

第5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、第 5 回食品表示へのデジタルツール活用検討分科会を開会いたします。私は本分科会の事務局を務めているシード・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。開催にあたっての注意点をご案内いたします。本分科会は傍聴を希望される方に対して、リアルタイムで Web 配信をしております。また、記録のために映像を録画していることをご了承ください。議事に先立ちまして、7 月に着任いたしました消費者庁食品表示課・宮長郁夫課長よりご挨拶をいただきます。宮長課長、よろしくお願いいたします。

○宮長課長 着座して失礼いたします。今ご紹介がありました 食品表示課の宮長でございます。7 月 1 日付で課長の方に着任させていただいております。そのご挨拶も含めて、本分科会の開催にあたり、一言ご挨拶させていただきます。まず皆さま方におかれましては、平素より消費者行政の推進にご理解とご協力を賜りまして、誠にありがとうございます。簡単に自己紹介をさせていただきます。私、2003 年（平成 15 年）に農林水産省に入省しております。若かりし頃、消費者庁の前身である国民生活局にも若干在籍したことがございます。今回、これまで農水省で、例えば直近であれば食料安全保障や、米の先物の関係であるとか、そういったものを担当しておりましたが、この食品表示の分野に関して、明るいわけではございません。ですので、先生方のさまざまなご知見をお借りしながら、前に進めていけるように、微力ながら尽力したいと思っております。どうぞよろしくお願い申し上げます。本日、デジタルツールの活用についての検討分科会ということでございまして、本日、昨年度の取りまとめの方針とこれまでの事業者や関連団体からのヒアリングなどを踏まえまして、特に大きく三つ、一つ目が制度上求める水準と誰を本制度の対象とするのか。それから、表示データの管理方法は一元管理にするのか、それとも分散管理にするのか。そして、表示にアクセスするために、活用するツールをどうするのか。こういった技術的な課題と方向性につきまして、具体的な議論をしていただくということとなります。委員の皆さまにおかれましては、我が国の食品表示制度が消費者の選択により一層資する制度となりますよう具体的かつ積極的なご議論となることを期待しております。そして、検討にあたりましては、委員の皆さまの識見、それから経験こういったものを十分に発揮していただくことで、具体的な問題点であるとか、今後に向けたご提案をいただければと期待しておりますので、本日よりよろしくお願い申し上げます。私からのご挨拶とさせていただきます。

○事務局 宮長課長、ありがとうございました。本日平賀委員はご都合によりご欠席でございます。なお、工藤委員はオンラインでのご参加となります。委員の皆さまにおかれては、お手元の資料に過不足や落丁等がございましたら、事務局までお申し付けください。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、よろしくお願いいたします。

○加藤座長 おはようございます。本日もよろしくお願いいたします。本分科会においては、これまでは関係事業者へのヒアリングを行ってまいりました。現状について委員の皆さまの見識を深めていただいたというところでございますが、今回から本格的な議論を開始いたします。本格的な議論に入る前に、まず消費者庁から全ての論点について説明をいただき、その後、一つ一つの論点について議論したいと思っております。それではお手元の資料1「食品表示へのデジタルツール活用における議論すべき技術的な課題」について、消費者庁よりご説明をいただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

○坊衛生調査官 消費者庁食品表示課の坊でございます。座長から説明がありましたとおり、資料1について、全て説明した後に一つ一つの論点についてご議論いただくということで、早速ご説明させていただきます。

まず2ページです。

目次「1 技術的な課題その①」、「2 技術的な課題その②」、「3 技術的な課題その③」、「4 制度実現に向けて考えられる詳細な課題」ということで、こちらにつきましては、昨年度末に本分科会において技術的な課題の方向性という形で取りまとめいただいたところでございますので、これについて、消費者庁も考えを取りまとめさせていただいておりますので内容についてご説明いたします。

3ページです。

まず、「1 技術的な課題その①」というところで、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の方向性の議論でございます。制度運用のためのメリット・デメリットということですが、このデジタルツールを活用した表示制度におけるメリット・デメリットを整理した上で、それを踏まえた上で、技術的な仕組として、どのような形にするのかということをご議論いただくことになります。また、制度上求める水準の整理というところは、このデジタルツールを活用した表示制度について表示を行う方、ターゲット層をどのように設定していくのかというところについてのご議論となります。

4ページです。

まず制度運用のためのメリット・デメリットということで、メリットとデメリットを消費者と事業者に分けて整理しております。消費者のメリットといたしましては、容器包装への義務表示事項がデジタル表示に代替されることとなりますので、容器包装上に残すこととなる具体的に言えば安全等に関する表示が、その他の表示がデジタルに移ることによって、より見やすく表示できるようになるのではないかとこのところが消費者のメリットでございます。その他、デジタル表示に代替することによりまして、結現状の容器包装上の表示につきましては、一括表示が定められておりますが、縦書きであったり、横書きであったり、色などもデザインに左右されておりますので、一律にはなっておりません。これをデジタル表示で見るという形になりますと、基本的にスマホの画面上で見られる表示については、統一フォーマットになるため、更に見やすくなるのではないかとこのところでございます。その他、

消費者のメリットとして付加価値的なメリットは、個人ごとの具体的な目的に応じたカスタマイズが可能になります。先ほど申し上げました通り、基本的にはアプリを介して、スマホで見ていただくという形になりますので、文字の大きさなどは自分自身に合った大きさに調整できますし、例えば外国語に翻訳するのもスマホの方で行うことができ、これは付加機能になりますが、自分の健康状態等々を登録しておくことによって、例えばアレルギー物質が含まれているものがあれば、自分が持っているアレルギーに関してそのアレルギー物質が入っていることをアラートする機能を付けられるなどができるようになるのではないかと考えております。その他、現状であれば容器包装への表示ですので、基本的には文字情報が表示されているだけですが、デジタルツールを活用していくとなると、その文字以外に画像や動画等、例えばピクトグラムや調理方法の動画にアクセスできるようになるなど、いろんな形で表示の幅が広がる可能性があるのではないかと考えております。さらに、容器包装への義務表示以上の情報が公開される可能性もあるため、消費者にとってのメリットとなるのではないかと考えております。一方、消費者にとってのデメリットですが、やはり、スマホなどのデジタル端末がないと、代替した表示が確認できなくなる問題があります。さらに、スマホを使うとして、スマホをわざわざ商品にかざして読み取る必要があるので、現状は容器包装の表示を見るだけで済むところが、見るために、ひと手間増えてしまうという点もございます。その他、デジタルツールという形になりますので、やはりネット回線に不具合が生じれば見られなくなりますし、スマホを保有するとなると、その通信費用は消費者が負担する形になります。また、現状では容器包装に表示されていますので、見ようとしなくても目に入ることがありますが、デジタルツールになりますと、見ように関心を持った人以外、閲覧されないおそれがあります。次に、事業者のメリットについてですが、事業者のメリットとしては、あらかじめ容器包装に表示する必要がなくなるため、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ございます。現状は、容器包装に表示する必要がありますので、すぐには改版等ができません。そうすると、どうしても容器包装上に表示している内容に縛られて調達をすることになってしまいます。そうではなく、原料調達に合わせた表示が可能となるのではないかという点が事業者のメリットと考えております。その他、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、表示ミス自体はあっていいことではないのですが、表示ミスをしたとしても現状では容器包装上の表示を直すことは難しいので、商品を引き上げる対応がなされていますが、デジタルツールを用いた表示であれば、データ自体を修正することにより、商品の回収が必要なくなるのではないかという点が、事業者のメリットとなります。その他、商品によっては、今は容器包装上に一括表示していますので、どうしてもその部分の面積がありますので、ラベルについてもある程度の大きさが必要になりますが、一部を表示代替することによって、その部分の面積を減らし、ラベル自体を小さくすることができます。ラベル自体もシュリンクラベルであれば、プラスチックを使っていますので、その部分を減らすことで、環境負荷の軽減が可能となります。その他、デジタルで消費者が食

品にアクセスすることによって、基本的にスマホなどを使って、アクセスいたしますので、消費者の関心事項も、どのようなところを見られているのかというところが、確認できるようになったりしてマーケティングに活用できるのではないかと考えられます。このあたりについては、個人情報など、様々な関係がありますので、簡単にできるかどうかは分かりませんが、そういう可能性があるのではないかという点や、現状、基本的には容器包装に書くことしかできませんが、今後はデータツールを活用すれば、消費者の方からアクセスしていくことになりますので、事業者が提供したい情報も合わせて提供できるようになっていくのではないかと事業者のメリットもあるのではないかと考えています。一方、事業者のデメリットとしては、現状行われていないデジタル表示という新たな形になるので、それを管理するための費用や人材が必要になってくるとい点がございます。その他、行政による監視の実行可能性等を考慮しますと、データ表示する際には変更履歴を確認できる仕組みや、様々な仕組みを構築しなければならないという手間がかかるというデメリットが事業者にはあるのではないかと考えております。デジタル表示に関するメリットとデメリットは他にもあるかもしれませんが、一応こういう形で取りまとめさせていただいておりますので、こうしたメリットとデメリットを踏まえながら今後の議論を進めていきたいと思っております。

5 ページです。

ここからが制度上求める水準の整理という形で、基本的にこのデジタル表示を事業者の方が行っていただくのですが、どのような事業者が参画できる制度にしていくのかというところの整理となります。我々としては、今までヒアリング等をさせていただいておりますが、基本的には商品情報の管理には、各企業の皆様は様々なシステムを導入して管理されている状況でございます。そういうシステムを導入している事業者と、そういうものを導入していない事業者に分け、どちらをターゲットにしていくのが制度として良いのかという議論をしていくことになります。その二つのメリットとデメリット等を整理させていただきます。情報の管理方法につきましては、システム導入事業者については基本的にシステムを用いて、データを作成・管理しておりますので、基本的には、使用しているシステムについても、システム会社が提供するものと、自社で構築しているものがございます。一方、こういったものを導入していない方については、基本的に情報の管理方法は Excel や Word などや、更にいまだに手書きで管理しているという状況もございます。次に、食品製造事業者が小売事業者に情報を提供する場合の方法につきましては、システムを導入しているところにつきましては、システムの方から小売事業者が指定するフォーマットに変換しながら、CSV ファイル等で出力し、メールで送付したり、システム同士を連携させて、システム同士でデータを渡したり、同一システムでそのまま渡したりという形で現状行われております。一方、未導入事業者については、Excel 等で自分たちが手打ちした商品規格書をメールに添付して提供するか、そもそも紙媒体や FAX で送る対応をしております。ここからが、システム導入事業者か、未導入事業者かをターゲットにするのかという形でのメリットと

