

一般用加工食品に係る製造所固有記号に対する意見について

意見		意見の主な理由（原文を一部要約しています）
反対・廃止	①	<p>製造所又は加工所の所在地を表示することが原則であり、例外規定である製造所固有記号の使用は認めない。</p>
	②	<p>例外規定を認める条件を明確化し、表示面積により記載が難しいなど、定められた条件を満たした場合は製造所固有記号による表示を可能とする。</p>
③	<p>例外規定として、「共用包材によるコスト削減のメリットがある場合」、「表示可能面積に制約がある場合」、「売場が「販売者が食品の安全性の責任を有する」として「販売者が表示する場合」を追加工場の場において、製造所固有記号による表示を可能とする。</p>	<p>○「販売者が食品の安全性の責任を有するため販売者を表示する場合」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品の表示責任を始め、様々な責任を有しているのは「販売者」であり、製造者は問合せに回答できない場合があることから、製造者を表示すべきでないため。 ・製造所固有記号にすることで、製造受託者を競合する複数の製造委託者から保護する機能があるため。 ○「表示スペースがない場合」 ・商品によっては表示スペースが少ないため。 ○「同一製品を二以上の製造所で製造している場合」 ・特に理由なし <p>・製造者名が増えることにより、消費者から製造者に問合せが増える。また、問合せの増加によって小規模な製造者に混乱が生じるおそれがあるため。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・PB商品の製造所所在地を表示することは、ブランド価値が薄れる等の問題が生じる可能性があるため。 ・これまで表示していたいなかった製造所所在地等を表示することによって、風評被害が発生する恐れがあるため。
④	<p>例外規定として、自社の複数工場で生産をしている場合のみ製造所固有記号による表示を可能とする。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・製造所固有記号を自社工場以外にも認めて登録制にすることは、行政コストを増やすことになるため。

⑤	<p>消費者が製造所を知りたいということであれば、現行データベースの改善、応答義務、知りたいたい製造所を固有記号からたどれる仕組み（消費者の検索利用）、製造所固有記号の再審査制の 4 つの取組を行う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> データベースを改善し、消費者がいつでも情報を得られるようにすれば、行政的にも消費者的にも問題ないと考えられるため。 現行の製造所固有記号の問題は、事業者ではなく行政の問題であることから、データベースの改善と検索システムの構築で解決できると考えられるため。
⑥	<p>現行制度の問題点が整理されていない段階で、実態を踏まえずに大きな改正をすべきではない。冷凍食品の農薬混入事件と製造所固有記号とは直接の関係はないことから、現時点では、明らかに問題とされている消費者庁のデータベースの改善措置のみ講じる。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 現行制度の問題点の整理がされていないことや、製造所固有記号の表記が認められている理由等の背景・経緯の分析が行われていないため。 従来からの製造所固有記号表示によって何ら問題が生じていないため。
その他	<ul style="list-style-type: none"> 土産品食品業界においては、OEMを行っている中小零細事業者が全国にたくさん存在し、製造所固有記号の使用ができなくなった場合、廃業に追い込まれる事態が想定される。 	<ul style="list-style-type: none"> 製造所所在地等を表示することになった場合、土産品の販売場所と製造（委託）場所が異なる商品が市場に並び、価値が下がり影響が生じる可能性があるため。 OEMの場合、販売者側からの社外秘に当たる情報等が製造者に提供され、製造所所在地等を表示することが明らかなり、それらの情報が漏れてしまう可能性があるため。 消費者からの問合せには、製造者や製造場所の情報を表示責任者が回答しているため。 消費者の問合せには表示責任者が一元的に対応することで食品安全に係る問題への迅速な対応が可能。問合せ先が表示責任者と製造者の 2 つに分散することは、食品安全に係る問題への対応を遅らせる可能性があるため。 コーデックス、米国、EU などは、表示責任者のいずれか一つを記載すればよいことになっている。国際的にも行われていない制度を導入し、事業者に過重な負担を掛けるのは問題があるため。 輸入品については製造所所在地等の情報が不要とされているのに対し、国内品には製造所所在地等の表示義務が課せられるのはバランスが悪いため。 国際的に整合性がとれないため。
賛成	<p>製造所の所在地及び製造差の氏名等を表示することは消費原則とし、例外として製造所固有記号を使う場合は消費者からの問合せに応答する義務を課す提案に賛成</p>	<ul style="list-style-type: none"> 特に理由なし
その他	<ul style="list-style-type: none"> 登録申請・更新手続については、事業者にとって過 	<ul style="list-style-type: none"> 当初は、同一製品を 2 以上の工場で製造していたとしても、

