



外食産業が求める配達代行サービス
～「外食」と「消費者」を結ぶ配達代行サービス利用の指針～

令和３年６月

（令和３年１２月一部修正）

一般社団法人 日本フードサービス協会

外食産業が求める配達代行サービス

～「外食」と「消費者」を結ぶ配達代行サービス利用の指針～

はじめに

I 総論

1. 指針（ガイドライン）の位置づけ
2. 外食産業を取り巻く環境

II 各論

1. 配達代行事業者の役割と責任―外食産業が配達代行事業者に求めること
 - (1) 品質・衛生管理に関する事項
 - (2) 情報提供に関する事項
 - (3) 配達員の採用・教育に関する事項
 - (4) 運営管理に関する事項
2. 外食事業者の役割と責任
 - (1) 外食事業者の品質・衛生管理に関する基本的な考え方
 - (2) 外食事業者の情報提供に関する基本的な考え方
 - (3) 外食事業者の運営管理に関する基本的な考え方
3. 配達代行サービスを利用する消費者の役割

はじめに

外食産業はこれまで国民の豊かな食生活の向上に貢献することを社会的使命として邁進してきましたが、一年数カ月前に発生した新型コロナウイルスの猛威が衰えをみせず、大変厳しい経営状況にあります。政府の緊急事態宣言および自治体の営業時間短縮要請が繰り返される中であっても、外食産業はテイクアウトやデリバリーの強化に努め、社会の要請に応えようとしております。しかし残念なことに、昨今の人手不足もあり、迅速かつ十分な提供が満足に行われていない現実是否めません。多くの店舗はこの問題の一つの解決方法として外食の「配達（デリバリー）」を代行事業者に委託しております。

ただ、この方法も外食産業にとっては少なからずの負担となっています。なぜなら、配達代行事業者に支払う高額なサービス手数料や配達手数料に加えて、デリバリー用の包材費などを捻出しなければならず、販売しても利益率が下がるなどの課題を抱えています。配達代行サービスは、「食」の購買に対する消費者の多様なニーズに応え、すでに「外食提供の一つの方法」として定着しつつありますが、その反面、消費者と外食事業者、双方の期待とは異なる商品（料理）が届くという問題も発生しています。

外食の販売者と消費者を結ぶ配達代行サービスを巡っては、メディアでも多くのトラブルが報道されています。例えば、配達の遅れを理由に消費者が注文商品の受け取りを拒否したところ、その商品は消費者の住むマンションの共有スペースに投げ捨てられていた、あるいは自転車に乗った配達員が歩道を運転して歩行者と接触した、公道で自転車の交通ルールを無視したなどです。コロナ禍に起因する消費者ニーズの拡大により、食事の配達区域が都心から都市郊外へと広がるにつれ、地域住民と配達員の摩擦など様々な問題が出て来ました。本来であれば、消費者と飲食店との間で完結されるはずの食事提供サービスが、配達代行という新たな役割に託された結果、外食事業者が提供する商品やサービスの責任の所在が曖昧になっているのです。一方、新型コロナウイルスの出現によって「食」を取り巻く環境が変容するにつれ、配達代行サービスは消費者の利便性を高めるものとして期待されていることも事実です。

浮かび上がってきた配達代行の現状と諸課題に対応するために、一般社団法人日本フードサービス協会は公益財団法人食の安全・安心財団と連携し、昨年10月に「外食事業者の配達代行サービス利用に関する検討会」を設置し、これまで6回の検討会議において議論を重ねてまいりました。

もとより我々外食産業は食の安全安心に留意し、商品を適切に消費者に提供する責務を負っていますが、配達代行事業者も飲食店から大切な食べ物を預かり、消費者の食卓にお届けするという業務上、食の安全安心に配慮する責務があります。本ガイドラインは食事配達サービスの遂行に当たって両者はどのように対応すべきか、また消費者は代行サービスの利用に際して何に留意すべきかを、外食産業から提案したものです。

我々はこのガイドラインを土台に、今後も日本フードサービス協会会員企業をはじめ、外食関連産業および配達代行事業の皆様方と協議を重ねながら、さらに利用しやすい配達代行サービスを追求していく所存です。

令和3年6月

一般社団法人日本フードサービス協会

会 長 赤塚保正

副会長 小林 均

外食事業者の配達代行サービス利用に関する検討会

座 長 三村優美子

I 総 論

1. 指針（ガイドライン）の位置づけ

〈指針（ガイドライン）策定の目的〉

一般社団法人日本フードサービス協会は、外食事業者が配達代行サービスの利点を生かしながら、自身の出前と同様または近似のサービスを消費者に届けられるようにとの願いから、われわれにとって望ましい配達代行サービスとはなにかを追い求め、各分野の専門家で構成される「外食事業者の配達代行サービス利用に関する検討会」を設置し、第三者の配達代行業者に業務委託する際に生じる恐れのある諸課題を洗い出し、配達代行業者、外食事業者、および消費者という三方（さんぽう）の利害関係者それぞれに対して役割と責任の再確認を促す目的で、「業界が求める配達代行サービス～『外食』と『消費者』を結ぶ配達代行サービス利用の指針～」を策定することにした。