デメリットを整理しています。システム導入事業者の方をターゲット、つまり比較的情報管理されているところをターゲットにした場合のメリットですが、既存のお持ちのデータをそのまま使用することができるため、データの再入力等の手間がないとなります。もちろん、今のデータをそのまま使うわけではなく、デジタル表示用のデータにコンバートする必要がありますが、とは言え 1 から入力していただく必要はないというメリットがあります。その他、義務表示以上の情報であっても、管理されている情報であれば、ある程度は容易に提供できるため、制度自体、今後を見据えて拡張性のあるものにしていけるという形になります。ある程度の商品情報を管理している方をターゲットにしていくと、デジタル表示を行うには商品情報を準備する必要がありますので、結果として、今までしっかりと商品情報を管理できていない事業者は、デジタル化するためにはしっかりと管理しなければならなくなるということになりますので、各事業者が持っている情報がある程度底上げされて揃っていくという、メリットがあるのではないかと考えております。一方、デメリットとしては、やはりしっかりと情報を管理している方しか参画できなくなるため、利用者が限られ、デジタル表示そのものが進まない可能性もあるということになります。一方、未導入事業者をターゲットにするということは、全ての事業者が参画できるようになり、データ表示が進む可能性があるというのがメリットとなりますが、デメリットとしては、今データをお持ちでない方は 1 からデータを用意する必要があり、かなりコストがかかることや、事業者によって準備できる情報の深度等が異なりますので、全ての事業者に合わせていくと、提供できる情報も必要最低限となりますので、制度としての拡張性が失われる懸念もございます。また、そもそもデータをお持ちでなければ、今後の議論に出てくる分散管理には対応がかなり難しいのではないかとこのデメリットがあると考えております。

6 ページです。

こちらについては、参考として、先ほどの情報のデータの渡し方のパターンです。昨年度以来、ヒアリング等で議論・確認したところ、現在皆さんがどのようにデータの受け渡しをされているのかをまとめた形でして、この点については参考でございます。

7 ページです。

基本的には、どのような方をターゲットにしていくのかという形になりますが、現在、食品表示基準に基づく加工食品への義務表示は、容器包装に表示することを求めています。本検討は、コーデックスでの検討状況等を踏まえ、デジタルツールで情報提供を行う場合の議論を進めているものですので、前提としましては、食品表示は容器包装上に表示することが原則になります。しかしながら、義務表示の一部をデジタル表示に代替という形ですので、基本的には、容器包装に表示することになりますが、デジタルで表示を代替したいという方には一部をデジタル表示に代替することを可能にするというものです。あくまでも本制度に参画するかどうかは事業者の任意という形になりますので、全ての事業者がデジタル表示を行うわけではなく、あくまでデジタル表示という選択肢が一つ増えるというところです。それを踏まえて検討するものですので、デジタル表示が認められた場合でも、従前通り全て

の表示事項を容器包装に表示する事業者と、デジタル表示を使って容器包装上の表示の一部を代替する事業者の二つのパターンの商品が流通することになります。したがって、制度上求める水準につきましては、全ての事業者が実行可能なものを想定する必要はありませんので、ある意味、現時点で速やかに対応可能な、既にシステム等を導入している事業者、すなわち表示内容をデータ化し、管理している方を対象とするのが良いのではないかと、消費者庁としてのまとめとなっておりますので後ほど、ここについてご議論いただく形となります。制度上求める水準の整理については以上です。

続きまして、8 ページに進みます。

「2 技術的な課題その②」として、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、管理方法についての議論でございます。

9 ページです。

データの管理方法について、一元管理とそれ以外の分散管理という形があります。模式図として示しておりますが、一元管理の場合は、食品表示をデジタル化するためのデータを1か所に集約するためのデータベースを立ち上げ、そこに全てのデータを入れて、そこにアクセスし、データを読みに行く形でございます。一元管理の方については、食品関連事業者等が、国等が管理する一つのデータベースにデータを登録する形です。データの管理者自体は国又はこのデータベースを管理する任意の団体となるというのが一元管理、その他が分散管理という形でございます。分散管理につきましては、一つのデータベースを作り、そこに全ての事業者がデータを置くわけではなく、各々の事業者が作成したデータを各々任意の場所に置いてもらい、その場所にデータを読みに行く形式でございます。とは言え、データフォーマットに一定のルールが必要になりますが、皆さんがしっかりルールを守りデータフォーマットしたものを任意の場所で保管していただき、そこにデータを取得しに行く形になりますので、こちらについては、データの管理者は製造事業者そのもの又は分散管理環境下で独自に集約する方々も出てくるのが想定されます。現状、データベースを運用している事業者さんもおられますので、その方々から当社にデータを出していただくと、デジタル表示に対応できるようになりますといった形で、その食品表示上のデータベースが何個かできるというような形もあるのかと思います。したがって、1か所ではなく何か所かで集約する形もありますが、一元管理かそれ以外かというところになってくるということでございます。

10 ページです。

一元管理か分散管理かについて、そのメリットとデメリットを取りまとめさせていただいております。まず、一元管理のメリットですが、あくまで一つの場所に皆さんがデータを入れていただく形でございますので、仕組みはかなり単純であり、比較的どのような事業者でも対応しやすいのではないかと思います。データベース管理者が状況を把握しやすく、効率的であるということでございます。また、一元管理で食品表示データベースを構築する際には、データ入力に関するルール自体を入力規則として盛り込んでおけば、基本的に入力され

るデータのブレ等もなく、そういったシステムを作成することも簡単であると言えます。また、データの保管場所が1か所しかございませんので、後ほどの話になりますが、1対1の対応の問題をクリアすれば、既存のJANコードでも対応が可能です。この他、行政としては、一元管理の方が監視体制を確立しやすいという点があります。一方、デメリットとしては、今回食品表示自体をデジタル化するという話ですので、それを一元管理することになり、データベースの規模などを考えると、データベースを維持管理するための費用や人を確保する必要があります、現状では国が管理するのは難しいということでございます。もちろん、国ではなく、民間事業者の皆さまが集まっていただいて一つのデータベースの管理団体などを立ち上げて行うことは可能でございますが、それであったとしても、設置、維持のためのコストを確保する必要があります。また、一つの場所に情報を集約する形になるため、ハッキングなどの攻撃を受きた場合には、被害も大きくなるという点がデメリットとなります。分散管理のメリットとしては、データの一元管理に必要な管理団体等を新たに構築する必要がないため、既存の皆さまが持っている情報やデータベースと連携しながら活用できるのではないかと考えられます。その他、一元管理に必要な管理団体等を新たに構築する必要はございませんので、設置のためにかかるコスト自体はおさえられるということです。デメリットとしては、事業者ごとにデータベースなどを管理する必要があるため、対応できる事業者自体が限定されます。その他、各事業者が作成したデータを作成者以外がチェックすることはないため、一元管理よりも更に入力等に関して、細かいルールを策定する必要が出てくるということになります。また、監視体制等についても別途考える必要が出てくるということとなります。その他、分散管理であると、どこにデータがあって、どこに読みに行けばよいかという情報自体も必要になってきますので、既存のJANコードであれば、対応が難しいという点がデメリットとなるということです。

11 ページです。

表示のためのデータを一元管理にするか、分散管理にするかでございますが、一元管理の場合については、仕組みが単純ですので、どのような事業者でも対応しやすい点で、分散管理に比べるとやはり優れた点があります。しかしながら、必要なデータベースの規模などを考慮し、費用や人の確保を考えると、国による管理は困難であるという形でございます。また、現状では各事業者の皆様が各々のシステムを使って、データ管理を行っている中で、一つの管理団体を民間主導で新たに作っていただくというのもかなり難しいのではないかと思います。したがって、管理団体等が構築できるのであれば、一元管理の可能性もありますが、現在の各事業者のデータの管理状況やコストを最小限にすることを考えていくと、既存のデータベースを活用できる分散管理が適当なのではないかというところが、これまでのヒアリング等を踏まえ、私共がまとめた内容でございます。一元管理にするか分散管理にするかについては以上です。

次は「3 技術的な課題の③」ということで、消費者が表示にアクセスするために使用するツールをどのようにしていくのかという議題です。

13 ページにお示ししておりますとおり、小売店等の販売者ごとに、食品表示のデータを読み取るための専用端末を準備していただくことはやはり現実的ではありませんので、今回、食品表示へアクセスするためのデジタルツール（端末）については、スマートフォンを使用することを前提として、今後の議論を進めたいと考えております。その上で、スマートフォンからデータにアクセスするためのツール（コード形式）を何にするのかとそのメリットとデメリットとして考えられるものをこちらにまとめております。考えられるものとしては、既存の JAN コード、新たに二次元コードを付けていただく、その他電子タグ等の使用の3案を挙げ、それぞれについて、メリットとデメリットをこのようにまとめさせていただきました。JAN コードを使用するメリットとして、既存のほとんどの商品に JAN コードが付されているため、それらをそのまま使えるという点があります。また、JAN コードであれば、何か傷などがついて読み取れなくなった場合でも、コード番号を直接打ち込むことでデータを読み取ることが可能です。一方、デメリットとして、分散管理するのであれば、データの保管場所の情報が必要になるため、JAN コードでは対応できません。それに対応しようとする、現在の JAN コードではなく、さらに横に長い新たな JAN コードに変更するか、複数の JAN コードを並べて表示する必要が出てきてしまい、JAN コードのメリットである既存のコードがそのまま使えるという点は失われてしまいます。続いて、二次元コードを使用するメリットについてです。QR コードなどの二次元コードは、JAN コードの数十倍から数百倍のデータのコード化が可能ですので、URL や画像などの情報も記録できる仕様です。このため、二次元コードであればデータの保管場所も直接記録することが可能で、分散管理をする場合であっても対応可能です。ただ、JAN コードと違い、新たに食品表示用の二次元コードを容器包装に付していただく必要が生じるというデメリットがございます。さらに、電子タグを使用する案についてですが、電子タグは無線での通信、非接触の読み取りが可能で、短時間で大量の読み取りができるというのがメリットになりますが、デメリットとして、スマートフォンでの読み取りが現状できない仕様となっております。また、JAN コードや二次元コードに比べて、導入にかかるコストやランニングコストもかなり高いため、現状では食品に取り入れるのは現実的ではないのではないかと考えております。

このようなことを踏まえ、14 ページに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していくのかをとりまとめております。まず、小売店等の販売者ごとに専用の読み取り端末を準備していただくことは現実的ではございませんので、先ほど申しましたように、スマートフォンを使用することを前提に検討を進めたいと考えております。その場合、一元管理の場合につきましては、保管場所の情報をコードに埋め込む必要がないため、JAN コードであっても対応可能となります。一方で、分散管理の場合は、保管場所の情報をコードに埋め込む必要がありますので、既存の JAN コードでは対応できず、二次元コード以外では現実的には対応が難しいのではないかとこのところではあります。つまり、一元管理の場合は1対1対応の問題さえクリアすれば JAN コードでも二次元コードでも対応は可能。ただし、分散管理の場合は、現状では二次元コード以外での対応は困難という整理になります。したが

