

# 食品表示へのデジタルツールの活用検討の 進め方について

令和 8 年 7 月  
消費者庁食品表示課

- 1.食品表示のデジタルツールの活用に係る議論の全体スケジュール
- 2.事業者による食品表示のデジタル化実施のための技術的要件を定めたガイドライン（技術マニュアル）案作成のスケジュール及び調査方法

- 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的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6年度)

役職名は令和6年10月1日時点

|        |                                            |
|--------|--------------------------------------------|
| 小川 美香子 | 東京海洋大学 学術研究院<br>食品生産科学部門 准教授               |
| 加藤 孝治  | 日本大学大学院 総合社会情報研究科<br>教授(座長)                |
| 金田 建一  | 株式会社生活品質科学研究所<br>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<br>企画運営委員                  |
| 河野 浩   | 一般財団法人 食品産業センター<br>事業推進部 次長                |
| 斉藤 俊二  | 株式会社セブン-イレブン・ジャパン<br>QC・物流管理本部 QC部総括マネージャー |
| 瀬川 恵寛  | 国分グループ本社株式会社<br>品質管理部 副部長                  |
| 早川 敏幸  | 日本生活協同組合連合会 品質保証本部<br>安全政策推進室 室長           |

## 構成員(令和7年度)

役職名は令和7年6月5日時点

|        |                                                    |
|--------|----------------------------------------------------|
| 小川 美香子 | 東京海洋大学 学術研究院<br>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<br>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<br>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<br>教授(座長)                        |
| 金田 建一  | 株式会社生活品質科学研究所<br>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<br>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<br>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<br>主任                           |
| 南田 聡美  | 株式会社セブン-イレブン・ジャパン<br>QC・物流管理本部 QC部<br>QCサポートマネージャー |

- 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。⇒**令和8年度以降実施**

## ＜とりまとめの主な内容＞

- ✓ 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、2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**。

# デジタル表示導入に関するメリット・デメリット

第2回令和7年度食品表示懇談会  
資料4-1に一部補記

|     | メリット                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | デメリット                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 消費者 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 食品表示がデジタルに代替されることにより、容器包装上に残る表示がより見やすくなる可能性がある。</li> <li>● デジタル上で表示されるフォーマットが統一化されることで、商品ごとの表示の内容を比べやすく、見やすくなる可能性がある。</li> <li>● 個人ごとの具体的な目的によるカスタマイズができる可能性がある（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）。</li> <li>● 文字以外に画像、動画等（ピクトグラム、調理方法動画）が表示されることで、情報をより活用しやすくなる可能性がある。</li> </ul>                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ スマホ等のデジタル端末がないとデジタルに代替された表示を確認できなくなる。</li> <li>■ 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。</li> <li>■ スマホ等の通信費用が発生する。</li> <li>■ ネット回線に不具合が生じた際にデジタルに代替された表示が確認できなくなる。</li> <li>■ デジタル表示の方が情報量が多くなり、必要な情報の選択が難しくなる可能性がある。</li> </ul>                                                                                                                                                      |
| 事業者 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 加工食品の原料事情（調達、品質、価格）等に応じて、包材を廃棄することなく柔軟にレシピを変更することができる。</li> <li>● 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。</li> <li>● 容器包装への表示事項が減ることにより、包材の縮小化や印字量縮小によるインクの節約ができ、コスト削減や環境負荷軽減が可能となる。</li> <li>● 容器包装上に残る表示を消費者に見やすく提供できる（特に小型商品）。</li> <li>● デジタル表示のための統一フォーマットが、将来的に流通とのやりとりで原則化されれば、各規格書作成業務が相当軽減される。</li> <li>● 消費者の関心事項について、マーケティングに活用できる可能性がある。</li> <li>● 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（レシピ情報、キャンペーンの告知等）。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 制度を適切に運用するための仕組みを構築する必要がある（データベースの維持・管理、変更ごとのデータ更新、問合せ等に関するサポート体制等）。</li> <li>■ システム会社から提供されるデータ管理サービスの利用に係る初期・継続的コストが負担となる。</li> <li>■ 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の構築が必要となる。</li> <li>■ デジタル表示を活用した商品が消費者の選択において不利にならないよう理解が得られる必要がある。</li> <li>■ 容器包装上に残る表示事項については、容器包装上とシステム上の両方の表示内容を管理することとなる。</li> <li>■ デジタル表示を活用する場合にのみ追加的な情報開示が必要となるのであれば、負担が大きい（原料原産地、添加物等）。</li> </ul> |

