

御意見の概要	御意見に対する考え方
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)について	
＜賛成意見＞（3件）	
<ul style="list-style-type: none"> ・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）、アレルゲン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。 	御意見ありがとうございます。
<ul style="list-style-type: none"> ・「容器包装上の表示を確認する旨の注意書き」の掲載について、賛成いたします。 	
<ul style="list-style-type: none"> ・32頁の寸法情報の必要性の内容が大変良いと感じました。セット品であれば、商品個装の寸法と別に、セット全体でどのくらいの大きさになるかの目安が提示されるとなおよいと思います。以前、通販ルート限定の冷蔵トクホ飲料について議論したことがあり、購入後の保存までイメージしない人が結構いると感じております。 	
＜1-2 本書の位置づけ＞（1件）	
<ul style="list-style-type: none"> ・参考ツールであることは前提ではあるが、強制力を持たないことを文章でも明確にさせていただきたい。 	御意見を踏まえ、修正いたしました。
＜1-3 対象事業者＞（3件）	
<ul style="list-style-type: none"> ・個人間取引サイトを含むネットモールプラットフォーマーは、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食物アレルギー表示を載せ、安全性に配慮してほしいと思います。 	本ガイドブックは、ECサイト上で食品表示情報を掲載する上での参考ツールとして作成したものであり、対象事業者には、ネットモール等プラットフォーマー（個人間取引のサイトを含む）も含まれています。自社の取扱い食品やECサイトカテゴリを踏まえ、柔軟に御活用ください。

<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドブックでは、限られたカテゴリー、品数の小規模なお店（菓子店からお取り寄せをするようなイメージ）、もともとネット販売をするつもりで購買した商品の販売（デパートのギフト注文サイトや生協様のようなイメージ）を想定しているように感じます。 <p>主に店頭において食品を販売し、店舗に来ることが困難な方の買い物代行・配送サービスという意味合いで副次的にネットスーパー業態を展開している事業者にとっては、管理する品目数が多く、日々入れ替わりがあること、商品入れ替えのタイミングが配送元の店舗によりまちまちであることなどからガイドブックで示すような管理は非常に困難（技術的に可能であっても、非常に負担）だと考えます。また、ガイドブックを遵守しようとするれば、品目数を絞るなど消費者の利便性が低下しかねません。幅広い品揃えを想定し、緩和した適用例などの掲載も御検討ください。</p>	<p>本ガイドブックは、EC サイト上で食品表示情報を掲載する上での参考ツールとして作成したものであり、対象事業者には、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）も含まれています。自社の取扱い食品やECサイトカテゴリを踏まえ、柔軟に御活用ください。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・小売事業者が運営するネットスーパーでは、商品が多種多様である上、店舗から直接出荷する等、製造メーカーが運営するECサイトに比べ、実際の商品情報とECサイト上の情報にギャップが生じやすい面もあります。サイト上に掲載される情報と実際に配送される商品に記載された情報を常に完全に合致させることは、技術上・作業上きわめて困難であることを配慮していただきたいです。 	
<p><2 情報提供の在り方>（4件）</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ・8頁や11頁などに見られる「充実した情報提供」という表現が抽象的です。「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>御意見ありがとうございます。</p> <p>本ガイドブックは、EC サイト上で食品表示情報を掲載する上での参考ツールとして作成したものであり、取り扱う食品やECサイトカテゴリにより、正しい食品表示情報を担保できる範囲が異なるため、可能な限り充実した情報提供としていただくことを推奨しています。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・8頁の基本方針は、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>御意見ありがとうございます。御指摘については、本ガイドブックに反映いたします。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・8頁の③の「改善要望のお申出を頂戴する」の部分は、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>・ 8頁の「④問合せに適切に回答できる体制を整えよう！」の中で、「消費者から非食品情報に関する問合せを受けた際に、電話、メール、その他情報提供手段によって適切に回答できるよう体制整備をしていきましょう。」とありますが、より具体的に対応できるよう、他の項目と同様、例えば、「問合せダイアルやメールアドレスを記載しましょう。」等の記載をすべきではないでしょうか。</p>	<p>御意見ありがとうございます。御指摘については、本ガイドブックに反映いたします。</p>
<p><3-1 期限情報> (13件)</p>	
<p>・ 「③期間表示」の具体的な掲載例を見ると、「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>御意見ありがとうございます。 「期間表示」を用いて情報提供を行う際は、実際に配達する商品とECサイト上の食品表示情報にギャップが起きないように注意が必要であり、「製造日の説明文の掲載」にあっては、消費者にとって誤認防止のための1つの有効的な情報提供と考えます。事業者の自社の取扱い食品やECサイトカテゴリを踏まえ、柔軟に御活用ください。</p>
<p>・ 「期限残」や「期限残表示」という用語は、日本語として不適切ではないかと思えます。</p>	<p>御意見ありがとうございます。 「期限残表示」にあっては、本ガイドラインにおける通称として用いております。</p>
<p>・ 賞味期限については「製造より〇〇日」の他に「△△日以上あるものを出荷」という記載を一緒に掲載してもらった方がギフト利用の際に選択しやすいと思えます。</p>	<p>御意見ありがとうございます。 期限情報は最も消費者のニーズが高い情報であることから、事業者にとって実現可能な情報提供に努めていただきたいと考えております。</p>
<p>・ 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、 ○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） 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えます。 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えます。</p>	

