

インターネット販売における食品表示の 情報提供に関するガイドブックについて

令和4年6月

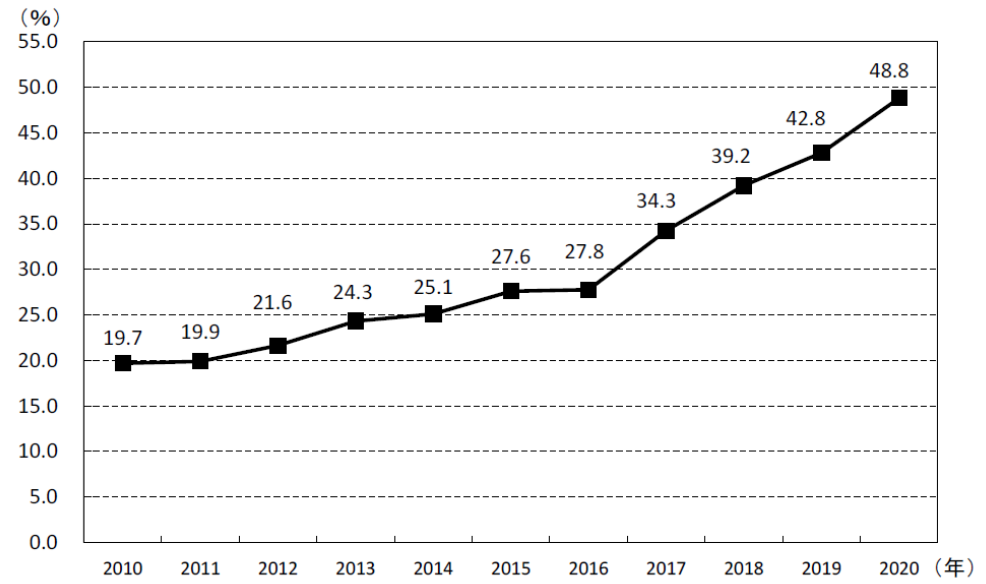
消費者庁食品表示企画課

- 近年、インターネットを介した電子商取引サイト（eコマースサイト。以下「ECサイト」という。）による購買が増加しており、そのなかでも食料の購買は、新型コロナウイルスの感染拡大によって大きく増加している。
- 食品表示基準（平成27年内閣府令第10号）の適用範囲は、**食品の容器包装上であり、ECサイトの掲載は対象外**となっている。現状、ECサイトにおける食品表示情報の提供に関するルールは定められていない。
- 現在、国際的な食品規格を定めるコーデックスにおいて、ECサイトにおける食品情報の提供に関する議論が行われている。



ECサイトにおける食品表示情報の提供実態を把握・分析し、今後のECサイトにおける食品表示の提供の在り方について検討

ネットショッピング利用世帯の割合の推移（二人以上の世帯）



項目別ネットショッピング支出金額（二人以上の世帯）

年次	合計	食料	家電・家具	チケット以外の 教養関係費 ^{注1}	贈答品	保険	保健・医療 ^{注2}	衣類・履物	旅行関係費 ^{注3}	チケット	その他 ^{注4}	教養関係費 ^{注5} (参考)	利用世帯 当たりの 支出金額
月平均額(円)													
2019年	14,332	1,986	1,251	823	574	581	670	1,559	3,407	684	2,794	1,507	33,461
2020年	16,339	3,097	1,950	1,158	800	782	856	1,944	1,647	313	3,793	1,471	33,353
対前年名目増減率(%)													
2020年	14.0	55.9	55.9	40.7	39.4	34.6	27.8	24.7	-51.7	-54.2	35.8	-2.4	-0.3

注1 チケット以外の教養関係費：「書籍」、「音楽・映像ソフト、パソコンソフト、ゲームソフト」及び「デジタルコンテンツ」の合計
 注2 保健・医療：「医薬品」及び「健康食品」の合計
 注3 旅行関係費：「宿泊料」、「運賃」及び「バック旅行費」の合計
 注4 その他：「化粧品」、「自動車等関係用品」及び「上記に当てはまらない商品・サービス」の合計
 注5 教養関係費：「チケット以外の教養関係費」及び「チケット」の合計

