

平成13年度 第1回

東京都消費生活モニター・アンケート

調査結果

「商品の表示」



東京都生活文化局

<参 考>

平成 1 3 年度 東京都消費生活モニターの構成

(平成 1 3 年 4 月 1 日現在)
(単位:人)

- 地

区

別 -

- 性 別 -

地区名	モニター数
総数	500
在住都民	470
区部	316
千代田	1
中央	3
港	6
新宿	11
文京	8
台東	5
墨田	8
江東	16
品川	13
目黒	10
大田	24
世田谷	32
渋谷	8
中野	12
杉並	20
豊島	10
北	13
荒川	8
板橋	20
練馬	26
足立	24
葛飾	17
江戸川	21
郡 部	2
島しょ部	1

地区名	モニター数
市 部	151
八王子	21
立川	6
武蔵野	5
三鷹	7
青梅	5
府中	10
昭島	4
調布	7
町田	15
小金井	4
小平	7
日野	7
東村山	6
国分寺	5
国立	3
西東京	7
福生	2
狛江	3
東大和	3
清瀬	3
東久留米	4
武蔵村山	2
多摩	7
稲城	3
羽村	2
あきる野	3

地区名	モニター数
昼間都民	30
千葉	12
埼玉	8
神奈川	8
茨城	1
栃木	1

女 性	314 (15)
男 性	186 (15)

- 年 代 別 -

20歳代	98 (9)
30歳代	133 (8)
40歳代	90 (5)
50歳代	76 (4)
60歳以上	103 (4)

- 国 籍 別 -

日本国籍	492 (30)
外国籍	8 (0)

- 職 業 別 -

無職女性	219 (2)
有職女性	95 (13)
無職男性	71 (2)
有職男性	115 (13)

- 世帯人数別 (単位:世帯) -

単 身	41 (2)
2 人	140 (3)
3 人	130 (16)
4 人	146 (6)
5 人	29 (2)
6 人	8 (1)
7人以上	6 (0)
1世帯平均	3.06人 (3.20人)

「7人以上」は7人として計算
()内は昼間都民の内数

目 次

	頁
実施の概要	2
1 調査目的	2
2 調査方法等	2
3 回収状況	2
調査結果	3
1 調査結果の概要	3
2 質問内容と集計結果	6
(1) 消費者問題	6
(2) 単位価格表示について	8
(3) 歯みがきの表示について	19
3 自由意見	22

- ・ 集計結果は原則として百分率(%)で示し、小数点以下第2位を四捨五入して算出した。そのため、合計が100%にならないものがある。複数回答(2つ以内、3つ以内など複数の回答が可能なもの)の場合も同様である。
- ・ n (number of cases) は、比例算出の基礎であり、100%が何人の回答者に相当するかを示す。

平成13年度 第1回 東京都消費生活モニター・アンケート調査結果 「商品の表示」

実施の概要

1 調査目的

市場には、さまざまなものがあふれています。膨大な商品の中から消費者が本当に自分に必要なものを選ぶためには十分な情報が必要です。情報提供の一つの方法が商品の表示です。

そこで今回は、商品の表示のうち特に価格に関する表示や歯みがきに関する表示について意識や関心度を調査して、行政施策の参考にするとともに、都民に情報を提供します。

2 調査方法等

(1) 調査対象 東京都消費生活モニター 500人

(2) 調査方法 郵送によるアンケート

(3) 調査期間 平成13年7月17日～7月27日

3 回収状況

(1) 送付数 500通

(2) 回収数 485通

(3) 回収率 97.0%

調査結果

1 調査結果の概要

(1) 消費者問題

平成13年度東京都消費生活モニターの第1回アンケート調査であるため、消費生活、消費者問題に関する興味や関心について調査した。(今回のテーマの「商品の表示」とは直接関係ない。)

ア 消費生活、消費者問題に関することのうち、特に興味や関心を持っていることは、「食品の安全性」が72.0%で最も多く、以下「ごみ問題、リサイクル、資源・エネルギー問題」48.2%、「価格、流通」42.7%の順となった。

男女別では、「食品の安全性」(男性66.1%、女性75.4%)や「ごみ問題、リサイクル、資源・エネルギー問題」(男性42.8%、女性51.5%)は、女性の関心が比較的高く、「悪質商法」(男性21.1%、女性13.4%)は、男性の関心が比較的高かった。(複数回答、6頁)

(2) 単位価格表示について

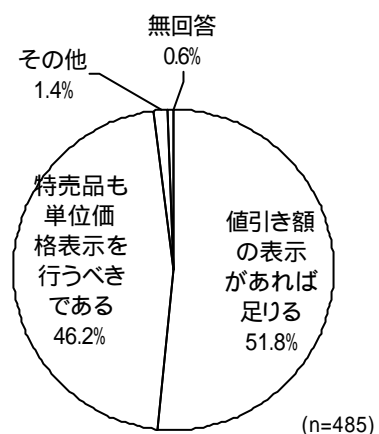
ア 食品や日用品を購入する際に、主に目安にする事項を聞いたところ、「精肉」(91.8%)、「鮮魚」(97.9%)、「青果」(93.4%)、「海産加工品」(63.5%)で「鮮度」をあげた人の割合が最も多かった。その他では、「パスタ、乾物類」(70.1%)、「日用雑貨品」(70.9%)では「販売価格」をあげた人の割合が最も多く、「調味料類」(72.4%)、「嗜好品」(74.6%)では「産地・銘柄・ブランド」をあげた人の割合が最も多かった。

なお、「単位価格」をあげた人の割合が最も多かったのは、「精肉」の51.5%で、最も少なかったのは「調味料類」の14.8%であった。(複数回答、8~10頁)

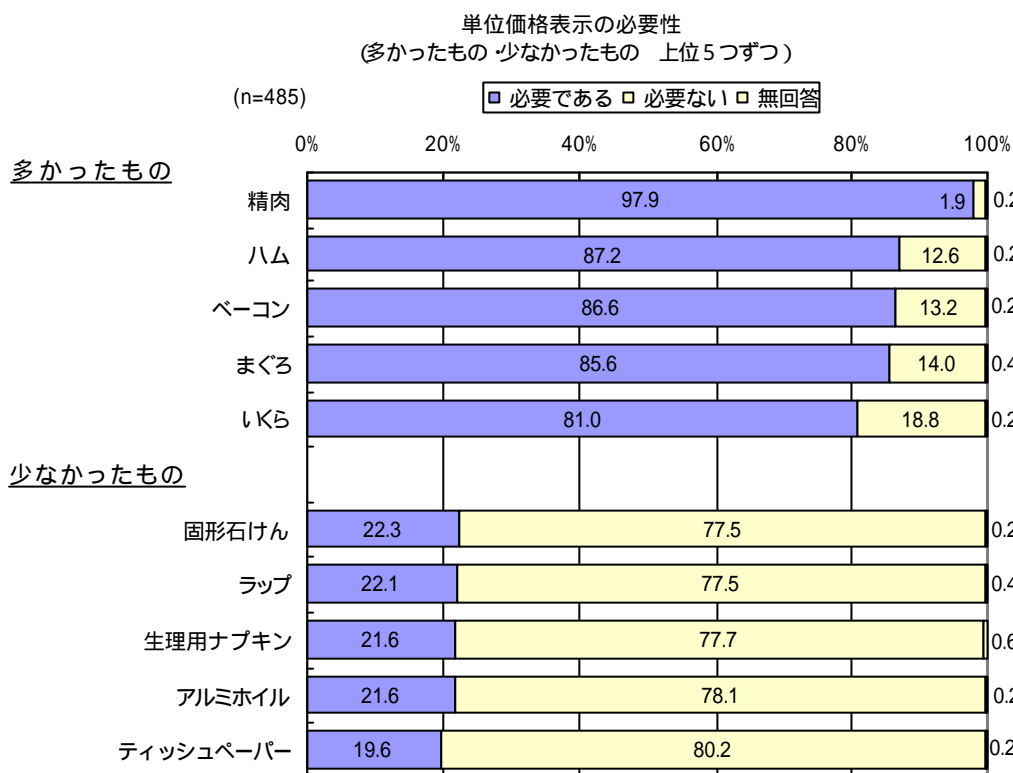
イ 商品ラベルや陳列棚等に「100g当たり円」など、単位価格表示がされているのを「いつもよく見かける」又は「見かけることが多い」と回答した人は、合わせて9割を超えた(91.9%)。(11頁)

ウ スーパーで単位価格表示がされている商品であっても、特売の際に「円引き」などの表示がなされるだけで、値下げ後の単位価格表示がされていない場合があるが、そのことについての考えを聞いたところ、「特売価格又は通常価格からの値引き額の表示があれば足りる」とした人は51.8%であった。他方、「特売品についてもきちんと単位価格表示を行うべきである」とした人は46.2%であった。(11頁)

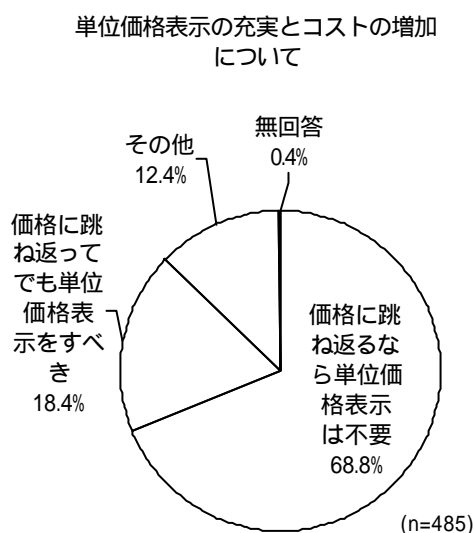
特売品に単位価格表示が必要か



エ 東京都消費生活条例に規定されている単位価格表示の対象商品 89 品目について、単位価格表示の必要性を聞いたところ、単位価格表示が「必要である」と回答した人が多かったのは「精肉・鮮魚」、「海産加工品」の類型であった。これに対して、単位価格表示は「必要ない」と回答した人が多かったのは「青果」、「パスタ・乾物類」、「調味料類」、「日用雑貨品」の類型であった。「嗜好品」、「畜産加工品」は品目によって単位価格表示の必要性についての意見が分かれた。(12～17頁)



