

# 『商品情報の効率的なやりとり』研究会

## 第2回 研究会 議事次第

日時：平成22年9月17日（金）14:00～17:00

場所：中央合同庁舎4号館 108会議室

1. 開会挨拶（農林水産省 FCPチームリーダー 神井調査官）
2. 研究会の進め方、本日の作業内容（事務局）
3. グループディスカッション  
\*情報のやりとりの目的別分類
4. グループディスカッション結果発表
5. 閉会挨拶（農林水産省 FCPチームリーダー 神井調査官）

### 配布資料

資料1 参加者名簿

資料2 第2回「商品情報の効率的なやりとり」研究会

資料3 消費者への情報提供の場面別情報項目一覧

## 資料1

平成22年9月17日(金) 14:00~17:00

農林水産省4号館会議室 108号室

## 第2回「商品情報の効率的なやりとり」研究会

	企業名
1	味の素株式会社
2	株式会社アール・ピー・アイ
3	株式会社イトーヨーカ堂
4	株式会社内田洋行
5	花王株式会社
6	カゴメ株式会社
7	有限会社キムラビジネスネットワーク
8	株式会社シジシージャパン
9	太陽化学株式会社
10	株式会社東急ストア
11	東京海上日動リスクコンサルティング株式会社
12	東洋冷蔵株式会社
13	株式会社ニチレイフーズ
14	テーブルマーク株式会社
15	株式会社ファイネット
16	株式会社ミツカン
17	三菱化学メディエンス株式会社
18	三菱商事株式会社
19	株式会社菱食
20	株式会社ローソン

## &lt;本日も欠席&gt;

1	財団法人食品流通構造改善促進機構
2	テュフラインランドジャパン株式会社
3	株式会社日清製粉グループ本社
4	株式会社ファミリーマート
5	明治乳業株式会社
6	横浜商科大学地域産業研究所

※敬称略／企業名五十音順

平成22年度 第2回  
「商品情報の効率的なやりとり」  
研究会について

平成22年9月17日  
農林水産省

フード・コミュニケーション・プロジェクトチーム

## 「商品情報の効率的なやりとり研究会」の目的

消費者の食への信頼向上の為に、事業者間でやりとりされる商品に関する情報は増加しており、フードチェーンの各段階で情報のやりとりに関する作業も増加しています。また、同じやりとりの場面でも多様な関係者の間で立場が異なることから、商品情報のやりとりについての考え方は異なる傾向にあり、問題は複雑化しています。

このため、お互いの立場、考え方の違いを認識しつつ、消費者の信頼確保と情報のやりとりの効率化という目的を共有して課題解決に取り組む必要があります。

本研究会では「協働の着眼点」にもとづき、消費者を起点として、フードチェーン全体で情報共有の手法を研究することにより、事業規模に関わらず、全てのステークホルダーの間で、商品に関する情報(特に品質情報)が効率的にやりとりされるための論点を整理し、協働での対応方向を研究します。

### 平成21年度分科会での問題提起(一部抜粋)

やりとりする情報の目的(情報の活用方法)が不明確

多様な調達現状から正確性が担保出来ない場合がある(変化する情報)

情報提供出来ない場合がある(ノウハウに関する情報)

記入出来るお取引先、記入出来ないお取引先の差がある

# 研究会の運営について

- (1) 研究会の資料・議事概要については、ホームページ等で原則公表します。その際議事概要等は、発言者が特定できないようにしてから公表いたします。ただし研究会の議論内容が、企業秘密に触れたり、個人の権利・利益を害する恐れがあると判断した場合には、研究会資料等を非公表とします。
- (2) 本研究会では効率的な議論を行うため、研究会開催前のアンケートやヒアリングによって、参加者の意向を伺いながら進めます。
- (3) 研究会のアウトプット等は、FCPの成果として公表することを原則とします。

## 『検討作業におけるルール』

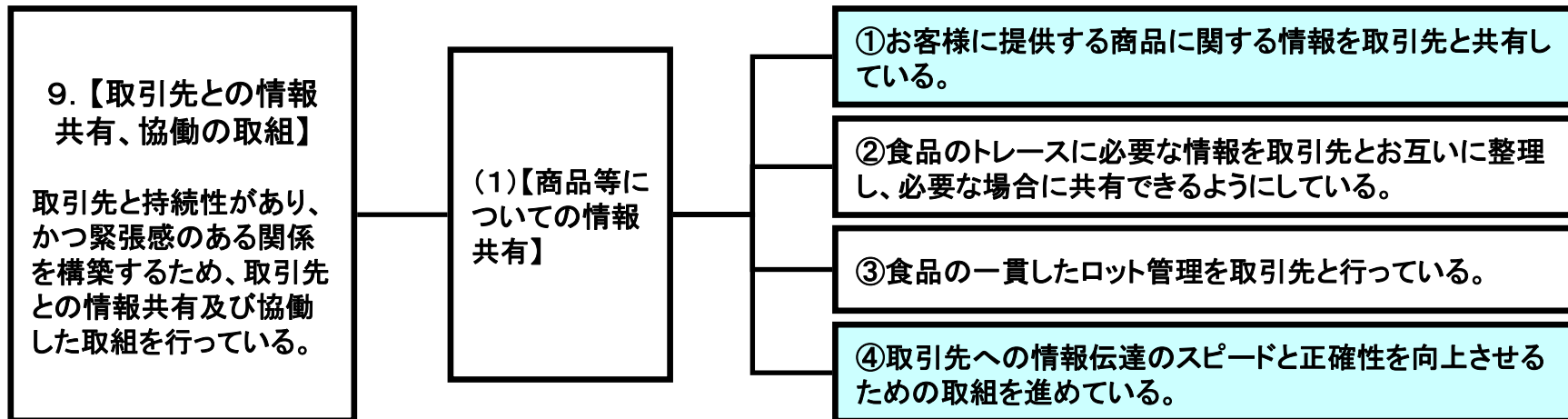
- ① ステークホルダー間でのWIN-WINの関係づくりを重視すること
- ② 建設的・効果的な意見交換に貢献すること  
(批判に終始せず、対案を提示するように努めること)
- ③ 個別の組織や団体に対する、誹謗・中傷は行わないこと  
(研究会においては、事業者間の利害調整等はいりません)

# 研究会の進め方①

## 「協働の着眼点」取引先に関するコミュニケーション

### 9.【取引先との情報共有、協働の取組】

項目の説明: お客様に安全で適切な食品を安定的に供給し、その信頼を獲得するには、取引先と協力して、商品等の情報を共有することによって、正確な情報をお客様に提供するとともに、商品開発や業務の見直しを行うことが重要だと考えます。



特に小項目のうち

- ①お客様に提供する商品に関する情報を取引先と共有している。
  - ④取引先への情報伝達のスピードと正確性を向上させるための取組を進めている。
- に関し、事実関係や相互の認識を共有するとともに対応方向について研究します。

## 研究会の進め方②

### 【方針】

- ・協働で取り組む
- ・積み上げで議論する
- ・小さくても成功例を作る

### 研究のプロセス

事実の共有

課題の共有

WIN WINの解の模索

①お客様に提供する商品に関する情報を取引先と共有している。

④取引先への情報伝達のスピードと正確性を向上させるための取組を進めている。

共有している情報の  
たな卸し

実際の取組事例の  
たな卸し

情報の性質に応じて  
整理

取組の目的、手法に応じて  
整理

情報のやり取りに関する  
課題を抽出

スピードと正確性を向上  
させるための課題を抽出

情報共有のあり方について意見交換

協働での対応方向について検討

本研究会では協働の着眼点の「商品等についての情報共有」をベースに、消費者の信頼を確保するために、事業者間の情報のやりとりをいかに効率的に行うかという研究を、参加者による積み上げの協働作業により進めます。直接的に仕様書のフォーマットやシステムについて議論することは予定していません。(研究が進むなかで、参加者の希望により議論する可能性はあります)

# 議論のステップ

Step1 消費者への情報提供の場面を起点に事業者間でやりとりされる情報の整理

商品包装(パッケージ) 顧客相談(問い合わせ) 議論 HP公開 等

Step2 消費者の食への信頼確保の為に、やりとりされる情報を目的ごとに分類

法令遵守の為に必要な情報とは？  
(表示をする為に必要な情報等)