って、先ほどのデータ管理方法の議論の結果にもよりますが、現時点ではやはり二次元コードで対応するのが現実的ではないかというところが本論点の取りまとめになります。表示にアクセスするために使用するツールについては、以上になります。

次の 15 ページからは、制度実現に向けて考えられる詳細な課題を 4 点挙げております。先ほどから出ております 1 対 1 対応の具体的な方法や、保管すべき表示データの範囲、表示データや表示情報以外の広告やその他の情報との棲み分けルール。そして今回行いますのは、あくまで義務表示事項の代替であり、デジタルで見る表示情報も義務表示ということになりますので、我々行政として、しっかりと監視できる必要があるため、監視可能性についてのルール作りも必要になってきます。

まず 16 ページから本制度における 1 対 1 対応についての論点を整理しております。ここで言う 1 対 1 対応とは、もちろん商品と表示との 1 対 1 の対応であり、デジタル表示をする場合においても、商品と義務表示事項については、商品の内容と表示されている事項は一致させる必要があります。しかし、コーデックスのガイドライン等を踏まえますと、期限表示は容器包装に表示を残しておかなければならないため、逆にデジタル表示においては、期限表示まで 1 対 1 の対応をとる必要はないのではないかと考えられます。もし、期限表示まで 1 対 1 対応するとなると、かなり難しい話になります。というのも、期限表示については初めからラベルに表示されているものではなく、製造ラインで後から印字していることがほとんどですので、そういったことも踏まえまして、デジタル表示であっても期限表示まで 1 対 1 対応する必要はないと考えます。参考までにコーデックスにおける「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」にどのように書かれているかといいますと、基本的には食品の名称、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とされており、テクノロジーの使用によって代替できる事項については、名称や安全、栄養に関する食品情報以外という形になっております。また、個別の実物の商品と紐づいている食品情報、例としては、ロット番号や日付表示、日本でいう期限表示については、個別の商品とその情報を紐づけることができなくなるおそれがあれば、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されています。そのため、現状、期限表示はテクノロジーの使用のみによって、つまりデジタル上だけに表示することはできず、容器包装に表示が残る形になります。コーデックスのガイドラインではそのようになっておりますので、我々としても、期限表示までは 1 対 1 対応することは難しく、また、そこまでの必要はないという形で、議論を進めさせていただきたいと思います。

続いて、1 対 1 対応の具体的方法として、17 ページに昨年度からのヒアリング等及びその際議論に出ていたような JAN コードの利用実態自体をまとめさせていただいております。食品製造事業者の多くは、自社の商品自体を管理する際に、JAN コードやプライベートコード（JAN コード以外に、自社内で商品管理するために使用する特定のコード）を使いながら管理しており、JAN コードのみで商品の識別が完全にできるわけではないというのが今

の状況です。なぜかという、キャンペーンのための増量等で内容量が変わったとしても、商品自体が変わらなければ同じ JAN コードを使用していることや、原料調達先や調達時期の変更により少々表示が変わったとしても、JAN コード自体は変更しないことなど、義務表示の内容が異なっている場合であっても、JAN コード上では同じ商品扱いとなっているものが多々あるという現状がヒアリングの結果、明らかになりました。したがって、JAN コードでは 1 対 1 の対応ができていないというのが現状だと思っております。そもそも現在、多くの商品がプライベートコードを使用して商品の識別をしております。さらに、小売店舗においては商品の識別に JAN コードが使用されている場合、新たに JAN コードを付与すると別商品扱いとなってしまう、当該小売店舗での売上等の集計が煩雑になってしまうため、JAN コードの運用ルールはあるものの現状厳密に守られていないというのが実情です。もちろん運用ルールをきっちりやろうと思えば、ある程度はできるかもしれませんが、今のところ完全な 1 対 1 の対応は取れておらず、これから JAN コードで確実な 1 対 1 の対応が取れるかは不透明な状況です。それを踏まえた上で、1 対 1 対応の具体的方法について、18 ページをご覧ください。

二次元コードで対応する場合、二次元コードを読み取った後に、食品表示にアクセスする流れとしては、以下の 3 つのパターンが考えられます。まず、パターン 1 ですが、QR コードなどの二次元コードを読み取ると、そのデータに直接アクセスし、アクセスした食品表示データの情報をそのままスマホにダイレクトで表示することができるという想定です。パターン 2 は、同一商品であっても、さまざまな時期によって、その商品の内容が変わっているものもあるという場合も考慮に入れ、基本的には二次元コードにアクセスした後に、まず商品のページに行くのですが、その後、手元にある商品がどれかをロット番号や期限表示から消費者に選んでいただき、その後に自分の手元にある商品の情報にアクセスして、それがスマホに表示される想定です。パターン 3 については、そもそも消費者の方が直接期限表示やロット番号を入力し、その情報にたどり着くことを想定したものです。最終的に消費者の方が確認できる食品表示のデータは、同じものにはなりますが、その情報にたどり着くまでに、直接アクセス可能な場合、消費者の方に選択肢の中から選んでもらう必要がある場合、消費者の方に情報を入力してもらった必要がある場合という 3 パターンの方法が考えられるのではないかと思います。

次の 19 ページではこの 3 パターンを比べた場合のメリット・デメリットをまとめております。先ほど申し上げましたとおり、パターン 1 は、直接二次元コードを読み込めばそのまま画面に食品表示が出てくるという方法です。その場合のメリットは、消費者が義務表示の内容を見るための手間が最小限で済むことです。そもそも、デジタルツールを活用した表示は、今までの容器包装上の表示を見ることに比べて、まずスマホを使わなければいけないという手間が増えます。しかし、パターン 1 の場合は、必要なのはそのひと手間だけで、あとは二次元コードを読み込んでいただければ、すぐに表示を見ることができます。一方デメリットですが、パターン 1 の場合は、義務表示の内容が変わるたびに二次元コードを作成する必

要があります。パターン 1 にするのであれば、二次元コードと食品データが完全に 1 対 1 で対応する必要が出てきますので、細かな表示内容の変更に合わせて二次元コードを作成する必要が出てきます。もし、二次元コードを後付けで印字できず、初めから容器包装に二次元コード自体を印字しておかなければならない場合、商品の内容が変わるたびに二次元コード自体も変えた包材を用意しなければいけないので、その度に改版する必要が出てきます。もちろん、二次元コードを期限表示のように後付けで直接印字をすることができるのであれば、そういった対応も可能ですが、そういうものがない場合にはいちいち改版する必要があるというのがデメリットです。それに対して、パターン 2 と 3 は義務表示の内容が変わったとしても商品が変わらない限り二次元コード自体を変える必要がなく、容器包装を改版する必要がないというのがメリットです。デメリットとしては、やはり義務表示の内容を見るための消費者の手間が増え、煩雑になるということです。消費者からすると、パターン 2 は選択肢から選ぶ仕様になりますので、パターン 3 のように文字の入力の必要はなく、2の方が手間は少なくなるかと思います。しかし、パターン 2 は、表示内容が変わった製品ができるたびに、新たに入り口の Web ページ自体を事業者が変更する必要あり、これは事業者側の手間となります。パターン 3 であれば、消費者の方が選ぶのではなくて直接入力していただくので、入り口ページは一つで済むという形式ですが、消費者からすると、義務表示の内容を見ようとする度に更に入力までの手間がかかってしまうというところがデメリットになります。

このあたりについて、コーデックスのガイドラインはどのように記載されているかを参考に付けておりますが、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とされています。この辺りは、容易にアクセスということをどう考えていくのかということになります。また、その前の、消費者がいかなる情報の提供又は開示を必要としないというのは、あくまで、消費者の方が自分の個人情報などを提供する必要がなく、データにアクセスできなければならないということです。どちらかというと、1 対 1 の対応の具体的な方法の話ではなく、容易にアクセスできるかどうかが問題とされておりですので、どこまでが容易にアクセスと言えるのかという議論になってきます。

次の 20 ページです。

今の話を踏まえると、商品を一意に識別するコードとして現状は、JAN コードが利用されておりませんので、二次元コードを利用して容器包装の表示を代替する場合については、二次元コードを読み取った後の消費者の利便性を考えていくと、先ほど出ていましたスマートフォンの画面に食品表示が直接表示されるパターン 1 が望ましいと思いますが、そもそも表示内容が変更になる度に、新たな二次元コードを作成するとなると、容器包装を改版する必要がありますので、事業者の対応は困難になります。ある意味、事業者の対応が困難であれば、そもそもデジタルツールを活用した表示自体もあまり使われなくなりますので、消費者と事業者の両方がデジタルツールを活用した表示のメリットを享受できなくなってし

まいります。そういったところを踏まえながら、先ほどありました パターン 1、パターン 2、パターン 3 の 3つのパターンのメリットとデメリットを考慮して、どのパターンを採用するかを検討する必要があります。

もちろん必ずパターン 1、パターン 2、パターン 3 になるわけではなく、ものによってはパターン 1 でも対応できますが、ものによってはパターン 2 でなければダメということもございますので、そういったところも複合的に考えながら、少なくとも、ここ以上はというところで議論していただければと思います。ここにつきましては、このパターン 1、パターン 2、パターン 3 を挙げさせていただきましたが、もしかしたら他のパターンもあるかもしれませんので、そういったことを踏まえながら、ご議論いただければと思います。1 対 1 対応の具体的方法については以上です。

続きまして、21 ページです。

保管すべき表示データの範囲についてございます。こちらについては、皆さまにとってごくごく当たり前のことかもしれませんが、現在の食品表示基準における加工食品の主な義務表示事項として挙げさせていただいております。もちろん、名称、原材料名、添加物、内容量、消費期限又は賞味期限、保存方法、食品関連事業者の氏名又は名称及び住所、製造所等の所在地及び製造者の名称等、アレルギー表示、原産国名、栄養成分表示、原料原産地名、遺伝子組換え食品の表示というところが、横断的な一般的な義務表示事項になっております。この他に、品目によって別に義務付けられている事項、別表 19 にて義務付けされているものもあり、表示例としては、右に出ているようなものになります。ここで、こういう義務表示事項がありますと改めて挙げさせていただいているのは、そもそもデジタルツールを活用した表示はあくまで義務表示の代替であるからです。保管すべき表示データというのは、最低限、この義務表示事項のデータについては、必ず表示データとして置いていただくことが必要になりますが、その他にもさまざまなデータや情報がございますので、そういったものをどうしていくのかというところで、最低限の義務表示事項は現在こうなっていると整理させていただいております。

