

# 栄養表示の義務化について

- ・お客様の声、小売店様の声、製造メーカーの立場から

藤本食品株式会社  
商品企画部  
佐藤麻実子

## ・栄養表示の義務化について

- ・会社紹介、製品紹介、グループ会社紹介、会社概要
- ・小売商品のラベル見本(栄養成分値の表記法の違い)  
弊社例
- ・弊社フリーダイヤルに頂くお客様の声(栄養成分値)
- ・最近の取引先様の傾向
- ・栄養成分表示を作成するのにあたり
- ・まとめとして



# FUJIMOTO FOODS

PRODUCING THINGS UNCOMPROMISINGLY

## 商品のご紹介

### 食品づくり

### 企業概要

### グループご紹介

### 採用情報

### お問い合わせ

## Items introduction

### 毎日必要なものだからこそ、 品質、味、価格のすべてにこだわって創りたい

「より良いものをより安く」をモットーに、お客様から「安くて美味しい」と喜んでいただける食作りを目指して、各種サラダ、煮物、和え物等の惣菜や、寿司、弁当、おにぎり、総菜用カッパ野菜等を製造しています。これらは定番の売れ筋商品に加え、旬の新品も毎月続々登場させて、豊富な商品構成を展開しています。

また、この他にも、うどん、そば、中華麺等の各種麺類、豆腐、漬物、白飯、すし飯などの生産をグループ会社で行っています。これからも、「こんな商品あったらいいな」のお客様の声に応じて、一人でも多くの人に食べていただける、魅力ある商品作りに挑戦し続けます。

### 藤本食品の商品

- ☑ お弁当
- ☑ おにぎり・その他
- ☑ お寿司
- ☑ お惣菜類
- ☑ サラダ類
- ☑ 材料キット商品

### めん楽の商品

- 麺製品 ☑ 袋麺  
☑ 調理セット麺・鍋商品・その他商品(定番)  
☑ 秋冬商品各種  
☑ 春夏商品各種
- お豆腐 ☑ お豆腐



おにぎり&やきそば弁当(399円)



おにぎり2個入(198円)



おにぎり(梅)(105円)

## 藤本食品の商品

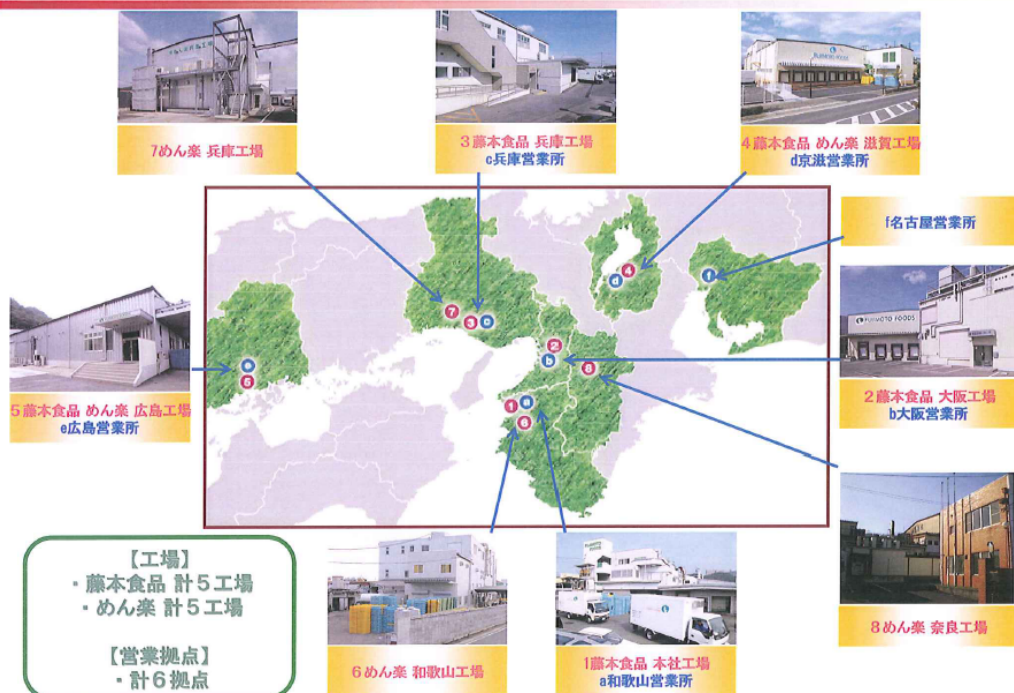


お惣菜セット(298円)



バラエティーおにぎりセット(350円)

## グループ所在地



## 主なグループ会社紹介



### (株)めん楽

うどん、そば、中華麺等の各種麺類、豆腐を和歌山、兵庫、奈良、滋賀、広島の5工場で製造



### (株)お惣菜 嬉良里

グループの特色を活かした豊富なメニュー  
手作りで安心のできたてお惣菜から一口デザートまで



### (株)いも膳

地域の人々に愛される「めし処」  
近畿圏にて19店舗展開



藤本食品グループ詳細

会社概要(グループ全体)

