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

令和７年 12 月

食品表示へのデジタルツール活用検討分科会

目次

１．はじめに 1

２．食品表示へのデジタルツール活用検討分科会における議論の結果 2

（１）検討の経過 2

（２）技術的な課題（大項目）の議論の結果 3

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

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

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）について

（３）制度実現に向けて議論すべき詳細な課題の議論の結果 6

１）１対１対応の具体的方法について

２）食品表示のために保管するデータの範囲について

３）広告等その他の情報との棲み分けルールについて

４）監視可能性についてのルール作りについて

３．令和８年度以降の食品表示へのデジタルツール活用検討の進め方について 10

（別紙）第５回及び第６回分科会における各委員の主な発言 12

（参考１）食品表示へのデジタルツール活用検討分科会　検討経過 16

（参考２）食品表示へのデジタルツール活用検討分科会　委員名簿 18

１．はじめに

我が国の一般用加工食品の表示に関する事情として、現在、義務表示事項は容器包装に表示することを必須としているが、食品の義務表示事項が多く見づらいとの声がある一方、多様化する消費者のニーズに応えるため、今後更に義務表示事項が増えていく可能性があるということがある。今以上に容器包装への義務表示事項が増えれば、更に表示が見づらくなり、消費者がかえって表示を十分に活用できなくなってしまうことが懸念される。

一方、近年の国際的な動向として、令和６年 10 月に行われたコーデックス委員会の第 48 回食品表示部会において、「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）」（以下「テクノロジーガイドライン」という。）が策定され、同年 11 月末に行われたコーデックス委員会第 47 回総会において採択された。

政府としても、消費者基本計画工程表（令和２年７月７日消費者政策会議決定、令和５年６月 13 日改定）において、「合理的かつシンプルで分かりやすい食品表示制度の在り方について、国際基準（コーデックス規格）との整合性も踏まえながら、有識者から成る懇談会において順次議論していく。」としていることを受け、「令和５年度食品表示懇談会」を開催し、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、報告を取りまとめた。本取りまとめにおける今後の食品表示が目指すべき大枠の方向性として、食品表示へのデジタルツールの活用については、

① 国際的な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も踏まえ検討する。また、今後、食品表示へのデジタルツールの在り方に関する検討を行うに当たって、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等技術的な課題についても、議論を行う。

とされたことを踏まえ、はじめに上記③にある技術的な課題について議論するため、令和６年 10 月から、「食品表示へのデジタルツール活用検討分科会」を開催し、令和７年 11 月まで計７回議論し、これまでの議論の取りまとめを行ったものである。

２．食品表示へのデジタルツール活用検討分科会における議論の結果

（１）検討の経過

本分科会では、技術的な課題を議論することとし、分科会での議論の後、食品表示懇談会において消費者への情報開示を充実する観点から、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議論を進めることとした。

第１回分科会では、コーデックス委員会食品表示部会におけるテクノロジーガイドラインの検討状況、海外における食品表示へのデジタルツール活用状況、過去に実施した国内におけるアプリを用いた実証事業から浮かび上がった現時点での課題について、消費者庁から報告を行い、今後の分科会の進め方について整理した。

第２回から第４回分科会までは、食品表示に関係する商品情報を取り扱う事業者や流通システムの標準化を推進している団体から、現段階での食品に関するデータの取扱い状況やデータの読み取り技術に関するヒアリングを実施し、想定されるデジタルツールの活用方法やその方法を実現するための技術的及び環境的な課題について議論した。

また、第３回分科会では、令和７年度以降の進め方についても議論し、「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といった制度の方向性」、「表示のためのデータは一元管理にするか、分散管理にするかといった表示データの管理方法」、「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った実施方法」の３点を技術的課題の大項目として優先的に議論し、これらの大項目を取りまとめた後、制度実現に向けて議論すべ

き詳細な課題として、デジタルで表示される情報と現物が１対１で対応するための管理方法、食品表示のために保管するデータの範囲、広告等その他の情報との棲み分けルール、データ改ざんを防ぐ仕組みや表示の監視方法等についても必要に応じて議論し、取りまとめていくこととした。

第５回及び第６回分科会においては、上記の進め方に沿って、消費者と事業者の双方の視点から、各論点について議論を重ねた。第７回分科会では、これらの議論を踏まえ、論点整理と対応方針についての取りまとめを行った。