消費者に発信したい情報とは？

消費者より問い合わせがあった時に  
必要な情報とは？

情報の信頼性を  
担保する情報とは？  
(検査証等)

Step3 分類した情報の持つ特性について整理

機密性

参照頻度

更新頻度

完全性

等

Step4 情報共有のために必要なマネジメントについて検討する

フードチェーンの各段階で、どの様な情報を把握し、共有する必要があるか

情報伝達のスピードと正確性を確保する為に、どのような取組が必要か

等



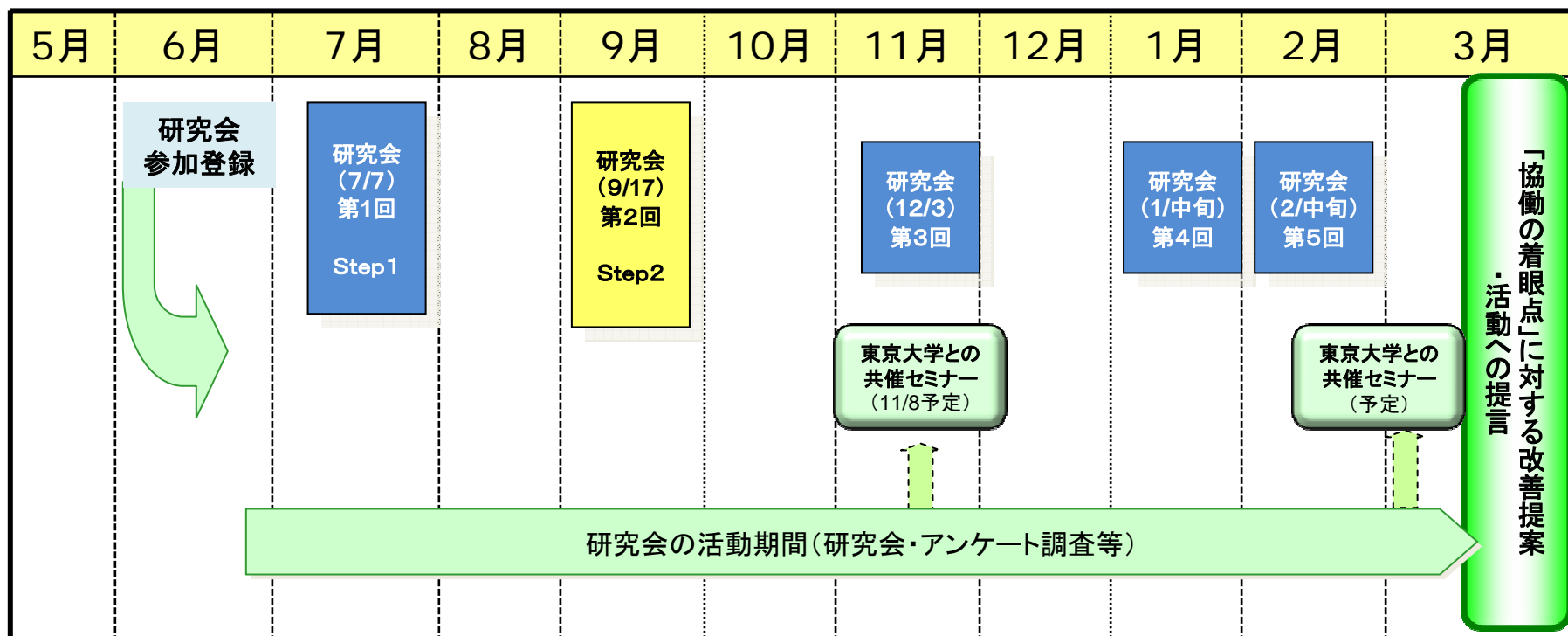
# 研究会の進め方とスケジュール

○研究会：年間5回の開催を予定しています。

（開催回数は研究会での検討状況に応じて変更する場合があります）

○東京大学との共催セミナー：年間2回を予定しています。

・研究会の取組、成果報告を発表する予定です。



# 研究会アウトプットイメージ(案)

フードチェーンの各段階で、どの様な情報を把握し、共有する必要があるか

情報項目	Step 1: 第1回研究会				Step 2: 第2回研究会				Step 3: 第3回研究会(予定)				Step 4: 第3回研究会(予定)			
	消費者への情報提供の場面				消費者の食への信頼確保の為にやりとりされる情報の目的				消費者の食への信頼確保の為にやりとりされる情報の持つ特性				フードチェーンの各段階で把握し共有する必要がある情報			
	商品包装	問い合わせ	店頭	HP	法令遵守の為に必要な情報	消費者に発信した情報	消費者より問い合わせがあった時に必要な情報	情報の信頼性を担保する情報	機密性	参照頻度	更新頻度	完全性	小売	卸	メーカー	原料サプライヤー
商品名	○															
賞味期限・消費期限		○														
商品画像(一括表示)	○															
アレルギー物質(表示義務7品目含む25品目)	○															
アレルギー物質(25品目以外)		○														
遺伝子組換え農産物使用(表示義務)	○															
遺伝子組換え農産物使用(任意表示有)		○														
原材料原産地(表示義務)	○															
原材料原産地(表示義務以外)		○														
配合割合		○														
添加物のキャリーオーバー				○												
加工助剤		○														
対象者限定注意喚起(グレープフルーツ含等)		○														
賞味期限の設定根拠		○														
残留農薬検査結果																
調理レシピ、食べ方																
問い合わせ先情報	○															
流通情報(コールドチェーン)				○												
安全・安心の(自社での)取り組みアピール																○

