

我が国における包装前面栄養表示の検討の方向性

令和 6 年 3 月 29 日

分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討会

食品表示法（平成 25 年法律第 70 号）において、第 3 条に、「販売の用に供する食品に関する表示の適正を確保するための施策は、消費者基本法（昭和 43 年法律第 78 号）第 2 条第 1 項に規定する消費者政策の一環として、消費者の安全及び自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、並びに消費者に対し必要な情報が提供されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として講ぜられなければならない。」と基本理念が示されている。この基本理念を踏まえて、2015（平成 27）年から容器包装に入れられた一般用加工食品及び一般用添加物には、食品表示基準に基づき、栄養成分の量及び熱量の表示（以下「栄養成分表示」という。）が義務付けられ、消費者のふだんの食生活において利活用されている。

しかしながら、消費者庁が実施した「令和 4 年度食品表示に関する消費者意向調査」では、食品に栄養成分表示がされていることを知っている者の割合は約 7 割に留まっている。また、知っていると回答した者の中で、ふだんの食生活で栄養成分表示を参考にしていない者の割合は約 4 割に上がっており消費者が栄養成分表示を一層利活用しやすくする取組が求められている。

1 我が国の健康・栄養政策との整合を踏まえた上で、包装前面栄養表示（以下「FOPNL」という。）として取り組むべき栄養課題

（1）健康・栄養政策と連携した食環境づくりの推進

我が国の健康・栄養政策である健康日本 21（第三次）において、栄養・食生活は、「多くの生活習慣病の予防・重症化予防のほか、やせや低栄養等の予防を通じた生活機能の維持・向上の観点からも重要である。さらに、個人の行動と健康状態の改善を促すための適切な栄養・食生活やそのための食事を支える食環境の改善を進めていくことも重要」と示されている。

厚生労働省は、「自然に健康になれる持続可能な食環境づくりの推進に向けた検討会」報告書（以下「検討会報告書」という。）や東京栄養サミット 2021 における日本政府コミットメントを踏まえ、産学官等連携による推進体制として、「健康的で持続可能な食環境づくりのための戦略的イニシアチブ」を 2022（令和 4）年 3 月に立ち上げた。同イニシアチブでは、減塩の推進等の栄養面の視点を軸としつつ、事業者が行う環境面に配慮した取組にも焦点を当て、誰一人取り残さない食環境づくりを推進している。なお、検討会報告書及び同イニシアチブでは、「食環境づくり」について、「人々がより健康的な食生活を送れるよう、人々の食品へのアクセスと情報へのアクセスの両方を相互に関連させて整備していくものをいう。」と定義している。

その一方で、消費者の食品へのアクセスや情報へのアクセスの向上については、厚生労働省のみの取組で実現することは困難であり、関連施策との協働が不可欠である。検討会報告書では、「厚生労働省と関係省庁が連携した栄養政策の推進により、活力ある持続可能な社会が構築されていくことを強く期待する」と提言されている。健康・栄養政策と栄養成分表示などの関連施策の連携を一層強化することは、消費者自身が適正体重の維持や食塩摂取量の減少等の取組を継続しやすい、自然に健康になれる持続可能な食環境づくりの推進に資することが期待される。したがって、この提言を踏まえて、消費者庁においても、消費者にとって分かりやすい栄養成分表示への改善や日本版 FOPNL の取組を検討することが望まれる。

（2）諸外国等における FOPNL の動向

望ましい栄養・食生活の形成に対する関心の高まりから、諸外国では、栄養成分表示に加え、包装前面に栄養に関して分かり易く消費者に訴求する表示を導入する動きが活発化している。このような動向を背景に、FOPNL は消費者の健康的な食品選択を助けるため、諸外国における重要なツールであるとして、2019（令和元）年に WHO が FOPNL ガイドラインを公表している。また、コーデックス委員会においては、2015（平成 27）年の第 43 回食品表示部会から議論を開始し、2021（令和 3）年 11 月に FOPNL ガイドラインを採択している。WHO 及びコーデックス委員会のガイドラインでは、FOPNL は健康・栄養政策に沿ったものであるべきであること、各国で政府が推奨する FOPNL は 1 つだけであるべきであることが規定されているところ、我が国において、自主的な取組として FOPNL を採用する食品関連事業者も存在するため、FOPNL の在り方等を検討すべきタイミングを迎えている。

