

# 「食品表示法で義務付けられている一般的な加工食品への栄養成分表示を推進するための環境整備」

～栄養成分表示の義務化後のスーパーマーケット  
における商品数及び売上高の変化及び食品製造業者  
への支援状況等について～

令和3年3月

徳島文理大学

# 栄養成分表示の義務化後のスーパーマーケットにおける商品数及び売上高等 の変化及び食品製造業者への支援状況等について

徳島文理大学人間生活学部食物栄養学科 中川 利津代

## I 背景

食品表示法の基準に基づき、2020年（令和2年）4月1日より消費者に向けて販売される容器包装に入れられた加工食品及び添加物において、食品関連事業者等に対し栄養成分表示の義務付けが全面的に施行された。食品関連事業者等については、食品表示法第二条3に次のように記載されている。一 食品の製造，加工（調整及び選別を含む。）若しくは輸入を業とする者（当該食品の販売をしない者を除く。）又は食品の販売を業とする者（以下「食品関連事業者」という。）二 前号に掲げる者のほか、食品の販売をする者。 中小企業基本法（昭和38年法律第154号）第二条第5項に規定される小規模事業者（従業員数が20人（商業又はサービス業に属する事業を主たる事業として営む者については、5人）以下である場合）が製造した食品でも、スーパー等販売する業者が小規模でない場合、その商品を販売する時には栄養成分表示が必要となっている。そのため、2020年（令和2年）4月1日以降小規模でないスーパーマーケットにおいて販売する一般加工食品等は、原則として買い取りの場合、栄養成分表示のある商品でなければ販売できない。

2019年（令和元年）度の徳島県内のスーパーマーケットの調査では、39.8%が販売する商品数や売上高が減少すると予測しており、栄養成分表示の義務化による販売への悪影響が示唆された。また菓子製造業者を対象にした調査でも経営面への悪影響が浮き彫りになった。

## II 目的

徳島県内のスーパーマーケットを対象に栄養成分表示の義務化後の商品数及び売上高等の変化及び食品製造業者への支援状況等について調査する。

## III 方法

### 1) 対象者

2019年（令和元年）度実施の調査（販売業者における栄養成分表示の義務化に向けての現状や対応に関する調査）のうち存続しているスーパーマーケット

### 2) 調査方法

各店舗又は本店を訪問し、自記式質問票への回答を依頼した。同意したスーパーマーケットが郵送で研究者あてに郵送した。

「人を対象とする研究」への協力のお願ひ、同意説明文、調査表、返信用封筒を同封して配布。調査表は、対象者が返信用封筒に入れ厳封した状態で回収した。

### 3) 調査内容

- ・従業員数、経営組織、販売商品の種類、売り場面積、チェーンへの加盟状況、管理栄養士の在籍の有無等
- ・制度の認知状況、売上高、商品数の変化及び理由、加工食品の仕入れの基準、栄養成分表示のない加工食品の販売状況

- ・委託販売の割合変化、食品製造業者への支援状況、管理栄養士の活用
- ・栄養成分表示及びその他食品表示法関係に本格的に取り組み始めた時期
- ・県庁及び保健所への相談状況と対応

#### 4) 調査期間

2020年（令和2年）8月20日から2020年（令和2年）11月31日まで

#### 5) 配布状況

配布数：161業者

#### 6) 分析状況

中小企業基本法（昭和38年法律第154号）第2条第5項に規定される小規模事業者（従業員数が20人（商業又はサービス業に属する事業を主たる事業として営む者については、5人）以下である場合）を除き、おおむね常時勤務する従業員の数が6人以上のスーパーマーケットを分析した。

#### 7) 倫理的配慮

調査にあたり、対象者には調査表の返送をもって同意を得たものとするを調査表に明記した。調査表の封入は、研究者に業者名が漏れないよう研究者以外が封入した。調査協力に強制力が働かないよう、調査表の回収は返信用封筒を用いて行った。なお、本研究は、徳島文理大学倫理委員会の承認を受けて実施した。（2020年（令和2年）7月28日承認，R2-14）

## IV 結果

1) 回収状況：124業者から回収（回収率75.3%）。

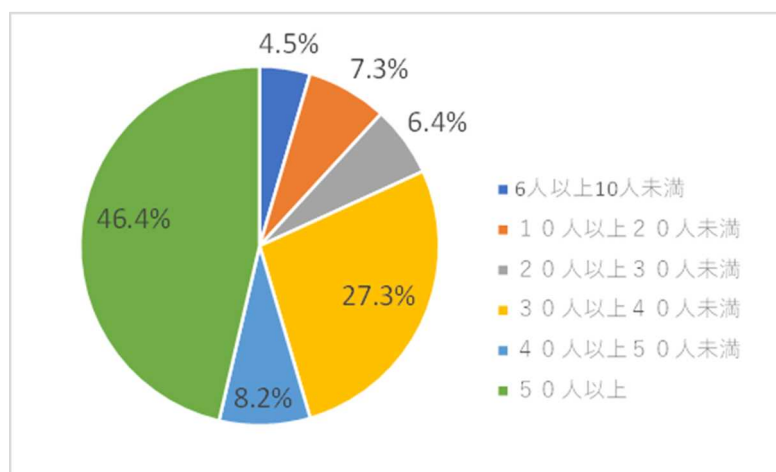
2) 分析数：おおむね常時勤務する従業員数が6人以上のスーパーマーケット110業者（88.7%）を分析した。

#### 3) 基本属性

(1) 従業員数は、50人以上が最も多く51事業所（46.4%）であった。

**表1 従業員数**

従業員数	事業所数
6人以上10人未満	5
10人以上20人未満	8
20人以上30人未満	7
30人以上40人未満	30
40人以上50人未満	9
50人以上	51
総計	110



**図1 従業員数**

#### (2) 経営組織

全てのスーパーマーケットが、株式会社であった。また、全てのスーパーマーケットが、セルフサービス方式であった。

### (3) 販売している食品

全てのスーパーマーケットが、生鮮食品（野菜）・生鮮食品（肉）・生鮮食品（魚）・日配品・総菜・お菓子・米・酒・冷凍食品・日用雑貨を販売していた。

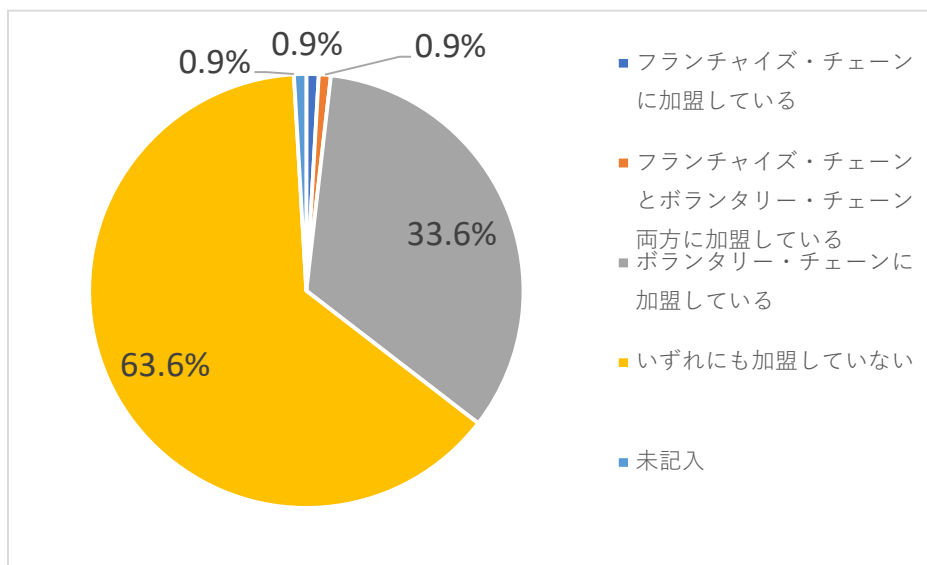
1 スーパーマーケットを除き一般加工食品を販売していた。

### (4) チェーン組織への加盟の有無

33.6%（業者数 37）のスーパーマーケットがボランティア・チェーンに加盟していた。また、63.6%（業者数 70）のスーパーマーケットは、チェーン組織に加盟していなかった。

**表 2 チェーン組織への加盟の有無**

チェーン組織への加盟状況	業者数
フランチャイズ・チェーンに加盟している	1
フランチャイズ・チェーンとボランティア・チェーン両方に加盟している	1
ボランティア・チェーンに加盟している	37
いずれにも加盟していない	70
未記入	1
総計	110