〈急速に拡大する配達代行サービス〉

新型コロナウイルス感染症の蔓延で、政府による緊急事態宣言の繰り返し、および蔓延防止等重点措置指定区域の拡大などで、全国的に会食の自粛や飲食店の酒類販売禁止ならびに営業時間短縮を要請する自治体が増えている。外食産業は一年以上もの間、出口の見えない、先行き不透明な状況の中で、従来の営業がままならず、デリバリーやテイクアウトに活路を見いだそうとしている。

しかし、人手不足もあり外食事業者の自社配達（出前）サービスは減る一方で、多くの事業者が店外消費の需要に十分にこたえられない。このような状況下で注目されているのが配達代行サービスであり、新たなビジネスモデルとしてその市場は急拡大している。

〈出前（料理配達）と配達代行サービス〉

本来、出前とは、飲食店（外食事業者）が注文・調理・配達というフードサービスを自社で完結させるプロセスの最後の段階（配達）を指している。一方、配達代行サービスは、外食事業者による出前と同等に近い対応を可能とするため、品質・衛生管理の確保、情報提供の徹底等を前提に配達代行を行う業務を指し、われわれ外食事業者は従来の出前の延長という範疇に入るものと考えている。

近年は配達代行サービスの出現で、出前（料理配達）の形態が複雑化した。「外食事業者の配達代行サービス利用に関する検討会」は2種類の配達代行サービス事業者からヒアリングを実施した。一つは、飲食店以外の事業者（プラットフォーマー）がインターネット上にプラットフォームを設置し、複数の飲食店からオンライン出店を募り、サイト上で各店の注文を取り次ぎ、料理を配達代行する事業者、もう一つは、配達だけを代行する事業者である。以下では主として「配達代行業者」＝「プラットフォーマー」として述べている。

なお、2020 年 12 月 17 日に開催された消費者庁の「インターネット消費者取引連絡会」第 39 回会議では、フードデリバリーサービスが議題になり、三菱 UFJ リサーチ&コンサルティングの資料ではデリバリーを①自店注文配達型、②マーケットプレイス型、③注文・配達代行型に大別しているので参考にしていきたい。

(https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/caution/internet/assets/caution_internet_201225_0001.pdf)

＜配達代行の問題点＞

出前を含めて外食は消費者と直接コミュニケーションを取れることから、現在の食品表示法による表示義務は課せられていない。だが、家庭や職場に外食の料理を届ける配達代行サービスは、消費者にとって居ながらにして外食を楽しめるという利点がある一方、配達時間によっては商品本来の味が落ちる可能性や品質低下、あるいは食中毒をはじめとした食品安全上のリスクなど、品質・衛生管理上の問題点があるほか、さらには配達代行業者の料金システムの不透明性、責任範囲の不明確性、配達員の行動に関する疑問点なども指摘されている。

＜配達代行サービスに求められる信頼性と透明性＞

配達代行サービスは消費者の多様なニーズに応えた新しい食事配達形態であるが、配達代行事業者は、外食事業者と連携して食品のサプライチェーンの一翼を担う立場にあることから、各配達員には商品の安全と消費者の信頼がいかに重要かを教える責任がある。外食事業者は、もとより調理する商品の品質と衛生管理に責任を負うが、ひとたび当該商品を配達員に引き渡したら、配達員には商品の品質と安全に留意しながら消費者の食卓に届ける義務が生じるはずである。

