

令和元年度 弁当、惣菜等の裏面表示に係る実態調査結果

食品表示基準（平成 27 年内閣府令第 10 号）第 8 条において、容器包装に入れられた加工食品を販売する際に表示される事項は、容器包装を開かないでも容易に見ることができるように当該容器包装の見やすい箇所に表示することが規定されている。また、食品表示基準 Q & A（平成 27 年 3 月 30 日消食表第 140 号）において、弁当・惣菜等に係る表示については、「基本的には商品の表面や側面等の見やすい箇所に表示することが必要」、「商品をひっくり返して表示を確認することは見にくいだけでなく、特に店頭でパックするような品物では商品を傷めることにもなり、好ましくありません。」等と示している。

このことを踏まえ、現在流通している弁当、惣菜等の商品の表示状況の実態を把握するため、以下のとおり令和元年 8 月から同年 12 月にかけて実態調査を行った。また、弁当・惣菜等の販売事業者からも聞き取り調査を行った。

1. 表示実態調査

（1）調査概要

期 間	令和元年 8 月から同年 12 月まで
場 所	都内食品スーパー及び都内コンビニエンスストア各 3 店舗
対 象	弁当、惣菜等 118 点（ひっくり返して表示を確認することが困難な商品に限る。） （各店舗 20 点×6 店舗＝120 点（うち、調査対象外の商品 2 点を除く。））
調査方法	6 店舗から無作為に弁当、惣菜等を購入し、表示方法及び内容を確認
調査項目	① 裏面表示の有無 ② 表面表示の内容 ③ 裏面表示の内容 ④ 裏面ラベルのサイズ ⑤ 表面に一括表示ラベルを貼付する可能性 ⑥ 側面に一括表示ラベルを貼付する可能性

(2) 調査結果

① 裏面表示の有無

調査対象商品 118 点のうち、全ての商品に裏面表示が行われていた。

② 表面表示の内容

商品表面には、商品名 (97%)、消費期限又は賞味期限 (86%)が表示されていた。また、商品を訴求する任意表示があった。このため、一括表示を表示できる面積が限られている。

商品名が表面、側面及び裏面のうち、2か所以上に表示されているものは商品全体の 81% (スーパー63%、コンビニ 98%) であった。なお、商品名が表面に 2か所表示されているものは商品全体の 21% であった (スーパー15%、コンビニ 28%)。

③ 裏面表示の内容

裏面表示には、原材料名 (97%)、添加物 (100%)、アレルギー表示 (99%)、保存方法 (53%)、製造者の氏名又は名称及び住所 (90%)、栄養成分 (64%)が表示されていた。

今回の調査では、全ての調査対象について、弁当のおかずの原材料が表示されており、おかずを単に「おかず」と表示しているものはなかった。また、表示された文字数としては、食品添加物の占める割合が多かった。

④ 裏面ラベルのサイズ

使用されている裏面表示のラベルの大きさは調査対象商品の中で 6 × 6 cm のサイズが一番多かった (43%)。ラベルのサイズは、最小のものが 3 × 4.5 cm、最大のものは 10 × 7 cm で、多種類のサイズが使用されていた。

⑤ 表面に一括表示ラベルを貼付する可能性

各商品の表面に、当該裏面表示（一括表示）をそのまま貼付したと仮定した場合、可視部（中身の見える部分）が 1 / 2 以上残ると判断される商品は、全商品の 44% に当たる。これを可視部が 1 / 3 以上残ると判断される商品まで拡大すると 67% に上る。なお、可視部が 1 / 2 以上残ると判断される商品が、各店舗において約半数以上あったのは、食品スーパーでは 1 社、コンビニエンスストアでは 2 社であった。

一般的に、商品の状態が、1 / 3 見えればどのような商品か判断できるものと思われるが、表示状況から、販売者は商品の全体像を見せることによって、商品を訴求し、原材料表示からでは読み取れない商品イメージを消費者に与えることを第一義に捉えていると推測される。



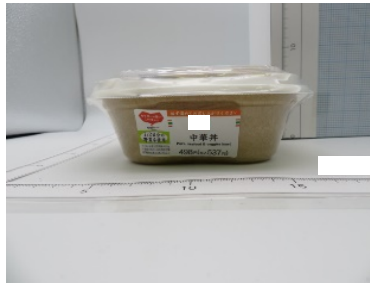
可視部 1 / 2 以上の例



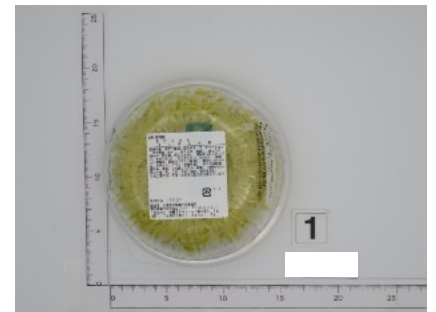
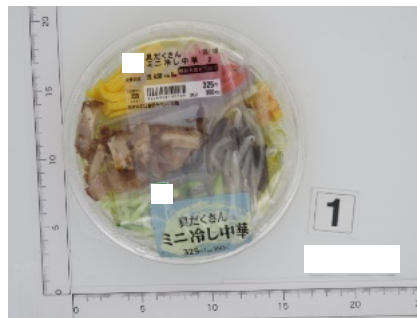
可視部 1 / 3 以上の例