<p>度な負担とならないような簡便な方法を検討していただきたい。</p>	<p>都合によって 1 の工場で製造することに変更する場合も少なくなかない。その度に包材を変更することになると、既存包材の廃棄や新しい版の作成などにコストがかかると、可能性があるため。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・申請から更新に時間を要する場合、製造所固有記号取得のために生産が遅れ、欠品等の問題が発生する可能性があるため。
<p>・加工所であっても製造所固有記号を使用できるようにすべき。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・製造所と加工所を分けて考える必要がない。包材の共用化について、「製造所」には配慮しているにもかかわらず「加工所」には配慮しない理由が不明なため。
<p>・応答義務としては、電話番号の表示を義務付けてほしい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・知りたい時に知ることができるといい。 ・電話は普及率が高い。

(注 1) 平成 26 年 9 月 23 日に公表した「食品表示基準 (案) についての意見募集に寄せられた主な意見とそれに対する考え方 (概要)」とは異なる整理の仕方をしたものです。

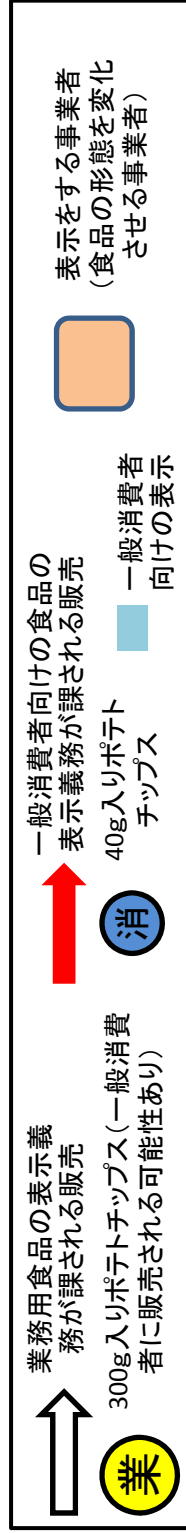
(注 2) 上記①～⑥は、加工食品調査会報告書に記載の委員から出された提案であり、意見募集時に食品表示基準 (案) の概要 (4 頁) に掲載されたものと同様です。

(注 3) 上記①～⑥の案に近い意見とその理由は、上記①～⑥に含めて整理しています。例えば、「応答義務の取組を行うべき」という意見とその理由である「消費者の知りたいという要望には対応できるように」というのがあった場合は、上記⑤に整理しています。ただし、上記②と③については、両者を区別するため、上記③の意見にある条件とパブリコメの意見が全て合致する場合のみ③に整理しています。

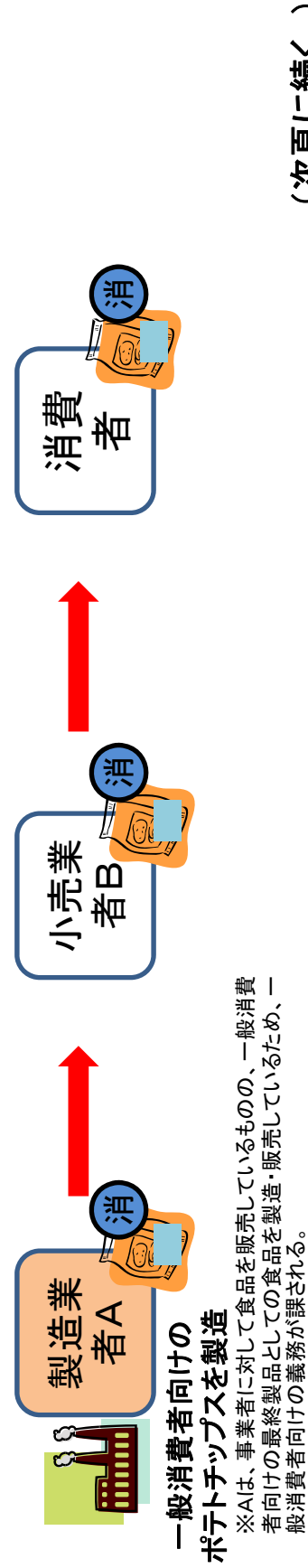
食品表示基準における一般消費者向けの食品と業務用食品の定義 【第27回食品表示部会資料13頁、15頁及び16頁より抜粋】