本社所在地	〒640-8431 和歌山市向 181 番地 TEL.073-452-2346
創 業	1973 年 4 月
設 立	1976 年 9 月
資 本 金	9,500 万円
代表取締役	宇津 稔
従業員数	1,714 名 (パート社員含む)
売 上 高	170 億 3,800 万円 (2010 年度実績) ※藤本食品株式会社単体の売上高
平均年齢	36.4 歳
事業内容	関西圏のスーパーマーケットはもとより、山口県から愛知県に至る各府県の約 3,600 の店舗に弁当・おにぎり等の米飯類・寿司類・惣菜類、業務用半製品などを販売。 グループ会社では株式会社めん菜が麺類及び豆腐の製造販売を行っている。
事 業 所	本 社：和歌山 工 場：和歌山・大阪・兵庫・滋賀・広島 営業所：和歌山・大阪・兵庫・滋賀・広島・名古屋
主な取引先	株式会社万代 イオン株式会社グループ各社 株式会社オークワ 株式会社関西スーパーマーケット 株式会社美食 (松源) 株式会社阪急オアシス 他

沿革(グループ全体)

昭和 48 年 4 月	前社長藤本輝司が和歌山市北島において玉子製品の製造を始め、続いてミートコロケ、ミンチカツ等、冷凍食品も製造開始
昭和 51 年 9 月	和歌山市野崎 71 番地に移転 藤本食品有限会社を設立 藤本輝司代表取締役に就任
昭和 52 年 1 月	サラダ類の製造開始
昭和 53 年 4 月	和惣菜の製造開始
昭和 54 年 1 月	寿司、米飯弁当の製造開始
昭和 60 年 2 月	和歌山県経済センター地下街に大衆食堂「いも膳」1 号店開店
昭和 62 年 5 月	有限会社を株式会社に改組
昭和 63 年 12 月	本社、工場を和歌山市向 181 番地に新設、移転
平成 元年 4 月	和歌山市野崎 71 番地に株式会社野崎水産設立。水産物の加工、特に寿司種子の加工販売を主業務とする
平成 3 年 3 月	和歌山市野崎 71 番地にめん菜を創業。麺製品及びだし類の製造販売を始める
平成 4 年 1 月	株式会社めん菜を設立
平成 5 年 6 月	和歌山市野崎 71 番地敷地内に麺製造工場を新設
平成 6 年 8 月	株式会社野崎水産を株式会社のざきに変更。水産物の加工に加え、野菜類のカット加工等を業務とする
平成 7 年 10 月	兵庫県小野市住永町 26 番地にて兵庫工場稼働
平成 9 年 4 月	和歌山市向にて株式会社のざき新工場稼働 和歌山市吹上にて惣菜専門店「嬉良里」開店
平成 13 年 4 月	株式会社めん菜兵庫工場稼働
平成 13 年 8 月	兵庫県西宮市加茂 6 丁目にて川西工場稼働
平成 13 年 12 月	株式会社めん菜兵庫工場敷地内に豆腐工場新設
平成 14 年 11 月	滋賀県守山市勝部 4 丁目にて滋賀工場稼働
平成 14 年 12 月	株式会社めん菜滋賀工場稼働
平成 15 年 10 月	株式会社吹上を設立 (川西工場名称変更)
平成 16 年 8 月	株式会社のざき 食品卸売業に業態変更
平成 18 年 1 月	株式会社のざき 吸収合併
平成 18 年 9 月	奈良県桜井市に株式会社更科製麺所を設立
平成 19 年 4 月	株式会社ベネフィット 吸収合併
平成 19 年 7 月	藤本食品株式会社大阪工場稼働
平成 19 年 9 月	藤本食品株式会社広島工場稼働
平成 23 年 4 月	株式会社めん菜広島工場稼働
平成 23 年 9 月	藤本食品株式会社代表取締役社長藤本輝司辞任 後任代表取締役社長に宇津 稔就任

会社概要(グループ全体)

本社所在地 〒640-8431 和歌山市向 181 番地 TEL.073-452-2346

# ・小売商品のラベル見本(栄養成分値の表記法の違い)

注: 弊社例

弁当表示例



和風弁当



原則こちらに表示。



裏貼りラベル

そうざい表示例



季節の六品惣菜



このラベルに、成分を表示する場合有。



裏貼りラベル

おにぎり表示例



おにぎり(鮭)

原則こちらに表示。

## ・弁当・寿司の小売商品には、栄養成分値を表示

表示スペースが確保できるので、お客様への情報伝達のため(弊社見解)

取引先様の中には・・・栄養成分表示不要とのご要望も(見解の一例)