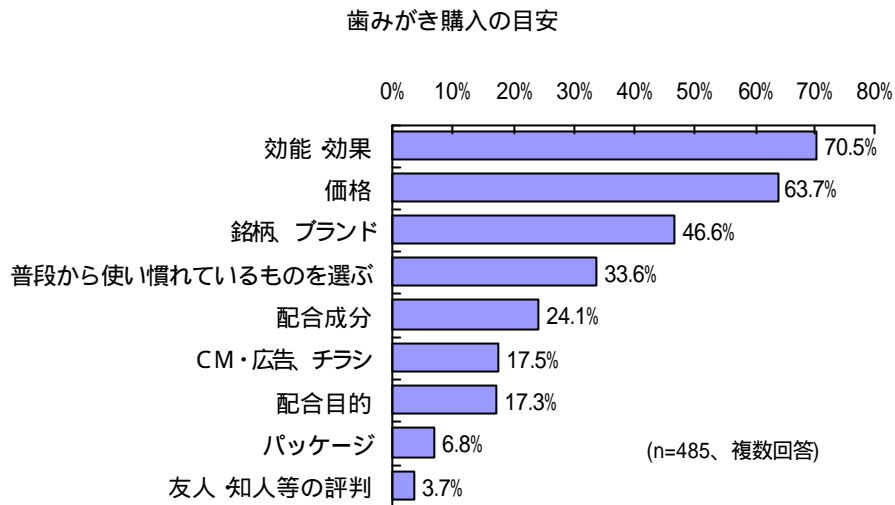
オ 単位価格表示の充実とコストの増加について考えを聞いたところ、約 3 分の 2 の人が「コストの増加分が商品価格に跳ね返るのならば、あえて単位価格表示をしなくてもよい」と回答した (68.8%)。「コストの増加分が商品価格に跳ね返ってでも、単位価格表示をすべきである」と回答した人は 18.4%であった。(18頁)



カ 現行制度以外に単位価格表示があった方がよいと思う品目を自由記入形式により聞いたところ、“米”、“牛乳・ヨーグルト”、“酒類”、“総菜”などの回答が多かった。(18頁)

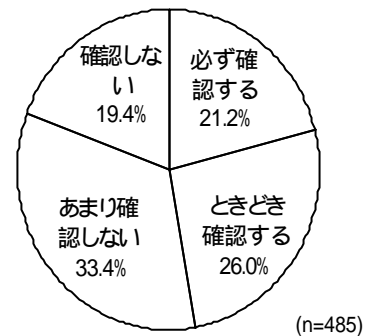
(3) 歯みがきの表示について

ア 歯みがきを購入する際に主に目安にする事項を聞いたところ、「効能・効果」(70.5%)と回答した人が最も多く、次いで、「価格」(63.7%)、「銘柄・ブランド」(46.6%)、「普段から使い慣れているものを選ぶ」(33.6%)などの回答が多かった。(複数回答、19頁)



イ 歯みがきを選択するときに「配合成分」や「配合目的」の表示を確認しているかどうかについては、「必ず確認する」又は「ときどき確認する」と回答した人は47.2%であった。「あまり確認しない」又は「確認しない」と回答した人は52.8%であった。(19頁)

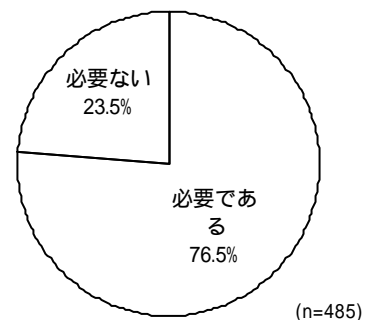
配合成分」や「配合目的」の表示を確認しているか



ウ 「水酸化アルミニウム」「ソルビット」等、歯みがきの配合成分名だけを見たときにその物質の配合目的がわかるかどうか聞いたところ、「わかる」と回答した人は4.3%にとどまった。これに対して「わからない」と回答した人は95.3%であった。(20頁)

配合目的」の表示は必要か

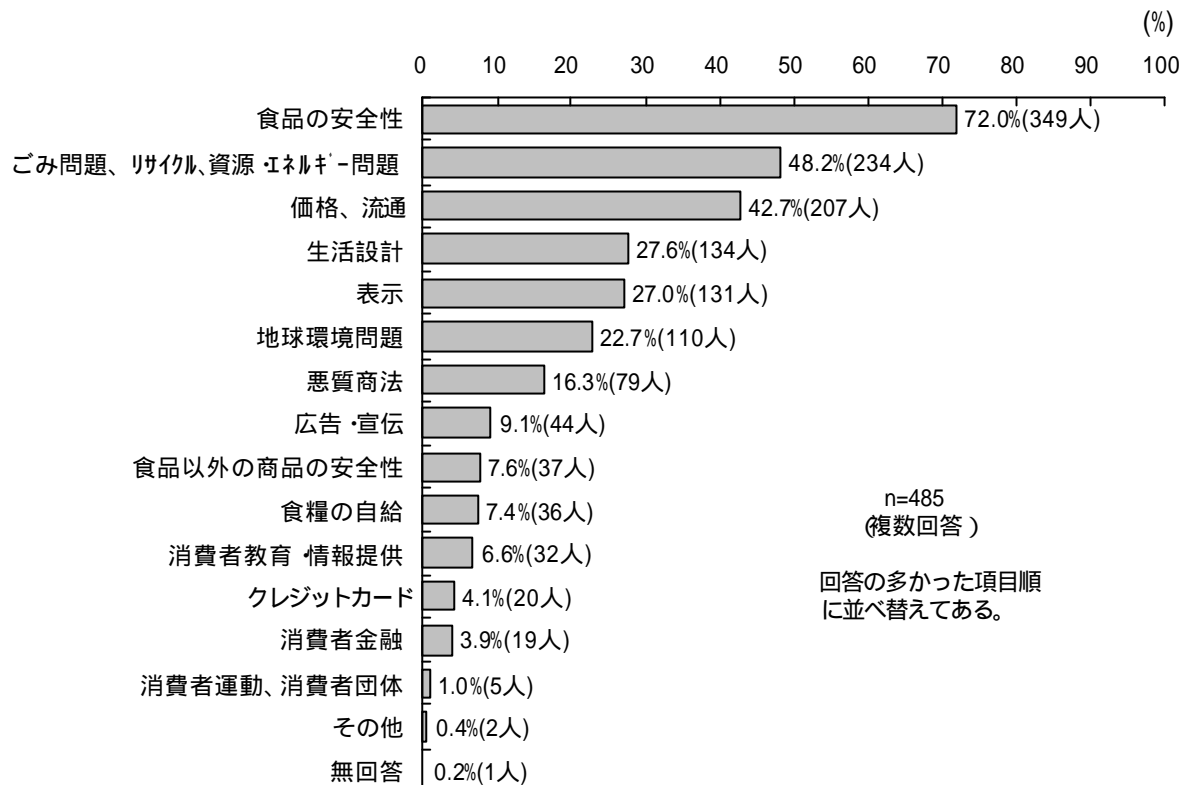
エ 歯みがきを選ぶ際に「配合目的」の表示が必要かどうか聞いたところ、「配合目的の表示が必要である」と回答した人は76.5%、「配合目的の表示は必要ない」と回答した人は23.5%であった。(21頁)



2 質問内容と集計結果

(1) 消費者問題

問1 消費生活、消費者問題に関することのうち、あなたが特に興味や関心を持っていることは何ですか。次の中から番号で3つ以内お答えください。



消費生活、消費者問題に関することのうち、特に興味や関心を持っていることは、「食品の安全性」が72.0%で最も多く、以下、「ごみ問題、リサイクル、資源・エネルギー問題」48.2%、「価格・流通」42.7%の順となった。(複数回答)

「その他」としては、“消費者行政”があった。

また、男女別では、「食品の安全性」(男性66.1%、女性75.4%)や「ごみ問題、リサイクル、資源・エネルギー問題」(男性42.8%、女性51.5%)は、女性の関心が比較的高く、「悪質商法」(男性21.1%、女性13.4%)は、男性の関心が比較的高かった。

なお、男性の「食品の安全性」に対する関心は、昨年度と比較して大きく高まっている(平成12年度47.5% 平成13年度66.1%)

モニター・アンケート調査における消費生活・消費者問題の関心事項の推移をみると、平成6年度以降、毎回第1位は「食品の安全性」となっている。また、平成9年度以降、毎回第2位は「ゴミ問題、リサイクル、資源・エネルギー問題」となっている。「生活設計」は、平成6年度には1割近くであったが、平成9年度以降は上位5位に入っており、割合も3割近くにまで増加している。

