

食品表示へのデジタルツール活用検討分科会 取りまとめ概要

令和 7 年12月
消費者庁食品表示課

令和5年度食品表示懇談会の取りまとめ

- 今後の食品表示が目指していく方向性について、中長期的な羅針盤となるような食品表示制度の大枠の議論を行い、以下のとおり方向性がとりまとめられた。

(1) 諸外国との表示制度の整合性について

大きな方向性としては、我が国の状況や諸外国の「包装食品の表示に関するコーデックス一般規格」への対応状況を踏まえつつ、合わせられるところについては、合わせていく。

(2) 個別品目ごとの表示ルールについて

- ・ 横断的な基準に合わせる方向で見直すことを基本としつつ、食品ごとの個別の事情や制定の経緯、消費者の要望等を踏まえながら検討。
- ・ 表示基準がその時々々の情勢に照らして妥当なものであるかどうかを定期的に確認することについて検討。

(3) 食品表示へのデジタルツールの活用について

- ・ 容器包装への表示に代えて代替的な手段によって情報提供を充実させることとした場合の議論を進めていく必要。
- ・ 新たに管理すべき情報や、その情報の管理方法や提供手段についても議論を進める必要。
- ・ 情報の管理方法や情報を伝達する媒体、デジタルを活用した制度をどのように運用していくのか等技術的な課題についても議論。

(4) 改正内容の施行時期について

各改正事項の施行時期や経過措置期間の終了時期を極力合わせるなど、実施時期の予見可能性を高めるための方策も含めて議論。

(5) 食品表示制度の消費者への周知について

食品表示を正しく活用していただけるよう、制度の周知普及を実施。

(6) 各検討事項の議論の進め方について

各検討事項については、各分野の専門家からなる議論の場（令和6年度からはデジタル活用と個別品目の表示ルールの2分科会）を設け検討。

食品表示へのデジタルツール活用ビジョン

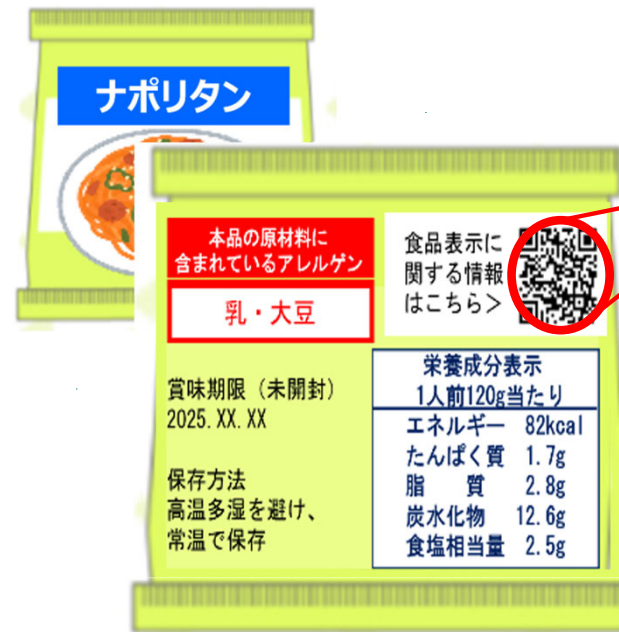
※このスライドは、分科会で議論されたものではなく、消費者庁において、安全と栄養に関する表示のみを残した場合の例として作成したものです。

現行のパッケージ



- ・義務表示を容器包装上に全て表示しなければならない
- これ以上表示事項が増えると表示しきれない可能性がある
- 字が小さく見づらい

デジタルで義務表示を代替した場合のパッケージイメージ



スマートフォンで
二次元コード等を
読み取って表示を確認

- ・スマホでQRコード等を読み取ると表示が確認できる
- 急な仕様変更にも対応可能
- アレルギー情報をより大きく表示できる
- 知りたい情報をソートできる
- フォントサイズを調整できる
- 多言語対応しやすい



海外での食品表示へのデジタル活用の取組

- 食品表示の国際基準を定めるコーデックス（CODEX）においても、原則、義務表示は容器包装としていたが、昨年、義務表示の代替として、デジタルを活用する場合のガイドラインが定められている。
- 中国、韓国でも義務表示の代替としてデジタル活用することについて、法整備を進めている状況（調査中）。

食品表示における食品情報の提供のためのテクノロジーの使用に関するガイドライン（CXG105-2024）（抜粋）

5. 包装食品のラベル又は表示に必須の情報が、その代わりにテクノロジーの使用により消費者に提供されてよいかを決定する上での考慮事項

- 食品の名称、安全及び栄養に関する食品情報並びに管轄当局が決定するその他の義務的食品情報は、テクノロジーの使用のみによって提供されるべきではない。

7. テクノロジーの使用による消費者への食品情報の提供に適用される原則

包装食品のラベル又は表示を介してテクノロジーの使用により消費者がアクセスする食品情報については、その食品情報が義務的に求められるものか任意で提供されるものかに関わらず、次の原則に基づかなければならない。

