「いわゆる一括表示」の表示事項が多くて分かりにくいのであれば、義務とする表示事項を減らすという考え方もある。そのために、義務である表示事項と、知りたい人に届けるための任意である表示事項に分けるといった考え方を取り入れてはどうか。
- ・対面販売のように、消費者が購入の際に知りたい(必要な)情報をその場で得ることができるのであれば、必ずしも容器包装上に表示しなくてもよいのではないか。
- ・表示事項の一部を容器包装上に表示しないのであれば、食品表示の活用に関して、補助的情報提供の手段としてウェブ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、ウェブの利用・普及環境の整備と、ウェブによる表示を整える必要があるのではないか。

¹⁰ 「食品表示一元化検討会報告書」2頁、6頁。なお、同報告書においては「分かりやすい」を「わかりやすい」と記述していた。

一方、これらの意見への懸念や留意点として、以下のような意見が出された。

- ・「いわゆる一括表示」の表示事項を、安全性の確保と、自主的かつ合理的な選択の機会の確保に分け、簡単に優劣をつけて議論することには慎重であるべきである。
- ・「いわゆる一括表示」の表示事項には、平時ではそれほど重要には見えなくても、事故発生時等の緊急時には必要かつ重要な意味を持つものがある。
- ・一部の消費者のみで関心が高い表示事項を、調査結果等に基づき義務表示事項から外すべきではない。
- ・容器包装上の表示を減らすことを考える前に、まず分かりやすさの定義に向けて科学的アプローチを行うことが有効ではないか。ユニバーサルデザインの導入等、多くの情報を分かりやすく伝える手段、方法を取り入れれば、改善できる可能性があるのではないか。
- ・消費者としては、購入時に商品を手にとって、その場で表示事項を確認して、商品を選択することが重要である、との声も多い。
- ・食品関連事業者等としては、ウェブ上での情報提供や内容更新をタイムリーに実施できる者は限られており、対応不可能な者も多い。

このように出された意見を両論として整理した上で、今後の方向性について検討を行うこととした。

第3 食品表示に係るこれまでの整理及び関連する情報

1. これまでの整理

食品表示の全体像について検討する上で、参照すべき過去の検討会や懇談会の報告書のうち、重要と考えられる関連内容は次のとおりである。これらは、過去の検討結果を尊重し、検討の重複を避ける目的で、今回の審議過程において報告が行われた。

(1) 食品表示一元化検討会

「食品表示一元化検討会報告書」において、新しい食品表示制度の在り方として、「表示の見やすさ（見付けやすさと視認性）」という項目が設定され、以下の内容が示されている¹¹。

今後、高齢化が進展する中で、高齢者の方々がきちんと読み取れる文字のサイズにすることが特に必要であり、このような観点からも、文字を大きくすることの必要性は高いと考えられる（文字のサイズについて、現行では原則8ポイント以上とされている。）。

このため、現行の一括表示による記載方法を緩和して一定のルールの下に複数の面に記載できるようにしたり、一定のポイント以上の大きさを商品名等を記載している商品には義務表示事項も原則よりも大きいポイントで記載するなど、食品表示の文字を大きくするために、どのような取組が可能か検討していく必要がある。

このことから、「いわゆる一括表示」の文字サイズを大きくすることによる視認性向上が重要である、とされた。

また、インターネット販売における食品の情報提供の在り方についても、その役割の重要性とともに、消費者のニーズを踏まえつつ、専門家を交えて検討を重ねることが必要である旨が示された¹²。

(2) 食品のインターネット販売における情報提供の在り方懇談会¹³

「食品のインターネット販売における情報提供の在り方懇談会報告書」（平成28年12月13日、消費者庁）において、提言として、「食品のインターネット販売における情報提供の在り方」の中で以下の内容が示されている¹⁴。

事業者は、消費者が購入時に食品の義務表示事項と同等の情報の内容を確認できるような環境を整備することを目標としつつ、「4. 情報提供の促進のための取組」を参考に、段階的に情報提供の取組を推進し、義務表示事項に係る情報提供を拡大していくことが望ましい。