【消費生活・消費者問題の関心事項上位10項目の推移】

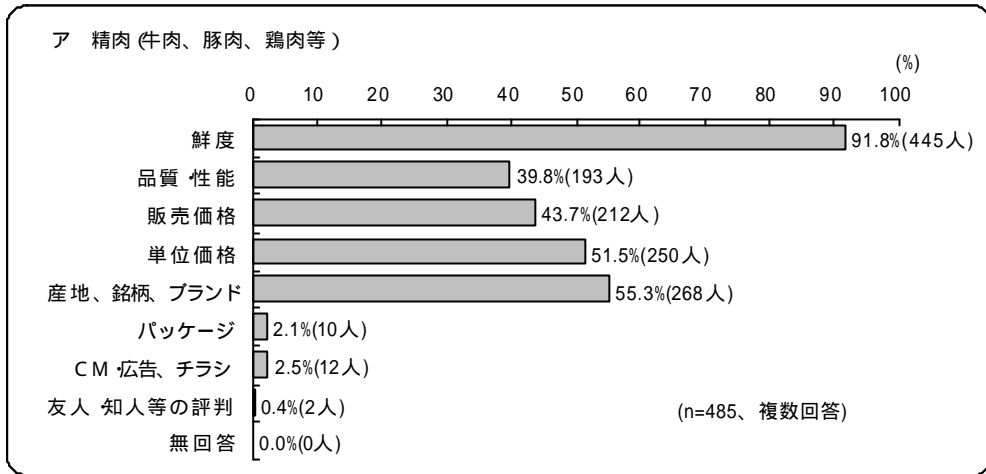
	平成6年度 (n=972)	平成11年度 (n=481)	平成12年度 (n=488)	今回 (n=485)
第1位	食品の安全性 (64.7%)	食品の安全性 (69.2%)	食品の安全性 (67.6%)	食品の安全性 (72.0%)
第2位	価格、流通 (54.8%)	ゴミ問題、リサイクル、資源・エネルギー問題 (56.5%)	ゴミ問題、リサイクル、資源・エネルギー問題 (54.1%)	ゴミ問題、リサイクル、資源・エネルギー問題 (48.2%)
第3位	ゴミ (35.6%)	生活設計 (28.7%)	価格、流通 (29.3%)	価格、流通 (42.7%)
第4位	地球環境保全 (27.3%)	価格、流通 (27.9%)	地球環境問題 (27.9%)	生活設計 (27.6%)
第5位	悪質商法 (20.8%)	表示 (26.8%)	生活設計 (27.7%)	表示 (27.0%)
第6位	省資源・省エネルギー (18.0%)	地球環境問題 (25.4%)	表示 (22.5%)	地球環境問題 (22.7%)
第7位	表示 (14.2%)	悪質商法 (16.4%)	悪質商法 (16.6%)	悪質商法 (16.3%)
第8位	生活設計 (10.7%)	消費者教育・情報提供 (10.4%)	消費者教育・情報提供 (13.7%)	広告・宣伝 (9.1%)
第9位	広告・宣伝 (10.1%)	食品以外の商品の安全性 (9.6%)	食糧の自給 (10.2%)	食品以外の商品の安全性 (7.6%)
第10位	消費者教育 (9.9%)	広告・宣伝 (6.2%)	食品以外の商品の安全性 (8.8%)	食糧の自給 (7.4%)

(注) 平成6年度は、ゴミと省資源・省エネルギーは、別々の回答肢。

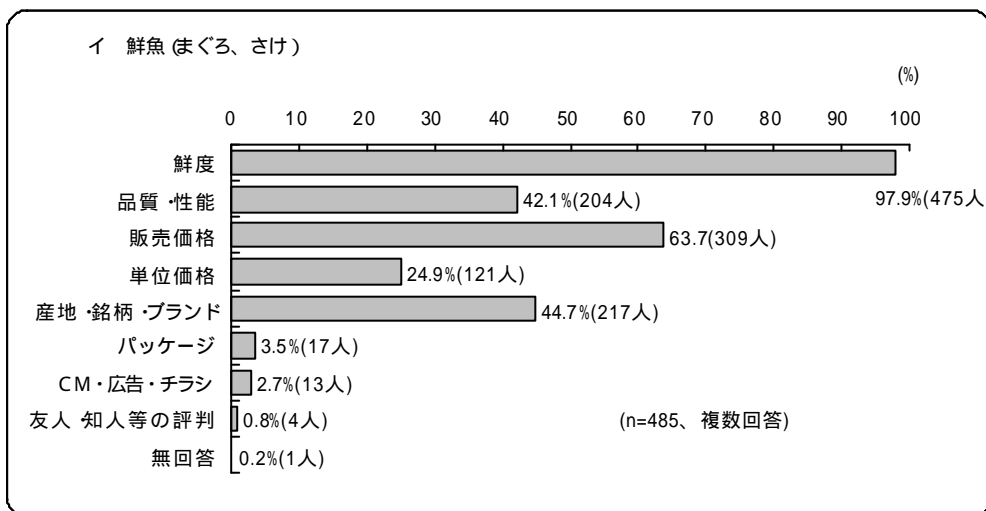
平成7年度及び平成8年度は、「消費生活・消費者問題の関心事項」についての調査を実施していない。

(2) 単位価格表示について

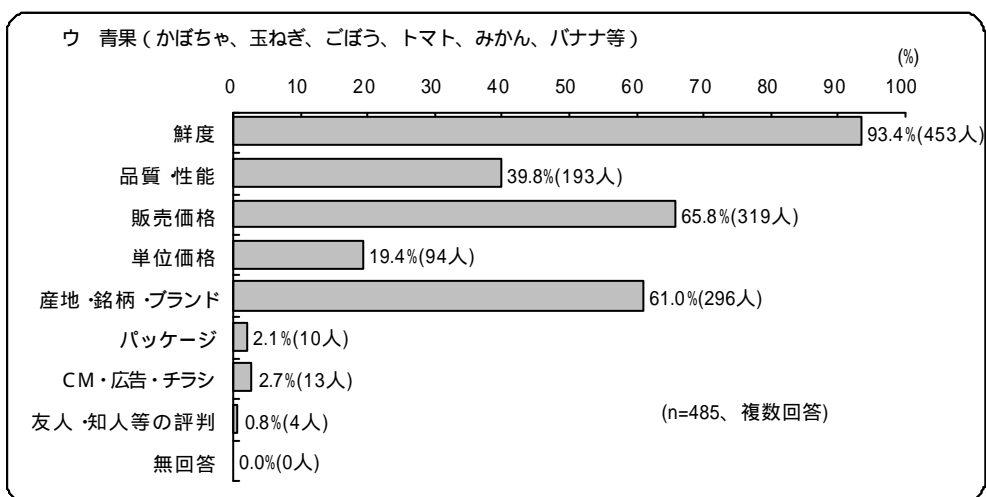
問2 あなたは、食品や日用品を購入する際に、主に何を目安に商品を選択していますか。次の中から商品カテゴリー（ア～ケ）ごとにそれぞれ3つ以内お答え下さい。



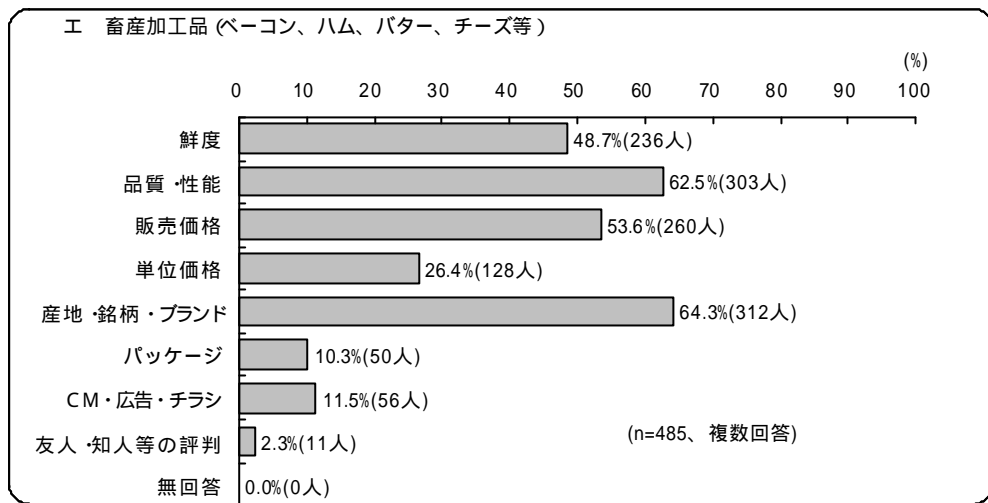
精肉では、「鮮度」、「産地・銘柄・ブランド」、「単位価格」の順で目安とする人の割合が高かった。



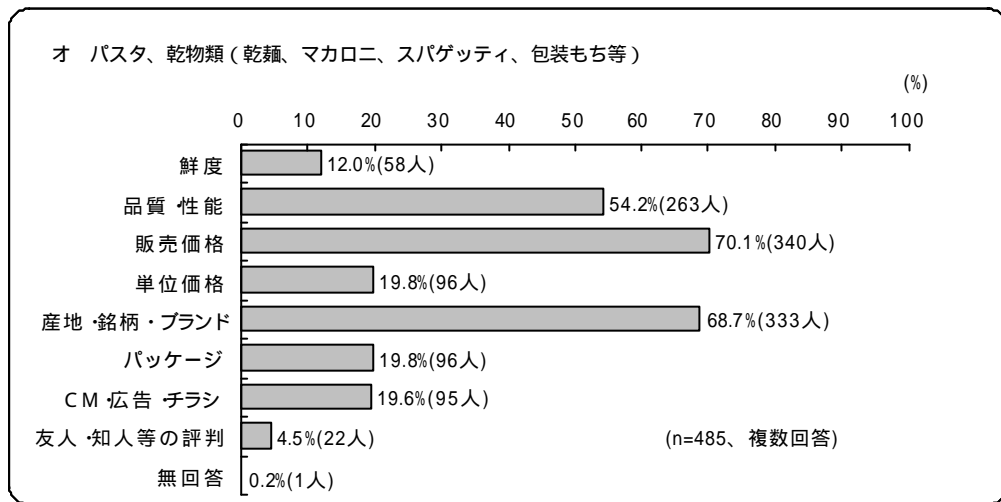
鮮魚では、「鮮度」、「販売価格」、「産地・銘柄・ブランド」の順で目安とする人の割合が高かった。