⑥ 側面に一括表示ラベルを貼付する可能性

各商品の側面に当該裏面表示（一括表示）をそのまま貼付するには、容器に一定の高さが必要であるが、商品を全面フィルムで覆ったもの又は幅広の帯を巻いたものであれば、容器の形態に関係なく、容易に表示できるものと考えられる。このような商品は、調査対象商品のうち 27%であり、商品の写真や商品名、訴求事項などが側面に表示されていた。なお、容器の構造が上蓋と本体の合わせ部分が外側に張り出しているなどの理由から、側面にラベルの貼付けが困難なものが調査対象商品のうち 73%であった。



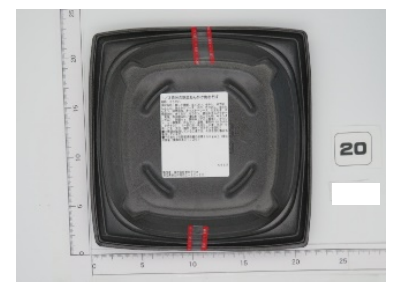
全面フィルムの例



帯表示の例



側面表示のできない例



側面表示のできない例

2. 聞き取り調査

(1) 調査概要

期 間	令和元年 8 月から同年 12 月まで
対 象	大手食品スーパー及び大手コンビニエンスストア各 3 社
調査方法	調査対象に関して聞き取り調査を実施
調査項目	① ラベルを裏面に貼る理由 ② 裏面ラベルの貼付け方法 ③ 表示ラベルの作成 ④ 表面にラベルを貼れない理由 ⑤ アレルギー表示等の衛生事項の表面表示の実行可能性について ⑥ 表面に表示する場合の問題点及び実行可能性について

(2)聞き取り調査結果(食品スーパー)

調査対象	食品スーパーA	食品スーパーB	食品スーパーC
①ラベルを裏面に貼る理由	・表示内容が多く、ラベルが大きくなっている。全てを表面に貼ると内容が見えなくなってしまうため、原材料及び添加物は裏面表示している。 ・表面にラベルをたくさん貼ると、中身が見えないという消費者の声が寄せられる。 ・消費者は、中身を見て購入を判断している。 ・個食化が進み、容器包装が小さくなっているため、大きなラベルを貼付けできない。 ・裏面表示を表面にしてほしいという消費者の要望が直接寄せられたことはない。	・貼付け機械の構造上2枚のラベルを表面に貼ることはできない。 ・中身を見て判断できることもお客様の要望が高い。 ・インスタ商品は、1枚のラベルに印字しており、手貼りで対応しているため裏面に貼ることはない。 ・裏面表示について、消費者から御意見を頂くことはあるが、現在の事情を説明して納得していただいている。 ・表示が見えないからといって、商品をひっくり返して、商品価値が損なわれるような案件はない。	・ラベルに記載された情報が全てではなく、商品を見て得る情報も必要とされている。必要情報はできるだけ表面に出すが、文字の大きさが求められる一方で、商品が小型化している中、商品の中身が見えないと苦情が来る。 ・商品の大きさごとにラベルの貼り方を変えることはできない。容器包装が大きい商品であっても2枚貼りのラインであれば裏面表示となる。 ・裏面表示について、消費者からのクレームはない。
②裏面ラベルの貼付け方法	・表面は機械貼り、裏面は手貼りである。	・インスタ商品は手貼り、自社工場の商品は機械貼りである。	・基本的にオートパッカーで機械貼りである。対面販売は手貼りである。
③表示ラベルの作成	・インスタ商品は、当社商品開発部署で配合表を作成し、表示作成を行う子会社に提供している。出来上がった表示は、本社で一括入力し、各店舗で白紙にプリンターで印刷する。 ・他社商品は、委託先が表示を作成し、当社で表示内容を確認している。	・本部で作成したラベルを店舗、工場にデータ配信している。 ・委託製造品は表示内容の確認は行っているが、委託先の責任でラベルを貼っている。 ・表示箇所は、商品設計の時点で商品ごとに決めている。	・自社で表示ラベルを作成している。