（２） 技術的な課題（大項目）の議論の結果

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

食品表示は容器包装に表示することを原則としているが、本制度はその義務表示の一部についてデジタルツールを活用した表示で代替することを可能とするものである。

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（図１）。

制度を運用していく上での様々なメリット・デメリットはあるが、本制度は、あくまで容器包装の表示を代替するものであることから、デジタルツールを活用した表示を行うかどうかは、事業者に委ねる「任意」として検討することが適当であり、制度上求めるべき水準は、これを前提として整理するものである。

本制度において、デジタルツールを活用した表示を行うか否かは事業者に委ねられていることを踏まえれば、新たにデータを作るための手間やコストを考えると、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とすることが現実的であり、制度上求める水準は、全ての事業者が直ちに実行可能なものを想定するのではなく、現時点で既にシステム等を

導入し、食品表示の内容をデータ化している者をターゲットとし、制度設計していくことが適当である。

図１　制度運用のためのメリット・デメリット

制度運用のためのメリット･デメリット

	メリット		デメリット
	デジタル表示	付加価値の提供･利用	コスト等
消費者	● 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	● 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	■ 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	● 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	● 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）	■ 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

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

表示のためのデータの管理方法は大きく分けて二つあり、国等が管理する一つのデータベースに各事業者がデータを登録し保管する「一元管理」と、国等が規定する一定のルールに従い、事業者が自らのデータベース等の任意の場所に保管する「分散管理」がある。

一元管理は仕組みが単純であり、どのような事業者であっても対応しやすく管理もしやすいといった点において分散管理より優れているものの、データベースを維持管理するための費用や人員の確保を考えると、国が継

続的に措置していくことは難しいという側面もある。また、各事業者が各々にシステムを使ってデータを管理している中で、新たに管理団体等を構築することもハードルが高いと考えられる。

一方、分散管理は、内部統制的な形で実施するため、運用のための共通のルールを定めておく必要があることや、システム導入等の初期コストは要さないとしても、各事業者のデータベースの整備等に追加的なコストがかかるといった課題があり、所要の対応を行う必要はあるが、現在の各事業者のデータの管理状況を踏まえ、コストを最小限にすることができ、既存のデータベースも活用可能な分散管理により制度設計していくことが適当である。

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）について

消費者がデジタルの表示へアクセスするためには、何らかの読み取り用端末が必要となるが、小売事業者が店舗に専用端末を設置するようなことは現実的ではないため、本制度では、消費者が所有するスマートフォンを、費用負担も含めて使用することを前提とする。

スマートフォンで読み取り可能なツールとしては、JAN コードと二次元コードの選択肢がある。JAN コードは、既存商品のほとんどに付されているため、食品表示の情報提供のため新たに容器包装へ表示する必要はないが、データの保管場所の情報をコードに埋め込むことができないため、データの管理方法が一元管理の場合にのみ有効なツールとなる。一方、二次元コードは、容器包装への表示が新たに必要になると考えられるが、JAN コードと異なり、データの保管場所の情報をコードに埋め込むことができ、分散管理にも対応が可能である。

したがって、分散管理で制度設計していくことを踏まえると、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は、スマートフォンを用いた二次元コードを利用することが妥当であると考えられる。

なお、個人のスマートフォンの使用については、テクノロジーガイドラインにおいて、「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。」とされていることや、普及率や通信障害のリスク等、

全ての消費者に公平かつ安定した利用を確保する点においての課題があることも留意する必要がある。

（３） 制度実現に向けて議論すべき詳細な課題の議論の結果

１） １対１対応の具体的方法について

本制度は、義務表示の代替であることが前提であるため、デジタルで表示される情報と商品との１対１対応は必須である。

現状、食品製造事業者の多くは、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）を組み合わせて管理しており、JAN コードのみでの商品との厳密な１対１対応が可能な識別は進んでいない。