- テクノロジーを使用して記載又は提示される食品情報は、消費者がいかなる情報をも提供又は開示する必要なく、容易にアクセスできなければならない。
- 包装食品のラベル又は表示が、テクノロジーを使用してアクセスされる食品情報へ言及するにあたっては、プラットフォーム上に掲示される情報は十分なものであって、その食品情報が当該包装食品に係るものであると消費者が確認できるような方法で掲示されなければならない。

食品表示へのデジタルツール活用検討分科会

検討項目

- (1) 容器包装への表示に代えて代替的な手段によって情報提供を充実させる場合の内容について検討
- (2) 新たに管理すべき情報や、その情報の管理方法や提供手段、情報の管理方法や情報を伝達する媒体、デジタルを活用した制度をどのように運用していくのか等技術的な課題についても検討

運営

- (1) 運営は(株)シードプランニングに委託
- (2) 分科会は原則公開(オンライン配信)

(スケジュール)

- 第1回 令和6年10月1日
- ・コーデックス食品表示部会の動向
 - ・消費者庁及び海外での取組
- 第2回 令和6年12月2日
- ・コーデックス食品表示部会の報告
 - ・事業者へのヒアリング
- 第3回 令和7年2月5日
- ・事業者へのヒアリング
 - ・来年度に向けた議論の方向性検討
- 第4回 令和7年6月18日
- ・経済産業省から取組の報告
 - ・事業者へのヒアリング
- 第5回 令和7年7月30日
- ・取りまとめ案の検討
- 第6回 令和7年9月26日
- ・取りまとめ案の検討
- 第7回 令和7年11月14日
- ・取りまとめ

構成員(令和7年度)

小川 美香子	東京海洋大学 学術研究院 食品生産科学部門 准教授
奥富 潤二	三菱食品株式会社 品質管理グループ グループマネージャー
小野 一彦	ハウス食品株式会社 開発研究所 品質情報システム担当
加藤 孝治	日本大学大学院 総合社会情報研究科 教授(座長)
金田 建一	株式会社生活品質科学研究所 食品・HBC本部 データ管理部長
工藤 操	一般財団法人 消費科学センター 企画運営委員
河野 浩	一般財団法人 食品産業センター 参与
早川 敏幸	日本生活協同組合連合会 品質保証本部 安全政策推進室 室長
平賀 早織	国分グループ本社株式会社 品質管理部 主任
南田 聡美	株式会社セブン-イレブン・ジャパン QC・物流管理本部 QC部 QCサポートマネージャー

技術的な課題の議論

- 1 技術的な課題その①
制度運用のためのメリット・デメリット、制度上求めるべき水準の整理
(方向性の議論)
- 2 技術的な課題その②
表示のためのデータは一元管理にするか、分散管理にするか
(管理方法の議論)
- 3 技術的な課題その③
消費者が表示にアクセスするために使用するツールはどうするか
(実施方法の議論)
- 4 制度実現に向けて考えられる詳細な課題
 - ① 1対1対応の具体的方法
 - ② 食品表示のために保管するデータの範囲
 - ③ 広告等その他の情報との棲み分けルール
 - ④ 監視可能性についてのルール作り

第5回分科会にて議論

第6回分科会にて議論

○第5～6回分科会では、令和6年度に取りまとめた技術的な課題の方向性についての消費者庁の考えを示した上で、一つ一つの論点について議論を行った。技術的な課題その①～③についての主な意見と議論の結果は以下の通り。

