

# 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。

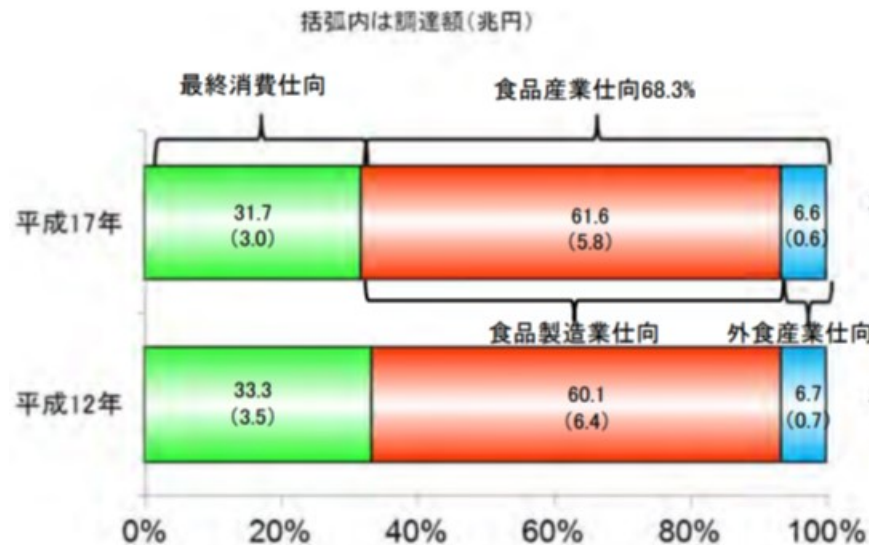
検討に当たっては、食品表示に対する消費者のニーズに適切に応え、これまでの原料原産地表示も含めた食品表示に係る検討の経緯、関係事業者の置かれている情勢、個別品目ごとの事情等にも十分配慮したバランスのとれた議論が必要であると考えます。

## 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

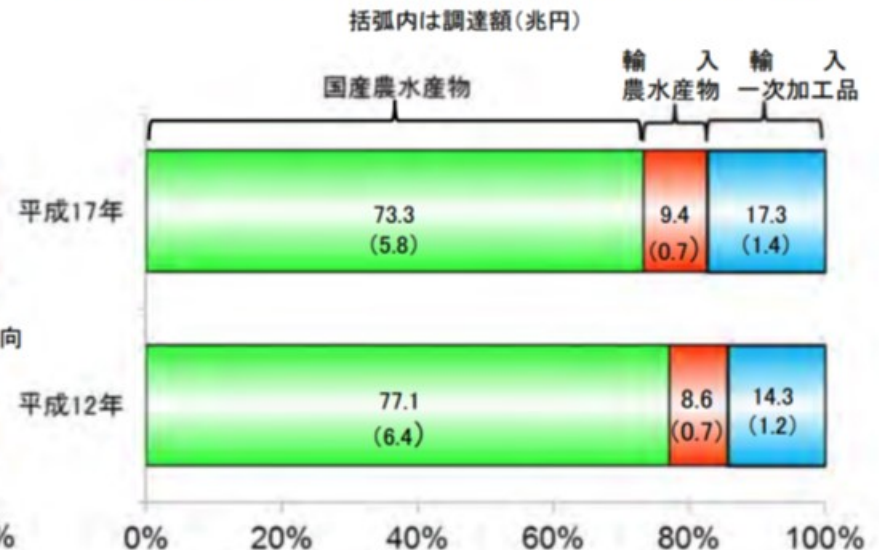
国産農畜水産物の2/3が食品産業向けであり、食品産業は国産農畜水産物の最大の需要者。また、国民に対し「周年」「必要な量を」「安定した品質・価格」の食料品として供給する責務を有しており、原材料の安定確保が課題。