¹¹ 「食品表示一元化検討会報告書」8頁の2（3）エ。

¹² 「食品表示一元化検討会報告書」15頁の3（2）。

¹³ 消費者がより快適な環境下でインターネット販売を利用できるよう、事業者の情報提供に係る自主的な取組や消費者の求める情報を調査し、参考となる事例等を周知すべく、2015年12月から10回開催された。

¹⁴ 「食品のインターネット販売における情報提供の在り方懇談会報告書」23頁の5.（1）。

このことから、食品関連事業者等が食品のインターネット販売を行うに当たっては、義務表示事項に係る情報だけではなく、価格や商品の内容などの多様な消費者ニーズにも配慮することが重要である、とされた。

2. 関連する情報

今回の審議過程における有識者に対するヒアリングにおいて得られた情報は、食品表示の全体像を検討する上で重要であると認識されることから、ヒアリング時の説明内容に基づき整理を行った。

(1) 国際的な食品表示の動向

コーデックス規格と食品表示の国際的な動向を正確に理解する目的でヒアリングが行われた（第45回食品表示部会）。

包装食品の表示に関するコーデックス一般規格による、いわゆる容器縛りが存在するが、義務的表示として規定されていない情報の提供に関しては容器縛りの対象外となる。このような事例として、WTO加盟国である米国において2016年7月29日に制定されたバイオ工学食品情報開示法がある。全国で販売されるバイオ工学食品について、遺伝子組換えに関する情報提供手段として「スマートフォンで読み込める二次元バーコードを容器包装に付してインターネット上で詳細を明らかにすること」をその選択肢の一つとして認めている¹⁵。

(2) ユニバーサルデザインの活用

「いわゆる一括表示」の視認性向上のための手段とも考えられる、「ユニバーサルデザイン」とはどのようなものであるかを正確に理解する目的でヒアリングが行われた（第47回食品表示部会）。

ユニバーサルデザインとは、「障がいの有無、年齢、性別、人種等にかかわらず、多様な人々が利用しやすいよう、都市や生活環境をデザインする考え方であり、概念的で標準化された基準がない。見にくい、分かりにくい、伝わらない、といった「分かりにくさ」は、内容の複雑さやデザインの制約、情報過多等によって起こり、「見やすい、分かりやすい」というのは「分かりにくさの要因」を取り除いた状態のことである」との説明であった¹⁶。

食品の表示についての独自の実験を評価・分析した結果、食品表示の「分かりにくさの要因」は、「文字（書体）」、「情報量」、「レイアウト・デザイン」の3点であり、以下のような指摘がなされた。

○文字（書体）に関しては、肉体的機能の低下やパッケージの経年変化、見る際の悪環境等といった好ましくない状態でも視認性が高いもの、数字の判読性が高いもの、文字が密集しても可読性が高いものといった食品表示に適し

¹⁵ それ以外にも、我が国の製造所固有記号の応答義務の事例がある（食品表示基準第3条第1項の表の製造所又は加工所の所在地の項3参照）。

¹⁶ 第47回食品表示部会 資料1。なお、説明においては「分かりやすさ、分かりにくさ」等を「わかりやすさ、わかりにくさ」等と記述していた。

た文字選びが必要である。

○情報量に関しては、印刷された部分と背景に分け、印刷部分の紙面に対する割合を情報量と定義（後の部会における議論においては「空間的情報量」として整理、表現）した場合、A4サイズ1枚を基準に、本情報量が19%を超えると実験参加者の過半数が読みたくないと回答したとの報告がある。情報量を減らす手段としては、文章を箇条書きにする、過剰な表現をなくす等の適切な処理の組合せが挙げられる。ただし、食品のパッケージは製品により大きさが異なり、様々な形状が存在するため、視認しやすさの分岐点となる情報量に関しては今後の研究が必要である。

○レイアウト・デザインに関しては、文字の変形度合いが強く、行間が狭ければ狭いほど読みにくい、読みやすい行の長さがある、といったことが明らかになっており、これらを考慮したレイアウト・デザインとすることが必要である。

また、上記3点とは別に、色彩設計に関しては、多様な色覚者に配慮して、色がしっかりと識別できる配色にすることが重要となる。

(3) Radio Frequency Identifier の活用

「いわゆる一括表示」の視認性向上に向けて参考となる技術である Radio Frequency Identifier（以下、「RFID」という。）とはどのようなものかを正確に理解する目的でヒアリングが行われた（第48回食品表示部会）。

