

加工食品の原料原産地表示について

第3回加工食品の原料原産地表示制度に関する検討会

平成28年3月31日

一般財団法人 食品産業センター
武石 徹

1. 加工食品の原料原産地表示について

我が国食品産業は、国産農畜水産物の適切な利用を図りながら、国民に対する食料の安定供給に寄与してきたところであり、国内農林水産業とともに車の両輪として発展してきました。

先般、政府がとりまとめた「総合的なTPP 関連政策大綱」(平成27年11月25日 内閣官房TPP 政府対策本部)においては、原料原産地表示については「実行可能性を確保しつつ、拡大に向けた検討を行うこととされました。

食品産業界としては、加工食品の原料原産地の義務的表示の拡大については、消費者、関係事業者双方にとって十分な理解が得られるよう、実態を踏まえた適切かつ慎重な検討が必要と考えます。

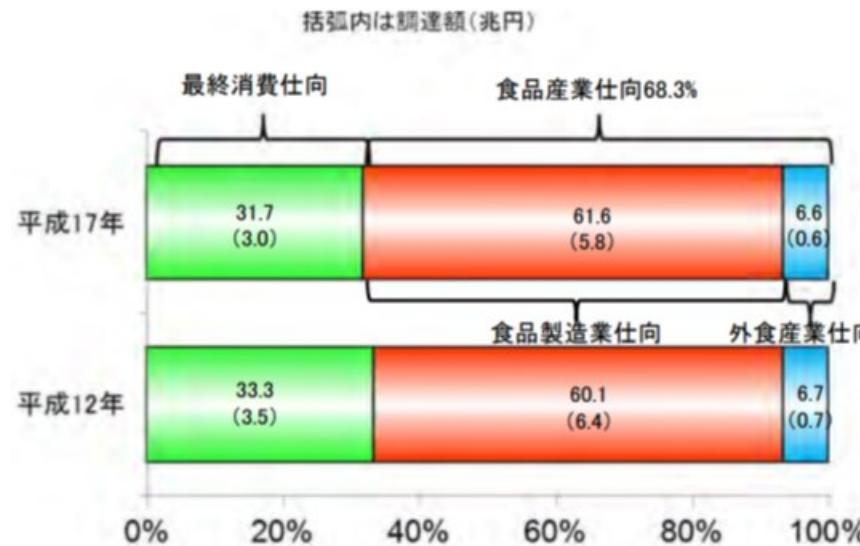
検討に当たっては、食品表示に対する消費者のニーズに適切に応え、これまでの原料原産地表示も含めた食品表示に係る検討の経緯、関係事業者の置かれている情勢、個別品目ごとの事情等にも十分配慮したバランスのとれた議論が必要であると考えます。

2. 原料原産地表示拡大の検討で配慮すべき事項

2-(1) 食品産業は国産農畜水産物の最大の需要者

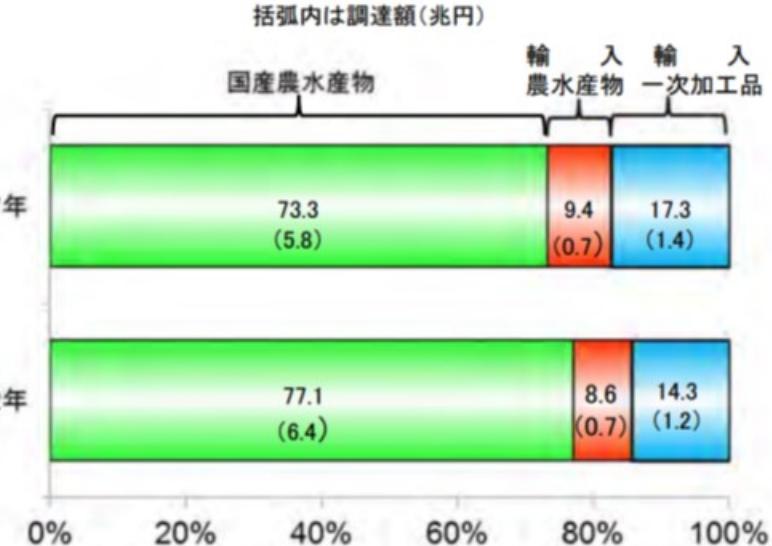
国産農畜水産物の2/3が食品産業向けであり、食品産業は国産農畜水産物の最大の需要者。また、国民に対し「周年」「必要な量を」「安定した品質・価格」の食料品として供給する責務を有しており、原材料の安定確保が課題。

○ 国産農水産物の用途別仕向割合



資料:「産業連関表」(関係10府省庁共同事業)を基に農林水産省で試算

○ 食品製造業の加工原材料調達割合(国産・輸入)