○ 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）



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、バングラディシュ、インド

（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）

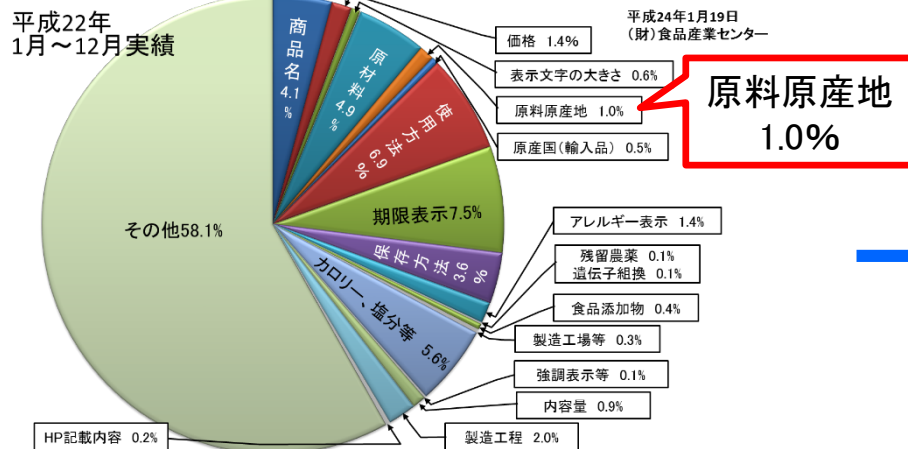
## 2-(3) 消費者ニーズの把握

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)

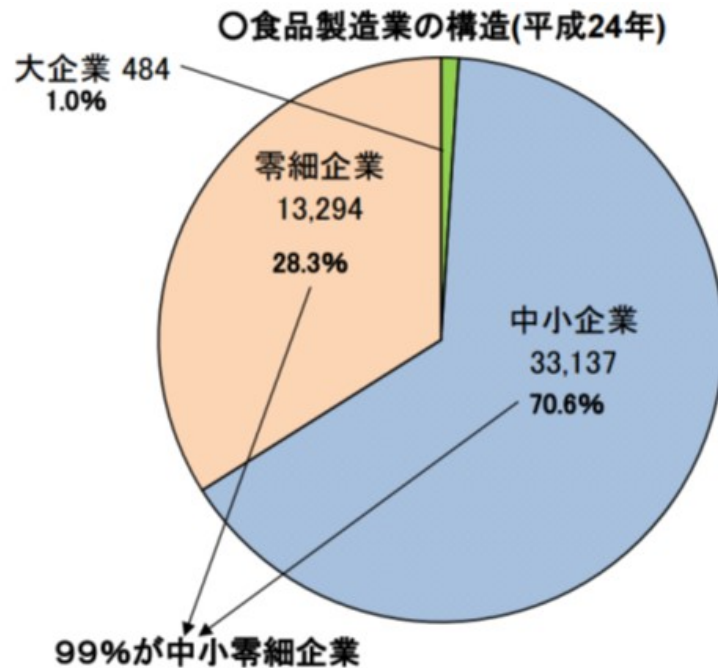
原料原産地に関するお問い合わせ  
の割合: 約0.5～約6%  
(平均2.2%)

・平成22年1月～12月の大手食品企業9社のお客様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		従業者数	
	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・有機質肥料製造業を除く。)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。