RFIDとは、ID情報を埋め込んだRFタグから、電磁界や電波などを用いた無線通信によって情報をやり取りするもので、一般的にICタグのことを指し、ICチップとアンテナが基本構造となる¹⁷。

しかし、食品表示への活用を考えると、タグに紐付ける情報を格納するためのデータベースが必要となる。「そのための大規模なデータベースを構築することができるのか、そして、それをどの主体が運用するのか」、「現在のバーコード等や各社が個別に保有する関連データを活用してデータベースを構築するのか」、「既存のデータでカバーできない部分をどうするのか」、「どこまでの情報を包材に残すのか」等、課題が多いという認識である。

現時点では、ICタグに搭載できる情報量は48～96桁程度であり、ICタグでさえ、「いわゆる一括表示」の情報全てを載せることは難しいこと、また食品の場合、周辺環境が80℃からマイナス40℃程度まで幅広くなっており、現在のICチップではその温度変化に耐えられる性能を有するものはなく、それを新たに開発すると仮定すれば単価が数千円となる可能性が高いことから、

¹⁷ ICタグは一般的に、流通面において、工場生産した段階で加工食品を含む製品にタグを貼り付けることにより、その後の配送ルート上の物品の動きを追跡することができるため、生産の合理化を図ることが可能となる。また、履歴情報の面で、移動、加工の各段階におけるトレーサビリティが実現できる。さらに、物品管理の面では、図書館やビデオライブラリーなど、物品が大量にあって、それを管理する必要がある場所での利用が期待されている。

技術面、コスト面からハードルが高く、その実現は現時点においては難しいと判断せざるを得ない。

第4 消費者に活用される食品表示とするために

1. 活用される食品表示とするための考え方

第2 2. (1)において抽出された、食品表示における課題をいかに解決すべきかの議論を重ねた結果、「いわゆる一括表示」部分の「分かりやすさ」について科学的根拠に基づく客観的な定義が定まっておらず、改善すべき要素も明確ではないことが明らかになった。その定義に向けた科学的アプローチが必要であること、消費者の意向に関しても消費者意向調査結果だけでは検討の土台となるエビデンスが不十分であること等が明らかとなり、第3において得られた情報等も踏まえると、消費者委員会からの検討指示（はじめに 参照）に対する現時点における結論として以下2点が導き出された。

- (1) 「いわゆる一括表示」の表示事項は、平時と緊急時といった使用時の状況や、その表示事項を必要としている消費者の態様などによって重要性がその都度変わり得ること等から、優先順位について、全ての消費者にとっての重要性は一致しない。したがって、例えば第1 2. で示したように、安全性に関わる表示事項と消費者の選択のための表示事項といった分け方により表示事項間で優先順位をつけて、容器に表示する事項と容器以外に表示する事項とに仕分けることには慎重であるべきである。
- (2) 現行、容器包装上に表示することが義務付けられている表示事項について、全てか一部かはさておき、ウェブ等を活用した表示（以下、「ウェブ上の表示」という。）を容器包装上の表示の代用として認めるためには、①ウェブ上の表示と、いわゆる容器縛りとの整合性（ウェブ上の表示の位置付け）、②法等関連法令の改正要否の検討、③義務表示事項の再検討、④具体的な情報提供の手段と技術的な検証（情報画面の規格等、情報量と分かりやすさの問題）、⑤食品関連事業者等の実行可能性（食品関連事業者等全体では、どこまでが対応可能か、また猶予期間やサポート体制等の検討が必要ではないか）、⑥国際整合性、といった多くの整理すべき課題が存在することから、その実現に向けては、これらの課題の克服状況も踏まえながら引き続き検討を行っていく必要があると考えられる¹⁸。

なお、この点については、食品表示のより一層の充実を図るという観点から、現時点において表示事項間で優先順位をつけて仕分けた上で、ウェブ上の表示を推進する方向で検討を進めるべき、との意見もあった。しかし、食品関連事業者等が商品切替え時等において、市場で販売されている商品全てでウェブ上の表示情報との同等性を確保すること等の実行可能性という観点や前述の理