技術的な課題その① 制度運用のためのメリット・デメリット、制度上求めるべき水準の整理（方向性の議論）

議論のまとめ

第5回食品表示へのデジタルツール活用検討分科会資料1から抜粋

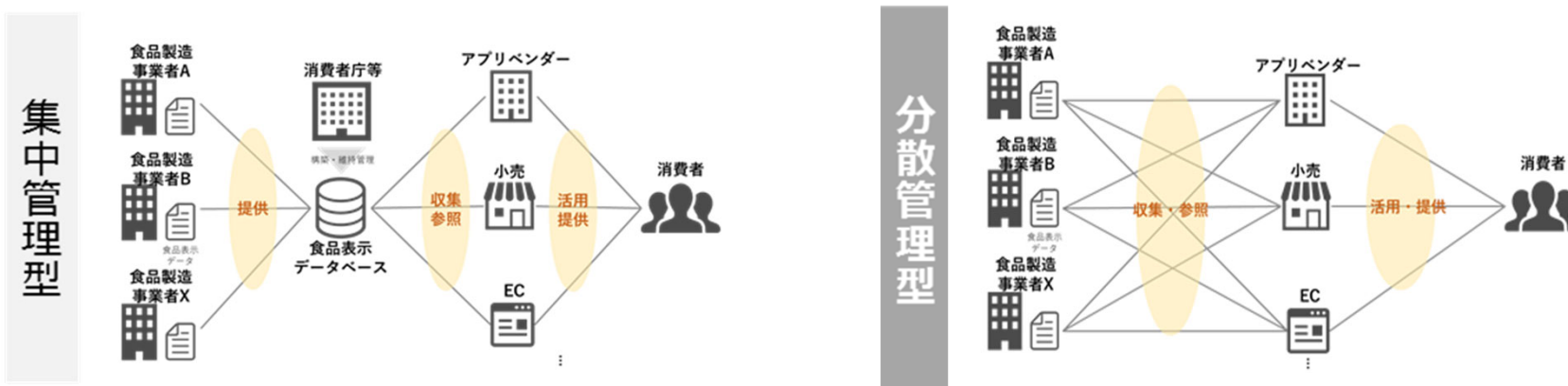
消費者・事業者の制度運用によるメリット・デメリットは以下の通り。

	メリット		デメリット
消費者	デジタル表示	付加価値の提供・利用	コスト等
	<ul style="list-style-type: none">● 容器包装への義務表示事項をデジタル表示に代替することにより、容器包装上に残す、安全等に関する表示がより見やすく表示できる可能性がある● デジタル表示に代替する義務表示を統一フォーマット化することで、商品ごとの表示の内容が比べやすく、見やすくなる可能性がある	<ul style="list-style-type: none">● 個人ごとの具体的な目的によるカスタマイズが可能となる（例：文字の拡大、外国語表記への変換、アレルギーのアラート機能など）● 文字以外に画像、動画等（例：ピクトグラム、調理方法動画）で任意に情報を表示できるようになり、分かりやすく表示することが可能となる● 容器包装への義務表示以上の情報が公開される可能性がある	<ul style="list-style-type: none">■ スマホ等のデジタル端末がないとデジタル表示に代替した表示が確認できなくなる■ スマホ等を商品にかざす必要があり、情報を得るための一手間が増える■ ネット回線に不具合が生じたときにデジタル表示に代替した表示が確認できなくなる■ スマホ等の通信費用が発生する■ 食品表示を目的をもって見たい人しか見なくなる可能性がある
事業者	<ul style="list-style-type: none">● あらかじめ容器包装に表示することが必要なくなることにより、原材料の重量順や原料原産地等の変更などによる包材の変更が必要なくなり、包材に縛られない原料調達が可能となる可能性がある● デジタル表示に代替することにより、容器包装上の表示ミスによる商品回収の軽減につながる	<ul style="list-style-type: none">● 商品によっては、ラベルの縮小化による環境負荷削減が可能となる（例：飲料、お弁当、惣菜）● デジタルで消費者が商品にアクセスすることで、消費者の関心がどこにあるのか調べられ、マーケティングに活用できる● 事業者が提供したい情報もあわせて提供することが可能となる（例：レシピ情報、キャンペーンの告知等）	<ul style="list-style-type: none">■ デジタル表示を管理するための費用・人事が必要となる（例：常時デジタル表示が確認できるデータベースの維持・管理、変更ごとのデータの更新、問合せ等に関するサポート体制等）■ 行政による監視の実行可能性を考慮し、デジタル表示する際に、表示内容に変更があった場合の変更履歴を確認できる仕組みを用意する必要がある

- ・食品表示にデジタルツールが活用された場合、消費者にとっては表示が見やすくなり、事業者にとっては包材に縛られない原料調達が可能になる等といったメリットがある一方で、消費者が表示を見る際に、スマートフォン等を商品にかざす必要があり、情報を得るための手間が増えることや、事業者はデジタルの表示のために管理費用等のコストが増える等といったデメリットもある。
- ・全ての事業者を対象にした場合、データを新たに作るための手間やコストなどの問題も生じる可能性があり、既にある程度の体制が整っている事業者を対象にした制度設計が現実的なのではないか。
- ・食品表示のための情報は、流通過程のどこかではデータ化されているはずであり、本制度の対象者は、製造事業者に限らず、卸売事業者等を含めて幅広く対象になると考えられる。

⇒前提として、デジタルを活用した表示を行うか否かは事業者に委ねられることから、現時点で既にシステム等を導入し、表示内容をデータ化している者をターゲットとして制度設計をすることで意見が取りまとまった。

- 将来的にプラットフォームが登場し、様々なITビジネスを展開していくことが考えられるが、そのときに分散管理で十分対応できるのか。義務表示をデジタル化するだけと、狭く考えるのではなく、拡張的なことは常に考えておくべき。
- 分散管理は、一元管理に比べるとコストを抑えることはできたとしても、事業者においてデータベースの整備等に追加的なコストはかかる。
- 分散管理の下で、既存のシステム会社を利用して表示のためのデータを管理している場合、当該システム会社が、デジタルの表示に対応できる形にしてデータを公開していく必要があるのではないか。
- 一元管理では食品表示データベースを国がグリップする形となるが、内部統制的な形で実施する分散管理の場合は、運用のルールをしっかりと定めておく必要がある。



⇒分散管理には様々な問題があれど、現実的な状況として、一元管理で進めていくのは非常に難しいと考えられ、分散管理により制度設計していくという方向で意見が取りまとまった。