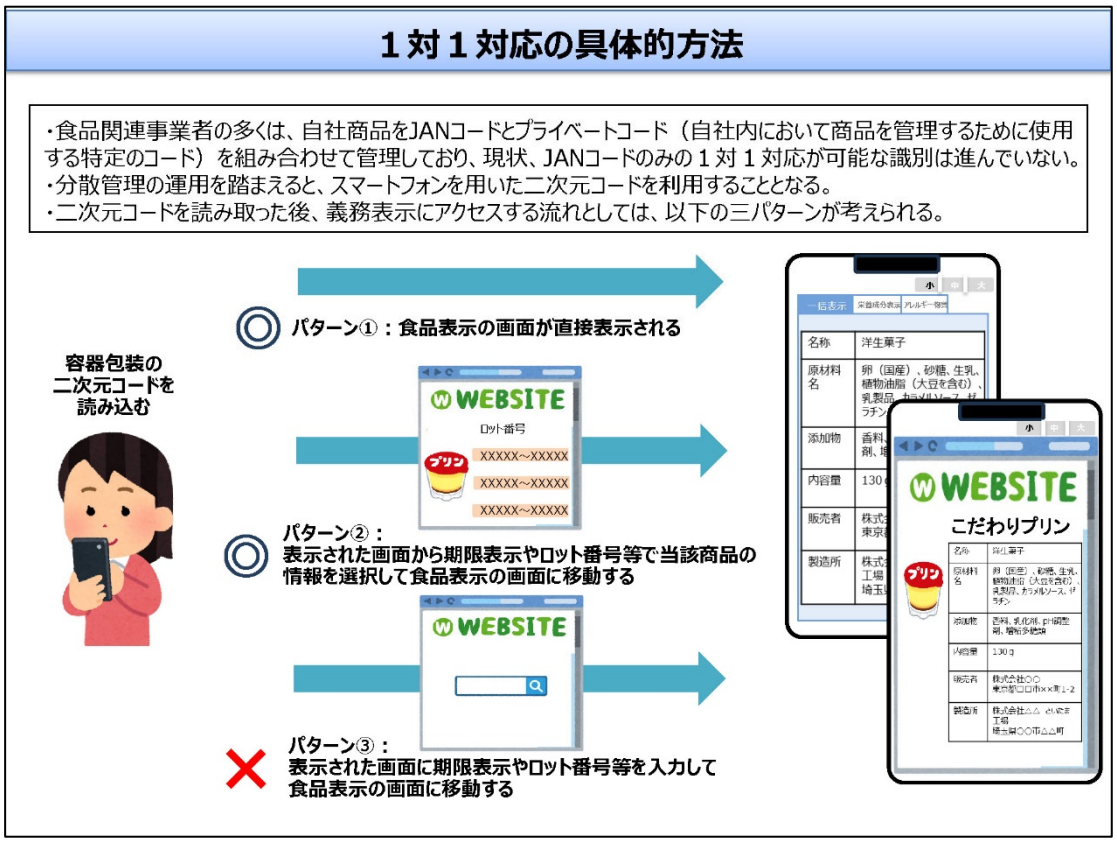
（２）の３）を踏まえると、消費者がデジタルの表示にアクセスするために使用するツールはスマートフォンを用いた二次元コードを利用することとなるが、アクセスする流れとしては、スマートフォンで二次元コードを読み取った後に、①食品表示の画面が直接表示される、②表示された画面から期限表示やロット番号等で当該商品の情報を選択して食品表示の画面に移動する、③表示された画面に期限表示やロット番号等を入力して食品表示の画面に移動するの三つのパターンが考えられる（図２）。

消費者の利便性の観点からすると、食品表示の画面にたどり着くまでの処理が簡便なことが望ましいため、パターン③は除くべきであるが、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時に二次元コードの変更が必要となり、あらかじめ二次元コードを容器包装に印字している場合は包材の変更が都度必要となる等、デジタルツールを活用した表示の利点が失われてしまうおそれがある。したがって、本制度としては、消費者にとって最もデジタルの表示へのアクセスがしやすいと考えられるパターン①に加え、パターン②を採用することも可能とすることが適当である。また、将来の汎用性を考えた場合、①又は②のいずれ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等、統一した書き方のルールを定めておくことが望ましい。

なお、同一商品を複数工場で製造するケース等もあり、期限表示やロッ

ト番号のみで１対１対応が困難な場合があることや、パターン②の場合、誤った商品を選択することや、選択に迷うことも想定されるため、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は、消費者庁において詳細なガイドライン等の作成を検討していくこととする。

図２　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について

本議論はあくまで保管可能とするデータの項目（枠組み）を検討するものであり、保管可能とするデータの項目と消費者に提供しなければならない情報とを一致させるものではない。一方、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考慮すると、義務表示に必要なデータよりも幅広に保管可能とする枠組みであることが望まれる。

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、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、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に分けられることから、義務表示に必要な情報に加え、任意で表示している情報もあることを踏まえた枠組みを整備する必要がある。