**情報項目を  
やりとりする場面、情報の目的、  
情報の特性に整理**  
 ↓  
**フードチェーンの各段階で把握、  
共有する情報として、とりまとめ**

→ 情報伝達のスピードと正確性を確保するために、どのような取り組みが必要か？

## 本日の作業

第1回の作業から消費者との接触ポイント別に抽出した情報項目について、情報をやりとりする目的ごとに分類します。

作業1:各テーブルの作業用紙の情報項目ごとに、やりとりする目的のところに「○」をしてください。

- \* 目的が複数ある場合は、複数箇所に「○」をしてください。
- \* 議論となったポイントは付箋に記入して貼付してください。

作業2:各テーブルごとに議論となったポイントを中心に発表いただきます。

グループ A・B      項目    1～ 58

グループ C・D      項目 106～168

グループ E・F      項目 169～227

全グループ 共通      項目 59～105

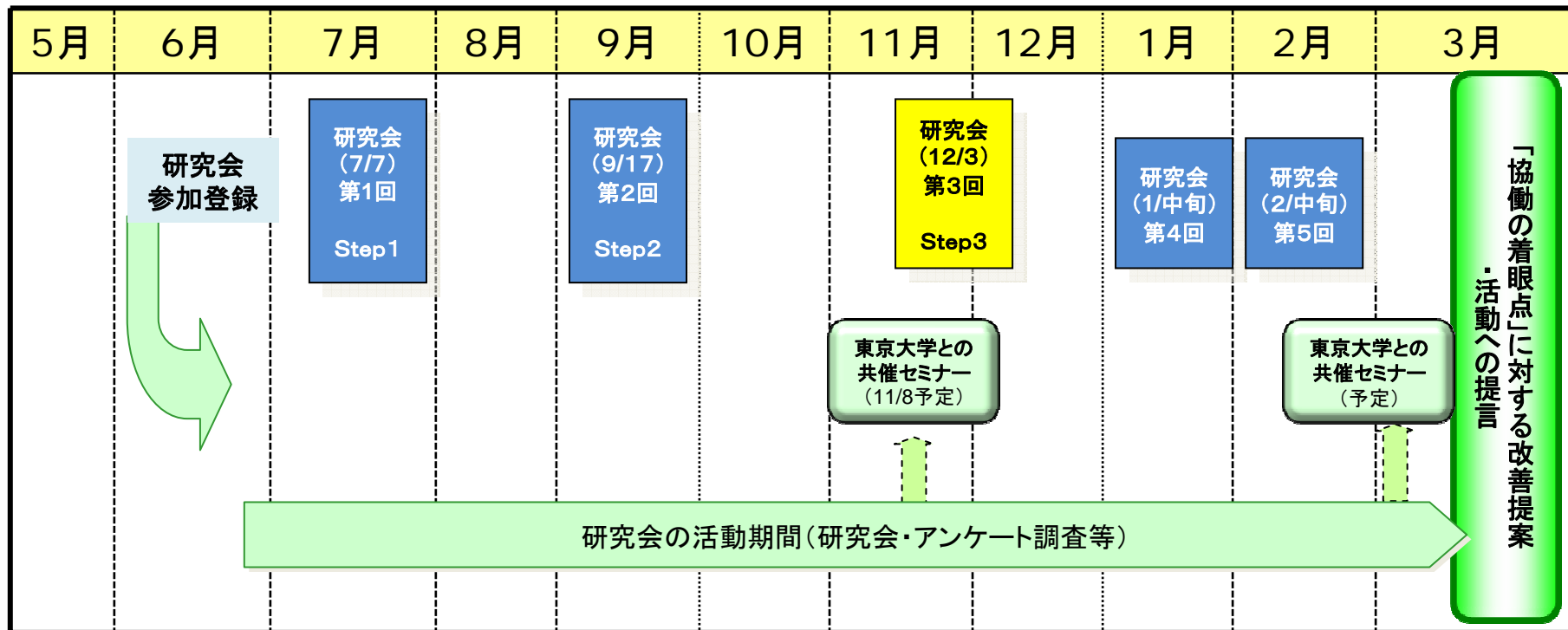
# 次回研究会のご案内

○第3回研究会:12月3日を予定しています。(詳細は後日連絡します)