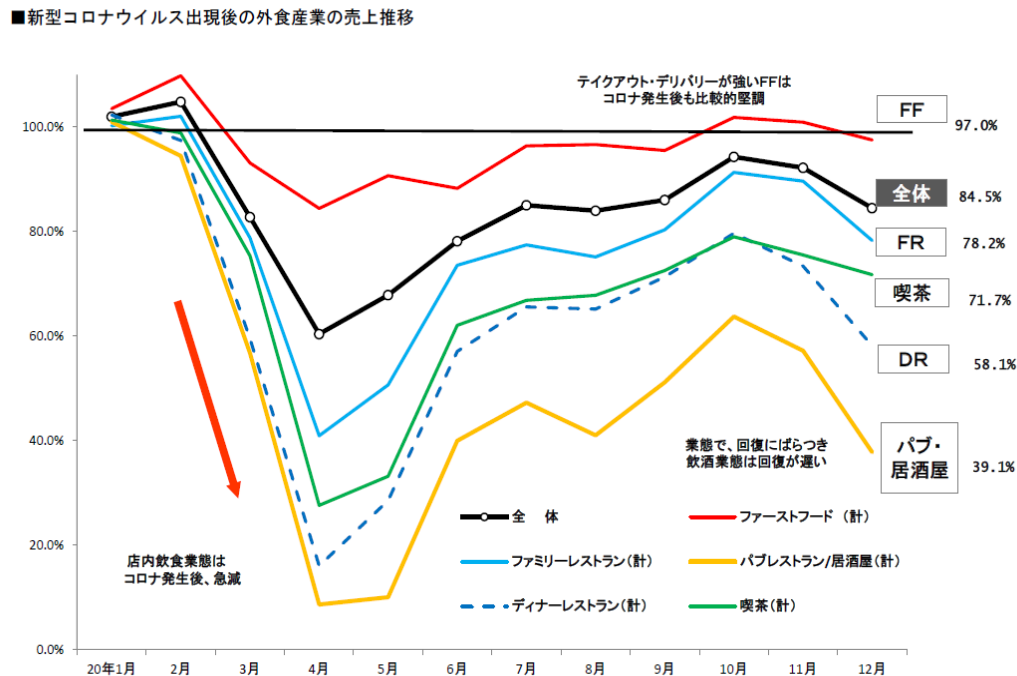
配達代行サービスの運営次第では、外食事業者と消費者の双方が期待している商品とは異なる物が届くというリスクも否めない。仮に双方の期待外れが常態化してしまうとすれば、これまで外食産業が長年に亘って築いてきた商品の品質、外食の価値、消費者との絆は維持することができるのだろうか。

店内飲食が制限されている現在、外食事業者は事業継続のためにデリバリーを積極活用し、第三者の配達代行システムに頼る場合が多い。しかし、商品がひとたび配達代行者に手渡されてしまうと、外食事業者と顧客との繋がりが切れ、場合によっては顧客情報が競合店舗に移ってしまう恐れもある。

コロナ収束後の外食が完全に従来の営業状態に戻ったとしたら、配達代行サービスは自然と淘汰されていくのか、あるいは新しい販売形態の利便性を知った消費者が今後も支持しつづけるのか、今ここで結論づけるのは時期尚早だが、少なくとも現コロナ禍において配達手数料やサービス手数料の根拠が分かりにくく高いのは事実であり、配達代行事業者には料金設定の透明性と配達サービスの信頼性が求められる。

2. 外食産業を取り巻く環境

新型コロナウイルスの出現により 2020 年の外食産業界は大きな打撃を受け（下図参照）、その打撃は今年も続いている。



＜2020 年の市場概況＞

○JF 外食産業市場動向調査によれば、2020 年の全体売上は対前年比 84.9%と、平成 6 年（1994 年）の調査開始以来、最大の下げ幅となった。政府から「緊急事態宣言」が発令された 4 月には、前年同月比 60.4%と単月として最大の下げとなり、その後、徐々に回復傾向をみせたものの、8 月をピークとしたコロナ「第 2 波」、11 月以降の「第 3 波」の影響を受け、年間では大幅に落ち込んだ。

○業態別では、テイクアウト・デリバリー需要に支えられた「ファーストフード」（対前年比 96.3%）のような業態もあったものの、店内飲食を主とする「ファミリーレストラン」（77.6%）、「喫茶」（69.0%）、「ディナーレストラン」（64.3%）、「パブレストラン/居酒屋」（50.5%）等は軒並み大きなダメージを受けた。コロナ禍によって業態間格差は拡大し、特に飲酒業態への影響は壊滅的で、深刻な事態となっている。

○コロナ以後の外食需要は、感染を避ける消費行動や、テレワークの増加などの働き方の変化から、「繁華街立地」「店内飲食」「ディナー時間帯」「多人数利用」の業態・店舗から、「郊外立地」「テイクアウト・デリバリー」「ランチタイム」「少人数利用」の業態・店舗にシフトする傾向がみられた。

Ⅱ. 各 論

1. 配達代行業者の役割と責任―外食産業が配達代行業者に求めること

配達代行業者は、外食店舗で調理された商品や提供されるサービスを、外食店舗のスタッフに代わって、消費者の食卓に届けるという役割を担っている。この役割の遂行に際し、外食事業者は配達代行業者に対して以下の4点について責任を果たすことを求める。

- (1) 品質・衛生管理に関する事項
- (2) 情報提供に関する事項
- (3) 配達員の採用・教育に関する事項
- (4) 運営管理に関する事項

以下は品質・衛生管理、情報提供、配達員の採用・教育、運営管理の各分野ごとに、外食事業者が配達代行業者に実施確認を求める項目を列挙したものである。

(1) 品質・衛生管理に関する事項

配達代行サービスの配達員が商品を配達したあと、消費者が喫食するまでに時間が経過すると、商品の品質低下や食中毒など、品質面・衛生管理面のリスクが発生する恐れがある。また、配達が遅延すれば、微生物の増殖に伴う食中毒発生のリスク、商品を不適切に取り扱えば、汚染や異物混入のリスクが発生する恐れがある。