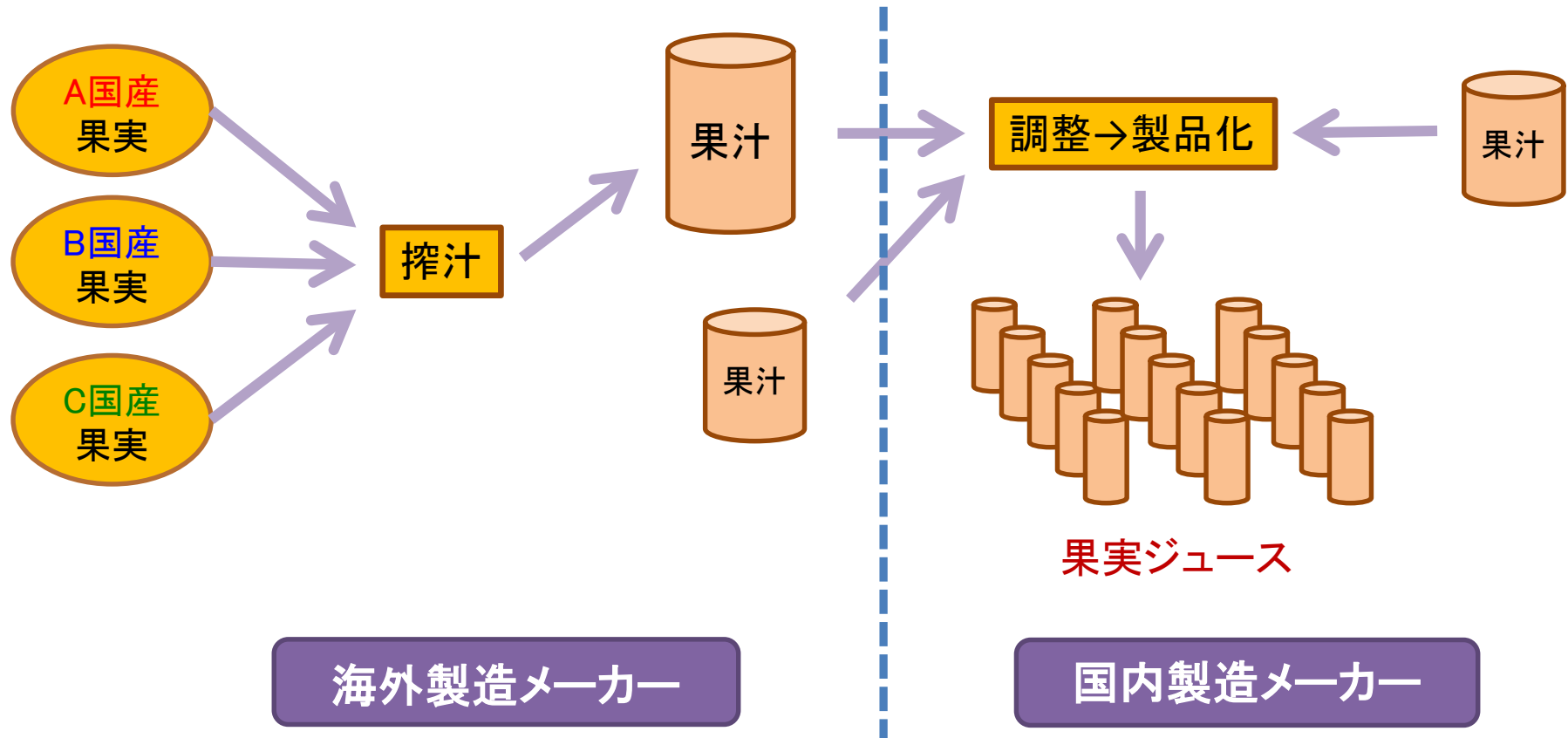
## 2-(5) 輸入原材料の原料原産地情報のトレースは困難

### 【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)

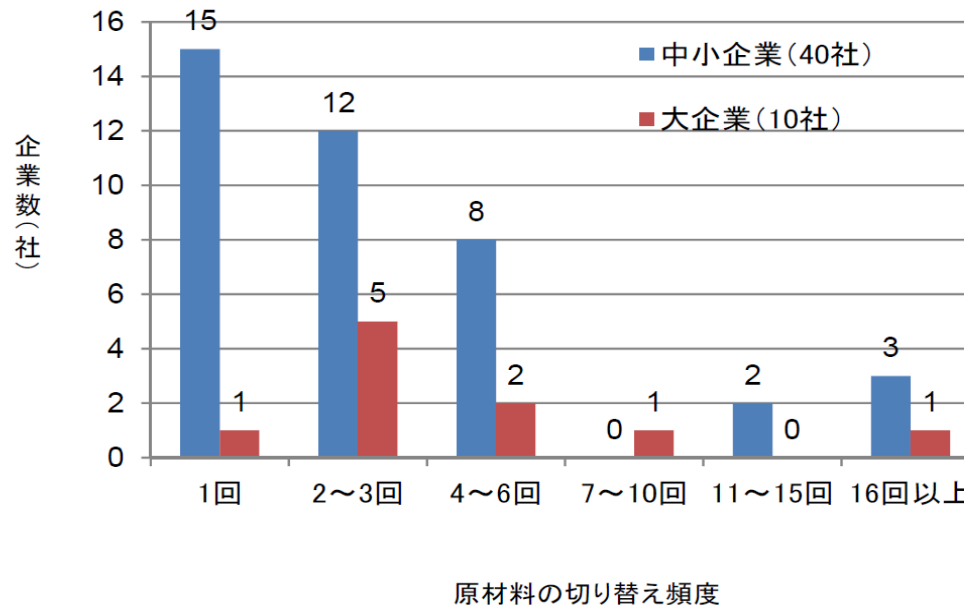
- 通常はトレースが可能な原料を選択して使用
- 端境期、不作、天災等による急な産地変更がしばしば発生
- 味、風味、価格を年間均一にするため、各産地のブレンド比率を原料ロット毎に調整
- 世界で流通している果汁の中にはブレンドされ原産地が特定出来ないものもある