第3回では商品情報の持つ特性について議論する予定です。

特性=「可用性」「更新頻度」「機密性」「参照頻度」「量」「完全性」など、

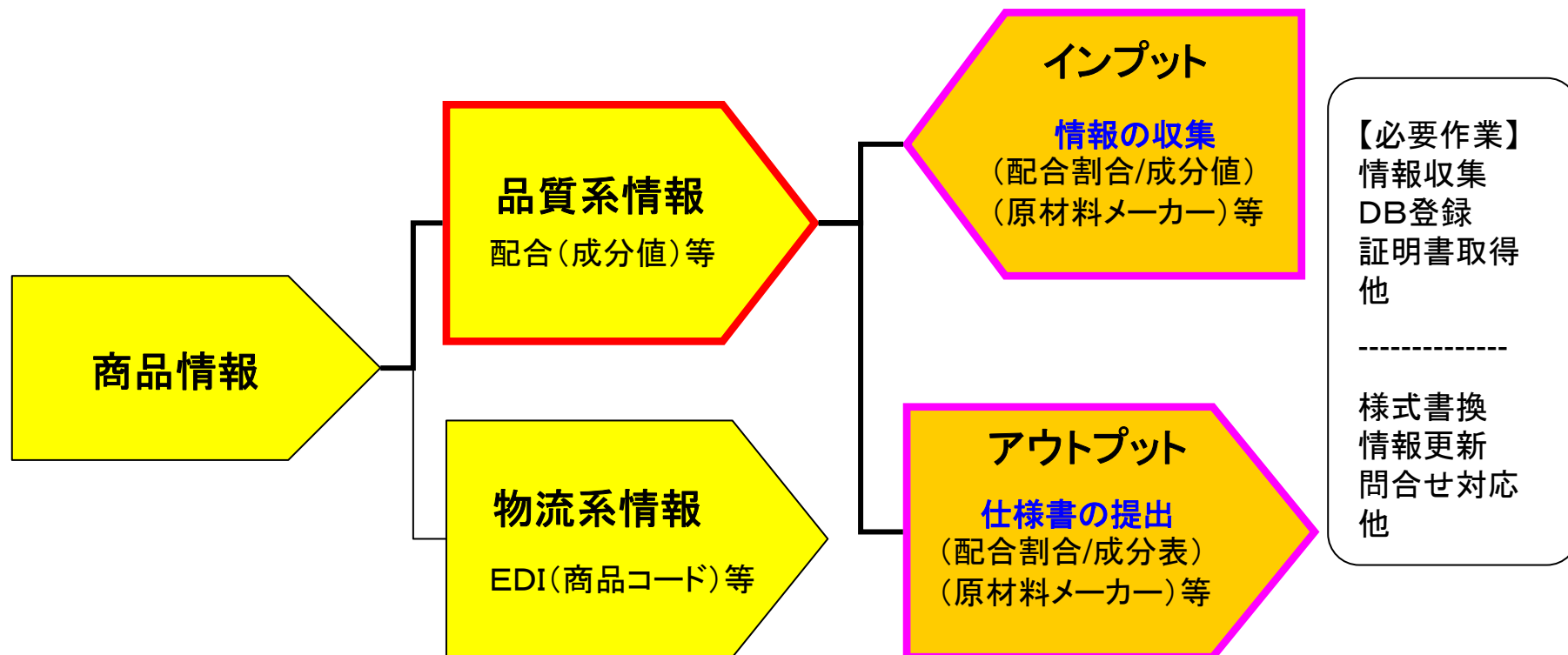
後日、アンケートをお願いしますので、よろしくお願いします。



# 参考資料：グループワークの前に（品質系情報とは①）

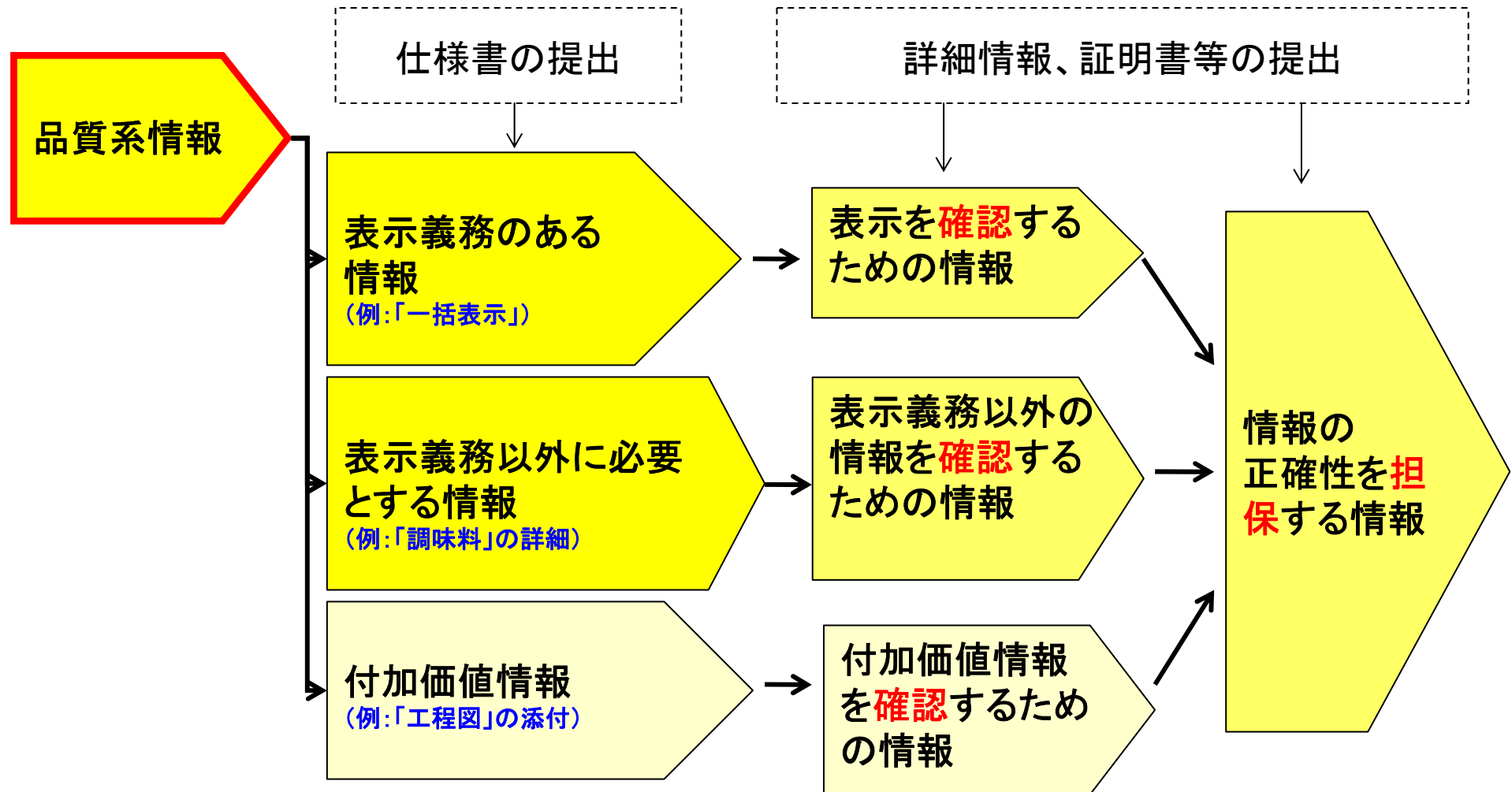
## 品質系情報とは①

品質系情報については、1アイテムごとに作業が発生



# 参考資料：グループワークの前に（品質系情報とは②）

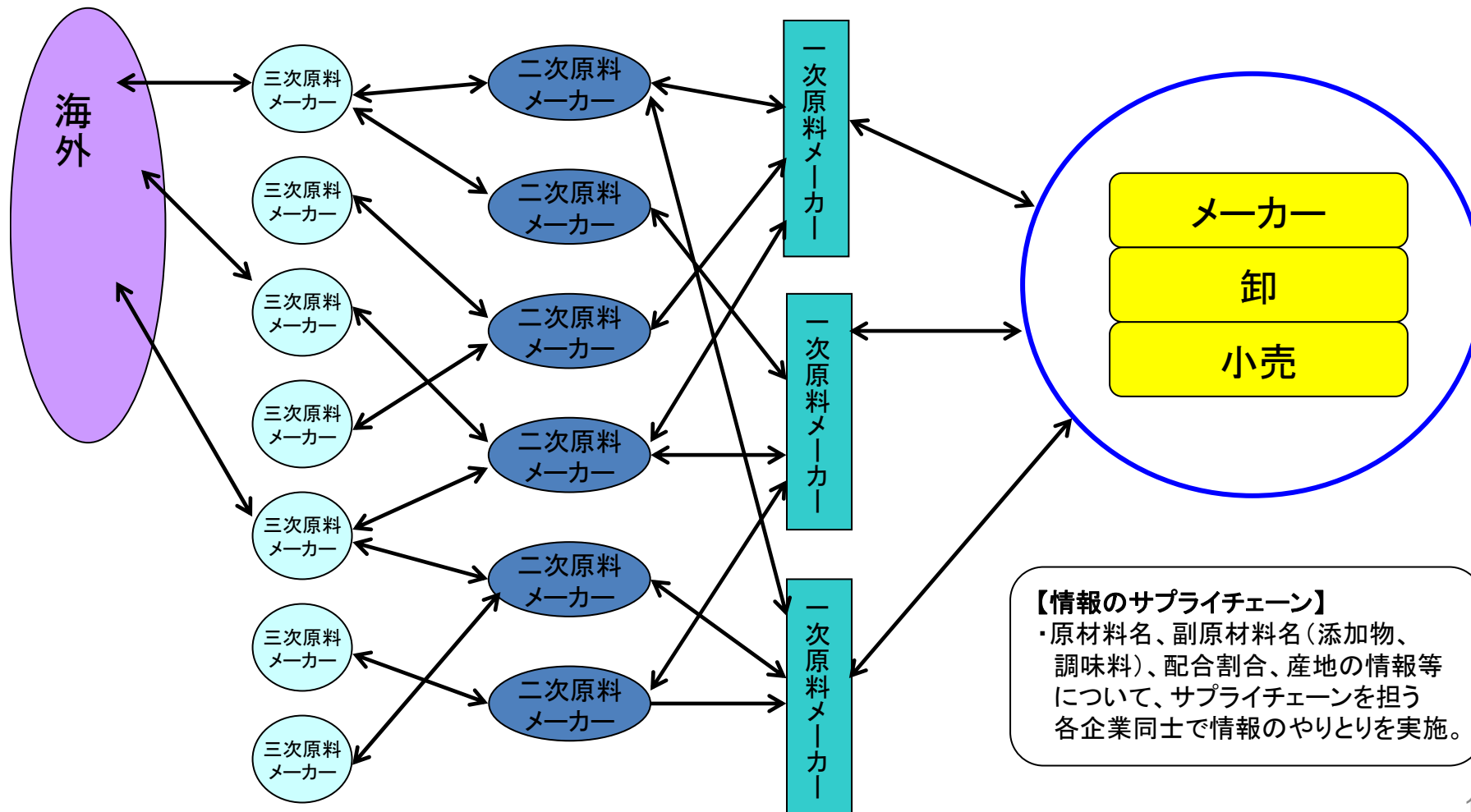
## 品質系情報とは②



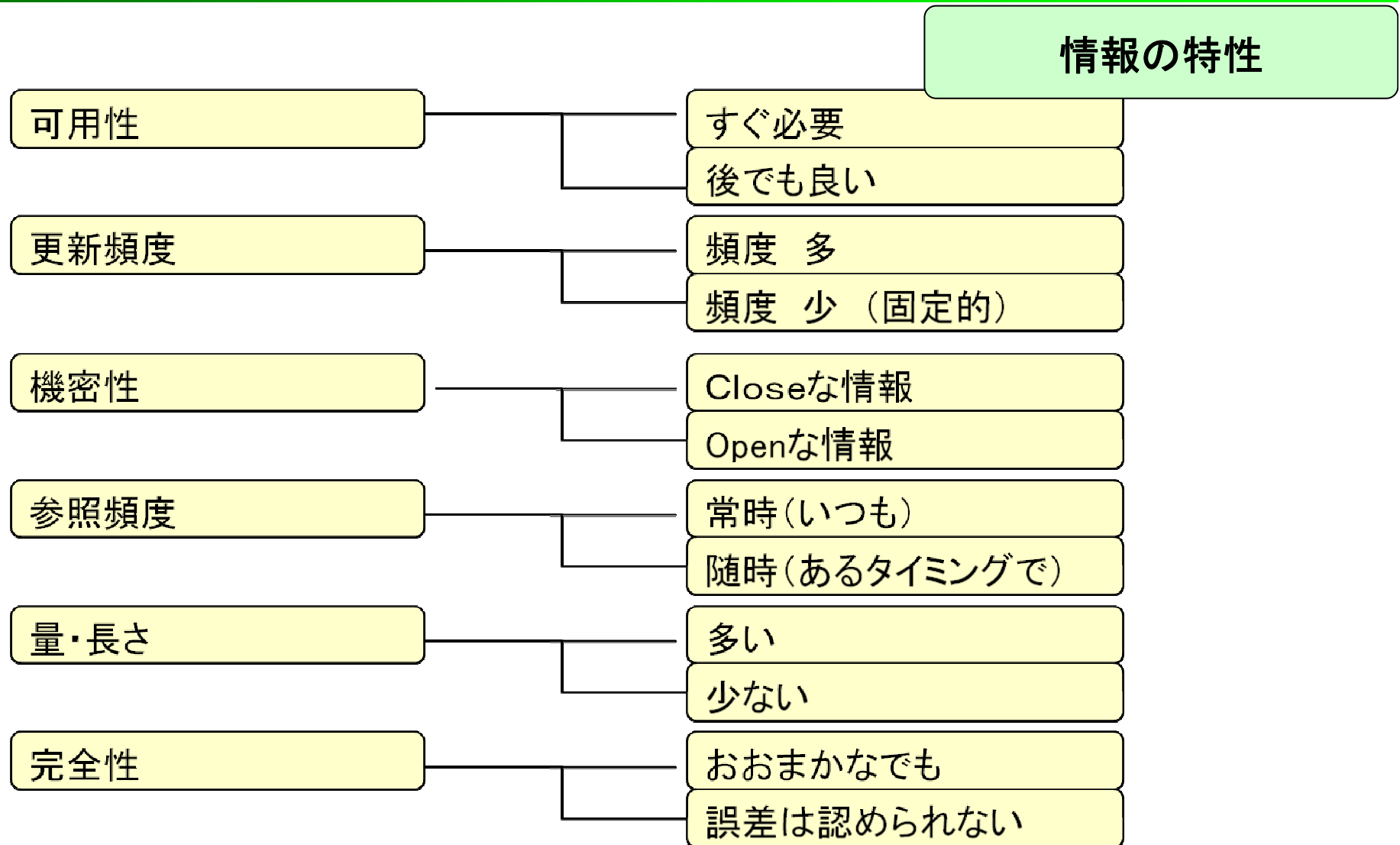
# 参考資料：グループワークの前に（品質系情報とは③）

情報のやりとり業務

サプライチェーンを通じて情報量は膨大になっている



## 参考資料：グループワークの前に（品質系情報とは④）



※情報には「変化するもの」「変化しないもの」がある(H20年度研究会より)



