

令和6年度 第1回

食品表示へのデジタルツール活用検討分科会

議 事 録

消費者庁食品表示課

○事務局 定刻となりましたので、令和6年度第1回食品表示へのデジタルツール活用検討分科会を開会させていただきます。私は本分科会の事務局を務めさせて頂いておりますシード・プランニングの奥山です。どうぞよろしくお願いいたします。

開催に当たっての注意点をご案内します。本分科会は傍聴を希望された方に対してリアルタイムでウェブ配信をしております。また、記録のために映像を録画させて頂いていることをご了承ください。

また、万が一地震などの災害が発生した場合、事務局で誘導しますので、慌てずに行動をお願いします。

開会に先立ちまして、消費者庁審議官の井上様よりご挨拶を賜る予定でしたが、本日公務の都合により欠席となりましたので、清水課長より挨拶を代読させていただきます。それでは清水課長よりよろしくお願いいたします。

○清水課長 消費者庁食品表示課の清水でございます。審議官が公務の都合で来られなくなりましたので、代読させていただきます。食品表示へのデジタルツール活用検討分科会の開催にあたり、一言ご挨拶申し上げます。皆様方におかれましては、常日頃より消費者行政の推進にご理解とご協力を賜り、心より感謝申し上げます。消費者庁としましては、昨年度、今後の食品表示が目指していく方向性について、令和5年度食品表示懇談会を開催し、中長期的な羅針盤となるような制度の大枠の議論を行わせていただきました。その中で、食品表示へのデジタルツールの活用については食品表示懇談会の下に分科会を設けて検討を進めるとされたことを踏まえ、本分科会を開催させて頂いております。本分科会では懇談会での取りまとめの方針を踏まえ、我が国の食品表示制度がより消費者の選択に資する制度となるよう具体的なご議論をしていただける場と考えております。本分科会の構成委員は、食品表示を見て食品を選択する消費者の目線に立った問題意識やお考えをお持ちの方、食品の流通、小売を行う立場から食品表示やデータ管理についての知見を有する方、食品安全や食品業界の実態について学術的な知見を有する方にお集まりいただいております。検討に当たっては、委員の皆様の識見と経験などを存分に発揮していただくことで、具体的な問題点や今後に向けた提案をいただければ幸いです。よろしくお願いいたします。以上です。

○事務局 清水課長ご挨拶どうもありがとうございました。続きまして、委員の紹介です。本分科会の座長は、懇談会座長の指名により加藤委員にお願いすることとしております。加藤座長から一言ご挨拶をいただききたいと思っております。

○加藤座長 おはようございます。一言ご挨拶をさせていただきたいと思っております。日本大学の加藤孝治と申します。本分科会については、懇談会の湯川座長からご指名をいただきまして、分科会の座長を務めさせていただきます。よろしくお願いいたします。

私に関して、少しだけ自己紹介をさせていただきます。私は現在日本大学の方で社会人向けの大学院で学生指導をしているのですけれども、専門領域としては経営学です。その中で、産業としては小売産業、食品産業に関わるところの研究をしているということと、経営スタイルとしては、同族経営、ファミリービジネスの研究を続けているというところでございます。

食品産業に関しましては、私はもともと大学に就職する前に銀行に勤めておりまして、銀行員時代に小売業、食品産業の関係の方々と、色々ご縁を持たせていただいております。その関係で、今も食品産業、小売産業の方の研究を続けているということです。特に食品に関しましては、食品のグローバル戦略ということに着眼して研究しておりまして、実際に食品企業が海外に展開して、現地での製造、現地市場参入などをどのように進めていくのかということについての研究であったり、足元のところでは農林水産省さんの方が進めている食品輸出をどう拡大させていくのかという取り組みであったりについて色々研究をさせていただいている次第です。

その食品のグローバル戦略に関しての研究を続けているご縁がありまして、今回こちらの懇談会に参加させていただき、今回のデジタルツールにも参加させていただいた次第です。実際に業務をしていらっしゃる方と比べますと、少し第三者的な目で見ることとなりますので、色々ご意見をお聞かせいただければありがたいと思っております。是非とも、こちらの分科会でもよろしくお願ひしたいと思います。挨拶は以上とさせていただきます。

○事務局 加藤座長、ありがとうございます。委員の皆様におかれては、お手元の資料に過不足や落丁等がございましたら、事務局にお申し付けください。では、以降の議事は座長の加藤様をお願いしたいと思います。それでは加藤様、よろしくお願ひいたします。

○加藤座長 先ほどご挨拶をさせていただきました加藤でございます。座長として円滑に議事を進めて参りたいと思っておりますので、皆様ご協力のほどお願ひ申し上げます。それでは早速議事に入りたいところでございますが、本日は初回ということもあり、顔合わせの意味も込めて、まずは、各委員1分程度を目安に、小川委員から順に所属とお名前と合わせて簡単な自己紹介をしていただきたいと思います。それでは、小川委員からお願ひいたします。

○小川委員 どうもありがとうございます。東京海洋大学の小川と申します。食品生産科学部門に属しておりまして、食品安全マネジメントの研究をしております。食品表示に関しましては、食品表示法ができたときに外食や中食での表示をどうするか検討する委員会であるとか、食品表示の普及とトレーサビリティを絡めた農水の委員等させていただいたことがございまして、昨年度から消費者委員会食品表示部会と消費者庁さんの個別品目ごとの表示ルールの見直しの方でも委員をさせていただいております。デジタルツールの検討分

科会でも消費者の選択に資する情報という視点で色々教えていただきながら、貢献できればと思っております。どうぞよろしく願いいたします。

○加藤座長 ありがとうございます。続きまして金田委員、よろしく願いいたします。

○金田委員 生活品質科学研究所の金田と申します。私の会社はイオングループの品質管理・品質保証を担う会社であります。データ管理、食品表示に関しましては、お客様に、食品の表示を分かりやすく、正確にどう伝えるかという観点でイオンのプライベートブランドの表示を確認する業務責任者として担当しております。今回のデジタルツールというところで、かたやデータ管理というところで、表示のデータをどう扱うかという実務を行っております観点から、今後の制度設計について議論していけたらと思います。

○加藤座長 ありがとうございます。続きまして工藤委員、よろしく願いいたします。

○工藤委員 一般財団法人 消費科学センターの工藤と申します。私どものセンターは消費者教育を中心に活動を行っておりまして、60年以上の歴史がございます。食品表示というものは消費者問題というより、消費生活を送る消費者には欠かせない、常日頃目にするものです。その食品表示には様々な問題もありますし、法律も改正され、義務表示も増えております。10年前くらいから企業の方たちと懇談をしたり、アンケートを取ったり、様々な勉強をやっておりますが、分かりやすい、これぞというものが見つかりません。最近ではとても分かりやすいアレルギー表示だとか、任意表示なども見受けられますので、そういったことも含めて、これから見やすい表示になっていけばと思います。小さな表示面に義務表示、あるいは任意表示。あれだけの文字と色が入って、これを見ていくわけです。分かりやすく見やすい表示になっていけば、とても暮らしやすくなるのではないかと思います。その上で、このデジタルツールの活用がどのように解決の糸口になるのか期待しておりますので、よろしく願いいたします。

○加藤座長 ありがとうございます。続きまして河野委員、よろしく願いいたします。

○河野委員 一般財団法人 食品産業センターの河野です。食品産業センターの方は、食品製造業を中心とした団体となっております。そういうことで今回の分科会では食品製造事業者、中小事業者を含めての立場から発言、意見していければと思います。どうぞよろしく願いいたします。

○加藤座長 河野委員、ありがとうございます。続きまして斉藤委員、よろしく願いいたします。

○齊藤委員 セブン-イレブン・ジャパンで品質管理の責任者をしております齊藤と申します。よろしくお願いいたします。私どもは、日本国内で2万店舗を構えてフレッシュフードという弁当やおにぎりを中心に商品を展開している企業でございます。食品表示については多くの取引先様と様々な取り組みをさせていただいて、この10年くらいで教育、知識を得る勉強会であったり、今までエクセル等で作っていた表示をシステム化して、間違いが飛躍的に減ってきています。間違いを減らすということだけではなく、やはり食品表示の目的であるお客様の選択に資する情報をしっかり提供していくというポジティブな考え方に基づいて、デジタル化の検討を是非させていただきたいと思います。建設的な意見をさせていただきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

○加藤座長 齊藤委員、ありがとうございました。続きまして瀬川委員、よろしくお願いいたします。

○瀬川委員 よろしく申し上げます。国分グループ本社で品質管理の副部長をしております瀬川と申します。卸というポジションで、なるべく私は人とのコミュニケーションを通じて人脈を拡大するという仕事をさせていただいております。その中で、農林水産省のフードコミュニケーションプロジェクトのメンバーとしても参加してきました。卸という視点では、メーカー様と販売先様を繋ぐという面を持っておりまして、その際には食品表示も正しいものをご紹介しなければいけないという責務を負っています。一方で、皆さんご存知でしょうか。缶詰の「缶つま」という商品を持っておりまして、そこでは表示を作らなければならないメーカーとしての責務もございます。この分科会の議論では色々な角度から意見出来ればと考えておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