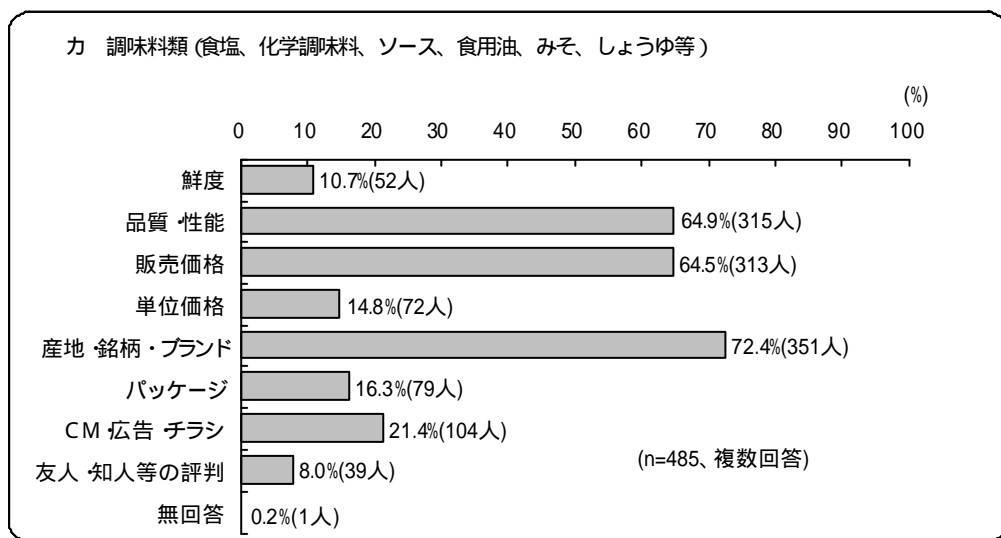
青果では、「鮮度」、「販売価格」、「産地・銘柄・ブランド」の順で目安とする人の割合が高かった。



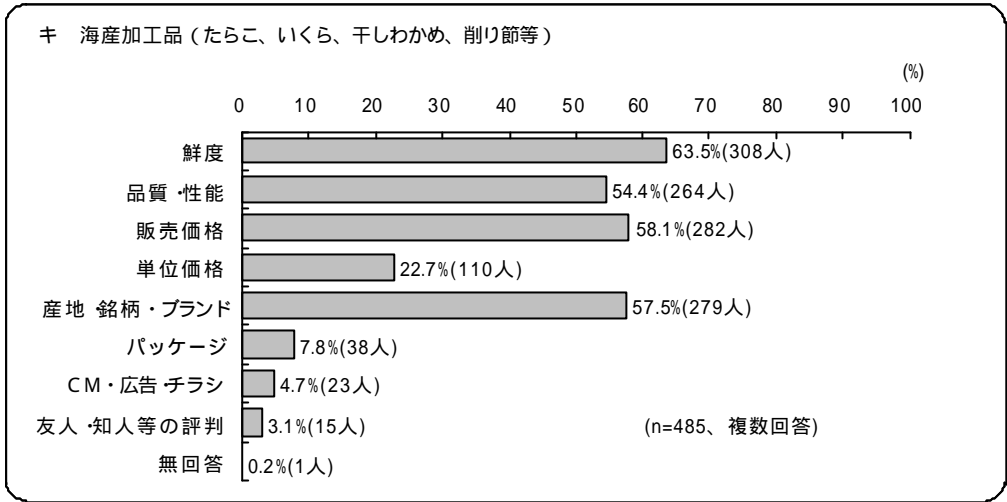
畜産加工品では、「産地・銘柄・ブランド」、「品質・性能」、「販売価格」の順で目安とする人の割合が高かった。



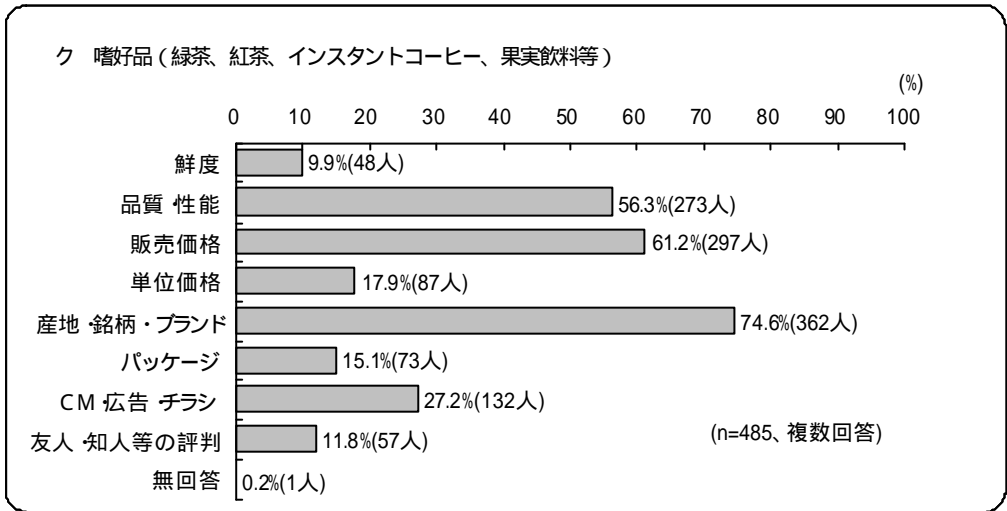
パスタ、乾物類では、「販売価格」、「産地・銘柄・ブランド」、「品質・性能」の順で目安とする人の割合が高かった。



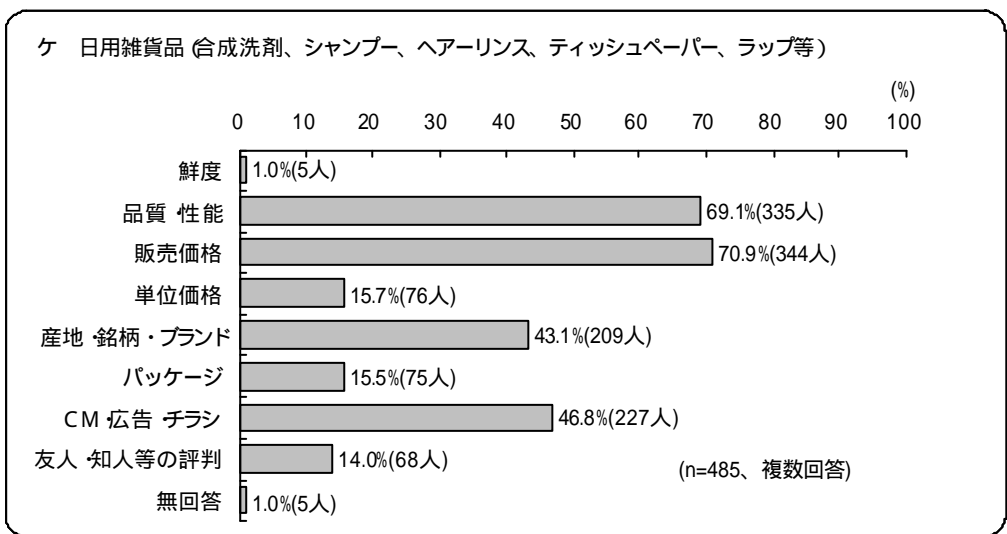
調味料類では、「産地・銘柄・ブランド」、「品質・性能」、「販売価格」の順で目安とする人の割合が高かった。



海産加工品では、「鮮度」、「販売価格」、「産地・銘柄・ブランド」の順で目安とする人の割合が高かった。



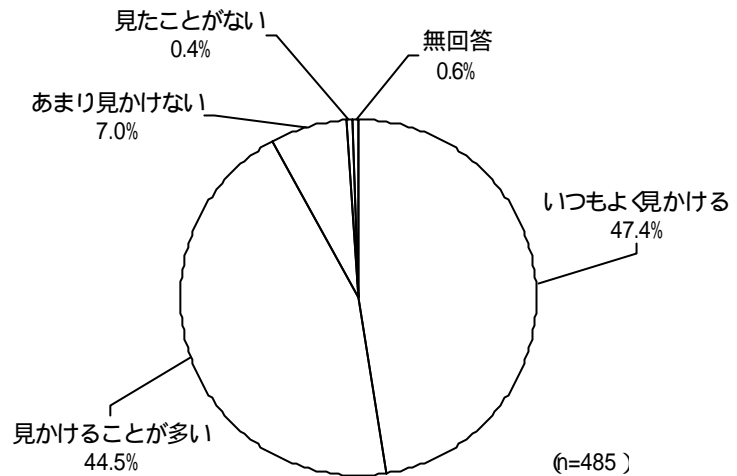
嗜好品では、「産地・銘柄・ブランド」、「販売価格」、「品質・性能」の順で目安とする人の割合が高かった。



日用雑貨品では、「販売価格」、「品質・性能」、「CM・広告・チラシ」の順で目安とする人の割合が高かった。

問3 あなたは、商品ラベルや陳列棚等に「100g当たり 円」など、単位価格表示がされているのを見たことがありますか。

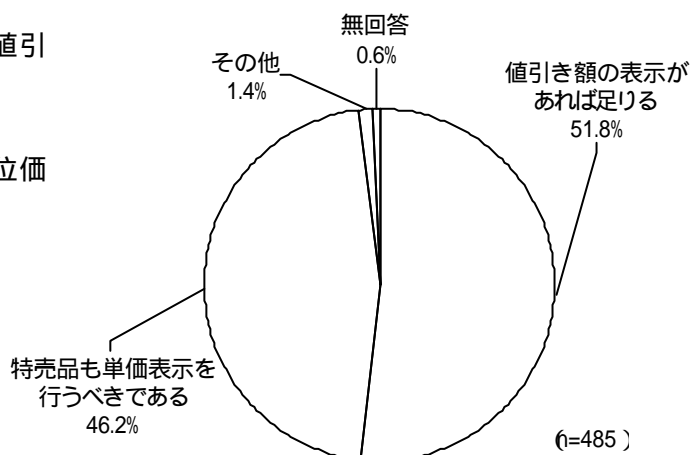
- 1 いつもよく見かける
- 2 見かけることが多い
- 3 あまり見かけない
- 4 見たことがない