一般消費者向けの食品	<ul style="list-style-type: none"> ・加工食品及び添加物のうち、それぞれ、一般消費者に販売される形態となっているもの ・生鮮食品のうち、加工食品の原材料とならないもの
業務用食品	<ul style="list-style-type: none"> ・加工食品及び添加物のうち、それぞれ、一般消費者に販売される形態となっているもの以外のもの ・生鮮食品のうち、加工食品の原材料となるもの

※食品の製造・加工形態や流通形態の違いによる表示義務の内容の整理について

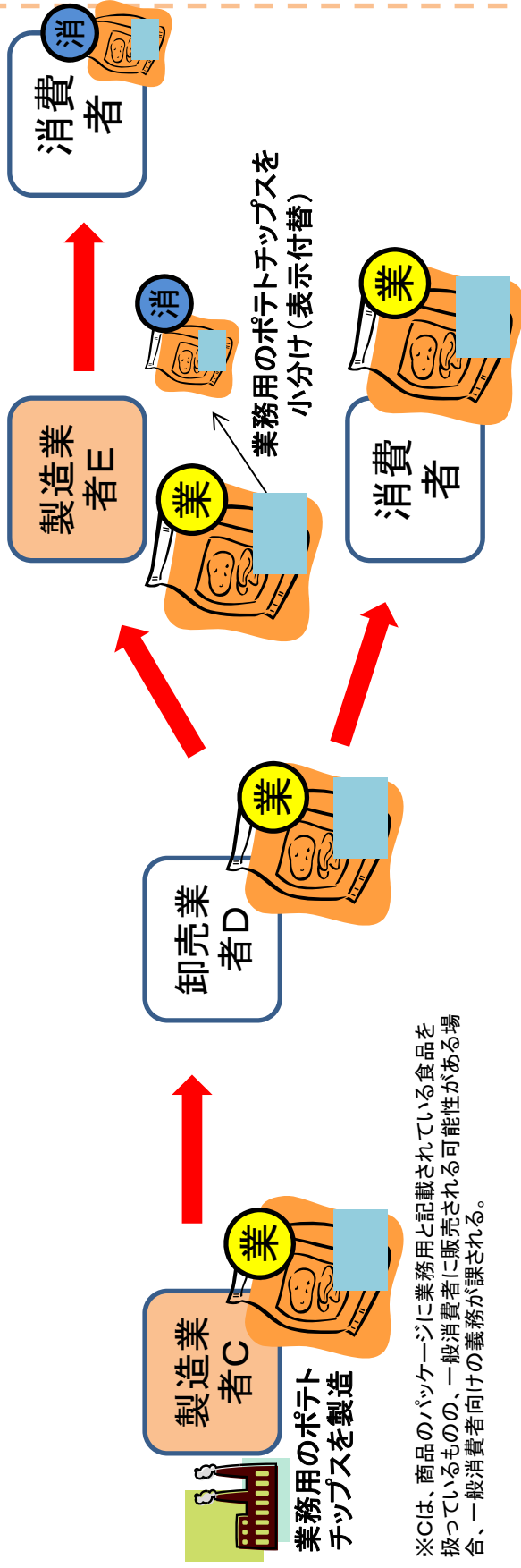