**図 2 チェーン組織への加盟の有無**

### (5) 店舗又は本部の管理栄養士の在籍状況

管理栄養士が在籍しているスーパーマーケットは、58.2%（業者数 64）であった。一方、41.8%（業者数 46）のスーパーマーケットは管理栄養士が在籍していないと回答した。

### 4) 制度の認知度

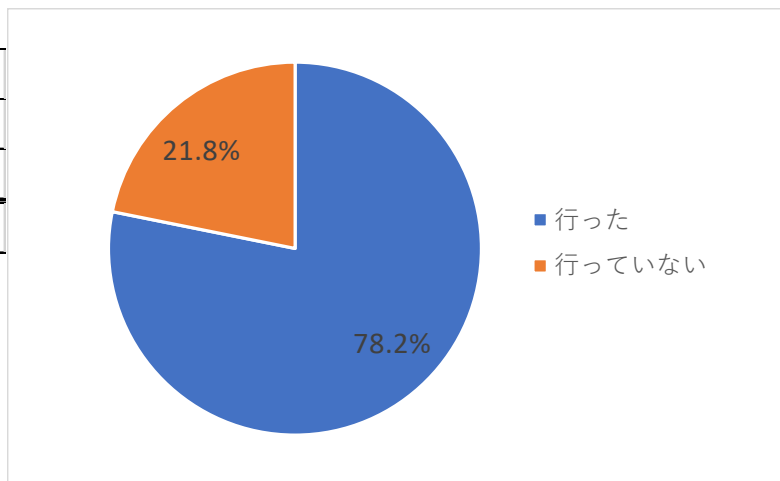
2020年（令和2年）4月以降、スーパーマーケットが小規模でない場合、栄養成分表示を表示していない加工食品は、原則、販売できないということを、知らなかったと回答したスーパーマーケットは、0.0%（業者数 0）であった。

#### 4)-1 制度への対応

2020年（令和2年）4月以降、スーパーマーケットが小規模でない場合、栄養成分表示を表示していない加工食品は、原則、販売できないことへの対応は78.2%のスーパーマーケットで実施されていた。

**表3 制度への対策の有無**

制度への対策	業者数
行った	86
行っていない	24
総計	110



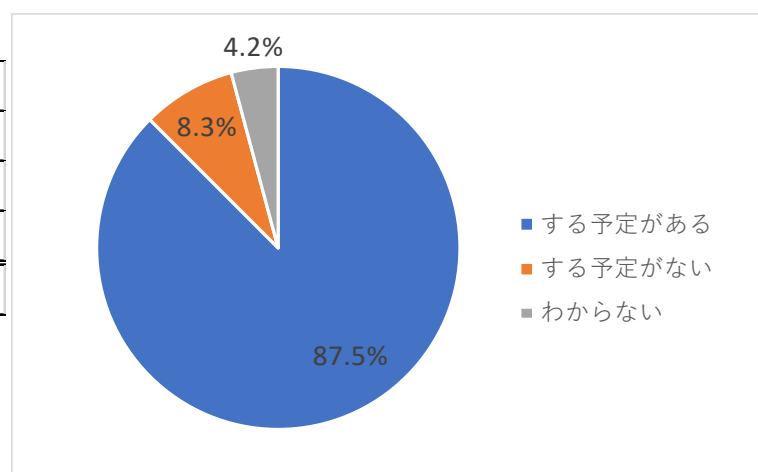
**図3 制度への対策の有無**

#### 4)-2 行っていないと回答したスーパーマーケットの今後の対策予定

栄養成分表示又は食品表示法改正による栄養成分表示の変更に対する対策を行っていないと回答したスーパーマーケット18業者のうち、今後の対策の予定があると回答したスーパーマーケットは、全体の8.6%（業者数8）であり、わからないと回答したスーパーマーケットは、全体の10.8%（業者数10）であった。

**表4 今後の対策予定**

今後、対策の実施予定	業者数
する予定がある	21
する予定がない	2
わからない	1
総計	24



**図4 今後の対策予定**

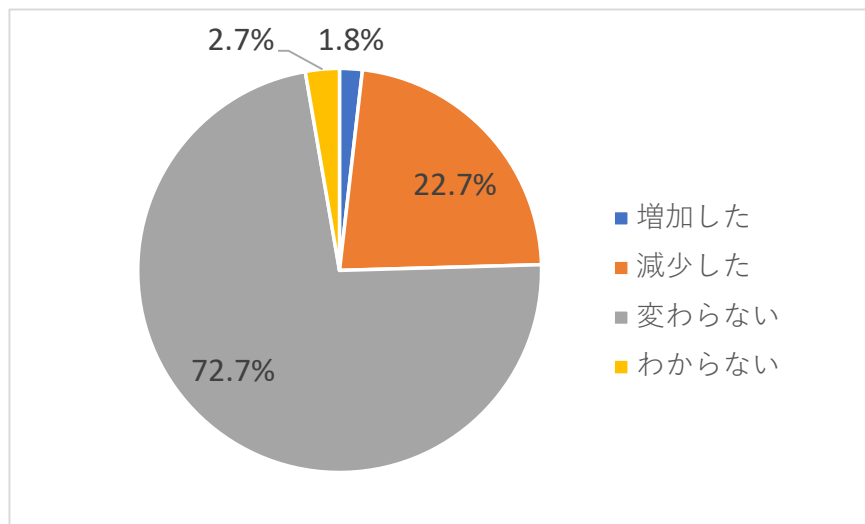
5) 商品数の栄養成分表示の義務化前（2019年8月から10月頃）と比較

5)-1 販売する商品数の変化

義務化前と比較して、販売する商品数が増加したスーパーマーケットは、1.8%（業者数2）であった。一方、減少したのは22.7%（業者数25）であった。変わらなかったスーパーマーケットが一番多く、72.7%（業者数80）であった。

**表5 販売する商品数の変化**

増減の状況	業者数
増加した	2
減少した	25
変わらない	80
わからない	3
総計	110



**図5 販売する商品数の変化**

5)-2 販売する商品数の変化の割合

商品数が増加したスーパーマーケットは1割から2割の増加であった。減少したスーパーマーケットの96.0%（業者数24）が1割未満の減少であった。

5)-3 販売する商品数が変化した理由

**表6 販売する商品数が増加した理由（業者数）**

	該当しない	該当する
栄養成分表示の義務化	2	0
アレルギー表示、賞味期限・消費期限の義務化	2	0
スーパーマーケットの表示に関する対応が間に合わなかった	2	0
コロナの影響で原材料や商品に影響が出た	0	2
商品数が減少又は増加の理由は、わからない	1	1

商品数が減少した理由で、「栄養成分表示の義務化」を挙げたスーパーマーケットは、88.0%（22業者）であった。

**表7 販売する商品数が減少した理由（業者数）**

	該当しない	該当する
栄養成分表示の義務化	3	22
アレルギー表示、賞味期限・消費期限の義務化	24	1
スーパーマーケットの表示に関する対応が間に合わなかった	25	0
コロナの影響で原材料や商品に影響が出た	21	4
商品数が減少又は増加の理由は、わからない	25	0

商品数が減少した理由の第1位第2位に、「栄養成分表示の義務化」を挙げたスーパーマーケットは、96.0%（24業者）であった。

**表8 販売する商品数が減少した理由の順位（業者数）**

	1位	2位
栄養成分表示の義務化	22	2
アレルギー表示、賞味期限・消費期限の義務化	1	0
スーパーマーケットの表示に関する対応が間に合わなかった	0	0
コロナの影響で原材料や商品に影響が出た	2	2
商品数が減少又は増加の理由は、わからない	0	19