- ・消費者がデジタルの表示にアクセスする端末としてスマートフォンは有用であるが、スマートフォンをスーパーの店頭で出すのはためられる。
- ・商品陳列や価格情報等の写真を撮る行為が小売事業者理解を得にくい傾向がある中、そうした行為との違いが少し分かりにくくなるかもしれないことが懸念される。義務表示の代替としてスマートフォンを活用する場合、事業者への理解を求める必要がある。
- ・消費者がデジタルの表示へアクセスするために使用するツールとして、分散管理の場合は保管場所情報をコードに埋め込む必要があるが、JANコードではその対応が難しいため、二次元コードで対応するのが現実的である。
- ・スマートフォンを保有していない人がいることや、通信障害の問題等、誰でもいつでもどこでも使えるわけではないということを、制度としてやむを得ないものとして認めつつ制度設計することで良いか。予期せざるリスクも考えた上で、容器包装に残すものとデジタルで表示するものをどこで線引きをするのか考えなければいけない。



⇒スマートフォンを活用することに様々な課題はあるが、技術的な課題②のデータの管理方法の結論として、分散管理とする方向で取りまとめたことを踏まえ、スマートフォンを活用して、二次元コードを利用した情報ツールを利用していくという方向で意見が取りまとまった。

4① 1対1対応の具体的方法

第6回食品表示へのデジタルツール活用検討分科会資料2を改変

- ・食品関連事業者の多くは、自社商品をJANコードとプライベートコード（自社内において商品を管理するために使用する特定のコード）を組み合わせることで管理しており、現状、JANコードのみの1対1対応が可能な識別は進んでいない。
- ・分散管理の運用を踏まえると、スマートフォンを用いた二次元コードを利用することとなる。
- ・二次元コードを読み取った後、義務表示にアクセスする流れとしては、以下の三パターンが考えられる。

容器包装の
二次元コードを
読み込む



◎ パターン①：食品表示の画面が直接表示される



◎ パターン②：
表示された画面から期限表示やロット番号等で当該商品の
情報を選択して食品表示の画面に移動する



✕ パターン③：
表示された画面に期限表示やロット番号等を入力して
食品表示の画面に移動する



＜追加説明＞ 4 ① 1対1対応の具体的方法

第6回食品表示へのデジタル
ツール活用検討分科会資料3
から抜粋

	食品表示の改版頻度※1	例	アクセスパターン
事業者	・ほとんど改版しない ・2年に1回程度の改版	・中小企業 ・取り扱い点数が少ない企業	①、③ （改版頻度が少ないならば、直接二次元コードを印字できれば良い。②となるとWebサイトを更新していくことが負担となる）
	・1年に1回以上は改版	・大企業 ・取り扱い点数が多い企業	②、③ （改版頻度が多く、①の場合、都度最新の二次元コードを印字しなくてはならないため、②・③での分岐が必要となる）

※1 デジタルツールを活用するための食品表示検討事業報告書（令和5年3月）より抜粋

	アクセスパターン
消費者	① 令和3年度の調査結果より「必要な情報にすぐ辿り着く方が良い」となると、③のパターンは避けたい ※2

※2 食品表示のデジタルツール活用に係る検討調査事業報告書（令和4年3月）より抜粋

令和4年度に実施した事業者へのアンケートの結果※1を踏まえると、改版頻度や商品の取り扱い点数などの状況に応じて、パターン①～③のうちから、適当なものを事業者が選択することにする、という考え方もある一方、本制度では、消費者が食品表示へのアクセシビリティの点からスマホでの利便性を考慮しパターン③は除外する。消費者の視点から考えると食品表示の画面にたどり着くまでの手数が少ないことが望ましいためパターン①が望ましいが、事業者の実行可能性を踏まえ、パターン②も可能とするのが良いのではないかと。

なので、①と②のどちらのパターンであっても、二次元コードに埋め込むURLの書き方については、一つの二次元コードで多用途を目指せるように、JANコード情報も埋め込むなど、統一した書き方のルールを定めておいた方が、将来の汎用性を考えると良いのではないかと。

4 ① 1対1対応の具体的方法 議論のまとめ

- ・消費者の利便性の観点から、パターン①、②のどちらかが現実的である。
- ・事業者のコストを考えたときに、パターン①のように完全に1対1対応とした場合、原材料の重量順や原料原産地の変更による包材の変更が都度必要となる等、デジタルの利点が失われてしまうおそれがあり、パターン②までを許容範囲とすることに賛成。
- ・パターン②の場合、表示を確認したい商品の情報を選択する際に、誤った商品を選択したり、選択に迷うことがないように工夫する必要がある。
- ・容器包装のどこを見てもらうか（どこにどのように表示するか）については、モデルを示せば良いのではないかと。ルールを多く作ると、それ以外の方法をとる選択肢が狭まってしまうので、モデルと共に留意点を示すというやり方で進めれば良いのではないかと。
- ・デジタル上の食品表示の画面にも、選択のキーとなった情報（期限表示やロット番号等）が表示された方が良いのではないかと。
- ・同一商品を複数工場で製造するケース等の実態を考慮すると、現実的には期限表示だけで1対1対応はできない。選択のためのキーワードは二つくらい必要なのではないかと。
- ・1対1対応の具体的方法は、事業者側の努力によって消費者にわかりやすい方法で実行されることを期待するが、その一方で、消費者側もどれだけのものがデータで得られるのか、また、データを得るためにはどの程度のことを消費者がしなければならないのかといったことを自覚しなければならない。情報の深みや広さを得るためには、消費者も努力しなければならないと感じる。

