

2002年6月19日

食品の表示制度に関する懇談会

座長 本間清一様

主婦連合会

会長 和田正江

食品の表示制度に関する意見

(I) 食品表示の目的として、消費者の「選択する権利」を明確に位置付けるべきである。

消費者が商品(食品)を正しく選択するためには、必要かつ十分な情報がわかりやすく提供されることが求められる。一方、消費低迷の中で企業間競争は激化、各社は自社の製品をいかに宣伝して売り込むかにしのぎを削っている。いいかげんな表示がまかり通れば、企業は品質を良くしたり価格を安くして他社と競走するより、広告や表示で消費者をひきつけようとして誇大広告や不当表示へと向かいがちになる。

このように表示適正化の効果は、消費者の商品選択に役立つばかりでなく、品質や価格による真の競争を誘発する意味を持つ。

消費者のためにも正常な市場競争のためにも表示の役割は益々重大である。

また、昨今の食品は原材料や製造方法も複雑になり、輸送・配送・保存・包装の形態や技術の発達、食品添加物の使用、輸入食品の増加等により生鮮食品も加工食品も変化してきている。

さらに、遺伝子組換え食品、新開発食品等、全くの新製品も多い。販売方法もほとんどセルフサービスとなり、表示が商品選択の唯一の手段である。政府は近年、消費者に対して自己責任による選択を求めている。自己責任による選択を求めるからには、政府は選択に必要な表示を確保する責任があるのは明白である。

(2) 食品の表示に関する法律の一本化を図ること。

現在の食品表示は、食品衛生法・JAS 法・景品表示法、さらに計量法・栄養改善法が関わっており、項目によって対応する行政機関が異なるなど、大変複雑でわかりにくい制度となっている。この機会に一本化を図るべきである。

(3) 食品の表示について、消費者の商品選択に必要な項目としての「必要表示事項」と、特定の項目を表示する場合に守るべき「特定事項の表示基準」を定めること。

(4) 「表示」には、商品、容器、または包装、ビラ、パンフレット、ポスター、看板、ネオンサイン、新聞、雑誌、その他の出版物、テレビ、ラジオ、電話、インターネット等による表示、広告の全てを含むこと。

(5) 表示の信頼性を確保すること。

一連の不正表示は食品表示に対する信頼を根底から覆している。これらの事件は何よりも事業者のモラルの問題である。これに対して行政による調査・監視・違反企業名の公表等、厳しい対応を求める。

また、消費者によるチェック、さらに昨今、表示に限らず多くの不正が表にでる発端となっている「内部告発者」保護も重要な課題と思われる。