

令和4年5月24日

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案等に関する
意見

【※氏 名】[公益社団法人
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(通称NACS) /
食生活委員会・消費者提言委員会・食部会]

【※住 所】[東京都千代田区富士見 2-4-6 宝 5 号館 2 階]

【※電 話 番 号】[03-6450-5411]

【※メールアドレス】[nacs-teigen@nacs.or.jp]

【※御意見及びその理由】 御意見が 600 字を超える場合、その内容の要旨も記載してください。

| 御意見の表題 | 御意見・理由 |
|--------------------------------|---|
| 全体 (参考1) 消費者へのアンケート調査結果 | 消費者の食の安全・安心を確保し、適切な食品の選択がなされることを目的に、EC サイト運営事業者の情報提供が充実されるために検討された今回のガイドブック案は、コロナウイルスの環境下、さらに多くの消費者ニーズや事業者の取組の参考になると考え、好機な取り組みと評価します。 更に、参考資料として、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、EC サイトを利用して食品の購入経験がある消費者に、食品表示に関するアンケート調査を実施され、その回答結果を参考に、との貴庁の事業者への配慮に感心しましたし、利用者(消費者)にも参考になる資料として興味深く拝読しました。 |
| 3 頁 1-3 本書の対象事業者について | 【意見】 主として活用をお願いしたい事業者の具体例の初めにネットモール等出品者とあります。転売目的や個人で出品している者も含まれると理解いたします。この者の中には、食品を販売しているという自覚と責任があまりないものも存在します。このガイドブックを使ったこの層への啓発をお願い致します。 【理由】 人手やコストをかけて利用者(消費者)にわかりやすい表示をする努力をしている事業者が不利益とならない施策はこのガイドラインの運用・効果を高めると考えます。 |

| | |
|---------------------------------------|--|
| <p>8 頁 食品表示情報提供に関する基本方針（全体）</p> | <p>【意見】基本方針は、この後の提供方法に繋がる大切なポイントですが、項目の書きぶりが学生向けのように感じられます。「提供しましょう！」「伝達しましょう！」「構築しましょう！」などとする方が、ふさわしいのではないのでしょうか。</p> <p>【理由】ガイドブックの対象は事業者であり、ガイドブック作成の目的を理解して、検討していただくことを求めるため。</p> |
| <p>8 頁 食品表示情報提供に関する基本方針（①9行目）</p> | <p>【意見】「充実した情報提供」という表現が抽象的です。11 頁などにも見られますが、「必要かつ適切な」等、もう少し具体的な表現がいいのではないのでしょうか。</p> <p>【理由】「充実」という言葉が読み手により主観的に受け止められやすいため。</p> |
| <p>8 頁 食品表示情報提供に関する基本方針（③2行目）</p> | <p>【意見】「改善要望のお申出を頂戴する」の部分、事業者の立場からの表現になっているように思えます。「改善要望のお申出が寄せられる」ではいかがでしょうか。</p> <p>【理由】消費者庁からのご提案であるので。</p> |
| <p>8-9 頁 食品表示情報提供に関する基本方針</p> | <p>【意見】個人間取引サイトを含むネットモールプラットフォームは、食品類を扱う業者・個人の出品者の食品説明に、食品についての期限情報やアレルギー情報の表示を載せ、安全性に配慮して欲しいと思います。</p> <p>【理由】個人間取引サイトを含むネットモールプラットフォームの出品内容に、食品が増えており、価格や旬の野菜を求めて購入する消費者が増えています。出品者が匿名での出品の場合、サイト利用者が開示請求しないと、出品者の名前や詳細が分かりません。プラットフォームは、食品を提供する出品者に対して、食品基準の準じた情報を見やすく分かりやすい方法で情報提供をしてほしいと思います。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>12 頁 3-1 期限情報</p> | <p>【意見】賞味期限について、商品や取扱いサイトによってまちまちですが、注文して届く商品には賞味期限が記載してありますので、ネットでの注文段階で選択するために必要となる表示として、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・賞味期間の表示（製造年月日から賞味期限までの日数） ・注文商品が手元に届いてからの賞味期限までのおおよその保証日数（サイトや商品によって異なる） <p>この2点を明示することにより、価格面も含めて、消費者が納得して選択できる目安になると思います。</p> <p>また、賞味期限（おいしいめやす）の理解を促す説明の記載もあればベターと思います。</p> <p>【理由】消費者の誤認を防ぐため。また賞味期限を正しく理解すれば食品ロスの削減にもつながります。</p> |
| <p>13 頁 3-1 期限情報 （1）EC サイトにおける 期限情報の掲載方法例 22 頁ポイント⑤の例文</p> | <p>【意見】「(賞) ●●日」は、賞味期限が製造日から 12 か月以内の商品を案内しております。お届けからの賞味期限ではございません。お届け時に賞味期限の 1/2 以上を残すことを目安にしています。」</p> <p>この表示では消費者は分かりにくいです。</p> <p>【理由】自宅に到着後、暫く保管するケースもありますので、具体的な年月日表示（消費・賞味期限）＝容器包装上と同等賞味期限の年月日表示の明記を求めます。</p> |
| <p>19 頁 3-1 期限情報 （2）各記載方法の紹介 ③期間表示</p> | <p>【意見】EC サイトにおける期限表示の掲載方法について、消費者にとって最もわかりやすいのは、具体的な年月日表示（消費・賞味期限）と思われませんが、EC サイト上の食品表示情報と実際の商品の表示を同期することは困難など、EC サイト上の特性を考えると、その他に期限残表示など具体的な事例を表示したことは事業者が期限情報を表示するうえで有効と思われれます。しかしながら期間表示は誤認や苦情に繋がる表現と説明にあります。</p> <p>期間表示について、表中の具体的な掲載例とされている表記は、製造日または到着日（配達日）から起算しての期間なのか曖昧で、消費者に届いた時にどの位の期間があるのか分かりません。</p> <p>「製造日より 180 日」と表記するなら、届ける食品に製造日</p> |