■一般消費者向けの食品を扱う事業者(製造業者A)の例① 【小売業者がポテトチップスを仕入れ、そのまま消費者に販売する場合】



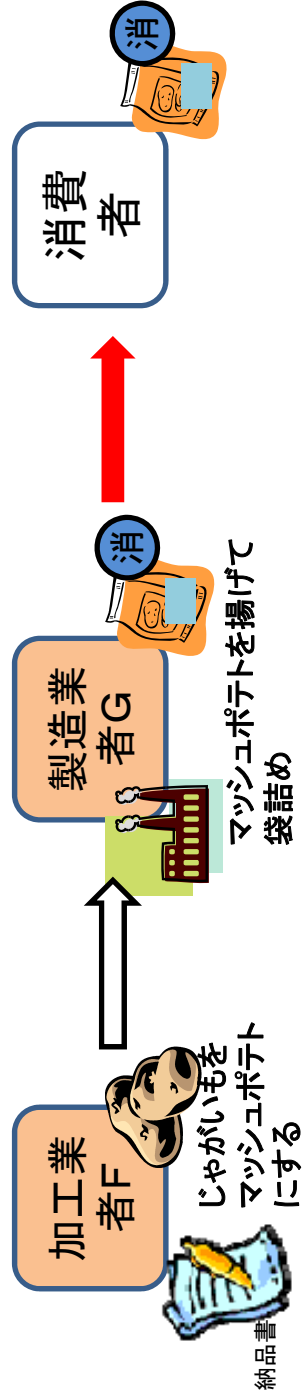
(次頁に続く。)

■ 一般消費者向けの食品を扱う事業者（製造業者C、卸売業者D）の例②
 【業務用の食品の形態のまま消費者にも販売される可能性がある場合】



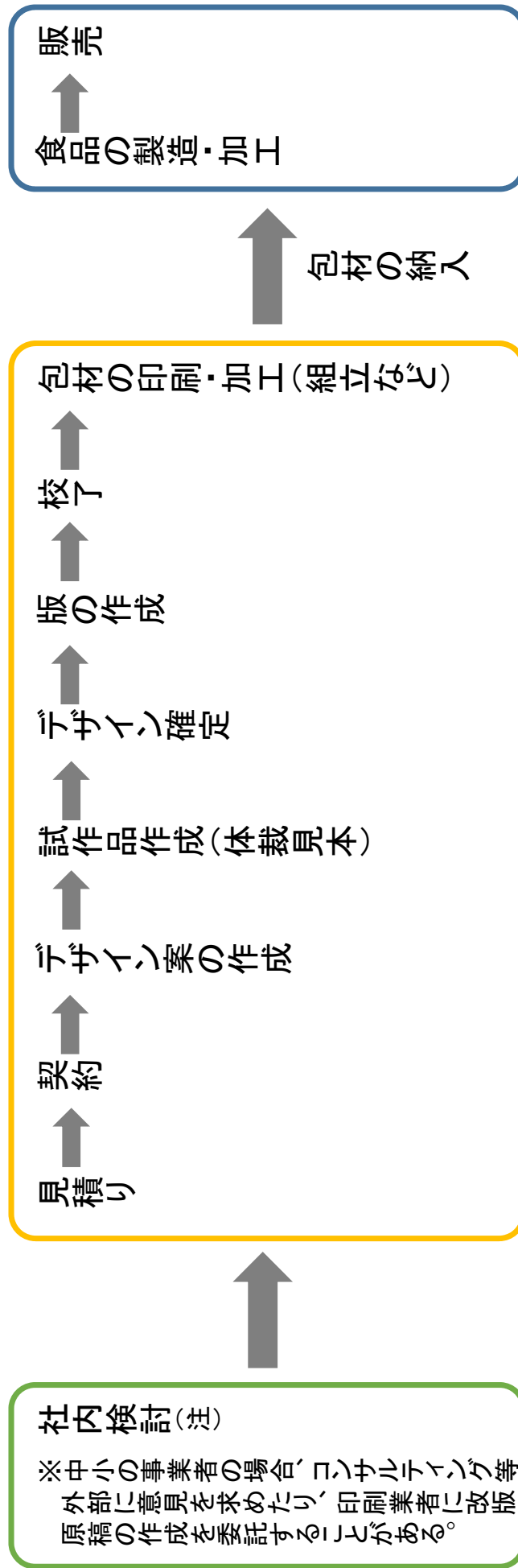
※Cは、商品のパッケージに業務用と記載されている食品を扱っているものの、一般消費者に販売される可能性がある場合、一般消費者向けの義務が課される。