<p>・ 22 頁の「④サイト全体方針を掲載する方法」のポイント⑤の具体的な掲載例の「(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。」では、消費者に分かりにくいです。(2 件)</p>	<p>御意見ありがとうございます。 期限情報は最も消費者のニーズが高い情報であることから、事業者にとって実現可能な情報提供に努めていただきたいと考えております。</p>
<p>・ 期限情報の具体的な掲載例として、「自社ルール 賞味期限の 3 分の 1」、「原則、メーカー製造日より 3 分の 1 以上の賞味期限の商品にてお手配させていただいております。」などの例示をすることは不適切かと考えます。 食品ロスの削減を考える際、この 3 分の 1 ルールの商習慣により廃棄される食品が大きな課題とされました。この考え方は見直されるべきであり、単に自社ルールで定めた日数を記載するべきで、3 分の 1 と表現することは避けるべきです。</p>	
<p>・ 22 頁の「④サイト全体方針を掲載する方法」のポイント⑥の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、改善例又は推奨される例を示してはどうでしょうか。</p>	<p>御意見ありがとうございます。 期限情報は最も消費者のニーズが高い情報であることから、事業者にとって実現可能な情報提供に努めていただきたいと考えております。</p>
<p>・ 15 項の「②期限残表示」の上から 6 行目「・・・消費・賞味期限の年月日表示に近い情報を提供しているといえます。」と記載していますが、「近い」という表現は適切かどうか検討の必要がないか指摘します。</p>	<p>御意見を踏まえ、修正いたしました。</p>
<p>・ 「②期限残表示」が難しい商品の場合、「期間表示」+「期限の問い合わせルートの明確化」も管理方法の一つとして追加いただきたいです。</p>	<p>「期間表示」を用いて情報提供を行う際は、「食品表示情報提供に関する基本方針」を踏まえ、「商品の問合せ先の掲載を推奨する旨」を追記しました。</p>
<p>・ 「②期限残表示」に関して、賞味期限を到着日起算で情報提供することは現実的には難しいかと思えます。(速やかにお受け取りいただかず、配送業者によりますが、2～3 週間のお預かり期間があるため。)</p>	<p>発注から配送までのタイムラグや入荷・在庫管理によって期限残表示が困難な場合にあっては、「期間表示」や「サイト全体方針掲載」により、期限情報を提供することが考えられます。</p>

<p>・ 19 頁の「③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わかりません。</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>本ガイドブックにおいては、事業者の情報提供の実行可能性を踏まえ、「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「期間表示」を提案したところです。御指摘のとおり、「期間表示」には消費者が個別食品の期限情報を把握できないというデメリットがあることを示すとともに、新たに食品表示情報提供に関する基本方針を踏まえ「商品の問合せ先の掲載を推奨する旨」について追記をいたします。</p> <p>なお、本ガイドブック 13 頁においても、「手元に来た商品の残り期限を知りたいという消費者の希望に応えることも重要です。そこで、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考えます。」としているところです。</p>
<p>・ ③「期間表示」はそもそも消費者が望んでいる表現ではなく、また「賞味期間」や「製造日」については食品表示基準で定められていない用語となるため、混乱を招く原因となり得ます。「期間表示」の掲載方法例自体が不要かと考えます。</p>	<p>本ガイドブックにおいては、事業者の情報提供の実行可能性を踏まえ、「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「期間表示」を提案したところです。御指摘のとおり、「期間表示」には消費者が個別食品の期限情報を把握できないというデメリットがあることを示すとともに、新たに食品表示情報提供に関する基本方針を踏まえ「商品の問合せ先の掲載を推奨する旨」について追記をいたします。</p> <p>なお、本ガイドブック 13 頁においても、「手元に来た商品の残り期限を知りたいという消費者の希望に応えることも重要です。そこで、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考えます。」としているところです。</p>