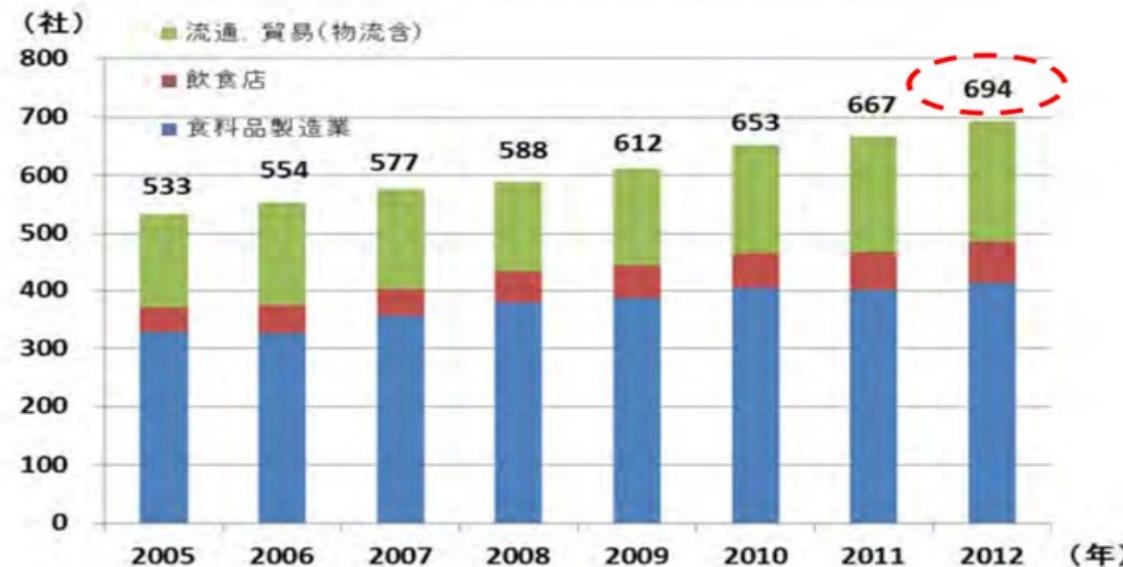
資料:「産業連関表」(関係10府省庁共同事業)を基に農林水産省で試算

(食料・農業・農村政策審議会 企画部会(平成26年2月25日)配布資料から引用)

2-(2) 国産農畜水産物の販路の縮小

国産製造の製品にのみ原料原産地表示を義務付けることにより、事業者サイドにおいて、表示の煩雑さを避けるため、輸入原材料の使用を優先したり、海外展開を助長する恐れがあり、かえって国産農畜水産物の最大の販路を狭める懸念。

○食品産業のアジアにおける現地法人数（業種別）



	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
食料品製造業	329	327	357	379	387	404	401	413
飲食店	41	48	46	53	57	62	68	73
流通、貿易(物流含)	163	179	174	156	168	187	198	208
計	533	554	577	588	612	653	667	694

出所：東洋経済新報社「海外進出企業総覧」を基に農水省作成

対象国・地域：中国、香港、シンガポール、台湾、韓国、マレーシア、タイ、フィリピン、インドネシア、ミャンマー、カンボジア、ベトナム、ハングラデシュ、インド

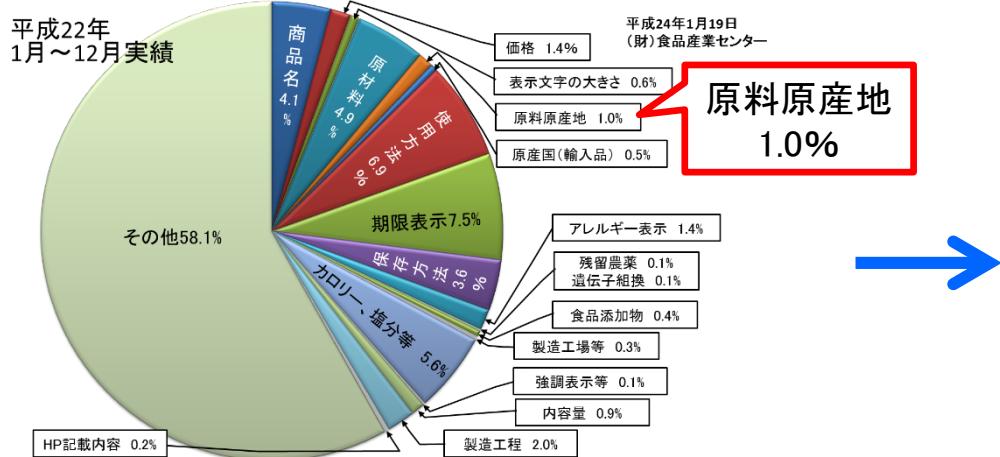
2-(3) 消費者ニーズの把握

加工度や製品中に占める原材料の割合等加工食品の特性に応じて、原料原産地表示に対する消費者ニーズは異なると考えられることから、ニーズの正確な把握が必要。特にその理由の確認が重要。

なお、企業に寄せられたお客様相談の数値をみると、加工食品の原料原産地表示の問い合わせはわずか。またその理由は特定の国、地域のものでないことを確認したいというものが大半。こうした食品安全の不安は表示では解消できない。

このような安心・安全に係る不安に対応するのはリスクコミュニケーションであり、食品表示とは別の問題。

大手食品企業のお客様相談内容(加工食品)(平成24年1月)