¹⁸ ①から⑥については、第56回食品表示部会資料2の記述を一部改変。

由から、現状でウェブ上の表示を方向付けることは困難、との結論に至ったものである。

2. 分かりやすく活用される食品表示とするための前提条件

第3 1. で示したものをはじめとする、過去に報告された幾つかの報告書や調査の結果も参考にしつつ議論を進めた結果、「いわゆる一括表示」部分の「分かりやすさ」の科学的根拠に基づく定義のために、現状把握を優先的に行うよう、具体的には以下のようなきめ細かい調査を実施することを提言するものである。

(1) 「分かりやすさ」の定義に向けた科学的アプローチに基づく調査

「分かりやすさ」の定義を明確にするために、また、より詳細な利活用の実態や問題点等を把握するために、次の調査を実施すべきである。

○現行商品の「いわゆる一括表示」部分に関する調査（表1における調査1）

表示可能面積に対する「いわゆる一括表示」面積の割合の把握、視覚機能の弱い方を含めた消費者にとって、「いわゆる一括表示」のどのような点が見づらいのか、「いわゆる一括表示」の表示事項を消費者がどの程度、なぜ見ていないのか、具体的にどの表示事項を見ていないのか、多様な色覚者に配慮した配色であるか等、現状の問題点及びその他の利活用実態等の確認・把握を目的とする。

○空間的情報量に関する調査（視認性）（表1における調査2）

「いわゆる一括表示」のデザイン、フォント、文字サイズ等の情報量の把握を目的とする。加えて、「いわゆる一括表示」以外の部分の面積も視認性に影響を与えるため、必要に応じてこれも調査する。

(2) ウェブを用いた食品表示を検討するための現状調査

現在一部の食品関連事業者等によって行われているウェブを用いた情報提供は、（食品表示基準における）食品表示という扱いとはされておらず、広告としての活用が主である。しかし、アレルギー表示や栄養成分表示等の「いわゆる一括表示」事項に関して、容器包装上の表示に加えて、ウェブを用いて容器包装上の表示以上に詳細な情報提供を行っている食品関連事業者等も見られる。そのため、次のような調査を実施すべきである。

○ウェブでの補助的情報提供の優良事例に関する調査（表1における調査3）

ウェブの活用実態として、広告としての活用と、補助的な食品表示としての活用について、どのような事例があるのか現状把握を行うこと、また、ウェブを用いた情報提供に関する事例を収集し、優良事例をピックアップして今後の検討材料とすることを目的とする。

3. 分かりやすく活用される食品表示とするための取組

(1) 「いわゆる一括表示」の視認性向上

上記2.（1）の調査結果を踏まえ、「分かりやすさ」に大きな影響を及ぼす要素（デザイン、フォント、文字サイズ等）とはどのようなものかを分析し、検討の前提となる「分かりやすさ」の定義をデータ等を用いた形で客観的に評価できるようにした上で、消費者が十分に利用していない表示事項を中心に、消費者により活用されるために「いわゆる一括表示」の視認性をどのように改善するか、の具体的な検討が行われるべきである。

また、表示可能面積に対して「いわゆる一括表示」の面積が占める割合に関しては、調査結果を分析した上で、明確化された「分かりやすさ」の定義に従って、表示可能面積中の「いわゆる一括表示」の占める面積の拡大可能性についても考慮しつつ、十分な検討を行うべきである。

（2）ウェブを用いた食品表示の可能性

上記2.（2）の調査結果を踏まえ、様々な方策が考えられるが、次のような段階的アプローチの考え方を中心に検討が行われるべきである。ただし、ウェブの利活用の必要性があるか等の消費者の意向や食品関連事業者等の実行可能性を、各段階で検証することが前提となる。

第1段階として、「容器とウェブによる「いわゆる一括表示」事項の併用表示」による、視覚機能の弱い方のような継続的に脆弱な消費者や、被災者のような一時的に脆弱な消費者の双方への対応、食品のインターネット販売、さらには中食・外食等への利活用についても検討する。