消費者への情報提供の場面別情報項目一覧

第1回研究会で消費者とのコンタクトポイント別に抽出した情報項目の一覧です。第2回では消費者の信頼確保の為にやりとりされる情報の目的別に分類する作業を行います。

\*項目の表現として、範囲が広く、他の項目でカバーしていると考えられる項目は議論対象から外しています。

\*項目の表現は同じでも、情報提供の場面が異なる場合は、情報の目的が異なることが考えられるため、行を分けています。

商品情報	step1: 第1回研究会				step2: 第2回研究会			
	消費者への情報提供の場面				消費者の食への信頼確保の為にやりとりされる情報の目的			
	商品包装(パッケージ)	お客様相談窓口	店舗(販売・pop)	HP	法令遵守の為に必要な情報(表示をする為に必要な情報等)	消費者に発信したい情報	消費者より問い合わせがあった時に必要な情報	情報の信頼性を担保する情報(検査証等)
1	商品名(メーカー正式名称)	○						
2			○					
3	名称(一括表示内)	○						
4	商品規格(規格・重量・サイズ)	○						
5				○				
6	商品1個の重量・サイズ(1パックではなくバラのサイズ)	○						
7		○						
8	1袋の入数(規格ではないもので1パックに何個入っているか)	○						
9	内容量(一括表示内)	○						
10	荷姿(ケース入り数・合せ)				○			
11	生産国(商品)	○						
12	販売者	○						
13	製造者	○						
14	工場所在地		○					
15				○				
16	製造工場(固有記号)		○					
17		○						
18	製造工場名		○					
19				○				
20	輸入者情報	○						
21	ブランド		○					
22	特許		○					
23	消防法		○					
24	生産能力		○					
25	ロット単位							
26	JANコード	○						
27	自社の商品コード		○					
28	トレーサビリティ情報	○						
29	配送サイズ				○			
30	価格		○					
31	組織図		○					
32	経営理念				○			
33	品質保証体制				○			
34	事故が起きた時の回収情報、原因、対策				○			
35	安全・安心の取り組み(自社での取組アピール)		○					
36			○					
37			○					
38	安全・品質の取組		○					
39				○				
40	ISO認定		○					
41	PL保険		○					
42				○				
43	営業許可		○					
44	問い合わせ先情報	○						
45	クレーム対応窓口情報		○					
46	購入先(どこの店舗で購入することが出来るか?)		○					
47		○						
48	健康訴求内容			○				
49				○				
50	販促フレーズ			○				
51	鮮度に関する情報			○				
52		○						
53	商品特徴			○				
54				○				
55	誤認されやすい問合せへの回答(味の特性、沈殿)	○						
56			○					
57	食経験情報(いつ頃から食されているか?)			○				
58				○				
59	原材料名	○						
60	一次原料		○					
61	二次原料		○					
62	二次原料			○				
63	三次原料		○					
64	四次原料	○						
65	基原原料情報(変動情報でも) *1		○					
66	基原原料 *1			○				
67	基原原料の原産地 *1		○					
68		○						
69	一次原料加工国・加工者(基原原料原産地ではなく、最終加工国・加工者の情報)		○					
70				○				

情報本来の目的で記入してください。  
派生的に発生する目的がある場合は「△」  
を記入してください。  
(例)  
表示義務以外の原材料産地を商品包装に表示  
は「消費者に発信したい情報」=○  
↓  
表示することにより「法令遵守の為に必要な情報」=△

「消防法」はどのような状況の時に  
お客様対応窓口でやりとりされるのか、  
わかる方はコメントをお願いします。

\*1 基原原料: 第一次農畜水産品そのものを指す。たとえば、食用油における大豆など。

商品情報	step1: 第1回研究会				step2: 第2回研究会			
	消費者への情報提供の場面				消費者の食への信頼確保の為にやりとりされる情報の目的			
	商品包装(パッケージ)	お客様相談窓口	店舗(販売・POP)	HP	法令遵守の為に必要な情報(表示をする為に必要な情報等)	消費者に発信したい情報	消費者より問い合わせがあった時に必要な情報	情報の信頼性を担保する情報(検査証等)
71								
72	原材料原産地(表示義務)							
73								
74								
75								
76	原材料原産地(表示義務以外)							
77								
78								
79	原材料原産地(主原材料)							
80	仕入業者名(原材料)							
81								
82	主要原料加工国							
83								
84	複数産地の原料産地							
85	原産国情報							
86								
87	原産地の捉え方の説明							
88	原材料組成割合(仕込量でなく、加工工程で乾燥された組成割合(乾物換算))							
89								
90								
91	アレルギー物質(義務以外も含め25品)							
92								
93								
94	アレルギー物質(25品目以外)							
95								
96	遺伝子組換え農産物使用の有無							
97								
98	遺伝子組換え農産物情報(表示義務)							
99								
100	遺伝子組換え農産物情報(任意)							
101	遺伝子組換え農産物情報(別生産流通管理)							
102	BSE情報							
103	栽培情報							
104								
105	生産情報(飼養管理など)							
106	MSDS情報(GHS対応) * 2							
107								
108	REACH情報 * 3							
109								
110	キャッチオール規制情報(原料が該当するかの確認) * 4							
111								
112	輸度							
113	原材料のトレース情報							
114								
115	水揚げ～製造までの流通方法							
116	放射線による殺菌の有無(特に香辛料)							
117								
118	添加物							
119								
120	加工助剤							
121	添加物のキャリーオーバー							
122								
123	添加物由来原料(コーシャー情報) * 5							
124	使用添加物の安全性							
125	添加物製剤の主剤・副剤情報							
126								
127								
128	未認可添加物 不使用の確認							
129								
130	配合割合							
131								
132	配合情報(特定原材料などの配合情報)							
133	包材素材							
134								
135	包材仕様							
136	包材安全証明証(検査証)							
137								
138	品質保持剤の種類、名称							
139								
140	製造工程図(製造工程フロー)							
141								
142	工程検査(内容と検証)							
143	製造工程中の溶剤などの情報							
144								
145	HACCP(CCP)							
146	CCP及びHACCPプランに関する情報							
147	異物除去工程							
148	異物混入防止対策							
149	加熱中心品温							

\* 2 MSDS情報: 化学物質安全性データシート、または、製品安全データシート、(英語) Material Safety Data Sheet 略称MSDSは、化学物質や化学物質が含まれる原材料などを安全に取り扱うために必要な情報を記載したもの。GHS(化学品の分類および表示に関する世界調和システム: Globally Harmonized System of Classification and Labelling of Chemicals) 対応版での提出依頼が少しずつ増えてきており、MSDSの要求内容も変化してきています。

\* 3 REACH情報: 化学物質の『登録(Registration)/評価(Evaluation)/認可(Authorisation)/制限(Restriction)に関わる規則』。欧州域内で年間1t以上製造・輸入される全ての化学物質について、安全性や用途に関する情報を登録することが義務。