同左(平成28年2月)

■食品事業者(9社)からの
聞き取り調査(平成27年実績)

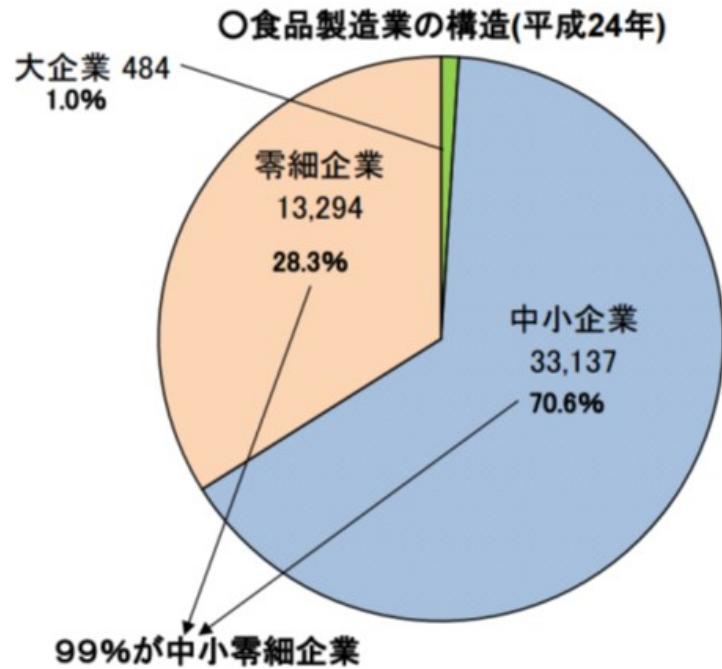
全件数: 8,000～41,000件
(平均28,000件)

原料原産地に関するお問い合わせ
の割合: 約0.5～約6%
(平均2.2%)

・平成22年1月～12月の大手食品企業9社のお客相談に寄せられた相談件数(1社平均件数:38,418件)の主な項目別割合
・「その他」には、「商品の販売店に関する問合せ」、「企業に関する問合せ」、「CM・キャンペーングリーンに関する問合せ」等が含まれる

2-(4) 食品業界は中小零細事業者が多数

食品業界は中小零細事業者が多数を占めており(全体の99%、うち、従業員3人以下の零細事業者が28%)、表示の義務化はコストの増高となり経営に打撃。(原料原産地表示の偽装には、平成21年5月に直罰規定が設けられた。)



資料:経済産業省「平成24年経済センサス・活動調査」

注1:「平成23年工業統計調査」は、平成24年2月に実施した「平成24年経済センサス・活動調査」の中の製造業に関する調査事項にて把握している。

注2:食品製造業は、食料品製造業及び飲料・たばこ・飼料製造業(たばこ製造業、飼料・有機質肥料製造業を除く。)の合計である。

注3:零細企業:従業者数3人以下の事業所

中小企業:従業者数299人以下の事業所

大企業:300人以上の事業所

○地方と都市圏の食品製造業の製造品出荷額、従業者数と全製造業に占める割合(平成24年)

	製造品出荷額		従業員数	
	金額(億円)	全製造業に占める割合(%)	人数(人)	全製造業に占める割合(%)
鹿児島	6,053 (15位)	33.1 (1位)	30,437 (13位)	42.0 (3位)
北海道	19,783 (1位)	32.7 (2位)	73,917 (1位)	45.7 (2位)
沖縄	1,727 (37位)	28.6 (3位)	12,209 (34位)	52.4 (1位)
東京	8,412 (12位)	9.7 (27位)	35,961 (11位)	11.2 (37位)
大阪	12,291 (9位)	7.5 (32位)	48,096 (8位)	10.4 (41位)
愛知	17,460 (2位)	4.7 (40位)	65,102 (2位)	8.4 (44位)
全国		平均 9.6%		平均 15.0%