次の 22 ページです。

保管すべき表示データの範囲ですが、容器包装の表示自体は、表示可能面積の制約によって省略や簡略化した表示が現状可能となっております。消費者への詳細な情報提供や、今後の義務表示の検討の方向性も考慮して、基本的には今後も食品表示制度自体はいろいろ変わっていきますので、そのようなところも考慮しながら、保管すべき表示データの範囲に義務表示以上の詳細な情報を含めるべきなのかというところを考える必要があります。本議論はあくまで保管するデータの項目自体を検討するものでございますので、保管すべきデータの範囲と消費者に情報提供する情報を一致させるものではありません。情報はデータとして保管されているので、消費者に情報提供を必ずするという話ではなく、あくまで本分科会においては技術的な議論をということでございますので、基本的に義務表示の代替として何を容器包装上に必ず表示しなければならないものとするのか、デジタルツールを活用

した表示については何を表示しなければいけないのかという議論については、本分科会ではなく、技術的な課題についての議論が終わった後に親懇談会の方で議論するとしております。あくまで本分科会においては、データとして保管しておくべき範囲という議論ですので、データとして保管していなければ、後ほど、ここまで表示させるという話になったとしても、対応は不可能ということになります。あくまで制度として、保管すべきデータの範囲についての議論を今回しておりますので、ここで保管したからといって必ず表示されるわけではないというところをご理解いただければと思います。その中で、現状省略を可能としているものがあり、保存方法であれば常温以外に保存方法がない場合については表示しなくていいというルールがあったり、原材料名につきましては、表示可能面積が 30cm²以下の場合については表示しなくていい、つまり省略していいというルールがあります。この 30 cm²以下の場合に省略していいルールというのは、基本的に原材料や添加物、内容量、栄養成分、製造所又は加工所の所在地、遺伝子組換え食品に関する事項、原料原産地名、原産国名については、30cm²以下の場合については、容器包装の表示の省略が可能になっているということです。一方、原材料が 1 種類の場合についても、見て分かるので省略してよいというルールになってございます。また、栄養成分においては、栄養の供給源としての寄与の程度が小さい場合や、極めて短いサイクルで原材料が変更されるような場合については、ある意味日替わり弁当みたいなものについては、栄養成分の表示自体を省略可能になっているというようなどころでございます。これらが食品表示基準上、省略可能な主なものです。その他、23 ページでございます。

義務表示の項目ごとに簡略規定があるものもございます。例えば、原材料名の複合原材料の表示ですが、複合原材料であれば、その複合原材料の原材料について、原材料を括弧して書くというルールになっていますが、それが 3 種類以上ある場合で、当該複合原材料に占める重量の割合が高い順が 3 位以下で、かつ、割合が 5%未満である原材料については、「その他」と表示できるとなっており、こちらについても簡略化して表示できるとなっております。その他、複合原材料の製品の原材料自体が、製品に占める重量の割合が 5%未満である場合については、複合原材料名だけを書けば、その括弧の原材料自体も表示省略できるというルールもございます。したがって、こういったものについては、現在省略されてございます。その他、原材料の簡略名称、例えば食用油脂であれば、植物油や動物油、加工油というような表示が可能になっておりますので、必ず油種名まで書く必要はありません。例えば、大豆油や、なたね油というような表示までは要していなく、植物油なら植物油でいいというような簡略の表示ができるようになっております。魚類及び魚肉につきましては、特定の種類の魚類を表示しない場合については、魚や魚肉で、表示できる形になっております。また、異性化液糖につきましても異性化液糖の種類、ぶどう糖果糖液糖、果糖ぶどう糖液糖、高果糖液糖の種類までは書かずに異性化液糖と書いてもよく、香辛料につきましては、原材料に占める重量割合が 2%以下であれば、例としてこしょうやトウガラシと書く必要がなく香辛料とだけ書け、弁当につきましては、外観から中身が見える弁当については、副食物に

ついて、「おかず」とだけ表示することができるという簡略規定がございます。

24 ページです。

その他、添加物につきましては、一括名の表示が認められております。複数の添加物の組み合わせで効果を発揮するものや、食品中にも通常存在する成分と同じ考えられるものは、物質名ではなく一括名で表示することができるようになっております。したがって、酸味料目的として使用しているアジピン酸、クエン酸、グルコン酸、コハク酸などにつきましては、物質名を書かずに酸味料とだけ表示できるというようなルールがございます。その他の乳化剤、膨張剤、香料についても同様に、実際はいろんな物質を混ぜて使うことが多いのですが、そういうものであっても、酸味料、乳化剤、膨張剤等につきましては、酸味料、乳化剤、膨張剤とだけ表示することができるというようなルールになっております。その他、加工助剤であったり、キャリアオーバーであったりは表示する必要がありません。最終製品に残っていなければ表示を要しない形や、最終製品に効果が発揮していないものについては表示しないというようなルールがあるのが状況です。そういったことを踏まえまして、25 ページです。

義務表示のデータにつきましては、容器包装の表示の代替とする、しない、に関わらず保管すべきものは持っている必要があるのではないかと考えております。その際に検討することとして以下のことがあるのではないかと考えています。最低限義務表示事項に加えて付加的情報をどこまで保管するのか。あくまで先ほどから申していますとおり、ここにつきましては、消費者にデジタルツールであれば表示するという話ではなく、保管すべき情報の項目として、項目立てをどこまでしておくのかというところでございます。もちろん項目立てしたからといって必ず入力が必要になるわけでもないと思いますし、もちろんその義務表示の代替とするもので、必ずルール上表示しなければならないものについては、必ず入力する必要がありますが、そうではなくて、付加情報として、どこまで保管しておく必要があるのかの項目立てをしなくてはなりません。もともとその項目がなければ、今後我々として食品表示制度自体を新たに改正等したときに、新たに項目が増えた場合についても、項目があれば、デジタルツールの方についてはそのまま対応が可能ですが、なければ新たに項目をまた作ったり、追加したりと色々な作業が必要になってくるので、今後の拡張性等々も踏まえながら、付加的情報をどこまで項目立てしておくのかというところを考える必要があります。そう考えていくと、事業社間の取引で使用される規格書等で通常提供されるような情報自体については、初めから項目立てしておくべきと考えられますし、基本的には現状、皆さん、食品表示情報をデータとして持っていますが、おそらく各事業者さんによる表記揺れ等々がありますので、その表記の揺れが出ないように、入力のルール自体も詳細に決めておく必要があるのではないかと思います。現在、原材料名欄に、原材料名や添加物、原料原産地、遺伝子組換え情報などの複数の情報が表示されていますが、持っておくデータとしては、別々に項目立てて入力しておく必要があるのかどうか、また、該当するデータがない場合にどのように入力するのかというところや、細かいところでは空欄にするのか、「―」にする

のかというところがあります。例えば、原産国であれば輸入品のみの表示ですので、項目としてあったとしても、そこをどのようにしていくのかを考える必要があります。加えて、食品関連事業所の名称について、データ上の項目名はどうするのかということでございますので、そのあたりは基本的には項目としてはありますが、事項名というものがあるものについて、事項名の表示自体をどうしていくのかというのは、事項名の表示が場合によって変わるものについて、事項名をどうするのかというところの情報として、どうしていくのかなど、様々な問題があるかと思います。とは言え、本議論はあくまで保管するデータの項目を検討しているものですので、何度もいいますが、保管すべきデータの範囲と情報提供する情報自体を一致させるものではなく、あくまで様々なことを考えた上で、項目をどうしていくのかということを議論していただきます。ある意味、制度として保管すべき情報、とそれ以外の情報自体も明確にする必要があるかと思いますし、あと各事業者がそのデータを入力する、コンバートするにあたって、統一したルール自体は必要かと思いますが、議論をしていきたいかと思います。とは言え、本分科会において、表記揺れや半角、全角やローマ字、大文字、小文字などについて一つ一つ決めることは時間的にも難しいと思いますので、このあたりについてはルールをしっかり作るという方向を示していただきたいと思います。保管すべき表示データの範囲については以上でございます。

続きまして、26 ページ。

広告などその他の情報との棲み分けルールというところでございます。義務表示以外に、現状も容器包装に表示されている情報が色々ございますが、デジタル表示する際に義務表示と同一ページに情報提供しても良いものとしてどのようなものがあるのかを考える必要があります。例として挙げさせていただきますと、お客様相談窓口の電話番号や、調理方法、開封後の保管方法など消費者にメリットがあるものから、キャンペーン広告、類似商品の広告、企業の宣伝取り組み等々を伝えるものまで、様々なものがあります。この部分についても、コーデックスのテクノロジーの使用に関するガイドラインにおいて、以下のように書かれておりまして、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規定されておりますので、ある意味、義務表示については一括で見られ、その他の情報とはしっかり区別しなければならないというのがガイドラインになっております。その他、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ので、容易に区別するということをどこまでなのかを考えていくことが必要だと思ってございます。これを踏まえまして、27 ページです。

コーデックスのガイドラインにおきましては、義務表示の内容がデジタルを使用して提供される場合につきましては、当該義務的食品情報がまとめて表示され、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考えております。広告が表示される可能性として、先ほどの使用するツールのパターン 2、3 の場合については、このような事が考えられるのではないかと、例として挙げさせていただいております。例えば、容器包装の二次元コードを読み込んだ画面において、先ほどのパターン 2 であれば、その商品のページに行くのですが、そこから 1 対 1 対応を取るために、選択肢が出てきて、そこから選んでいただくというところの画面に、そもそもバナー広告をつけていいのかといったことや、真ん中であれば、そのページに行くともまずポップアップ広告が出てくるといふようなところがあり、そもそもポップアップ広告ではなく、広告ページにアクセスした後にその広告ページから商品の Web サイトに更に飛ばなければならないというようなパターンがあるかと思ひます。このような広告を使うというパターンもあるのではないかとこのところでございます。

次、28 ページです。

その他の広告のパターンとしては、スマホ上のアプリを使って読み取った情報のところに広告というパターンもあり、1 番左であれば、一括表示はされており、一括的にまとめて表示されているものの下にバナー等が出てくるといふこと、真ん中であれば、上に出てきます。考えにくいかもしれませんが、広告が間に入ることも想定でき、やはり容易にしっかり区別しなければならないと思ひますので、義務表示とは別に広告専用のページをタブとして置いておくという形も考えられると思ひております。あくまでここについては、義務表示、一括表示とその他の表示をどう区別していくのかというところの議論でございます。

29 ページです。

こちらの棲み分けルールという形でございますが、あくまで義務表示の代替でございますので、義務表示が広告と明確に区別されなければなりません。そもそもの議論として、一切の広告を排除するという考え方もございますが、現在、容器包装においても、一括表示の欄外には様々な表示がされている中、デジタルツールを活用した場合に、それを認めないということ自体もおかしい話ですので、あくまでコードデックス上も、明確に区別をつけてください、一切広告をつけてはいけないという話ではございませんので、どの範囲までであれば明確に区別されていると判断できるのかということでございます。こちらにつきましても、義務表示がまとめて表示され、広告とは明確に区別されていれば良いということでございますので、どの範囲までを明確に区別されているかと認めるかの検討になっております。その他、ひとえに広告といっておりますが、ある意味どこまでが消費者のメリットになる表示で、どこからが広告になるのかということも議論があるかと思ひますので、あくまでこのあたりについても方向性を示していただき、最終的なルール作りに生かしていくところだと思ひており、今回検討していただきたく思ひます。棲み分けルールについては以上でございます。