# 食品表示のデジタルツールの活用に係る議論の全体スケジュール案 1/2

- 容器包装上の表示事項がデジタル上にも表示されることにより、消費者にとって見やすくなる等のメリットを得ることができると考えられるため、基本的に全ての義務表示事項がデジタル上は一覧性のある情報として視認できる仕組みとする方針とする。
- このため、デジタルで代替可能とすることができる表示事項（翻ると、容器包装にも必ず表示する必要がある事項）等について食品表示懇談会で議論することとし、これと並行して、消費者庁において、事業者による食品表示のデジタル化実施のための技術的要件を定めたガイドライン（技術マニュアル）案を作成する。

## デジタルで代替可能とすることができる表示事項等に係る議論 （食品表示懇談会）

## 技術マニュアル案作成 （消費者庁事業）

令和8年度内予定

### ➤ 令和8年7月15日 食品表示懇談会（第1回）

#### 内容

- 食品表示のデジタルツール活用に係る全体スケジュール
- 技術マニュアル案作成のスケジュール・調査方法等
- 食品表示へのデジタルツール活用に関する韓国・中国の食品表示制度調査結果の報告

### ➤ 令和8年9～10月頃 食品表示懇談会（第2回）

#### 内容案

- 消費者庁から、現行の食品表示制度について説明及び議論
  - ・生鮮食品、加工食品、業務用生鮮食品、業務用加工食品の表示ルール
  - ・安全性に関する表示事項を定めた6条8項府令※
  - ・場合により簡略、省略又は不要としている表示事項
  - ・食品表示基準別記様式1の備考12に定める「消費者の選択に資する適切な表示事項」等

※6条8項府令：食品表示法第6条第8項に規定するアレルギー、消費期限、食品を安全に摂取するために加熱を要するかどうかの別  
その他の食品を摂取する際の安全性に重要な影響を及ぼす事項等を定める内閣府令（平成27年内閣府令第11号）

### ➤ 令和8年度内 食品表示懇談会（第3回～第○回）

#### 内容案

- 消費者庁からの説明を踏まえたデジタル表示代替に係る議論
  - ・容器包装に残す表示事項の検討
  - ・デジタル表示した場合、義務と同様でよいものの検討（簡略、省略等しているものの取扱い）
  - ・対象（生鮮、加工、業務用）の検討

等

令和8年7月～令和9年3月

消費者庁事業において、食品関連事業者がデジタルツールを用いて食品表示を行うための技術マニュアル案を作成する。作成に係る主な実施内容は以下のとおり。

- ・技術マニュアル案の考案
- ・事業者に対する実態・意向調査
- ・消費者に対するデジタル表示の見やすさ等に係る実証調査

次頁に続く

# 食品表示のデジタルツールの活用に係る議論の全体スケジュール案 2/2

## デジタルで代替可能とすることができる表示事項等に係る議論 (食品表示懇談会)

## 技術マニュアル案作成 (消費者庁事業)

令和9年度内予定

### ➤ 食品表示懇談会（複数回）

#### 内容案

- 消費者庁において作成した技術マニュアル案の報告
- 消費者庁からの説明を踏まえたデジタル表示代替に係る議論（前年度の続き）

- 食品表示懇談会で方向性が固まり次第、必要に応じて、消費者庁において方向性の内容を消費者及び事業者に対してヒアリング等を実施
- 上記の結果を踏まえ、デジタルツールによる表示の代替に係る食品表示懇談会における議論の取りまとめ案を検討

取りまとめ（案）の  
提示後準備整い次第

- 取りまとめ案についてパブリックコメント（1か月）
- 取りまとめ案を基に作成されたデジタル表示について消費者に対する実証調査

### ➤ 食品表示懇談会

#### 内容案

- 食品表示懇談会における議論の取りまとめ

### ➤ 技術マニュアルの公表

懇談会における  
議論の取りまとめ後  
準備整い次第

- 食品表示基準改正に係る手続（パブリックコメント、消費者委員会（食品表示部会）での議論等）後、食品表示基準改正
- 関係する通知、Q&A等についても食品表示基準改正と同日付で改正

1.食品表示のデジタルツールの活用に係る議論の全体スケジュール

2.事業者による食品表示のデジタル化実施のための技術的要件を定めたガイドライン（技術マニュアル）案作成のスケジュール及び調査方法

# 技術マニュアル案の作成・調査の実施

## ○業務内容（実施事業者：MoxyConsulting合同会社）

### （１）技術マニュアル案の作成

- これまでの「食品表示へのデジタルツール活用検討分科会」における取りまとめや「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）」等を踏まえつつ、中小企業も含む多様な事業者がデジタルツールを活用した食品表示に取り組むための方法等を示した技術マニュアル案を作成する。

### （２）事業者に対する実態・意向調査

- 作成された技術マニュアル案が、中小企業を含む多様な事業者にとって利用しやすく、実現可能なものとなるために、技術マニュアル案で示される技術要件の対応可否等を調査する。
- 企業規模や取り扱う商品特性、表示運用上の特徴等の観点から、様々な食品関連事業者を対象とするとともに、食品関連事業者が利用する食品情報管理システムの開発・運営事業者に対しても調査を行う。

