

日本惣菜協会の惣菜・弁当(持帰り)の情報提供ガイドラインについて



日本惣菜協会は、利用が拡大し、多様化する惣菜商品の状況から、消費者の商品選択に役立ち、売場での質問等への対応の充実を図るため、以下のような取組みを推進しています。

- 2009.10～「惣菜管理士のいる店」の店頭表示事業を開始し、実施企業を順次拡大中。
売場に登録証を掲示し、食の知識を有する惣菜管理士を活用し、消費者対応のレベルアップを図っています(2013.09現在 24社 253店舗)
- 2011.6 ～「惣菜・弁当(持帰り)の情報提供ガイドライン」の策定、普及
- 2013.10～「デリカアドバイザー養成研修」10月スタート。惣菜専門店、スーパーマーケット、百貨店など惣菜売場のスタッフが、惣菜の調理や販売、食品表示の制度、その他を通信教育で学びます。惣菜・弁当についての知識を高め、自信を持って業務に取り組み、消費者とのコミュニケーションについてもレベルアップを目指します。
この養成研修の普及に協力いただいている協力団体は、新日本スーパーマーケット協会、日本フードサービス協会、日本スーパーマーケット協会、日本百貨店協会、惣菜サミットの5団体です(2013年9月現在)

□ガイドラインの普及(主なもの)

- 行政、メディア、事業者団体等への案内
- 協会及び各支部主催
 - ・各総会での講演
 - ・支部主催のセミナー
 - ・食品表示意見交換会(東京・大阪)
 - ・惣菜管理士セミナー
 - ・表示実務者研修会
- 外部の講演会等
多様な団体等からの要請で実施中
4組織、6会場 310名

□ 惣菜・弁当(持帰り)の情報提供ガイドラインの策定

策定検討委員会

- | | |
|----------|------------------------------------|
| 座長 池戸重信 | 宮城大学 食産業学部 学部長 |
| 委員 阿南 久 | 全国消費者団体連絡会 事務局長 |
| 委員 伊藤友子 | 社団法人 日本べんとう振興協会 技術顧問 |
| 委員 井戸幹生 | 株式会社 ロック・フィールド執行役員 品質保証部 部長 |
| 委員 大木美智子 | 消費科学連合会 会長 |
| 委員 根本純一 | 株式会社 若菜生産部生産業務改革担当部長兼品質管理担当 |
| 委員 星 良雄 | 日本スーパーマーケット協会・(株)ヤオコー(株)三味 取締役惣菜部長 |
| 委員 柳瀬 光 | 株式会社 ヒライ 企画開発本部品質管理課長 |
| 委員 藤木吉紀 | 社団法人 日本惣菜協会 専務理事 |
- (委員 五十音順 敬称略、職名は当時)

【オブザーバー】

- | | |
|------|------------------------------|
| 宮瀬良江 | 農林水産省総合食料局 食品産業振興課外食産業室 調整係長 |
| 信太英治 | 財団法人 食品産業センター 企画調査部長 |

策定検討委員会開催

2010年12月9日～2011年4月26日 5回開催

公表 2011年6月14日

参考:日本惣菜協会現況 (9月9日現在)

- | | |
|--------------|--------------|
| ◆正会員 | 260社 |
| ◆賛助会員 | 131社 |
| ・惣菜管理士 | 17,127人(最上級) |
| ・ホームミールマイスター | 221人 |
| ・デリカアドバイザー | 2013.10月スタート |

協会の情報及びガイドライン本文、普及版、Q&Aはホームページを参照して下さい
(ダウンロードできます)

URL <http://www.nsouzai-kyoukai.or.jp/>

惣菜・弁当(持帰り)の情報提供ガイドラインの概要

○ 情報提供の充実によって、消費者の購買時の商品選択に役立ち、消費者と事業者との一層の信頼関係の確保を図るため自主的取組の指針を策定し、積極的に推進する。

1. ガイドラインの位置づけ

○ 消費者の商品選択に役立つよう、原材料・原料原産地、アレルギー物質について、事業者による自主的なさまざまな方法による情報提供を推進するための指針

2. 原材料及び原料原産地についての情報提供

○ 以下のような商品について情報提供に取組む

①単一の主原材料を使った商品の原材料名・原料原産地名

例えば「魚の照り焼き」の魚種名(ぶり)・原産地(日本海)

②商品名等に冠した原材料名・原料原産地名

例えば「白身魚の唐揚げ弁当」の白身魚の魚種名(まぐろ)・原産地(アメリカ)

③こだわりの食材の原材料名・原料原産地名

例えば「シャキシャキ蓮根のサラダ」のこだわりの原材料(蓮根)・原産地(茨城県)

④販売店舗の人気商品の主原材料名・原料原産地名

「唐揚げ」の肉の種類(鶏)・原産地(ブラジル)