⇒消費者の利便性の観点からすると、食品表示の画面に辿り着くまでの手数が少ないパターン①が望ましいが、事業者の実行可能性も踏まえ、パターン②を採用することも可能とすることで意見が取りまとまった。また、本議論を踏まえ、消費者に分かりやすく、利便性を損なうことのない1対1対応の具体的方法について、消費者庁において詳細なガイドラインの作成を検討していくことで意見が取りまとまった。

現在容器包装に一括表示等として表示されている情報は、大別すれば三つに分けられると考えられる。

- ① **食品表示基準（平成27年内閣府令第10号）において義務表示となっているもの**
- ② **食品表示基準や「食品表示基準について（平成27年3月30日消食表第139号）」において表示が推奨されているものや表示する場合は食品表示基準に従った表示が必要になるもの**

（例）

アレルギー表示：特定原材料に準ずるもの

栄養成分表示：飽和脂肪酸の量、食物繊維の量

義務表示（熱量、たんぱく質、脂質、炭水化物及びナトリウム）以外で食品表示基準別表第9第1欄に掲げられた栄養成分

- ③ **食品表示基準に規定はなく、事業者が自主的な取組として表示しているもの**

（例）

調理方法（お召し上がり方）、使用上の注意、開封後の保存方法、商品の問い合わせ先

本議論はあくまで保管するデータの項目を検討するものであり、保管するデータの範囲と必ず情報提供しなければならない情報を一致させるものではない。将来的に消費者のニーズに応じた様々なサービスが展開される可能性も踏まえた、保管する表示データの枠組みについて検討するものである。

上記①～③に示したように、義務表示に必要な情報と任意で表示している情報があるため、それらを踏まえ、データの範囲を決めるべきではないか。

ただし、義務表示事項のうち、容器包装に必ず表示する事項とデジタルで代替可能する事項については、令和8年度以降に検討していくことになるため、現時点で具体的なデータの範囲を決めることは困難。

また、データの範囲を決める際は、データの入力方法（表示ゆれ（半角全角、ローマ字の大文字小文字など）や、該当するデータがない場合の対応（空白にするかバーにするかなど））について、統一したルールを定めておく必要がある。

- ・調理方法や使用上の注意は容器包装に詳しく書かれており、これを容器包装上に残すのか、あるいはより詳しく画像で見えるようにするのは別として、保管するデータの範囲として決して落としてはならないと考える。
- ・調理方法や注意喚起等、食品表示基準に規定はなく事業者が自主的な取組の一環で表示しているものや、消費者の利便性及び安全性に関わる情報については幅広く保管するのが良いのではないかと考える。
- ・容器包装の表示を代替することが前提なので、「二次元」の議論になっているが、デジタルであれば、注意喚起を動画コンテンツを用いてより分かりやすく表現するといった方法も考えられる。拡張的な方法も視野に入れておくべきではないか。
- ・保管「すべき」という表現なので、保管そのものが「マスト」であるかのように混乱してしまっているのではないかと考える。データが保管できるように項目を用意しておくということならば、保管「可能な」という表現にした方が、誤解がないのではないかと考える。
- ・PITS（商品情報授受標準化会議）によれば、同じ項目名を指しているようであっても、全角や半角の違いのために、データベースシステムの連携ができないということが実際に起きている。項目と入力方法は、あらかじめ決めておいた方が将来的に情報のリンクがしやすくなる。

⇒将来を見据え、義務表示に必要な情報に加え、事業者が自主的な取組の一環で表示しているものや、消費者の利便性及び安全性に関わる情報については幅広く保管可能な制度設計とすることで、意見が取りまとまった。また、本議論を踏まえ、保管方法のルールについては、消費者庁において詳細なガイドラインの作成を検討していくことで意見が取りまとまった。

<追加説明> 4 ③ 広告等その他の情報との棲み分けルール

第6回食品表示へのデジタル
ツール活用検討分科会資料3
から抜粋

容器包装の
二次元コードを
読み込んだ画面
において

【広告のパターンとして適していない例】



✗ 表示された画面に
バナー広告等が
あるパターン



✗ ポップアップ広告が
出てくるパターン



✗ 先に広告画面が
出てくるパターン

一括表示 栄養成分表示 アレルギー物質	
名称	洋生菓子
原材料名	卵（国産）、砂糖、生乳、植物油脂（大豆を含む）、乳製品、カラメルソース、ゼラチン
添加物	香料、乳化剤、pH調整剤、増粘多糖類
内容量	130 g
販売者	株式会社〇〇 東京都〇〇市××町1-2
製造所	株式会社△△ さいたま工場 埼玉県〇〇市△△町