<3-2 食物アレルギー情報> (4件)	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 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>御意見ありがとうございます。</p> <p>本ガイドブックにおいては、「食物アレルギー情報は、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の直後に、それぞれに含まれる特定原材料等をECサイト上に掲載することを原則とします。」と記載しているところです。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 23頁の上から5行目の「特出しして」という表現が一般的ではなく分かりにくいのではないかと思います。 	<p>御意見ありがとうございます。御指摘については、本ガイドブックに反映いたします。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・ 食物アレルギー情報は消費者の安全に直接関わる重要な情報であり、原材料の状況等による変更があった場合、ECサイト上の情報の掲載にタイムラグが生じる可能性が高いと考えます。消費者の安全を確保するために、配達された商品自体に表示された情報を確認すべきことを消費者に周知徹底するとともに、「アレルギー情報は〇月〇日現在の情報を基に表示しています。必ず商品自体のアレルギー情報をご確認下さい。」等の追加情報の掲載も認めていただくとともに、この趣旨の例示を、「3-2 食物アレルギー情報」の項にも追記していただきたいです。 	<p>ECサイトにおいて食品を販売する際、出荷される商品表示とECサイトの情報の同期が困難であるため、本ガイドブックにおいては、届いた商品の容器包装上の表示を確認する旨の注意書きを掲載することを推奨しています。</p> <p>「食品表示情報の更新日」の掲載については、今後の本ガイドブックの見直しに関する御意見として参考といたします。</p>
<3-3 原材料関連情報> (3件)	
<ul style="list-style-type: none"> ・ ECサイト上では、スペースに余裕があることから、27頁の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>御意見ありがとうございます。</p> <p>原材料関連情報の提供方法に加え、消費者に分かりやすく情報を提示するために、3-8において、ページの全体のデザインや情報提供に共通する考え方も提示しています。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・ 27頁の②各事項欄を分けて記載する掲載方法は、間違いが発生する可能性が非常に高いと考えられるため、原材料名は容器包装上の掲載方法と同じ内容を掲載し、プラスの情報として、「原料原産地名」と「アレルギー」を別途記載する程度にしたほうがよいと思います。 	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 34頁の(3)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として、容器包装上の表示を確認する旨の注意書きを入れるとありますが、27頁の②のように原材料関連情報について各事項欄を分けて記載している場合、容器包装上の表示と見え方が異なるため、消費者にとっては異なる情報が掲載されていると捉えられる懸念があります。 	