○加藤座長 瀬川委員、ありがとうございました。それでは早川委員、よろしくお願いいたします。

○早川委員 日本生活協同組合連合会の早川と申します。私のところは食品表示の自主基準等を所管する部署の責任者ということになります。消費者にとって見づらい、分かりづらいと言われる食品表示を、デジタルツールを使って改善していくということで、そういった期待はあるのですが、一方で現状は我々もプライベートブランド商品を多く持っているわけですが、非常に気を遣いながら食品表示を作成していて、できるだけそこへの負担増を避けていきたいという思いを持っています。そのバランスをとりながら検討を進めていければと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

○加藤座長 委員の皆様、ありがとうございました。それでは議事に入りたいと思います。

まずは、資料1「令和6年度食品表示懇談会開催要領」について、消費者庁より説明願います。清水課長よろしく願います。

○清水課長 消費者庁の清水でございます。それでは資料1をご覧ください。

第1の趣旨をご覧ください。その中で下の3行のところに、「令和6年度食品表示懇談会」では、食品表示へのデジタルツールの活用について議論を行っていきとされておりまして、第2の検討項目の(2)食品表示へのデジタルツール活用についてということが記載されております。第3のスケジュール及び進め方のところで、第2の(2)について分科会を設置し、分科会の報告を受け、取りまとめを行うとされており、これに基づいて今日のこの分科会が設置されているということでございます。

第4の委員等のところにつきましては(1)から(3)は省略させていただきます。(4)のところで、懇談会の座長に事故等があるときには、あらかじめその指名する委員が、その職務を代理すると書いてありますので、後ほどご指名を行っていただきます。

第5の分科会の設置ということで、(3)のところで、分科会の座長は懇談会の座長が指名するものとするので、食品表示懇談会の座長である湯川剛一郎座長から先ほどありましたけれどもご指名がありまして、加藤孝治先生にこの分科会の座長をしていただいております。

第6の運営ですが、この懇談会の庶務は今日もそうですがシード・プランニングさんにおいて処理していただいております。(2)ですが、分科会の座長が認めるときはテレビ会議システムを利用し開催することができるなどですとか、(3)、委員以外の関係者に懇談会への出席を求め、意見を聴くことができるとされておりまして、次回以降またヒアリングをさせていただくことになるかと思っております。(4)は分科会の議事録は原則として公開ということでございます。ただし、こちらに記述があるような場合においては非公開にすることがあるということでございます。資料につきましても(5)ですが消費者庁のウェブサイト公表する。ただし、何か検討に著しい支障を及ぼすおそれがあるなどについては非公表にすることがあります。議事録も各回終了後に委員の了解を得た上で消費者庁のウェブサイト公表させていただきます。私からの説明は以上でございます。

○加藤座長 ありがとうございます。ただいま消費者庁からご説明頂いた内容につきまして、ご質問等ございましたら願います。なお、ご質問のある委員におかれましては、挙手の上でお名前を言ってからご発言をお願いします。よろしいでしょうか。それではご質問がないようですので、本分科会の運営について、先ほど清水課長からの説明にございました通り、開催要領第4委員等(4)にて、「座長に事故があるときには、あらかじめその指名する委員が、その職務を代理する」と規定されておりますので、私から指名させていただきます。

消費者委員会食品表示部会の委員も務め、食品安全や食品表示にも造詣が深い、小川委員に

座長代理をお願いしたいと思いますが、いかがでしょうか。よろしいですか。それでは小川委員、よろしくお願いいたします。

それでは次に、消費者庁より資料2について説明いただきます。清水課長よろしくお願いいたします。

○清水課長 それでは資料2について説明いたします。令和5年度食品表示懇談会取りまとめ【要旨】と食品表示懇談会の今後の進め方のタイムスケジュールという2枚と、令和5年度食品表示懇談会 取りまとめという10ページにわたる実際の取りまとめがありますが、取りまとめの内容に沿って説明したいと思います。関連の部分のみ説明したいと思います。4ページをご覧ください。

(3) 食品表示へのデジタルツールの活用についてということで、昨年度食品表示懇談会で議論された内容が取りまとめられております。デジタルツールの活用については、消費者庁において令和2年度及び3年度(2020年度及び2021年度)に実施した実証事業で明らかとなった技術的課題も踏まえ、世界的な情勢や技術の発展、食品表示の見やすさの観点や消費者への情報提供の拡充という面から検討していくべきとの意見が多かったです。一方で、各委員それぞれの立場から、システムの運用や情報開示に当たって事業者が新たに負担するコストが大きい、どの情報をデジタルで提供すべきかを整理した上で情報を出さなければ、かえって情報過多により消費者の混乱を招きかねない、といった懸念が挙げられました。また、デジタルツールの効果的な運用の観点からは、その基礎となるデータを管理するデータベースの必要性について意見があり、サプライチェーン全体を通して効率的に取り組めるよう情報の共有が行えることが重要との指摘がありました。

これを受けて、今後の食品表示の目指すべき大枠の方向性ということで示されたものが6ページになります。

(3) 食品表示へのデジタルツールの活用についてということ、①国際的な議論、後ほどご説明させていただきますが、コーデックスの議論に我が国としても能動的に対応していくとともに、消費者への情報開示を充実する観点から、容器包装上の表示の一部を代替する手段として、デジタルツールにより情報提供を行う場合の議論を進めていく。②表示可能面積や見やすさによる課題、現行の表示情報の利用実態を踏まえ容器包装に表示すべき事項とデジタルツールによる情報提供での代替を許容すべき事項について、コーデックス委員会におけるデジタルツールの活用の議論を踏まえ検討する。また、今後食品表示へのデジタルツールのあり方に関する検討を行うにあたって、サプライチェーン全体を通して効率的に取り組めるよう新たに管理すべきこととなる情報を含む、事業者が保持すべき商品情報、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。③検討に当たって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と、技術的な課題についても議論を行うとされたところでございます。

この懇談会の取りまとめの内容を受けて、今後、この分科会で議論していただくわけですが

れども、最後にスケジュールの方の確認をさせていただきます。この資料2令和5年度食品表示懇談会の横紙の資料です。タイムスケジュールということで、真ん中に分科会①デジタルツールの活用とありますが、今年度議論を始めさせていただいて、国内でのデジタルツールの活用の大きな方向性についてコーデックスでの議論も見据えながら検討とあります。この矢印は今年度で終わるということではなく、2025年度から2029年度の次期消費者基本計画の計画年度の中においても、引き続き検討が進んでいくというような前提で考えておりますので、今年度できるだけ議論はしたいと思っておりますが、こちらにありますとおり、今年度で終わるということではなく、2025年度から2029年度にかけて、引き続き検討の方は進めていきたいと考えております。私からの説明は以上です。

○加藤座長 ありがとうございます。ただいま消費者庁からご説明いただいた内容につきまして、ご質問等ございましたらお願いいたします。それでは続いて、資料3についてよろしく申し上げます。

○宗課長補佐 消費者庁食品表示課の宗と申します。私の方からは資料3のコーデックス食品表示部会の動向についてという資料に基づいて、説明させていただきます。1ページ目でございます。コーデックス委員会とは、国連食糧農業機関(FAO)と世界保健機関(WHO)によって1963年に設立された国際的な政府間プログラムです。消費者の健康保護(=食品安全)と公正な食品貿易の確保(=品質、表示)等を目的とし、国際食品規格(コーデックス規格)の策定等を行います。

コーデックス規格とは、コーデックス委員会において策定された国際食品規格でありまして、食品表示に関する主なコーデックス規格として、1985年に策定された「包装食品の表示に関するコーデックス一般規格」略称GSLPFと申しますけれども、そういったものが食品表示に関しては国際的な基準として存在します。

ざっくりとではございますが、コーデックス規格策定の流れということでございます。ステップの1からステップの8まであります。コーデックスには部会と総会があり、食品表示に関しては食品表示部会がありまして、部会が新規作業を開始するところから総会が最終的に採択されるまであります。ステップ5は一旦予備採択されるというところがございます。予備採択された後に部会で検討して、最終的に総会で検討した上で採択されます。今回説明させていただくテクノロジーガイドラインはステップの7にあるという状況です。

こちらは前回のCCFL47での主要議題の1つとして食品表示情報の提供へのテクノロジーの使用に関するガイドライン案がありまして、ステップの5に進んで引き続き検討していくというところです。

テクノロジーの使用に関するガイドライン案ですが、ステップの7まで来ているということで、次回の食品表示部会で合意されると、最速で今年の11月末にガイドラインになる可

能性があります。

ガイドライン案の構成として書かせていただいておりますのは、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ですとか、ラベル上で入手することができない食品情報へのアクセスを消費者に提供するためのテクノロジーの使用、それから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というような内容が含まれています。

ご説明の順番が前後して恐縮ですが、15 ページを御覧いただけますでしょうか。ガイドラインが大体どのような内容かということをご説明したいと思います。まず、このガイドラインの目的ですが、消費者に包装食品に係る情報提供を行うためのテクノロジーの使用について指針を提供する、と規定しております。また、このガイドラインの利用にあたっては、先ほど申し上げた GSLPF、食品の一般規格やその他の包装食品の表示に関連するコーデックス文書と合わせて読むべきものである、と規定しております。