| | |
|---|---|
| | <p>の記載が必要ですが、食品表示法では表示の義務はなく、不十分になりがちです。</p> <p>消費者に誤解を生じやすいことから、使わない方が良いという説明の方が適当で、期間表示は避けるべきと思われます。</p> <p>【理由】13 頁で、可能な限り「②期限残表示」による情報提供を行うことが望ましいとしています。入手しやすい情報で多用される提供方法であったとしても、EC サイトでは利用者(消費者)に誤認を与える表現は避けるべきだと考えます。</p> |
| <p>19 頁 3-1 期限情報 (2) 各掲載方法の紹介 ③期間表示</p> | <p>【意見】 期間表示の具体例を見ると、「製造日から 180 日」以外は、いつからの期間かわからず、具体例としてあげるのはふさわしくないと考えられます。「製造日」が法律や食品表示基準に定められていない用語であるとしても、そのメーカーが定義する「製造日」の説明文をつけることで「いつから」がわかるのではないのでしょうか。</p> <p>【理由】 期間表示は「いつからいつまで」を示すものであるのに、「いつから」がわからなければ、期間表示になっていないこととなります。</p> |
| <p>22 頁 3-1 期限情報 (2) 各掲載方法の紹介 ④サイト全体方針を掲載する方法 運用上のポイント⑥</p> | <p>【意見】 具体的な掲載例の表について、2つの例が記載されていますが、改善例もしくは推奨される例を示してはどうでしょうか。</p> <p>【理由】 日付の例示を行いきにくい食品もあるため、表の上に掲載の説明だけでは対応できないと考えられます。</p> |
| <p>23 頁 3-2 食物アレルギー情報</p> | <p>【意見】 命に係わる表示です。目立つ文字で記載／独立したアレルギー事項欄を作るルールをお願いします。メーカー各社の独自性より、誰にでも一目で判別できる表示が好ましいと考えます。</p> <p>【理由】 命に係わる重要な表示です。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>24 頁 3-2 食物アレルギー情報 ③イラスト表示</p> | <p>【意見】文字とイラストの併用について、消費者にとってより判別しやすく分かりやすい表現と説明がありますが、イラスト自体がわかりにくいものがあり、結局文字情報に頼る場合があります。必ずしも併用が「より判別しやすい」とは限らず、イラストと文字を併用する場合の、注意点も記載していただければと思います。</p> <p>【理由】アレルギー情報は重要な情報であるため。アレルギーがある人や家族にとっては、②の一覧化表示や④のロゴ化した文字情報の方がしっかりと確認できます。</p> |
| <p>27 頁 3-3 原材料関連情報</p> | <p>【意見】EC サイト上では、スペースに余裕があることから、例示②のようにそれぞれの事項に分割して示されると、購入者（消費者）が見やすいと思います。</p> <p>【理由】容器包装より EC サイト上では、文字のポイントも大きくできて、見やすい表示が期待できそうです。</p> |
| <p>28 頁 3-4 産地情報（原産地、原産国名、原料原産地名等）</p> | <p>【意見】原料原産地名 国内製造（小麦粉）の例示がありますが、「国内製造」とは何を購入者（消費者）へ伝えたいのでしょうか。国内で生育した小麦を原料に使用している表示なら「原料原産地名」として「日本」「国内」とか「北海道」となります。しかし、国内製造（小麦粉）として、それも「原料原産地名」欄に記載されているのは疑問です。</p> <p>【理由】最近、店頭でも乾麺の「うどん」や「蕎麦」など包装表示を見かけ、気になっています。やはり、小麦や蕎麦の生育した生産国名を明記すべきと考えますし、購入者（消費者）はそれを望んでいます。</p> |