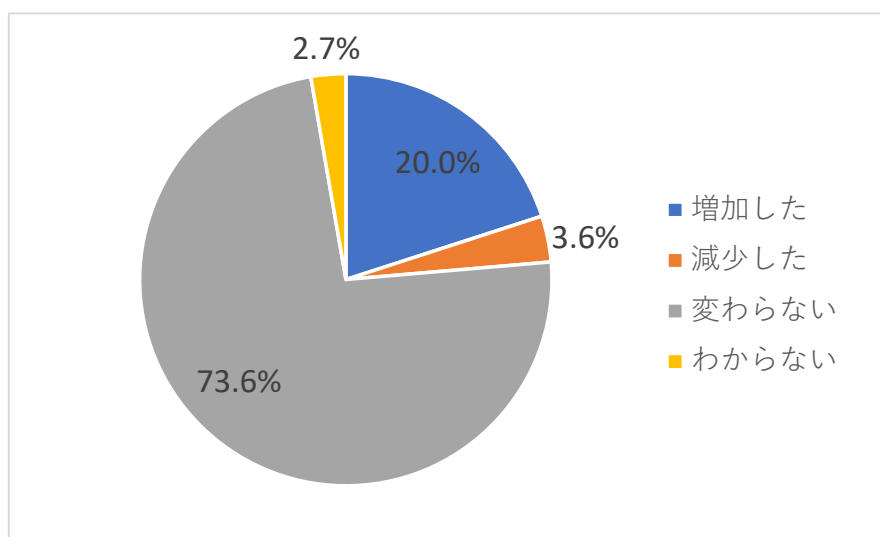
6) 売上高の栄養成分表示の義務化前（2019年8月から10月頃）と比較

6)-1 売上高の変化

栄養成分表示の義務化前に比べ、売上高が増加したスーパーマーケットは、20.0%（業者数22）であった。一方、減少したのは3.6%（業者数4）であった。変わらなかったスーパーマーケットが一番多く、73.6%（業者数81）であった。

**表9 売上高の変化**

増減の状況	業者数
増加した	22
減少した	4
変わらない	81
わからない	3
総計	110



**図6 売上高の変化**

6)-2 売上高の変化割合

売上高が増加したスーパーマーケットは、1割未満が4.5%（業者数1）、1割から2割が95.5%（業者数21）であった。減少したスーパーマーケットの100.0%（業者数4）が1割未満の減少であった。

### 6)-3 売上高が変化した理由

売上高が増加した理由に100%（22業者）が「コロナの影響で原材料や商品に影響が出た」と回答していた。その他の理由に営業努力や消費税還元事業があった。

**表10 売上高が増加した理由（業者数）**

	該当しない	該当する
栄養成分表示の義務化	22	0
アレルギー表示、賞味期限・消費期限の義務化	22	0
スーパーマーケットの表示に関する対応が間に合わなかった	22	0
コロナの影響で原材料や商品に影響が出た	0	22
商品数が減少又は増加の理由は、わからない	22	0

売上高が増加した理由の第1位に、「コロナの影響で原材料や商品に影響が出た」を挙げたスーパーマーケットは、100.0%（22業者）であった。

**表11 売上高が増加した理由の順位（業者数）**

	1位	2位
栄養成分表示の義務化	0	0
アレルギー表示、賞味期限・消費期限の義務化	0	0
スーパーマーケットの表示に関する対応が間に合わなかった	0	0
コロナの影響で原材料や商品に影響が出た	22	0
商品数が減少又は増加の理由は、わからない	0	0

売上高が減少したに、「スーパーマーケットの表示に関する対応が間に合わなかった」を挙げたスーパーマーケットは、0.0%（4業者）であった。しかし、「栄養成分表示の義務化」「アレルギー表示、賞味期限・消費期限の義務化」を理由に挙げているスーパーマーケットが4業者のうち1業者ずつあった。その他の理由に「競合店の出店」や「客数の減少」があった。

**表12 売上高が減少した理由（業者数）**

	該当しない	該当する
栄養成分表示の義務化	3	1
アレルギー表示、賞味期限・消費期限の義務化	3	1
スーパーマーケットの表示に関する対応が間に合わなかった	4	0
コロナの影響で原材料や商品に影響が出た	2	2
商品数が減少又は増加の理由は、わからない	3	1