第2段階として、「ウェブによる食品表示の補完」による、消費者が更に知りたい情報や、食品関連事業者等が更に知らせたい情報の提示について検討する。

第3段階として、ウェブによる食品表示を法の義務表示とする必要があるかを十分検討した上で「いわゆる一括表示」の表示事項ごとに容器とウェブとで完全に分けて情報を提供する、「容器とウェブによる「いわゆる一括表示」の棲み分け」について検討する。ただし、第2段階から第3段階に移行するためには、上記1.（2）で示した多くの課題が整理・解決されたことを確認した上で、先に記した必要性等に関する消費者の意向や、消費者がウェブを活用するための機器、通信等の環境条件整備、食品関連事業者等の実行可能性に加え、第2段階の市場への浸透状況等を十分に確認した上で実施されることが望ましい。

（3）今後想定されるスケジュール

上記1. 及び2. を中心に検討されることになる、食品表示の全体像に係る今後のスケジュールについては、以下表1も想定される。今後、義務化される表示が増えることも想定した上で、実際の調査へ計画的に着手することが求められる。

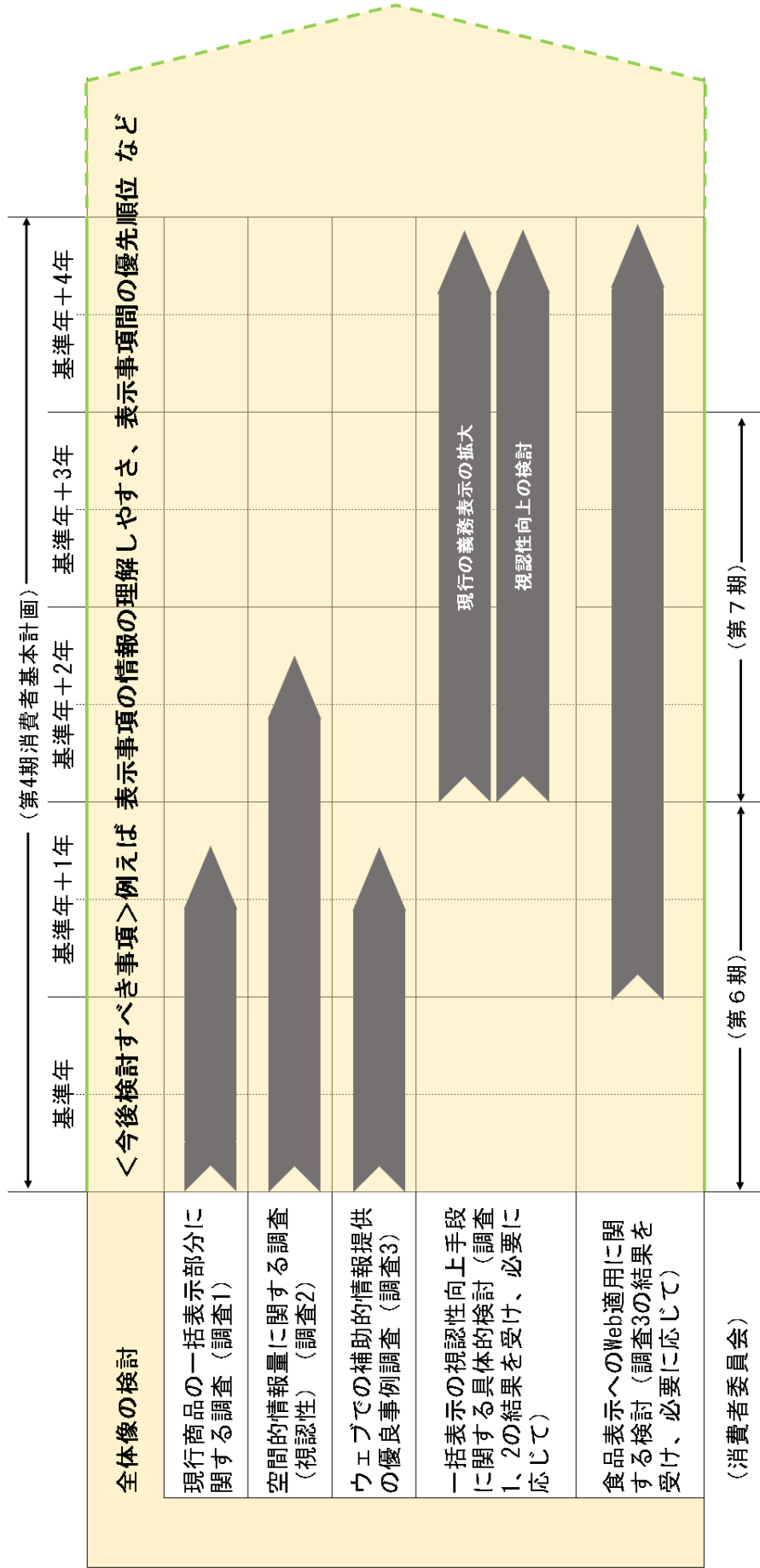


表 1 今回検討された内容に関して今後想定されるスケジュール (第54回食品表示部会 資料2-3を改変)

第5 誰一人取り残さない将来に向けて

第4 3.(2)に示したように、分かりやすく活用される食品表示とするための取組は、継続的か一時的かを問わず脆弱な消費者は無論のこと、小規模な食品関連事業者等も含め、誰一人取り残さない視点を有することが重要である。この取組を通して、消費者と食品関連事業者等が食品表示に関して意見や知恵を出し合い、相互に影響を与え合うことで、現在国を挙げて推進しているSDGs¹⁹の、17ある目標の一つである「つくる責任 つかう責任」の実現につながっていくことが期待される。

また、この取組によって食品関連事業者等に対して対応を期待するだけでなく、消費者基本法の理念にあるように、消費者が自ら進んで消費生活に関して必要な知識を取得し、必要な情報を収集する等、自主的かつ合理的な行動に努めることの一助になることも期待される。

おわりに

法においては、その目的として、「食品に関する表示が食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしていることから、販売される食品に関する表示の適正を確保することで、一般消費者の利益の増進、国民の健康の保護及び増進（中略）に寄与すること」と第1条において規定されており、その目的を着実に遂行するためにも、今後それを必要とする消費者にとって活用される食品表示となっていくことが望まれる。