資料:経済産業省「平成24年経済センサス・活動調査」

注1:「平成23年工業統計調査」は、平成24年2月に実施した「平成24年経済センサス・活動調査」の中の製造業に関する調査事項にて把握している。

注2:食品製造業は、食料品製造業及び飲料・たばこ・飼料製造業(たばこ製造業、飼料・有機質肥料製造を除く。)の合計である。

注3:製造品出荷額は、一部、個々の事業者の秘密が漏れるおそれから秘匿された数字があるため、実態とズレがある可能性がある。

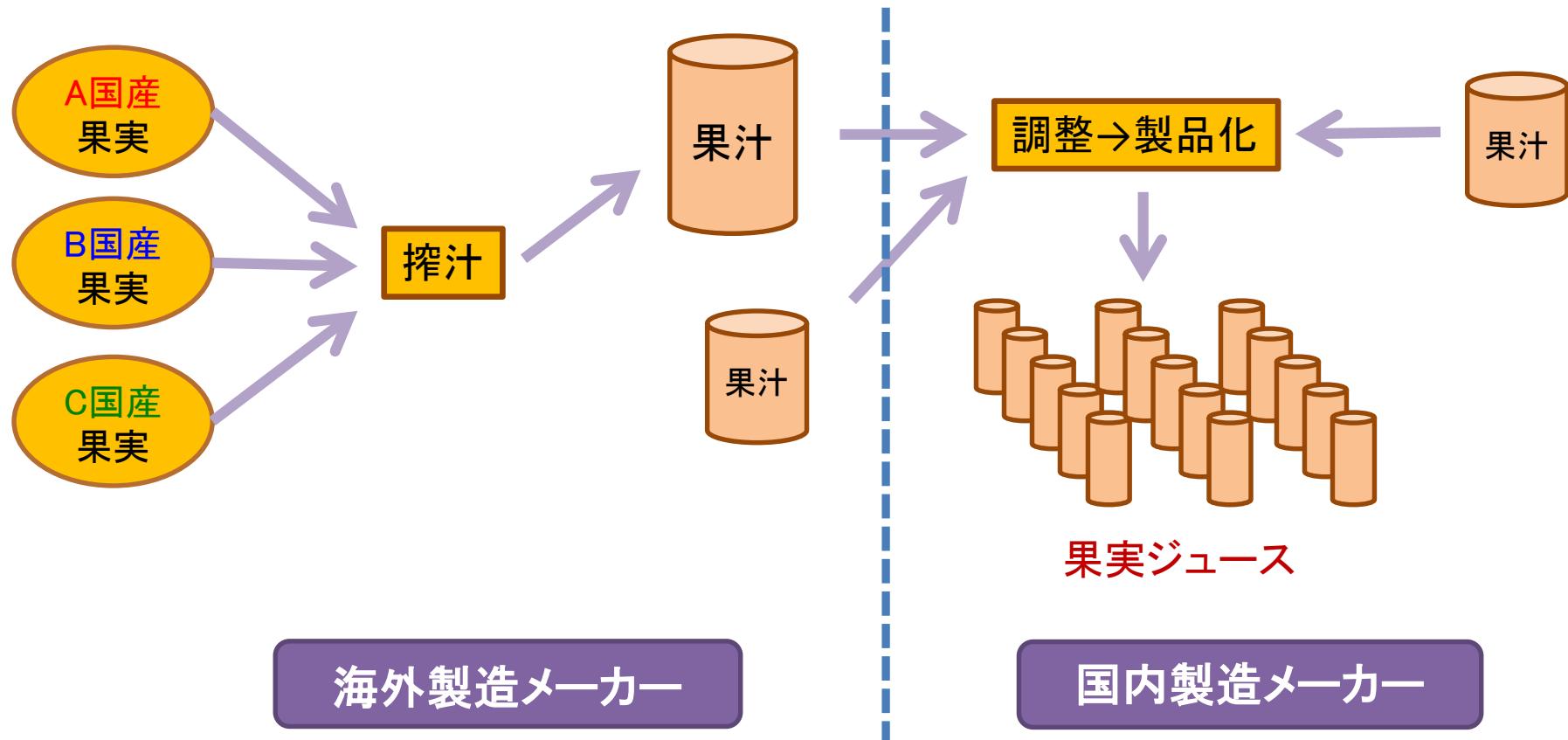
2-(5) 輸入原材料の原料原産地情報のトレースは困難

【果実ジュースの例】

(原料原産地表示拡大の進め方に関する検討会

2011.3.10 社団法人全国清涼飲料工業会様資料から引用)

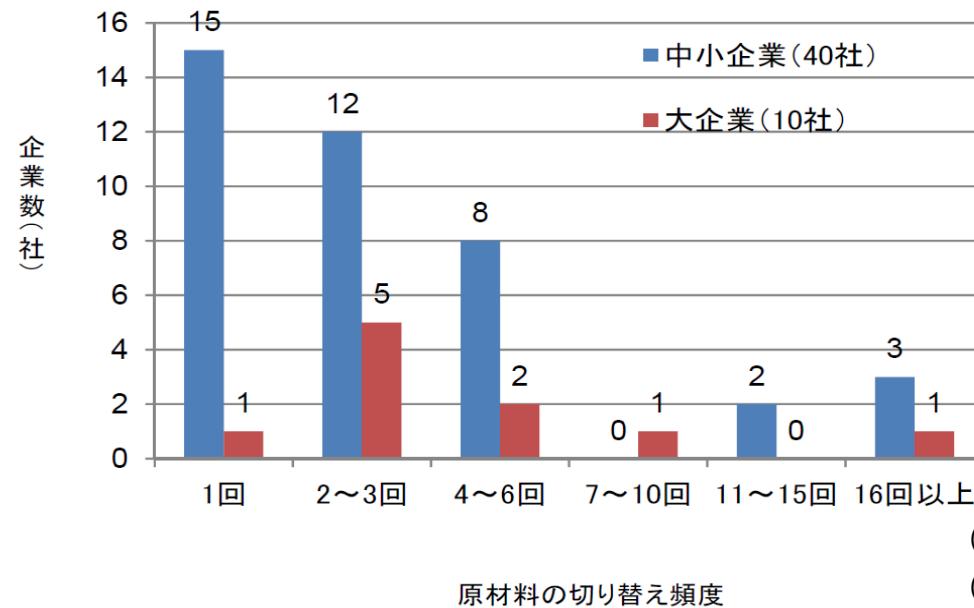
- 通常はトレースが可能な原料を選択して使用
- 端境期、不作、天災等による急な産地変更がしばしば発生
- 味、風味、価格を年間均一にするため、各産地のブレンド比率を原料ロット毎に調整
- 世界で流通している果汁の中にはブレンドされ原産地が特定出来ないものもある