## 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）》

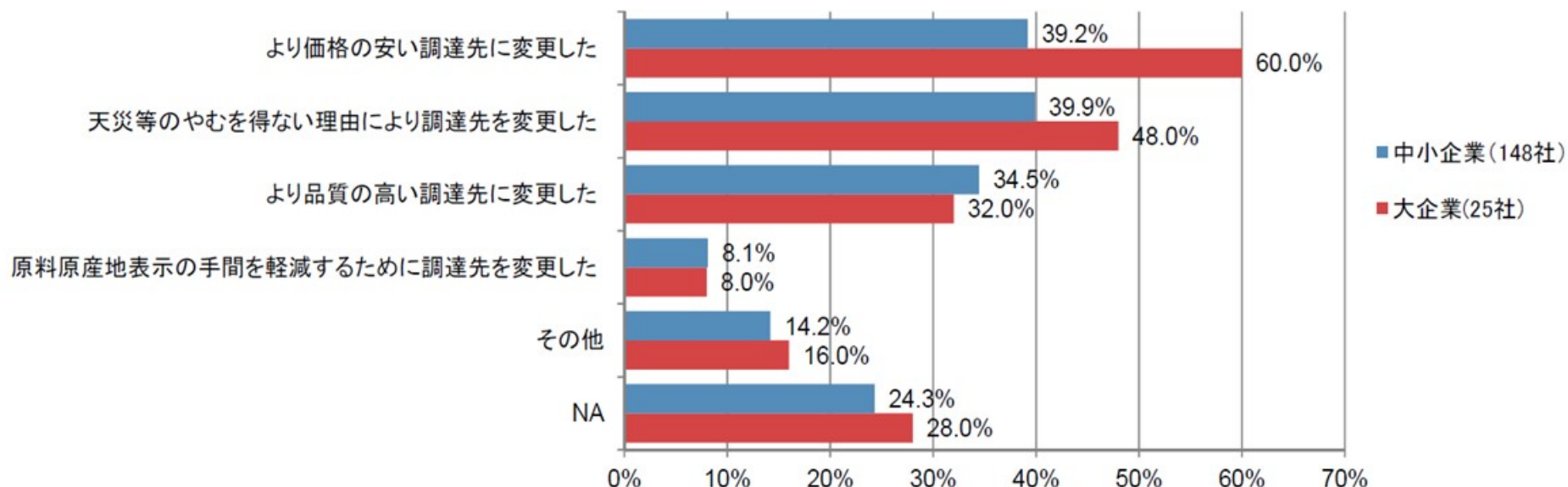


(第8回食品表示一元化検討会  
(平成24年5月11日)資料から引用)

- 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。



### 《原材料の調達先の変更が生じた際の理由》



※ 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。

#### 【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

(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って読みにくくなる。

宮城蔵蔵王の牛乳28%と無脂肪牛乳19%を使用  
**えびグラタン**  
(冷凍食品)

●名称:グラタン ●原材料名:牛乳、マカロニ、無脂肪牛乳、えび、たまねぎ、小麦粉、チーズ、生クリーム、ソース、アメリカン、マーガリン、乳又は乳製品を主要原料とする食品、植物油、コンソメパウダー、食塩、砂糖、パン粉、こしょう、乾燥パセリ、増粘剤(加工でん粉、キサンタンガム)、調味料(アミノ酸等)、加工でん粉、カラメル色素、キシロース、セルロース、重曹、クエン酸、Na、炭酸Na。(原材料の一部に大豆、鶏肉を含む) ●内容量:130グラム ●賞味期限:反対面上部に記載してあります ●保存方法:-18℃以下で保存してください ●凍結前加熱の有無:加熱してありません ●加熱調理の必要性:加熱して召し上がってください ●製造者:株式会社