(3) 我が国の栄養課題を解決するために重要な栄養成分等

現在の栄養成分表示においては、次の3つの全ての観点を満たす栄養成分の量及び熱量（以下「栄養成分等の量」という。）を義務表示に位置付けるものとの考え方を整理した上で、2015（平成27）年4月1日に食品表示法を施行し、容器包装に入れられた加工食品には栄養成分表示として、熱量、たんぱく質、脂質、炭水化物、ナトリウム（食塩相当量に換算したもの）の量を必ず表示することとしている。

- 消費者の摂取状況等を踏まえた消費者への表示の必要性があること
- 事業者にとって表示が実行可能であること
- 国際基準と整合していること

これらの義務表示に位置付けている熱量及びエネルギー産生栄養素であるたんぱく質、脂質、炭水化物の量は、消費者の適正な体重の維持に資する情報として、また、食塩相当量は、食塩摂取量の減少に資する情報として、健康日本21（第三次）の栄養・食生活の目標にも関連するものである。しかしながら、冒頭の消費者意向調査が示すとおり、これらの栄養成分表示が消費者に十分に利活用されているとは言い難い状況である。こうした点を踏まえ、日本版 FOPNL の対象となる栄養成分等については、義務表示に位置付けられている熱量、たんぱく質、脂質、炭水化物、ナトリウム（食塩相当量に換算したもの）とすることが適当である。

2 消費者がふだんの食生活において栄養成分表示が利活用しやすくするために効果的な方策

(1) 栄養成分等の量の表示を利活用しやすくすること

消費者の適切な食品の選択を促す食環境づくりの観点から、現在の栄養成分表示は、食塩相当量の少ない加工食品を比較できることなどにおいて役立っているが、消費者の適正体重の維持や食塩摂取量の減少等の取組を一層促すには、消費者自身が必要な栄養成分等の量を理解した上で、栄養成分表示をより利活用できるようにすることが必要である。その一方で、消費者自身が栄養成分等の摂取すべき目安となる量までを把握することは、一般的には困難と考えられる。

こうした中、厚生労働省が策定している日本人の食事摂取基準の18歳以上の成人の推奨量等の性・年齢別の値を人口に基づき加重平均した値である栄養素等表示基準値を活用するなど、消費者自身が目安となる量を意識できるような取組は、栄養成分表示の分かりにくさを改善する一助となる可能性がある。したがって、日本版 FOPNL の様式については、対象となる栄養成分等の量に加え、栄養素等表示基準値に占める当該量の割合を表示することが適当である。

他方で、現在、食品表示基準の栄養素等表示基準値については食塩相当量ではなくナトリウムの量であること、かつ、最新の日本人の食事摂取基準との整合性が取れていない状況であることなどから、現在、厚生労働省において検討されている日本人の食事摂取基準（2025年版）の策定を踏まえ、2024（令和6）年度を目途に、栄養素等表示基準値を見直すこととする。

(2) 消費者が利活用しやすい食品単位で表示すること

一部の食品において、栄養成分表示の食品単位が100g当たりの食品単位であるが内容量の単位が個数であるなどの不一致により、消費者自身が当該食品から摂取できる栄養成分等の量の概算が困難なものがあり、消費者が栄養成分表示を利活用できない場合もあると考えられる。そのため、日本版 FOPNL においても、消費者が使いやすい食品単位を設定することも求められる。したがって、日本版 FOPNL においては、食品単位を当該食品の1食分であることを原則とし、当該1食分の量を合わせて表示することが適当であ

る。ただし、消費者毎に1食分の量が異なるような食品が、1食分の量を規定した場合、消費者にとって適切な情報提供とはならない可能性があることにも留意する必要がある。

また、栄養成分表示の食品単位と内容量の単位を一致させるなど、消費者が利活用しやすい栄養成分表示となるよう食品関連事業者に働きかけていくことが望ましい。

(3) 食品関連事業者の実情を踏まえて自主的な取組を推進すること

消費者の適正体重の維持や食塩摂取量の減少等の取組を促すためには、消費者自身の健康リテラシーや食文化に配慮するだけでなく、食品関連事業者の実行可能性も踏まえていくことが重要である。検討会報告書では、「多くの事業者が参画できるようにするためには、事業者がこの食環境づくりに主体的かつ意欲的に取り組めるように配慮することが重要」であるとしている。また、我が国において、食品関連事業者の自主的な取組はあるが、FOPNLの取組数は少なく、統一もされていない状況である。したがって、日本版 FOPNL については、任意表示の取組と位置付けた上で、一定のルールが必要である。