■ 業務用食品を扱う事業者（加工業者F）の例



※Fは、中間加工品（マッシュポテト）を事業者に対してのみ販売しているため、業務用食品としての表示義務が課される。なお、業務用食品への表示は、納品書や送り状等への表示が可能。

通常の食品表示に係る改版の流れ(販売まで)



食品メーカーの
プロセス

印刷業者のプロセス

食品メーカーの
プロセス

(注) 表示変更部分の法令との適合性の確認、パッケージ全体のデザイン検討、表示変更に伴う規格書の変更(表示内容が規格書にも記載されていない場合、表示の変更に合わせて規格書の修正が必須)、ブランドオーナーや販売先(取引先)、ブランドオナーや販売先(取引先)との調整(PB商品や留型商品(※)の表示切替及びパッケージ全体のデザイン変更内容について、販売者や販売先(取引先)に報告し、了承を得ることが必要)など

※ 留型商品: 販売先(取引先)であるメーカーごとの注文に応じた容量や配合等で販売する商品

今般の表示ルール変更に伴う、缶詰の表示に係る改版の流れ（販売まで）

- 【前提】
- ・缶詰製品の印刷業者（製缶業者）の数：全国で10社
 - ・現在の保有製品版数：約30,000点（10社合計）
 - ・製缶業者の1年当たりの稼働日数：約210日

製缶業者の1日当たりの最大改版能力は、約50点（10社合計）
 → 改版には、効率的に作業を行えたとしても、
 $30,000 \div 50 \text{点/日} \div 210 \text{日} = \text{約3年}$ を要する。

※ 今般のルール変更以外の都合による改版（定期的なデザイン変更）や春秋等に集中する新版の作成により、更に期間を要する可能性がある。

社内検討

※ 中小の事業者の場合、コンサルティング等外部に意見を求めたり、印刷業者に改版原稿の作成を委託することがある。

見積り

契約

デザイン案の作成

試作品作成（体裁見本）

デザイン確定

版の作成

校了

包材の印刷・加工（組立など）

包材の納入

食品の製造・加工

販売

食品メーカーの
プロセス

印刷業者の
プロセス

食品メーカーの
プロセス

- ・このプロセスに、一般的な改版においても、2～3か月要することがある。
- ・PB商品の場合、試作品の段階で、ブランドオーナー（必ずしも食品業界の事業者とは限らない。）への説明を要し、更に時間がかかる。
- ・一般の膨大な表示ルールの変更の際し、見落としのないチェックを食品メーカー及び印刷業者で行う必要がある。
- ・アレルゲン表示の確認については、社内での綿密な検討又は外部業者への委託を要する。
- ・旧版の在庫は、処分に約1年かかる（旬の生鮮食品を使用するなど、計画的な原料調達ができない食品の缶詰は、余剰包材を翌年使い回すのが通常）。

等の理由から、必ずしも効率的に全ての改版作業が行えるとは考えられず、**改版には4年程度必要。**

今般の表示ルール変更に伴う、添加物の表示に係る改版の流れ(販売まで)

①販売先(取引先)に対する、表示項目の変更の連絡及び承認には、最長で11か月かかる。

※ 添加物の多くは業務用添加物。業務用添加物は、原料として使用されるため、留型商品が多く、小規模なメーカーでも数百アイテムの包材を有していることがある。留型商品は、販売先(取引先)に対し、アイテムごとに、表示変更の説明をし、了承を得ることが必要。その際、限られた人員で外勤や出張を行うこととなる。

②社内における表示案やデザイン案の立案、規格書の改訂・再発行には、最長で16か月かかる。

③見積りから納入までに最長で5か月を要する。

社内検討
 ※中小の事業者の場合、コンサルティング等外部に意見を求めたり、印刷業者に改版原稿の作成を委託することがある。

見積り

契約

デザイン案の作成

試作品作成(体裁見本)