しかし、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ツールを活用して代替表示を可能とする事項は、令和８年度以降に検討していくことになるため、この検討よりも先に任意で表示する事項も含めた具体的な保管可能とする項目の議論を行うことは困難である。また、制度運用上の課題として、データベース入力の表記ゆれが原因となり、データベースシステム間の連携が困難になるといった問題も実際に起きていることから、データを保管する際の統一した入力方法のルールを定めておくといった対応も必要になってくる。

したがって、制度設計の方針としては、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に保管可能とすることとし、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等の作成を検討していくこととする。

３）　広告等その他の情報との棲み分けルールについて

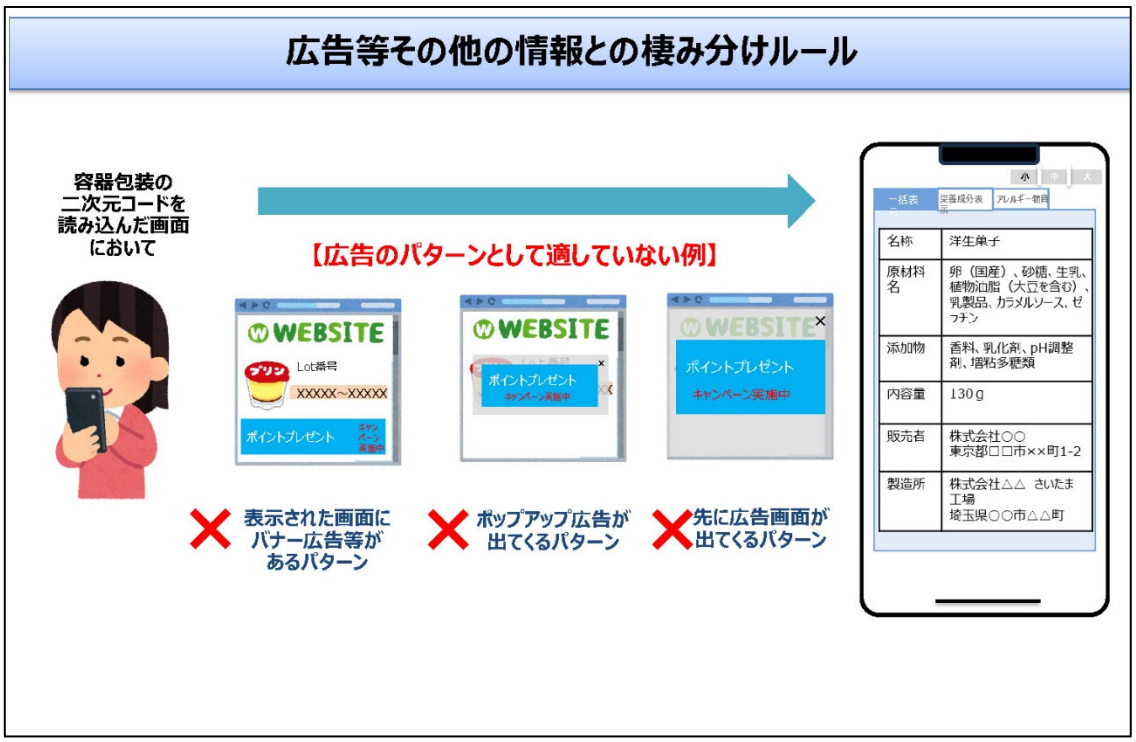
現在の容器包装において、一括表示等以外の部分には、様々な広告の表示がなされている実態があることも踏まえると、本制度において一切の広告表示を禁止するものではない。一方、現在のプラットフォームビジネスでは、広告によって収入を得るものが一般的で、有料会員になれば広告が表示されないというパターンが多いため、将来的にメーカー横断で食品表示の情報を提供するようなプラットフォーマーが登場することを考えた時に、禁止とまでは言えずとも、望ましい形を示しておく必要はある。

テクノロジーガイドラインにおいて、「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。」とされている。これを踏まえ、食品表示よりも先に広告が表示されたり、食品表示

よりも目立つ位置に広告が出現したり、食品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、広告を表示する場合は、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、消費者庁において詳細なガイドライン等の作成を検討し、整理していくこととする（図３）。

なお、食品表示基準別記様式１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とを踏まえ、調理方法、使用上の注意、開封後の保存方法、商品の問合せ先等の情報は、いわゆる広告とは区別し、義務表示の部分が分かりにく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取り扱う。

