

食品表示制度について

令和4年1月

消費者庁食品表示企画課

1. 食品表示制度の概要

(原料原産地表示及び遺伝子組換え表示を含む)

2. 「食品表示の全体像に関する提言」への対応

3. デジタルツールを活用した食品表示の検討

4. インターネット販売における食品に関する情報提供

5. 保健機能食品制度の在り方の検討

食品を摂取する際の安全性及び一般消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を確保するため、食品衛生法、JAS法及び健康増進法の食品の表示に関する規定を統合して、食品の表示に関する包括的かつ一元的な制度を創設

目的等

- 法の目的
 - ・食品表示の適正を確保し、消費者の利益の増進を図るとともに、国民の健康の保護及び増進、食品の生産及び流通の円滑化、消費者の需要に即した食品の生産の振興に寄与
- 基本理念
 - ・消費者の権利（安全確保、選択の機会確保、必要な情報の提供）の尊重と消費者の自立の支援を基本
 - ・食品の生産の現況等を踏まえ、小規模の食品関連事業者の事業活動に及ぼす影響、食品関連事業者間の公正な競争の確保に配慮

食品表示基準の策定等

- 消費者が食品を安全に摂取し、自主的かつ合理的に選択するため、以下について、食品表示基準を策定
 - ① 名称、アレルギー、保存の方法、消費期限、原材料、添加物、栄養成分の量及び熱量、原産地その他食品関連事業者等が表示すべき事項
 - ② 表示の方法その他を表示する際に遵守すべき事項

食品表示基準の遵守

- 食品関連事業者等は、食品表示基準に従った表示がされていない食品の販売をしてはならない

（参考）食品表示基準（内閣府令）

- 食品表示法に基づき、加工食品、生鮮食品、添加物の区分ごとに具体的な表示ルールを規定

指示・立入検査等

- 内閣総理大臣（食品全般）、農林水産大臣（酒類以外の食品）、財務大臣（酒類）は食品表示基準に違反した食品関連事業者に対し、表示事項を表示し、遵守事項を遵守すべき旨を指示、その旨を公表
- 内閣総理大臣は指示を受けた者が、正当な理由なく指示に従わなかったときは、命令。また、緊急の必要があるとき、食品の回収等や業務停止を命令、その旨を公表
- 表示の適正を確保するため必要がある場合、立入検査、報告徴収、書類等の提出命令、質問、収去

罰則

- 指示に係る措置を取るべきことの命令に違反した者は1年以下の懲役又は100万円以下の罰金（法人は行為者を罰するほか当該法人に対し、1億円以下の罰金）
- 食品の回収等や業務停止の命令に違反した者は3年以下の懲役又は300万円以下の罰金（法人は行為者を罰するほか当該法人に対し、3億円以下の罰金）

食品リコールの届出

- 食品関連事業者等は、食品の安全性に関する食品表示基準に従った表示がされていない食品の自主回収を行う場合、行政機関へ届出し、国がその旨を公表
 - ※令和3年6月1日施行

内閣総理大臣等に対する申出等

- 何人も、食品の表示が適正でないため一般消費者の利益が害されると認めるときは内閣総理大臣等に申出可
- 適格消費者団体には、著しく事実と相違する表示行為・おそれへの差止請求権

1-2. 生鮮食品の義務表示制度

○名称、原産地が、横断的義務表示事項とされている。

名称		その内容を表す一般的な名称を記載
原産地	農産物	国産品は都道府県名を記載 輸入品は原産国名を記載
	畜産物	国産品は国産である旨を記載 輸入品は原産国名を記載
	水産物	国産品は水域名又は地域名(主たる養殖場が属する都道府県名)を記載 (水域名の記載が困難な場合は水揚げした港名又は港が属する都道府県名) 輸入品は原産国名を記載



小売店での販売時において、名称及び原産地は、

- ・容器包装の見やすい箇所
- ・製品に近接した掲示
- ・その他の見やすい場所

のいずれかに記載

○名称、原産地のほかに、品目によって、個別に表示が義務付けられている事項もある。

(例1)

品目：切り身又はむき身にした魚介類（生かき及びふぐを除く。）であって生食用のもの

表示事項：保存の方法、消費期限、加工所の所在地及び加工者の氏名又は名称、生食用である旨 等

(例2)