テクノロジーで食品情報を提供するにあたり、どのような事が考慮されなければならないかということについては、5.1 の a に、食品が販売されている地理的領域又は国内において、テクノロジーを用いた食品情報の提供を支える、サービスの普及度や信頼性といった観点から見て十分な技術的インフラが必要、と規定しており、これは分かりやすいイメージで言いますと、皆がスマホを使って QR コードを読める仕組みの導入というようなことになります。さらに、5.2 には、食品の名称並びに健康及び安全に関する食品情報は、テクノロジーの使用によってのみ提供されるべきではない、ということが示されており、逆に言えば、名称や健康及び安全に関する情報以外の情報は、テクノロジーのみを使用して表示することも可能であることが示されていると、解釈することもできます。5.3 は、これは例えば期限表示になりますが、個別の実物の商品と紐付いている食品情報は、個別の商品とその情報とを紐付けることができなくなるおそれがあるのであれば、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ということが示されております。

6 は飛ばしまして、7 の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についてご説明させていただきます。7.2 に、ラベル上で提供される情報と、テクノロジーを用いて提供される情報が矛盾するものであってはいけないということが規定されています。7.3 は読んだだけでは分かりにくいと思いますが、義務的食品情報がテクノロジーの使用のみによって提供される場合は、ラベル又は表示上の reference、これは訳しにくいのでそのまま記載しておりますが、つまりラベル上の QR コードは、提供される情報と直接リンクしていなければならず、消費者の方が見た時に、他の情報と識別可能でなければならないといったことが規定されています。7.5 は、テクノロジーの使用によって情報が提供される場合に、その情報はいつまで使用可能かということが書かれております。消費期限であれば、少なくともその日付までの期間、そうでない場合は、その食品が安全に販売、消費又は使用に適する状態を保つ期間にわたり使用可能でなければならないことが規定されております。

ガイドライン案は以上のような内容になっておりまして、続いて、これまで議論された主な論点について大まかにご説明させていただきたいと思います。資料の 7 ページに戻りまして、主な論点ですが、4つございます。一つ目は、商業情報や広告の扱い、二つ目は、テクノロジーを使用して食品表示情報が提供される場合、その情報はいつまで利用可能でなければならないか、三つ目は、食品情報の提供が、テクノロジーの使用のみによって行われるべきではない場合について、最後は、テクノロジーについての消費者の理解に係る規定が、これまで議論のポイントになってきました。

一つ目の商業情報や広告の扱いについてですが、CCFL47 では、商品情報や広告について、引き続き検討することとされました。8 ページの真ん中の記載のとおり、7.3 は、「テクノロジーの使用により記述又は提示される食品情報は、一カ所に、販売又はマーケティングのためのその他の商業情報と区別されなければならない。」という規定になっており、その次の 7.5 は、赤線を引いている部分が、「当該リンクはその食品に関する広告を含んではならない。」という規定になっていたのですが、これについて、「商業情報」がどこまでのことを言うのか曖昧であるといった指摘や、通常の容器包装上のラベルにはそのような制限はないが、テクノロジーで情報提供する場合だけそのような制限があるのはどうなのか、といったことを指摘する意見がありました。一方で、テクノロジーを使用して情報提供する場合に、その情報が容易に判別可能であることは、消費者にとって重要という点では意見の一致が見られ、最終的には、義務的食品安全情報がテクノロジーの使用のみによって提供される場合には、グループ化され、他の情報と容易に区別できなければならない、と修正することで意見がまとまり、次回の部会に諮る運びとなっております。

二つ目のテクノロジーを使用して食品表示情報が提供される場合、その情報はいつまで利用可能でなければならないか、についてですが、こちらは先ほども少しご紹介させていただきましたけれども、消費期限のある食品については少なくともその消費期限とする一方で、賞味期限については期限が明示されていませんが、賞味期限は、その日付を過ぎてもすぐに食べられなくなるわけではありませんので、賞味期限が来たからといって、すぐにその情報が使えなくなるのはよくないだろう、ということで、10 ページの一番下にあります通り、その食品情報は少なくとも、流通、保管、小売り及び使用の意図された条件下において、その食品が安全で、販売、消費又は使用に適する状態を保つ期間にわたり利用可能でなければならないとし、消費期限が表示されている食品の場合は、少なくともその日付までの期間、ということが規定されています。

三つ目の、食品表示情報の提供が、テクノロジーの使用のみによって提供される場合について、CCFL47 の議論が開始した時点では、健康及び安全に関する食品情報は、ラベル又は表示がないことにより消費者の健康に害を及ぼしうる場合には、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、と規定されていたところ、前回の CCFL の議論が終わった時点では、ラベル又は表示が無いことにより消費者の健康に害を及ぼしうる場合には、の部分削除されました。これに対して、復活させるべきとの意見もありましたが、どのよう

な場合を指すのか具体的な場面が想定しにくいことや、「健康及び安全に関する食品情報」に何が該当するかは各国当局に委ねられるべき、そもそも当局に委ねられている、という意見が多数を占めておりまして、結局次回の条文案は、この部分がないものとなっております。最後は、テクノロジーについての消費者の理解に係る規定です。先ほどご紹介させていただきました5.1ですが、cについては、以前の条文ですと、そのテクノロジーについて消費者が同じように理解している必要がある、と記載されていまして。しかし、意味するところがよく分からない、といった理由で最新の条文案では削除されました。

これまでの議論は以上のような内容です。最後に、残された検討事項についてですが、テクノロジーの使用により記述又は提示される食品情報は、読みやすいものでなければならないというところに、読みやすいに加えて又は聞きやすいものという文言を追加すること、新たなセクションの追加として、食品情報が技術を使用して使用される場合には、消費者への追加的負担なしに提供されなければならない、という条文を追加することについて、次回のCCFL48で議論される予定です。私からの説明は以上です。

○加藤座長 ありがとうございます。ただいま消費者庁からご説明いただいた内容につきまして、ご質問等ございましたらお願いいたします。よろしいですか。それでは資料4について消費者庁よりご説明いただきます。よろしくお願いいたします。

○坊調査官 消費者庁食品表示課の坊でございます。私から資料4 食品表示へのデジタルツール活用に関する消費者庁の取り組みということで、消費者庁で実施させていただきましたアプリケーションを活用した食品表示の実証調査事業の概要についてご説明させていただきます。

まず実証事業の実施の背景からお話しますと、そもそも食品の義務表示事項は多く見づらい状況であることがずっと言われ続けてきておりました。現在の表示面積上でこれ以上に義務表示項目が増えると、さらに表示が見づらくなる状況にある中、今後更に表示事項が増えていく可能性もあります。そのため、食品表示を消費者に見やすくするにはどうしたらいいのか検討する必要があり、その解決策の1つとして、容器包装の表示をデジタルツールで代替することが可能かどうかを、まずは技術的検証を行うということと、その検証を行なって消費者の意向を調査することを目的としまして消費者庁では令和2年度に「アプリケーションを活用した食品表示の実証調査事業」を実施しております。そして、2年度で実施した内容を3年度に更に規模を拡充して実施したところです。

令和2年度、3年度とやっておりますので、その時の技術的な課題であったり消費者の意向であったりをまとめております。技術的な課題としては、各社において管理している食品表示データのフォーマットが統一されておらず、使用するためにはまずそれを統一しないといけないという点が挙げられました。また、各事業者においてデータのコード体系の解釈など、様々なものにばらつきがあるので、各社から提出してもらっただけでは、同一アプリ上で

利用することができなかつたり、食品表示データが最新状態に保たれておらず、修正が必要であったりという問題も浮かび上がりました。

消費者の意向としては、より簡潔に情報を記載してほしいという不満もあった一方で、表示項目を増やして欲しいという意見や、デジタルを使うのであれば表示事項の活用方法として個人の体質等を加味したよりパーソナライズ化された情報提供をしてほしいという意見がありました。

デジタルツールによる食品表示に係る評価につきましては、アプリで食品表示を見て購入商品が変わった又は変わる可能性があるという回答の人が実証参加者の7割を超えており、アプリで食品表示を確認することにより消費者の購買行動が変化するという可能性のあるという結果になりました。基本的に参加していただいた方については、今後もアプリがあれば継続して利用したいというお声をいただきました。どのような表示を見たいという具体的なニーズを持っている人の方が、より継続利用の意向を有していました。後は端末操作が煩雑という回答もありました。

このような令和2年度の結果を踏まえまして、令和3年度は先ほど申しましたとおり、対象商品や期間を拡大して実施させていただきました。食品業界最大の商品情報サービス事業者である株式会社ジャパンインフォレックスさんがお持ちの商品情報のうち各メーカーさんから許可をいただけたものについて、ご提供いただき、実証用の食品表示データベースを構築し、そこにデータを格納させていただきました。あとはそこに読みに行くためのアプリケーションをこちらの方で作成し、そのアプリケーションを介して消費者の方が表示を確認するというような形の仕組みを作って、実証事業をさせていただきました。

実証用アプリケーションでどういったことが見られたのかといいますと、利用者情報登録で健康目標などを事前に登録していただいたうえで、アプリで商品バーコードをスキャンすると、食品表示が見られるというようなものになります。

画面上は基本的に見やすい食品表示という形になっておりますが、アプリケーションですので、他にも様々な機能が付けられ、もともと自分が見たい表示事項だけを登録しておいて、それだけを見やすく表示することも可能としておりました。また、自らの優先順位どおりに表示を並び替えたり、文字サイズを調整できるといった機能も付けておりました。