### （３）消費者に対するデジタル表示の見やすさ等に係る実証調査

- 技術マニュアル案に沿って作成されたデジタル表示が消費者にとってどのように受け取られるか等を把握するため、消費者への見やすさ、分かりやすさ、利便性等についての実証調査を行う。

# 技術マニュアル案の作成

## 作成方針

- 技術マニュアル案は、事業者が判断に迷うことがないように具体的に記載する。一方で、記載内容は詳細かつ分量も多くなるため、サマリ（要点）や読み方のガイドにより分かりやすく示し、内容確認の負担を引き下げる。選択肢の幅がある場合は、その旨明記し、対応可能な方法を例示する。
- 大企業だけでなく、中小企業にも配慮した内容とし、可能な限り技術的知識がなくても理解できるよう平易な内容及び表現で記載するとともに、技術的に難易度が高く説明が必要な場合は、前提として理解が必要な知識（考え方）も併せて示す。
- 巻末にチェックリストを設け、簡潔に対応事項を確認できるようにする。

## ○技術マニュアルの記載内容案

|                      |                         |
|----------------------|-------------------------|
| 1. 技術マニュアルの目的・位置付け   | 8. 広告・販促情報とのすみ分け        |
| 2. 基本原則              | 9. 修正履歴・監視可能性           |
| 3. デジタル表示の対象情報       | 10. 消費者への説明・周知          |
| 4. アクセス手段・表示方法       | 11. 事業者の実施手順            |
| 5. 商品とデジタル表示情報の1対1対応 | 12. 望ましい例・望ましくない例       |
| 6. データ管理             | 13. デジタル化の負担が大きい事業者への配慮 |
| 7. 表示情報の維持・保存期間      | 14. チェックリスト             |

# 技術マニュアル案の作成（事業者に対する実態・意向調査）

## 調査設計の考え方

- 技術マニュアル案が事業者等にとって利用しやすく、実行可能性のあるものとするために、技術面において必要となる詳細なルールを定めるにあたり、それが事業者にとって実行可能なものとなっているか、検証することに主眼を置く。
- 具体的には、デジタルツールを活用した表示制度活用意向と事業者にとっての実行可能性の2点に整理し、これらが事業者の実態に照らして満たされるかを確認した上で、その結果を技術マニュアル案に反映する。

## ○調査対象事業者

- ・食品関連事業者における食品表示主管部門及びWebサイト等の情報システム管理の主管部門
  - ・規格書管理システム、表示作成システム等の開発事業者
- 等

## ○調査方法 ※技術マニュアル案の作成と並行して実施

- ・事業者ごとの個別ヒアリング形式（各1時間程度）

## ○主な論点と質問項目

### 制度活用意向

- ・代替表示の活用が可能となった場合に移行する意向はあるか及びその条件・理由
  - ・どのような後押しや外的要件があれば代替表示を進めやすくなるか
- 等

### 技術的要件案の実行可能性

- ・技術的要件の素案の中で、対応が難しいと考えられるルールはどれか
  - ・技術的要件の素案の中で、負担が大きいと考えられるルールはどれか、また、その負担は回避又は受容できるか
  - ・データの作成、公開等にあたり、技術的に難しい点や障壁（例：データ形式の変換、変更履歴の保存の仕組みの構築）はあるか
- 等

# 技術マニュアル案の作成（消費者に対する実証調査）

## 調査設計の考え方

- 消費者庁が令和２年度に実施した「アプリケーションを活用した食品表示実証調査事業」及び令和３年度に実施した「食品表示のデジタルツール活用に係る検討調査事業」の調査結果により、①食品表示に対するニーズが高い層（アレルギーを持つ人等）や②容器包装上の表示の確認が困難な層（弱視の人等）についても、デジタル化に対するニーズが高いことが示唆されている。
- このため、食品表示方法についての妥当性の評価や改善事項を把握する上でより有益な情報を取得するため、上記の①、②に該当する層も含めて実証を設計する。

## ○調査対象

- ・調査対象の中に、食品表示に対するニーズが高い層や容器包装上の表示の確認が困難な層も含める。  
※デジタル化に対するニーズが高い者は、Webモニターを対象としたアンケート調査等により選定し、協力依頼を行う。

## ○調査方法 ※技術マニュアル案の作成と並行して実施

1. 技術マニュアル案に沿って作成された２次元コード及び表示画面を作成
2. 実証用のブース等を設定し、1.の２次元コードが貼付された商品を設置
3. 調査対象者は、当該２次元コードを読み取って画面を表示し、表示内容を確認
4. アンケート調査により見やすさ、分かりやすさ、利用しやすさ等を評価し、評価理由、不足情報、改善点等をインタビューにより確認