品目：玄米及び精米

表示事項：原料玄米（産地、品種、産年）、内容量、調製時期又は精米時期*、食品関連事業者の氏名又は名称、住所及び電話番号

* 令和2年3月27日施行。経過措置期間は令和4年3月まで。

1-3. 加工食品の義務表示制度

○主な義務表示事項は、以下のとおり。

横断的義務表示

特定の商品は
義務表示

<表示例>

名称	その内容を表す一般的な名称を表示
原材料名	使用された原材料を重量順に全て表示
添加物	使用された添加物は重量順に全て表示 ※原材料名の欄に原材料名と明確に区分して表示することができる。
内容量	内容重量、内容体積、内容数量又は固形量等を表示
消費期限又は賞味期限	食品の特性に応じて消費期限又は賞味期限を表示
保存方法	期限表示の保存条件を具体的に表示
食品関連事業者の氏名 又は名称及び住所	食品関連事業者のうち表示内容に責任を有する者の氏名又は名称及び住所を表示
製造所等の所在地及び 製造者等の名称等※	国内製造品又は国内加工品にあつては製造所又は加工所、輸入品にあつては輸入者について住所（所在地）・氏名（法人の場合は法人名）を表示 ※原則として同一製品を2以上の工場で製造する場合に限り製造所固有記号で代替可
アレルギー表示	小麦、卵等7品目の原材料及び添加物について表示を義務付け。
原産国名	輸入品が、表示対象
栄養成分表示	熱量、たんぱく質、脂質、炭水化物、ナトリウム（「食塩相当量」で表示）の5項目を表示
原料原産地名	国内で製造・加工された全ての加工食品が、表示対象
遺伝子組換え	対象加工食品33品目について、遺伝子組換え又は遺伝子組換え不分別である対象農産物が含まれる場合はその旨を表示。

名称	洋生菓子
原材料名	卵（国産）、砂糖、生乳、植物油 脂（大豆を含む）、乳製品、カラメルソース、ゼラチン
添加物	香料、乳化剤、pH調整剤、増粘多糖類
内容量	130g
賞味期限	2022年12月31日
保存方法	要冷蔵（10℃以下）
販売者	株式会社〇〇 東京都□□市××町1-2
製造所	株式会社△△ さいたま工場 埼玉県〇〇市△△町

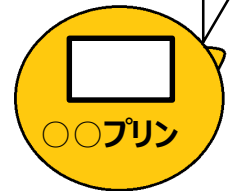
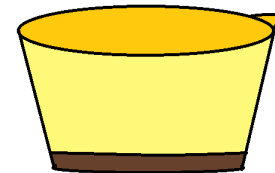
栄養成分表示（100g当たり）	
熱量	1 2 9 kcal
たんぱく質	6 g
脂質	5 g
炭水化物	1 5 g
食塩相当量	0. 2 g

○上記のほかに、品目によって、個別に義務付けされている事項もある。

(例)

品 目：ふぐを原材料とするふぐ加工品

表示事項：ロットが特定できるもの（加工年月日、ロット番号等）、原料ふぐの種類、生食用であるかないかの別 等



※平成29年9月1日施行。
経過措置期間は令和4年3月まで。

表示対象加工食品：
国内で製造した全ての加工食品

(ただし、外食、いわゆるインスタ加工等を除く。)

表示対象原材料：
製品に占める重量割合上位1位の原材料

その他：

- 義務表示は、食品の容器包装に表示する。
- 「又は表示」や「大括り表示」等をした場合は、インターネットなどにより、自主的に補足的な情報開示に努める。
- 制度内容や用語の意味等について、消費者啓発を推進する。

表示方法：

原則、国別重量順に表示

例：(A国、B国)
(A国、B国、その他)

実行可能性を踏まえ、**認められる条件**、**誤認防止への対応**を定めた上で、以下の規定を導入

又は表示

国別重量順表示を行った場合に、産地切替えなどのたびに容器包装の変更を生じると見込まれる場合

例：(A国又はB国)
(A国又は国産)
(A国又はB国又はその他)
と表示しても可

(過去実績又は計画に基づく表示である旨を付記)

大括り表示

例：(輸入)
(輸入、国産)
と表示しても可

国別重量順表示を行った場合に3以上の外国の産地表示に関して、産地切替えなどのたびに容器包装の変更が生じると見込まれる場合

**大括り表示+
又は表示**

例：(輸入又は国産)
と表示しても可

(過去実績又は計画に基づく表示である旨を付記)