<3-4 産地情報> (4件)	
<p>・ 28 頁の②の「加工食品の原料原産地名もわかる範囲で掲載する」について、例えば、容器包装上は原料原産地として、ロットに応じて A 国か B 国のいずれかを表示している商品については、EC サイトでは「A 国又は B 国」と掲載することになるため、原料原産地表示の例外表示である「又は表示」と混同されてしまう可能性があります。</p> <p>また、具体的な表示例において、重量順第一位の原材料ではない豚肉に「米国又はカナダ」と記載されています。この場合も、食品表示基準に準じた管理をする（又は表示の場合、注意書きを併記する）ということでしょうか。</p>	<p>本ガイドブックの基本方針として、可能な限り食品表示基準に準じた情報提供を推奨しています。</p> <p>EC サイトにおいて食品を販売する際、出荷される商品表示と EC サイトの情報の同期が困難であるため、本ガイドブックにおいては、届いた商品の容器包装上の表示を確認する旨の注意書きを掲載することを推奨しています。</p>
<p>・ 28 頁の②の「加工食品の原料原産地名も分かる範囲で掲載する」の原材料名の具体的な表示例において、しょうゆや加工でんぷんに遺伝子組換え表示が記載されていたり、食品表示基準以上の情報提供を推奨していたりするので、誤解を招くおそれがあるため不要かと考えます。(2 件)</p>	<p>本ガイドブックの基本方針として、可能な限り食品表示基準に準じた情報提供を推奨しています。</p> <p>これに加え、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、可能な限り充実した食品表示情報の提供を推奨しているところです。</p>
<p>・ 28 頁の④の「季節などにより原産地や原料原産地が変わる食品の場合は複数併記」について、「など」を使用した表記が、原料原産地表示で用いられる「その他」と表記する際のルールと混同されるおそれが高く、事例として適切ではないかと考えます。</p>	<p>本ガイドブックの基本方針として、可能な限り食品表示基準に準じた情報提供を推奨しています。</p> <p>なお、産地情報にあっては、インターネット販売における食品表示の情報提供の実行可能性を踏まえ、複数併記等による掲載を提案しています。</p>
<3-5 保存方法> (2件)	
<p>・ 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だと思います。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るといいのではないのでしょうか。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</p>	<p>本ガイドブックにおいては、「冷凍」等のアイコンを用いて掲載した場合でも、併せて食品表示基準に準じた保存の方法の掲載を推奨しています。</p>
<p>・ 30 頁において、一覧ページに「冷凍」「冷蔵」「常温」と表示するのはいいことだと思いますが、常温保存でも保存上の注意事項があるものについて、その情報を読んでもらえなくなる懸念があると考えます。</p>	

<p><3-7 その他の情報> (4件)</p>	
<p>・「その他の情報」の項に食品の容器、容器包装の質がプラスチック、紙、段ボール等のいずれであるかを表示して資源ごみとして廃棄するのに役立つ情報として追加掲載したらよいと考えますので御検討ください。現状ではほとんど容器と包装にはロゴタイプで掲載している例が多く見受けられます。各自治体の資源回収の分別収集方法に従って出すことが簡単になって資源のリサイクルと同時に環境保護になって一石二鳥であると思います。この問題は環境省の所管かもしれませんが所管省庁の了解は得られると思いますので、是非実現すべきだと考えます。</p>	<p>御意見ありがとうございます。 本ガイドブックは、EC サイト上で食品表示情報を掲載する上での参考ツールとして作成したものです。なお、本ガイドブックに記載がないその他食品表示情報にあっても、消費者への情報提供の観点から、可能な範囲で掲載することが望ましいと考えられます。</p>
<p>・ 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）をわかりやすく記載してほしいです。</p>	
<p>・ 商品単品或いは一定の単位（ボール・ケース当たり）の重量・寸法については、予めサイト上で情報提供は可能ですが、注文内容は多種多様で、注文内容によって使用する梱包材・緩衝材も変わってくるため、注文ごとに総重量や梱包サイズ情報を事前に提供することは技術的に困難と考えます。 従って、32 頁以降の 3-7 の（1）における、「①総重量の表示」及び「③寸法（梱包サイズ）情報」については、必須ではなく可能な限り対応することが望ましい旨、記載いただきたいと考えます。</p>	<p>御意見ありがとうございます。御指摘については、本ガイドブックに反映いたします。</p>
<p>・「3-7 その他の情報」中の（1）において、総重量や寸法情報の提供の重要性が記載されていますが、パンは酵母菌により発酵させて焼き上げるものであり、パンの膨らみ方や、焼成条件によって、重量や大きさにある程度のぶれが生じるため、重量表記等にはそぐわず、食品表示基準における内容量でも、パンは数量（個数や枚数）で表示することとされています。このようなことから、例えば「重量や寸法表記については、可能な商品は積極的に情報提供しましょう。」等との記載が適切ではないかと考えます。</p>	<p>御意見ありがとうございます。 本ガイドブックの基本方針として、可能な限り食品表示基準に準じた情報提供を推奨しています。総重量や採寸情報については、EC サイトの特性を踏まえた情報提供であり、食品表示基準で求められる情報ではないことを明記しています。</p>