消費者が安心して配達代行業者を利用できるように、外食事業者から配達員に受け渡された商品が安全に衛生的に届けられるよう、配達代行業者には配達装置・配達ツール等の衛生管理の徹底が求められる。

【チェック項目】

- ① 商品配達時の衛生管理や食品防御の専門家チームが社内に設置され機能している。
- ② 配達員の健康管理は、感染症の有無、下痢おう吐の有無、健康診断等により、毎日チェックし、体調不良者が従事できない仕組みが構築されている。
- ③ 体調不良の配達員が業務を中止して対処すべき行動（診療機関への受診、出勤・外出の自粛、うがい・手洗いや不織布マスクの着用など）が、あらかじめ情報として提供されている。
- ④ 配達員は手洗いを徹底し、必要に応じて手袋とマスクを着用する。
- ⑤ 寿司等の非加熱生鮮食品の配達には、保温・保冷温度や防水機能を備えた運搬ボックスを用意し、温度管理を徹底している。
- ⑥ 配達員は、配達に使用する運搬ボックス等を消毒している。

- ⑦ 配達員は、店舗で商品（料理）を受け取る直前に、必ず手指をアルコール液等で消毒し、届け先に到着後も手指の消毒をしてから顧客に商品を渡す。
- ⑧ 商品の品質を担保するために、配達員が一度に受託できる数量を制限する工夫をしている。
- ⑨ 配達員は、商品を消費者に届けたら、速やかに喫食するよう消費者に伝えている。
- ⑩ 消費者が配達員による直接の手渡しではなく置き配を希望する場合であっても、商品の受け取りを確認する体制を整えている。
- ⑪ 消費者が注文した料理が原因と見られる健康被害や異物混入等、クレームの連絡を受けた場合には、外食事業者および保健所に速やかに報告するとともに、原因を究明する体制を構築する。
- ⑫ 食中毒が発生した場合の責任の所在を明確にするため、配達代行事業者は外食事業者および保健所ならびに消費者（注文者）の協力を得て、配達員の料理の受け取りから配達完了までの経緯を追跡調査し、原因の究明に当たる。

(2) 情報提供に関する事項

消費者が安心して料理メニューを選択できるように、外食事業者から消費者への適正な情報提供が重要となっている。特に、食物アレルギーや消費期限に関する情報の把握は、消費者の食品安全にとっての最優先事項であり、また、原料原産地等の情報も積極的な提供が期待されている。配達代行事業者（とくにプラットフォーム）には、外食事業者からの情報を確実に消費者に伝達すること、および消費者が開示した食品安全関連の個人情報（例えばアレルギーの有無等）を確実に調理現場に伝えることが求められる。配達代行事業者は、消費者の食品安全に関する情報はもとより、手数料や価格に関する料金体系等の情報についても、求めがあれば適切に開示することに努める。

【チェック項目】

- ① 消費者の注文や要望を外食事業者確実に伝達する仕組みがあり、特に、アレルギー情報、および健康上宗教上の理由による問い合わせに関しては、消費者に回答（情報提供）できるシステムをあらかじめ構築している。
- ② メニューによっては、ソース類にアレルギー物質が含まれている事、トッピング食品などにアレルギー原因物質が意図せず（意図に反して、不本意に）混入する場合がある事などを、消費者に正確に情報提供できる仕組みをつくっている。
- ③ お客様の希望であっても、アレルギー物質が含まれている商品とそうでない商品に分けてお届けできないことを、消費者に伝達できる体制が出来ている。
- ④ 消費者または外食事業者が希望した場合、消費者と外食事業者が直接連絡が取れる体制が出来ている。

- ⑤ 消費者の問い合わせに対応できるマニュアル等の作成、および消費者と直に接するカスタマーサポートの窓口を設置し、スムーズにアクセスできるようなシステムをつくり、消費者の苦情等を迅速かつ適正に解決する体制を整備している。
- ⑥ 未配・誤配等のクレームをまとめ、その原因と考えられる情報を外食事業者に提供できるようなクレーム対応の体制ができている。
- ⑦ 消費者が支払う配達料や外食事業者が支払う配達代行手数料の設定根拠を明確に示すことができ、外部に公表している。
- ⑧ 消費者に対し、配達代行利用契約や個人情報の取扱規定、配達手数料、配達代行手数料により、商品価格が店頭価格よりも高い料金体系になることについて、徹底して周知している。

(3) 配達員の採用・教育に関する事項

消費者が安心して配達代行サービスを利用する前提として、外食事業者は配達代行業者に対し、消費者と直接接する配達員の採用方法等の情報開示、および配達員への教育を徹底すること、特に交通マナーや清潔な身だしなみ等、社会通念上必要とされる作法に関しても、法令順守と同等に企業として徹底して指導することを求める。