ECサイトにおいて情報提供が困難である情報	ECサイトにおいて食品購入する際に分かりにくい情報	ECサイトにおいて既に分かりやすい取組が行われている情報
<p>商品ごとで異なる又は頻繁に変更が生じる食品表示情報にあっては、出荷される商品とECサイトの情報の同期が困難であるため、情報提供できていないことが多い。</p>	<p>販売されている商品の状態を直接確認することができないため、実際の商品とギャップが生じやすい又はイメージがしがたい情報が存在する。</p>	<p>消費者からのニーズが高い食品表示情報について、ECサイトには掲載スペースに余裕があることから、消費者の理解しやすいように表現方法を工夫している事業者も一定程度いる。</p>
<p>消費者のニーズが高い情報</p> <p>期限情報</p> <ul style="list-style-type: none">消費者がECサイトで注文した後、発注から配送までにタイムラグが発生する。複数の製造ロットが入り乱れて入荷・発送が行われる。 <p>産地情報</p> <ul style="list-style-type: none">季節等によって、原産地や原料原産地等の産地情報が変わることがある。	<p>保存方法</p> <ul style="list-style-type: none">商品を直接手に取って確認することができないため、その商品が「常温」、「冷蔵」、又は「冷凍」であるかのイメージがしづらい。 <p>寸法（商品サイズ）情報※</p> <ul style="list-style-type: none">商品の大きさについて、想像より小さい商品が届いた。購入した食品が冷蔵庫・冷凍庫・戸棚の空き容量に収納できるかわからない。宅配ボックスを用いた配送に対応しているかわからない。 <p>※ 商品サイズの表示は、現行の食品表示のルールにおける義務表示対象外。</p>	<p>食物アレルギー表示</p> <ul style="list-style-type: none">ECサイトに食物アレルギー情報を、目立つように掲載する、ピクトグラムや○×表など分かりやすい表記を求める消費者が多い。食物アレルギー情報は、消費者の安全に直接かかわる重要な情報であり、消費者からの問合せも多い。
<p>事業者の実態に応じて情報提供を工夫する必要</p>	<p>ECサイトにおいて丁寧な情報提供が必要</p>	<p>消費者が理解しやすいよう情報提供を工夫する必要</p>

背景

令和2年度調査結果より、消費者が求めている食品表示情報と事業者が実際に提供できる食品情報にギャップが生じていることが明らかになった。このため、食品基本情報をタイムリーに把握することが困難等の事業者の様々な課題について、具体的かつ詳細な内容を更に把握するとともに、消費者が求める食品基本情報のうち、ECサイト上での表示が必要不可欠な事項、事業者の実行可能性の観点から提供しないことが許容される事項などについて更に把握する必要がある。



令和3年度調査事業

【目的】国内外のECサイトにおける食品表示の実態調査等を実施するとともに、ECサイトにおける食品購入時の消費者の意向を併せて調査し、当該調査の結果を踏まえて、事業者向けECサイトにおける食品表示を行うためのガイドブック（案）の策定を行う

（1）国内のECサイトにおける食品表示の実態調査

ECサイトに食品表示情報を掲載する際における、事業者の食品表示情報の入手・管理方法、制約要因（実行可能性）等の実態を把握

（2）海外におけるECサイトの食品表示掲載状況実態等調査

主要5か国（アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、中国）のECサイト上の表示実態及び法令・規則の把握