<p><3-8 全体デザイン・共通する考え方> (6件)</p>	
<p>・「掲載スペースに余裕がある」(23頁本文上から4行目)など、ECサイトをパソコンでの利用を前提とする箇所が散見されます。</p> <p>しかしながら、現時点において、ECサイトの利用は、スマートフォンを通じて行われることが多く、その場合、掲載スペースはむしろ紙のチラシなどより狭くなると考えられ、紙のチラシにも掲載されていない情報をスペースの余裕を前提に要求することは無理があり、実際の利用ケースを十分具体的に想定した上で、情報掲載の方法などを検討すべきであると思います。</p>	<p>御意見ありがとうございます。</p> <p>本ガイドブックは、ECサイト上で食品表示情報を掲載する上での参考ツールとして作成したものであり、取扱い食品やECサイトカテゴリ等の事業者の実態を踏まえ、柔軟に御活用ください。</p>
<p>・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>御意見ありがとうございます。</p> <p>本ガイドブックの基本方針として、消費者の安全を第一に、正しく分かりやすい情報提供を推奨しています。</p>
<p>・継続、あるいは定期的に販売している商品について、アレルギー等の情報が更新された場合は、見やすさとは別に、変更を気付かせる工夫(例えば色を変える等)を盛り込むことが良いと感じました。定期便などの形で利用していると、いつもと同じものという意識が強いため、気づかない可能性があります。</p>	<p>御意見ありがとうございます。</p> <p>本ガイドブックの基本方針として、可能な限り食品表示基準に準じた情報提供を推奨しています。</p>
<p>・加工品の場合は、商品に表示されている原材料と同じ内容のものを表示してほしいです。食品を購入する際には必ず原材料を確認し、摂取したくない原材料が入っていた場合は購入しないで。同じことをインターネット販売でもしたいです。</p> <p>商品の写真に合わせて原材料の写真を添付してあればそれで確認できます。届いて表示を見たら食べないものが入っていてガッカリしたことが何度もありました。</p>	<p>御意見ありがとうございます。</p> <p>本ガイドブックの基本方針として、可能な限り食品表示基準に準じた情報提供を推奨しています。</p>

<p>・実際の商品の容器包装に表示されている裏面の情報と同等の情報がECサイト上に掲載されているよと思います。</p>	<p>御意見ありがとうございます。 本ガイドブックの基本方針として、可能な限り食品表示基準に準じた情報提供を推奨しています。 消費者に分かりやすく情報を提示するために、3-8において、ページの全体のデザインや情報提供に共通する考え方として、裏面の画像情報（容器包装上の一括表示欄や調理例等）を掲載することを提示しています。</p>
<p>・ガイドブックの38頁（全体デザイン等）、「②項目別のタブを作る」において、すべての項目がタブ（or アコーディオンメニュー）にされている例がありますが、アレルギーや保存方法など、消費者の健康危害防止につながる情報は、できるだけ隠さないようにすべきと考えます。見た目はすっきりするかもしれませんが、消費者が誤認する可能性が否定できないため、推奨するにしても、ただし書きなどを入れていただきたいと思います。</p>	<p>ページの全体デザインや情報提供に共通する考え方として、食物アレルギー情報にあつては、ページ上段に掲載することを推奨しています。</p>

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(案)について

＜食品表示情報の入手方法と管理方法について＞（3件）

<p>・別冊の11頁の上段の改善案：商品の見栄えは食品メーカーもこだわるところ。メーカーから画像を入手をとなっております。「メーカーから画像の入手を」ではないかと思えます。</p>	<p>御意見ありがとうございます。御指摘については、本ガイドブックに反映いたします。</p>
<p>・別冊の6頁や同15頁にアレルギー情報の誤表記のリスクの言及がありますが、表示する食品情報の管理を効率的に行うには JAN コードと食品情報を結びつけることが重要です。例えば、ネットスーパー等の EC サイト上で増減後のアレルギー項目の表示を行ったものの、実際に消費者の手元に届く商品がアレルギー項目の増減前の商品である可能性があります。</p> <p>この場合に当該消費者は EC サイト上での表示内容を信用して、実際に手元に届いた商品自体に表示されているアレルギー表示を確認しない可能性が高くなり、結果せつかく手元の商品には的確に表示されているアレルギー情報が無いこととなるため、表示される情報と手元に届けられる商品の情報とが常に一致する体制が整えられません。</p> <p>食品の EC サイトといっても一律に同様の事業を行っているのではなく、商品の種類や入れ替わりが多く配達の即時性も高く求められるネットスーパーのような業態と、定期購入やお取り寄せ等商品の種類も限定的で配達までの日数も数日見込めるような業態とでは、食品情報管理にかけられる時間やコストも大きな差異があり、一律の基準が馴染まないため、EC サイト運営者による一定の選択の幅を許容する基準が望ましく、最終的に消費者の便益にも繋がると考えます。</p>	<p>EC サイトにおいて食品を販売する際、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、本ガイドブックにあつては、届いた商品の容器包装上の表示を確認する旨の注意書きを掲載することを推奨しています。</p> <p>また、本ガイドブック別冊として、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ており、事業者にとって実現可能な情報提供に努めていただきたいと思います。</p>