あとは事前にアレルギー情報を登録しておけば、自分の持つアレルギーが商品に含まれている場合、それについてピクトグラムで赤く表示しアラートを出して見落としを防止という機能もありました。あとは栄養目標を設定していただいた場合、1日あたり摂取基準量に基づくこの商品の割合というものを出すという機能や、用語確認も可能となっております。

本実証事業は、イオンさんにご協力いただき、イオンさんの実際の店舗において、アプリケーションに入ったスマホを貸し出し、一般消費者の皆様にも実際のご買い物の際に試していただくというような形で実施しておりました。

使っていただいた後、協力していただいた方にアンケート調査を行った結果、デジタルツ

ルにより食品表示情報を確認することについては、回答者の 81%が、見やすくなり、より内容を理解できたと回答しました。見やすくなった理由としては、イラスト表記や自分の見やすい文字の大きさに変えられることが、より内容を理解することに繋がったようです。また、アプリの機能によって栄養成分表示の数値が持つ意味や、用語確認機能で添加物を正しく理解できたことも、容器包装上の表示以上の理解を得られたことにつながったと考えます。

デジタルツールにより食品表示情報を確認することによる商品選択の変化については、変わった、又は将来は変わっていくのではないかと回答した方が 85%を占めました。アプリの機能の中で、今後も利用したいものという質問については、ピクトグラムによるアレルギーアラート機能や栄養成分の摂取目安との比較との回答が多くありました。

そのほか、具体的なご意見につきましては、もともと気にしていなかった情報も出てくるので分かりやすい。今まで容器包装にあった情報は、読み飛ばしているものも多い中、アプリ上であれば見やすいので、今後も更に見ていきたいというご意見や、普段食べている品物の塩分量が想像以上に多かったという新しい気づきがあったというご意見もありました。関心が増したという部分に関しては、普段買う前にいつもなんとなくはチェックしているのですが、アプリの方がより見やすく、気にしてみようと思いましたというご意見もあり、普段そこまで表示自体がチェックされていない中、実際にアプリで見ると様々なことが気になって、よりチェックするようになったのではないかと考えております。

次のページは、追加情報に対するニーズをまとめております。84%がアプリで確認できると良い情報があると回答しておりまして、特により詳しい原料原産地・添加物・原材料情報に関する情報のニーズが高く、今よりも詳しい情報があるといいのではないかと回答がありました。

さらに確認できると良い情報があると回答した人について、より多くの情報がデジタルツールで確認できることにより、商品選択に影響があるか質問したところ、70%以上の方が、商品を選択する上で参考したいと思っていると回答しました。今まで容器包装上に表示されている以上の情報はなかったのですが、アプリでより多くの情報が確認できるようになれば、商品選択する上で参考にしたいと思うというような回答がありました。

デジタルによる食品表示情報の提供への意向ということで、端的に言うと、各表示項目をデジタルで食品表示を提供することについて、どう思いますかという質問に対する回答をまとめたものがこちらです。いずれの表示項目につきましても依然としてパッケージへの記載を続けてほしいという意見が多い傾向にはありました。こちらにつきましては、やはりパッケージを見るよりも、アプリメーションを使うという一手間が加わることがネックで、できればパッケージにあってほしいとのニーズがまだまだ高かったみたいです。しかしながら項目によっては、「パッケージに記載があって、アプリで補足説明が良い」と「パッケージ上は概要のみで、アプリで詳細が確認できれば良い」の合計が、「必ずパッケージに記載してほしい」を上回るものもありました。

左下の表のところになります。期限表示等や、普段よく見ている表示事項についてはやはり必ずパッケージ上に表示してほしいという意見が多数であるとの結果になっていると思います。パッケージに掲載してほしいという理由には、信頼や利便性が挙げられており、現在、購入時に確認している情報はできれば、パッケージ上に残してほしいという声も多い形でございます。

今後のデジタルによる食品表示情報の提供の検討に際しては、パッケージ上に表示したうえでアプリによる補足説明や、パッケージ上に概要を表示したうえでアプリによる詳細説明をすることを受け入れる声ももちろんあることから、パッケージ上の表示とデジタルによる情報提供をどのように併用していくかについても考慮する必要があるという結果になっております。

先ほどまでは消費者に対するアンケート調査の結果でしたが、こちらからは食品表示データの取扱い等に係る実態調査ということで、データを取り扱っている事業者さんに対するヒアリング調査の結果で、技術的課題についての話となります。

基本的には食品表示データの取扱いに関する実態と課題を把握するとともに、食品表示データをオープン化した場合の影響や、それに対する意向を、食品製造業、流通、小売事業者、商品情報サービス事業者（データベース事業者）、あとはアプリケーションを開発している事業者へのヒアリングを行った結果がこちらになっております。

いずれの事業者につきましても食品表示データをオープン化していくことの推進は必要であるという認識でありましたが、その中で、データの公開に関する課題としては、現状の商品規格フォーマットの統一であったり、そもそもそれを今後情報提供し続けていくことに関する負担であったり、現状の商品情報の正確性や適時性などが挙げられております。基本的には各ステークホルダーそれぞれに、様々な意見はありますが、おおむねこの3つが課題であるということが分かります。

食品表示データ管理方法及び読取り方式の検討として、現状食品関連事業者が有料で利用する商品データベースは存在するものの、食品表示データ自体は自由に閲覧や活用できる形にはなっていないということになっております。今後デジタルツールを活用して、食品表示を行っていくうえでは、食品表示データを無償で制約なく利用可能なオープンデータとしないと、なかなか実現は難しいのではないかとということで、オープンデータ化するにはどうしていくのかということの概念実証を行った結果がこちらになっております。基本的にはデータの形式等を統一した上でオープンデータ化をすることができれば、データを一元的に管理するという方法もできますし、データを一元的に集約しない分散管理型のデータ管理も可能ではないかということが分かってきて、次のページにその話について、詳しく記載されています。

データをオープンデータとしてみんなで使っていくという形になっていきますと、基本的にそのデータをどのように管理していくのかということが重要になってきます。ファイルのフォーマットが統一されていれば、食品表示データベースなるものを作って、そこに一

元的に集める集中管理型と、基本的には食品事業者ごと任意の場所に公開する分散管理型の管理の2つが考えられますが、それぞれどちらでも可能ですし、それぞれの方式にはメリット・デメリットがありますので、こういった形で管理していくのか考えながら、今後検討していくことになると思っております。

次のページにつきましては、読み取り方式の検討という形になっております。今回の実証事業につきましては基本的には既存の商品をそのまま使わせていただいておりますので、既存商品パッケージに付いているバーコード（JANコード）を通して、オープンデータにアクセスするというような形を取らせていただきました。皆様ご存知の通り、JANコードは内容量の違いや、栄養成分や原材料等が一部異なる場合であっても、同じJANコードが使用されており、同じ商品扱いとなっていることがあります。そのため、食品表示情報を提供する目的では、商品と一対一の対応をJANコードで取っていくのは難しいということで、食品表示のデジタル化にはJANコード以外のコード体系のものを使う必要があるのではという結論になりました。こういった方式がいいのかという検討を行った結果、JANコードなどの1次元シンボルは情報量に制約がありました。また、電子タグは水分の影響を受けやすい問題があり、食品自体は単価が高いものではありませんので、費用面でも難しいということが分かりました。そのため、QRコードなどの2次元シンボルの利用が現実的だというのが今回の実証実験の結果になっております。

最後になりますが、今後分科会において検討していただく技術的な論点としては、食品表示データのフォーマットをどうしていくのかという点、食品表示データが広く利用されるためには、データの規格が統一されている必要がある点、公開されるデータの利用条件等々も統一されることが望ましいという点が挙げられます。

基本的には食品表示の代替として使用するためには、データの鮮度や正確性が担保される必要がありますと、作成する上で正確性を確保することと、確保する仕組みの導入も併せて検討する必要があるのではないかと思います。

食品表示データの流通方法は、先ほど述べたデータの管理方法と関わってくると思います。いずれかの主体がデータを収集し、それをまとめて再配布する方法、集約方式か、もしくは各メーカーさんが個別にデータを公開する方法がありますので、それぞれのメリット・デメリットを踏まえて管理方式の在り方を検討する必要があります。

食品表示データのオープン化に向けた仕組みづくりとして、我が国にはもちろん、ご存知の通り多数の中小・零細を含む食品関連事業者が存在すること等を踏まえ、食品表示データ流通の実現性と実効性のバランスを考慮しながら、こういった仕組みを作っていくのか検討していく形でございます。

あとは、加工食品を識別する方法です。各商品を識別する方法につきましては、先ほど説明した通りJANコードでは難しいので、違った形でも検討するという形でございます。

以上のものにつきましては、最終的には技術的な課題自体もすぐ解決できるわけではございませんので、1つ1つクリアしながら、最終的にこういった形の仕組みにしていくのかの

議論をしていただく必要があります。消費者庁の方で令和2年度、3年度でさせていただきました実証事業の中でも、技術的な論点が問題になるのではないかという形になっておりますので、こういった技術的論点を踏まえて、分科会において議論していただければと思っております。私からの説明は以上でございます。