2-(6) 産地切り替えへの対応

加工食品は、通年で価格と品質を一定に保つため、原料原産地の切り替えが必要になる。原料原産地の切り替えに併せてその都度、原料原産地の表示を修正し、パッケージ等を更新することは実務的に難しい。

《最も原料原産地の切り替え頻度が高い原材料の切り替え(混合比率の変更も含む)の頻度(1年に何回)》



●最も原料原産地の切り替え頻度が高い原材料の名称

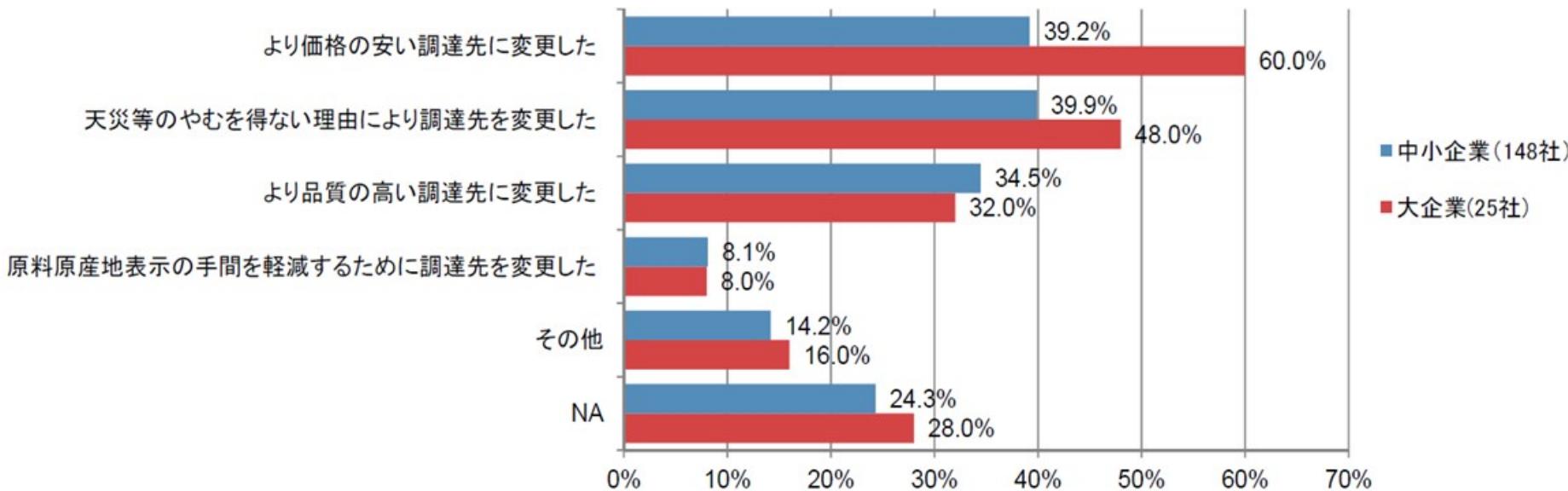
大豆、米、小麦等の穀物が多く挙げられた。その他には、果汁、トマト(果実飲料)、肉、冷凍魚(冷凍食品)、ごま、香辛料、グルタミン酸ナトリウム(ソース)、そば粉、小麦粉(乾そば)、野菜(ソース、冷凍食品)等の回答があった。