<p>・栄養成分表示は定期的に変更されることがあり、在庫商品につき、旧表示の商品と新表示の商品が混在することがありますが、ネットスーパー等のECサイト上で一般に商品管理に利用されるJANコードは旧表示の商品と新表示の商品で同一である場合が多く、適切にECサイト上で表示を分けることは事実上困難であると考えられる。</p> <p>そうすると場合によっては、旧表示の商品の在庫を一斉に廃棄するなどの対応を取らざるを得ないことも考えられ、SDGsなど環境への配慮が求められる現在の状況にそぐわない対応を要することとなります。</p> <p>さらに、生鮮品については、日や時期により同一商品（例えば、ほうれん草）であっても、産地が異なることは多々あり、こちらも個々の商品に応じて表示分けをすることは困難であり、少なくとも表記に一定の幅を許容することが求められると思います。</p> <p>既に多くのネットスーパーでは、消費者の手元に届いた後にも、商品に傷みがある場合などを含め返品に応じているようで、決済自体は確かに一旦ECサイト上でして頂く必要はあるし双方とも手間はかかりますが、食品情報表示以外の企業努力の1つとして、手元に届いた後で食品情報を確認して消費者の想定と異なった場合に交換や払戻しによって消費者の望む商品の購入は実現されているものと考えられます。</p> <p>このような類似の状況への対応として、別冊の16頁の事例「定期的な仕様変更確認で誤情報発信リスクを軽減」に記載されていますが、相当な手間とコストがかけられており、かえって利便性が減少したり、価格に転嫁されるといった、消費者の総合的な利益が低下している可能性が十分考えられます。</p>	<p>ECサイトにおいて食品を販売する際、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、本ガイドブックにあっては、届いた商品の容器包装上の表示を確認する旨の注意書きを掲載することを推奨しています。</p> <p>また、本ガイドブック別冊として、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ており、事業者にとって実現可能な情報提供に努めていただきたいと思います。</p>
<p>その他の意見について</p>	
<p><周知普及>（7件）</p>	
<p>・ガイドブックの実行性を高めるため、消費者庁より各企業に対してガイドブックの説明会等を実施し、周知活動を行っていただきたいです。</p>	<p>本ガイドブックの普及啓発については、食品表示制度全般の普及啓発と併せて、食品関連事業者等及び消費者に対して進めてまいります。</p>

<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドブックを読む方の中には、ECサイトでの表示について、「なぜ食品表示基準の対象になっていないのか。」「今後、国際的な動向等を踏まえて我が国での規制の方向性はどうか。」等の疑問を持つ方も相当いると思われるため、前文の中等に、これらに応える記載を盛り込むできていないでしょうか。 	<p>本ガイドブックの普及啓発については、食品表示制度全般の普及啓発と併せて、食品関連事業者等及び消費者に対して進めてまいります。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・消費者が知りたい情報提供が確実かつ適切に実施できるよう、ガイドブックについて、作成後、ECサイト管理者、食品製造・販売業者に周知普及していただくよう、お願いいたします。 	
<ul style="list-style-type: none"> ・主として活用をお願いしたい事業者の具体例のはじ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。 	
<ul style="list-style-type: none"> ・①ガイドブックについては、「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企図し策定」した「参考ツール」として位置付けが明記されているが、サイト上に掲載される情報と実際に配送される商品に記載された情報を常に完全に合致させることは、技術上・作業上きわめて困難です。 安全かつ有効に利用するためには、消費者に対して、サイト上の情報提供についてはそのような趣旨のものであることとともに、実際の商品自体の食品表示を確認して利用すべきことについて十分に周知していただきたいです。 	
<ul style="list-style-type: none"> ・小売事業者が正確な食品表示の情報提供を行うためには、生産者、食品メーカー、卸売事業者等が正確な情報を適切なタイミングで提供することが前提であり、何より、川上の事業者に対して、常に正確かつ適切な情報の提供を行うよう徹底していただきたい。 	
<ul style="list-style-type: none"> ・各企業に対してガイドブックを実行できる体制づくり（ECサイト作成部署、確認部署を明確にするなど）を行うように追記していただきたいです。 	