【チェック項目】

- ① 商品配達時の衛生管理等に関する社内規程を作成し、それを配達員が学び取れるように教育研修を実施している。
- ② 衛生管理、情報提供、運営管理等に関する冊子等を作成しており、配達員にも周知徹底を図っている。
- ③ 配達代行業者が作成する冊子等には、新型コロナウイルス感染症が疑われる場合の対応策、本人や家族の予防策（手洗いやうがいの習慣づけ、不織布マスクの着用等）などが記述されている。
- ④ 配達員には、配達する食品に異物が混入しないように食品防御の意識を持ち、携帯できるマニュアルなどを参照するよう指導している。
- ⑤ 配達員が配達時に参照できるよう携行できるサイズのマニュアルを作成し配達員に配布する。
- ⑥ 配達員が交通安全関連法規を守り、交通事故を未然に防ぐよう、社内規程に基づく研修を実施している。
- ⑦ 配達代行業者は、品質・衛生管理事項について個々の配達員の実施状況を定期的に確認し、必要に応じて改善対策を図り、さらなる教育を実施する仕組みを作っている。

(4) 運営管理に関する事項

消費者が安心して配達代行サービスを利用できるように、外食事業者は配達代行業者に対し、安全な配送管理、セキュリティ対策を講じた情報管理、交通事故を防止するための交通安全管理、配達員の労働環境改善等の労務管理など、配達代行業務が適正に運営されることを求める。

配達代行における様々なリスクの低減を図るために、外食事業者と配達代行業者の双方は、この指針に沿って円滑に業務の運営管理に当たっているか、法令や社内規定等のルールが適切に守られているかなどをチェックするための内部監査を実施し、継続的な改善につなげるものとする。

【チェック項目】

—配送管理—

- ① 外食事業者があらかじめ作成した受注ルール（台風・大雨・大雪等の悪天候対策）を共有し順守する。
- ② 配達員は規則を守り、外食事業者から受け取った商品の包装を一切開かず、また第三者にも触れさせないように注意して注文者に届ける。
- ③ 配達員が注文者に商品を渡すとき、メニュー名、注文番号等を注文者に確認している。
- ④ 外食事業者には、店舗での商品の受取時間および注文者への配達時間の目安を通知している。店頭での商品受取の遅延により、商品の品質が著しく悪化した場合の責任の所在は、あらかじめ双方の事業契約に定めておく。
- ⑤ 注文者には、商品到着時間の目安および外食事業者の連絡先情報を記載した注文確認メールを送付する。
- ⑥ 商品が時間どおりに配達されているか否かの配達状況を、注文者が確認できるシステムを構築している。
- ⑦ 配達員には、品質の損失を防ぐために、複数の店舗を廻り異なる外食ブランドの商品配達を掛け持ちすること（同一敷地内にあるマンション等への配達など）がないように指導している。
- ⑧ 配達員には配達商品の温度管理（冷たいものは10℃以下、温かいものは60℃以上での保存）を徹底させている。時間経過により安全性が低下した可能性のある商品は廃棄とし、配達員はその旨を外食事業者と配達代行業者の双方に連絡する。
- ⑨ 代金がオンライン決済等で支払い済みで、注文者が事前に「置き配」を希望する場合には、注文者が指定した住居管理区域内の指定した時間・場所に商品を置くなど、非接触の受け渡しを行うよう配達員に指導している。
- ⑩ 外食事業者と配達代行業者の双方は、注文者が不在の場合には商品の廃棄を共通ルールとして共有している。商品を廃棄した配達員は、外食事業者と配達代行業者にその旨を報告する。なお、食品廃棄の責任者は原則として配達代行業者と

する。但し、食品廃棄は外食事業者の自社配達ルールに沿って行うこと等、外食・配達代行両事業者間の契約の中で定めておく。

- ⑪ 未配の責任は、外食事業者と注文者の協力を得て、その時の状況を見極めて配達代行事業者が判断する。
- ⑫ 配送中の商品の破損事故については、誰の責任で事故が生じたかを確認してから事故の責任者とするを、事業者間の契約に定めておく。

—情報管理—

- ① 配達先の住所、氏名、電話番号等の個人情報の取り扱いなど、個人情報の管理は徹底している。
- ② 外食事業者の照会に応じて配達員氏名等を追跡（トレース）できるような仕組みを構築している。
- ③ 緊急時には、配達専用アプリ上で配達員と直接連絡が取れるように、仕様を追加することができる。
- ④ 消費者の属性、消費者の商品評価、価格に対する要望等といったマーケティングに関する情報を、外食事業者の求めに応じて提供する仕組みができている。（ただし、2022 年 4 月に施行予定の改正個人情報保護法の内容等に留意する。）

