

# 食品表示とは

◎食品表示は、食品の提供サイドと消費者を結ぶ情報伝達媒体であり、両者間の**信頼の絆(きずな)**。

◎表示の機能を活かすには、**①消費者が知りたいことや②消費者に知ってもらいたいことを③分かりやすく伝えること**。

◎食品表示のルールを**健全な食生活の実現等**のために活用するのは主として「消費者(お客様)」。

⇒事業者は、「**食品＋情報**」を価値として考え、情報としての表示のルールについては、少なくとも**消費者以上に理解しておくことが必要**。

◎事業者は、食品表示に関して法令の方向だけではなく、一義的には**消費者の方向**を注視すべき。

# 食品関連事業者等にとっての「食品表示」

食品関連事業者にとっての「食品表示」は、以下の理由により、**きわめてやっかいな位置づけ**

- ① **ルールが多岐にわたり、法的基準も膨大**（「食品表示基準」は23万字以上、「Q&A」は40万字以上、ガイドライン等含めると更に）
- ② **ルールは常に追加・修正**（最近2年間で9基準が追加・修正）
- ③ **新製品や取り扱う製品が変わる度に表示を作成・見直しが必要**
- ④ **アレルギー、原料原産地等の表示に必要な情報の収集管理が困難化**
- ⑤ **違反した場合、直罰が科せられることもあり、罰則も軽くない**（懲役、罰金も最大3億円）。自主回収（リコール）による**公表等による社会的信頼の失墜や取引への影響も懸念**

## 主な積み残し課題の対応状況

◎ 機能的表示食品制度における  
機能的関与成分の取り扱い

◎ インターネット販売の表示

→以上、ガイドライン等で対応

◎ 加工食品の原料・原産地表示→基準

◎ 遺伝子組換え表示→基準

● 添加物表示→基準・一部検討中

□ 情報の重要性の整序→「全体像」

□ 「異種混合」の定義

▽ 実効ある栄養表示制度 等

# 「食品表示の全体像に関する報告書」の概要

## 背景

- 義務表示の内容増加に伴い、製品上に表示する文字が多くなっている。
- 今後、義務化される表示が増えれば、状況は更に深刻化し、消費者が安全性に関わる表示を見落とす可能性もある。

## 目的

- 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以下の点を中心に検討。
  - ①表示事項間の優先順位
  - ②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

## より良い食品表示に向けて

- 安全性、自主的・合理的な選択の機会の確保のための義務表示（一括表示）だが、「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、一括表示を「確認していない」という人が一定数存在し、消費者に十分活用されていない項目も存在する。
- 同調査の結果によれば、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。
- 一方で、食品を選択するために更なる情報を求める等、食品表示のより一層の充実も求められている。

## より良い食品表示とは

- 購入時に必要な情報を得られればよいので、一括表示事項の優先順位付けを行い、容器とそれ以外の媒体に分割表示。
  - ⇒表示に優劣をつけることは慎重であるべき、状況によって表示の重要度は変わる、消費者の関心が低い項目を外すべきではない、容器縛りとの整合性（食品表示法等関連法令改正の可否）等の課題や反論。
  - ⇒科学的アプローチによる、分かりやすさの定義付けと視認性向上が先では。
- 補助的な情報提供手段としてのウェブの活用の可能性
  - ⇒食品関連事業者等の実行可能性や、適時な情報更新等の問題。

## 活用される食品表示とするための考え方

- 表示事項は、状況や必要とする消費者の態様によって重要性がその都度変わること等から、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、現時点で優先順位により表示項目を容器と容器以外とに仕分けることには慎重であるべきである。
- ウェブによる食品表示に関しては、整理すべき課題が多く、引き続き検討を行うべきである。

## 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

- 「分かりやすさ」の定義に向けて、科学的アプローチに基づく調査が必要。
- ウェブによる食品表示を検討するために、現状を把握する調査が必要。

## 分かりやすく活用される食品表示とするための取組

### ◆科学的アプローチによる、現行製品の一括表示部分に関する調査

- 表示可能面積に対する一括表示面積の割合の把握
- 一括表示のデザイン、フォント、文字サイズ等の空間的情報量の把握
- 一括表示の見づらさによって、表示内容のどの項目を見ていないか等、現状の問題点、及びその他の利活用実態等の確認・把握

### 調査結果を踏まえ、必要に応じて義務表示の視認性向上手段を検討

### ◆ウェブ上での補助的な情報提供に関する優良事例調査

- 広告としての活用と、食品表示としての活用の現状把握
- 分かりやすい情報提供に関する参考事例の収集

### 調査結果を踏まえ、ウェブによる食品表示の可能性に対し、段階的なアプローチを検討（※各段階で必要性等の消費者の意向、食品関連事業者等の実行可能性を検証。第3段階については、第2段階の浸透状況等も見て判断）

- 第1段階：脆弱な消費者への対応、及び食品のインターネット販売等への利活用
  - ⇒ 容器とウェブの併用表示
- 第2段階：消費者が更に知りたい、食品関連事業者等が更に伝えたい情報の提示
  - ⇒ ウェブによる食品表示の補完
- 第3段階：法律の定めによって、表示事項別に容器とウェブで完全に分けて提供
  - ⇒ 容器とウェブによる表示の棲み分け

◎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



◎食品表示に対する消費者の**不満の実態**を踏まえた消費者にとって「分かりやすい表示」の検討が必要⇒「分かりやすい表示」の**定義をより明確に**



◎「表示事項を絞っても文字を大きくしてほしい」と「文字は小さくてもより詳細な情報がほしい」の両ニーズに対応するには表示情報伝達の代替・補足媒体として将来的に生活に密着しつつある**ウェブ等の活用**も要検討

◎適切な「食品表示」をするためには、

◆原材料等の購入元～社内(工場内)～製品の納品先までの「**食品+その関連の情報**」の管理が必要

◆特に、原産地、原材料、アレルギー等

→個別トレーサビリティの導入促進



水産庁「輸出のための水産物トレーサビリティ導入ガイドライン」参考に

<https://www.jfa.maff.go.jp/j/kakou/export/attach/pdf/traceability-11.pdf>