続きまして、30 ページです。

だいぶ長くなりましたが、最後でございますけれども、監視可能性でございます。監視可能

性についてのルール作りでございますが、表示に誤りがあった場合につきましては、デジタルツールを活用した表示であれば、包材を改版する必要がなく、データを修正することで、対応可能になってきます。しかしながら、消費者に正しい情報が届いていることを担保するために、修正の痕跡自体は残す対策が必要となるのではないかと、またその他、そもそもの表示のデータの保存期間等についても検討していく必要があるのではないかと考えております。今までの容器包装に義務表示した場合につきましては、例えば容器包装自体の表示が間違っていた場合については、間違った表示自体は包材が証拠となって残りますが、デジタルであれば、そのデータ自体を修正することが可能になりますので、ログ等何も残さなければ、そもそも間違っていたことの修正をして、間違っていた時期があるということ自体の痕跡は残りません。あくまで我々としては、義務表示の代替としておりますので、監視可能性についても検討する必要があります。もちろん、その様なことは基本的にはあまりないかもしれませんが、悪意を持って行う方が出てくるかもしれませんので、その点の監視を必ずできるかと、やはり義務表示の代替とはならないということになりますので、対策をどうしていくのかを検討する必要があります。

31 ページです。

データの修正の痕跡の残し方の参考でございますが、前回のヒアリングで、インフォーマットさまの方がインフォーマットのシステム自体について、規格書の変更についてこういった形で変更履歴情報を残していますとご説明があったかと思えます。あくまでこれは例示として示しておりますが、どこまでの変更履歴が必要なのか。もちろん、インフォーマットさまぐらいにきっちり残っていればよいのですが、きっちり残さなければならなくなるほど、やはり事業者の方の負担が増えていきますので、あくまでどのあたりまで、しっかり残しておく必要があるのかという議論をする必要があると考えております。

32 ページです。

監視可能性についてのルール作りという形でございまして、監視を行う上で、整理すべき事項として、表示の根拠となるデータをいつまで保存しておくのかということでございます。全ての商品に一律の保存期限とするのか、あるいは商品ごとに設定していくのかを考える必要があります。例えば、基本的には期限表示が過ぎたものについては、市場には流通しないので、期限が過ぎてから一定期間とする。ただ、賞味期限のものにつきましては、期限を過ぎたとしても一定程度家庭に残ることがございますので、そういったところを踏まえながら一定期間、とは言え、ずっとという形ではデータがたまっていく一方になってしまいますので、ある程度の区切りという形になりますが、そういった期間をどうしていくのかという話や、制度として全ての修正履歴を残す必要はありますが、修正履歴自体はどのようにして残すのかという点を考える必要があります。ログを見れば修正の有無自体は確認できますが、いつどのような修正を行ったかについてまで、専門的な知識がなくても分かるようにしておく必要があるのか、基本的には、本来修正があるものではございませんので、修正したということが分かれば、それで良いとするのか、それともどんな修正を行ったかをしっか

り残す必要があるとするのかというところでございます。ログ自体も削除できますので、改ざんされないための方策を検討し、制度とシステムの両方で担保する必要があるのかどうかということも考える必要があります。もちろん、ログ自体を残すという話になれば、制度上でログの保管義務をかけるという形になるかと思いますが、その制度上だけではなく、システム側でも、そのログを消したりすることができないようなものにする必要があるのかどうかというところの議論が必要になってくると思います。基本的には、義務表示の代替ですので、しっかり監視ができることを大前提として制度設計していく必要がございます。そういったところを議論していただこうと思います。かなり長くなりましたが、消費者庁からの資料 1 の説明について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、消費者庁から資料 1 についてご説明をいただきました。内容は大部でございますが、相互に関連する項目でもございますので、一括でまとめて説明していただいたところです。今後の議事の進め方につきましては、目次の順に沿って一つずつ議論してまいりたいと考えておりますので、よろしく願いいたします。なお、本日も説明いただいた論点全てを議論することは難しいと思いますので、時間を見て、本日子りのよいところまで進めさせていただき、残りは次回以降に引き続き議論させていただくということで進めていきたいと考えております。ご理解のほどよろしくお願いいたします。それではまず初めに、「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）の内容について議論を進めていきたいと考えております。発言す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いたします。なお、オンライン参加の委員におかれましては、手を挙げるマークでお知らせください。ご指名しましたら、マイクをオンにしてご発言いただければと思います。それでは委員の方々、よろしくお願いいたします。

○小川委員 小川です。ご説明どうもありがとうございました。制度上求めるべき水準の整理あるいは管理方式について、消費者庁の方からご提案いただいたとおり、既にシステム導入を行い、表示内容をデータ化している事業者様のように、対応可能な者を対象とする点や、管理方式を分散にするという点については、これまでの様々な事業者のご説明を聞いた結果も踏まえて、妥当であると思います。昨年度議論をした時に、デジタル化にあたっては若い人たちのニーズを聞いた方がいいという議論があったと思います。もし、若い人たちのニーズについて何かお調べになった情報があれば、教えていただけないかというのが 1 点目です。そして、今回のデジタル化の議論は、食品情報が新しい価値を生む可能性を広げる一歩になると思っています。そういう意味ではこれからイノベーティブなサービスも生まれるのではないかと期待しているところです。一方で、さまざまな要件を検討したとしても、ヒアリングを行った事業者は基本的に B to B を想定するデータベースを構築されていて、消費者がアクセスすることについては、現状想定されていないという方がほとんどだっ

たように記憶しています。そういった点で、このデジタル活用の方向性について、放っておいたら進まないのではないかと、実効性が伴わないのではないかとというのが懸念されまして、この検討結果をどう周知し、実効性を持たせていくのかといった今後の進め方の見通しについてお聞かせいただければと思います。よろしくお願いします。

○加藤座長 ありがとうございます。ただいまのご質問は全体的なところということではありますが、特に技術的な課題のその①からその③までお尋ねいただいたということで、よろしいでしょうか。

○小川委員 はい。結構でございます。

○加藤座長 消費者庁の方から説明いただいた①から④のうち、①から③までの内容に横串を刺したような形での質問ではございますが、ご説明いただけますでしょうか。お願いいたします。

○坊衛生調査官 参考資料3を映していただけますでしょうか。7ページをお願いいたします。小川委員への直接的な回答ではないかもしれませんが、データツールを活用した表示として我々は令和2年度、3年度に実証調査を実施いたしました。ご協力いただける製造事業者の方々からいただいた食品表示のデータを、消費者庁で準備したデータベースに格納した上で、JANコードをスマホで読み取れば食品表示が見られるというアプリを、実際に使っていたいただいた評価の結果になっております。年齢別にまでは取得しておりませんが、スーパーに買い物に来られた方に、今こういう実験をやっているのですが、参加していただいけませんかという確認をし、参加いただいた方の評価となっております。こちらについて、データツールによる食品表示を確認することにつきましては、回答者の81%に「見やすくなった・より理解できた」と評価していただきました。こちらについては、スマホのデジタル表示用のアプリを使っているため、イラストや、文字の大きさを変更できるようになっている点がこの評価にある程度寄与していると思われます。8ページの追加情報に対するニーズにつきましては、原料原産地、添加物に関する情報については、追加の情報のニーズが高いことが明らかになっております。こちらについては、年齢や性別による差異はあまりなく、日常的に表示項目を確認している者においては、デジタルツールで確認するのであれば更に詳細な情報もあるとよい、というような回答になりました。小川委員がおっしゃっていた年齢別でのニーズがどのようなものかということまではピンポイントで取れていませんが、実証実験を行い、その結果については取りまとめております。

○京増食品表示調査官 放っておくと活用が進まないのではないかとのお話がありましたが、BtoBの中でも情報の濃度はいろいろあったかと思います。付加的情報として、とて

も深い情報まで流れているシステムもある一方、義務表示レベルの情報で流れているものもありますので、表示の情報自体は、現在 B to B で使っている情報で十分使えると思っております。事業者がデジタル表示を導入することによって、インセンティブもありますが、あくまで消費者が商品を選択する上での情報になるため、消費者、事業者双方のメリットを考えていく必要がありますので、本検討会において、その辺りを議論していければよいと思っております。

○坊衛生調査官 事業者の皆さま方については、新たなことをするとなるとコストがかかってくると思いますが、そのコストをかけても、容器包装に表示するよりデジタルで代替する方にメリットがあると判断される場合は、自然とデジタル表示を導入されるのではないかと考えております。ご意見のとおり、制度を作ったにも関わらず、誰も使わないものになること自体は好ましくないことですので、制度ができた後には、事業者、消費者双方に対して、周知・普及を引き続き行ってまいります。

○加藤座長 ありがとうございます。親懇談会の議論の中でも、食品表示に関して非常に興味を持って見ている人と、そうでもない人がおり、どういう情報がどのような形で開示されていて、どのように活用できるのかが実際に消費者にうまく伝わっていないのではないかと問題提起があったかと思えます。本件のご質問に関していうと、デジタルツールがさらに周知させていくことにつながれば、より良い効果になると思えますので、ぜひご検討いただきたいという次第でございます。あと 1 点、私からも今の小川委員のお話に関連して少し検討いただいた方がいいと思う点がございします。資料 1 の 4 ページ目の消費者におけるデメリットの部分の 1 番下に「食品表示を目的を持って見たい人しか見なくなる可能性がある」という記載があります。

事業者側がいろんな情報を伝達しているけれども、それが必ずしも伝わらない状況の中で、何か事故、リスク等が起こった時に、それが非常に大きなクレームにつながってくる可能性が考えられます。「こういう形で〇〇を出している」ということについて、きちんと情報共有できている認識があるかないかということを考えたときに、この消費者におけるデメリットというのは、デジタル化するかどうかということも含めて、非常に大きな問題点だと思っておりますので、ぜひご検討いただきたいと思っていた次第でございます。他はいかがでございましょうか。河野委員、よろしくお願いいたします。

○河野委員 食品産業センター・河野です。5 ページ目にある「システム導入事業者」という言葉があるのですが、これはこのシステムを導入して、データベース的に使用している事業者ということでよろしいでしょうか。7 ページの結論に「システム等を導入し、表示内容をデータ化している」という言葉がありますが、いわゆるこのシステムの利用もデータベース的に利用するものと、依頼されて規格書等を提出するものという 2 パターンがあ

と思います。後者の場合でもデータ化されていることから、この「システム導入事業者」というのはデータベース的に利用している事業者のみを指すものかどうかを確認させていただきます。