○加藤座長 ありがとうございます。ただいま消費者庁からご説明いただいた内容につきまして、ご質問等ございましたらお願いいたします。今回の実証事業の内容と、特に最後の検討すべき技術的論点ということで挙げていただいた論点が、今後この分科会で議論していく指針、方向性を示しているのだと感じております。委員の皆様におかれましては、様々な知見をお持ちだと存じますのでよろしくをお願いいたします。それでは、続きまして、資料5について消費者庁から説明頂きます。よろしくお願いいたします。

○三浦調査官 消費者庁の三浦と申します。私からは資料5の食品表示へのデジタルツール活用に関する海外での取り組みということで、食品表示情報の提供へのデジタルツール活用に係る海外実態調査事業というものを昨年実施いたしましたので、こちらの概要についてご説明させていただきます。

まず本調査の概要になります。こちらの調査につきましては、本分科会の事務局をやってくださっているシード・プランニングさんに委託して、インターネット等の既存資料から文献調査を行っていただいたものになります。調査項目については下に1番2番とありますが、まず1番は諸外国におけるデジタルツールを活用した食品表示情報提供に関する規制情報の調査、2番については、諸外国におけるデジタルツールを活用した食品表示情報提供の事例について調査した結果になります。まず1番の規制情報の調査の結果に関して説明したいと思います。

規制情報の調査結果というところで、まず調査の対象についてですが、法令ガイドライン等によって食品表示情報の提供方法として、デジタルツールの活用を進めようとする動きが見られる国、地域を検索し、韓国、インドネシア、インド、EU、アメリカについて、調査を実施いたしました。下の表に結果の一覧をまとめております。小さい字で見にくいのですが、1番上に食品表示へのデジタルツールの活用に関する記載を含む法令／ガイドラインということで各国の法令とガイドライン等を列挙しております。

3段目。黄色で強調した部分になりますが、デジタルツールで代替可能というところで、韓国については、表示が困難な場合に保管方法、使用基準。EUについては、ワインのみなのですが、栄養表示や原材料名。アメリカについては、対象がBE食品、「Bioengineered food」、日本で遺伝子組み換え食品に該当するようなものなのですが、それについてデジタルツールを用いての情報提供を認める旨の記載が見られました。

続いてインドネシアなのですが、後ほど事例の紹介の時にご説明いたしますが、インドネシアではQRコードでの情報提供が義務化されておまして、そちらに表示する場合の義務

表示項目として、製品名、事業者名、事業者所在地、容器・包装材等が記載されておりました。

インドについては、参考程度になっておりますけれども、障がい者権利法という法律が、障害を持った方へのアクセシビリティ向上のために、表示にデジタルツールの活用を推奨する記載が見られました。

こちらはまとめになりますけれども、容器包装上への QR コードの表示の義務付け及び製品情報データベースを国家機関が管理するという事例が見られました。こちらはインドネシアのみになりますので後ほど説明します。韓国、EU、アメリカについてですけれども、一部の表示項目について QR コード等による表示を認めるような規制が確認できましたが、デジタルツールでの代替可否について詳細に規定しているものは確認できませんでした。続いて 3 番目。先ほどコーデックスについてのお話で少し触れたかと思いますが、テクノロジーのみを使用して表示すべきでないと言われていた、安全性に関する表示やロット番号や日付表示などの個別の実物の商品と紐付いている食品表示を代替することを認めているようなものは確認されませんでした。

続いて、事例調査ということで海外の事例について 5 つ紹介したいと思います。

韓国の事例概要ということで、食品表示情報プラットフォームと QR コードを活用した実証実験というものについて、紹介させていただきます。いろいろと書いてありますが、概要は下の青い四角の中に書いてあるのでそちらをご覧ください。韓国の国家行政機関である食品医薬品安全処 (MFDS) は、食品表示を一元的に管理する専用サイトを構築し、そこに事業者が食品情報を入力して、消費者が製品についている QR コードを通して必要な食品情報を確認できるようになるということを目指して、韓国では現在実証実験を行なっています。対象食品については表にある乾麺、ソース、キムチ、ビール、コーヒー、炭酸飲料、健康食品等と限られるのですが、そちらの事例について紹介したいと思います。

こちらは実証実験における製品の表示例になります。左側が従来と書いてありますが、こちらが通常のもので、右側が実証実験内で QR コードを活用した表示の例になります。

こちらを見ていただくと、右下に書いてあるものが QR コードで代替されたものでございますけれども、これらを QR コードで代替することによって、ナトリウム含量といったものが見やすい場所に記載されていたり、全体的に文字サイズが大きく見やすくなっているというのが分かるかと思います。

この実証実験ですが、QR コードについてもルールが決まっております、左下に書いてあるのですが、背景の色だったり、サイズだったり、QR コードについてのルールがございました。

続いて、実証実験の QR コードに提供される情報というところで、左側は QR コードを実際に読み込んで、専用サイトで見られる情報を日本語訳したものをスライドに示しております。こちら QR コードを読み込むと次の画像だけではなく、製品情報、原材料、栄養情報、その他の詳細の情報が見られるのが分かるかと思います。

右側に示した項目については、本実証実験内でのルールとして定められているもので、必ず包装上に表示しなければならない項目と、QRコードで代替可能な項目というものがそれぞれ定められておまして、やはりアレルギー等、安全性に関する情報だったり、期限表示だったりというものは、この実証実験内でも必ず包装上に表記されなければならないとされていることが確認されました。

続いて、インドネシアの事例ということで、アプリを活用した食品安全管理システムとなっております。こちらについての概要として、青い四角の中をご覧になっていただければと思うのですが、インドネシア国家医薬品食品監督庁、BPOM と略させていただきますが、安全基準を満たさない食品の流通を防ぐため、インドネシア国内で流通する全ての商品をBPOMに登録する、届け出ることが義務付けられています。四角の上の黒字を見ていただきたいのですが、登録した商品が承認されると、商品パッケージにBPOMコードという固有のコードを記載することが義務付けられています。また、QRコードの情報提供も2018年に義務化されたという記載もございました。

消費者は、商品パッケージ上のQRコードを「BPOM モバイル」というスマートフォン用アプリにてスキャンすることで、商品情報の確認やクレーム報告などができるようになっております。

続いてQRコードで提供される情報の例です。左上に先ほどお話ししたBPOMコードをお示ししています。英字と数字で構成されており、元々こちらのBPOMコード自体にも英字と数字からある程度の情報が分かるようになっているのですが、QRコードの情報を持っていることが義務化されたというところで、そちらの例について、スライドにまとめてお示ししております。QRコードを読み取ると、このように製品名だったり、事業者名だったりその他の情報をここで読み取ることができるというような事例になっています。インドネシアについては以上です。

続いて、アメリカの事例になります。アメリカについては、製造業界団体による製品の透明性確保のための取組みということで、下の青い四角を見てください。こちら運用主体が韓国、インドネシアでは国家だったのですが、こちらはアメリカ最大の製造業界団体の Consumer Brands Association が主体となっております。消費者向けのパッケージ製品を販売しているようなメーカーで構成されている団体になるのですが、こちらが始めたスマートラベルというサービスになります。こちらについてはパッケージ記載のQRコードを読み取ったり、スマートラベルのホームページで商品名を検索することで、パッケージに収まり切らない商品の詳細な情報を知ることができるようになっております。

こちらは実際の表示例、表示項目ですが、スマートラベルから読み取れるように、QRコードから飛べる情報としては、アメリカで定められている食品表示に関する法令・連邦規則集に定められている項目であったり、各州で定められている栄養表示、その他メーカーが入力したものについては消費者が読み取ることができるようになっております。こちら左下にQRコードがあり、中央にも実際の表示がありますがQRコードに Scan here for more food

information と案内書きがあるのが特徴的かなと思います。

続いてはカナダの事例になります。QR コードを活用した小売事業者向けアプリです。こちらは、消費者が QR コードを読み取るというようなものではなく、小売事業者向けのものになります。青の四角の中を見ていただくと、GS1 Canada という NPO 法人が提供するサービスになります。こちらは小売業者がアクセスして、必要な情報を入手して、消費者から問合せがあった際に、商品情報を説明できるようにすることを目的としたサービスになっております。あくまで小売業者がメーカーから提供された情報にアクセスするためのツールとして使用されておりまして、現段階では消費者が利用することはできません。

情報伝達の流れについて簡単に説明したいと思いますが、まず、事業者への登録申請というところで、製品情報を GS1 のデータベースに入力して、製品サンプル、パッケージサンプル等を GS1 に送付をして審査を受ける。2 番は GS1 による審査登録が行われ問題なければ、QR コードの登録が完了したというところで、3 番。小売業者がそちらの専用アプリで製品の二次元コード、QR コードを読み込むことで、閲覧した情報の中から必要に応じて、消費者に伝達にするという仕組みになっております。

15 ページに小売業者に提供される情報というところで、製品名、企業名、原産国、アレルギーなどに加えて、低脂質やビタミン豊富などその他の関係する詳しい情報が提供されます。こちらから小売業者が選択した情報を、消費者に伝達するというような仕組みになっております。