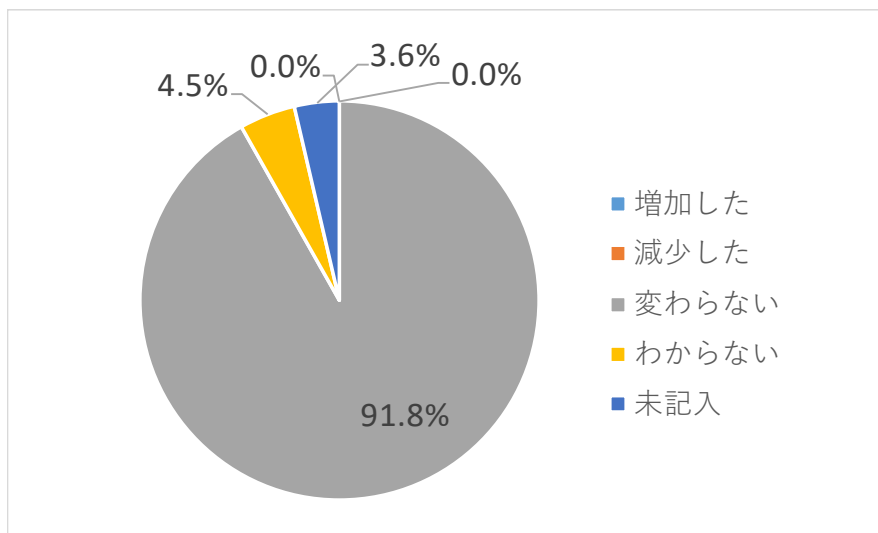


7) 委託販売の割合の変化 栄養成分表示の義務化前-2019年（令和元年）8月から10月-と栄養成分表示の施行後-2020年（令和2年）8月から現在-と比較

委託販売の割合は、義務化前と比べて変わらないスーパーマーケットは、91.8%（101業者）であった。

**表 13 委託販売の割合の変化**

割合の変化	業者数
増加した	0
減少した	0
変わらない	101
わからない	5
未記入	4
総計	110



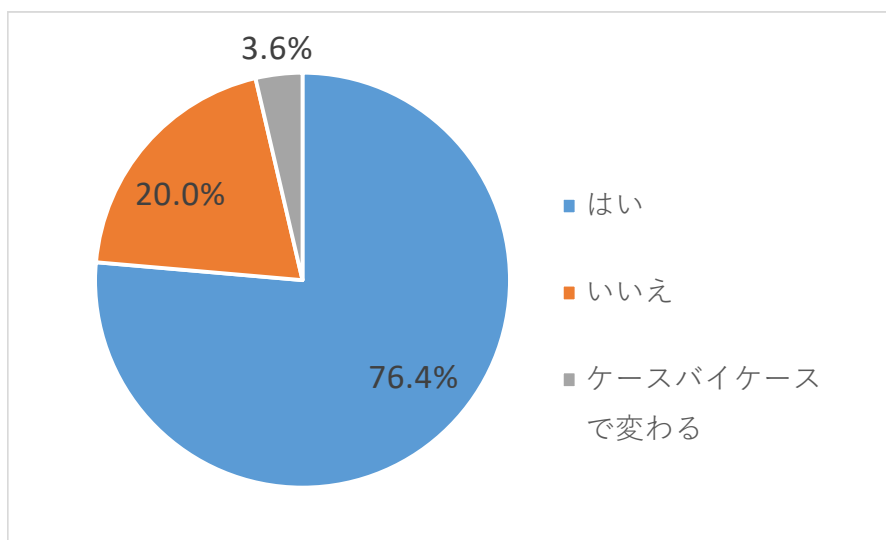
**図 7 委託販売の割合の変化**

8) 加工食品の仕入れの規準

現在、栄養成分表示を実施しているかどうかを加工食品の仕入れの基準にしているのは、80.0%（88業者）で、20.0%（22業者）は仕入れの規準にしてなかった。

**表 14 栄養成分表示が仕入れの規準かどうか**

仕入れの規準	業者数
はい	84
いいえ	22
ケースバイケースで変わる	4
総計	110



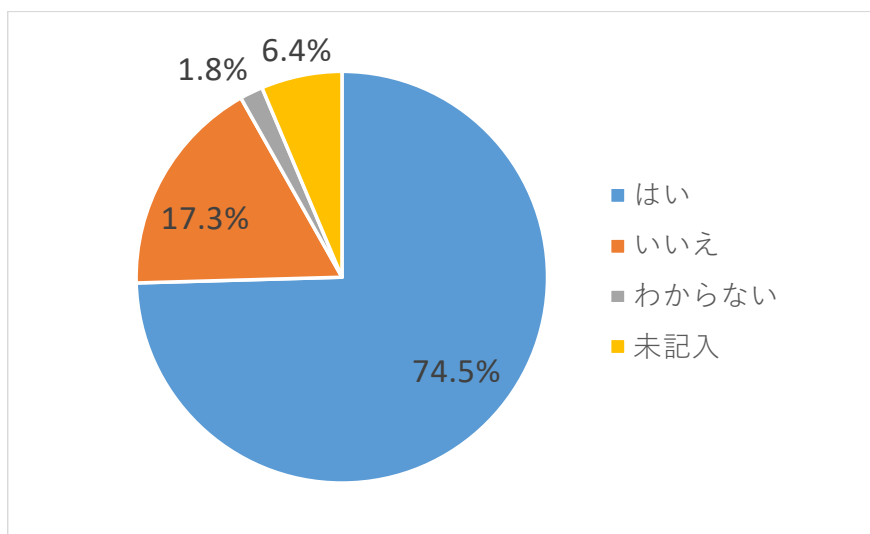
**図 8 栄養成分表示が仕入れの規準かどうか**

### 9) 栄養成分表示を記載していない加工食品の販売

2020年（令和2年）4月1日以降、現在までの間、次の加工食品で栄養成分表示を記載していない場合、販売していないスーパーマーケットは、74.5%（82事業所）で、販売したのは17.3%（19業者）あった。

**表 15 栄養成分表示のない仕入れ商品販売していませんか**

販売の有無	業者数
はい	82
いいえ	19
わからない	2
未記入	7
総計	110



**図 9 栄養成分表示がない仕入れ商品販売していませんか**

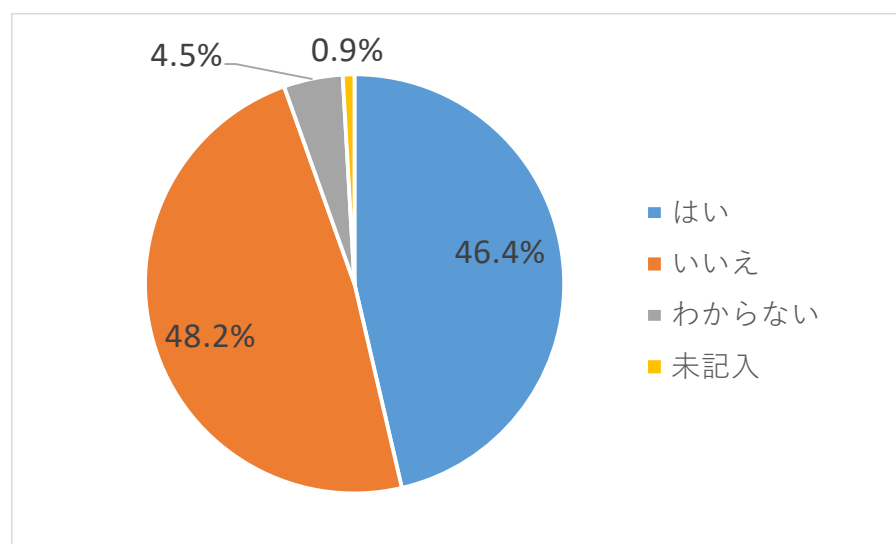
### 10) 食品販売業者への支援

#### 10)-1 食品販売業者への支援の有無

販売業者として食品製造業者が栄養成分表示が実施できるように支援（例栄養成分のデータベースやソフトの紹介、講習会の開催、栄養成分の計算の代行等）したスーパーマーケットは、46.4%（51業者）であった。

**表 16 食品製造業者への支援の有無**

食品製造業者への支援	業者数
はい	51
いいえ	53
わからない	5
未記入	1
総計	110



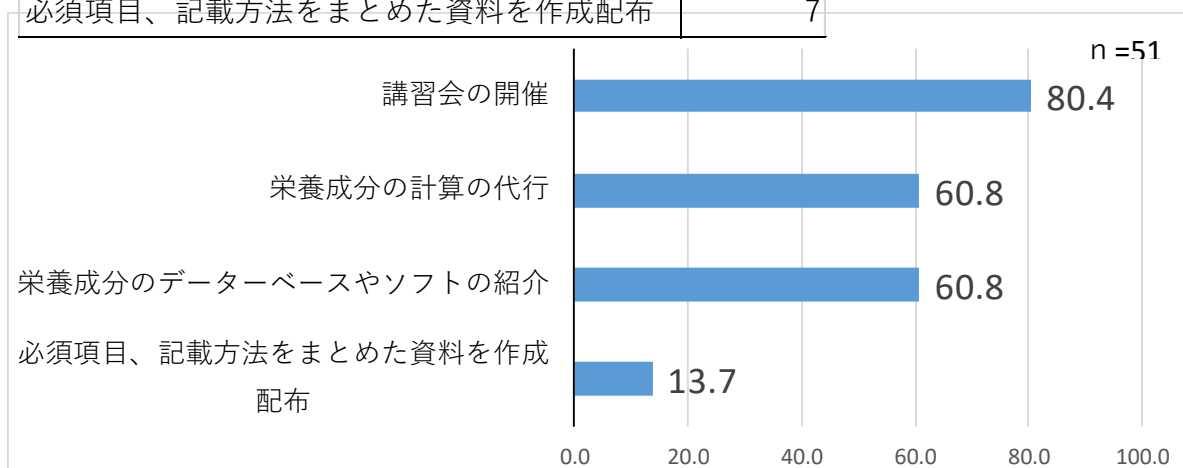
**図 10 食品製造業者への支援の有無**

10)-2 食品製造業者への支援内容

食品製造業者が、栄養成分を表示するための支援内容で、一番多かったのは、講習会の開催であった。支援したスーパーマーケットの80.4%（41業者）が講習会を開催していた。栄養成分表示の代行を60.8%（31業者）が実施していた。

**表 17 食品製造業者への支援内容**

支援の内容	業者数
講習会の開催	41
栄養成分のデータベースやソフトの紹介	31
栄養成分の計算の代行	31
必須項目、記載方法をまとめた資料を作成配布	7



**図 11 食品製造業者への支援内容**

10)-3 食品販売業者を支援しなかった理由（自由記載）

**表 18 支援しなかった理由**

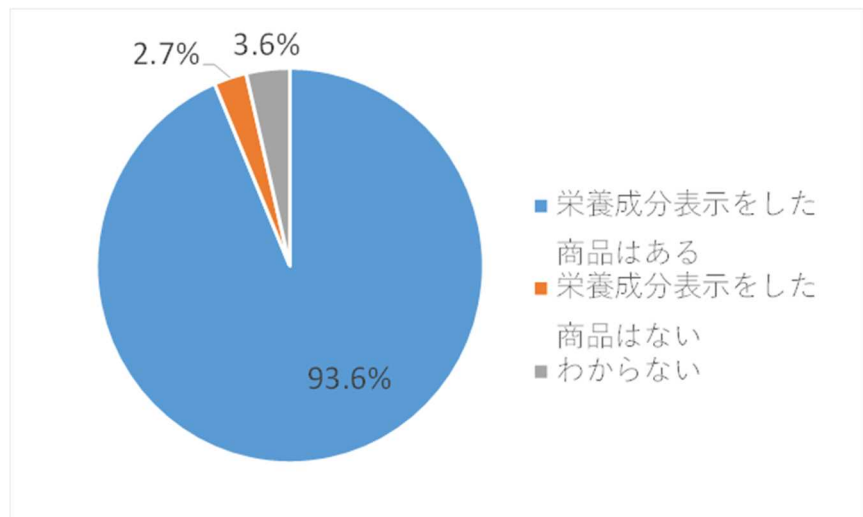
食品製造業者を支援しなかった理由	業者数
取引先多数によりすべてに対応できない	26
製造元の領分である	19
栄養成分表示ができていない	3
把握できていない	2
手間と時間がない、自主性に任せた	1
仕入れる担当者が行っている	1
自主的にやってくださっていた	1

### 11) 栄養成分表示の実施状況

11)-1 スーパーマーケット（又は本部）で加工食品に栄養成分表示をした商品の有無  
 93.6%（103 業者）のスーパーマーケットが、スーパーマーケット（又は本部）で加工食品に栄養成分表示をしていた。