\* 4 キャッチオール規制情報: すべての貨物・技術を対象として、大量破壊兵器の開発等に用いられるおそれがある場合には、経済産業省に対して輸出許可の申請を行わなければならないとする規制のこと。リストなどを提示してそれに該当する物品や対象国に対する輸出だけを規制するのではない点で、「キャッチオール」と呼ばれる。

\* 5 コーシャーとは、ユダヤ教のうち、食べ物に関する定め(律法)に合致した作り方をしたものを言います。「コーシャー」とはヘブライ語で「ふさわしい」とか「適正な」という意味。

商品情報	step1: 第1回研究会				step2: 第2回研究会			
	消費者への情報提供の場面				消費者の食への信頼確保の為にやりとりされる情報の目的			
	商品包装(パッケージ)	お客様相談窓口	店舗(販売・POP)	HP	法令遵守の為に必要な情報(表示をする為に必要な情報等)	消費者に発信したい情報	消費者より問い合わせがあった時に必要な情報	情報の信頼性を担保する情報(検査証等)
150		○						
151	アレルギー物質コンタミ情報		○					
152				○				
153	生産ラインの洗浄方法		○					
154	PH値		○					
155	X線検査		○					
156	金属検査		○					
157	テストピースサイズ(X線、金属検査)		○					
158	ベストコントロール(モニタリング)情報 *6		○					
159				○				
160	原材料の安全性(検査体系)			○				
161	残留農薬検査状況		○					
162	残留農薬検査成績書			○				
163	残留検査結果(農薬以外の添加物、抗生物質等)		○					
164				○				
165	微生物検査状況		○					
166	衛生検査成績書(水質・防虫防鼠等)			○				
167	公的検査機関の商品分析結果(理化学・有害物質など)		○					
168				○				
169	産地証明書			○				
170		○						
171	品種証明書(特徴ある品種の場合)		○					
172			○					
173				○				
174	LD50とか人への安全情報 *7		○					
175	保管サンプル個数と保管期間		○					
176	各種テスト(落下テスト、輸送テスト、保存テスト)		○					
177	栄養成分値(計算値)		○					
178	栄養成分値(分析値)		○					
179		○						
180	栄養成分表示		○					
181			○					
182				○				
183	栄養成分(表示していない場合)		○					
184	お問い合わせの多い項目(リン・カリウム)		○					
185	賞味期限・消費期限		○					
186			○					
187	賞味、消費期限の設定根拠			○				
188	製造年月日		○					
189	発売日			○				
190	業界認定マーク(有機JASマークなど)		○					
191			○					
192		○						
193	禁忌情報(食べ合わせによる薬との相性 グレープフルーツ等)		○					
194			○					
195				○				
196	注意表示		○					
197	保管条件		○					
198	保存方法		○					
199			○					
200	開封後の賞味期間・目安		○					
201	開封後の保管条件		○					
202	開封後の保存条件		○					
203	取扱方法		○					
204				○				
205	飲み方・食べ方		○					
206			○					
207	使用方法		○					
208		○						
209	調理方法		○					
210				○				
211	おすすめメニュー			○				
212		○						
213	調理レシピ、食べ方			○				
214				○				
215	期限切れ商品の可食判断		○					
216	商品の扱いに関するFGA			○				
217	流通情報(コールドチェーン)取り扱い			○				
218		○						
219	商品画像(一括表示)		○					
220				○				
221		○						
222	商品画像(外観)		○					
223				○				
224	ラベル写真		○					
225	荷姿写真		○					
226	商品画像(横割)			○				
227	メニューシズル		○					

\*6 ベストコントロール情報:ベストとは病名のベスト以外にも有害生物全般を意味し、コントロールとは文字通り制御を指します。人に有害な生物の活動を、人の生活を害さないレベルまでに制御する技術を「ベストコントロール」

\*7 LD50: 実験動物の半数が死亡すると推定される、投与した薬物の量。半致死量。

商品情報	step1: 第1回研究会				step2: 第2回研究会			
	消費者への情報提供の場面				消費者の食への信頼確保の為にやりとりされる情報の目的			
	商品包装(パッケージ)	お客様相談窓口	店舗(販売・POP)	HP	法令遵守の為に必要な情報(表示をする為に必要な情報等)	消費者に発信したい情報	消費者より問い合わせがあった時に必要な情報	情報の信頼性を担保する情報(検査証等)
項目の表現として、範囲が広く、上記の項目でカバーしていると考えられる項目。上記項目と分ける必要がある場合は、step2の欄に記入ください。								
1 商品サイズ				○				
2 バラサイズ(1パックではなくバラのサイズ)	○							
3 品質管理の差別化		○						
4 品質への取組				○				
5 効能・特徴			○					
6 原材料原産地	○	○	○	○				
7 包装材料詳細		○						
8 製造ライン				○				
9 カロリー(エネルギー)				○				
10 パッケージに表示してある情報				○				
11 ポジティブリスト管理		○						
12 最終食品への表示例		○						
13 食べ方、料理方法(品質情報以外でも)			○					
14 調理例	○		○	○				
15 メニュー例			○					
16 各工場情報開示				○				
17 お問い合わせ先	○							
18 商品のメリット、特徴、強調表示したいこと			○					
19 アレルギー物質詳細		○						
20 添加物詳細情報	○							
21 薬剤拮抗成分		○						
22 対象者限定注意喚起(グレープフルーツ等)								
23 製造規格	○							
24 生産環境				○				
25 衛生検査結果				○				
26 成績書		○						
27 専門的な安全性データ				○				
28 分析書		○						
29 個別調査情報		○						
30 製品の検査頻度								
31 品質検査(内容と検証)		○						
32 栄養情報		○						
33 成分規格		○						
34 第三者認定				○				
35 ネガティブ情報	○							
36 リスク情報(期限・成分)			○					
37 パッケージ表示内容が本当に正しいことの根拠		○						
38 ご注意(使用上の注意)	○							
39 包装材料証明書(検査書)				○				
40 食事レシピ			○					

## 第3回商品情報の効率的なやりとり研究会

開催日時：平成22年12月3日（金） 14:00～17:00

開催場所：農林水産省 4号館会議室

出席者：17事業者/組織 18名

### <議事次第>

1. 開会ご挨拶
2. 研究会の進め方・本日の作業内容説明（事務局）
3. グループディスカッション  
—休憩—
4. グループディスカッション結果発表
5. ファシリテーターまとめ
6. 閉会ご挨拶

### <議事概要>

はじめに、農林水産省フード・コミュニケーション・プロジェクト（FCP）の神井チームリーダーより、ご挨拶をいたしました。つづいて、事務局より配布資料（資料2）を使い、研究会の目的と進め方、本日の作業についてご説明いたしました。

その後、ファシリテーターの杉浦様の進行で、6つのグループに分かれてグループ作業を行い、作業結果の発表を行いました。

### <グループ作業及び作業結果について>

今回のグループ作業は、消費者へ発信、提供する商品情報を場面別に抽出した各情報項目について、消費者の食への信頼確保の為にやりとりされる情報の持つ特性に応じて分類する作業を行いました。具体的には、機密性（情報を発信する立場として）、完全性（情報を受信する立場として）、更新頻度（情報を発信する立場として）、参照頻度（情報を受信する立場として）の4つの特性別に分類を行いました。

作業につづいて、各グループより作業結果の発表を行いました。

各グループからの作業内容の発表は以下のとおり

#### A グループ

- 機密性、完全性については、難しいところもあるため更新頻度、参照頻度から行った。
- 常に更新がないか確認している訳ではなく、更新があった際には、連絡をもとに参照している。
- 原材料原産地、アレルギー、GMOのお客さま相談窓口については、頻度は多い。
- トレーサビリティ情報で、法律に関連する場合は、変更時更新が必要。
- 機密性に関しては、製造工場名、配合割合などノウハウ関わるものは開示できないもの