（3）ECサイトによる食品購入時の消費者の意向調査

ECサイト上において掲載が必要不可欠な食品表示情報、望ましい食品表示情報の掲載方法について把握

ECサイトにおける食品表示を行うためのガイドブック（案）の策定の検討

調査結果を踏まえ、学識経験者、ECサイトプラットフォーム、食品関連事業者、消費者等の委員で構成される検討会においてガイドブック（案）の検討及び作成（計3回開催）

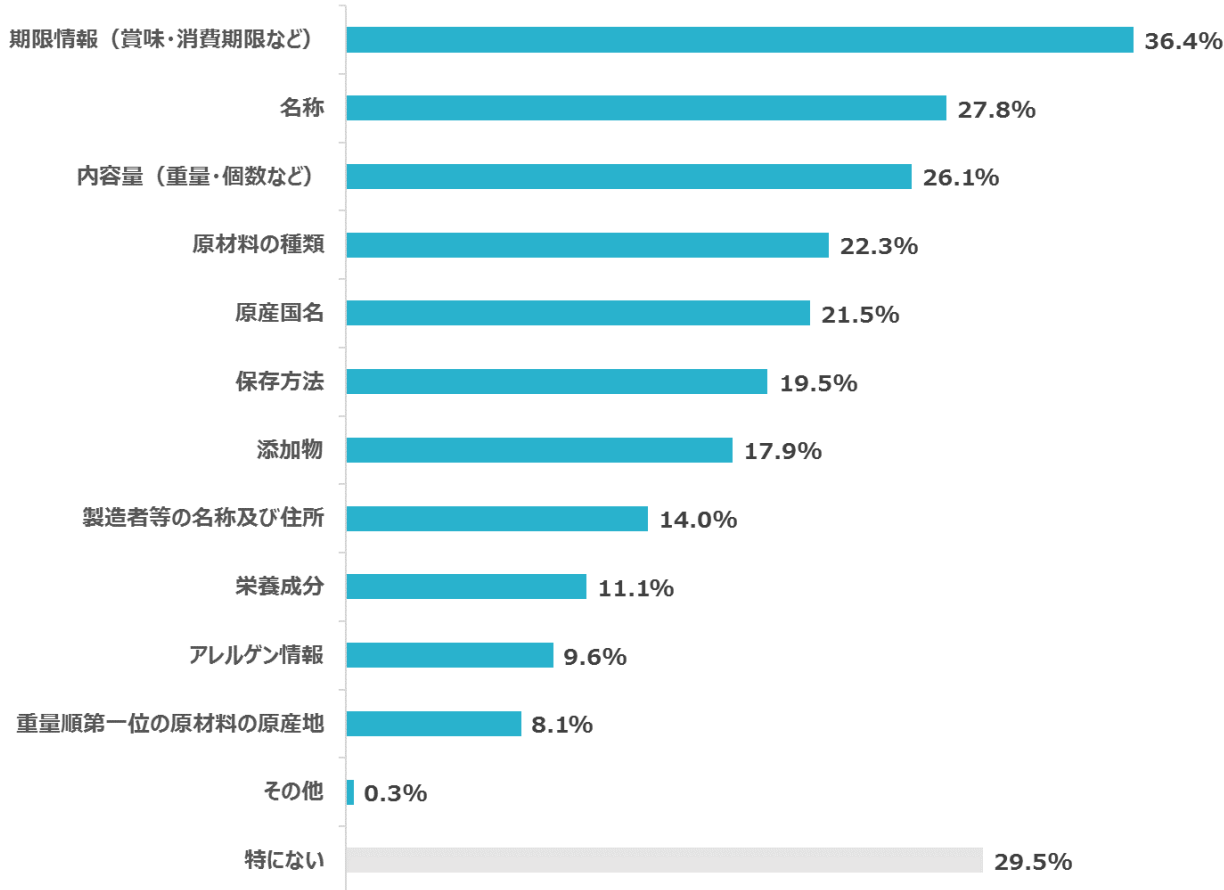
ガイドブック（案）の事業者レビュー

ECサイトプラットフォーム、食品関連事業者等に対し、作成したガイドブック（案）のレビュー実施し、意見等を反映

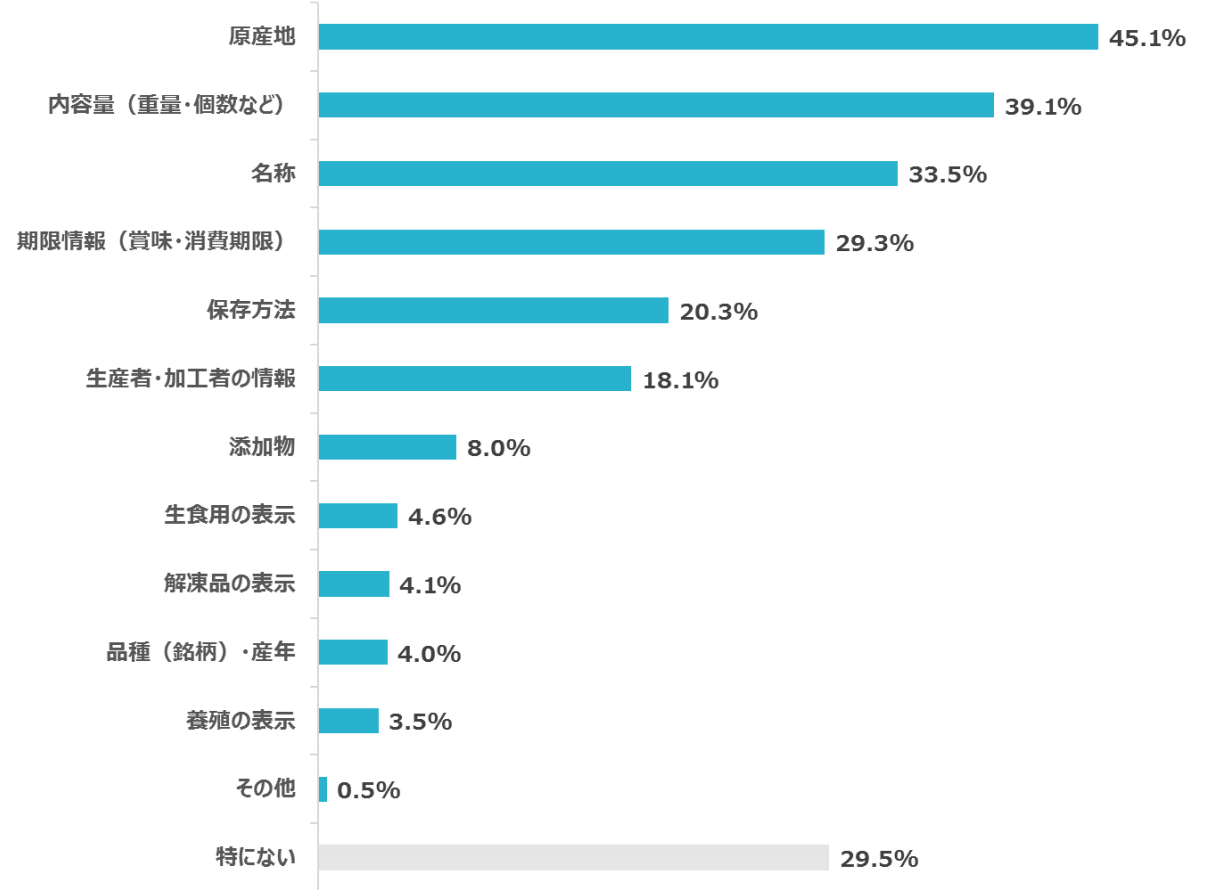


ECサイト利用者は実際にどのような食品表示情報を必要としているのか把握するために、ECサイトを利用して食品を購入した経験がある消費者に対してアンケート調査を実施

(1) 加工食品の食品表示情報としてなくては困る情報

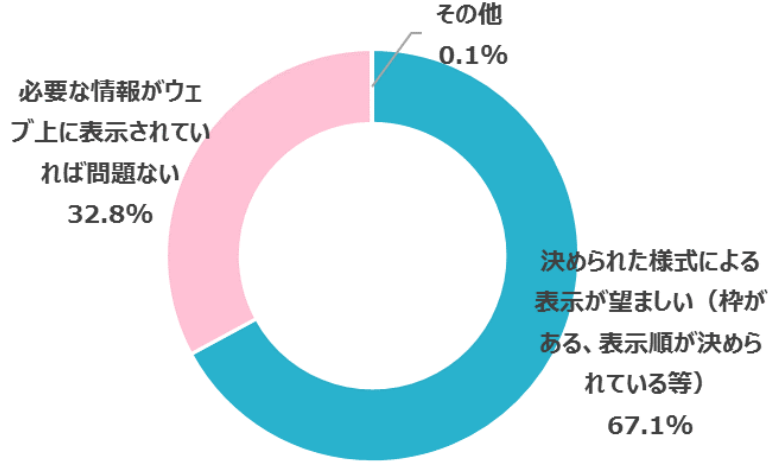


(2) 生鮮食品の食品表示情報としてなくては困る情報

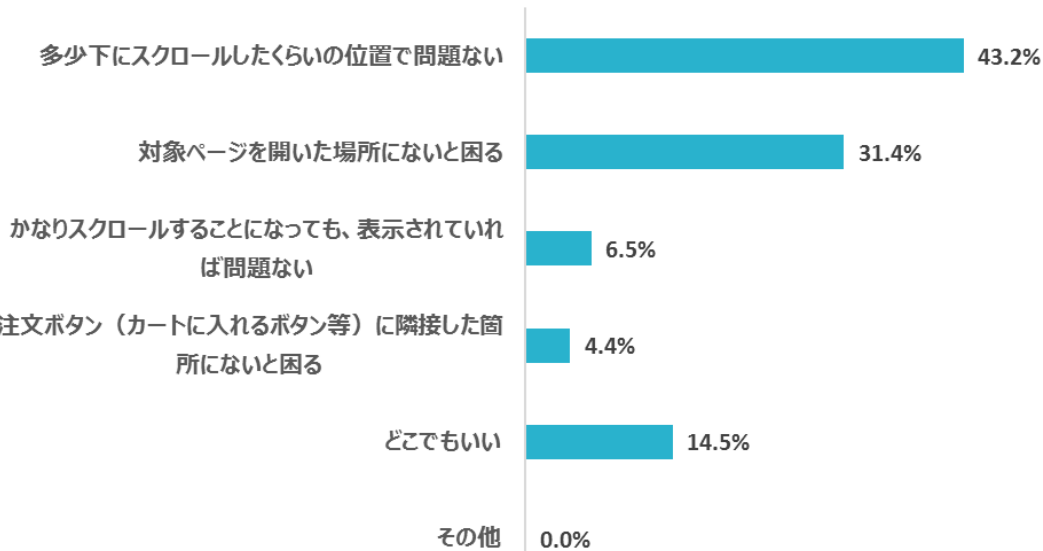