**表 19 加工食品に栄養成分表示をした商品の有無**

商品の有無	業者数
商品は有る	103
商品はない	3
わからない	4
総計	110



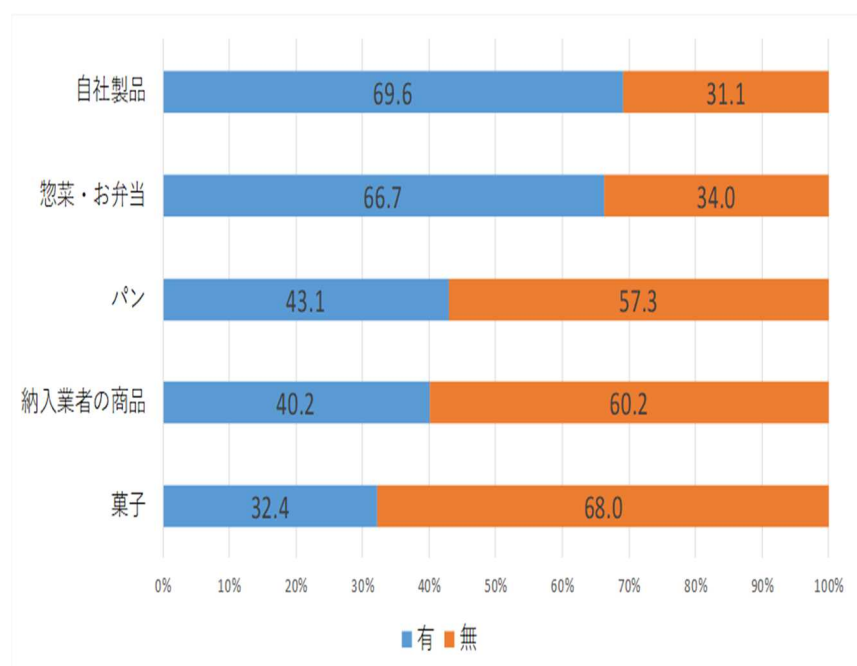
**図 12 加工食品に栄養成分表示をした商品の有無**

### 11)-2 スーパーマーケット（又は本部）で加工食品に栄養成分を表示した商品の種類

スーパーマーケット（又は本部）で加工食品に栄養成分表示をした商品の種類で一番多いのは自社製品、次いで惣菜・お弁当であった。それぞれ 69.6%（71 業者）、66.7%（68 業者）であった。

**表 20 栄養成分を表示した商品の種類（業者数）**

商品の種類	有	無
自社製品	71	32
惣菜・お弁当	68	35
パン	44	59
納入業者の商品	41	62
菓子	33	70



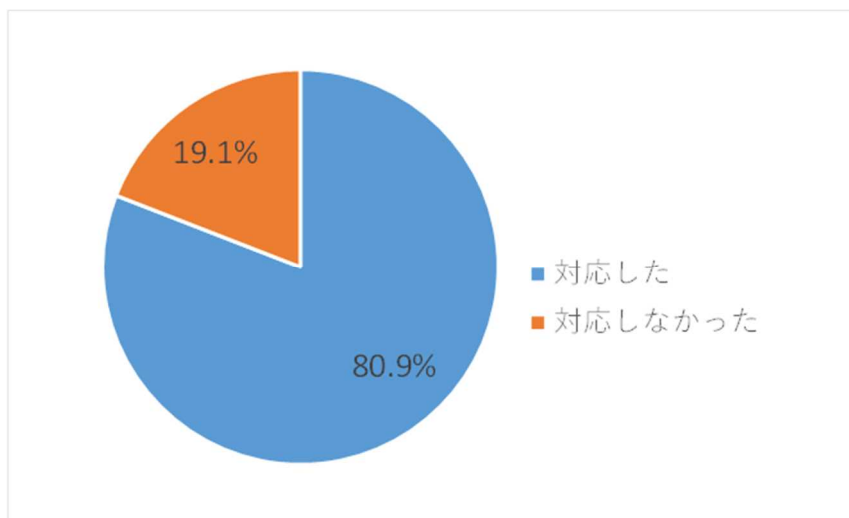
**図 13 栄養成分表示をした商品の種類（業者数の割合）**

12)-1 スーパーマーケット（又は本部）での加工食品の表示関係への対応

加工食品の食品表示法関係（消費期限、アレルギー表示、添加物の区分等）へ対応したのは、80.9%（89業者）であった。

**表 21 食品表示法関係の表示への対応の有無**

食品表示法関係	業者数
対応した	89
対応しなかった	21
総計	110



**図 14 食品表示法関係の表示への対応の有無**

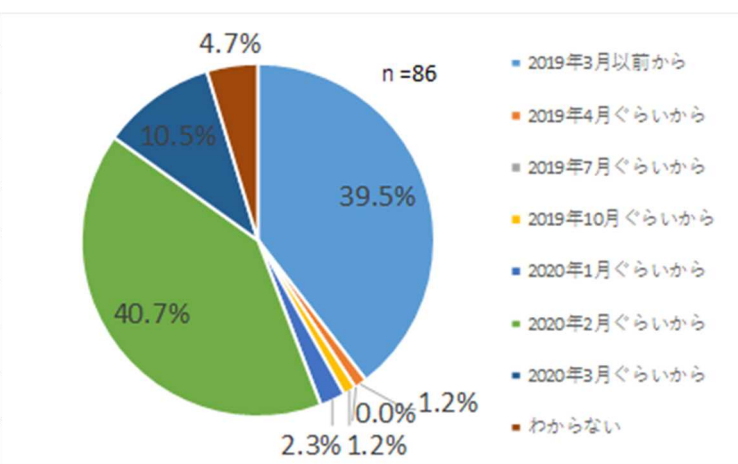
12)-2 加工食品への栄養成分表示に本格的に対応し始めた時期

39.5%（34業者）のスーパーマーケットは、2019年（平成31年）3月以前から加工食品への栄養成分表示に本格的に対応していた。

また、40.7%（35業者）のスーパーマーケットは、2020年（令和2年）2月ぐらいから加工食品への栄養成分表示に本格的に対応していた。

**表 22 栄養成分表示に本格的に対応し始めた時期**

本格的に対応し始めた時期	業者数
2019年3月以前から	34
2019年4月ぐらいから	1
2019年7月ぐらいから	0
2019年10月ぐらいから	1
2020年1月ぐらいから	2
2020年2月ぐらいから	35
2020年3月ぐらいから	9
わからない	4
対応していない	24
総計	110



**図 15 栄養成分表示に本格的に対応し始めた時期**

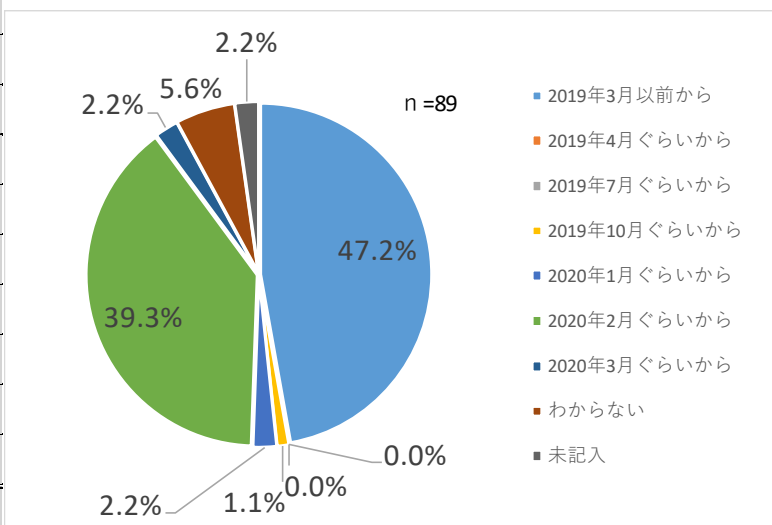
12)-3 加工食品への食品表示法関係（消費期限、アレルギー表示、添加物の区分け等）に本格的に対応し始めた時期

47.2%（42 業者）のスーパーマーケットは、2019 年（平成 31 年）3 月以前から加工食品への食品表示法関係に本格的に対応していた。

また、39.3%（35 業者）のスーパーマーケットは、2020 年（令和 2 年）2 月ぐらいから加工食品への食品表示法関係に本格的に対応していた。

**表 23 食品表示法関係に本格的に対応し始めた時期**

本格的に対応し始めた時期	業者数
2019年3月以前から	42
2019年4月ぐらいから	0
2019年7月ぐらいから	0
2019年10月ぐらいから	1
2020年1月ぐらいから	2
2020年2月ぐらいから	35
2020年3月ぐらいから	2
わからない	5
未記入	2
対応していない	21
総計	110