→理由: 弁当、惣菜の具材の中には、サイズの幅があり、栄養成分値がばらついてしまう。

許容範囲が認められていないことをご存じないお客様もいらっしゃるの、  
表示することによって、誤解を与えてしまう。それなら、表示しないほうが良い。

## ・惣菜小売商品には、栄養成分値を非表示

表示スペースが確保できないので、原則非表示

取引先様の要望により、裏ラベルに表示する場合有。

→商品の裏側で、お客様が成分の確認ができるかどうか、疑問に思う場合有。

※お客様には、商品をまず見て、選んでいただきたい！

## ・弊社フリーダイヤルに頂くお客様の声(栄養成分値)

- ・フリーダイヤルに問合せいただくお客様は・・・  
ご病気をお持ちである、高齢である、といった理由で、  
エネルギー、ナトリウム値問い合わせ、蛋白質などは、「ついで」という方も  
弁当商品で、ナトリウム値の記載をしていますが、「食塩はどのぐらいの量ですか？」  
という問合せも  
持病があり、栄養成分値は気にしているが、スーパーで中身を見て購入できる  
商品があるとありがたいのです、という声も！→仕事を持っているので  
フリーダイヤルへ、担当者ご指名で問合せを下さるお客様も



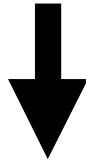
- ・お客様が必要とする栄養成分値は、エネルギー値(kcal)と、食塩換算値(g)ではないか？
- ・生活習慣病などの食事指導が、食塩値でされていることも、考慮すべきではないのか？
- ・持病を持ちつつ、商品選択、購入されるのであれば、優先はアレルゲンではないか？
- ・商品を隠してしまったり、裏面表示でわかりにくい成分表示より、POPやリーフレット、  
店内ポスターなどでの柔軟な対応が、より伝わりやすいのではないかと？

## ・最近の取引先様の傾向

- ・キット商品(店内調理品)の情報は、詳細な情報提供依頼が多くなっている。  
使用原料、産地、成分、など。→店舗・取引先での表示作成の為。
- ・調理後の、表示作成の打診もあり。  
→御飯とおかずの表示、天ぷら材料の天ぷら加工後の表示  
取引先様で用意する、ごはんや天ぷら粉、油の情報が不明であるので、  
それらの情報が入る場合に、「参考」程度の対応のみ。  
→栄養成分表示以外でも、表示作成は複雑でわかりにくい、という意識がある。

## ・栄養成分表示を作成するのにあたり

- ・必要な情報
  - ・日本食品標準成分表2010
  - ・取引先様からの情報伝達(大企業から零細企業まで)
  - ・外部検査機関に依頼した実測結果
  - ・調理品のデータ(特に油調)
  - ・上記の結果、もしくは上記結果を組み合わせて栄養成分値とする
- ・迅速な対応には
  - 外部機関に検査依頼した場合、1週間～10日
- ・急な材料変更に対応するか？
  - ・ラベル印字は至急対応が可能
  - ・玉麺類、印刷フィルム、おにぎりラベルなどは、迅速な対応が難しい
- ・材料の季節変化による栄養成分変化について、どの程度考慮すればよいのか？
  - 野菜の成分の季節変化、魚の部位による成分のちがいは？
- ・製造ストップさせないために、いつでも安心して商品が購入できるように



- ・お客様に安心・安全を迅速にとどけるには、栄養表示義務は必要か？
- ・法令の義務化にともなう、メリット・デメリットの議論は十分か？
- ・法令順守の義務化に伴う、責任に対応できる製造業(食品・包装資材・印刷)
- ・ガイドラインでの対応の議論は十分か？
- ・法令として義務化する場合、対応準備は？

## ・まとめとして

- ・法律の一元化は必要であるが、対象となる商品は千差万別である。
- ・事業者の別の他に、小売商品と業者間取引商品によって、情報伝達手段も異なることも検討すべきではないか。

### ・法令化のメリット・デメリット

- 1) 広く情報の共有化が出来る
- 2) 商品選択の情報が增える
- 3) 業者の淘汰
- 4) 状況変化に対する対応の遅れ(自然災害、その他)

### ・ガイドライン対応のメリット・デメリット

- 1) 広く情報の共有化が出来る
- 2) 情報伝達手段、商品選択の情報が增える
- 3) 幅広い商品提供・選択が可能
- 4) 状況変化に対する迅速な対応(自然災害でも、材料変更・製造・出荷が可能)
- 5) ガイドラインの不遵守

### ・法令化又はガイドラインの前に実施していただきたいこと

- 1) 栄養成分表示については、ナトリウム値から食塩換算値(相当量)に変更、が望ましい。
- 2) 迅速、かつ、簡便な成分計算のために、調理成分計算のための根拠となる情報提供を

## ・ガイドラインによる柔軟な対応

- ・栄養表示は、努力目標とする。(お客様へ迅速な対応を優先する)
- ・第一目標は、エネルギー値及び食塩換算値の2成分であり、第二目標は五大成分とする。
- ・小売商品のパッケージに記載、のみではなく、POP、リーフレット、ポスター、HPなどの媒体も使用し、お客様へ迅速な情報を届けることを第一と考える。
- ・規定値の幅、計算値表記、幅表示の継続、柔軟な対応を求める。