単位価格表示を「いつもよく見かける」又は「見かけることが多い」と回答した人は9割を超えた(91.9%)。

問4 スーパーで、「100gあたり 円」などの単位価格表示がされている商品であっても、特売の際に「円引き」などの表示がなされるだけで、値下げ後の単位価格表示がされていない場合があります。このことについて、あなたの考えに最も近いものを1つお答えください。

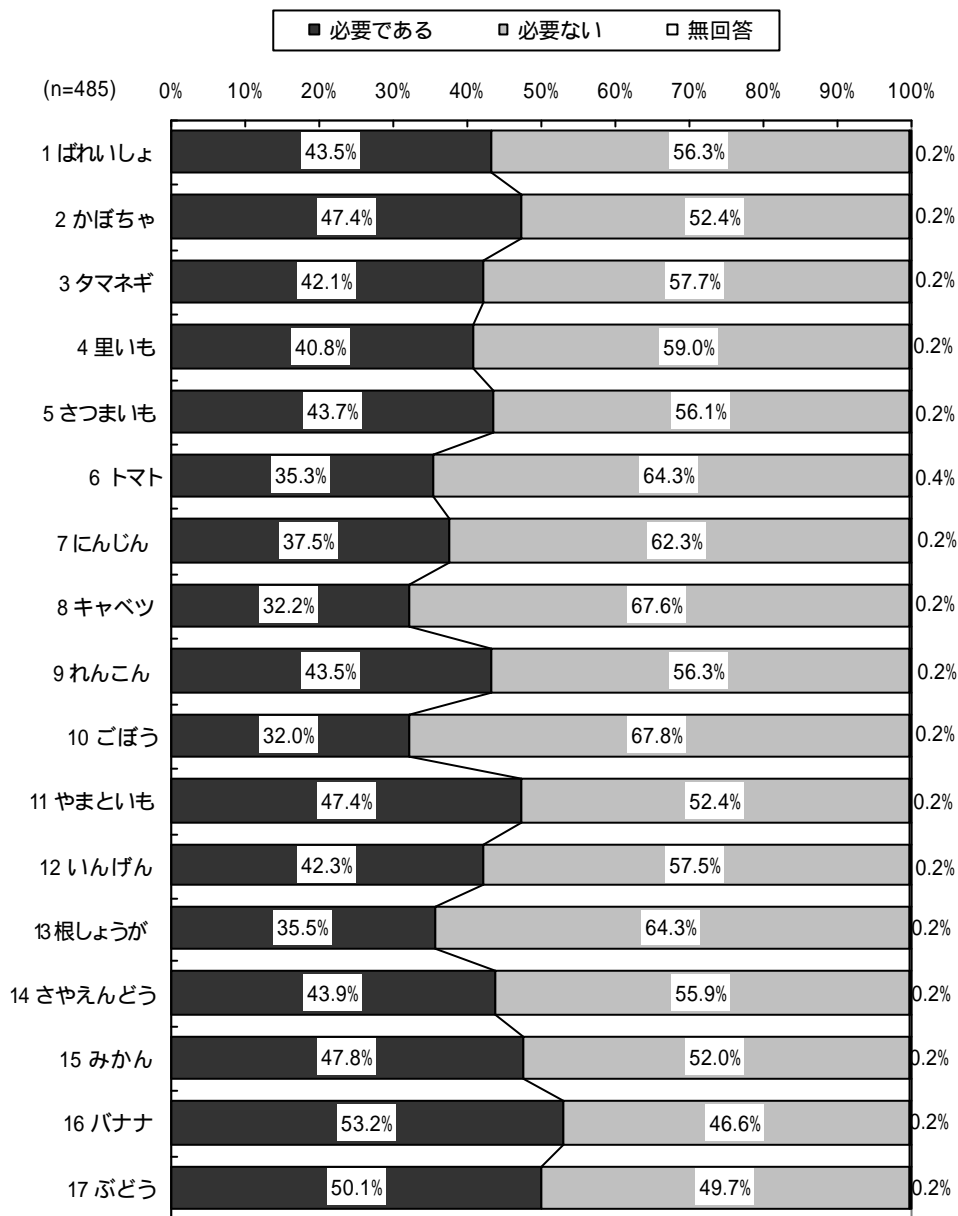
- 1 特売価格又は通常価格からの値引き額の表示があれば足りる
- 2 特売品についてもきちんと単位価格表示を行うべきである
- 3 その他(記入)



特売品の割引価格について単位価格の表示を求めようかどうかについては、ほぼ半々に分かれた。「その他」としては、“商品によっては表示すべきである”等があった。

問5 あなたは、次に掲げるものについて、単価表示は必要だと思いますか、それとも必要ないと思いますか。各品目についてお答えください。

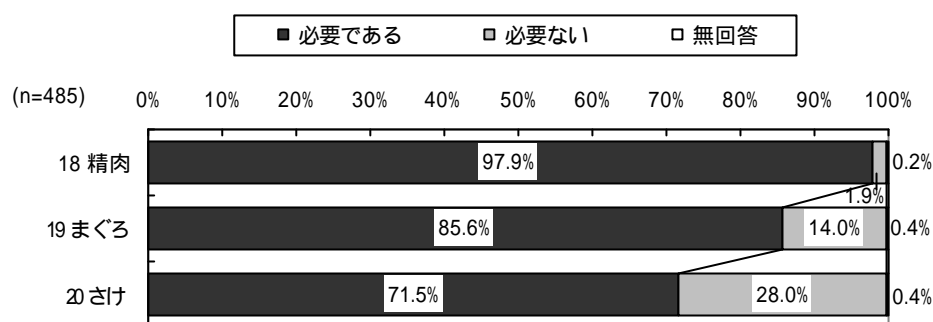
[生鮮食品 青果]



青果では、17品目中15品目で、単価表示は「必要ない」と回答した人が過半数となった。

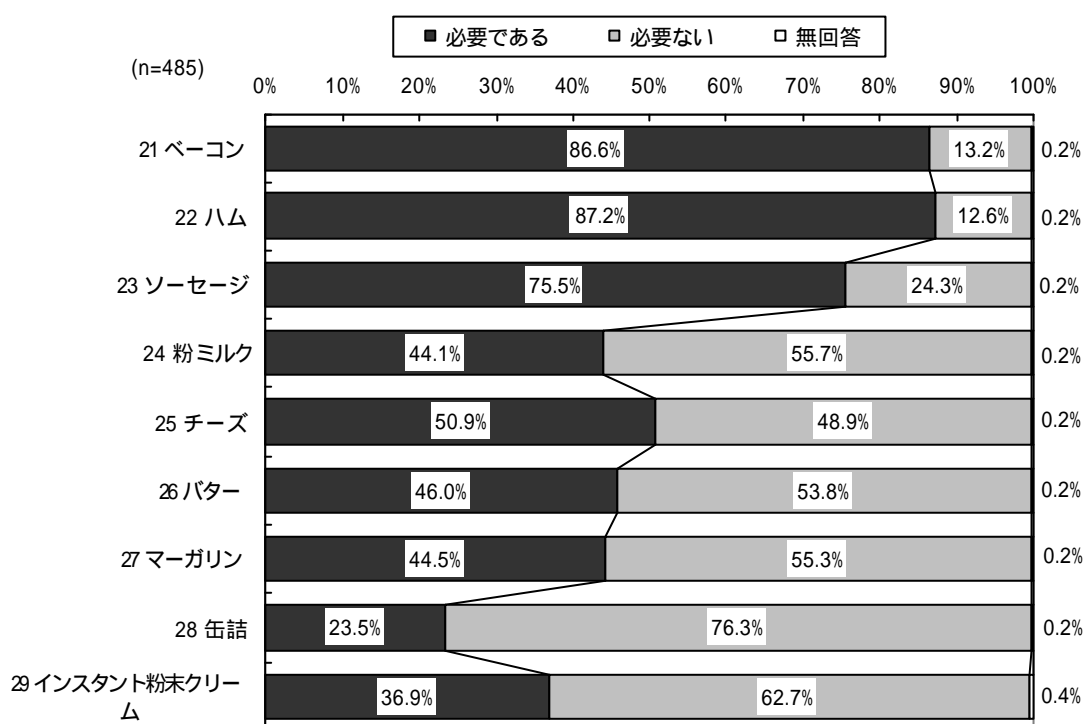
「必要である」と回答した人の割合が最も高かったのは「バナナ」の53.2%で、最も低かったのは「ごぼう」の32.0%であった。

〔生鮮食品 精肉・鮮魚〕



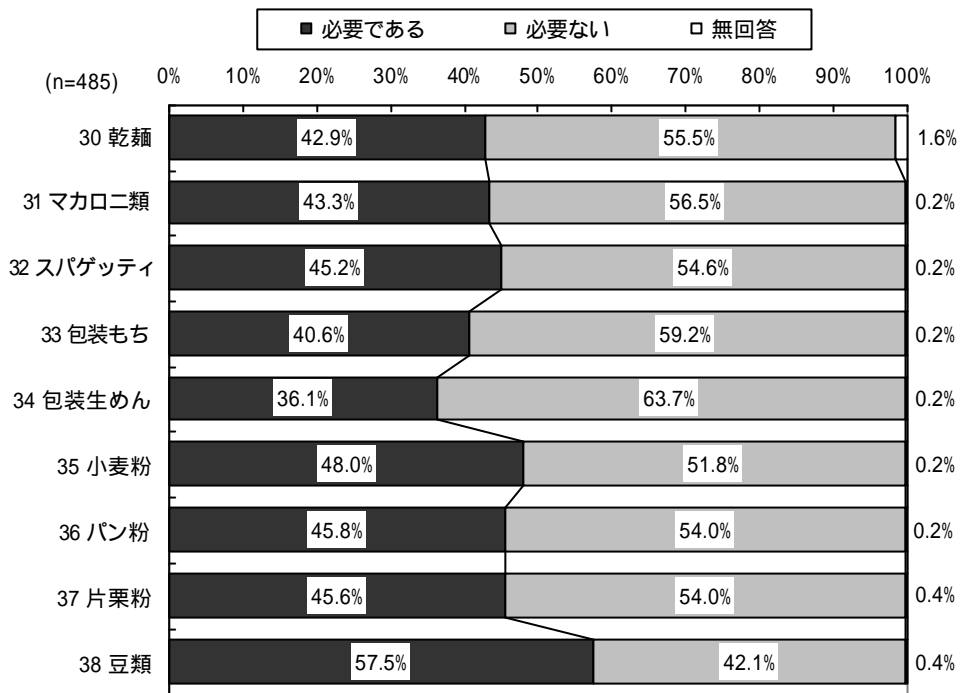
精肉・鮮魚では、3品目すべてにおいて過半数の人が単位価格表示は「必要である」と回答した。特に、「精肉」では9割以上の方が「必要である」と回答した。