図３　広告等その他の情報との棲み分けのルール



４）　監視可能性についてのルール作りについて

デジタルツールを活用するか否かに関わらず、表示内容についての責任は一義的に表示を行う事業者にあるが、デジタルの表示は、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表示の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。このため、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仕組みが必要である。

したがって、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し、当該商品が流通している又は消費者の手元にある間は、少なくとも行政機関が修正履歴を確認できるように、修正履歴の示し方やその保管期間について、消費者庁において検討していくこととする。

３．令和８年度以降の食品表示へのデジタルツール活用検討の進め方について

本取りまとめを食品表示懇談会に報告した後、本分科会における議論は終了

することとする。今後は、消費者庁において、デジタルツールを活用した表示の制度を構築するにあたり、事業者が参考にする詳細なガイドライン等の作成を進めていく。当該ガイドライン等には、分科会で示された方向性に沿って、１対１対応の具体的方法、保管可能とするデータの項目、広告を表示する場合のルール等についての考え方を示すほか、消費者にとって、分かりやすく、見やすさが確保されたデジタルツールを活用した表示について、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等を示すこととする。

また、テクノロジーガイドラインにおいて、「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、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しても良いと解釈できる。こうした国際的な指針や、海外における制度の導入状況も参照しながら、本制度において容器包装に必ず表示する事項と、デジタルツールを活用して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ていくこととする。

なお、本分科会としては、食品表示へのデジタルツールの活用が制度化した暁には、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であることを申し添える。

（別紙）

第５回及び第６回分科会における各委員の主な発言

◆　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

・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。

◆　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

・将来的にプラットフォーマーが登場し、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。

◆　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）について

・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われる。
・商品陳列や価格情報等の写真を撮る行為が小売事業者に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に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。

◆　１対１対応の具体的方法について

・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対応になってしまうと、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面があり、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､選択に迷ったりする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。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。
・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。
・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。
・１対１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。

◆　食品表示のために保管するデータの範囲について

・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かは別として、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に保管するのが良いのではないか。
・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、注意喚起情報を動画コンテンツで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」であるかように混乱してしまっているのではないか。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。
・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いても、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。

◆　広告等その他の情報との棲み分けルールについて

・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マー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当ではないかと思う。
・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。

◆　監視可能性についてのルール作りについて

・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。

（参考１）

食品表示へのデジタルツール活用検討分科会　検討経過

第１回　（令和６年 10 月１日）

１．令和６年度食品表示懇談会開催要領について
２．コーデックス食品表示部会の動向について
３．食品表示へのデジタルツール活用に関する日本及び海外での取組
４．その他

第２回　（令和６年 12 月２日）

１．第 48 回コーデックス食品表示部会(CCFL48)の報告
２．GS1 標準とデータキャリアについてのヒアリング(一般財団法人流通システム開発センター(GS1 Japan))
３．食品流通における商品マスターデータベースについてのヒアリング(株式会社ジャパン・インフォレックス)
４．食品製造における食品データシステムについてのヒアリング(JFE システムズ株式会社)
５．その他

第３回　（令和７年２月５日）

１．品質管理情報を元にしたソリューションシステムについてのヒアリング(eBASE 株式会社)
２．食品表示作成システムについてのヒアリング(株式会社エフシージー総合研究所)
３．食品製造における食品データシステムについてのヒアリング(東京システムハウス株式会社)
４．来年度に向けた取りまとめ
５．その他

第４回　（令和７年６月 18 日）

１．分科会の進め方について
２．商品情報の連携に向けた取組について(経済産業省)
３．商品規格書の授受デジタル化について（株式会社インフォマート）
４．商品情報授受の標準化に向けた取組について（PITS 事務局）
５．その他

第５回　（令和７年７月 30 日）

１．デジタルツール活用における技術的な課題について

２．その他

第６回　（令和７年９月 26 日）

１．デジタルツール活用における技術的な課題について（第５回分科会の議論の続き）

２．その他

第７回　（令和７年 11 月 14 日）

１．分科会の議論の取りまとめ

２．その他

（参考２）

令和６年度食品表示へのデジタルツール活用検討分科会　委員名簿

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
◎加藤　孝治　日本大学大学院　総合社会情報研究科　教授
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　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　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　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
安全政策推進室　室長
（◎座長、五十音順、敬称略。役職名は令和７年２月時点）

令和７年度食品表示へのデジタルツール活用検討分科会　委員名簿

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
奥冨　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
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
（◎座長、五十音順、敬称略。役職名は令和７年 11 月時点）