**図 16 食品表示法関係に本格的に対応し始めた時期**

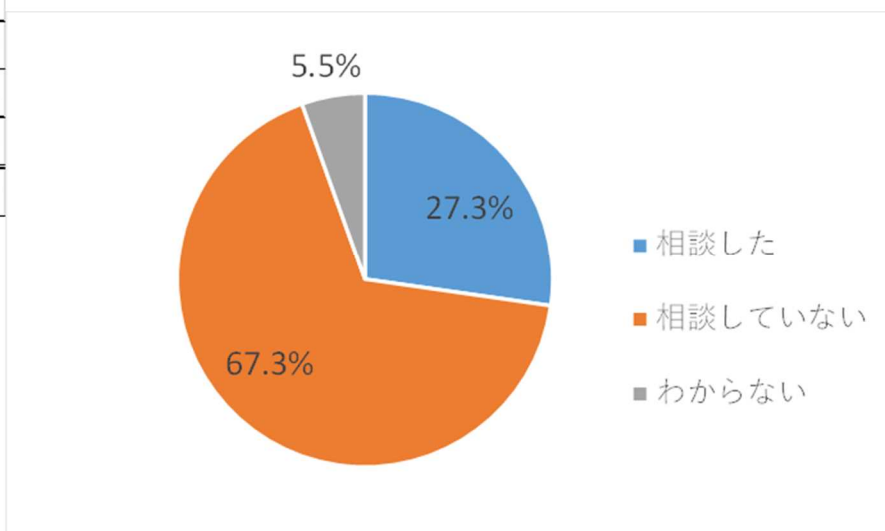
13) 行政機関への相談状況

13)-1 県庁

県庁に相談したスーパーマーケットは、27.3%（30 業者）であった。

**表 24 県庁への相談の有無**

相談の有無	業者数
相談した	30
相談していない	74
わからない	6
総計	110



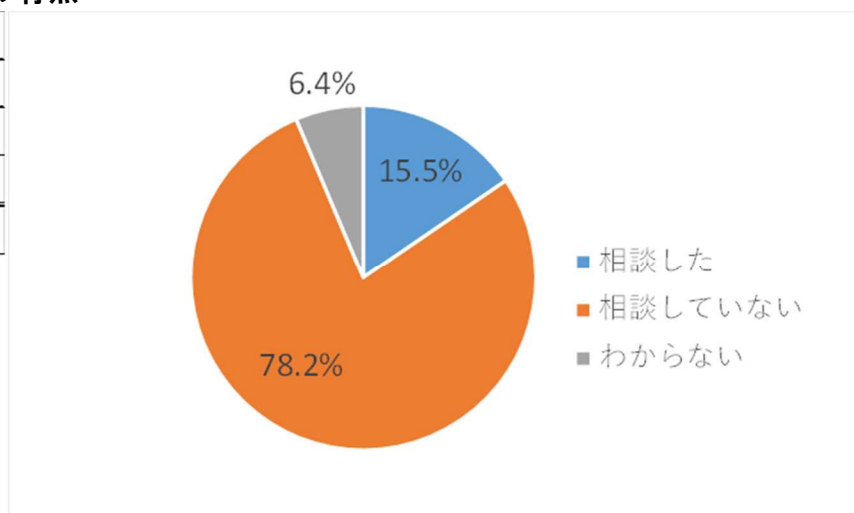
**図 17 県庁への相談の有無**

### 13)-2 保健所

保健所に相談したスーパーマーケットは、15.5%（17 業者）であった。

**表 25 保健所への相談の有無**

相談の有無	業者数
相談した	17
相談していない	86
わからない	7
総計	110



**図 18 保健所への相談の有無**

### 13)-3 県庁及び保健所の対応状況

県庁に相談したスーパーマーケット（30 業者）は、迅速必要な情報が得られたかどうかについてどちらともいえないと回答した。

保健所に相談したスーパーマーケット（17 業者）は、迅速かつ必要な情報が得られたと 94.1%（16 業者）が回答した。

**表 26 県庁及び保健所の対応状況**

対応状況/相談先	県庁	保健所
	(業者数)	(業者数)
迅速かつ必要な情報が得られた	0	16
迅速であったが必要な情報は得られなかった	0	0
どちらともいえない	30	0
迅速でなかったが必要な情報は得られた	0	0
迅速でなく必要な情報も得られなかった	0	0
未記入	0	1
総計	30	17

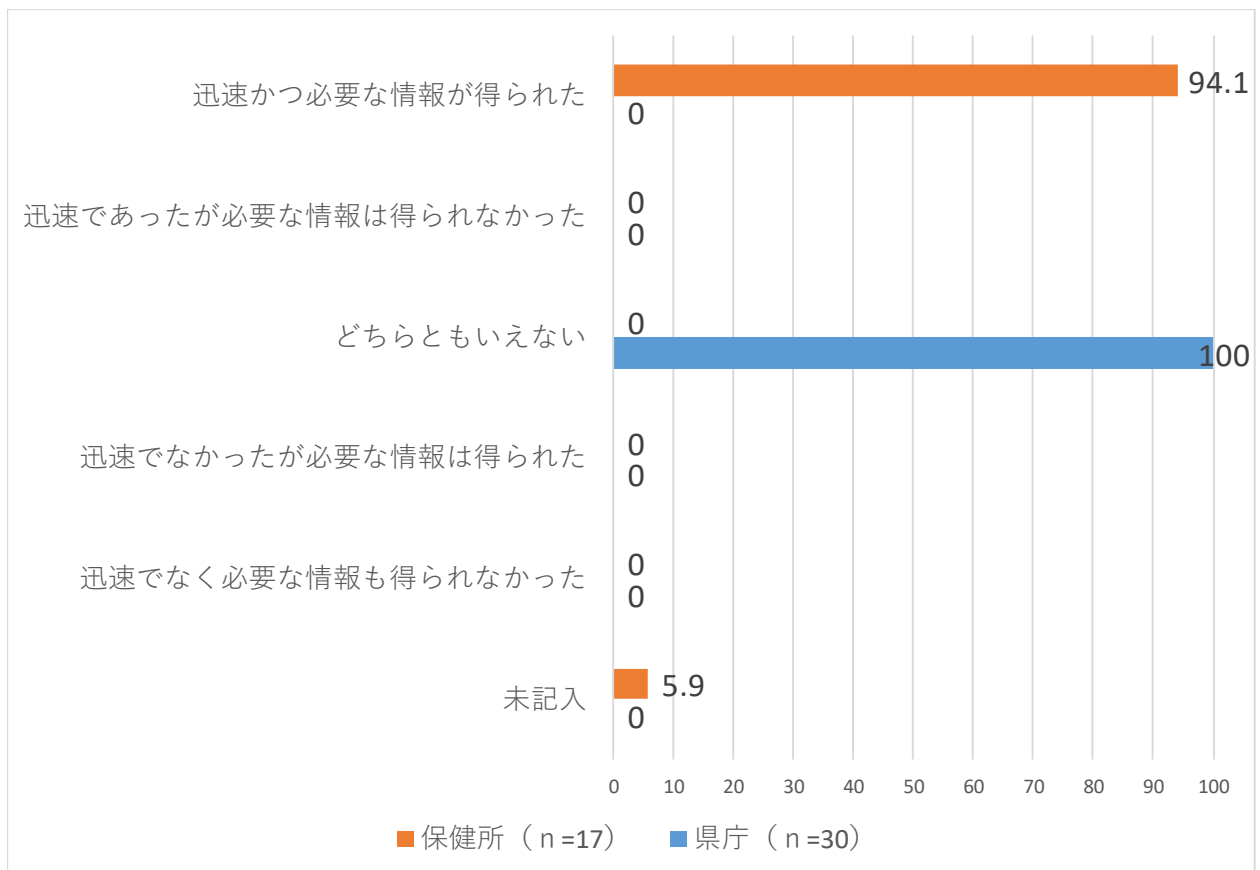


図 19 県庁及び保健所の対応状況

13)-4 県庁及び保健所以外の相談先

71 業者 (70.3%) は、大学、消費者庁や中四国農政局の国の機関、親会社、加盟しているチェーン、レジ販売会社等も相談していた。

表 27 その他の相談先

相談先	業者数
(株)イズミ品質管理課 (親会社)	7
スーパーマーケットのグループ、表示シールの機械のメーカーさん	2
チェーン内での講習会があり、よくわかった	1
ボランティアチェーン本部	1
消費者庁	26
全日食チェーンでの講習会	1
全日本食品(株)ボランティア本部による指導や研修、講習会等への参加	1
大学	30
中四国農政局 愛媛支局	1
東芝テック (レジ販売会社)	1
総数	71