電子レンジでの調理方法  
電子レンジ専用  
調理時間目安  
500W 20分  
600W 3分30秒  
調理上の注意  
取り出す前、熱くなっている場合がありますのでご注意ください。  
マシがこぼれてやけどする恐れがありますので、蓋の取り扱いは十分気を付けてください。  
●目安の調理時間で冷たい場合は30秒〜1分ほど加熱してください。  
●温めすぎは調理不良の原因になります。  
●賞味期限は開封により多少異なります。  
●耐熱容器を工夫するため500Wまたは600Wでの調理をおすすめします。

栄養成分表示(1個130g当たり)  
エネルギー 147kcal  
たんぱく質 6.2g  
脂質 5.6g  
炭水化物 17.9g  
ナトリウム 438mg

原材料配合割合(仕込時)  
牛乳28%、無脂肪牛乳19%、えび3%

お客様相談センター 0120-60-6001  
受付時間9:00~17:00(土・日・祝日を除く)  
●原料原産地については、上記の電話番号までお問い合わせください。

4 902130 307386

ひつぷり 生まれて変わってさらにおいしくなったよ!  
こんぶやかたつおなどのだしを引き立て、味豊かな和風のだしに仕上げました。

ひつぷり かんぷり!  
冷凍で凍結していないから、サクサク〜と、美味しくいただけます。

ひとひん食べきりサイズ  
1人で食べるのにちょうどいい量と、食べやすい小つぶサイズ。ちよこっと食べたい時にぴったりです。

栄養成分表示(1袋14g当たり)  
エネルギー 74kcal  
たんぱく質 1.1g  
脂質 0.1g  
炭水化物 9.0g  
ナトリウム 90mg

賞味期限 2016.07.08/BCL

使用するアレルギー物質(27品目)  
えび・かに・小麦・卵・乳成分・大豆

●遺伝子組換えコーンが混入しないよう、栽培から加工までの各工程で分別管理がされたコーンを使用しています。●スナック表面に茶〜黒色の粒が見える事がありますが、これは原材料であるコーンの一部に由来するものです。●開封後は早めにお召し上がりください。●不具合は下記にお送りください。お問い合わせ先  
お客様の声をお聞かせください  
ネスレお客様相談センター 0120-041-082  
1st-0031 東京都中央区京橋2-4-15

1包装当たり 熱量74kcal 蛋白質3.2g  
脂質2.9g 炭水化物8.7g Na440mg  
20品目の和風サラダ

名称:惣菜  
原材料名:ひじき にんじん コーン こんにゃく 和風玉ねぎドレッシング 錦糸卵 大麦押し麦 油揚げ ごぼう 水煮れんこん まいたけ しいたけ たけのこ 水煮 サラダクリーミードレッシング 豆類・雑穀 混合品 みずな だししょうゆ 鶏がらスープの素 かつお削りぶし(その他小麦 卵 ごま 大豆 りんご由来原材料を含む) 加工デンプン 調味料(アミノ酸等) 増粘剤(加工でん粉、キサンタンガム、セルロース、重曹、クエン酸、Na、炭酸Na) 食塩 砂糖 食塩 砂糖 食塩 砂糖

●名称:準チョコレート菓子 ●原材料名:植物油、砂糖、ビスケット(小麦粉、砂糖、ショートニング、ココアパウダー、食塩)、小麦粉、カカオマス、乳糖、全粉乳、ココアバター、ココアパウダー、イースト、乳化剤、膨脹剤、香料、重曹、イーストフード。(原材料の一部に大豆を含む) ●内容量:3枚 ●賞味期限:枠外底面に記載 ●保存方法:28℃以下の涼しい場所で、多湿を避けて保存してください ●製造者:

●本品製造工場ではアーモンドなどのナッツ類を含む製品を製造しています。●原料ビスケット製造工場では卵、ピーナッツ、オレンジ、くるみ、ごま、りんごを含む製品を製造しています。●本品は高温でやわらかくなった後、冷えて固まると表面が白くなる場合があります。これは油脂成分が分離したもので、風味は劣りますが召し上がっても身体にさしあたりはなりません。●不都合品はお取り替えします。

登録商標 (商標権者) SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.