「大括り表示」を用いても産地切替えなどのたびに容器包装の変更が生じると見込まれる場合

中間加工原材料の製造地表示

(対象原材料が中間加工原材料である場合)

例：(A国製造)(国内製造)

※生鮮原材料まで遡って表示できる事業者は、表示しても可

※製造地表示においても、国別重量順表示を原則としつつ、又は表示など上記の考え方を準用

① 又は表示

- 使用可能性がある原産地・製造地を「又は」でつないで表示可能。
- 過去の一定期間の使用実績等に基づいて原料原産地を表示したことを注意書きとして表示する必要あり。

名 称	ウインナーソーセージ
原材料名	豚肉（国産又はアメリカ産）、…

※豚肉の産地は、令和2年度の使用実績

② 大括り表示

- 使用予定の原産地・製造地が外国3か国以上の場合、外国の原産地・製造地を「輸入」や「外国製造」と1つにまとめて表示することが可能。
- 国産と輸入を重量順に比較して、使用割合の大きい方から順に表示。

名 称	ウインナーソーセージ
原材料名	豚肉（国産、輸入）、…

③ 大括り表示 + 又は表示

- 国産の原材料 + 外国3か国以上の原材料を使用し、国産と輸入の間で重量順が変わる場合、使用割合の大きい方から順に「国産又は輸入」または「輸入又は国産」と表示可能。
- 過去の一定期間の使用実績等に基づいて原料原産地を表示したことを注意書きとして表示する必要あり。

名 称	ウインナーソーセージ
原材料名	豚肉（国産又は輸入）、…

※豚肉の産地は、令和2年度の使用実績

1 - 5 ①. 遺伝子組換え表示

- 安全性審査を経た遺伝子組換え農作物のみが国内で流通可能（食品衛生法）。
- 表示について、平成13年から義務表示制度開始（現在は食品表示法）。
 - ・ 8農産物（※1）及び33加工食品群（※2）が義務表示の対象。
 - ・ 加工後に組み換えられたDNA等が検出できない食品は義務表示の対象外（しょうゆ、植物油等）。

義務表示の例

遺伝子組換え農産物を区別している場合



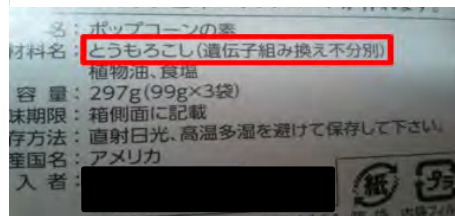
「パパイヤ（遺伝子組換え）」など



遺伝子組換え農産物と遺伝子組換えでない農産物を区別しない（不分別）場合



「とうもろこし（遺伝子組換え不分別）」など

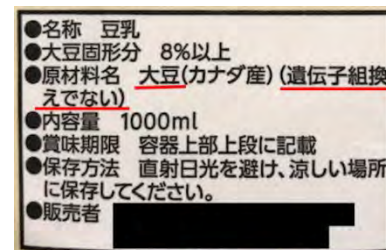


任意表示の例

遺伝子組換えでない農産物を区別している場合（33加工食品群以外の食品であっても同様に表示することが可能）



「大豆（遺伝子組換えでない）」など



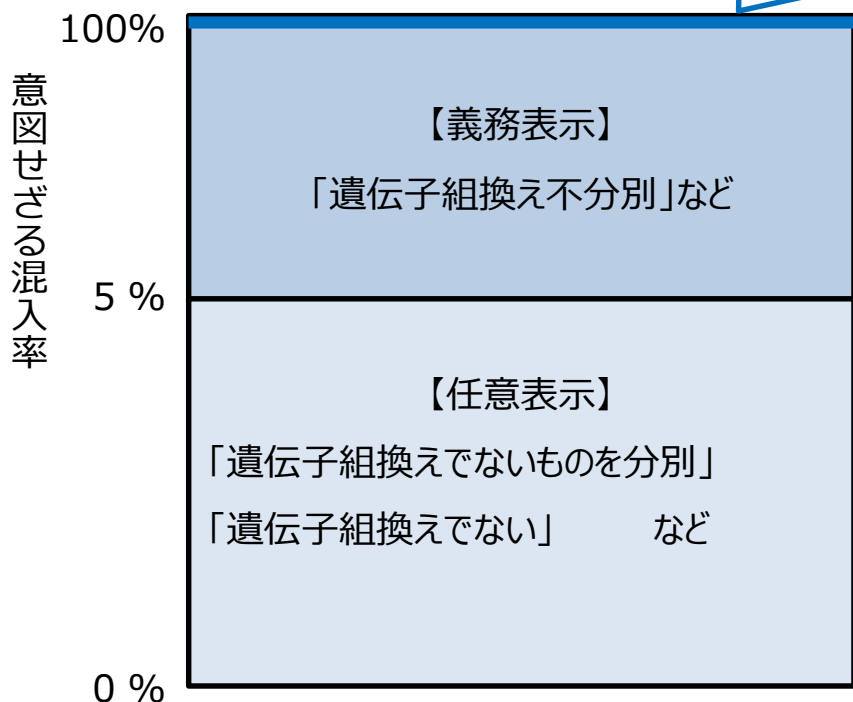
※1 大豆、とうもろこし、ばれいしょ、アルファルファ、てん菜、なたね、綿実、パパイヤ。
現在、日本国内において、食用栽培はない。