—交通安全管理—

- ① 交通安全に関する専門家チームを社内に設置している。
- ② 配達員が配達中に事故や事件に巻き込まれた場合、迅速かつ適切に対応できるように社内体制を整備している。

—労務管理—

- ① 労務管理に関する専門家チームを社内に設置している。
- ② 配達員の長時間労働を防ぎ、健康管理の重要性を啓発し、常日頃から配達員が安心して働けるように労働環境の改善に努めている。
- ③ 個人事業主であっても安心して働けるような労災保険を用意しており、配達員にわかりやすいように周知徹底している。
- ④ 配達員のマナーやモラルを向上させる研修を社内規程に基づき実施している。
- ⑤ 外国人配達員と雇用契約を結ぶ際、不法就労等を防止するため、パスポートや外国人登録証を確認する等、配達員の成りすましなどができない仕組みを構築している。

2. 外食事業者の役割と責任

外食事業者は、店舗で調理された商品やサービスを外食店舗のスタッフに代わって消費者の食卓に届ける業務を、配達代行事業者に委託する準備として、

- (1) 外食事業者の品質管理・衛生管理に関する基本的な考え方
- (2) 外食事業者の情報提供に関する基本的な考え方
- (3) 外食事業者の運営管理に関する基本的な考え方

を整理し、以下の点に留意して配達代行事業者の選定にあたる。

- 外食事業者は配達代行事業者(配達員)を選定し利用する際、その配達代行事業者に求める事項を社内規程等と照らし合わせて作成する。自社の規程と合わない配達代行サービスは利用しないなどを、業者選定に当たっての条件とする。
- 外食事業者は、配達時間に合わせて調理した商品を包装して送り出す際、食品衛生に留意し、食品安全情報（食物アレルギーや消費期限等）を配達員に伝達し、商品の配達を委託する。
- 配達代行サービスの事業者（プラットフォーム）とは常日頃から定期的にコミュニケーションをとっておく。
- 外食事業者は配達代行事業者と協力して、店舗と配達員のそれぞれが相手を評価する相互評価システムを構築する。
- 万一食中毒が発生した場合の責任の所在を明確にするために、外食事業者は配達代行事業者、保健所、および注文者の協力を得て、配達員の商品の受け取りから配達完了までの経緯を追跡調査し、原因究明に当たる。
- 出前を含めて外食は消費者と直接コミュニケーションを取れることから、現在の食品表示法による表示義務は課せられていない。しかし、配達代行事業者（プラットフォーム）のサイトにオンライン出店する外食事業者は、「不当景品類及び不当表示防止法」（景品表示法）の事業者、「特定商取引法」上の販売業者または役務提供事業者に該当すると考えられる。また、食中毒が発生した場合には、食品衛生法による行政措置および罰則の対象になる。
- 外食事業者はこのガイドラインを定期的に見直し、継続的な改善を図る。

(1) 外食事業者の品質・衛生管理に関する基本的な考え方

配達代行サービスによって配達された商品を消費者が速やかに喫食するとは限らない。喫食までにはそれなりの時間が経過することもあり、商品の品質低下や食中毒など、品質管理・衛生管理上のリスクが想定される。食品衛生法の改正に伴い、2021年6月より、外食事業者は従来的一般衛生管理に加え、HACCP（ハサップ）の考え方を取り入れた衛生管理を求められている。また、配達の遅延による微生物の増殖で食中毒

が発生したり、不適切な包装や取り扱いによる食品汚染や異物混入等が発生するリスクもある。

したがって、消費者が安心して配達代行業者を利用できる前提として、外食事業者は食品の安全を確保するために、品質・衛生管理対策としてチェック項目を作成し、店内の衛生管理の徹底を図るとともに、配達員への商品の受け渡しの際にもチェックする。

【チェック項目】

ー調理を行う際の衛生管理ー

- ① こまめな手洗いや調理従事者自身の衛生管理など、普段から実施している衛生管理を徹底する。
- ② 生もの等は避け、デリバリーに適したメニューや容器を選ぶ。
- ③ 配達できる時間や配達可能な地域を限定する。
- ④ 店舗の規模や調理能力を超えた注文は受けない。消費者の利便性を重視し、ピーク時間帯に調理能力を増強できるようにあらかじめ措置を講じておく。
- ⑤ 注文を受けてから調理するなど、調理終了から配達完了までの時間が短くなるように工夫する。
- ⑥ 加熱が必要な食品は、中心部まで十分に加熱する。
- ⑦ 調理済みの商品は、冷たい状態にすべきものは10℃以下、温かい（熱い）状態にすべきものは65℃以上で保存し、危険温度帯（10℃～60℃）に晒す時間を短くする。
- ⑧ 生野菜サラダ等は、食材の殺菌或いは除菌、洗浄を行い、水分をよく切り、冷蔵温度帯（10℃以下）で保管する。
- ⑨ 温度管理が必要な食材を使用する場合には、配達時に温度が許容範囲を超えて変動しないような対応策をとる。あるいはリスクを軽減できる食材を選ぶ。
- ⑩ 店舗現場での異物混入は、従業員が意図的に行ったことなのか、或いは従業員の過失や不注意によるものなのかによって異なるが、外食事業者は、従業員に食品防衛意識を高めるよう指導する。