④ 表面にラベルを貼れない理由	・当社では、原材料名を「おかず」と表示せず、インスタ商品であっても原材料名の省略をしていないため、表示事項が多く、2枚のラベル対応となる。	・データ変更のフォーマット、機械の変更にはそれぞれ費用がかかる。 ・側面にラベルを貼るのは容器の形状を考えると、剥がれてしまったりするので困難である。 ・惣菜の容器が小型化してきていることから、上の面には大事な情報(消費期限など)を入れるようにしており、原材料名が裏面になってしまう。 ・原材料名について、「おかず」一括りではなく、消費者への情報提供の観点から省略していない。	・消費者への情報提供の観点から、原材料名をおかずと表示せず、全ての原材料を表示している。そのため、表面に表示することが困難である。
⑤ アレルギー表示等の衛生事項の表面表示の実行可能性について	・アレルギーのみ表面表示する他社の例があることから、将来的な検討事項としている。	・アレルギー表示は原材料名表示の中で行っているが、消費者の問合せは塩分など栄養成分に関するものが多い。アレルギー対応が必要な方は、既に注意されて選択されているのではないか。 ・アレルギー表示を表面ラベルに移すには、フォーマットの変更が必要である。変更すれば、表示可能である。	・アレルギー表示を表面に表示するようにシステムの切替中である。
⑥ 表面に表示する場合の問題点及び実行可能性について	・表面にラベルをたくさん貼ると、中身が見えないという消費者の声が寄せられる。	・今後ますます表示内容が多くなると思うが、表面に全て表示しなければならないとなれば表示情報の見直しも必要ではないか。 ・費用などの条件をクリアすれば、全てのラベルの大きさを変えることはできる。 ・容器包装の形態ごとにラベルの大きさを変えることは、1,000 以上ある商品进行と現実的でない。 ・表示に関しては、前向きに取り組みたいと考えており、極力きちんとしていたが、企業としての制約もある。	(無回答)

(3)聞き取り調査結果(コンビニエンスストア)

調査対象	コンビニエンスストア A	コンビニエンスストア B	コンビニエンスストア C
①ラベルを裏面に貼る理由	一括表示事項を全て表面に表示した場合、中身が見えなくなるため、原材料名等を裏面に表示している。	- 消費者にとってそれほど重要でない事項は、裏面表示としている。 - 容器包装の形態が多岐にわたる。全ての容器包装に対応するため、表面と裏面に表示している。 - 人手不足により、省力化が求められていることから、機械で貼ることが優先条件である。	- 表面に複数枚のラベルを貼ると中身が見えなくなるため、裏面にラベルを貼っている。 (同左) (同左) - 消費者の要望から、調理方法の表示は表面に分かりやすく表示するようにしている。
②裏面ラベルの貼付け方法	- 機械貼りで、手貼りは極めて少ない。 - 長いラベルの場合は、側面まで貼ることが多いので、その場合は、手で端の部分を抑えて貼り付けている。 - 機械貼りは、表面用と裏面用の2台の機械を使用している。	- 表面、裏面とも機械で貼っている。手貼りは極めて少ない。 (同左) (同左)	- 表面、裏面とも機械で貼っているが、容器の大きさ、形状によっては一部手貼りしている。 (同左) (同左)
③表示ラベルの作成	- 製造者が作成しているが、表示内容は本社で確認はしている。 - 表示箇所は製造者、販売者の両方で協議して決めているが、消費者が知りたい情報を基準に判断している。	表示主体は加盟店の組合で作成し、本社表示部門が確認している。	加盟店代表が属している組合の表示部門が作成しているが、表示箇所は本社開発部で決めている。
④表面にラベルを貼れない理由	- 商品のイメージを大切にしている。 - 機械貼りのため、表面に2枚貼り付けることが困難である。	(同左) (同左)	(同左) (同左)

⑤ アレルギー表示等の衛生事項の表面表示の実行可能性について	商品の形状によっては、長いラベルを側面にかけて貼ることは可能である。	(同左) 表面に表示しなければならない表示事項が決まれば対応できる。	(同左) (同左)
⑥ 表面に表示する場合の問題点及び実行可能性について	- 文字ポイントをもう少し小さくすれば、1枚に収まる可能性のある商品もある。 - 機械貼りのラベルの幅は固定されているため、表示文字数が多くなるとラベルは長くなる。また、長さにも限界がある。 - ラベルの様式を変更するだけでも大変であり、かなりの投資も必要となる。 - 表面に2枚貼り付けることになれば、表面用の機械をもう1台設置し、商品ごとに貼り付け場所の設定が必要になる。	(同左) (同左) (同左) (同左)	(同左) (同左) (同左) (同左)

<問合せ先>

消費者庁 食品表示企画課

電 話：03-3507-9223 (直通)

FAX：03-3507-9292

担 当：金子、松原