○加藤座長 よろしくお願ひいたします。

○坊衛生調査官 「システム導入事業者」というのは、必ずしもシステムを導入している事業者というわけではなく、ある程度自社の製品情報をデータとして管理している事業者という意味で使わせていただいております。そのため、必ずしも、ヒアリングさせていただいたようなメーカーのシステムを導入している必要はなく、企業ごとの管理方法できちんとデータとして管理されており、食品表示のデジタル化のために使うデータフォーマットに、ある程度簡単にコンバートできるような形、つまり 1 から全部のデータを打ち直す必要はなく、データ自体をそのままコンバートできるような形でデータをお持ちの方という意味でございます。

○加藤座長 よろしいですか。

○河野委員 はい。

○加藤座長 そういう意味でいきますと、製造業者、卸売事業者、小売事業者の全てに関して、システムを活用しながら、B to B 取引を行っている方全てを対象にこの「システム導入事業者」という表現を使っていられっしゃるという理解でよろしいでしょうか。

○坊衛生調査官 しっかりデータとして管理されている方々を「システム導入事業者」として表しておりますので、メーカーや卸、小売の区別をつけているわけではありません。基本的にはデータとして管理されている方をターゲットに考えているところでございます。

○加藤座長 ありがとうございます。他いかがでしょうか。メーカー関連の方で、何か気になることがあればご質問いただきたいと思います。ご指名して申し訳ございませんが、小野委員はいかがでしょうか。

○小野委員 ご説明ありがとうございました。技術的な課題や制度上の運用の問題について、今回の 4 ページ、5 ページ目に関しましては、このとおりだと思っております。ただ、今、河野委員からもありましたように、資料中の「システム未導入事業者」に関しても、基本、システム導入事業者だと思っております。データとしては、おそらくどの会社も取引する以上は Excel や Access 等で作っております。何をもってきっちり管理していると判

断するのかという区分けが少し分かりにくいと感じましたけれども、イメージはこれで伝わっております。

○加藤座長 ありがとうございます。そういう意味でいうと、消費者庁としては、社内におけるデータ管理はおそらく Excel 等を活用してやっているけれど、それを EDI 等を使いながら、他の事業者と連結しているのかどうかという基準でシステム導入とシステム未導入を分けたという理解でよろしいでしょうか。確認です。

○坊衛生調査官 そのとおりです。基本的には、比較的容易に現在の手持ちデータ自体を食品表示デジタル化用フォーマットに変換できる方というところをターゲットに考えております。はじめの議論にありましたとおり、全ての事業者が対応できるということ自体はかなり難しいのではないかというお話があった中で、繰り返しになりますけれども、このデジタル表示につきましては、デジタル表示をやりたい方が参加するという形式でございますので、そもそもこの制度の仕組み自体、データを簡単に変換できるような方をターゲットに、仕組みを組み立てた方が良いのではないかというご提案でございます。したがって、しっかり管理しつつ、簡単に変換可能な状態でデータをお持ちの方と、そうではない方で区分けしているということで、ご理解いただければと思います。

○加藤座長 ありがとうございます。おそらく個人事業主のような形で生産をしている方は Excel データを管理していないかもしれませんが、そういう場合はおそらく取りまとめている中間流通事業者がデータ管理をするような形になっているかと思っております。その点、私も事前に消費者庁の方と確認をさせていただいたところで、流通過程のどこかではおそらくデータ化されていると思います。それが、製造事業者が行うのか、卸売事業者が行うのかということを含んだ形で、このシステム導入という表現がされているのかと考えた次第です。そこまで見ていけば、この「システム導入」という表現はかなり幅広く対象としておられると感じた次第でした。他にいかがでしょうか。流通関係の方で気になることがあればと思いますが、いかがでしょうか。奥富委員、よろしくお願いいたします。

○奥富委員 今ずっと話題になっているのは、この制度を設計していく上でのターゲットゾーンの整理だと認識しております。したがって、データベースを持っているか否かというところではなく、デジタル管理の体制をお持ちの企業をターゲットとした制度を作っていくまいよということだったと思います。ですので、私はその考え方には賛成しております。全ての事業者を対象にしますと、私どもには広くお取引先がありまして、言葉の解釈どころか、その作る時間や人手の問題など、そういったここに乗っていない問題も出てきますので、ある程度の体制が整った事業者を対象にした制度設計が現実的なのではないか思っております。以上です。

○加藤座長 ありがとうございます。他はいかがでしょう。工藤委員、よろしくお願いいたします。

○工藤委員 ご説明ありがとうございました。メリットとデメリットに分けていただきましたので、とても分かりやすく拝見いたしました。どうしてもデメリットの方に目が向きますが、加藤座長と小川委員がおっしゃったように、やはり1番気になる点は、食品表示を見ようと思わない大勢の方々の消費者がこれからも見なくなる、いわゆる関心がなくなる、こういったことが1番やはり怖いと思います。もとは消費者教育なのでしょうけれど、ずっと長く続いているその食品表示への取り組みが、全く後退してしまわないようにしなくてはならないと思います。それと、デジタルツールを活用した食品表示を開始するにあたり周知徹底ということをおっしゃっていましたが、店頭の中ではデジタルツールで表示された商品と容器包装で表示された商品が混在するわけですから、混乱も起こるかと思います。そのあたりもやはりきちっと説明をして、ビラ1枚ということではなくて、やり方も含めて検討していただければと思います。

○加藤座長 ありがとうございます。消費者庁、お願いいたします。

○坊衛生調査官 おっしゃっているとおり、食品表示が活用されなくなるということ自体は我々として、いいことだと思っております。とは言え、現状であれば、容器包装上の表示というのは、あくまでテキスト情報自体が表示されているだけになりますが、今後はそれをデータとして、アプリを介して、こちらについてはアプリ開発メーカーの方々の範疇なのかもしれませんが、よりデータとして、表示をデータとして活用できるように、いろんなことをして、消費者の方が表示を活用していただくようなものを作っていくことが、必要になってくると思っております。また、もちろん工藤委員が先ほどおっしゃったとおり、周知ということ自体はかなり重要になってくるかと思っておりますので、そのあたりは消費者庁として、しっかりやっていきたいと思っております。

○加藤座長 ありがとうございます。他はよろしいでしょうか。それでは「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）についてご意見を取りまとめていきたいと思っております。本件に関しましては、皆さま、ご発言をいろいろいただいたとおり、システム導入事業者、システム未導入事業者という形で二つに分けて書かれているのでいくと、実際にそれを利用する、活用することができる方を対象としながら取り組みを進めていくということで、皆さま、ご意見はあったと感じております。ただ、こういう形でご意見を取りまとめさせていただくということではございますけれども、前提として、デジタルを活用した表示を行うか否かということについては、

その関係している事業者の判断に委ねられるということになるかと思います。そういう意味で本制度は現状である程度データ管理を行っている既にシステム等を導入し表示内容をデータ化しているものをターゲットとしているということでございますけれども、どなたかを排除するというものではなくて、それをメリットとして感じて、皆さんが積極的に取り組んでいただけるような制度づくりをしながら、データを既に活用できる方々に積極的にデジタル化、データ化という方向へ進めていただく、そのような方をターゲットとして制度設計するということで、取り組むという方向にまとめたいと思っております。よろしいでしょうか。ありがとうございます。以後の案件の進め方ですが、一つずつ順番にやっていきますけれども、少し問題自体が相互に関連しているような内容でございますので、冒頭に小川委員もご発言されたように、各テーマを織り交ぜながらご発言いただいても結構でございますが、運営上、順番に一つずつ目次どおり進めさせていただきます。

続きまして、「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）、について議論をさせていただきたいと思います。こちらについてご意見のある方よろしく願います。

○金田委員 生活品質科学研究所の金田です。ご説明ありがとうございました。私もこのデータの管理方法については、今の流れからすると分散管理の方が望ましいと考えております。その際、ポイントとなるのは、やはりそのアクセスのしやすさです。分散管理した時に、事業者によって、アクセスのしやすさが変わってくるところは、今後考えておかないといけないかと思います。ある事業者はすごく容易にアクセスできるけれど、別の事業者は容易にアクセスできないというところは、今後この検討する上で、必要と考えておりますので、この辺りを消費者庁の方で何か調べられたりすれば、ご意見をいただければ助かります。

○加藤座長 いかがでしょうか。こういう分散管理したときの各関連事業者のアクセスに関わる問題ということですが、整理されているところがありましたら、願います。

○坊衛生調査官 分散管理につきましては、これから皆様の方で、基本的にはおそらく現在皆様がお持ちのデータベースに直接アクセスしていくというわけではなくて、現在皆様がお持ちのデータベースや各社が保有しているデータについて、それを表示用のデータに変換した上で、任意の場所に置いていただき、そこにQRコードになると思いますが、それを読み込んだスマホからデータにアクセスして、そのデータをスマホにバックした上で、アプリを介して表示し直す形を想定しております。したがって、先ほどのアクセスのしやすさというところは、基本的に次の議論のところに関わってくると思います。そもそも1段階で一気にいくのか、2段階にするのかというお話になってくるのかもしれませんが、基本的にはどこに表示用データを置いたとしても、アクセスのしやすさ自体は変わらないと思

っております。ただ、今後、置き場所とその URL の付け方など、細かいルールを作っていないといけないと思っております。したがって、事業者には、その置き場所を決めたら URL をどうしていくかというところで、QR コードに埋め込んでくださいというお話になると思いますので、そのあたりの細かいところについては、消費者庁の方で手引きやマニュアルを作成させていただきたいと思っております。

○加藤座長 アクセスをしたいと考えている人が入り口のところで、何か障害が出ないような工夫は消費者庁の方でいろいろ今後考えていただく、ということと理解いたしましたのでよろしくお願いいたします。他にいかがでしょうか。小野委員、お願いいたします。

○小野委員 ハウス食品の小野です。まず 9 ページに一元管理と分散管理と書かれていまして、一元管理だと食品表示データベースができて、そこが中心となって、いろいろなことができるようになる。一方、分散管理の方は、各メーカー様が持っているデータベースから、データベースの形ではないと思うのですが、どこかのホームページや外の世界に対して公開した情報を見るということになると思います。以前に消費者庁が実証実験をされた際に、弊社もそのデータをお渡ししたのですが、その時には、おそらく弊社だけではなく数社が協力して、スマホか何かで見て公開されるようなものだったと記憶していますけれども、この分散管理のやり方ですと、どうしても拡張性が弱いのではないかと。将来に向けて、例えば、お客さまは、おそらく弊社のカレーを買いたいと思っている方よりは、世の中にいろいろな製品がある中で、自分に合ったカレーが欲しいと思うときに、弊社のものしか見られないというのも少しどうかと思っております。まずはスタートするという意味では、一元管理というのは少し難しい部分もあるとは思いますが、将来の拡張性というのを考えると、分散管理から一括管理みたいなやり方を少し考えておかないといけないのではと思いました。