もある。これらは開示には条件が必要とした。36～38食経験情報など把握していないために、開示できない情報もある。

#### B グループ

- 情報の目的別に作業を行った。目的が法令遵守の項目は、常時開示可能であり、取引期間完全でなくてはいけない。目的が発信したい情報も常時開示可能であり、これも法令遵守と同様に完全でなくてはいけない情報。
- 法律上義務表示でないものは、要請により開示とした。情報受信時に完全で良いと考える。要請により開示の項目は、対応できるよう準備が必要。
- FCP では、中小企業にもわかりやすい形で整理しないとイケない。実際の情報のやり取りの際にも中小企業に関しては、わかるところのみを出してもらっている。今後は法律に対する理解を深めて頂くことも考えていかななくてはいけない。

#### C グループ

- 情報の場面が商品包装（パッケージ）の場合、情報の目的が法令遵守の場合は、常に開示が可能。
- 原材料の3,4次の情報はもっていない事業者もあり。要請により開示する場合は正しい情報を提供する必要がある。
- 81, 82 REACH 情報、83, 84 キャッチオール規制情報などは、添加物メーカーであれば把握が必要だが一般的には有事の時の情報とした。場合によっては開示が困難。
- 製造工程などは、開示には条件が必要だと思われる。
- 本来調べても無しに決まっているものとして99～101未認可添加物 不使用の確認、88, 89放射線による殺菌の有無は、項目として、そもそも不要と考える。

#### D グループ

- 原材料原産地を全て把握するのは難しい。可能性がある国を全て書くことで消費者は納得してもらえるのか疑問もある。
- 納入業者の開示は、基本的にノウハウ。開示には条件が必要になる。
- MSDS、キャッチオールは法律に該当する場合もある。輸出先がヨーロッパだと REACH 情報も該当する。原料としてどうかということであり、最終製品として要求されることはまずない。
- 59, 60原産国情報は輸入食品についてであると理解し表示に書かれているため、常時開示可能であり、取引期間で完全である情報だと考える。
- 61, 62乾物換算は、カップラーメンの卵やカップスープの具材など。ウェットな状態の仕込時でなく、乾物換算での情報が必要なため開示している。

- 95 添加物由来原料（コーシャ情報）は、添加物だけでなく食品も必要。またコーシャに限定するのはおかしい。ハラールも必要では。
- 99～101 未認可添加物は、規格書で求められることはなく、安全証明という位置づけでは？
- 製造工程図、工程検査は、ノウハウに関わる部分。必要最低限の開示が良いのではない。温度や時間は開示できない。
- 情報が手に入らず開示が困難なものもある。基本的に情報は開示していくべきと考えるが、全て消費者が必要としているかは別問題と思われる。全てを網羅するというのではなく、基本的に必要な情報とオプションを分けて考える。

#### E グループ

- 定義をまず明確にしていくことから詰めていった。
- 情報提供の場面を切り口に見ていった。パッケージ、HP は既に関示しているものであり、常時開示が可能。
- 46～48 一次原料加工国・加工者（最終加工国、加工者の情報）は、加工国は開示できるが加工者は開示できない場合もある。項目として分けた方が良い。
- 情報提供の場面で、たとえば HP のみの場合と HP+商品包装が含まれている場合では分類は異なる。

#### F グループ

- シーンはあるが、シチュエーションがわかりにくいものが多い。シチュエーションによって分類が異なるものがある。
- 開示困難にも2種類ある。一つは、機密によるものであり、これは企業の意思であるのに対し、もう一つは、調べようがなくわからない情報、これは企業の意思ではない。
- 情報の受信側からすると完全な情報が欲しいが、発信側からすると難しいものもある。
- 更新頻度で斜線を引いているものがあるが、これは、提供情報変更時、新規取り扱い時のどちらにも該当しないものであり、不要なもの。ただし、参照頻度として考えると聞かれた場合には答える必要がある。

#### ファシリテーターまとめ

- ・ 質問に対する受け止め方の違いによってバラつきや違いが出たと思う。今回は情報の持つ特性についてそれぞれ、多い、少ない、高い、低いという単純な整理ではなく尺度を広げようとしたことで、かえって定義づけがはっきりしなくなった。準備について課題もあったかもしれない。
- ・ シーンとシチュエーションという意見があった。シーンとはここで言う場面だろう。場面と目的のどちらを軸に議論したかによって、分類の結果も違いがあった。更にはシチ

ューションによっても違いがでてくるということ。

- ・ ただ項目を並べるだけで整理は難しいだろう。今回の議論で、共有できる部分もあるが、一覧表ではアウトプットできないものも多そうだとわかった。
- ・ 最終的には消費者のためになる情報を効率的にやり取りするためにどうすれば良いかという大前提に立ち戻りながら議論を進めていく。
- ・ 第4回の議論の整理に対する材料をもらえたと思っている。

#### 事務局連絡

- ・ 次回第4回は1月21日、第5回は2月24日を予定している。成果報告会は3月8日を予定。
- ・ STEP4として、情報共有のために必要なマネジメントについて検討をしていただく予定。

最後に神井チームリーダーより、以下の内容でご挨拶をし、第3回研究会を終了しました。

- ・ 過去3回の研究会の中で、今回は、どう議論し、どう整理するか最も難しかったと思っている。
- ・ いったん成果をまとめたいと考えているが、全ての議論の内容が一覧表の中できれいに整理され、網羅的にカバーする形にするのは難しいのではないかと考えている。
- ・ 議論を進めていく中で、より効率的な情報の取り扱い方法があるのではないかとという提案として、いくつかのオプションが出来るのではないかと。理想で言えば次回、次々回の議論の中で、情報の取扱いについて一定の傾向が出ているところについて、取扱いの提案オプションとして、まとめるための議論が出来るのが良いと考えている。この研究会で出た議論を詰めていけば、具体的にこういう提案が出来て行くんだというイメージを共有していきたい。
- ・ 当研究会では、消費者の方に伝える情報をいかに効率的に企業間でやりとりしていくかということの話をシステムではなく、どうコミュニケーションを進めていくのかという意味で議論が始まっている。効率化に対する別の解決方法があるはずだということ。
- ・ 次回は、皆様からの提案を頂いて方向性を出していく重要な部分となる。次回も積極的な参加をお願いしたい。

#### 【配布資料】

資料1 参加者名簿

資料2 第3回「商品情報の効率的なやりとり」研究会

資料3 消費者への情報提供の場面別情報項目一覧







37	食経験情報(いつ頃から食されているか?)			○			○		○					○		○		○		○		○
38						○								○		○		○		○		○
39	原材料名	○				○	○	○	○					○		○		○		○		○
40	一次原料		○				○	○	○					○		○		○		○		○
41	二次原料		○				○	○	○					○		○		○		○		○
42	三次原料		○				○	○	○					○		○		○		○		○
43	四次原料		○			○		○	○			○		○		○		○		○		○
44	基原材料 * 1		○				○	○	○					○		○		○		○		○
45	基原材料の原産地 * 1		○					○	○				○		○		○		○		○	○
46	一次原料加工国・加工者(基原材料原産地ではなく、最終加工国・加工者の情報)	○				○	○	○	○					○		○		○		○		○
47			○				○	○	○					○		○		○		○		○
48				○			○	○	○					○		○		○		○		○
49	原材料原産地(表示義務)	○				○	○	○	○					○		○		○		○		○
50			○				○	○	○					○		○		○		○		○
51				○			○	○	○					○		○		○		○		○
52					○		○	○	○					○		○		○		○		○
53	原材料原産地(表示義務以外)	○					○	○	○					○		○		○		○		○
54			○				○	○	○					○		○		○		○		○
55				○			○	○	○					○		○		○		○		○
56					○		○	○	○					○		○		○		○		○
57	仕入業者名(原材料)	○					○	○	○					○		○		○		○		○
58	複数産地の原料産地	○					○	○	○					○		○		○		○		○
59	原産国情報	○					○	○	○					○		○		○		○		○
60			○				○	○	○					○		○		○		○		○
61	原材料組成割合(仕込量でなく、加工工程で乾燥された組成割合(乾物換算))	○				○		○	○					○		○		○		○		○
62				○				○	○					○		○		○		○		○
63	アレルギー物質(義務表示)	○				○	○	○	○					○		○		○		○		○
64			○				○	○	○					○		○		○		○		○
65				○			○	○	○					○		○		○		○		○
66					○		○	○	○					○		○		○		○		○
67	アレルギー物質(推奨表示)	○				○	○	○	○			○		○		○		○		○		○
68			○				○	○	○					○		○		○		○		○
69				○			○	○	○					○		○		○		○		○
70					○		○	○	○					○		○		○		○		○
71	アレルギー物質(25品目以外)	○					○	○	○					○		○		○		○		○
72	遺伝子組換え農産物情報(表示義務)	○				○	○	○	○					○		○		○		○		○
73			○				○	○	○					○		○		○		○		○
74	遺伝子組換え農産物情報(任意)	○					○	○	○			○		○		○		○		○		○
75	遺伝子組換え農産物情報(分別生産流通管理)	○					○	○	○					○		○		○		○		○
76	栽培情報			○			○	○	○					○		○		○		○		○
77				○			○	○	○					○		○		○		○		○
78	生産情報(飼養管理など)				○		○	○	○					○		○		○		○		○