また、今回の検討の過程において十分な議論ができなかった課題、例えば、表示事項の情報に関する理解のしやすさ、表示事項間の優先順位、食品関連事業者等の表示に関する意向等に関しても今後調査、検討していくことが必要であり、そのためにも、法を所管する消費者庁においては、関係省庁とも緊密に連携しつつ、必要に応じて民間事業者等の協力も得ながら、実態把握のための詳細な調査を速やかに行うことが望ましい。さらに、消費者への食品表示に関するより一層の普及啓発を行うことも望まれる。

本報告書は現時点までの議論によって整理された内容に基づくものであることから、将来的に、実態把握のための調査結果を踏まえ、熟議の上で、食品表示が消費者、食品関連事業者等の両者にとって良い方向に改善されることを期待するものである。

¹⁹ SDGsとは、2015年9月の国連サミットで採択された「Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）」の略称。

「食品表示の全体像」に係る審議一覧

第 45 回	2018 年 8 月 30 日	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒアリング（コーデックス規格について） ・今後の議論の進め方と論点の整理
第 46 回	2018 年 10 月 10 日	<ul style="list-style-type: none"> ・報告（食品表示一元化検討会報告書等について） ・報告内容等を踏まえた議論
第 47 回	2018 年 11 月 8 日	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒアリング（ユニバーサルデザインについて） ・ヒアリング内容等を踏まえた議論
第 48 回	2018 年 11 月 27 日	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒアリング（表示内容増加に対応した包材と関連技術：RFID） ・報告（食品のインターネット販売における情報提供の在り方懇談会の検討経緯等について） ・ヒアリング内容等を踏まえた議論
第 52 回	2019 年 3 月 13 日	<ul style="list-style-type: none"> ・「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」（部会長私案）に基づく議論
第 53 回	2019 年 4 月 26 日	<ul style="list-style-type: none"> ・報告（外食等におけるアレルギー情報の提供の在り方検討会中間報告について） ・報告内容等を踏まえた議論
第 54 回	2019 年 5 月 23 日	<ul style="list-style-type: none"> ・取りまとめに向けた議論
第 56 回	2019 年 7 月 5 日	<ul style="list-style-type: none"> ・取りまとめに向けた議論 ・報告書骨子案について
第 57 回	2019 年 8 月 1 日	<ul style="list-style-type: none"> ・報告書案について