○加藤座長 ありがとうございます。商品にそれぞれついている個別の表示情報というものを、消費者が 1 対 1 で取りに行くというのではなく、取りに行った時に同時に比較するものも一緒に見ることができるようになる方が消費者利便は高いというお話ですね。そういったことを考えた場合、この分散管理の場合には見に行きたい情報から次の情報に展開する時に非常に難易度が高いのではないかと問題提起かと思いましたが、そのあたりについて、何か消費者庁のお考えはございますか。

○京増食品表示調査官 消費者側から見たときに入り口の二次元コードは同じなので、どこにつながるかというのは、消費者から見ると分からないですし、出される情報というのの基本情報を決めようということなので、見られる情報は同じということになるかと思えます。したがって、消費者から見ると、アクセスする二次元コードも一緒ですし、見られる情

報も一緒ということかと思っております。あと付加価値として、アプリメーカー等々による、どういうサービスをするかによって差は出るのかもしれませんが、全部の事業者にデジタルをやってくださいということではなく、容器包装にそのまま表示し続ける方もいらっしゃるし、二次元コードで代替する方も出ていく中で、全ての商品がデジタル上で比べられるというよりは、やっている方とやってない方がいますし、拡張性という意味では、それぞれ民間の方々が義務表示以上にサービスを提供するという面では、各々、国が一括して何かやるというよりは、それぞれ民間の方々のお知恵を借りながら、様々な便利な情報提供の仕方等々、いろいろ消費者のための情報提供が進むのではないかと考えております。

○坊衛生調査官 基本的に今回は義務表示の代替ということですので、企業の皆様からするとデータを公開するという話になるかもしれませんが、公開データを、いわゆるフリーに公開するわけではなく、基本的に食品表示用の二次元コードを読み込んで、そこを通してのみ、その情報自体にアクセスできるという形を考えております。将来的にはそのデータ自体を他のことに使うというお話になってくると、公開やいろいろなことを考えていく必要があるかもしれませんが、今のところあくまで義務表示の代替として考えております。ただ、食品表示情報としてある程度の情報は網羅的に全てデータとしてありますので、この先にそのデータ自体を規格書などに使うという話になってくると、また違う形で考えていかないといけないですが、現状は食品表示をあくまで代替して、QRコードを読み込んだものからしか、その置き場所自体にはアクセスできないという制度設計になってくるかと思えます。おっしゃっているとおり、将来的に様々なことに使うとなってくると、また様々なことを考えないといけないかもしれませんが、現状、そうなったとしても一元化データベースということ自体はなかなか難しく、消費者庁の実証事業では、消費者庁の方で実証事業用のデータベースは構築しましたが、フリーでそのデータベースに皆さんがアクセスできるわけではなく、あくまで JAN コードを読み込んだ際に、そのデータベースにアクセスして、JAN コードをキーに商品を探し、その情報をスマホにバックしているということでした。あくまで事業者の皆様にもデータとしてオープンにしますが、フリーで誰もが見られるわけではなく、表示として見る人しかそのデータにアクセスすることはできないという制度設計になっているところでございます。

○加藤座長 私の方からも少しお話させていただければと思います。こういった形でデータをデジタル化し、ネット上に載せるということについて、今現在行われている義務表示のものをデジタル化させるというのが入り口だと思いますが、そういった領域ができると、これまでに IT ビジネスのところでいろいろ登場してきたようなプラットフォーマーの方々がビジネスを展開する可能性があり、小野委員は将来的なプラットフォーマーの登場について考えた時に、この分散管理という形で十分対応できるのかという問題を提示されたのだと、私は思いました。まさにそのあたりは、それをビジネスに乗せる事業者が現れてくるの

かをあらかじめ考えながら、こういう一元管理や分散管理について今この場で議論ができるのかどうかは、少し難しいところもあると思います。ただ、義務表示をデジタル化にするだけだからということで、議論をあまり狭く考えるのではなく、少し拡張的なことは常に考えておくべきで、これからのデジタル化という時代において、それをビジネスチャンスとするプラットフォーマーは出てくるだろうという感じがしますので、そのあたりは意識を持っておいた方が良く私は感じた次第でございます。他はいかがでしょうか。河野委員、よろしく願いいたします。

○河野委員 管理方法に関して、結論として、分散管理になっていくのだろーと思います、この分散管理をした場合に、データは基本的に公開される領域に置かなければいけないと思います。それを、ある企業が自前で持って公開するのであれば、それは自分の意思でできると思いますが、今ある汎用のシステムを使って、データベース的に活用されている方がいらっしゃって、その場合、そのシステムのところで公開をやってももらえない限りは、そのシステムを使っても公開されないと思うのですが、そのあたりはどのようにお考えでしょうか。

○坊衛生調査官 そのあたりについては、こちらから言うお話ではないと思いますが、おそらく皆様が導入しているシステムの方が、ある意味、新たにデジタル表示に対応するための機能を導入したり、また、現在既存のデータベース会社として、我々もヒアリングさせていただきました、インフォレックスさんやインフォーマートさんというところが、今後、「我々の方にデータを出していただければ、食品表示のデジタル化に対応できるような形にします。」というサービスを始められるかもしれませんし、そのあたりは個社で完結することもあります。また、先ほどの小野委員のお話にも関わるかと思いますが、置き場所自体が決まっているわけではないので、既存のデータベースを運営している会社の方で、そのこと自体をやっていただくという形も、ある意味、一元管理に近い形になりますが、そのデータベースが何個かできるという仕組みもあると思います。必ず個社でという話ではなく、そういったことを生業にする方々が出てくるかもしれないと思いますので、必ず出てくるかどうかは、こちらから言えませんが、あくまで、ビジネスの問題であり、新たなサービスとして登場してくる可能性はあると思っております。

○京増食品表示調査官 システムを使うかどうかは事業者の判断で行っていますし、そのデータをどう使うかも事業者の判断になるかと思いますが。既存のデータベースのシステム会社は、今は表示の代替ができませんので、そういうことを始めたときに、「うちの会社がこの表示の代替としてデジタルを使いたい。」というご相談をされれば、そのシステム会社は考えた上で、今までも事業者の要望に応じて、様々なことを行っていると思いますので、ビジネスとして、そういうサービスが広がっていくのではないかと考えております。

○加藤座長 ありがとうございます。この後いろいろ議論していく中で、どれだけの情報をどのように扱っていくのかが関係してくると思いますが、今の情報を単に右から左に移すだけではなく、それ以上のものにしていかないと、普及といいますか、皆が利用していくことにはならないだろうと思います。最初に小川委員が問題提起されたところだと思いますが、皆がいろいろな形で利用することを拡張的に考えていくスタンスは非常に重要だと感じております。あと1点、私の方で少し補足的に考えさせていただければと思ったのは、9ページの一元管理と分散管理に関する模式図を書いていただいておりますが、一元管理に関しては、食品表示データベースに関して消費者庁が管理する、つまり消費者庁がしっかりとグリップする形の絵になっています。他方、分散管理に関しては、この絵だけを見ると民間でフリーに行われているように見えてしましますが、実はそういう意味ではなく、ルールをしっかりと決めて、そのルールの中で、それぞれの参加事業者がガイドラインに基づいた形で収集・参照というものを展開させていくということをイメージしているということです。ここで、分散管理の収集・参照と書かれているところのベースは、このような分散管理をする場合にはルールがしっかりとしていないといけないということです。一元管理であれば、ルールがどうこうではなく、しっかりと握ってしまえば終わりですが、逆に、内部統制的な形で実施する分散管理というのは、ルールメイクが不断に行われていかなければいけないものだと考えております。どういう形で整備されるのかということも含め、そのコストはかかってくるだろうと、この9ページの絵から私が感じたところです。そのあたりを意識していただければ、ありがたいと考えている次第でございます。他はいかがでしょうか。南田委員、よろしくお願いいたします。

○南田委員 セブン-イレブンの南田でございます。9ページのところで、少し疑問に思ったのですが、インフォーマット様のようなデータベースの会社を活用していない商品も、弊社だけではなく、あると思います。大手メーカー様にお作りいただいているPBなど販路が非常に限定されているもの、もしくは地方の小さな会社様ではそのようなデータベースを使っていないことも考えられると思います。弊社内では独自の仕組み・システムでデータ化はできていますが、そのような会社様がデジタル対応したいとなり、インフォーマット様には載せていないようなデータがある場合、デジタル表示をする際にインフォーマット様の方にデータを見に行くみたいな仕組みができればいいのですが、そこに載っていないものは、対象にならないのでしょうか。一元管理であれば、そこに登録すればいいと思ったのですが、分散管理であればどこまでを分散する任意の場所にするのかについてどのようにお考えなのか、教えていただければと思います。

○加藤座長 南田委員は、以前にもPBのことについて問題を指摘していただいております。まさに商品管理をする際にNBとPBをどう考えるかは、小売事業者にとって非常に重

要な課題だと思います。そのあたりについて何かお考えがあれば教えてください。

○坊衛生調査官 この一元管理と分散管理の違いですが、一元管理であろうと分散管理であろうと、基本的には中に入っているデータ自体は同じものであり、置き場所が違うというだけです。今のシステム等々を使っていないものについても、その食品表示の情報自体を同一のフォーマットに変換していただいて、任意の置き場所はオープン領域であればどこにでも置けますので、変換した情報をそちらに置いていただいて、その置き場所の情報をどのように QR コードに入れるのかはこちらでルールを作らせていただきますが、QR コードをつけていただくと、そこにアクセスするだけの話です。要は情報がどこに置いてあったとしても、その情報がどこに置いてあるかさえ分かれば、そこにアクセスするだけの話なので、そういった形でできると思います。別にインフォーマット様やインフォレックス様を使わなくても、各社がきちんと決まったフォーマットにデータを変換していただき、置き場所だけをきちんと伝えていただければ、それを読みに行く形になります。一元化の場合はその置き場所が 1 か所に固まっており、分散管理の場合は、データは同じですが各々任意の場所に置いて問題なく、ただ置き場所だけは教えてくださいという仕組みだということで、ご理解いただければと思います。

○京増食品表示調査官 9 ページの右下にあるように、分散管理環境下で独自に集約する事業者さん等々において、こういうものが義務表示の代替として使えるのであれば、国で用意するのではなく、その分散管理環境下で独自に集約する事業者さんにおいて、データを入れてくれれば義務表示の代替として使えるサービスを始めますというのが出てくると思います。その中で、どの置き場所に入れるかは、事業者が決めますので、大企業から中小企業と様々ある事業者の中でどちらの方向で出来るのか、自分ができる方向で選択できるようにしていくのではないかと考えております。

○加藤座長 おそらく今のお話は分散管理か一元管理かということとともに、事業者が、プライベートブランドという形で開発した商品の情報をどういう形で載せるのかという企業戦略とも絡んでくることをおっしゃっているのかなと思ったのですが、そういうことではないですか。