●最も原料原産地の切り替え頻度が高い原材料の切り替え(混合比率の変更も含む)の頻度

回答があった企業全体の平均は6.5回であった。また企業規模別に見てみると、大企業の平均は6.5回、中小企業の平均は6.5回であった。

2-(6) 産地切り替えへの対応

《原材料の調達先の変更が生じた際の理由》



【その他】

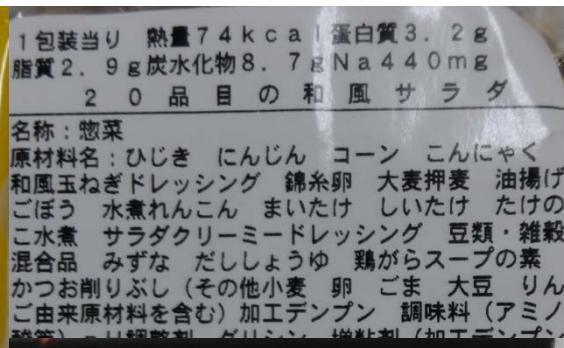
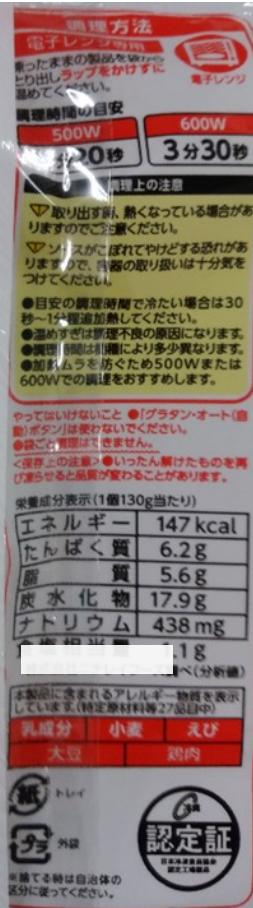
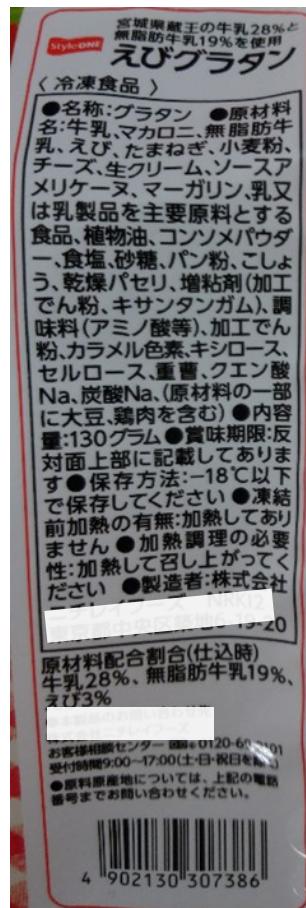
- ・相場や輸出国の事情により入手見込みが立たなくなった
- ・異常気象による契約農家の不作
- ・価格や安定供給性によりその都度変更している 等

※ 大企業、中小企業別にそれぞれの企業数全体に占める割合を算出。

(第8回食品表示一元化検討会(平成24年5月11日)資料から引用)

2-(7) 表示スペースの確保の困難性

少子高齢化、単身世帯の増加により、商品の小型化が進む中で、更に義務表示項目を増やすことになると表示が細かくなつて読みにくくなる。



2-(8) 国際基準との整合性

原料原産地表示を広範に義務付けている国はほとんどなく(日本と韓国のみ)、国際規格であるコーデックスでは原料原産地は表示すべき項目に入っていない(原産国の表示についてのみ記載されている)ことから、国際基準を上回る過剰な規制は不必要的非関税障壁となる恐れ。

CODEX STAN 1-1985

4.5 原産国

- 4.5.1 原産国の省略が消費者を誤認させる又は欺く恐れのある場合は、当該食品の原産国を表示しなければならない。
- 4.5.2 ある食品が当該性質を変化させる加工を別の国で受ける場合、表示上は、当該加工が施された国を原産国として表示しなければならない。