ー配達員への商品の受け渡しの際の衛生管理ー

- ① 店舗では、デリバリー担当の配達員と来店客が接触しないように、可能であればデリバリー専用カウンターを設け、両者の動線が重ならないように工夫する。
- ② 配達の際には、料理の汁漏れや持ち運んだときの形状が崩れないように、容器等には蓋をしてテープで封印する。
- ③ 異物混入が起こらないように、配達員が改竄できない配達専用の容器を使用する。
- ④ 配達員が配達商品を入れた容器に直接触れないように、容器を袋等に入れる。
- ⑤ 配達員の体調を再確認するために、配達員には体温測定等により健康状態のチェックを依頼する。

- ⑥ 店舗での商品の梱包や受け渡しは必ずアルコール液等で手指を消毒してから行う。
- ⑦ 配達員に商品を保管する温度帯を指示する。
- ⑧ 消費者に速やかな喫食を促すために（原則は調理後2時間以内に）、商品の容器にシールを貼付することに加え、リスク管理を強化するために可能な限り、配達員には口頭で伝えるよう促し、消費者の注意を喚起する。

(2) 外食事業者の情報提供に関する基本的な考え方

消費者が安心して商品（料理）を選択するためには、正しい情報を提供し、商品に対する消費者の信頼を得ることが重要である。特に、食物アレルギーや消費期限についての情報提供は、商品安全の最優先課題であり、また、原料原産地等の情報も積極的な提供が期待されている。利用する配達代行事業者には情報提供に関する外食事業者の基本的な考え方を伝えておく。

【チェック項目】

- ① 外食には食品表示義務はないが、外食事業者が配達代行事業者に配達業務等を依頼する場合には、消費者の問い合わせ（食物アレルギー、健康上・宗教上の理由等の問い合わせ）に配達代行事業者も回答できるように、当該商品の適正情報が提供できるシステムを事前に連携して構築しておく。アレルギー情報は、「外食・中食におけるアレルギー情報の提供に向けた手引き」（外食・中食産業等食品表示適正化推進協議会）を参考にする。

(http://www.jfnet.or.jp/contents/_files/safety/jf_lallergier_guideline_190919.pdf)

- ② また、消費者の商品選択に役立つように、外食事業者のホームページと注文アプリをリンクさせ（リンクの貼り付けなど）、消費者が注文の際に商品情報を確認できる仕組みを構築する。原料原産地情報は、外食・中食における原料原産地情報提供ガイドライン（外食・中食における原料原産地表示情報提供ガイドライン検討会）を参考にする。

(http://www.jfnet.or.jp/contents/_files/safety/jf_raw_material_of_origin_display_guideline190312.pdf)

- ③ 消費者への注意事項として、「お召し上がり期限は〇〇時です」、「お早めにお召し上がり下さい」等のシールを、容器等に貼付するのも一つの方法である。
- ④ 消費者から、注文した商品が原因と見られる健康被害や異物混入等の連絡を受けた場合、外食事業者は保健所および配達代行事業者に速やかに報告するとともに、原因の究明に当たる。
- ⑤ 消費者からのクレーム対応について、必要に応じて配達代行事業者に情報を提供する。

(3) 外食事業者の運営管理に関する基本的な考え方

配達代行事業者が適切な事業運営を行っていることを確認するために、外食事業者は配達代行事業者の情報管理や配送管理についての基本的な考え方を確認しておく必要がある。

【チェック項目】

—情報管理—

- ① 配達代行事業者と連携して配達員の氏名、注文番号、商品名、商品を渡した時刻をアプリ上で確認し記録するシステムを構築する。あるいは、紙に記録したもので証拠書類として残るものであれば、紙ベースでも構わない。
- ② 商品を受け取りに来た配達員に不審な点がある場合、あるいは配達員が提示する注文番号が照合できなかった場合には、配達の委託を拒否できる仕組みを配達代行事業者と連携して構築する。
- ③ 受け取りに来た配達員の装備（配達バック等）が温度管理などの適切な管理ができない状況のときは、配達の委託を拒否できる仕組み、または外食事業者側で対応できる仕組みを構築する。
- ④ 緊急時に配達員と直接連絡が取れる体制にするには、配達代行事業者と連携して配達専用アプリ上でコミュニケーションできる仕様を追加する必要がある。