From Nestlé

栄養成分表  
1枚(標準11.3g)あたり  
熱量 64kcal  
たんぱく質 0.68g  
脂質 4.0g  
炭水化物 6.4g  
ナトリウム 8-25mg

カカオポリフェノール 34mg/1枚(標準11.3g)あたり

製品1枚(標準11.3g)あたりの熱量の栄養素等表示基準値(1日の目安:2100kcal)に対する割合:3%

お客様の声をお聞かせください  
ネスレお客様相談センター  
0120-00-5916 http://nestle.jp

一度は読んで欲しい  
「お客様の声をお聞かせください」のヒミツ

4 902201 165570

## 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な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。

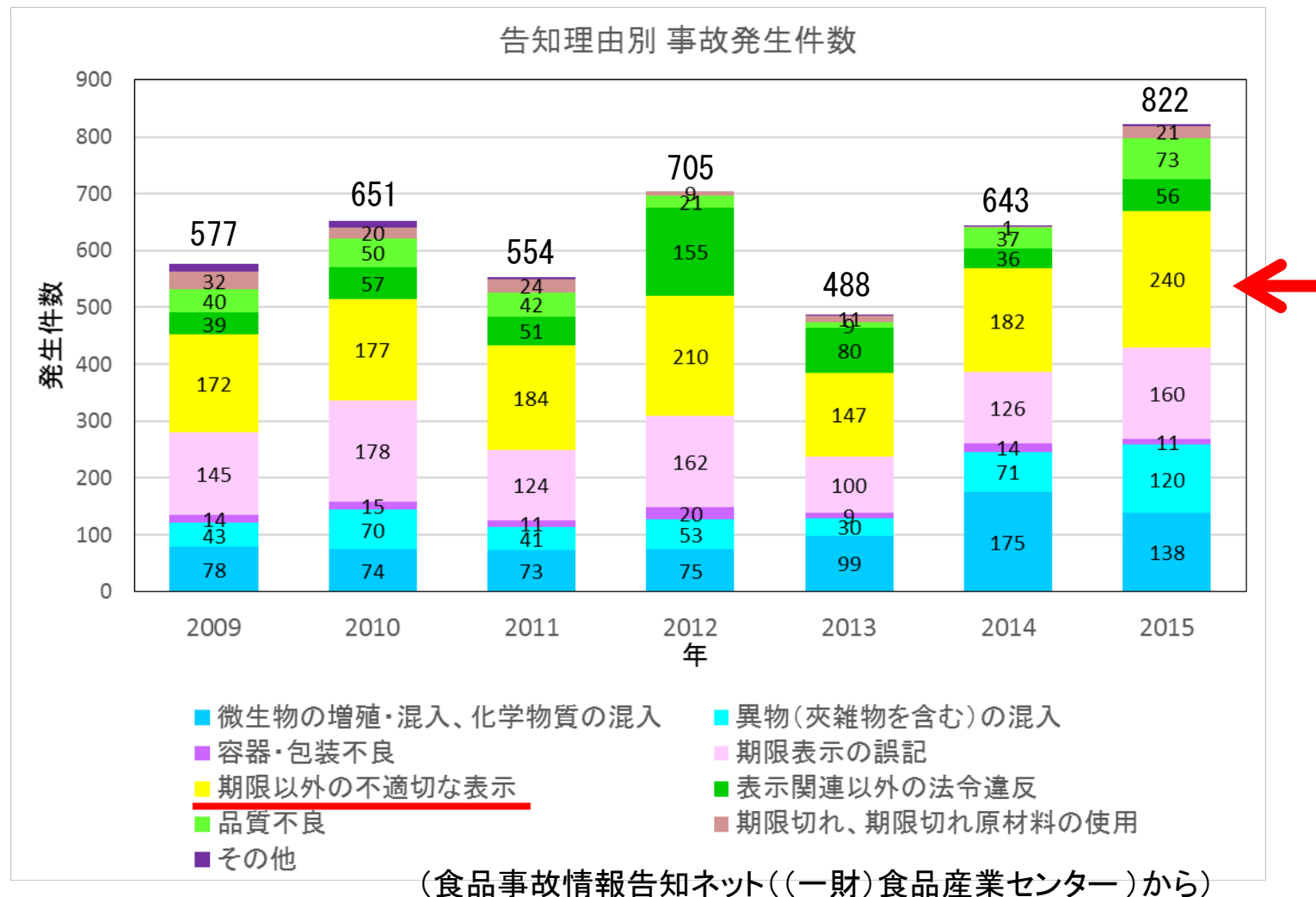
### TPP交渉における主な加工食品の合意内容

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	スィートビズケット 20.4% ビスケット、クッキー及びクラッカー（砂糖入り） 15%	スィートビズケット 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カー（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