※2 加工後に組み換えられたDNA等が検出できる食品(豆腐、とうもろこし缶詰等)

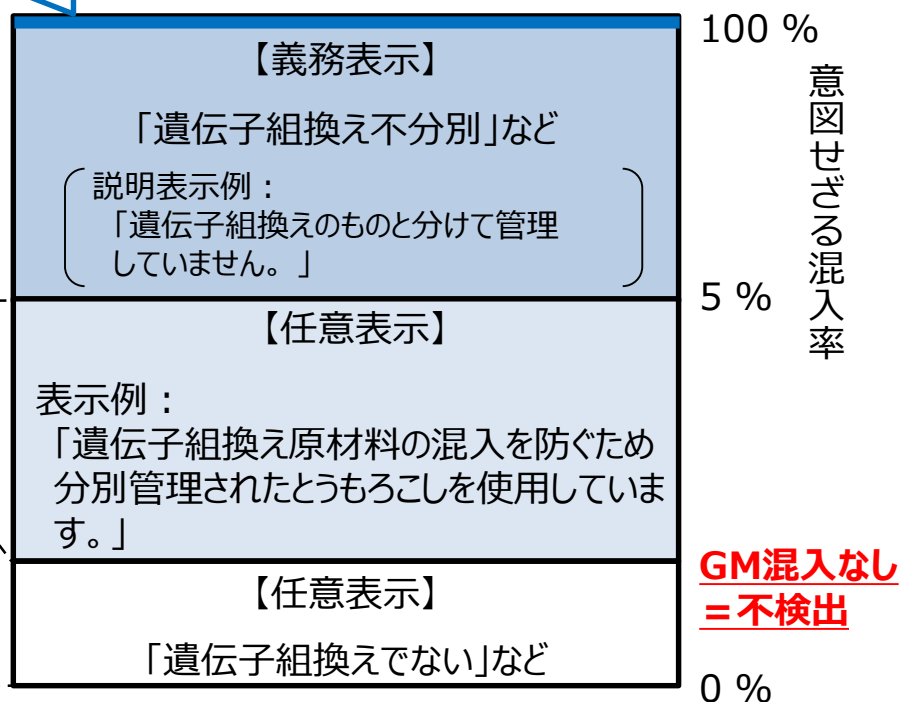
1-5 ②. 遺伝子組換え表示の改正の概要

- 現行の制度のうち、任意表示に関して食品表示基準を改正し、
 - i) 分別生産流通管理を実施し、遺伝子組換え農産物の混入を5%以下に抑えているものについては、適切に分別生産流通管理している旨、事実を即した表示を、
 - ii) さらに、遺伝子組換え農産物の混入がないと認められる場合には「遺伝子組換えでない」旨の表示を認めることとした（令和5年4月1日施行）。
- 令和3年9月に「食品表示基準について」（平成27年3月30日付け消食表第139号消費者庁次長通知）を改正し、改正後の遺伝子組換え表示制度における「遺伝子組換えでない」と判定するための公定検査法を公表。

<現行の表示制度>



<改正後の制度>



(注) 「遺伝子組換え」表示及び任意表示については、事業者が分別生産流通管理を行っていることが前提。

「食品表示の全体像に関する報告書」の概要

令和元年8月
消費者委員会事務局

背景

- 義務表示の内容増加に伴い、製品上に表示する文字が多くなっている。
- 今後、義務化される表示が増えれば、状況は更に深刻化し、消費者が安全性に関わる表示を見落とす可能性もある。