(3) 食品表示情報の掲載方法

①食品表示情報の枠組み



②食品表示情報の掲載位置



(参考) 事業者に寄せられる消費者の問合せ内容

分類	問合せ内容
期限情報	「配達された商品の賞味期限の残りが予想よりも短かった。」
	「期限情報を分かりやすく表示して欲しい。」
	「賞味期限：365日」と書いてあるが、届いてみたら期限残が6か月しかなかった。」 ↳ECサイト上に記載の日数は商品が手元に来た後に保証される賞味期限だろうという期待があるため、想定より短かったという問合せは定期的に来る。
	ECサイト上で期限情報は提供していないこともあり、期限の短い食品の期限残に関する問合せが多い。
	「想定していたより期限残が短かった。食べきれない。」 ↳ECサイト上のレビュー：期待値との相違による書き込みが見られる。
原材料情報関連	「原材料名や食物アレルギー情報の表示はできる限り掲載して欲しい。」
	NB商品については、ECサイト上で食品表示情報を提供していないため、アレルギー情報や、菓子類に含まれるアルコール度数など、消費者の関心の高い一部の情報について問合せが時々ある。 実店舗ではないため、アレルギーや栄養成分表示、牛乳の調整・無調整まで細かい情報提供の要望を頂くことがある。
産地情報関連	世の中の状況や報道状況等によって、産地に関する問合せが増えることがあり、中には特定の産地の食材を使わないで欲しいという要望もあった。
商品サイズ	商品が届いたら、思ったより小さかったという問合せがあった。
表示方法	文字を大きくして欲しい、商品情報が分かりづらい、など見やすさに関する要望もある。
	食品表示情報の掲載がないことや、閲覧時の問合せは多い。
情報量	食品表示情報の掲載が商品ごとに異なっていることから、一部の商品に「情報量が不足している。」との問合せがある。

目的・位置づけ

- ECサイトで食品表示情報を掲載する上での事業者等向けの参考ツールとして策定（令和4年6月末予定）
- ECサイト上でどのような食品表示情報をどのような方法でどの程度提供すればよいか、その考え方や効用を本書で説明
- 取扱う食品の種類やECサイトカテゴリ等を踏まえ柔軟に活用

本ガイドブックの対象事業者

主として活用を お願いしたい事業者	食品を取り扱うECサイト運営事業者 具体例：ネットモール等出品者、ネットスーパー運営者、メーカー直販サイト運営者、定期購入等の宅配事業者、お取寄品販売事業者等 等
内容の把握を お願いしたい事業者	具体例：食品の製造事業者・卸事業者、ネットモール等プラットフォーム（個人間取引のサイトを含む）、ECサイト運営事業者等の業界団体 等