| <p>28 頁 3-4 産地情報（原産地、原産国名、原料原産地名等）</p> | <p>【意見】ネット販売に限った問題ではなく食品表示ルール自体の問題ですが、原材料の国内製造、外国製造表示について（食品表示法）は、最終加工国（小麦粉の場合でいうと、小麦粉に精製した国）の表示となりますが、これは消費者の望む表示ではありません。国内製造（小麦 カナダ産）などの産地表示を望みます。</p> <p>【理由】消費者としては、小麦の原産地など、どこの国で作られたものかを知りたいので。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>30 頁 3-5 保存方法 ③具体的な保存方法も可能な限り明示する</p> | <p>【意見】アイコンやイラストだけではなく、具体的な保存方法を可能な限り明示することは重要なポイントと思います。特に「常温」については消費者が誤解しやすく、適切に伝えることが必要です。「常温」の公的な定義はないようですが、目安となる温度や、置き場所などを明示していただけないのでしょうか。33 頁の置き配サービスに関する確認事項にも関わることです。</p> <p>【理由】室温を常温と思っている消費者や、なんでも冷蔵庫に保存すればいいと思っている消費者がいます。その食品にふさわしい保存方法をできるだけ具体的に知らせることが必要です。</p> |
| <p>32 頁 3-7 その他の情報</p> | <p>【意見】EC サイトの情報に商品の総重量（外装込と内容量）、寸法（外装、内装）を分かり易く記載して欲しい。</p> <p>【理由】 EC サイトでは確認が難しい情報なので、消費者が注文した時のイメージと、実際に手にしたときの実感に差異が生じることが多く見られます。大きさや重さが実感しやすい情報を提供して欲しいと思います。</p> |
| <p>35-36 頁 3-8 EC サイトの全体デザイン・共通する考え方</p> | <p>【意見】EC サイトにおいて、商品ページの上段に、対象食品の画像、名称（商品名）、金額などの情報をシンプルに分かりやすく掲載していますが、これらの情報に加え、食品表示の中でも簡潔に示せる情報として、内容量や保存方法（冷凍・冷蔵・常温など簡潔な情報）、アレルギー情報をページ上段に掲載すること、食品表示情報が EC サイトの下段にあるような場合でも、ページの冒頭の部分で「詳細はこちら」などのリンクを掲載し、クリックすればすぐに下段に飛べるようにするなどの方法を推奨していますが、その意見に賛成です。</p> <p>【理由】言うまでもなく、実際のサイトでは掲載情報があってもかなり下までスクロールをしなければならないケースもあり、消費者に分かりやすい工夫をして欲しいからです。</p> |

| | |
|---|---|
| <p>39 頁 3-8 EC サイトの全体デザイン・共通の考え方 (4) 画像で情報提供する場合のポイント</p> | <p>【意見】 デメリットの方が多く記載されていますが、実物では小さく書かれた表示を画面拡大機能の利用で、消費者自身が気になる項目を確認しやすいというメリットもあります。また、対応可能な事業者には、新商品、リニューアル品等、写真を差し替えることによって情報を更新できるというメリットもあります。デメリットに挙げられた点は、「期限表示」以外は、改善できる可能性が多く、留意点とすべきことではないでしょうか。</p> <p>【理由】 デメリットが多いから採用しないという方向に行く可能性があるため。</p> |
|---|---|