二次元コードを読み込んだ先のWebページの画面において、ポップアップ広告や広告画面が表示されると、義務表示情報とは関係のない情報に誤って誘引されたり、義務表示情報にたどり着くためにポップアップ広告を消す手間がかかり、義務表示情報との区別が容易にできる方法とは言えない。

＜追加説明＞ 4 ③ 広告等その他の情報との棲み分けルール

第6回食品表示へのデジタル
ツール活用検討分科会資料3
から抜粋

◎ 望ましい例

一括表示がまとめて表示され、
一括表示の下に広告バナーがある

小 中 大

一括表示	
名称	洋生菓子
原材料名	卵（国産）、砂糖、生乳、植物油脂（大豆を含む）、乳製品、カラメルソース、ゼラチン
添加物	香料、乳化剤、pH調整剤、増粘多糖類
内容量	130 g
販売者	株式会社〇〇 東京都〇〇市××町1-2
製造所	株式会社△△ さいたま工場 埼玉県〇〇市△△町

ポイントプレゼント キャンペーン実施中

一括表示とは別に
広告専用のタブがある

小 中 大

一括表示	
名称	洋生菓子
原材料名	卵（国産）、砂糖、生乳、植物油脂（大豆を含む）、乳製品、カラメルソース、ゼラチン
添加物	香料、乳化剤、pH調整剤、増粘多糖類
内容量	130 g
販売者	株式会社〇〇 東京都〇〇市××町1-2
製造所	株式会社△△ さいたま工場 埼玉県〇〇市△△町

ポイントプレゼント キャンペーン実施中

✕ 望ましくない例

一括表示がまとめて表示され、
一括表示の上に広告バナーがある

小 中 大

ポイントプレゼント キャンペーン実施中

一括表示	
名称	洋生菓子
原材料名	卵（国産）、砂糖、生乳、植物油脂（大豆を含む）、乳製品、カラメルソース、ゼラチン
添加物	香料、乳化剤、pH調整剤、増粘多糖類
内容量	130 g
販売者	株式会社〇〇 東京都〇〇市××町1-2
製造所	株式会社△△ さいたま工場 埼玉県〇〇市△△町

一括表示の間に広告が入る

小 中 大

一括表示	
名称	洋生菓子
原材料名	卵（国産）、砂糖、生乳、植物油脂（大豆を含む）、乳製品、カラメルソース、ゼラチン
添加物	香料、乳化剤、pH調整剤、増粘多糖類
内容量	130 g
販売者	株式会社〇〇 東京都〇〇市××町1-2
製造所	株式会社△△ さいたま工場 埼玉県〇〇市△△町