2-(9) TPPによる食品企業の競争激化

TPPの大筋合意による加工食品の多品目にわたる関税の撤廃により、国内食品企業も外国製品との競争が激化し、経営環境の悪化が懸念。

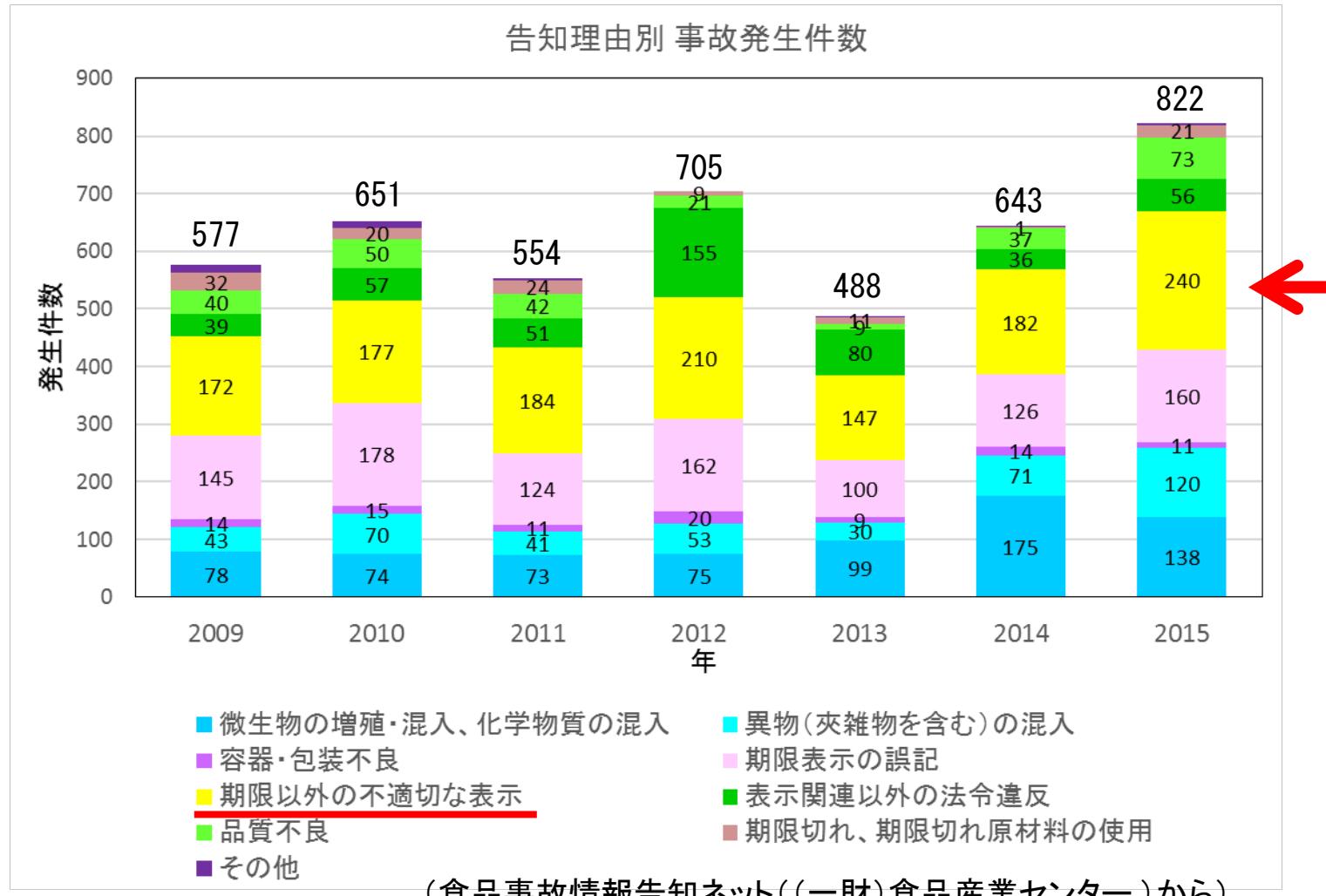
TPP交渉における主な加工食品の合意内容

品目	現在の関税率	合意内容
キャンディ ホワイトチョコレート 砂糖菓子	25%	関税割当 枠内税率 : 25% → 0% (即時) 枠内数量 : 3,000t → 6,000t (11年目)
チューイングガム	24%	段階的撤廃 : 24% → 0% (11年目)
ビスケット	スイートビスケット 20.4% ビスケット、クッキー及びクラッカー（砂糖入り） 15%	スイートビスケット 段階的撤廃 : 20.4% → 0% (11年目) ビスケット、クッキー及びクラッcker（砂糖入り） 段階的撤廃 : 15% → 0% (6年目)
パスタ	スパゲティ 30円/kg マカロニ 30円/kg その他パスタ 5.1~23.8%	スパゲティ 段階的削減 : 30円/kg → 12円/kg (9年目) マカロニ 段階的削減 : 30円/kg → 12円/kg (9年目) その他パスタ 段階的撤廃 : 5.1~23.8% → 0% (11年目)
植物油脂	大豆油 10.9円/kg、13.2円/kg 菜種油 10.9円/kg、13.2円/kg こめ油 8.5円/kg、10.4円/kg	大豆油 段階的撤廃 : 10.9円/kg、13.2円/kg → 0円/kg (6年目) 菜種油 段階的撤廃 : 10.9円/kg、13.2円/kg → 0円/kg (6年目) こめ油 段階的撤廃 : 8.5円/kg、10.4円/kg → 0円/kg (11年目)
食用加工油脂	マーガリン 29.8% ショートニング 12.8%	マーガリン 段階的撤廃 : 29.8% → 0% (6年目) ショートニング 段階的撤廃 : 12.8% → 0% (6年目)

(出典:農林水産省)

2-(10) 自主回収リスクの増大と食品ロスの増大

最近では、異物混入等の問題により、食品業界では自主回収が実施される状況の中で、原料原産地表示制度の義務化により、単純な表示ミスを原因とする食品回収が増加し、食品ロスの問題を生じる恐れ。



2-(11) いわゆる大括り表示について

第2回の検討会で、消費者委員や生産者委員から提案のあった、主な原料に対して「国産」「外国産(又は輸入)」等とする大括り表示について;

(1)「特定国の原材料でないことを知りたい」という消費者の真のニーズに応えていない。

(2)商品の品質維持や安定供給のため、大半の業種で主原料(一次產品)の原産地や、原料に占める重量比が頻繁に、不定期に変更される。その変更に合わせた包材の表示切り替えは、実務上の困難性*、コストの増加のため、表示の実行可能性は極めて低い。

* 1種の原料に対して、①国産 ②国産、外国産 ③外国産、国産 ④外国産の4種の印刷済の包材が必要。表示対象の原料が2種なら、16種もの包材が必要。包材の種類が多いほど、表示ミスの可能性が高まる。