目的

- 食品表示を取り巻く現状等について整理しつつ、消費者のニーズにも十分留意した上で、食品表示の全体像について以下の点を中心に検討。
 - ①表示事項間の優先順位
 - ②インターネットを活用した表示の可能性を含む、ウェブ上における情報提供と従来の容器包装上の表示との組合せ

より良い食品表示に向けて(課題)

- 安全性、自主的・合理的な選択の機会の確保のための義務表示(一括表示)だが、「平成29年度食品表示に関する消費者意向調査」(消費者庁)の結果によれば、一括表示を「確認していない」という人が一定数存在し、消費者に十分活用されていない項目も存在する。
- 同調査の結果によれば、一括表示に関しては、そのデザイン、フォント、文字サイズ等や情報量に起因する見づらさへの不満を持つ人が35~75%の幅で存在する。
- 一方で、食品を選択するために更なる情報を求める等、食品表示のより一層の充実も求められている。

活用される食品表示とするための考え方(結論)

- 一括表示部分の「分かりやすさ」について、科学的根拠に基づく客観的定義が定まっておらず、改善すべき要素も明確ではなく、消費者の意向に関してもエビデンスが不十分である。
- 表示事項は、状況や必要とする消費者の態様によって重要性がその都度変わること等から、全ての消費者にとっての重要性は一致しない。優先順位により表示事項を容器と容器以外とに仕分けることには現時点では慎重であるべきである。
- ウェブによる食品表示に関しては、整理すべき課題が多く、引き続き検討を行うべきである。

分かりやすく活用される食品表示とするために(提言)

- 「分かりやすさ」の定義を明確にするために、また、消費者のより詳細な利活用の実態や問題点等を把握するために、表示可能面積に対する一括表示面積の割合や、一括表示のデザイン、フォント、文字サイズ等の情報量の把握等の科学的アプローチに基づく調査が必要。
- ウェブによる食品表示を検討するために、優良事例等の現状を把握する調査が必要。

- 「空間的情報量に関する調査」として、現行商品のいわゆる一括表示、消費・賞味期限表示、栄養成分表示及び注意喚起表示等の表示実態を把握するための測定及び情報量に関する調査を実施。
- 「消費者による視認性等調査」として、「分かりやすさの科学的定義」に向けて、食品表示の「見やすさ、分かりやすさ」や理解度に影響を及ぼすと考えられるデザイン要素（文字サイズやフォント（書体）、行間等）を特定するための調査を実施。

空間的情報量に関する調査

- 加工食品の市販品約300点を買い上げ、次の事項を測定。
 - 容器包装全体の表示可能面積と面の数を確認。
 - 表示可能面積に対する一括表示面積の割合を算出。
 - 消費・賞味期限表示、栄養成分表示及び注意喚起表示等の表示事項における「文字サイズ」、「文字数」、「文字の変形率」、「行間」、「行長」、「面積」等を測定。

消費者による視認性等調査

- 文字サイズ、行間、行長、変形率（※）が視認性に与える影響について調査を実施。（「消費者による視認性調査」）
- 消費者が商品選択をする際に見ている又は見えていない表示の傾向を探るため、視線追尾分析を実施。（「消費者の視線追尾分析」）
 - ※ 変形率（縦横幅に対する割合。縦横が共に100%である時、変形無しとする。）

- (1) 容器包装全体の表示可能面積と面の数について、表示可能面積平均は510.93cm²。容器・包装を構成する面の数は2面が多く(約44%)、以下6面、3面、5面、4面の順であった。
- (2) 表示可能面積に対する一括表示面積の割合は、9%以下が全体の95%を占め、全体としてかなり低かった。
- (3) 消費・賞味期限、原材料名、栄養成分表示の文字サイズと変形率について、
 - ・ 文字サイズに係る全体の傾向として、消費・賞味期限表示は文字サイズが比較的分散しており、20ポイントのものも見られた。
 - ・ 原材料名表示と栄養成分表示は8ポイント又は9ポイントが大多数を占めており、消費・賞味期限表示と比べて表示の文字が小さい傾向にあった。
 - ・ 消費・賞味期限表示の変形率に係る全体の傾向としては変形された文字が多かった。
- (4) 原材料名、栄養成分表示の文字数、行間、行長について、
 - ・ 総文字数99文字以下の原材料名では64%、栄養成分表示では92%を超えていた。
 - ・ 行間は原材料名では9ポイントが最も多く38%、栄養成分表示では10ポイントが最も多く、約26%であった。
 - ・ 一行の文字数は原材料名、栄養成分表示ともに、10～19文字の商品が最も多かった（それぞれ約40%、約50%）。
- (5) 一括表示の配色について、視認性が高いとされる組み合わせた色同士の明度差（コントラスト比）が高い「ハイコントラストの組み合わせ」（※）は全体で約53%、そうではないものは約46%と、ほぼ二分する結果となった。

