

令和3年度地方消費者行政に関する先進的モデル事業
中小・零細企業を対象とした原料原産地表示を中心とした
食品表示制度の効果的な普及手法の開発・実施事業

報告書

令和4年（2022年）3月

株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所

NTT DATA

株式会社NTTデータ 経営研究所

目次

第1章. はじめに.....	2
1. 目的.....	2
2. 事業の概要.....	2
第2章. 調査計画.....	3
1. 阻害要因・解決策の仮説.....	3
2. 事業の全体像.....	4
3. スケジュール.....	4
第3章. 現状調査.....	5
1. 広域自治体及び基礎自治体の実態調査.....	5
2. 地方の中間団体の実態調査.....	10
3. 地方の中小零細事業者の実態調査.....	20
第4章. 課題整理と普及啓発モデル案の構想.....	34
1. 課題整理.....	34
2. 普及啓発モデル.....	35
第5章. 新たな原料原産地表示を中心とした制度を周知・普及するためのツール開発.....	36
1. 中小零細事業者向けマニュアル.....	36
2. 広報ツール.....	46
第6章. 周知・普及ツールを活用した中小零細事業者向けセミナーの実施と検証.....	48
1. 実施概要.....	48
2. 事後アンケート調査.....	52
3. 事後ヒアリング調査.....	74
第7章. まとめ.....	79
1. 検証結果の考察.....	79
2. 提言.....	82

第1章. はじめに

1. 目的

我が国において国内で食品を販売する際には食品表示基準に従った表示が必要とされ、全ての事業者はこの基準を理解し適切な対応を行う必要がある。平成29年9月の改正では、国内で製造した全ての加工食品について、原料原産地表示を行うことが義務付けられた。本制度は、消費者への啓発及び事業者の表示切替えの準備のため、令和4年3月までの経過措置期間を設けており、令和4年4月に完全施行される。しかし、中小零細の食品製造事業者の中には、この基準への対応の必要性を認識していない、あるいは必要性を認識していても具体的な対策を実施できていないケースがある。特に情報乏しい地方の中小零細事業者には新制度の周知が十分に行き届いていない可能性がある。一方、新制度の周知を担う都道府県は、地域の事業者の実態を詳細には把握できておらず、また人的リソースが不足しているため、十分な周知活動を行えていないことも少なくない。

こうした状況を踏まえると、新制度への対応を円滑に進めるには中小零細事業者が理解しやすい制度解説の資料等を作成・提示することに加え、中小零細事業者に情報を効率的に伝達するための方法を確立する必要があると考えられる。この基準は必要が生じる都度改正されるものであり、将来も同様に繰り返し改正されるものであることを考えると、基準改正時の効率的な周知普及方法の確立が求められる。

以上を踏まえ、地方の中小零細事業者の新制度への対応を円滑に進めることを目的とし、食品表示制度の普及啓発モデルを開発し、その有効性を検証する。

2. 事業の概要

本事業は、地方の中小零細の食品製造事業者、これらを支援する諸団体及び県並びに市町村の制度対応の現状を調査するとともに、地域や事業者の実態を踏まえた普及啓発モデルの在り方を検討する。

また、中小零細事業者が理解しやすい制度周知のマニュアルを作成するとともに、これらの事業者を対象にした研修を開催する。

なお、本事業の実施にあたり、調査対象地域として秋田県横手市を選定することとした。当該地域には漬物の加工事業者など家族経営の零細事業者が数多く存在していること、特定のジャンル（水産加工、農産物の一次加工など）に偏らない比較的幅広いジャンルの食品製造事業者が立地していることが選定の理由である。

第2章. 調査計画

1. 阻害要因・解決策の仮説

本事業の実施に先立ち事前に簡易なヒアリング調査を、秋田県及び秋田県横手市並びに当該地域の食品製造事業者に対し実施した。その結果、地方の食品製造事業者の実態として、規模の大きな業界団体等に所属している場合には、当該組合の支援を受けながら新たな原料原産地表示制度への対応が実施できているものの、こうした同業者組合に所属しない、あるいは同業者組合のない事業者の場合には、情報が不足し、対応に苦慮していることが確認された。また、県は個別の食品製造事業者の実態が十分には把握できておらず、これまで実施してきた新制度の説明会等に参加している事業者も一部の事業者に限られていることが確認された。他方、市町村は直接の所管部署ではないため、制度が変更されることを認識してはいないものの、地域の事業者との関係は深く、またこれらの事業者が事業を安定的に継続するため必要な支援は実施する意向があることが確認された。

以上を踏まえ、本業務では、中小零細事業者への制度の普及啓発の阻害要因が主に以下3点であるとの仮説を設定するとともに、取り組みを促すための解決策を以下のとおりと想定し、調査を実施した。(図表 1)

なお、本調査では、都道府県及び市町村が個別の中小零細事業者の全体を把握できているケースは少ないと考え、中小零細事業者が所属する諸団体（商工会、生産者組合、直売所など）を通じ啓発するモデルを構想することとした。本事業ではこれらの団体を「中間団体」と呼称する。