最後は EU の事例概要です。QR コードを活用した制度変更に即した情報というのは取り組みとありますが、こちらは直接食品表示ではなく、リサイクル制度に関するものになります。四角の中を見ていただいて、こちらについては、民間企業 Buyerdock というところが開発・運用している iQRcode というシステムです。こちらは消費者がパッケージ上の QR コードをスキャンすることで、ウェブアプリで製品情報を閲覧できるものです。少しリサイクル制度に関する背景を見ていきたいと思うのですが、EU での包装上における容器のリサイクルに関する規則案の制定で、EU 加盟国ではリサイクルに関するロゴを表示することが義務付けられています。また、加盟国では EU の規則案に基づいた各国独自の法制度が制定されていまして、EU 圏内では各国の商品が流通することから、事業者は複数国の包装上への表示義務と、表示制度変化に対応しなくてはならないということで、事業者も消費者も混乱しやすい状況になっております。そこでこちらを利用することで各国の法に基づくリサイクル方法を確認することができます。

上の四角には先ほどお話ししたことを改めて説明したものですので省略させていただきます。実際に QR コードを読み取った画面になるのですが、左下見ていただきますと、スマホ型の画像の中で、各国のリサイクルロゴを確認できたり、製品名や原材料、栄養表示など食品に関する情報が閲覧することができるというようになっています。

本日はご紹介させていただいた事例調査の結果を一覧にまとめております。実証段階のものも含まれますが、運用主体については国家だったり、製造業界内、NPO 法人、民間企業な

ど様々であります。データの入力に関しては、基本的に事業者で行っているということが言えると思います。

最後、まとめになります。対象食品は限られるものの、デジタルツールを活用した食品表示情報の提供事例が見られました。また、インドネシアと韓国については、データベースの管理を国家が主導で行っている事例が確認されました。運用の主体としては、国家だけではなく様々な事例が見られました。

最後に、今回はスライドには示していませんけれども、韓国ではデジタルツールの操作が困難な人向けのサポート機能や高齢者等へのスマートフォンの教育等、デジタルツールの利用促進に向けた取り組みも行っていました。今後もコーデックス食品表示部会における議論も踏まえながら、引き続き調査・検討を行っていかうと思います。私からの説明は以上になります。

○加藤座長 ありがとうございます。ただいま消費者庁からご説明いただいた内容につきましてご質問等ございましたら、お願いいたします。

○斉藤委員 セブン-イレブンの斉藤です。ご説明ありがとうございます。2点質問なのですが、まず1つ。サービスの運用費用を把握ができていたら教えていただきたいのと、もう1つが、国ごとに運用の主体が違いますが、主体が異なる背景というのがもし分かればご説明いただければと思います。以上です。

○三浦調査官 ご質問をいただきありがとうございます。まず1点目の費用に関してですが、費用についてはまでは調査をしておらず、お答えすることはできません。2点目につきましては、運用主体の違いについてです。こちらについては各国の状況等が関係していると思います。国家主導のものについては国がどういったように進めていきたいのかというのが背景になっていると思われ、例えばインドネシアの場合ですと、食品の安全管理体制強化のため国による事業が進んでおります。

○坊調査官 管理主体については、先ほど説明ではまろやかになっていますけど、例えばインドネシアであれば、まだまだそもそも安全が確保されていない食品が流通してしまうという国内の事情があり、そういったものが流通しないように、全ての商品を国で管理するという形で、国に登録したものしか流通できないという仕組みを構築しておりますので、国家で統一しているという背景がございます。

韓国も国で管理はしていますが、まだ実証実験の段階ですので、今後どのような形になっていくのかは、不透明というところですが、国で今管理しているという例については、国で管理せざるを得ない状況があるようなものや、実証実験の最中なので、とりあえず現状は国で進めているというところだと思います。

このほかにつきましては基本的に民間の団体等が、消費者への情報提供を考えて自主的に
行っているというところであったり、事業者の利便性を考えて民間企業が参入したりとい
うようなところだと思います。

○加藤座長 よろしいでしょうか。

○斉藤委員 ありがとうございます。

○加藤座長 他にご意見いかがでしょうか。

○小川委員 ご説明どうもありがとうございました。海外の事例が分かりましたので、非常
に勉強になりました。2点、もしご存知でしたら教えていただきたいことです。1つは、イ
ンドネシアとアメリカとカナダで品目数が書かれていたのですが、それぞれの食品市場の
規模で考えた時にその品目数がカバー率ではどれくらいになるか、お分かりだったら教え
ていただきたいです。もう1つは、デジタルツールの活用ということで、多言語対応のよう
なお話は海外の事例を調べる中でありましたか。どうぞよろしくお願いします。

○三浦調査官 ご質問ありがとうございます。1点目についてはちょっと全体の規模という
のも調査しておりませんのでお答えできません。多言語についてご質問をいただいたので
すが、アプリ等での翻訳機能であったりとかというところでしょうか。

○小川委員 今は、表示を写真に撮れば、スマホで翻訳できるのでこういったデジタルツ
ールの活用では、あまり話題にならない可能性もあると思うのですが、EU などですと食品
表示自体がそもそも多言語で表示されているので、ダイバーシティ&インクルージョンの
観点で、多言語対応ができるメリットといった情報がなかったかと思った次第です。

○三浦調査官 ありがとうございます。多言語の対応ができるメリットの情報については、
分からないところなのですが、先ほどのお示しした例でも日本語訳等できていたので、翻訳
については問題ないのではないかという認識になります。

○加藤座長 後で確認をして、よろしければ教えていただければと思います。他、ご意見い
かがでしょうか。

○早川委員 カナダの例なのですが、QRコードを活用した小売向けのアプリで、小売が活
用をするものだと思うのですが、商品にQRコードがあるのかどうか。あるいは消費
者が利用できないということは、商品にQRコードがあったとしても、それを例えばスマホ

で読み込んでも何も起こらないという仕組みになっているのでしょうか。

○三浦調査官 ご質問ありがとうございます。こちらについては、おそらく商品個別についているわけではなく、外箱のようなものの方に QR コードが付いていて、そちらを読み取るような形になっているかと思います。

○坊調査官 専用アプリが必要ですので、消費者が普通に自分のスマホで読み取ったとしても、この情報を見ることはできないというような形になっています。

○加藤座長 よろしいでしょうか。他にいかがでしょうか。

○金田委員 先ほど資料 4 の方で、実証実験をやった中でも多くの課題ということが出てきましたけれど、今各国の状況を調べられた中で、各国の方でのデジタルツールを使った課題的なことを教えていただきたいと思います。

○坊調査官 ご質問をありがとうございます。現状、韓国は実証実験の最中になっていまして、他の国につきましては、すでに運用していますので、各国が運用する中で見えてきた課題はあるかとは思いますが、インターネット等を利用した文献調査の中で、課題というところまでは確認できておりませんし、文献調査で既に運用されているものの課題を見つけるのは困難だと考えております。ただ、韓国については今実証実験をしておりますので、おそらく実証実験の進捗によっては様々な課題等が出てくると思っておりますので、そのあたりについても、引き続き注視していこうと思っておりますのでございます。

○加藤座長 よろしいでしょうか。他はいかがでしょうか。

○工藤委員 いくつかお尋ねしたいのですが、コーデックスのご説明について、まだ決まったものではありませんが、QR コードやアプリで見るときの情報はきちんと容器包装上の表示と併用されるということですか。

○宗課長補佐 ありがとうございます。両方ありえると思います。つまりラベル上に表示があって、なおかつ QR コードで読み込むことで、もっと見やすいように、という形での情報を提供するパターンと、まさにもう項目によってはラベル上に表示がなくて、QR コードのそのリンク先のみで情報提供するような、この 2 つが考えられます。ただ、現状のガイドライン案は、食品の健康とか安全とかに関するような情報というのは、QR コードだけの情報提供は避けるべきであるという内容になっております。

○工藤委員 表示について、いろいろ選別と言いますか、選択しているわけですね。

○宗課長補佐 おそらくそこはコーデックスの議論というよりは、ガイドラインを踏まえ各国の施策の判断ということになります。

○工藤委員 そうすると表示面に空白ができないわけです。デジタルツールを使うと表示が大変見やすくなる、文字が大きくなるということだけではないわけでしょうか。

○坊調査官 この韓国の事例を見ていただければと思いますけれども、韓国のものが実際に一部の項目を、QRコードを使用して見ないと見られないという形にしておりまして、少し小さいのですが、左がQRコード使っていない表示という形になっております。基本的に原材料名があったりと全て表示されている中、右がQRを使っているのですが、QRを使うことによって、原材料名は容器に表示されておらず、ある意味その面積を使って、ナトリウム含有量、食塩の含有量自体を更に見やすい形で大きくして字体を更に見やすい形で大きくしていくというところであったり、この下の緑のところに出ていますが、見にくいのですが、文字数自体はかなり減っていて、そういった形になってくる中、アレルギーを見やすくしていますので、ある意味QRコードで今表示されているものを表示しなくてよくなるという形になると、その空いた面積を今後事業者の皆さんが考えていくことになりそうですけれども、どう使っていくのか、もっと見やすくなったり、様々なことができると思いますし、今残っている表示を大きくして見やすくするという考えも今後出てくることになるかと思えます。