〔加工食品 畜産加工品〕



畜産加工品では、9品目中5品目で、単位価格表示が「必要ない」と回答した人が過半数となった。ただし、「ベーコン」「ハム」「ソーセージ」では「必要である」と回答した人の割合が高く、特に「ベーコン」「ハム」では8割以上に上った。なお、「必要である」と回答した人の割合が最も低かったのは、「缶詰」の23.5%であった。

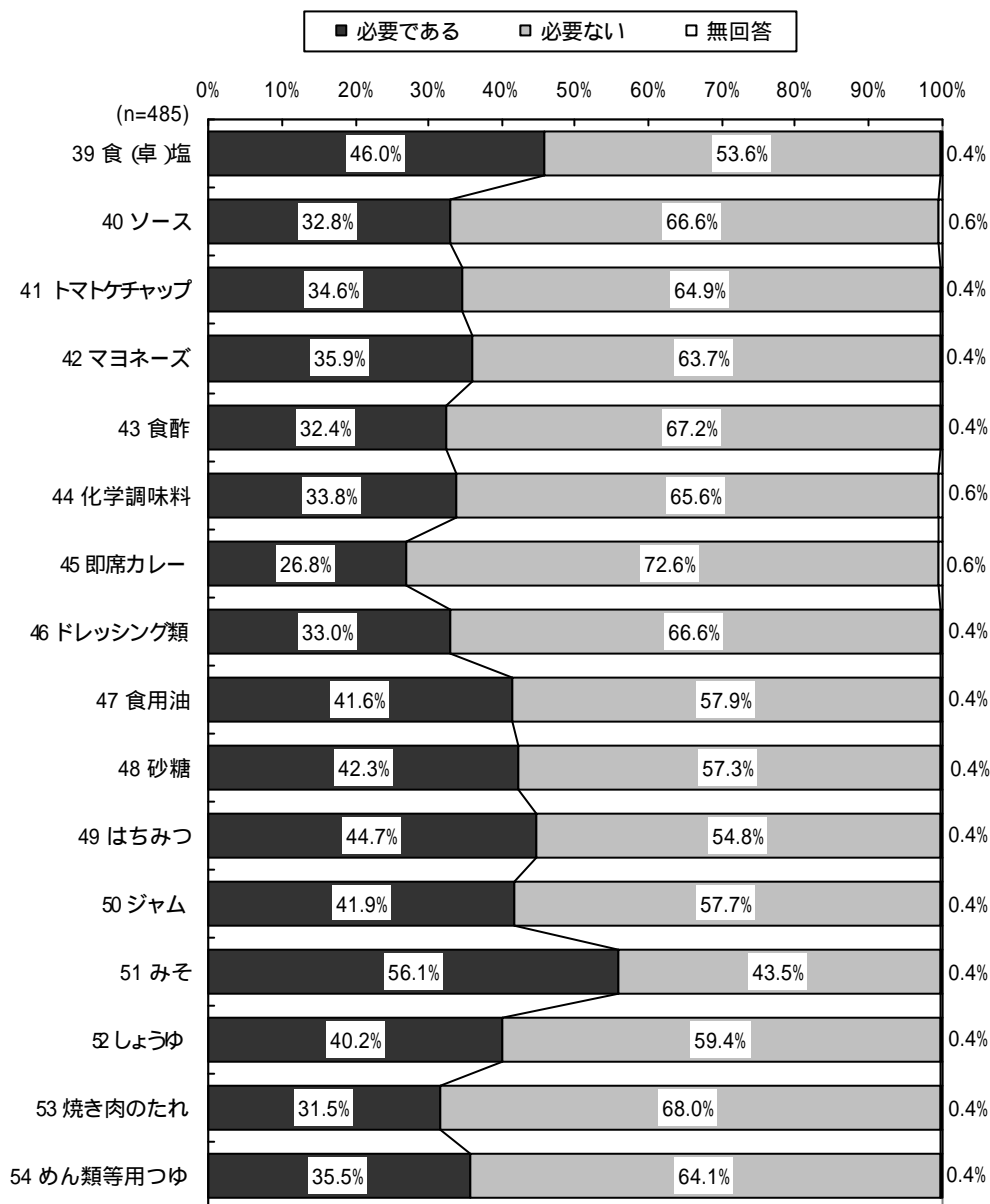
加工食品 パスタ 乾物類]



パスタ・乾物類では、9品目中8品目で、単価表示は「必要ない」と回答した人が過半数となった。

「必要である」と回答した人の割合が最も高かったのは「豆類」の57.5%で、最も低かったのは「包装生めん」の36.1%であった。

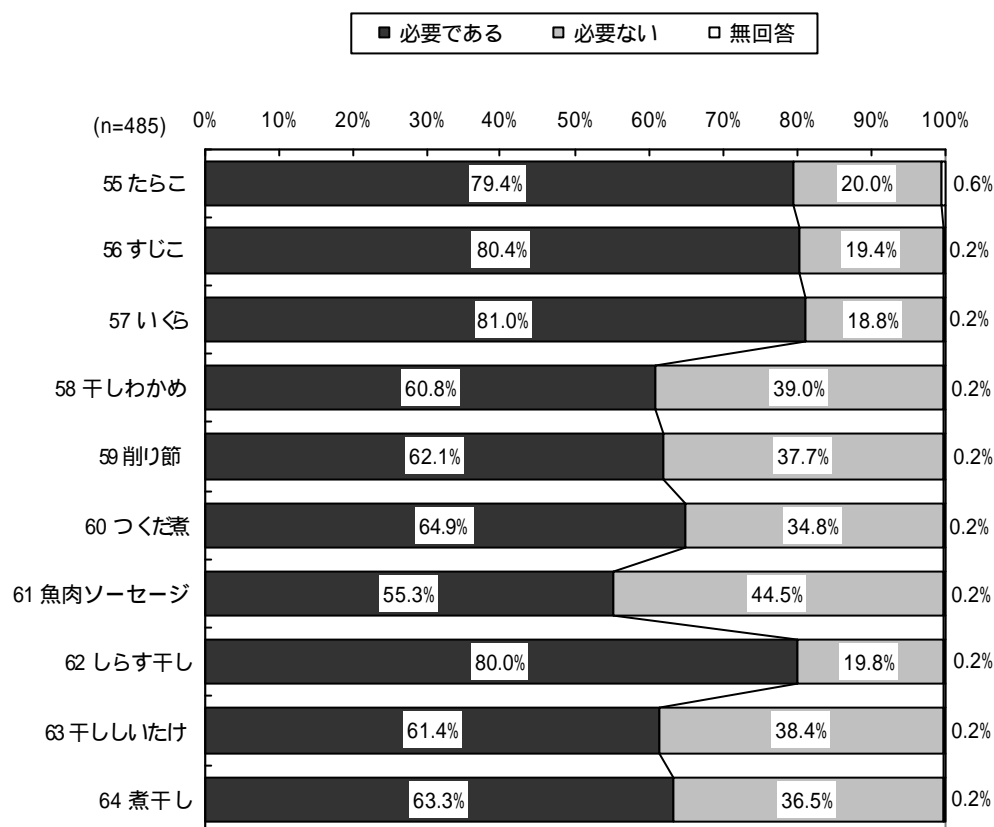
加工食品 調味料類]



調味料類では、16品目中15品目で、単価表示は「必要ない」と回答した人が過半数となった。

「必要である」と回答した人の割合が最も高かったのは「みそ」の56.1%で、最も低かったのは「即席カレー」の26.8%であった。

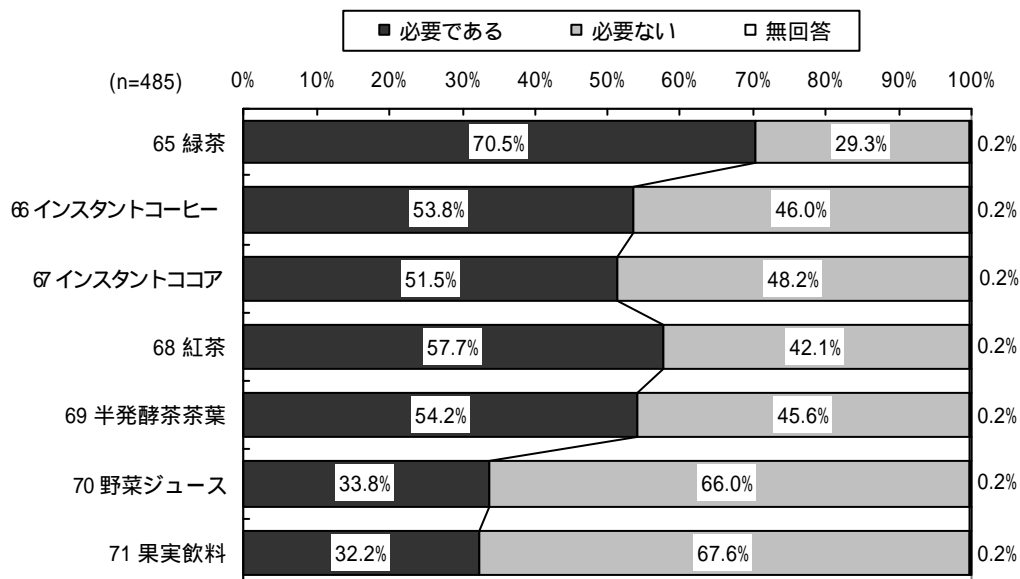
加工食品 海産加工品]



