

## 消費者需要有用的食品標示

**當**別人告訴你有關食物營養標籤的事，你會發現自己知道的很少，而想了解更多。

消費者希望去了解，才是關鍵。因此資訊不該只是簡單的，而是有用的。

曉得三支“巧克力棒”減去100公克的麵包屑，還剩18公克脂肪及14公克纖維質，對了解營養價值有什麼幫助？消費者想要知道的是其營養價值，也就是他們應當“多些或少些”攝取營養素！

標明1支巧克力棒的脂肪有6公克，佔我們每天所需的脂肪量的7%，纖維質4.8公克，超過我們每天所需的15%，這些資料真正說明了一些事情，而我們也一直在努力尋找一種方法，能夠以簡易的方式標明這些資料（數據），使消費者自己去決定對食物的營養價值。

很不幸地，大部份正在使用中的圖表，不是用上述的資料，就是用主觀的評估系統，諸如顏色或符號，過份把營養單純化而終至歪曲。

營養顧問Dr. Richard Moody設計出一種一目了然的系統叫“Nutrineed”能克服以上的問題。它可用於包裝和附加文件上，並且和政府的營養資料及未來的標籤計劃符合。

（資料來源：The Grocer /譯者：丁桂芳）■

## 英國的健康標示運動

**有**關食品的健康標示，在英國以超級市場為中心，正普及之中。1987年9月英國消費者以良好的營養標示為目的運動已開始進行，目前英國的食品標示包括：(1)食品名稱。(2)依重量順序的成份表。(3)有效期限。(4)貯存方法。(5)製造者（或包裝者）的名稱和地址。(6)原產地。(7)必要時的使用方法等。但對於營養方面則完全沒有規定的條文，雖然成份表依重量順序而列，但並沒有記載其實際的個別容量。除此之外也沒有記載脂肪種類、維生素及礦物質的資料。

另外，消費者有必要知道的情報，如保存料的種類及抗生素的使用、生產時可能混入的成份，在販賣場所陳列的產品都沒有加以標示。而在標籤上使用“天然的”、“農場直送”、“水果飲料”等文句也是一個問題。

目前超級市場或製造業者也開始查覺忽視消費者對健康的關心，會降低銷售額的事實。英國

的Tesco公司於1985年元月起開始在其公司產品上標示營養成份及在店內散發有關健康飲食生活的小冊子，這種作法已使得其他超級市場群起效法。（資料來源：健康產業新聞（日文）/譯者：江惟真）■

## 加拿大的包裝與標示法

**加**拿大消費者與廠商事務署（Consumer and Corporate Affairs）目前正在進行包裝與標示法規修訂，以使其更為明確易懂。

該署提出之各項方案如下：

**營養標示：**過去多年來，業者、政府及其他利益團體已就此作了不少工作。該署希望今春，商品營養標示可另印製一份說明，並成立工作小組研擬有關之方針。目的是取消目前規定之限制，而代之以自行印製之標示，以便廠商在標籤及廣告上提供消費者更多營養成份之資訊。

**放射線照射過之食品標示：**這是研討多時的另一要點，目前已有多項方案正在研究。由於有關放射線照射過之食品是眾所爭議的，故很可能進展會稍為落後。

**酒類：**現行之條例未規定應就產地加以明確描述，故應修訂食品及藥物條例B.02.108。

**礦泉水：**現行各省及聯邦法規，對礦泉水、泉水之標示、缺乏明確之分別且不能配合，阻礙了這些產品在市場上公平競銷。欲矯正此現象，須修訂食品及藥物條例之有關規定。

（資料來源：Food in Canada /譯者：魏寶貝）■

## 日本的加工食品營養標示

**日**本厚生省及農林水產省同時制定了有關加工食品的營養成份標示的制度，厚生省與農林水產省的動向，已引起大眾的注目，目前食品業界採靜觀其變的態度，將視未來狀況予以因應。

營養成份的標示，是消費者對健康意向的反應，意義非常重大，因此希望農林水產省和厚生省有統一明確的標示制度，減少食品業界的混亂，指導避免造成不知所從的現象，這是業界最迫切需要的事。（資料來源：食品產業新聞（日文）/譯者：許大和）■