—配達管理—

- ① 悪天候等の場合、配達の可否基準となる受注ルールを予め策定し、配達代行事業者と共有する。
- ② 店舗で配達員に商品を渡すときには、メニュー名、注文番号等を相互で確認する。

3. 配達代行サービスを利用する消費者の役割

消費者が配達代行サービスを利用するに当たっては、外食事業者、配達代行事業者の役割と責務を理解し、安全安心に商品を購入し喫食するために、以下の点に留意することが重要である。

【チェック項目】

- ① 配達代行サービスを利用する際には、事前に、商品の値段、配達料金、提供する個人情報取り扱いなど、サービスの利用契約に関する事項を確認し、納得した上で注文する。
- ② サイト上に表示された配達の所要時間は目安であり、交通事情等により時間が多少前後する可能性があることを理解した上で注文する。
- ③ 食物アレルギーをはじめ、注文する商品に疑問や不明な点がある場合には、注文前に代行業者のホームページ上で問い合わせるか、外食事業者に直接問い合わせて確認する。
- ④ 届け先の住所、連絡先の電話番号は、配達代行事業者に正確に伝える。
- ⑤ 蓋が開封済みの商品が配達された場合、あるいは配達員が道に迷い配達時間が長引いた場合には、異物混入や食中毒発生の可能性があるので、喫食を控え、速やかに外食事業者および配達代行事業者に報告する。
- ⑥ 注文した商品を受け取ったら、なるべく早く喫食する。また、食中毒等を防止するために、食べ残しは廃棄処分にする。
- ⑦ 注文しておきながら指定の時間に不在の場合、外食事業者と配達代行事業者の共通ルールに基づいて、配達された商品(料理)は廃棄されることを知っておくこと。
(決済された料金は返還されない。)
- ⑧ 注文した商品が起因と見られる体調不良(食中毒など)や異物混入による健康被害が発生した場合には、速やかに外食事業者および配達代行事業者に連絡する。
- ⑨ 配達代行サービスを利用して気づいた点や改善してほしい点などを、可能であれば、外食事業者や配達代行事業者に伝える。

(参考資料1)

外食事業者の配達代行サービス利用に関する検討会 委員名簿

(五十音順、敬称略)

氏 名	所 属 ・ 役 職 名
あおぬま まさひろ 青沼 正浩	株式会社ビーエム代表取締役社長
いしくら ゆうきち 石倉 悠吉	株式会社つばめ 代表取締役
うざわ たけお 鵜澤 武雄	株式会社吉野家ホールディングスグループ 財務経理本部長
おがわ みかこ 小川美香子	東京海洋大学 准教授
かなや みる 金谷 実	株式会社すかいらくホールディングス 取締役常務執行役員
こうの やすこ 河野 康子	NPO 法人 消費者スマイル基金 事務局長
こじょう てつろう 小城 哲郎	全国飲食業生活衛生同業組合連合会 専務理事
つるみ かずひこ 鶴身 和彦	公益社団法人日本食品衛生協会 公益事業部長
ますおか のぶゆき 益岡 伸之	株式会社サイゼリヤ 理事 社長室特命担当
みむら ゆみこ 三村優美子	青山学院大学 名誉教授
みやした けんじ 宮下 建治	一般社団法人日本フードサービス協会 理事 日本マクドナルド株式会社 執行役員
もりた まき 森田 満樹	消費生活コンサルタント

オブザーバー 消費者庁 食品表示企画課

(参考資料2)

外食事業者の配達配代行サービス利用に関する検討会
これまでの会議における検討事項

第1回検討会 (令和2年10月10日)

- 議 題
- (1) 検討会の設置
 - (2) 座長の選任
 - (3) 現状と課題
 - (4) 今後の方向性
 - (5) その他

第2回検討会 (令和2年11月10日)

- 議 題
- (1) 論点の整理
 - (2) 今後のスケジュール

第3回検討会 (令和2年12月10日)

- 議 題
- (1) 配達代行事業者へのヒアリングおよび意見交換
①株式会社出前館 ②Uber Japan株式会社
 - (2) 今後の進め方

第4回検討会 (令和3年1月28日)

- 議 題
- (1) 配達代行事業者のヒアリングおよび意見交換
日本交通株式会社
 - (2) 今後の進め方

第5回検討会 (令和3年4月8日)

- 議 題
- (1) 検討会議の論点の整理
 - (2) 意見交換
 - (3) 今後の進め方

第6回検討会 (令和3年6月2日)

- 議 題
- (1) 外食産業が求める配達代行サービス(素案)説明
 - (2) 意見交換
 - (3) 今後の進め方について

発行 一般社団法人日本フードサービス協会

住所 〒105-0013

東京都港区浜松町 1-29-6

浜松町セントラルビル 10F

電話 03-5403-1060

03-5403-1070

本書掲載内容を許可なく引用・転載・データ
化することを禁じます。