海産加工品では、10品目全てにおいて、単位価格表示は「必要である」と回答した人が過半数となった。

「必要である」と回答した人の割合が最も高かったのは「いくら」の81.0%で、最も低かったのは「魚肉ソーセージ」の55.3%であった。

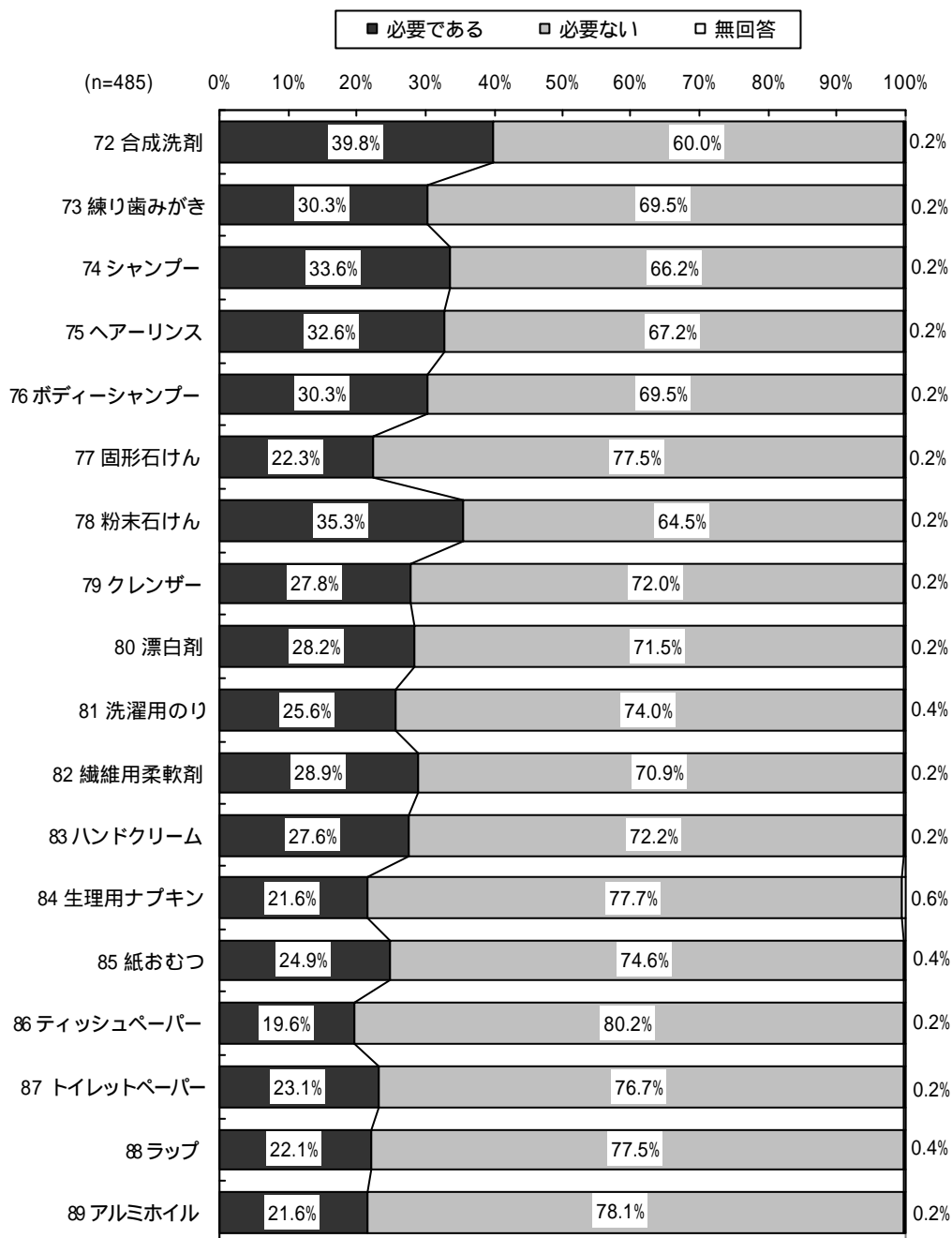
加工食品 嗜好品]



嗜好品では、7品目中5品目で、単位価格表示は「必要である」と回答した人が過半数となった。

「必要である」と回答した人の割合が最も高かったのは「緑茶」の70.5%で、最も低かったのは「果実飲料」の32.2%であった。

[日用雑貨品]

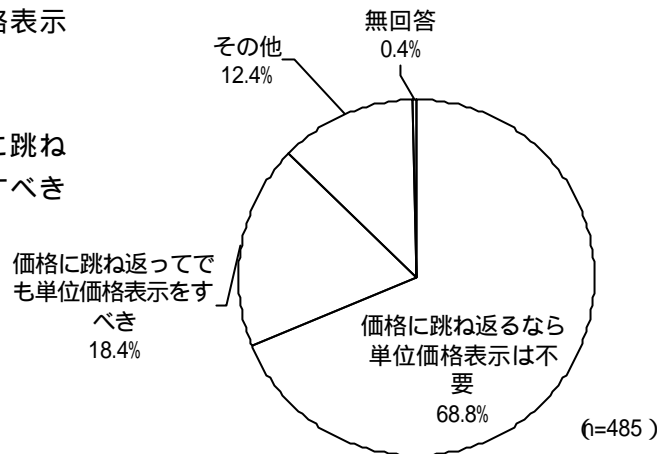


日用雑貨品では、18品目全てにおいて、単位価格表示は「必要ない」と回答した人が過半数となった。

「必要である」と回答した人の割合が最も高かったのは「合成洗剤」の39.8%で、最も低かったのは「ティッシュペーパー」の19.6%であった。

問6 「100gあたり 円」などの単位価格表示を現在よりも充実させると、コストが増加するという調査結果があります。このことについて、あなたの考えに最も近いものを1つお答え下さい。

- 1 コストの増加分が商品価格に跳ね返るのならば、あえて単位価格表示をしなくてもよい
- 2 コストの増加分が商品価格に跳ね返っても、単位価格表示をすべきである
- 3 その他（記入）



単位価格表示を現在よりも充実させると、コストが増加するという調査結果に対する考えについては、「コストの増加分が商品価格に跳ね返るのならば、あえて単位価格表示をしなくてもよい」と回答した人が約3分の2を占めた（68.8%）。

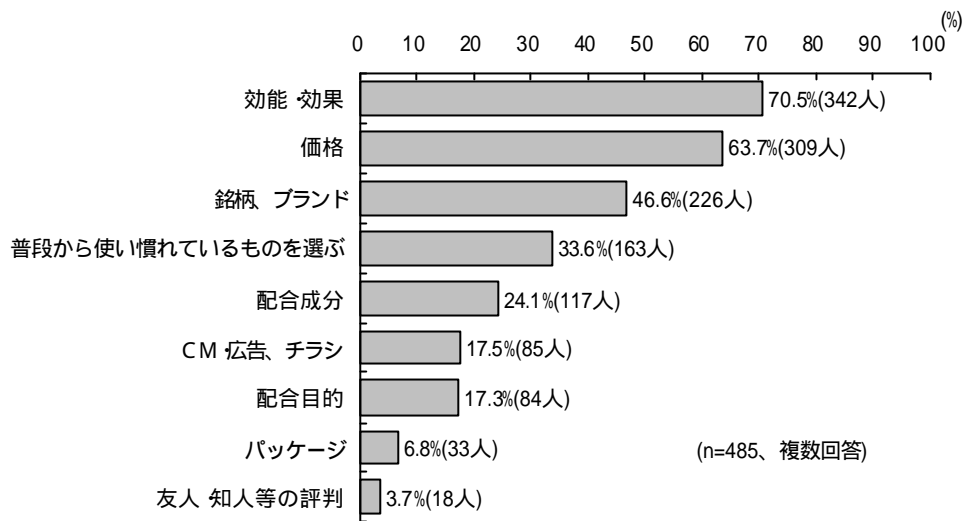
「その他」としては、“表示の必要性の高いものは表示すべき”、“消費者に対する責務として当然表示すべき”、“顧客サービスとして店が独自にすればよい”、“ある程度のコスト増は仕方がない”、“コスト増分は企業努力で吸収すべき”等があった。

問7 問5の表に示した品目以外のもので、単位価格表示があったほうがよいと思う品目があれば、その名称を記入してください。

現行制度以外に単位価格表示があったほうがよいと思う品目を自由記入形式により聞いたところ、161件の回答があった。“米”、“牛乳・ヨーグルト”、“酒類”、“惣菜”、“パン”、“豆腐”、“海苔”などの回答が多かった（いずれも10件以上の回答のあったもの。）。

(3) 歯みがきの表示について

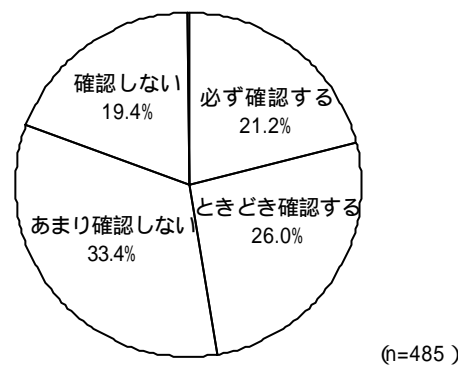
問8 あなたは、歯みがきを購入するときに、主に何を目安に選んでいますか。次の中から3つ以内お答え下さい。