同じ食品群（レトルトカレー）における一括表示の情報量(※)の比較

●名称:カレー ●原材料名:野菜(じゃがいも、にんじん)、牛脂特選混合油、小麦粉、砂糖、ぶどう糖果糖液糖、牛肉、トマトペースト、カレーパウダー、食塩、でんぷん、酵母エキス、しょう油、ガーリックペースト、オニオンパウダー、香辛料、ガーリックパウダー、チキンブイヨン、デミグラス風ソース、みそ、調味料(アミノ酸等)、カラメル色素、酸味料、香料、甘味料(スクラロース)、香辛料抽出物、(一部に小麦・大豆・鶏肉を含む) ●品質方法:気密性容器に密封し、加熱加熱後 ●内容量:200g ●賞味期限:底面に記載 ●製造者: 製造所

情報量が最も多い例：B社・B-甘口カレー

名称	カレー
原材料名	牛肉、野菜(じゃがいも、にんにく)、乾燥オニオン、りんごピューレ、乳等を主要原料とする食品、ラード、レンズ豆、トマトペースト、香辛料、ビーフエキス、加糖練乳、砂糖、チーズ、チキンエキス、マーガリン、ヨーグルト、カレー粉、みそ、ココナッツミルクパウダー、たん白加水分解物、チキンブイヨン、カシューナッツペースト、食塩、ペースン粉/着色料(カラメル)、増粘剤(加工でんぷん)、調味料(アミノ酸等)、pH調整剤、香料、香辛料抽出物、(一部に乳成分・小麦・カシューナッツ・牛肉・大豆・鶏肉・豚肉・りんごを含む)
内容量	200g
賞味期限	欄外下部に記載
保存方法	直射日光を避け、常温で保存してください。
販売者	

情報量が最も少ない例：D社・D-濃厚ビーフカレー

※ 一括表示枠における印刷部分の割合を「情報量」として定義

(1)消費者による視認性調査

- ・ 文字サイズ（ポイント）、行間（倍率）、変形率（%）の数値が低いほど見やすさに係る評価が低く、数値が高いほど評価が高く、文字サイズは大きい程、行間は広い程、変形はしていない程に見やすいと推測された。
- ・ しかし、行長においては、長短どちらかの評価が高いわけではなく、一行20～25文字の範囲が見やすいと判断された。また、文字サイズ7ポイントであっても、行間を広く確保すると、文字サイズ8ポイントに相当する「見やすさ」が得られており、このことから、文字サイズだけではなく、行間と行長が視認性に大きな影響を与えることが推測された。

(2)消費者による視線追尾分析

- ・ 消費者がパッケージを見る際に、裏面の左上を注視する傾向にあることが分かった。
- ・ 一方で、同じ裏面であっても、バーコードやその周辺の注意喚起情報はほとんど見られておらず、消費者が効率的に読み取っていない可能性が明らかになった。

文字サイズ8ポイントでも、
評価が悪い組み合わせ例

原材料名：植物油脂、
でん粉、もも、香辛料、
くるみ、ホエイパウ
ダー、乳製品、乳糖、
食塩、バター、砂糖/
ビタミンC、調味料（ア
ミノ酸等）

点数：-2.46
長体率：70%
行長：10文字
文字サイズ：8ポイント

文字サイズ7ポイントでも、8ポイント
以上と同等の見やすさを持つ例

原材料名：小麦、大豆、砂糖、香辛料、落花生、バナナ、
ゼラチン、加糖練乳、果糖ぶどう糖液糖、アーモンド、
しょうゆ（小麦、大豆を含む）/たんぱく加水分解
物（大豆を含む）、加工でん粉

点数：0.52
行間：1.75倍
文字サイズ：7ポイント



被験者のヒートマップ(※)

※ 注視の度合いを示す。
赤、黄、緑の順で強い注視（よく見ていた場所）を表す。