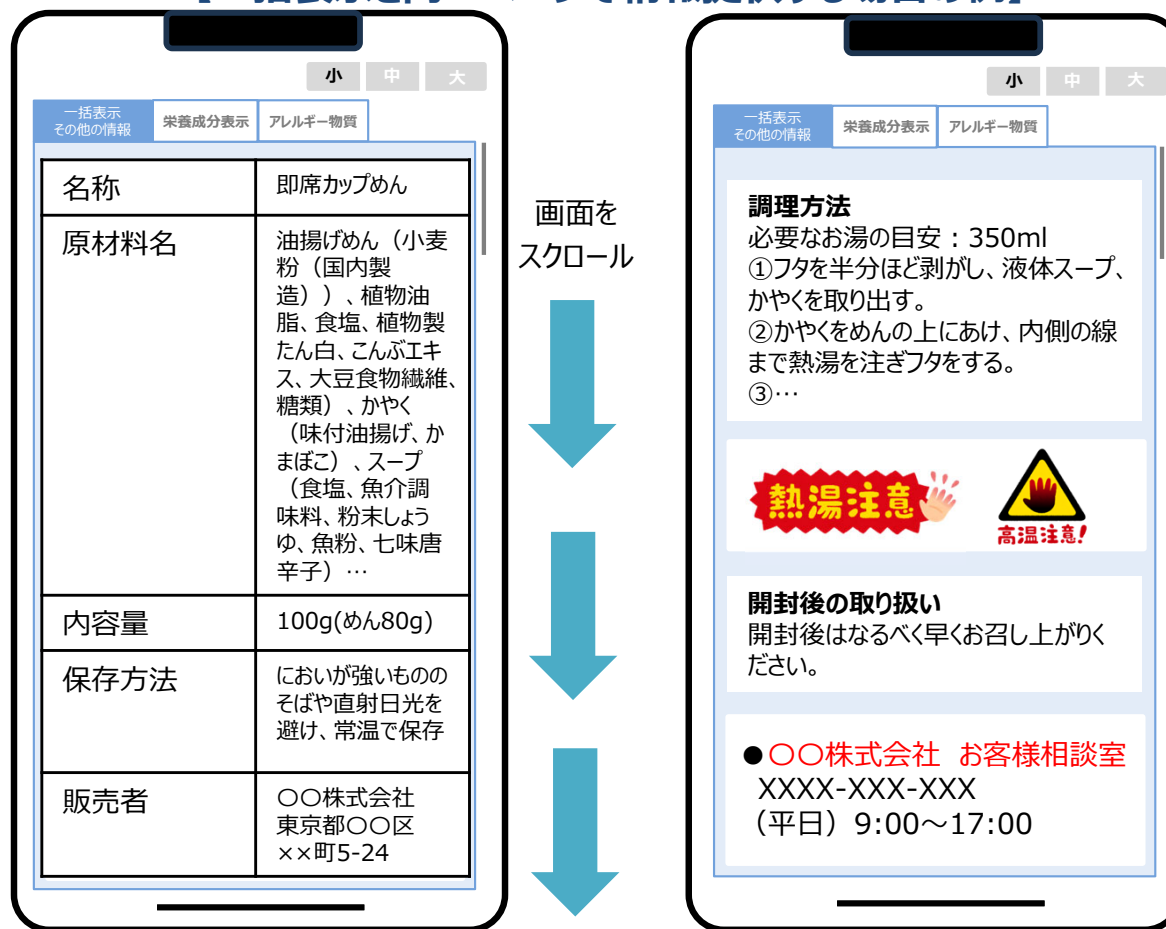
ポイントプレゼント キャンペーン実施中

コーデックスのガイドラインにより、「義務的食品情報がテクノロジーの使用によって提供される場合には、ラベル又は表示上の言及は当該情報と直接リンクしなければならず、当該義務的食品情報はまとめて表示され、容易に識別可能で、他の情報と容易に区別できなければならない。」とあるため、読み込んだ先の画面で一括表示が一番最初に表示されることを原則とする。その上で、現在の容器包装においても一括表示欄外には広告の表示がされていることを踏まえると、一括表示と区別して最後に広告が表示されることや、消費者が自ら選択してページを遷移し広告表示させるような場合は明確に区分されていると考えられるのではないかな。一方、一括表示の上に広告がある場合や、間に広告が入る場合は、一括表示と広告が明確に区分されているとは言えない。

<追加説明> 4 ③ 広告等その他の情報との棲み分けルール

第6回食品表示へのデジタル
ツール活用検討分科会資料3
から抜粋

【一括表示と同一ページで情報提供する場合の例】



一括表示画面をスクロールしたら、同一ページに別で調理方法や取り扱い方法等について表示される

食品表示基準 別記様式1 備考

1～11 略

12 不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）第31条第1項の規定に基づき公正競争規約に定められた表示事項その他法令により表示すべき事項及び消費者の選択に資する適切な表示事項は、枠内に表示することができる。

義務表示以外に容器包装に表示される情報は様々あるが、食品表示基準において、**消費者の選択に資する適切な表示事項は枠内に表示することができる**と定められている。これを踏まえ、調理方法、使用上の注意、開封後の保存方法、商品の問い合わせ先などの情報は、義務表示の部分が分かりにくならないのであれば、一括表示として同一ページに情報提供しても良いものとしてはどうか。

4 ③ 広告等その他の情報との棲み分けルール 議論のまとめ

- ・表示を確認するに当たって、広告が目に入らないこと、表示と広告が明確に切り分けられていることがまずもって重要である。
- ・現在のプラットフォームビジネスでは、広告によって収入を得るものが一般的で、有料会員になれば広告が表示されないというパターンが多いため、将来的にメーカー横断で食品表示の情報を提供するようなプラットフォームが登場することを考えたときに、禁止とまでは言えなくても、望ましい形を示すこととしてはどうか。
- ・食品表示を見たいにも関わらず、広告が先に出てきてしまえば、消費者の意思に反した状況になるのではないか。テクノロジーガイドラインを踏まえると、消費者庁が示した食品表示とそれを阻害しない形で他の情報の表示とを棲み分ける望ましい例と望ましくない例の線引きは適當ではないかと思う。
- ・広告は義務表示の中にそれほど入れ込まなくても良いかと考えている。例えば、マーケティングや広告に強く誘引したい場合は、容器包装上で食品表示用とは別の二次元コードを付けて使い分ける方法もあると思う。

⇒現在の容器包装において一括表示欄外には広告の表示がされている実態があることも踏まえると、本制度において一切の広告表示を禁止するものではないが、広告が先に出てしまったり、目立つところに広告が出現し、一括表示の情報を消費者が視認することを妨げられたりすることがないように、広告等を掲載する場合は、別枠を設ける、食品表示を優先して確認できる位置に表示する等の望ましい例を、ガイドライン等の作成を検討し、整理していく方向で意見が取りまとまった。

<追加説明> 4④ 監視可能性についてのルール作り

【データの修正履歴を消費者へ提供する場合の例】



消費者に正しい情報が届いていることを担保するためや行政機関が適切に監視できるよう、「いつ」「どのような修正」がなされたか分かるよう、データの修正履歴を残すこと（保存期間も含む）を担保する何らかの措置を構ずる必要があるのではないか。