歯みがきを購入するときに、主に何を目安に選んでいるかについては、「効能・効果」(70.5%)と答えた人が最も多く、次いで「価格」(63.7%)、「銘柄・ブランド」(46.6%)の順であった。

問9 あなたは、歯みがきを選択するときに、「配合成分」や「配合目的」の表示を確認していますか。

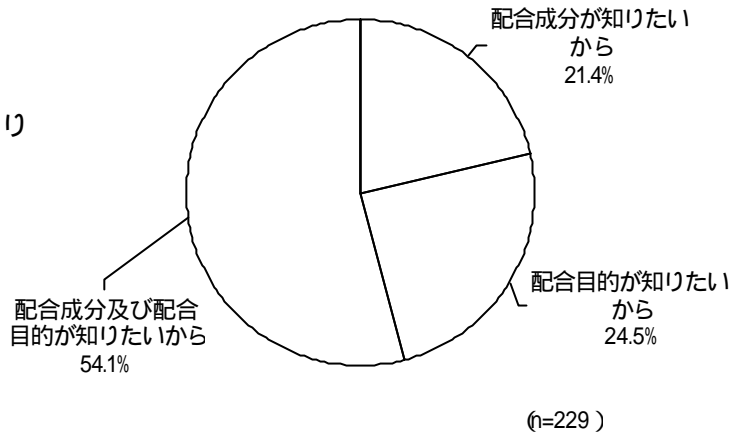
- 1 必ず確認する
- 2 ときどき確認する
- 3 あまり確認しない
- 4 確認しない



歯みがきの配合成分や配合目的を「必ず確認する」又は「ときどき確認する」と回答した人は47.2%であった。これに対して、「あまり確認しない」又は「確認しない」と回答した人は52.8%であった。

問10 問9で「1 必ず確認する」「2 ときどき確認する」と答えた方におたずねします。「配合成分」や「配合目的」の表示を確認する理由は何ですか。以下の中から1つお答え下さい。

- 1 配合成分が知りたいから
- 2 配合目的が知りたいから
- 3 配合成分及び配合目的が知りたいから



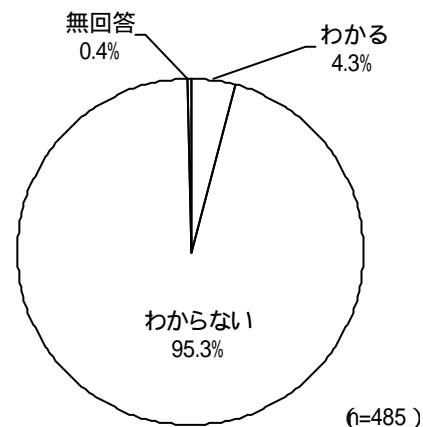
歯みがきの表示を確認する人に確認する理由を聞いたところ、「配合成分及び配合目的が知りたいから」と回答した人が54.1%と最も多かった。

問11 全員の方におたずねします。

歯みがきには化粧品と医薬部外品（薬用歯みがき）があります。このたび、薬事法の改正により、化粧品歯みがきについてはすべての配合成分を表示することとなりました。ただし、配合目的についての規定はありません。

そこでおたずねしますが、配合成分名（水酸化アルミニウム、ソルビットなど）だけを見たときに、その物質の配合目的がわかりますか。

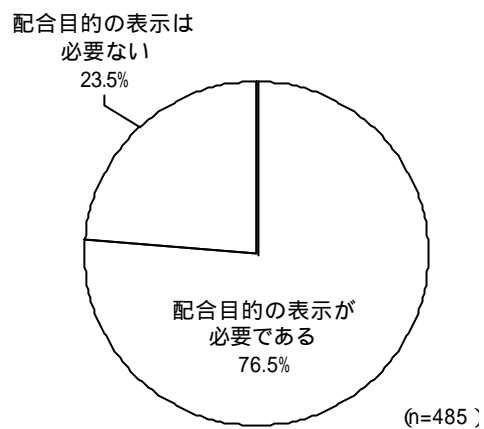
- 1 わかる
- 2 わからない



配合成分名だけを見てその成分の配合目的がわかるか聞いたところ、「わかる」と答えたのは4.3%にとどまった。

問12 あなたが歯みがきを選ぶ際に、「配合目的」の表示は必要ですか。

- 1 配合目的の表示が必要である
- 2 配合目的の表示は必要ない



歯みがきを選ぶ際に「配合目的の表示が必要である」とした人は、4分の3を超えた(76.5%)。

3 自由意見

今回のアンケートに関して、217件の自由意見が寄せられた。主な意見の要旨は、下記のとおりである。

(1) 単位価格表示について

商品選択の現状と単位価格表示の必要性について

- ・野菜は個数、大きさ、重さで直感的に購入するので、単位価格表示は必要ない。他方、加工品は同種のものでも内容量が異なり消費者が錯覚しやすいので単位価格表示をしてほしい。
- ・自分の感覚で、商品の量や価格についての基準があって、それを元に品物を選んでいるので、個人的には必要性を感じない。
- ・精肉など、グラム単位で買うもの以外は単位価格表示は不要である。
- ・青果、乾物、調味料等「個」単位で買うものについてはそれほど必要性を感じない。
- ・単位価格表示を見かけるが、スーパーなどではパック入りで販売している場合が多く、かえってわかりにくいときもある。
- ・商品がパッケージ化された今日、量目が正しければ単位価格表示は必要ないと思う。
- ・安いか高いかを見分けるのに単位価格表示は有効だ。しかし、パッケージや価格だけで判断するのは正しい消費者とはいえない。
- ・商品の単位価格の表示は重要であると思うが、実際に買うのは商品そのものなので、価格が適正かどうか、安全かどうかの方がより重要だと思う。
- ・野菜や肉などに、品等の表示があればいいと思う。現在は品質がどのように価格に反映されているかがわからない。
- ・特売品を買うのが常なので、単位価格表示はあまり参考にしていない。
- ・単位価格表示は必要性のあるものだけでよい。それよりも、正しい計量がされているかどうかのほうが気になる（特に精肉売場）。
- ・単位価格表示と共にはかり売りを推進するとよいと思う。単身者などの消費者にとっても便利である。
- ・単位価格は、自分でその場で計算している。
- ・単位価格のみを大きく目立たせて販売していることがあるが、商品の価格と間違えて購入してしまいやすい。

特売と単位価格表示について

- ・これまで、特売品などは量に関係なく価格で比較して買うことが多かった。
- ・特売などの場合、値下げ後の単位価格は表示する必要はないと思う。値下げ前の単位価格がその商品の本来の品質を表すものだと思うから、それさえ見れば、その商品の品質を判断できると思う。

単位価格表示のコストについて

- ・システムが定着していけば、コストは次第に抑制できるのではないか。
- ・単位価格表示のコストについては、長い目で見れば企業の努力、対策次第で削減できると思う。
- ・大手スーパーではよく見かけるが、中小の店では手間や時間がかかり大変だと思う。ただ単位価格を見るだけでなく、大根、白菜、キャベツなど中の見えないものは消費者がものを見る目を肥やさなければならない。
- ・事業者がいかに消費者に誠意を持って接しているかは消費者が判断していくと思うので、メーカーは必要だと思えば単位価格表示をしていくと思う。一律義務化するとコスト高になると思う。
- ・単位価格表示にコストがかかるのであれば、消費者が自ら計算するなどして対応すればよい。
- ・手間がかかる割には活用されていないと思う。

(2) 歯みがきの表示について

配合成分・配合目的の表示の必要性について

- ・歯みがきは成分までよく見て買ったことがなく、見てもさっぱりわからないが、成分表示はやはり必要だと思う。
- ・配合成分・目的が表示してあっても、知識がないため表示を理解できない。表示にコストをかけるのであれば、もっと消費者の立場に立った表示にすべきだと思う。
- ・難しい成分名を並べられても、それが必要な成分なのか、危険な成分かすらわかりにくい。義務だから表示している、というのでは消費者への誠意が感じられない。
- ・配合成分の表示と共に、配合目的を表示しなければ消費者の関心は薄れてしまうと思う。
- ・知るべき情報は知らせて、その中で個々人が選べるようにすることが大切だ。
- ・私たちが知りたいのは、配合成分の名称ではなく、その成分の目的・効能や安全性についてである。

- ・配合目的や配合成分は一般の者にはわかりにくい。「すき間の歯垢も顆粒ですっきり取れる」「虫歯の予防効果が長持ちする」というような誰にでもわかる特徴を表示してほしい。
- ・普通の人が見て簡単に理解できる表示をパッケージに取り入れてほしい。
- ・製造する側にとっては当たり前の知識でも消費者にとっては不明なことが多いので、説明文等にはわかりやすく表記してほしい。
- ・配合成分を見て選ぶということはないが、「表示している」という安心感はあるかもしれない。

歯みがきの表示と安全性について

- ・医薬品であれば含有成分や含有量に加え、その目的、効能、さらには取扱い上の注意事項が明記されている。医薬部外品とはいえ「薬用」と表示するのであれば配合成分や配合目的を明記してほしい。また、歯みがきは長年常用するものである以上、安全性についての規制も必要だ。
- ・細かく表示しなくても危険なものが配合されないようなシステム作りが必要だ。
- ・配合成分の表示を見ると、歯みがきの安全性に不安を感じる。
- ・配合成分（薬）による副作用も全くないとはいえないので、配合成分の少ない素朴な歯みがきを見直したい。

制度改正について

- ・歯みがきの表示にこのような改正が起こっているとは知らなかった。
- ・消費者にとって配合成分の表示だけではわかりづらく、配合目的のほうを表示してもらいたいと思う。法律改正は国民の意見を踏まえてしてほしい。