(4) 消費者が表示を見つけやすくすること

食品表示基準において、食品表示は容器包装の見やすい箇所に行うこととされているが、実際の栄養成分表示の表示場所は容器包装の裏面であることが一般的である。また、栄養成分表示は食品表示基準別記様式2又は3により表示することとしているが、当該様式と同等程度に分かりやすく一括して表示することを許容している。そのため、栄養成分表示の位置やその様式が食品によって異なり、消費者にとって当該表示を見つけにくい状況となっている可能性がある。

こうした状況を踏まえ、日本版 FOPNL は、様式を統一することが望まれる。

また、栄養成分表示については、可能な限り食品表示基準別記様式を用いることや栄養成分表示を枠囲みすることなど、消費者が現行の栄養成分表示を視認しやすくなる取組について食品関連事業者に働きかけていくことが望ましい。

（５）視覚的に目立たせた表示を整理すること

我が国では、食品の栄養成分等の量について、その含有量を強調表示する場合、コーデックス委員会の栄養表示ガイドラインを踏まえて、食品表示基準において栄養強調表示が規定されている。そのため、高い、低いには言及しない日本版 FOPNL は、栄養強調表示には該当しない。その一方で、高い、低いには言及しないが、食品の容器包装の見やすい箇所に栄養成分とその含有量を大きく表示したものなど、消費者が栄養強調表示と誤認している可能性のある表示も存在することから、栄養強調表示には該当しないが視覚的に目立たせた表示の取り扱いについても、別途、検討する必要がある。

3 消費者への取組であることを優先しつつも、「健康的で持続可能な食環境づくり」の推進の観点から食品関連事業者の実行可能性が担保される方策（導入に向けて検討する際の主な検討課題）

（１）対象外とすべき食品区分の検討

WHO の FOPNL ガイドラインにおいては、「FOPNL のためには、栄養成分表示の義務化が前提条件である。」と規定されていることから、栄養成分表示の対象となる食品のうち、日本版 FOPNL の対象又は対象外とすべき食品区分の範囲を検討する必要がある。なお、栄養素等表示基準は、日本人の食事摂取基準の 18 歳以上の成人の推奨量等の性・年齢別の値を人口に基づき加重平均した値であることを踏まえると、病者用食品や乳児用調製乳などの特別用途食品やコーデックス委員会の FOPNL ガイドラインにおいても対象外食品として位置付けられている酒類については、日本版 FOPNL の対象として馴染まないものと考えられる。

（２）摂取時の量との乖離が生じる塩蔵品や茶葉などの取扱い

栄養成分表示については、販売される状態における可食部分の栄養成分等の量を表示するものとしている。その一方で、例えば、塩抜きをする塩蔵品や、そのまま食さない茶葉など、販売時と摂取時の栄養成分等の量に乖離が生じる食品もある。そのため、日本版 FOPNL については、例えば、栄養成分表示には販売時の状態を表示した上で、標準的な調理方法を併記し、合理的な根拠に基づいたその表示値の根拠となる資料を保管することで、摂取時の状態の表示を許容することについて検討する必要がある。

（３）日本版 FOPNL 導入の前提として、栄養成分表示の理解促進

コーデックス委員会の FOPNL ガイドラインにおいては、「FOPNL は政府の方針に沿って、消費者の FOPNL の理解・利用を促進するために、消費者教育・情報プログラムを伴うべきである。」と規定されている。消費者の適正体重の維持や食塩摂取量の減少等の取組を促すためには、消費者庁は関係省庁、地方公共団体や関係団体と協力し、消費者と食品関連事業者の双方の理解が促進されるよう、日本版 FOPNL だけでなく、現行の栄養成分表示についても、より一層、普及啓発を行うことが求められる。

（４）日本版 FOPNL 導入による健康・栄養政策上の効果等の評価項目

コーデックス委員会の FOPNL ガイドラインにおいては、「FOPNL は、監視及び評価して、有効性及び影響を判断すべきである。」と規定されている。例えば、消費者庁が毎年実施する消費者意向調査でのフォローアップなど、日本版 FOPNL の評価をするための仕組みや目標設定についても、検討した上で、評価していくことが求められる。

（５）栄養成分表示等の表示義務が課されていない生鮮食品や Electronic Commerce（以下「EC」という。）サイトへの展開、デジタル技術の活用の可能性

コーデックス委員会の FOPNL ガイドラインにおいては、「簡略化された栄養情報が食品の近くに表示される場合（例えば、棚札やフードサービス）、包装されていない食品又はオンラインで販売される食品（例えば、Web サイトで購入時に入手できる情報）のガイドとしても使用できる。」と規定されている。日本版 FOPNL についても、生鮮食品や棚札、EC サイトへの展開、デジタル技術における活用の可能性も視野に入れることも望まれる。