○南田委員 商品管理に関して我々がどう管理していくべきかが気になったので、表示内容自体も商品に載せていますし、特にクローズにしているものではないので、そこはあまり気にしなくても大丈夫です。

○加藤座長 そういことですね。分かりました。この後のところで、保存情報をどういう形にするのかという議論が出てくるので、そちらで、もう一度重ねて行うことが必要だと感

じたので、お尋ねした次第です。ありがとうございます。それでは、皆様からだいたいご意見をいただいたので、この「2 技術的な課題その②」表示のためのデータを一元管理にするか分散管理にするかという管理方法についての議論に関して、問題点等様々な指摘がありました。そのあたりを踏まえて考える必要があると思いますが、本分科会としては、現実的な状況として、現在、一元管理で進めていくのは非常に難しい状況であると考えておりますので、分散管理という形で制度設計していくという方向で取りまとめたいと思いますが、それでよろしいでしょうか。ありがとうございます。では、分散管理という形で、取りまとめを進めさせていただきます。続きまして、「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という実施方法について、議論をさせていただきたいと思います。スマートフォン云々という形で、先ほど消費者庁から説明がありましたが、こちらについてご意見を頂戴したいと思います。いかがでしょうか。早川委員、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です。私も現実的な方法としては、現在スマホを用いることが最も現実的であるということに全く異論はありません。ただ、制度の前提として、スマホを持っていない人もいらっしゃるって、さらに場所の関係でも、いつでもどこでもスマホが使えるとも限らないということ、それから、最初の方でも出てきましたが、通信障害等で使えないこともあるということです。念のため、確認しておきたいのですが、100%いつでもどこでも使えるわけではないということを前提として、それを制度としてやむを得ないものとして認めつつ、今後検討していくということを共通認識として持っておきたいと思い、発言をさせていただきました。

○加藤座長 いかがでしょうか。

○坊衛生調査官 ありがとうございます。基本的には100%誰もが必ずしも見られるというところにはならないというのはおっしゃる通りです。現状として、容器包装に必ず表示しないといけないものと、デジタルで代替して良いものを分けていくというところになってくると思います。したがって、安全に関する情報については必ず容器包装にも表示しないといけないという形で、とは言え、原材料がいらないと言っているわけではないのですが、そういったところの線引きが必要になると思います。今スマホの利用率について、お話がございましたが、こちらで用意させていただきました資料ですけれども、現状のスマートフォン利用率が、13歳から59歳までで、ほぼ8割を超えており皆様がスマホをお持ちの状態です。60代では70%以上、70代でも50%以上持たれています。もちろん、80歳以上になると、かなり数字は下がるのですが、基本的には現状スマホの利用率自体もかなり高いため、やはりスマートフォンという形で考えるのが妥当なのではないかと思っています。この食品表示自体はおっしゃる通り、全ての方が対象になり、容器包装であったとしても、

そもそも、きちんと見えるということ、字が読めるということが前提になってきますし、なかなか100%というところは難しいと考えています。ただ、我々も基本的にはそれを目指していくところですので、スマートフォンの利用率自体は今後更に上がっていき、そういった形で制度設計していくことになると思っています。

○加藤座長 よろしいですか。

○早川委員 議論の前提として、ここで共通認識が持てればそれで結構です。ありがとうございます。

○加藤座長 今の点で少し確認をさせていただきたいのですが、基本的には店頭において商品を手に取り、情報を見るという場面を想定しているということだと思います。その後は今のような事態が発生した時のために、アナログ的に表示できる紙を用意しておくとか、スマホで見ることができなくなった時に、消費者がそれを見ようと思ったときに、メーカーが準備するか、卸が準備するかは別ですけれども、小売の店頭にはその情報にアクセスできる状態を常に維持させるというようなことになるのでしょうか。

○坊衛生調査官 おそらく、ここには小売の方もおられると思いますが、小売でそれを実施するのは、かなりハードルが高いと思っております。したがって、考え方・やり方としては、かなりアナログになってしまうかもしれないですが、表示責任者としてのメーカー様の方にご連絡いただくという形のやり方はあるのかな、というところがあります。ただ、今の形でいくと、そもそもとしてデジタルで代替しているものについては、瞬間的に障害が出ている場合については、基本的にはその障害が収まるまで表示を見るのはなかなか難しいと思いますし、障害が出ているのであれば事業者のホームページにもアクセスできないと思います。その場合、確認する方法としては、おそらくお客様相談窓口に連絡を入れるか、あとはスーパーの方などそういったところに聞いていただくというところなのかもしれないですけど、とは言え、スーパーは全ての商品の情報を把握していますが、全ての店員がすぐに対応できるということはなかなか難しいというのが課題としてあります。そのため、先ほどの早川委員の前提になってきますが、そういったところについてはその場ではなかなか難しいとは思っております。

○加藤座長 そういう意味でいきますと、通信障害等が起こって、デジタルで見ることができないことによって消費者に著しい不利益になるような情報はデジタルだけに依存させるのではなくて、容器包装上にも表示するものとして残すということをする、まさにそういう予期せざるリスクというものを考えた上で、どこで線引きをするのかということを考えなければいけないという問題提起ということで、早川委員の話を私は理解させていただきま

した。よろしいでしょうか。ありがとうございます。他はいかがでしょう。スマホで、ということはある程度前提としてご検討いただけるとした場合に、消費者庁でまとめたいただいた 13 ページのツールの種類というところで、JAN コード、二次元コード、電子タグという三つの場合分けをしていただいておりますけれども、この三つの場合分けに関して、現実的にスマホを使用するということを前提として考えた上で、この三つに関して、どういう形になるのが良いのかということについてご意見をいただければと思います。いかがでしょうか。金田委員、よろしくお願いいたします。

○金田委員 金田です。この三つの分類でよいと思っているのですが、私が理解できていないのが、二次元コードのデメリットについてです。JAN コードであれば、お店で読んだときの読み取りエラーなどがあるのですけれども、二次元コードのデメリット、エラーについてもし何か消費者庁の方でご存知であれば、教えていただきたいと思います。

○坊衛生調査官 基本的に二次元コードは JAN コードに比べて、傷などに対して強い。JAN コードは 1 本切れると読み取れなくなってしまうが、二次元コードは情報が複合的になっていますので、どちらかという、傷などにも強いというような特性はあるということは理解しています。

○加藤座長 ありがとうございます。他いかがでしょう。オンラインで参加していただいている工藤委員、このツールのところなども含めて兼ねてより問題として捉えていただいていたかと思いますが、よろしければ、ご発言いただければと思います。いかがでしょうか。

○工藤委員 ありがとうございます。スマートフォンしかないと思うのですが、実態として今スマートフォンをスーパーの店頭で出すのをためらうという場合があります。昨年度、私どもで、食品のモニター調査を店頭で実施いたしました。もしスマホで写真を撮る場合を想定しクレームがあった場合ということで、こういうところから実態調査をしていることを示すというようなことがありました。これが全国的かどうかというのは分かりませんが、今スマホで電話している方もいらっしゃいますけれど、私どもはやはり店頭の中でスマホを出してかざす、探してかざすことに非常に違和感があるというのが少しあります。しかしこれは変わればよいわけですが、そうっております。以上です。

○加藤座長 ありがとうございます。今のスマホを店内で云々というところに関していいますと、私もこれまでに店内で商品陳列の写真等をとるということに対しては、小売事業者様は基本的に嫌がると思いますか、禁止とまでは言わないのですけれども、やめてほしいというので注意されたという経験はあります。商品情報のためにスマホをかざすという行為

と商品陳列や価格情報等の写真を撮るというような行為の違いが少し分かりにくくなるかもしれないというのは一つの懸念点としてあるのではないかと感じました。そのあたりは少し気をつけなければいけない点だと感じた次第です。あともう一つ、実際に商品の裏をスマホでかざすというよりは、商品を陳列している Gondola のところに QR コードが貼ってあるとか、それぞれの商品を取り上げなくてもかざすことができるような形にした方が、使い勝手がよいのではないかとということも考えたりしました。実務的なところかもしれませんが、今、工藤委員がおっしゃったように、商品の一つずつ見ながらやっていくということに対する抵抗感をおさえるために、ちょっとした工夫が必要になるのではないかと感じた次第でございます。ご検討いただければと思います。それでは、いろいろご意見を頂戴しているところではございますが、本分科会といたしましては、消費者が表示にアクセスするために使用するツールということに関しまして、先ほど分散管理という形でまずはデータを管理しようということをして「2 技術的な課題その②」の議論で取りまとめさせていただいておりますので、そちらとの繋がり等も含めて、スマートフォンを活用して二次元コードを利用した形での情報ツールを利用していくという方向で取りまとめていきたいと考えております。よろしいでしょうか。ありがとうございます。それでは、本分科会ではそちらの方向で、取りまとめさせていただきたいと思います。この次に、「4 制度実現に向けて考えられる詳細な課題」です。こちら①から④まででございます。時間的にはまだ少し残っておりますが、こちら「4 制度実現に向けて考えられる詳細な課題」のところに関しましては、少しまとめた形でやった方が適当という気がいたしますので、本日の分科会に関しましては「3 技術的な課題その③」のところまで皆様のご意見が取りまとめられたので、少し早いですですが終わりにさせていただきたいと思います。「4 制度実現に向けて考えられる詳細な課題」は次回とさせていただきたいと思います。ご了承のほどよろしくお願いいたします。本日、様々な議論の中で、消費者庁様の方に、委員の方からいろいろお話もございましたので、その内容について次回の議論を進める際に、あわせて消費者庁の方から補足いただければありがたいと思います。よろしくお願いいたします。本日冒頭、消費者庁から丁寧な説明をいただいた後、皆様の方で活発な議論を頂戴したところでございます。ありがとうございました。次回、「4 制度実現に向けて考えられる詳細な課題」から継続して進めていきたいと思っておりますので、次回以降も活発な意見交換をよろしくお願いいたします。なお、冒頭にも言いましたが、それぞれの議題が相互に関係しているところがありますので、次回話をする時に、本日取りまとめたところも若干踏まえつつご意見を頂戴していくことができればよいのではないかと考えております。委員の皆様におかれましてはよろしくお願いいたします。それでは事務局にお戻しいたします。事務連絡をお願いいたします。

○事務局 皆様、本日はどうもありがとうございました。第6回の開催は9月26日金曜日14時から今回と同じ弊社セミナールームで開催する予定としております。なお、後日メールで議事録の確認をお願い申し上げますので、よろしくお願いいたします。また Web 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 Web ページに掲載されます。また議事録についても、後日消費者庁の Web ページに掲載されます。事務局からは以上です。

○加藤座長 ありがとうございました。 それでは、以上で本日の議事は終了いたしましたので、本日の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。