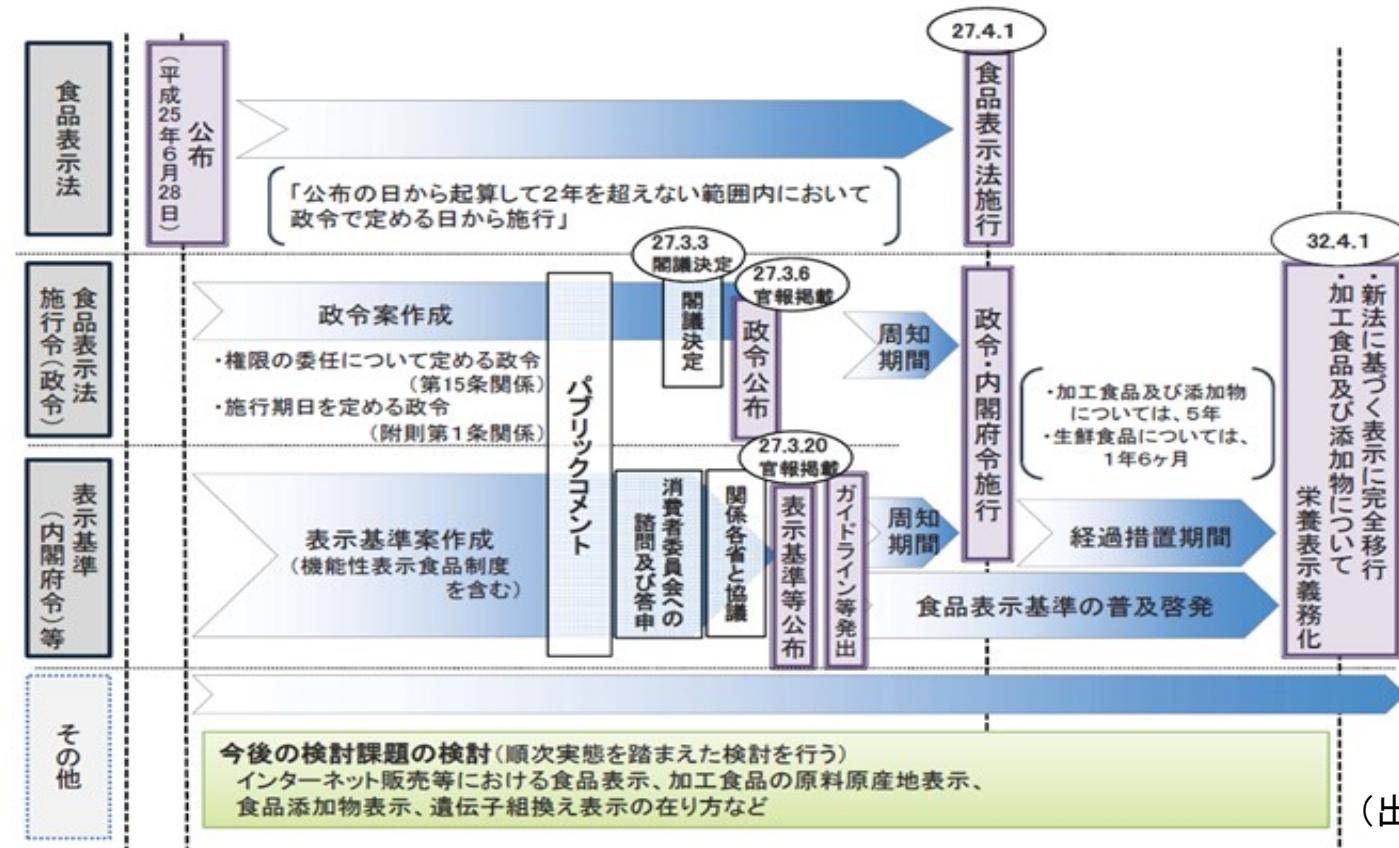
(3)単に、外国産を排斥する表示と受け取られかねない。

等の問題がある。

2-(12) 新食品表示基準が導入されて僅か1年

平成27年4月に新食品表示基準が導入されてから、僅か1年が経過したのみ。一般用加工食品の表示に関しては、平成32年3月末までに新ルールが義務化されるため、各事業者は新基準に沿った表示の切り替えに鋭意取り組んでいるところであり、更なるルールの変更は混乱を来す恐れ。

新食品表示制度のタイムスケジュール



3. 消費者の認知度向上の取組を推進

国産農畜水産物に対する消費者の認知度向上を図り、国産品の利用拡大に資する観点から、表示の義務付けありきではなく、以下のような取組を総合的に推進することが必要である。

食品産業界としても、6次産業化等を通じ、国内産地との連携を密にし、国産農畜水産物の利用拡大を側面的に支援するとともに、消費者に対する適切な情報提供を積極的に推進したい。

- ◆「特色ある原材料の表示」、いわゆる強調表示の積極的活用
- ◆ 自主的なガイドライン策定による国産原材料利用の促進
- ◆ インターネット等情報技術を駆使した自主的な情報提供の充実
- ◆ 昨年6月に導入された地理的表示保護制度(GI)の周知及び活用