ECサイトにおける食品表示情報提供に関する基本方針

1. できるだけ食品表示基準に準じて情報提供

ただし、「期限情報」や「原産地」など正しい情報提供が難しい場合や、ECサイトの特性を踏まえた別途の表示が望ましい場合等は、**可能な限り充実した情報提供**

2. 消費者の安全を第一に、正しく分かりやすく情報を伝達

3. 消費者が見やすいサイトを構築

4. 問合せに適切に回答できる体制の整理

食品表示基準に準じた情報提供を基本とするが、期限情報など正しい情報提供が難しい場合やECサイトの特性を踏まえた別途の表示が望ましい場合にあっては、下記を参考に可能な限り充実した情報提供

(1) 期限情報

①期限残表示→望ましい情報提供方法

↳例：「賞味期限：賞味期限まで到着日から●日以上お日もちするものをお届け」

②期間表示

↳例：「賞味期限：製造日から●日」

③サイト上に期限情報に関する方針を掲載

→個別商品ページに①又は②の掲載が困難な場合

↳例：「本サイトでは、当社が定めた日数以上の期限残の商品に限り、出荷しています。」

④具体的な年月日表示（消費・賞味期限）

→しかし不可能な場合が多い

↳例：「賞味期限：●年●月●日」

(2) 食物アレルギー情報

スペースの余裕を活かし、下記のような工夫も検討

①目立つ文字で記載／独立したアレルゲン事項欄を作成

②一覧化表示 ③イラスト表示 ④文字自体をロゴ化

(3) 原材料関連情報

スペースの余裕を活かし、原材料名欄だけでなく、原料原産地名、添加物、アレルゲンの事項欄を別枠で示すことも検討

(4) 産地情報（原産地、原産国、原料原産地等）

①生鮮食品の原産地情報：食品表示基準に準じて情報提供

②加工食品の原料原産地もわかる範囲で掲載

③欄を分けて記載

④季節などにより産地が変わる食品の場合は複数併記

(5) 保存方法

①「冷凍」「冷蔵」「常温」をマーク・イラストで掲載

②商品一覧ページにもアイコン表示

③具体的な保存方法も可能な限り明示

(6) 栄養成分表示

食品表示基準に準じつつ、消費者にわかりやすい表示を

(7) その他の情報

総重量や寸法などの情報、置き配に関する確認事項や、表示内容に変更が生じることが予想される場合等の対処も表示検討を

(8) ECサイトの全体デザイン・共通する考え方

ページ上段での情報提供推奨、文字や画像での情報提供のポイント、目の不自由な人が読み上げ機能を使用できるようテキストによる情報提供、項目のイラスト化等の検討を

期限情報

具体性	掲載類型	掲載例
<p>高</p> <p>↑</p> <p>↓</p> <p>低</p>	①年月日表示 (消費・賞味期限)	「賞味期限：●年●月●日」 「消費期限：●年●月●日」
	②期限残表示	<到着日から起算する表示> 「到着日から●日」 「お届けから●日前後」 「配送日を含め約●日」 「賞味期限まで●日以上お日持ちするものをお届け」 <出荷日から起算する表示> 「出荷日から●日」 「出荷の時点から起算して●日前後」 「発送日より約●日」 「商品発送の時点で賞味期限まで残り●日以上の商品をお届け」
	③期間表示	「製造日から●日」 「賞味期限（期間）：●日」
	④サイト上に期限情報に関する方針を掲載	「本サイトでは、当社が定めた日数以上の期限残の商品に限り、出荷しています。」

期限残表示：「対象の食品を残り何日間（おいしく）食することができるかを示す表示

メリット 消費（賞味）できる残りの期間であることから、消費者としても分かりやすい

デメリット 配送状況によっては、ECサイト上で保証した期限残と実商品の期限残にズレが生じる可能性がある

期間表示：食品そのものに設定された賞味（消費）期限までの期間を示す表示

メリット 食品固有の情報であるため、出荷や配送などの日程に左右されず、管理しやすい

デメリット 実際に（おいしく）食べられる残り期間（期限残）がわからない

個別商品ページでの期限情報の提供が困難である場合、ECサイト全体として一定期間の期限残のある商品を提供することを保証する旨等を掲載する方法

メリット 全ての個別の商品ページに期限情報を明記しなくてもいい

デメリット 消費者が個別食品の期限情報を把握できない

産地情報

- ・ 季節などにより産地情報が変わる場合、使用される可能性がある産地情報を併記する
- ・ 消費者に誤認を与えないよう「産地情報が変更する旨」や「容器包装上の表示を確認する旨」等の注意書きを記載する

