

食品のインターネット販売における情報提供の在り方懇談会

検討項目

購入時に食品自体が遠隔地にある場合、消費者は当該食品を手にとってその表示を確認することができないことなどの事情を踏まえ、インターネット販売に係る情報に関する次の事項を検討

(1) 必要な情報の内容

(2) 必要な情報提供の方法

(3) 情報提供の促進のための方策

(4) その他

スケジュール

平成28年秋頃を目途に取りまとめを行う

構成員

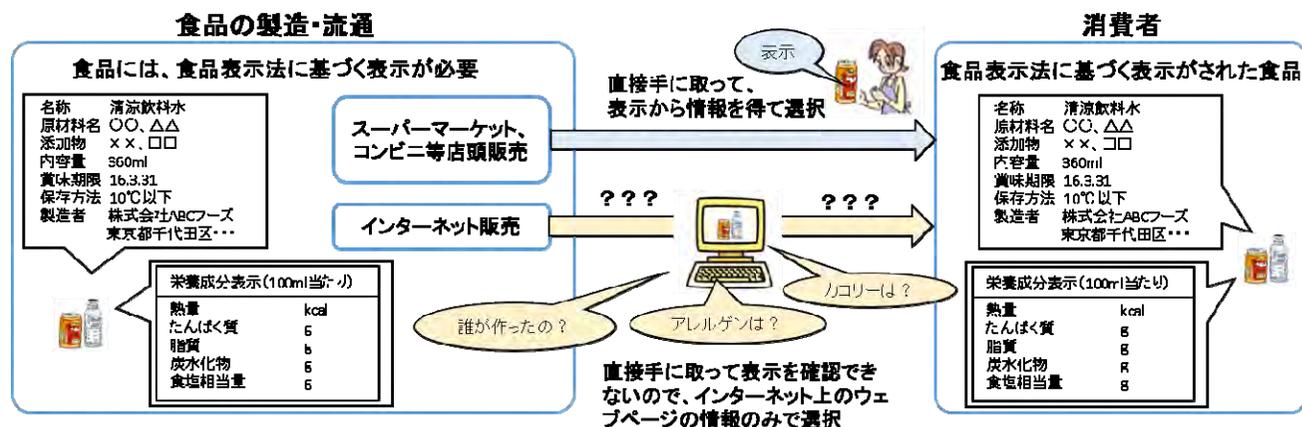
片岡 康子	一般社団法人新経済連盟事務局
岸 克樹	日本チェーンストア協会食品委員会委員
小柳 輝	アジアインターネット日本連盟
斉藤 剛	株式会社高島屋クロスメディア事業部総務部部長
迫 和子	公益社団法人日本栄養士会専務理事(座長代理)
笹川 博子	日本生活協同組合連合会執行役員組織推進本部本部長
澤木 佐重子	公益社団法人全国消費生活相談員協会食の研究会代表
武石 徹	一般財団法人食品産業センター企画調査部部長
竹内 淑恵	法政大学経営学部教授
松岡 萬里野	一般財団法人日本消費者協会理事長
丸山 正博	明治学院大学経済学部教授
森田 満樹	消費生活コンサルタント
湯川 剛一郎	東京海洋大学先端科学技術研究センター教授(座長)

食品のインターネット販売における情報提供の在り方懇談会スケジュール

平成27年12月4日	第1回	検討内容の決定、今後のスケジュール等
平成28年1月26日	第2回	 事業者ヒアリング
平成28年3月9日	第3回	
平成28年3月30日	第4回	
平成28年4月28日	第5回	消費者ヒアリング
平成28年5月24日	第6回	事業に関わっている委員からのヒアリング
	第7回	 アンケート結果の提示・解析・議論 <検討テーマ> ・必要な情報の内容 ・必要な情報提供の方法
	第8回	
	第9回	 取りまとめのための議論
	第10回	
平成28年秋頃		報告書公表

食品のインターネット販売における情報提供の在り方懇談会開催の背景

- ◆ 「インターネット販売の取扱い」は、「食品表示一元化検討会報告書」(平成24年8月9日公表)において、専門的な検討の場を別途設け、引き続き検討すべき課題とされ、消費者基本計画(平成27年3月24日閣議決定)においても実態を踏まえた検討を行うべき個別課題として検討を行うこととされている。
- ◆ 新たな食品表示制度では、食品表示法の目的である、食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保を図るため、従来より食品ラベルの情報を充実させたところ。
- ◆ 一方で、消費者がインターネットを通じて食品を購入する際、食品を直接手に取ることができず、ウェブページでしか情報を確認できない。そのため、食品表示に関する情報が必ずしも消費者に対して伝達されていない場合もある。
- ◆ 食品のインターネット販売は、近年、その利用が急増、今後も成長が見込まれる業態であるところ、消費者の利用も一層増えることが見込まれる。このため、新たな食品表示制度の開始に当たり、その情報提供の在り方について検討を行う必要がある。



3. 懇談会の検討対象

検討対象

インターネット販売とは、一般的にインターネット上でデジタル情報の双方向性^(注)を確保しつつ、商品を売主と買主が非対面で売買する販売形態をいい、以下のものが該当する。

(注) 企業などから発信される情報を消費者等が受信するだけでなく、消費者などがインターネット等を通じて情報を発信・収集し、受信者と発信者が双方向で情報をやりとりできること。

①	宅配	実際の店舗を構えず、通信販売でのみ販売する業態のもの。
②	ネットスーパー	実際の店舗を構えている小売業者が、インターネット上でも販売を行っている業態のもの。
③	お取り寄せ	食品を生産、製造又は加工する事業者が、インターネット上で中間流通業者を介さずに販売を行う業態のもの。
④	ネットモール	運営者がインターネット上の1つのサイトに、複数の出店者を募って販売させる仮想市場のこと。

なお、本懇談会においては、食品におけるインターネット販売について検討を行う。

※インターネット上のウェブページは広告として取り扱われており、広告を対象とする景品表示法等で規制されているところ。本懇談会は、この現在の規制枠組みの下で検討を行うものである。