

食品表示に関する消費者の意識調査結果報告 **速報版** 要旨

日本生活協同組合連合会

本調査は、食品の表示に関する信頼性・わかりやすさ・苦情相談と食品表示のあり方等についての消費者の意識を明らかにし、今後のルールづくりに寄与することを目的に、内閣府の委託により日本生協連が2002年5月に実施したものです。

I. 大きく損なわれた食品表示への信頼

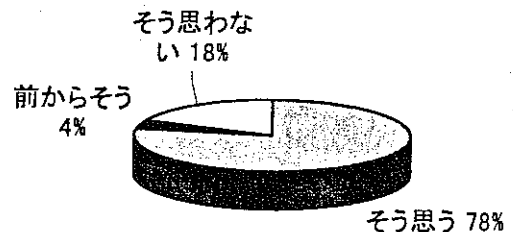
1. 買い物の時に表示を見ている人は9割以上

普段、食品を買う時に、表示を「全般的によく見るほう」「自分が必要な表示のみを中心に見るほう」を合わせると92%。消費者が商品選択するための情報として役立っていることがわかる。

2. 表示が信用できなくなったという人が8割以上

1年前の今頃と比べて「表示されていることが信用できなくなった」人は78%、「前からそう」という人の4%を加えると、表示が信用できないという人は82%以上にのぼる。多発した偽装事件などが、消費者の信頼感に大きな影を落としている。

【Q2 食品表示への姿勢の変化
表示されていることが信用できなくなった】



3. 「肉類の産地表示」信頼できるは3割

各種の生鮮食品の表示について信頼度をたずねたところ、「肉類の産地表示」が「信頼できる」としたのは29%（「どちらかと言うと信頼できる」を含む）と最も低い。

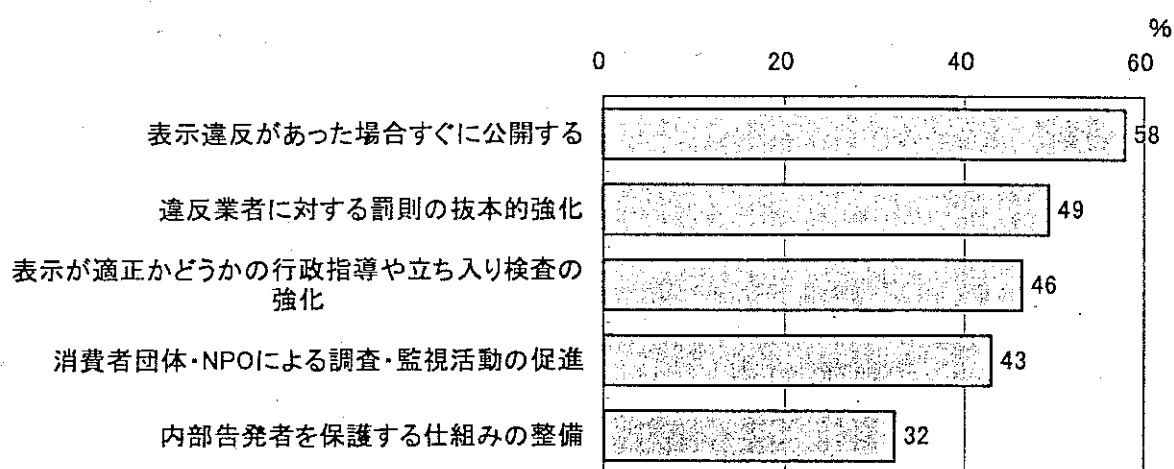
肉類は「表示されている通りかどうか食べてもわからない」が81%と多く、消費者が購入しようとする際、正確な表示が行なわれていることが極めて重要である。様々な不安や不信を取り除き信頼回復するために、適切な表示の確保が急がれる。

II. 制度改革を望む消費者

1. 正しい表示がされるために、違反があった場合はすぐ公表を

食品に正しい表示をさせるために必要なことの第1位は「表示違反があった場合はすぐに公表する」58%、第2位は「違反業者に対する罰則を、抜本的に強化する」49%、第3位は「表示された内容が適正かどうか、行政指導や立ち入り検査を強化する」46%と、行政による規制の強化を望む意見が上位を占める。

【 Q10 食品に正しい表示をさせるために必要と思うこと 】



2. 表示をわかりやすくするために用語の統一と整理を

食品表示をもっとわかりやすく役立つものにするために必要なこととして、最も多かったのが「説明に用いる言葉は統一して、わかりやすく整理してほしい(賞味期限・品質保持期限など)」の85%、次に「誇大なキャッチフレーズなどはやめてほしい」の65%。

3. 公的な苦情処理体制の整備を

食品の表示に関して苦情を言いたいと思った経験のある人は63%だが、実際に苦情を言った経験のある人は9%と少なくなっている。

苦情の持ち込み先としては「商品に表示されている会社のお客さま相談室など」が53%、「商品を買ったお店など」が48%と多い一方、「消費生活センター」・「保健所」・「農林水産省の機関(食品表示110番など)」・「公正取引委員会」といった行政機関への苦情持ち込みは少なく、関係省庁に分散している。苦情への対応に対する納得度の向上と合わせ、公的な苦情処理体制の整備や、相互の協力体制の構築が望まれる。