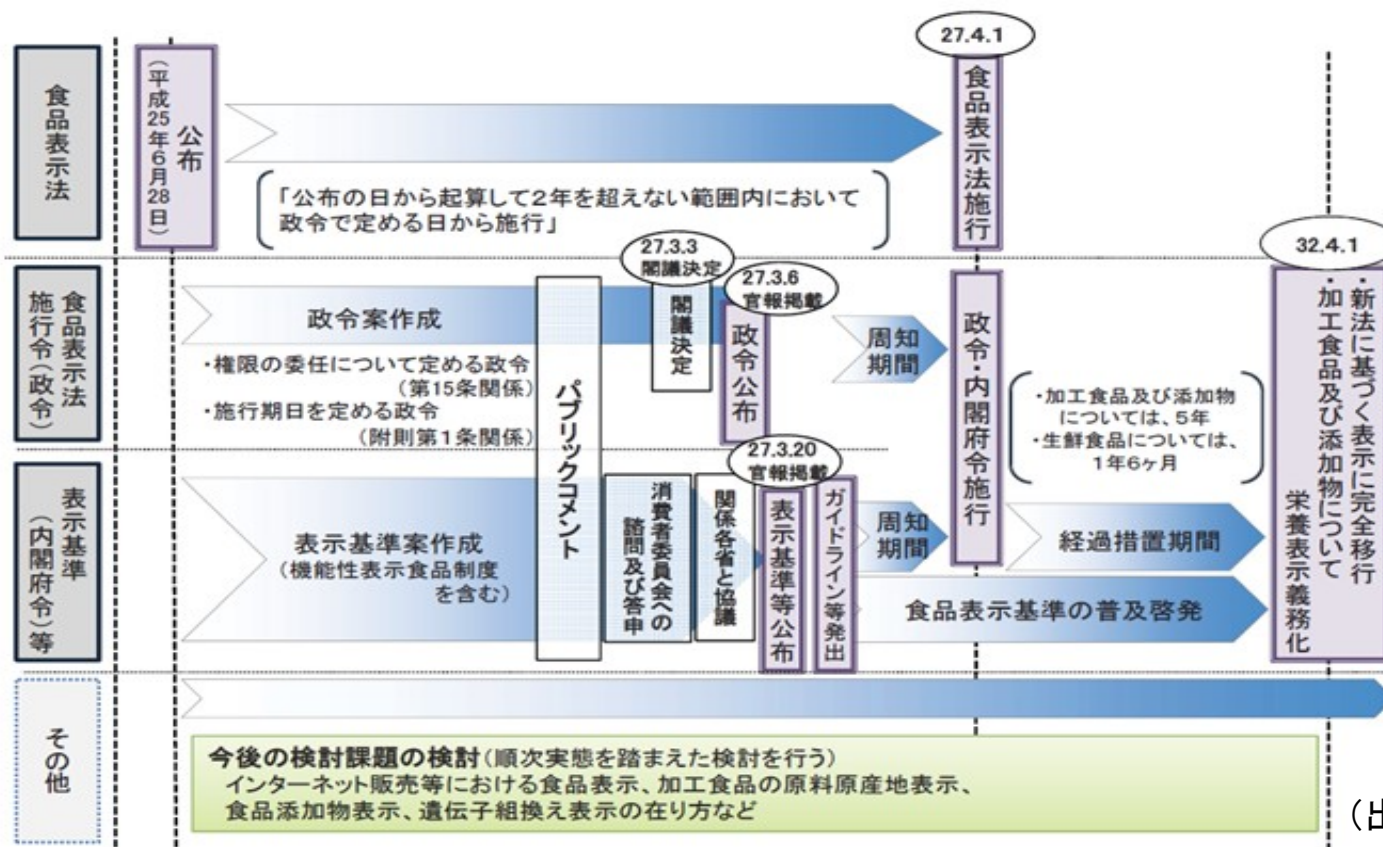
第2回の検討会で、消費者委員や生産者委員から提案のあった、主な原料に対して「国産」「外国産(又は輸入)」等とする大括り表示について;

- (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(一次産品)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  
変更に合わせて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



(出典: 消費者庁)

### 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