4 ④ 監視可能性についてのルール作り 議論のまとめ

- ・修正履歴の保管期間をいつまでとするかについては一定のルールが必要。また、事業者が一商品ごとに古いデータを削除するのは現実的ではない面もあり、例えば、システム上で事前にデータ保存の有効期限が入力できるような方法を、システムベンダー側でも検討されると良いのではないか。
- ・食品保存や消費に関しての消費者の実際の利用実態を考えると、修正履歴の保管期間は、賞味期限日までとするのではなく、賞味期限に一定の日数を加えた運用とすることが妥当ではないか。
- ・当該商品が流通している又は消費者の手元にある間は、少なくともデータを確認できるようにしておく必要がある。
- ・デジタル化は事業者にとって情報の修正がしやすくなる一方で、対外的に確認し得ない形で事業者が誤りをなかったことにするようなことがあると、結果として消費者に不利益を与えることになる。修正の履歴が分からなくなることが原因となって消費者被害等につながることを防ぐためにも、行政機関が修正履歴を適切に監視できる工夫が必要。
- ・事業者が表示を間違えてしまい修正した場合、消費者にもその跡が分かる情報提供も必要と考える。

⇒行政機関が適切に監視できるように、修正履歴の保管を一定の要件化とする方向で、制度設計することで意見が取りまとまった。また、データの修正履歴の示し方やその保存期間については消費者庁において検討することで意見が取りまとまった。

分科会のとりまとめ

- 分科会では、情報の管理方法や情報伝達の媒体、デジタルツールを活用した制度をどのように運用していくのか等の技術的な課題について議論を実施。
- 容器包装に必ず表示する事項と、デジタルで代替を可能とする事項についての具体的な議論は、分科会では議論しない。来年度以降の懇談会での議論とする。

＜主な内容＞

- ✓ デジタルツールを活用した表示を行うか否かは、事業者の「任意」とする。
- ✓ 食品表示のためのデータの管理方法は、国がデータベースを構築して管理する方式（一元管理）ではなく、各事業者が持っている既存のデータベース等を活用していく（分散管理）こととする。
- ✓ 消費者がデジタルの表示にアクセスするために使用するツールは、個人が所有するスマートフォンを使用して、二次元コードを読み取る方式にする。
- ✓ 食品表示のために事業者が保管するデータの項目は、消費者のニーズに応じた様々なサービスが展開される可能性も考慮し、義務表示に必要なデータよりも幅広くに保管可能な枠組みとする。
- ✓ 広告等やその他の情報と義務表示等の棲み分けについては、消費者庁において望ましい例を整理することとし、監視方法については、行政機関が適切に監視できるように修正履歴の保管を一定の要件化とする。

また上記を踏まえ、

- ・デジタルで食品情報を表示する場合の様式例
 - ・データベースにデータを入力する際の統一したルール
 - ・デジタルの利便性は確保されつつ消費者が食品表示の情報を視認することを妨げない広告等の例
- 等については、消費者庁においてガイドラインの作成を検討することとする。

今後の検討課題

- 今年度、技術的な課題について、取りまとめ。
- 来年度以降
 - ・今年度の分科会でとりまとめた技術的な課題に関する運用（デジタルで食品情報を表示する場合の様式例やデータベースにデータを入力する際の統一したルール等）について定めるガイドラインの作成の検討
 - ・食品表示懇談会において、何の表示を容器包装に必須とし、何の表示をデジタル表示で代替可とするかの議論（義務の代替の議論）を開始

（義務の代替の議論をする上で考えられる論点）

- ・ 消費者がスマホを持っていることを前提とした制度設計で問題ないか。
- ・ 消費者にとっては、スマホを取り出し一手間かけて義務表示を確認することとなるが、デジタル表示する内容は、現在の義務表示と同等でよいか。
デジタル表示することにより表示面積の制約がなくなることから、より詳細な情報（場合により省略や簡略化されている内容（原材料や産地、添加物等））も必須とするか。
- ・ 通信障害等により、義務表示が確認できない等があった場合を制度設計に考慮する必要があるか。

等

令和8年度以降の進め方について

- 今後、事業者が参考にする詳細なガイドラインの作成を進めていく。
消費者庁において検証した上で、望ましい情報提供の方式として様式例を示す。

分科会の方向性に沿ってガイドラインを作成

- ・消費者にとって分かりやすく、利便性を損なうことのない
1対1対応の具体的方法
 - ・データベースにデータを保管する際の入力方法のルール
 - ・広告等を表示する場合のルール
 - ・修正履歴の示し方や保管期間
 - ・消費者にとって分かりやすく見やすい表示方法について 等
- 「食品の名称、安全及び栄養に関する食品情報並びに管轄当局が決定するその他の義務的食品情報は、テクノロジーの使用のみによって提供されるべきではない」（テクノロジーガイドラインより）
→国際的に上記以外の義務表示事項に関しては、容器包装上の表示に縛られることなく、デジタルツールを活用した表示により代替されても良いと解釈できる。



本制度において容器包装に必ず表示する事項と、デジタルで代替表示を可能とする事項についての具体的な議論を食品表示懇談会で進める。

※制度化した暁には、事業者によりデジタルの表示が適切になされ、消費者がデジタルの表示のメリットを享受できるよう、事業者と消費者の双方へ制度の周知普及を行うことが重要。