図表 1 阻害要因と解決策の仮説

阻害要因	解決策案
1 中小・零細事業者が制度改正を認知し、対応できるような情報が提供されていない。 <ul style="list-style-type: none">・ 中小・零細事業者が理解できる簡易な解説資料等が少ない。・ 相談できる機関がない又はその存在が認知されていない。	要点のまとめた簡潔な資料を作成する。 <ul style="list-style-type: none">・ 利用者が必要な情報のみを確認できる資料を作成する。・ 情報の展開を各種中間団体等に担ってもらうため、こうした団体が利用・配布しやすい情報内容及びメディアとする。
2 中小・零細事業者に情報を伝えるルートが確立されていない。 <ul style="list-style-type: none">・ 都道府県が地域の事業者を把握できていないケースが多い。・ 誰と連携すれば各事業者にアプローチできるかわからない。・ 市町村の産業振興担当者は地域の事業者との深い関係を有するが、消費者行政に活用可能な資源として認識されていない。または、認識していても協力関係を築けずにいる。	（国）－県－市－中間団体－零細事業者をつなぐ普及啓発のモデルを構築する。 <ul style="list-style-type: none">・ 本来、消費者行政の役割を持っていない市町村も巻き込み、地域の問題として連携体制を構築する。
3 情報を受け取っても、問題が差し迫らなければ自らの問題とは受け取らず、具体的な行動に移らない。 <ul style="list-style-type: none">・ 情報は受け取ったが、自らの問題として対応が求められていることや、対応しなかった場合に生じる問題を認識できていない。・ 市町村及び中間団体等の担当者が、本事業に協力するメリットを理解できず、所掌範囲外の業務として取り扱わない。	行動科学の知見を踏まえ、作成するパンフレット等の中に取組みを後押しする仕掛けを盛り込む。 <ul style="list-style-type: none">・ 望ましい行動をとれるよう人を後押しするアプローチする“ナッジ”の考え方を採用する。・ 事業者だけでなく、取組を支援してくれる市町村や中間団体に向けたアプローチも対象に含める。

2. 事業の全体像

本事業は、下図のプロセスで実施した。

図表 2 本事業の実施プロセス

実施プロセス	目的	実施業務の内容	アウトプット
現状調査	① 広域自治体及び基礎自治体の実態調査	・県及び市町村の業務実態の把握 ・制度周知に資するネットワーク等の把握 ・行政が連携するうえでの障壁等の把握	・秋田県及び横手市へのヒアリング調査
	② 地方の中間団体の実態調査	・地方の食品製造事業者とネットワークを有する中間団体の把握 ・当該団体による新制度対応の支援状況等の把握	・デスクトップリサーチ、文献調査、自治体へのヒアリング調査（対象の把握） ・中間団体へのアンケート調査
	③ 地方の中小・零細事業者の実態調査	・地方の食品製造事業者（中小・零細）における制度改正への対応状況の把握 ・新制度対応に向けた課題の把握	・デスクトップリサーチ、文献調査、自治体へのヒアリング調査（対象の把握） ・横手市内の食品加工、製造事業者へのアンケート調査
課題整理・解決策検討	④ 課題整理・普及啓発モデルの検討	・調査結果に基づく課題の整理 ・課題を踏まえた普及啓発モデル案の確立	・課題取りまとめ ・対策案の検討
	⑤ 原料原産地表示を中心とした制度周知のためのツール開発	・中小・零細事業者にとって分かりやすい周知資料の作成 ・普及啓発に際しボトルネックとなるポイントの解消方法の導出	・中小企業向けマニュアルの作成 ・ナッジを活用した周知ツールの作成
対策実行	⑥ 普及啓発事業の実施	・横手市における普及啓発事業（勉強会等）を通じた制度理解の促進 ・他県への普及啓発事業の試行	・秋田県及び横手市と連携し事業者向けセミナーを開催 ・新潟県、兵庫県にて事業者向けオンラインセミナーを開催
	⑦ 効果検証・横展開可能性の検討	・④で検討したモデルの有効性及び改善ポイントの把握 ・改善版の普及啓発モデルの構築	・ヒアリング調査結果（秋田県及び横手市） ・普及啓発モデル案 ・中小企業向けマニュアル ・制度周知のためのチラシ ・参加者アンケート ・普及啓発モデルの効果検証結果及び改善案（報告書に記載）