【掲載例（原産地表示）】

原産地	愛媛、徳島、熊本、鹿児島など
-----	----------------

※季節等によって原産地が変動しますが、全て国内産です。実際の原産地についてはお手元に到着した商品のパッケージ上の表示をご確認ください。

保存方法の情報

- 「冷凍」、「冷蔵」、「常温」のいずれに該当するか簡易的なアイコンやイラストを用いて分かりやすく情報提供する
- そのうえで、食品表示基準に準じた詳細な保存方法を別途掲載することにより、充実した情報提供を行う

【掲載例】

○○社★★★★★(125) ○ハンバーグ 6個入  280円 (税込) 冷凍 1 カゴ追加	○○社★★★★☆(23) ○○チーズ 200g  330円 (税込) 冷蔵 1 カゴ追加	○○社★★★★☆(8) ○○白桃 450g  616円 (税込) 常温 1 カゴ追加
---	--	---

寸法（商品サイズ）情報

- ECサイト購入時に直接商品の大きさを確認できないため、消費者の商品の大きさに関する誤認を防止する観点から、寸法情報を提供する必要性は高い
- 数値情報だけではなく、食品の大きさを比較するような画像を掲載することにより理解しやすくなる

【掲載例】

寸法	250×150×100 (mm)
----	------------------



容器包装上の表示を確認する旨の注意書き

商品の入荷・出荷管理上、ECサイト上の食品表示情報と容器包装上の表示が異なり得る場合、商品到着後、必ず食品の容器包装上の表示を確認してもらうよう促す注意文を掲載することを推奨

【掲載例】

食品表示情報の掲載内容につきましては、お手元に届きました商品の容器包装の表示を必ずご確認くださいませますようお願いいたします。

食物アレルギー情報

- 食品表示基準に基づき、原材料名欄における個々の原材料名の直後にそれぞれに含まれる特定原材料等を掲載（個別表示）することを原則とする
- 消費者の安全に直接関わる重要な情報であり、ECサイトにおいては掲載スペースに余裕があることから、食物アレルギー情報を強調して掲載（①目立つ文字で記載／独立したアレルゲン事項欄を作成、②一覧化表示、③イラスト表示、④文字自体をロゴ化等）することが望ましい
- 掲載した食物アレルギー情報の対象品目が特定原材料の7品目だけなのか、特定原材料に準ずるものも含む21品目も含まれているのか明示するなど、消費者が理解しやすい表現方法で掲載する

【掲載例】

一覧化表示

アレルゲン						
えび	かに	小麦	そば	卵	乳成分	落花生
○	—	○	—	○	○	—
アーモンド	あわび	いか	いくら	オレンジ	カシューナッツ	キウイフルーツ
—	—	○	—	—	—	—
牛肉	くるみ	ごま	さけ	さば	大豆	鶏肉
—	—	—	—	—	—	—
バナナ	豚肉	まつたけ	もも	やまいも	りんご	ゼラチン
—	○	—	—	—	○	—

※含まれている特定原材料又は特定原材料に準じるものに○をつけています。
※特定原材料は太枠で囲って示しています。

イラスト表示

アレルゲン物質表示の対象品目

カラー表示しているものが含まれています。

義務

推奨

文字自体をロゴ化

アレルゲン（特定原材料7品目のみ）

小麦 卵 乳成分 落花生

乳 小麦 たまご

○○クッキー 12枚入
237円（税込）

カゴ追加

乳

○○チョコ 1枚
110円（税込）

カゴ追加

乳 小麦

○○<味> 60g
330円（税込）

カゴ追加

- 消費者に分かりやすく食品表示情報を提供するために、ページの全体デザインや、情報提供を工夫する
- 各事業者の食品表示情報の入手・管理・更新の実態に応じて、可能な範囲で対応



http://.....