○工藤委員 先程、表示されている項目以上の情報もあるというようなお話を伺いましたが、表示だけで私たちが分かるものと、データにアクセスすることでそれ以上のものも分かる可能性がある。例えば原産地でしたら何県のどこというところまで分かるのもあるという意味でしょうか？

○三浦調査官 ありがとうございます。そのQRコードで読み取った先の情報について、メーカーがアピールしたいところとかにもよると思うのですが、QRコードから必要な人はその情報を取りにいけたりとか、原産地などもいろいろ考えられるかと思えますけれども、表示というのは、商品のパッケージだとどうしても情報についての表示面積の制約がありますので、QRコードの中にそういった詳細な情報を表示するという形もあると思います。

○加藤座長 今のご質問は、それぞれの国の出している表示の内容が画面で、そもそも商品が提示されているものとQRで読み取ることができるもので、情報の量がそれぞれ違っているのかどうか、それぞれの国の実態がどうなのかという質問でよろしいですか。

○工藤委員 容器包装の表示以上のものが分かるのでしょうか。

○加藤座長 それがアメリカではどうなのか、カナダではどうなのかということに関してということでしょうか。そういうふうに各国の事例で分かるところがあると補足していただけますか。ちょっと全体的な話であったり、事例として教えてください。

○坊調査官 基本的には各国的にもここまで細かいところまでは固まっている段階にはないと考えております。例えばアメリカであれば、容器包装上の表示以上に事業者の方が自分たちの伝えたい情報を登録して、QRを読み取ればそれが見られるというような状況になっておりますし、韓国であれば今実証中ですので、何を代替するのかというところを検討している形になります。その他の事例につきましては、容器包装に書かれていたような内容と、大きな差異はなくてやられているというのがあり、詳細な情報を出すという取り組みは、アメリカでは容器包装以外に載っていないことで、書きたいことを書くという事例くらいかと思います。

○工藤委員 消費者としては、やはり商品選択というのは重要です。時間が本当に限られている人も多い、時間も少ない。そういった時に、デジタルツールを使用することで時間が短縮できるのか、必要な情報が得られるのかというところを重視して考えたいと思います。

○加藤座長 ありがとうございます。今の工藤委員のご質問等は非常に重要な点だとは思いますが。各国事例がどういう状況になっているのかというのを踏まえつつ、日本ではどうするのかということをご指摘、ご質問いただいたと思っております。各国の事例と合わせて、この懇談会がそもそも諸外国の表示制度と整合しながら日本として、どのような統一制度にしていくのか、デジタルをどう活用していくのかというのを考えていくべきだと思っておりますので、今般の事例等を細かに確認していただき、今質問の中で、少し曖昧な部分があります。ぜひとも確認いただければと思っております。他はいかがでしょうか。

○瀬川委員 既に日本の商品で二次元バーコードを記載している商品が多く流通しています。多くの目的ではマーケティングや広告の目的として、二次元バーコードを使用していると思うのですが、この事業で今後二次元バーコードを使用するとなると、表示としての二次元バーコード、広告としての二次元バーコードがパッケージ上に混在すると思います。この問題は皆さんで話し合うべきなのですが、広告の二次元バーコードと表示の二次元バーコードをきっちり区分けするのか、それとも1つの中で融合してきちっとした、例えばここは食品表示に関する情報です。ここから先は広告ですというふうに、明確にするような道筋がないと、2つの二次元バーコードが混在したパッケージの商品が流通するというのも想

定されるので、そこは考える必要があると思いました。

○加藤座長 今のご意見ということによろしいですか。ありがとうございます。先ほど実際の事例として出されていた韓国の 7 ページの事例を見ますと、従来は一次元バーコードがあったものが、QR コードが付いているものに関しては、一次元バーコードがなくなっているかと思います。これは一次元バーコードを QR に代替させ、QR コード 2 つが掲載するような形にならないようにしているということによろしいですか。私も瀬川委員が言ったことも気になっていて、事例としては、この 7 ページの事例があると思いながら見ていました。それについて補足でいただけるとありがたいと思いますけども、いかがでしょうか。

○三浦調査官 すみませんが、私の方では分かりかねますので、本調査を実施したシード・プランニングさん、ご回答いただけますか。

○シード・プランニング 実証実験を行うための専用の QR コードとして、少し見にくいのですけれども、MFDS のロゴがついているものと。あと店頭に行って実物を確認した訳ではないので、混在しているかははっきりとは分からないのですけれども、この MFDS のロゴ付きの QR コードは、きちんと実証実験用ですというのは、消費者の方に対して伝えている状況です。おそらくコマースとして、QR コードを載せている事業者さんもいるので、実際は QR コードが混在している状況になっているかと思われまます。ただこの実証実験では、基本的には QR コードを読み込んだ先に広告の内容を記載する広告という項目があります。そのため、調査段階の情報ですが、基本今後はコマースもそちらに掲載し、1 個の QR コードでまとめていく方針を取るのではないかと思われまます。

○清水課長 今色々出てきている意見について私から補足させていただきますと、瀬川委員のおっしゃった点というのは、非常に重要な論点として、今日の資料 3 で先ほど宗の方から説明させていただいた内容の例えば 9 ページのところに、商業情報や広告の扱いということで、コーデックスにおいてもいわゆる商業情報、マーケティング広告宣伝というような話と、表示に義務付けられているような内容というのが、どうあるべきかというのは、今まさに世界で議論されている論点として、各国で今考えている大きな論点となっております。我が国でも義務表示を代替している部分を表す QR コードと、義務表示以外の食べ方とか、商品の宣伝とか、あるいは懸賞にリンクしているような QR コードは分かるように区別するようにするなどは今後検討していかなければいけない課題だと認識しています。先ほども我が国の実証事業の例などをご紹介させていただきましたが、私の認識では日本でやった令和 2 年度と 3 年度の消費者庁の実証事業というのはあくまでパッケージの義務表示はそのままにした上で、デジタルツールを使うとこんなこともできますというプラスの使い方をお示ししたものであり、それはある意味もう既にいろんな商品で各企業の自主

的な取組としてやられているものではあったと思います。これから我々が議論しようとしていること、あるいは世界で議論されていることがそれら企業の取組と質的に違うところは、義務的表示事項として本来容器包装に書かなければいけないとされている部分を、容器包装に書かずに、つまり代替するという点です。容器包装には表示せずに QR コードを読み込んだ先に飛ばすことよって、容器包装上の表示に代えるということをごまかす許容をするか、どういう場合に許容するか、その時にはどういう条件が必要か、というのを議論するという話ですので、消費者庁の方で、令和3年度までにやった実証事業と、今年度から我々は議論させていただきたい話というのは、かなり本質的にレベルが違う内容だというふうに私の方では理解しております。

○加藤座長 瀬川委員よろしいですか。ありがとうございます。他はいかがでしょうか。それでは、私から1点確認させていただきたいのですけれども、先ほども言ったように、今般の懇談会では、諸外国との整合性を考えていきましょうという話があって、コーデックス等々の情報も踏まえつつ、今清水課長が言ったような形で議論することになるかと思っています。諸外国の状況ということ考えた時に今回ご説明をいただいた海外の実態調査という形でピックアップをしたこの5つの事例というのは、国地域であるとか経済の状況とか、制度的な問題とかというよりも、ある程度サンプル的に全体的な方向性が見えるように5つを選んでいただいているということで、理解してよろしいのかということを確認させていただきます。

○坊調査官 文献調査で何かしらデジタルツールを活用している事例が確認できたのが、各国の中でこの5つしかなかったというのが実態です。その他にも何件かありましたが、大々的にやっている国は5つしかなかったというのが今回の調査結果でございます。

○加藤座長 こういった形の調査する場合、何か恣意的に選別して方向性を出すということをするといけないと感じました。恣意的ではなくて、あの全体的な方向性を示すべく、国、地域、経済情勢、国のコントロール下になければいけないだろうと、先ほどの説明を聞いているとある程度全体から見えるような結果的にはなっていたと思ったので確認しました。もし他にもあって確認すべきところもあるのであれば、少し追加的な情報をいただくと議論をよりグローバルスタンダードに合わせていく、コーデックスの議論と諸外国でどのようなことをやっているのかということと、整合させながら、この分科会では方向性を出していくということだと思っています。可能な限り海外の実態調査を引き続きさせていただけるとありがたいと思っています。よろしく申し上げます。

他よろしいでしょうか。続きまして資料6について消費者庁より説明いただきます。清水課長、お願いいたします。

○清水課長 では資料 6 今後の分科会の進め方ということで、ご覧いただければと思います。1 ページ目ですけれども、昨年度の食品表示懇談会の取りまとめの抜粋を載せております。①②③とありまして、①は消費者への情報開示を充実する観点から容器包装上の表示の一部を代替する手段として、デジタルツールにより情報提供を行う場合の議論を進めていく。②の方で様々な課題を列挙して、こういう課題を対応するにあたって、デジタルツールの活用がどう使えるかというようなことを議論するとなっていて、③で検討にあたっては情報の管理方法や情報伝達の媒体など、技術的な課題についても議論を行うとされているところです。私も消費者庁の事務方で検討した限りでは、もちろん①や②というのをしっかり議論していただきたいというところもあるのですが、③の技術的な課題というところ、先ほどの資料で申し上げますと、資料 4 の 14 ページの今後検討すべき技術的論点にあるような点、こちらの方を先に議論しないと、①や②を議論して、こういうことをすべきだと結論が出たときに、それがそもそも技術的に無理で実行可能性がなく、ほとんどの企業が取り組めないというようなことになると、せっかく議論していただいても無駄になってしまう部分もあると思います。そのため、まず技術的にどのようなことが可能かというところをある程度整理した上で、①や②を深掘りしていくというような順番の方がよろしいと思います。