#### IV. 考察

- 1) アンケートを回収したスーパーマーケットのうち、おおむね従業員数が6人以上が88.7%を占めていた。食品製造業者が小規模で栄養成分表示が免責されるスーパーマーケットは11.3%で1割ほどしかなかった。
- 2) おおむね従業員数が6人以上のスーパーマーケットの従業員数は、50人以上が最も多く、46.4%を占めていた。加えて、経営組織は、全てのスーパーマーケットが、株式会社であった。これらの結果から徳島県内のスーパーマーケットは、零細企業でなく経営基盤がしっかりしていることが推測される。
- 3) 2020年（令和2年）4月1日以降、小規模でないスーパーマーケットにおいて販売する加工食品等は、原則として栄養成分表示のある商品でなければ販売できないことを全てのスーパーマーケットが知っていた。2019（令和元年）年度にスーパーマーケットを対象にした調査では知らないと回答したスーパーマーケットが10.8%であった。一概には言えないが、アンケート調査や研修会の実施が周知につながったと考えられる。
- 4) 2020年（令和2年）4月以降、スーパーマーケットが小規模でない場合、栄養成分表示を表示していない加工食品は原則販売できないことへの対応は、78.2%のスーパーマーケットで実施されていた。行っていないと回答したスーパーマーケット18業者のうち、8業者は今後の対策の予定があり10業者はわからないと回答しており、食品表示法の施行後に対応を予定しているスーパーマーケットがあることが把握できた。
- 5) 委託販売の場合、食品製造業者が小規模事業者だと栄養成分表示の免責規定がある。全面施行前の2019年（令和元年）の調査では、委託販売の割合の変化に対して78.5%のスーパーマーケットがわからないと回答した。しかし全面施行後における今回の調査では委託販売の割合は、義務化前と比べて変わらないスーパーマーケットは、91.8%（101業者）であった。栄養成分表示の免責規定があるので、委託販売の割合は増えるであろうと予測していたが、結果を見ると委託販売の割合は増えなかった。
- 6) 義務化前と比較して、販売する商品数は、72.7%のスーパーマーケットは変わらなかった。しかし、22.7%のスーパーマーケットは減少していた。その商品数が減少した理由で、「栄養成分表示の義務化」を挙げたスーパーマーケットは、減少したスーパーマーケットの88.0%を占めていた。また、減少した理由の順位の第1位に88.0%が「栄養成分表示の義務化」を挙げており、栄養成分表示の義務化が商品数の減少に大きく影響していたことが把握された。
- 7) 売上高を見てみると商品数同様、73.6%スーパーマーケットが変わらなかった。減少したのは3.6%に過ぎず、売上高が増加したスーパーマーケットは、20.0%あった。一方、増加した理由とその順位の第1位に全てのスーパーマーケットが「コロナの影響で原材料や商品に影響が出た」と回答していた。このことから「コロナの影響で原材料や商品に影響が出た」による影響が「栄養成分表示の義務化」の悪影響を上回った結果と推測される。
- 8) 現在、22業者（20.0%）は、栄養成分表示を実施しているかどうかを加工食品の仕入れの規準にしてなかった。また、2020年（令和2年）4月1日以降、現在

までの間、加工食品で栄養成分表示を記載していない場合でも販売したスーパーマーケットが19業者(17.3%)ある。これは、課題であり、どのような加工食品を販売したのか確認する必要がある。

- 9) 46.4%のスーパーマーケットが、食品製造業者が栄養成分表示が実施できるよう支援していた。支援内容で一番多かったのは、講習会の開催であった。支援したスーパーマーケットのうち、80.4%が講習会を開催していた。また、栄養成分表示を食品製造業者に代わってスーパーマーケットが実施するかどうかは、栄養成分表示の責任がどこにあるかに依存すると考えられていた。しかし、栄養成分表示の代行を支援したスーパーマーケットのうち、60.8%が実施していた。

食品製造業者における栄養成分の表示に向けスーパーマーケットが貢献したことを把握できた。

- 10) 93.6%のスーパーマーケットが、スーパーマーケット(又は本部)で加工食品に栄養成分表示をしていた。栄養成分表示をした商品の種類で一番多いのは自社製品、次いで総菜・お弁当であった。加工食品への栄養成分表示に本格的に対応した時期は、2019年(平成31年)3月以前と2020年(令和2年)2月ぐらいからと2極化していた。また、40.2%は全面施行の2か月前という2020年(令和2年)2月ぐらいから直前の対応であった。徳島県の県庁や保健所は、食品表示法に関する研修会を2019年(平成元年)の11月までに開催していた。ところが、4割のスーパーマーケットの対応が直前になったことは、行政からの情報発信をしても迅速に対応できない結果と考える。スーパーマーケットへの聞き取りから日々の業務に追われていたことが原因と思われる。

- 11) 徳島県では、県内の事業者及び消費者からの栄養表示に関する相談や質問に答える窓口を設置している(食品表示法の相談・被疑情報の受付窓口(各都道府県消費者庁ホームページ

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/food\\_labeling/information/contact/prefectures/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/information/contact/prefectures/))。他県も同じように栄養成分表示相談窓口を設置している。

県庁に相談したスーパーマーケットは、27.3%(30業者)で保健所に相談したスーパーマーケットは、15.5%(17業者)であった。スーパーマーケットからの相談の割合は少ないのではないと思われる。また県庁に相談したスーパーマーケットは、迅速必要な情報が得られたかどうかについてどちらともいえないと回答した。保健所に相談したスーパーマーケットは、迅速かつ必要な情報が得られたと94.1%が回答し相談に対する対応に満足していた。

県庁や保健所以外の相談機関として、本社やチェーン店の本部、大学があった。徳島文理大学において4年間続けて食品関連業者を対象とした研修会の開催や栄養成分表示の代行を行ってきた。実際にパソコンで食品成分表から熱量及び栄養成分を計算する方法について研修会を行い、具体的で分かりやすかったとの評価を得た。令和2年度の食品表示及びHACCPに関する研修会でも役立つとの高い評価を得た。今後も個別相談や研修会の要望があれば、可能な限り対応したい。

- 12) 消費者が、栄養成分表示を自身の健康づくりに役立てるためには、その見方や活用方法についての知識を習得し、自らの食生活に応じた適切な食品選択を行うことが必要である。2020年(令和2年)に消費者庁が行った地方公共団体を対象

とした調査では、消費者が栄養成分表示を利用し、活用するための普及啓発を、7割を超える地方公共団体が行っていると回答していた。徳島県では、消費者行政新未来創造オフィスと連携し、栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育を推進している。このことから、今後、消費者の間で栄養成分表示を活用する者が増え、栄養成分表示が免責されている加工食品にも表示の要望が高まると考える。

- 13) 令和2年度徳島県食品表示適正化計画数値目標及び実施状況を見ると食品表示関連講習会等参加者数は、計画では100人であったが、令和2年実績（見込み）は、0である。徳島県はコロナの影響で講習会が開催できず、「食の安全安心情報ポータルサイト」へ食品表示に関する事業者向けのY o u T u b eを掲載した。一方、食品表示Gメンによる立入検査・検査件数は、計画では3,200件であったが、令和2年実績（見込み）は、2,400件と目標の75%の件数であった（令和2年度第2回徳島県食の安全安心審議会資料から引用）。

栄養成分表示又は食品表示法改正による栄養成分表示の変更に対する対策を行っていないと回答したスーパーマーケット18業者のうち、今後の対策の予定があると回答したスーパーマーケットは、全体の8.6%（業者数8）であり、わからないと回答したスーパーマーケットは、全体の10.8%（業者数10）であった。アンケートにカロリー計算ができるソフトを導入して試みたが、入力もできず実際には対応できていないと記載するスーパーマーケットがあった。今回の調査で、食品表示法が全面施行された後でも栄養成分が表示されていない加工食品が販売されている可能性が示唆された。