○○クッキー1箱(12枚入) 常温

内容量	12枚
アレルギー情報	卵・乳成分・小麦・大豆

名称	クッキー	賞味期限	○○.○○
原材料名	小麦粉（国内製造）、砂糖、マーガリン、バター、ショートニング、チョコレートチップ、ぶどう糖、植物油、脱脂粉乳、加糖卵黄（卵黄（卵を含む）、砂糖）、食塩、全粉乳、膨張剤、香料、乳化剤（大豆由来）、増粘剤（加工デンプン）	保存方法	直射日光、高温多湿を避けて保存してください
アレルギー	卵・乳成分・小麦・大豆	寸法	80×80×150mm
内容量	12枚	製造者	○○製菓株式会社 ○県○市○町○-○

- 対象商品の画像、名称、金額に加え、消費者のニーズが高い食物アレルギー情報などの食品表示情報はページ上段に掲載する
- その他の食品表示情報もできる限りページ上段に掲載する

文字（テキスト）による情報提供

- メリット** 掲載したい情報や掲載方法を自由に選定できる
目の不自由な人などが、音声で検索ができる
- デメリット** 手入力が必要な場合、膨大な時間と手間が掛かる
誤入力等により、消費者に誤った情報を伝えてしまうおそれがある

文字（テキスト）による情報提供を行う際は、「掲載枠」を設けてまとめて掲載する

画像による情報提供




文字の食品表示情報を入手できない場合、容器包装の表示がされている面の画像をECサイト上に掲載する

- メリット** 食品の容器包装画像であるため、（期限情報以外は）漏れなく食品表示情報を掲載することができる
- デメリット** 写真を撮影しなければならず膨大な時間と手間が掛かる
文字や音声での検索ができない
期限情報等は、別途文字情報として提供する必要がある

ECサイト上で食品表示の情報提供を行うための情報入手方法及び管理方法の具体的な取組事例について提示した「インターネット販売における食品表示の情報提供に関するガイドブック (別冊) 食品表示情報の入手方法と管理方法」を策定

データの入手方法

データの管理方法

	メリット	デメリット
① 紙やPDF等で入手 	<ul style="list-style-type: none"> ITリテラシーがなくとも容易に入手可能 	<ul style="list-style-type: none"> 誤読リスク、元データの信ぴょう性 手入力時の誤変換、誤入力などのヒューマンエラー 更新のしづらさによる情報の漏れ サイト反映遅延 膨大な工数を要する業務負担 等
② 表計算ソフト等所定フォーマットで入手 	<ul style="list-style-type: none"> ①と比較したヒューマンエラー発生確率の軽減 更新などの履歴・確認の容易さ サイトへのデータ連携の容易さ データ管理のしやすさ 	<ul style="list-style-type: none"> 手打ち入力時の誤変換、誤入力などのヒューマンエラー 更新のしづらさによる情報のモレ サイト反映遅延 取引先別の蓄積する表計算ソフト等データの管理 移し替えに伴う業務負担 等
③ データ連携で自動入手 	<ul style="list-style-type: none"> 食品表示データの正確性 ヒューマンエラー回避 迅速な最新情報入手 データ入手作業時間の削減 双方担当者の業務負担軽減 クラウド化でリモートワーク可能 	<ul style="list-style-type: none"> データ連携体制構築手間 原料メーカーや卸事業者の協力・同意必要 システム導入・運用コスト メーカー側の記載ミスそのまま反映

	メリット	デメリット
① 手入力で更新	<ul style="list-style-type: none"> ITリテラシーなくとも容易に反映可能 	<ul style="list-style-type: none"> 手入力時の誤変換・誤入力などのヒューマンエラー 仕様変更時のサイト反映遅延 サイト反映前後の確認等の業務負担
② 自社システムと連携	<ul style="list-style-type: none"> 社内最新情報の掲載 ヒューマンエラーの軽減 登録・更新作業の軽減 	<ul style="list-style-type: none"> 更新頻度によりサイト反映遅延 サイト反映前後の確認等の業務負担
③ 外部委託	<ul style="list-style-type: none"> 自社内業務負担の軽減 その他業務へ注力可に 作業に慣れた人員による作業効率アップ 	<ul style="list-style-type: none"> 外部委託コスト データ入手からサイト反映までの関係者の連携 責任の所在不明確 有事対応の遅延の可能性
④ メーカーから一気通貫でのデータ連携	<ul style="list-style-type: none"> 最新情報の掲載 ヒューマンエラーの回避 データ管理に伴う作業時間の削減 双方担当者の業務負担削減 	<ul style="list-style-type: none"> システム導入・運用コスト 仕様変更時にメーカー側のデータ修正忘れが放置されるおそれ

システム連携による自動的なデータの入手・管理を推奨するが、メーカー側の記載ミスや修正忘れが放置されるリスクにも留意