デザイン確定

版の作成

校了

包材の印刷・加工(組立)

包材の納入

食品の製造・加工

販売

食品メーカーの
プロセス

印刷業者の
プロセス

食品メーカーの
プロセス

④印刷業者から新しい包材が納入される時期が決まったら、旧版の生産調整(在庫の処分)を開始する。生産調整には、平均で7か月を要する(留型商品の場合はラベル・包材の消化が遅い※)ため、2~5年を要することがある。
 ※ 販売先(取引先)が決まっているため、一度に大量の包材を要しない留型商品であっても、コスト等の事情から、一定の印刷単位(ロット)で包材を購入する必要があるということ

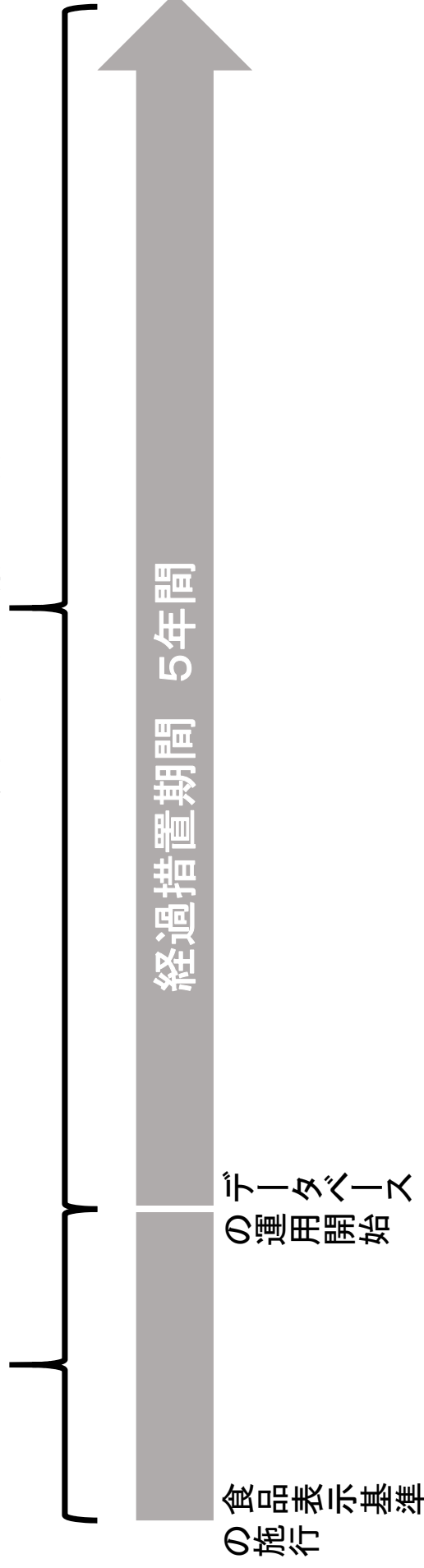
①~④の各プロセスで最長要する期間を足し合わせると、39か月以上を要する。平成20年の加工デンプンに係る食品衛生法施行規則改正の際に2年半の経過措置期間を設けた例があるが、今回はその改正の際とは異なり、ほぼ全ての添加物について表示の変更が生じること、賞味期限の長い業務用添加物(例:5年)については、経過措置期間内に販売できないと、製品の在庫消化ができなくなってしまうことを考慮すると、4年程度の経過措置期間が必要であると考えられる。

食品表示基準における経過措置期間の案

したがって、加工食品と添加物の経過措置期間については、製造所固有記号制度のデータベース整備に要する期間（1年間）に加え、4年間に設ける必要がある。

製造所固有記号制度のデータベース
整備に要する期間（1年間）

加工食品及び添加物の表示の
改版に要する期間（4年間）



※ 消費者庁としては、5年以内の可能な限り早い時期に、事業者が表示の改版を進め、消費者が新たな表示ルールの下で商品選択ができるように、新たな表示ルールの普及に努めていく。