\*40~43は分かっていたら表示したい。(国産なら)

\*71のアレルギー物質(25品目以外)は法律以外を要請出来ないところあり

品名	step1: 第1回研究会 消費者への情報提供の場面										step2: 第2回研究会 消費者の食への信頼確保の為にやりとりされる情報の目的								step3: 第3回研究会 消費者の食への信頼確保の為にやりとりされる情報の持つ特性								資料3		コメント
	商品包装(パッケージ)	お客様相談窓口	店舗(販売・pop)	HP	機密性 (情報を発信する立場として)				元任性 (情報を受信する立場として)				更新頻度 (情報を発信する立場として)				参照頻度 (情報を受信する立場として)												
					高 開示困難	開示には 条件が必要	要請により 開示可能	低 常時 開示可能	高 取引期間完 全である情 報	情報受信時 完全である 情報	取引期間 大まかな情 報	情報受信時 大まかな情 報	多 提供情報変 更時	少 新規取扱い 時	多 日々の問い 合わせ発生 時	情報更新確 認時	少 新規取扱い 時	有 事の際											
39	原材料名	○			○	○	○	○					○		○		○		○		○								
40	一次原料		○				○	○	○					○		○		○		○		○							
41	二次原料		○				○	○	○					○		○		○		○		○							
42	三次原料		○				○	○	○					○		○		○		○		○							
43	四次原料		○				○	○	○					○		○		○		○		○							
44	基原材料 * 1		○				○	○	○					○		○		○		○		○							
45	基原材料の原産地 * 1		○					○	○					○		○		○		○		○							
46	一次原料加工国・加工者(基原材料原産地ではなく、最終加工国・加工者の情報)	○				○	○	○	○					○		○		○		○		○							
47			○				○	○	○					○		○		○		○		○							
48				○			○	○	○				○		○		○		○		○		○				○		
49	原材料原産地(表示義務)	○				○	○	○	○					○		○		○		○		○							
50			○				○	○	○					○		○		○		○		○							
51				○			○	○	○					○		○		○		○		○							
52					○		○	○	○					○		○		○		○		○							



	ケージ	口	pop)		情報	情報	情報	情報	開示困難	開示には条件が必要	要請により開示可能	常時開示可能	取引期間完全である情報	情報受信時完全である情報	取引期間大まかな情報	情報受信時大まかな情報	提供情報変更時	新規取扱い時	日々の問い合わせ発生時	情報更新確認時	新規取扱い時	有事の際		
39	原材料名	○			○	○	○	○				○	○				○	○		○	○			
40	一次原料		○			○	○	○				○	○				○	○		○	○			
41	二次原料		○			○	○	○			○		○				○	○		○	○		* 41～43は原料展開で二次・三次止まりもあり！	
42	三次原料		○					○			○		○				○	○		○	○			
43	四次原料		○			○			○		○		○				○	○		○	○			
44	基原原料 * 1		○			○					○		○				○	○		○	○			
45	基原原料の原産地 * 1		○						○		○		○				○	○		○	○		△	* 45はEUや北米とか国名を限定出来ない場合もある。 またEU27カ国を記入する場合もある
46	一次原料加工国・加工者(基原原料原産地ではなく、最終加工国・加工者の情報)	○			○	○	○	○			○		○				△	○		△	○		△	
47			○			○	○	○			○		○				△	○		△	○		△	
48				○		○	○	○			○		○				△	○		△	○		△	
49		○				○	○	○				○					○	○		○	○			
50	原材料原産地(表示義務)		○			○	○	○				○					○	○		○	○			
51				○		○	○	○				○					○	○		○	○			
52				○		○	○	○				○					○	○		○	○			
53		○					○	○					○				○	○		○	○		△	
54	原材料原産地(表示義務以外)		○				○	○					○				○	○		○	○		△	
55				○			○	○					○				○	○		○	○		△	
56				○			○	○					○				○	○		○	○		△	
57	仕入れ業者名(原材料)		○				○	○		○		○					○	○		○	○		○	* 仕入れ業者名はノウハウであり、開示には条件が必要
58	複数産地の原料産地		○				○	○		△		○					○	○		○	○		○	
59	原産国情報		○				○	○				○					○	○		○	○		○	* 59・60は輸入品でしょうか？
60				○			○	○				○					○	○		○	○		○	
61	原材料組成割合(仕込量でなく、加工工程で乾燥された組成割合(乾物換算))		○				○	○				○					○	○		○	○		○	* 61・62はカップ麺の具とかスープの具とか(カルトン)
62				○			○	○				○					○	○		○	○		○	
79	MSDS情報(GHS対応) * 2		○				○	○				○					○	○		○	○		○	* 79～84は食品添加物(乳化剤)がMSDS、REACH、 キャッチオール(輸出時)に対象なることがある
80				○			○	○				○					○	○		○	○		○	
81	REACH情報 * 3		○				○	○				○					○	○		○	○		○	
82				○			○	○				○					○	○		○	○		○	
83	キャッチオール規制情報(原料が該当するかの確認) * 4		○				○	○				○					○	○		○	○		○	
84				○			○	○				○					○	○		○	○		○	
85	糖度			○			○	○			○		○				○	○		○	○		○	
86	原材料のトレース情報		○							○		○		○		△	△		△	△		○	○	
87				○			○	○				○		○		△	△		△	△		○	○	
88	放射線による殺菌の有無(特に香辛料)		○				○	○				○					○	○		○	○		○	
89				○			○	○				○					○	○		○	○		○	
90	添加物	○					○	○				○					○	○		○	○		○	
91			○				○	○				○					○	○		○	○		○	
92	加工助剤		○				○				○		○				○	○		○	○		○	
93	添加物のキャリアオーバー		○				○				○		○				○	○		○	○		○	
94				○			○				○		○				○	○		○	○		○	
95	添加物由来原料(コーシヤ情報) * 5		○									○					○	○		○	○		○	* 95はハラルも必要では、食品・添加物全てでは？
96	使用添加物の安全性		○									○					○	○		○	○		○	
97	添加物製剤の主剤・副剤情報		○								○		○				○	○		○	○		○	
98			○								○		○				○	○		○	○		○	
99			○				○					○					○	○		○	○		○	* 99～101は安全証明で発行可能
100	未認可添加物 不使用の確認			○			○					○					○	○		○	○		○	
101				○			○					○					○	○		○	○		○	
102	配合割合	○					○				○		○				○	○		○	○		○	* 102～103は要求度合いにより、開示条件は異なる
103			○				○				○		○				○	○		○	○		○	
104	包材素材		○				○					○					○	○		○	○		○	
105				○								○					○	○		○	○		○	
106	包材仕様			○			○					○					○	○		○	○		○	
107	包材安全証明証(検査証)		○									○					○	○		○	○		○	
108				○								○					○	○		○	○		○	
109	品質保持剤の種類、名称		○									○					○	○		○	○		○	
110	製造工程図(製造工程フロー)		○									○					○	○		○	○		○	* 110～111はノウハウに関しては開示出来ないケースあり
111				○								○					○	○		○	○		○	
112	工程検査(内容と検証)		○							○							○	○		○	○		○	
113	製造工程中の凍結などの情報		○							○			○				○	○		○	○		○	