そのためには監視指導及び収去検査が必須であり、急務である。令和3年度徳島県食品監視指導計画（令和2年度第2回徳島県食の安全安心審議会資料から引用）を見るとこのように書かれている。食品の表示について点検し、表示違反の発見及び排除に努める。特に、次の食品の安全性に重要な影響を及ぼす事項について、適正な表示を徹底するように指導する。そして、次に当たる項目は、期限表示、アレルギー物質表示、保存方法、食肉の表示基準等のみであった。徳島県民の健康づくりの重要な資源になる栄養成分表示も併せて表示違反の発見及び排除を更に強化する必要があると考える。

## V. 謝辞

今回の調査にご協力いただきました徳島県内のスーパーマーケットの皆様には、心より感謝を申し上げます。

## VI. 利益相反

利益相反に相当する事項はない。

## VII. 食品表示及びHACCPに関する研修会の開催状況

- 1) 目的：2020年（令和2年）4月1日食品表示法の全面施行、令和3年6月HACCPによる衛生管理の義務化と食品関連業者に関連した動きが活発である。また、現在、食品表示ミス、食中毒、食品異物混入の発生防止が求められている。その対応を目的とし研修会を開催する。

2) 日時：令和3年2月19日（金）午後2時から午後4時50分まで

3) 内容：(1)「食品表示法に基づく栄養成分表示のためのガイドライン」（令和2年7月版）について

講師：徳島文理大学人間生活学部食物栄養学科 教授 中川 利代

(2)食品表示法及びHACCPについて

講師：マトハヤ・フーズコンタクト(株)代表取締役 的早 剛由 先生

4) 開催方法：ZOOMによるオンライン

5) 参加者：食品販売業者、食品製造業者 24人

6) 参加者からの質問

(1)和菓子（まんじゅう）への黒糖の原料原産地表示の方法について

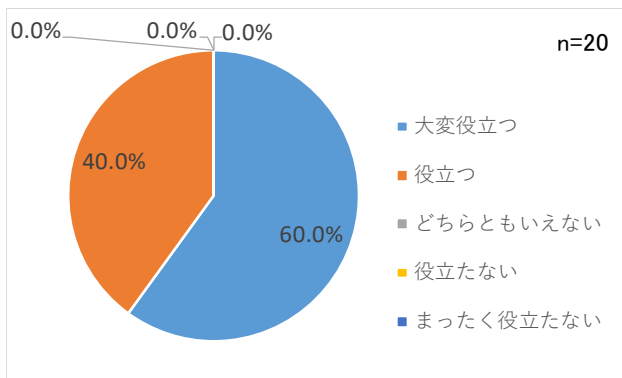
(2)かまぼこの原産地表示方法について

(3)食品表示がひとつの法律でまとめられない理由について

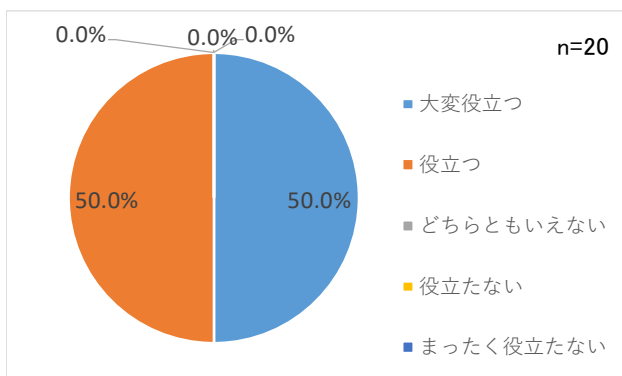
(4)食品表示等で保健所から指導が来る時及び指導が入った過去の事例について

7) アンケートの集計結果

(1)「食品表示法に基づく栄養成分表示のためのガイドライン」について（令和2年7月版）の配布は、業務に役立ちますかの間に全員が役立つと回答した

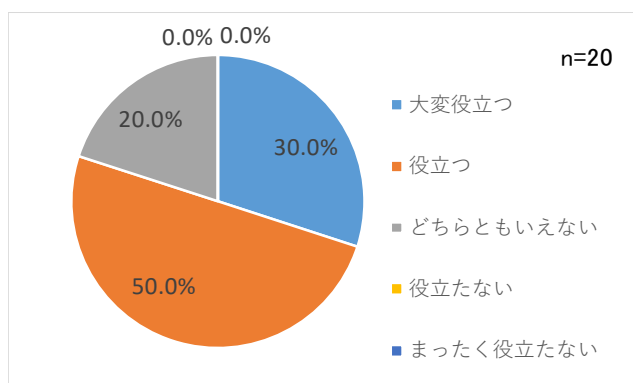


(2)「食品表示法について」の講演の内容は、日々の業務に役立ちますかの間に1全員が役立つと回答した。



(3)「HACCP義務化に関する最新情報」の講演の内容は、日々の業務に役立ちますかの間に80%（16人）が役立つ、20%（4人）がどちらともいえないと回答し

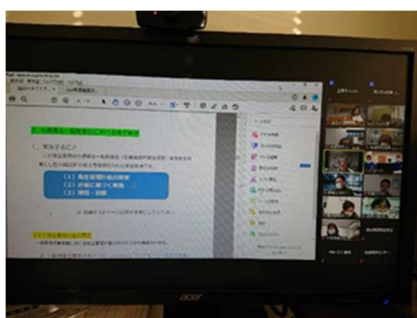
た。20.0%がどちらともいえないと回答した理由は、感想にあるように「HACCP義務化に関する最新情報」の講演時間が短かったことがあると思われる。



### 8) 自由記載

- (1) 食品の商品開発を行うには、食品表示は避けては通れない内容です。現在、いくつかの商品開発に携わっているため、情報が得られてとても助かった。
- (2) 今回の研修内容はとても分かりやすく、役に立ちました。今の表示で見直しが必要な部分にも気づき、もう一度改めて1つ1つ確認作業を進める良い機会になりました。本当にありがとうございました。
- (3) 初めてのリモートでのセミナー、大変そうでしたが無事の終了何よりです。今後も、何かありましたら是非お声掛けいただけますと助かります。
- (4) 会社の規模や取り扱いの加工食品によって、ハサップの独自基準を考え作成することが必要だと分かりました。具体的に何をしたらいいか不安でしたので、この度の研修会は非常に助かりました
- (5) 食品表示の復習的な内容は良かったが、HACCPに関しての時間があまりなかったため、HACCPにももう少し時間をかけてほしいかなと思いました。

### 9) 「食品表示法に基づく栄養成分表示のためのガイドライン」(令和2年7月版)の配布数: 令和3年2月26日現在 35部



徳島文理大学様  
(2021年2月19日(金))

食品表示法及びHACCPについて

マトハヤ・フーズコンタクト(株)  
代表取締役(法令制度テクニカルアドバイザー)

的早 剛由



### 〈事業者向け〉 食品表示法に基づく 栄養成分表示のための ガイドライン

本ガイドラインは、以下を基に作成しています。

- ・食品表示法(平成25年法律第70号)
- ・食品表示基準(平成27年内閣府令第10号)
- ・食品表示基準について(平成27年3月30日付け消費表第139号)
- ・食品表示基準Q&A(平成27年3月30日付け消費表第140号)

第3版

令和2年7月  
消費者庁 食品表示企画課



## VIII. まとめ

- 1) 22.7%のスーパーマーケットが加工食品の商品数が減った。その理由に栄養成分表示の義務化を88.0%のスーパーマーケットがあげていた。
- 2) 20.0%のスーパーマーケットが加工食品の売上高が増加した。その理由にコロナの影響をすべてのスーパーマーケットがあげていた。
- 3) スーパーマーケットは、食品製造業者の栄養成分表示実施に向け支援していた。
- 4) 県庁や保健所以外の機関にも栄養成分表示に関して相談していた。
- 5) 徳島文理大学での食品製造業者及び食品販売業者を対象にした研修会の開催や相談業務が食品表示の推進に役立った。平成30年度・令和元年度の研修会の評価も併せて大学の強みを生かした役割が示唆された。
- 6) 行政がスーパーマーケットを通じると食品製造業者における栄養成分表示の推進を効果的に展開できる可能性が示唆された。
- 7) 行政が監視業務を強化して栄養成分表示違反の発見及び排除に努めることが求められる。