○ 国産品にあっては「**国産**」である旨を、輸入品にあっては「**原産国名**」を情報提供

■複数原産地名の情報提供の留意点

単一原材料が複数の原産地(原産国)の場合の原産地名の表現方法

・2カ所以上の場合: 重量割合の多い順に表現

・3カ所以上の場合: 重量割合の多い順に2カ所を表現し、3カ所目以降については「その他」と表現することが出来る

3. アレルギー物質に係る情報提供

○ アレルギー物質の義務表示である「特定原材料」及び推奨表示の「特定原材料に準ずるもの」について情報提供を行う

○ 同一施設内におけるアレルギー物質の混入

場所の制約等の理由によりアレルギー物質が混入する可能性が排除できない場合は、アレルギー物質に関することについて、店頭で対応できる旨を情報提供する。

例:アレルギー物質についてご不明な点がございましたら、売場販売員までお尋ね下さい。

4. 情報提供の方法

①プライスカード等を使った表示

シャキシャキ蓮根のサラダ

100g 265円

主原料: 蓮根(茨城県)

アレルギー物質: 卵・小麦・大豆

②ボード・POP等を使った掲示等

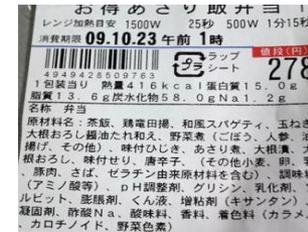
本日のお勧め惣菜

「白身魚の唐揚げ弁当」

主原料: 白身魚: まぐろ(アメリカ)

アレルギー物質: 小麦・大豆

③ラベル表記



アレルギー物質についてご不明な点がございましたら、売場販売員までおたずね下さい。

④お客様からの問い合わせに対する口頭による情報提供(周知するための掲示が必要)

商品情報についてお尋ねください



⑤ホームページに情報を掲載



義務表示の適用の差異と当協会ガイドラインの関係

義務表示等(食衛法・JAS法)の適用範囲とガイドラインの関係

- ・現行の義務表示に、“ガイドライン”の付加による“分りやすい表示・情報提供”の推進
- ・特に商品形態、販売形態を超えて、消費者の関心の高い原材料・アレルギー情報を重視

義務表示と当協会ガイドライン(任意表示)との関係

販売形態	ばら販売(セルフ含む)			対面販売			容器包装入り商品		
	食品衛生法	JAS法	ガイドライン	食品衛生法	JAS法	ガイドライン	食品衛生法	JAS法	ガイドライン
①販売と同一施設内にて製造	×	×	○	×	×	○	◎	×	◎+○
②販売と同一施設以外にて製造	×	×	○	×	×	○	◎	◎	◎+○

凡例

×:義務表示適用外 ◎:義務表示の適用

○:ガイドラインによる任意表示

具体的には、① は、同一施設で製造し、容器包装に入れたもの及びバラ売り等のものについて、原材料名、原料原産地名及びアレルギーの情報提供を行う

② は、販売の場所と異なる施設製造した、容器包装入り以外の商品についても原材料名、原料原産地名及びアレルギーの情報提供を行う

重要性を増す「自主的取組み」・「ガイドライン」の役割と課題

- 義務表示制度の適用外の業務形態・商品分野での実行可能な方法で、任意表示、情報提供を充実させ、消費者との信頼関係の強化を促進する。
- 自主的取組みは、一律的な義務表示の実行可能性及び真正性の担保が困難な分野での、制度の補完や将来の制度設計のために寄与できる。
(義務化の予定される「栄養表示」等での整合性のとれる取組みを推進する)
- 自主的取組みは、一律的なやり方ではなく、業種・業態や商品特性に適応した、実行可能な多様で、重層的な方法での情報提供の展開が可能で、消費者にとって有用なものとなり得る。
- 自主的な取組み・ガイドラインの普及の中で、事業者の実態に適応した“自社基準・マニュアル”の整備を促し、食品表示制度に基づく適正表示と消費者に役立つ情報提供の充実が推進できる。
- 業界の枠を超えた広範な取組みへのステップアップで、情報提供の質・量の拡大が展望できる。
- 適正表示の徹底と正確で根拠のある情報提供の充実のために 参考図 1、2参照
 - ◆フードチェーン全体の取組みと、特に“川上”からの正確な情報提供が不可欠。
 - ◆適正な表示と情報提供の決め手となる「商品規格書(仕様書)」の整備について、全体的な取組みを。
 - ◆表示制度の改定等についても、消費者にとっての分り易さと共に、事業者にとって、実行可能性があり、過度な負担とならないように、実態に即した建設的な意見・要望を提出していく。

フードサプライチェーンにおける表示適用範囲