<p><監視について> (1件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品表示基準は、食品の容器包装への表示を適用範囲であるため、ECサイトだけでなく、新聞・チラシ・TV等の広告も食品表示情報の掲載について適用範囲外となっています。そのため、容器包装上の食品表示とECサイト・新聞・チラシ・TV等の広告に記載されている食品表示情報に大きな差が生じているのは明らかであると考えます。 ・正しくわかりやすい食品表示への実効性を確保するためには、ECサイトのみならず、新聞・チラシ・TV等の表示も食品表示基準の適用範囲と定め、情報の差をなくすことが重要だと考えます。その後、食品の特徴及び媒体の特徴をガイドブック等に掲載し、事業者が食品表示をする上での参考ツールにするべきだと考えます。なお、チェック体制を整備する一環として、消費者庁あるいは第三者機関がチェックに関与するべきです。 	<p>御意見ありがとうございます。 今後の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御意見として参考といたします。</p>
<p><その他> (14件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「食品添加物の不使用表示に関するガイドライン検討会」において、容器包装における添加物とともに使用する「無添加」、「不使用」表示は、消費者に対して食品添加物の正しい理解の妨げになり、本来見るべき一括表示が活用されていないとの指摘があり、インターネット販売においても対象に含まれると考えられます。 ・ECサイト上に食品表示情報を掲載する際には、この「食品添加物の不使用表示に関するガイドライン」を活用してもらうよう、ガイドブックの8頁の「食品表示情報提供に関する基本方針」や27頁の3-3「原材料関連情報」等の箇所に追記するとともに、ECサイト運営事業者に周知していただきたいです。(2件) ・調理冷凍食品に関する東京都条例に沿った表示は考慮しなくても良いものでしょうか。 ・ガイドブックの作成には賛同するものの、インターネット販売で多く見られる不使用表示に関する対策を講じるべきであると考えます。 	<p>本ガイドブックは、基本的に食品表示基準に規定する義務表示事項と同じ事項をECサイトに任意で掲載する上での事業者等向けの参考ツールとし、作成したものです。 ECサイトに食品表示情報を掲載する際には、消費者への適切な情報提供の観点から、その他の法令や容器包装の表示に関するガイドライン等の規定に準じて掲載することが望ましいと考えます。</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・対象事業者（ECサイト運営事業者）と情報提供者（食品製造事業者・卸事業者等）が積極的にこのガイドブックに沿って必要最低限の表示のデジタル情報を管理できるようなプラットフォームを省庁連携で国として検討いただきたいです。たくさんの情報を求めるのではなく、必要最小限に絞ることが重要だと考えます。これにより消費者、企業両方にメリットが生まれると思われ 	<p>御意見ありがとうございます。 今後の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御意見として参考といたします。</p>