この 1 ページの下に 1、2 と書いてありますが、まず技術的な課題として情報の管理方法などについて議論していただき、その上で、消費者への情報開示を充実する観点から容器包装上の表記の一部を代替する手段として、デジタルツールにより情報提供を行う場合の議論をするという流れで進めていきたいと考えております。

具体的には 2 ページに書いておりますけれども、本日第 1 回分科会を開催させていただきました。今月末から 11 月の頭にかけて第 48 回コーデックス食品表示部会がございまして。その後に、年度内にあと 2 回分科会を開催させていただいて、第 48 回コーデックス食品表示部会の結果のご報告や、本日出た課題に関連して事業者の方へのヒアリング、プレゼンをしていただいて、様々なお話を聞くなど、技術的課題の解決の方向性を議論していただければと思っております。今年度はだいたいそこまで議論を進めたいと考えておりまして、来年度以降、その議論された方向性に基づいて、引き続きデータ管理のあり方などを議論していただくとともに、必要に応じて事業を実施するなど、具体的なデジタルツールの活用方法というところの議論に入っていければと考えている次第でございまして。私からの説明は以上でございまして。何かご意見賜れば幸いです。

○加藤座長 ありがとうございます。今年度並びに次年度以降の今後の分科会の進め方を、まず技術的な論点をしっかりと確認した上で、それに基づいた議論をやっていくという順番で、こちらの分科会の方を進めていきたいという、清水課長からの説明でございまして。ご質問ご意見等ございましたらお願いいたします。斉藤委員お願いします。

○齊藤委員 セブン-イレブンの齊藤です。進め方については問題ないと思いますが、現実的にこのデジタル化を進めていく上で、今当たり前のようにQRコードの話がありますが、このQRコードについての技術的な知識を持っていないので、その辺の基礎的な情報をこの場で勉強することも必要なのではないかと思いました。単純に考えると今のJANコードをQRコードに全部取り替えてしまえばいいように感じるのですが、そこには進まない要因もあると思うので、その辺も明らかにしながら進めていくことが重要だと思いましたので意見させていただきます。

○加藤座長 ありがとうございます。技術的な課題というところの中に、QRコードということについても確認してはどうかというご意見でしたが、清水課長どうでしょうか。

○清水課長 その点は検討させていただきますけれども、せっかくこの公開の場で多くの方々に聞いていただいて、お時間をいただいている状況ですので、私どもも基礎的な情報で知らないところもいろいろあり、その情報をこの場を使って提供した方がいいのか、それとも事前に勉強しておいて、その上で、ここで議論していただく方がいいのか、その辺も含めて検討させていただければと思います。

私どもの方でこの話を検討していく上で、どうしても制約条件というか、できることとできないことがありますので、そういったところもなるべく早くお示ししながら進めていきたいと思っております。先ほどのそのデータをどう管理するかというところで、集中管理的なデータベースを作るといような話がありましたけれども、例えば消費者庁の方で予算を取って巨大なデータベースを作って、そこに事業者がデータを入れることによって、かつ、そこに消費者がアクセスして読み込むことで情報を取れるようにするみたいなお話は、担当の課長から申し上げますと予算的に非現実的だという話になります。あまりあり得ない選択肢を議論していただくのも申し訳ないので、いろいろご提案いただいた中で、私どもが考えるには、これは可能だと思う、これはこういう観点から無理だと思いますというところも議論させていただけたらと考えております。

○加藤座長 よろしいですか。他はいかががでしょうか。河野委員、お願いします。

○河野委員 その目指すべきレベルがどのあたりのことを議論しているかというのは、最初に目標として明確になっているべきだと考えますが、この議論は、どういったレベルを目指した議論になるのでしょうか。

例えば最初に過去の実証事業でやったくらいのレベル、提供する情報がその一対一の商品情報だけではなくて、他の類似商品との比較まで念頭に置いたら、それによって技術レベルはものすごく変わってくると思うので、そのあたりはどう考えていけばいいのか、最初に目標とするところを確認させていただきたいと思っております。

○清水課長 我々もその点について実はきちっと検討しきれていない部分はあるのですが、行政として消費者庁として議論すべき部分はやはり今の食品表示制度で義務付けられている内容などを代替するにあたっては、どういうことが必要かというような部分でして、プラスアルファのサービスの部分については事業者の皆さんが自由な工夫の中で、自らのコストでやっていただければいい部分だと認識しており、それが基本だと考えております。

○坊調査官 したがって、レベルというか、ある意味データをどう登録するかという問題だと思います。そのデータをどう使うかというのは、もし QR コードを読み込んで、アプリケーションを使って見られるようにするのであれば、アプリケーション事業者が様々なことを考えて作っていくことになると思います。今現在商品に関するデータは多くありますが、全ては消費者に伝達できていない。今、容器包装というのは限られたスペースに入る文字情報しかなく、それをデータ化していくと、消費者に様々な伝え方ができるので、そのデータ自体をどうやって登録していくのかということをお話の分科会で議論していくイメージだと思っております。データの出し方もいろいろありますし、そもそもその登録するデータというのをどう統一するのかというところ、その登録するデータをどこまでを求めるのかというのは、今後課題になってくると思います。

○加藤座長 座長として一言を申し上げさせていただくと、デジタルツールの活用、表示に関わるデジタルツールをどのように活用していくのかということをお話の分科会で考えるべき目的と考えますと、そのデジタルツールの活用できる技術というものは日進月歩で発展しているところだと思っています。そのため、コーデックスの議論の状況であったり、諸外国の状況であったり、消費者等が望んでいる情報が何であるというようなことを考えながら、先ほど清水課長がご説明されたように、少しずつ整理しながら議論していくことだと思います。そういう意味で、あらかじめゴールを定めるというよりは、状況等を踏まえつつ、出すべき情報と取り入れるべき技術というものを都度修正しながら、合わせていくというような作業になるのではないのかと思っております。皆さまにはたくさん意見を出していただいて、方向性、同意がうまく取れていくと良い分科会として締められるのではないのかと思っております。他いかがでしょうか。小川委員、お願いいたします。

○小川委員 ありがとうございます。小川です。もともとの消費者に情報を提供するための商品データベースのプラットフォームをどう作っていくかという話と、それができた上で、情報にアクセスする時の入口として、二次元データコードなのか、バーコードなのか、あらかじめ商品パッケージに表示しておくのかというような話のおそらく 2 つがあるのかなと思っております。

企業間の情報連携で、商品データベースをという話も、アクセス時の入口をどうするかという話も、20年30年ずっと業界で標準化に取り組んできたところがあると思います。清水課長が先ほどおっしゃったようにこの分科会の場でやるのか、あらかじめ別途でやるのかという問題もありますけれど、ぜひGS1の方などご専門の方のお話を伺えるとありがたいと思っております。

○加藤座長 ありがとうございます。今まさに小川委員がおっしゃっていただいたように、この分科会を進めるにあたって、どの関係の方からどういう情報をご指導いただくとこの分科会の議論が進みやすいのかということについては、それぞれの委員が関係しているところで、アイデア等があると思います。それをご提供いただいて、議論につながる方向になっていけばいいと思います。小川委員からはGS1ということでご意見をいただきましたが、その他、専門的な技術のQRコードであったり、他のデジタル技術も多くありますが、情報を分科会の場でご説明していただくのか、あらかじめいろいろ情報を提供していただいて、それを読み込みながら進めて行くのかということを含めて、分科会を円滑に運営できるようにしていきたいと思っておりますので、皆さん、ご協力のほどよろしく願いいたします。様々なご意見をいただいておりますけれども、この検討会につきましては清水課長からお話をいただきました資料6の流れで議論を進めていきたいと思っております。ご理解のほどよろしく願いいたします。

次回はただいまの資料にありました、第48回コーデックス食品表示部会の報告と、関連事業社へのヒアリングについての議論をしたいと思っております。お時間が来ているようです。本日は第1回と言うことで、現状と課題、今後の方針について消費者庁よりご説明いただきました。委員の皆様方におかれましては次回以降も活発な意見交換をよろしく願いいたします。最後に事務局から事務連絡をお願いいたします。皆さま、本日はどうもありがとうございますございました。

○事務局 どうもありがとうございました。第2回の開催は現在調整を進めておりますので、詳細が決まり決まり次第、改めてご連絡いたします。第3回以降の予定につきましても順次日程調整のご案内をさせていただきます。

なお後日メールで議事録の確認をお願いさせていただきますので、よろしく願いいたします。委員の皆さまにお配りしております本は会場に置いてもお持ち帰りいただいても構いません。

またウェブで傍聴されている方にご連絡です。今回の資料は消費者庁のウェブページに掲載されます。また議事録についても後日消費者庁ウェブページに掲載されます。

○加藤座長 ありがとうございます。以上で、本日の議事は終了いたしましたので、分科会を閉会させていただきます。ありがとうございました。