<p>・ EC サイトにおける食品表示の情報提供について、多様な取引先を持つ小売業にとっては、情報の多さ、正確性や提供速度の確保等が課題です。これらの課題を解決するために、無償で利用できる公的なプラットフォームやシステム等の構築し、食品表示、商品画像、GTIN 等の情報を一括管理・提供できる体制を検討していただきたいです。既に事業者が提供するプラットフォームを利用している例等もあるものの、費用に加え、取引先の合意や入力指導等事務的な負担も大きく、事業者間の取組みの格差を回避する意味からも国としての構築・提供を検討していただきたいです。</p>	<p>御意見ありがとうございます。 今後の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御意見として参考といたします。</p>
<p>・ 食品は命と健康の源泉であり、大切に扱わなければならないものです。生産者と消費者が同一であれば賞味期限等の表示は問題にはなりません、生産者と消費者が分離している現代社会においては、賞味期限等の表示は健康と安全、購入選択のために重要な情報であると考えます。賞味期限等の表示は見やすい太文字にして原則欄内に掲載することにして、止む得ず欄外に掲載する場合は、掲載場所を分かりやすい表現で掲載することとするとよいと思います。容器包装において、賞味期限等の欄外掲載場所の説明が分かりにくい例もあるので指摘します（掲載場所が何処かすぐ理解できるように説明する。）</p>	<p>御意見ありがとうございます。 今後の食品表示制度に関する御意見として参考といたします。</p>
<p>・ 容器包装の表示には問題はないものの、EC サイトに掲載した情報が間違っていた場合、責任の所在がどうなるのでしょうか。罰則はあるのでしょうか。自主回収になりうるのでしょうか。</p>	<p>EC サイトにおける掲載責任にあつては、個別に判断する必要があります。また、本ガイドブックは、事業者が EC サイトで食品表示情報を任意で掲載する際の参考ツールとして作成したものであり法的拘束力があるものではありません。このため、指示若しくは罰則又は自主回収等が課（科）せられるものではありません。</p>
<p>・ 「コーデックス委員会においても、EC サイトの食品情報提供に係る規格の策定に向けた議論がなされて」とあるが、国内の小売事業者の実態や意見を十分に踏まえて、丁寧に検討していただきたいです。</p>	<p>本ガイドブックにあつては、今後も事業者の実態や国際的な整合性にも配慮した上で必要に応じて見直しを行っていきます。</p>

<ul style="list-style-type: none"> 原料原産地表示制度における国内製造、外国製造表示について食品表示基準では、最終加工国（小麦粉の場合でいうと、小麦粉に精製した国）を表示することとなっていますが、これは消費者の望む表示ではありません。ガイドブックにおいても、原料原産国名として、同様の掲載例が示されていますが、具体的に国内製造（小麦 カナダ産）などの原料原産地表示を望みます。 	<p>本ガイドブックの基本方針として、可能な限り食品表示基準に準じた情報提供を推奨しています。加工食品の原料原産地表示制度に対する御意見として参考とさせていただきます。</p>
<ul style="list-style-type: none"> 「食品表示基準 Q&A」では、業務用加工食品とは消費者に販売される以外の形態であって〔総則-21〕、業務用の場合の表示は包装容器に限らない〔加工-294〕とあります。また、製造者が業務用と表明している商品を販売者が直接一般消費者に販売する際には、販売業者が表示責任者として一般用加工食品としての表示を行う〔加工 - 301〕旨が記載されております。しかしながらガイドブックには、業務用であるものを商品として一般消費者に販売するにあたっての注意喚起が見受けられません。 <p>以前、業務用と明言し販売している弊社製品が、そのまま EC サイトに出品され、適切な表示がなされないまま一般消費者に販売されそうになったという経験があります。このように EC サイトを利用する販売業者には「業務用」の取扱いが不慣れなケースもあるかと思いますので、ガイドブックには、「業務用商品を一般消費者に販売する場合の扱いと、その時の表示責任の所在に関する注意喚起」と、商品と売買の正しい在り方を参照しやすい様に行政が既に発行している前述 Q&A 等をはじめとするインターネット消費者取引に関するガイドライン等の所在を関連づけておくことをお願いします。</p>	<p>御意見ありがとうございます。</p> <p>本ガイドブックの基本方針として、可能な限り食品表示基準に準じた情報提供を推奨しています。</p>
<ul style="list-style-type: none"> このような、EC サイトで販売する際の表示について、ノウハウ的なこと記載するものは、行政機関でやることでしょうか。 貴重な公務員の時間・労力は、もっと大事な業務に使ってください。こんなことは民間に任せればよいことです。 ガイドブックにおいて、9 頁に「問合せを受けた際に、電話、メール、その他情報提供手段によって適切に回答できるような体制整備をしていきましょう。」、8 頁に「消費者が見やすいサイトを構築しよう！」と記載されているのにもかかわらず、ガイドブックの「意見募集要項」では「お寄せいただいた御意見に対する個別の回答は致しかねますので、その旨御了承願います。」と書いてあることや、「意見提出様式」が Word 形式のみであることは、適切ではないと考えます。 	<p>御意見ありがとうございます。</p>