3. スケジュール

本事業は下記スケジュールで実施した。

図表 3 実施スケジュール

実施事項	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
1. 広域自治体及び基礎自治体の実態調査	調査設計ヒアリング調査 取りまとめ ↔↔↔↔↔↔↔↔								
2. 地方の中間団体の実態調査	事前調査 ↔↔↔↔↔↔↔↔	調査設計 アンケート調査 取りまとめ ↔↔↔↔↔↔↔↔							
3. 地方の中小・零細事業者の実態調査	事前調査 ↔↔↔↔↔↔↔↔	調査設計 アンケート調査 取りまとめ ↔↔↔↔↔↔↔↔							
4. 課題整理・普及啓発モデルの検討			課題整理・普及啓発方法の検討 ↔↔↔↔↔↔↔↔						
5. 原料原産地表示を中心とした制度周知のためのツール開発	既存資料等の調査 ↔↔↔↔↔↔↔↔	ツール設計 ↔↔↔↔↔↔↔↔			ツール作成 ↔↔↔↔↔↔↔↔				
6. 普及啓発事業の実施					実施準備 開催通知等 ↔↔↔↔↔↔↔↔		セミナー実施 （県内外他地域で セミナー実施を含む） ↔↔↔↔↔↔↔↔		
7. 効果検証・横展開可能性の検討							秋田県内実施 結果の確認 ↔↔↔↔↔↔↔↔		
							他県への横展開 可能性の調査 ↔↔↔↔↔↔↔↔		
8. 報告書作成							報告書骨子検討 ↔↔↔↔↔↔↔↔		
							報告書作成 ↔↔↔↔↔↔↔↔		
9. 貴省関係部署との協議	★	★	★	★	★	★	★		★

第3章. 現状調査

1. 広域自治体及び基礎自治体の実態調査

(1) 調査内容

ア. 調査目的

広域自治体及び基礎自治体における、食品表示制度の周知に関する対応の現状の把握と課題抽出を目的として、秋田県と横手市に対してヒアリング調査を実施した。

イ. 調査方法

秋田県及び横手市へ行ったヒアリング調査の概要を以下に示す。(図表 4、図表 5)

図表 4 秋田県へのヒアリング調査概要

項目	概要
調査方法	オンライン会議
調査対象	秋田県 生活環境部 県民生活課
調査日	2021 年 7 月 19 日

図表 5 横手市へのヒアリング調査概要

項目	概要
調査方法	オンライン会議
調査対象	横手市 商工労働課、横手の魅力営業課、食農推進課
調査日	2021 年 8 月 12 日

ウ. 調査項目

秋田県及び横手市へヒアリング調査における調査項目の概要を以下に示す。
(図表 6)

図表 6 秋田県及び横手市へのヒアリング調査項目

対象	調査項目
秋田県	① 業務の実態
	② 行政間における連携の実態
	③ 県が保有するネットワークの実態
	④ 普及・啓発ツールについて
	⑤ 事業者への周知対応
横手市	① 制度に関する把握状況の実態
	② 行政間における連携の実態と今後の展望
	③ 市が保有する食品製造事業者とのネットワークの実態
	④ 食品表示制度に関する研修の実施状況
	⑤ 普及啓発時の注意点・工夫

(2) 調査結果

ア. 秋田県に対するヒアリング調査

秋田県に対してヒアリング調査を実施した結果を以下に示す。

① 業務の実態

- ・ 食品表示に関する業務を行う職員は、県民生活課に2名、県内3か所の生活センターに3名配置されている。業務内容は、県内事業者等からの相談受付、食品表示制度の普及啓発、食品表示内容の現地調査等である。
- ・ 課題として、専門性の高い業務内容であるにもかかわらず、人事異動等によりノウハウの引継ぎが難しい点が挙げられる。

② 行政間における連携の実態

- ・ 食品表示の衛生・保健事項を管轄する保健所、県内の農産物を担当する農林関係部署と連携している。保健所とは、食品表示制度の情報提供や、産地直売所を主とした食品表示の現地調査で連携している。県及び市町村の農林経済課へは、県民生活課で作成した啓発資料を含めた食品表示制度の情報を提供している。
- ・ 課題として、市町村で食品表示制度の担当部署が設置されていないため、行政間における食品表示制度の情報共有が難しい点が挙げられる。

③ 県が保有するネットワークの実態

- ・ 県内の産地直売所や関係団体へは、県が作成した啓発資料を直接配布しているほか、県公式ウェブサイトでの情報提供、食品表示制度に係る相談等を実施している。
- ・ 関係団体が、食品表示制度の研修を実施しているかは把握していない。

④ 普及・啓発ツールについて

- ・ 原料原産地表示制度の普及啓発のため、食品表示出前講座やセミナーの開催、啓発動画の製作・貸出し、啓発リーフレットの作成・配布を実施している。
- ・ 初めて食品表示を行う方向けの内容にしたため、事業者から「分かりやすい」と反応があった。

⑤ 事業者への周知対応

- ・ 原料原産地表示制度については、事業者へ食品表示出前講座やセミナーで呼びかけるほか、リーフレット及び事例集の配布や動画の貸出しを実施した。また、県公式ウェブサイトで啓発資料を掲載し、令和4年4月から完全施行となることを呼びかけしている。

- ・ 令和 2 年度に開催した産地直売所向けセミナーで、原料原産地表示制度に関するアンケートを実施したところ、制度については理解しているが未対応のものが多くという回答が半数であった。

イ. 横手市のヒアリング調査

横手市に対してヒアリング調査を実施した結果を以下に示す。

① 制度に対する把握状況の実態

- ・ 食品表示法の改正とその内容を把握しているのは横手の魅力営業課の 1 名のみである。当該職員は県が実施したセミナーに参加し、情報を把握した。

② 行政間における連携の実態と今後の展望

- ・ 食品表示制度に関する県、その他機関との連携状況について、県等からの食品表示に関する情報提供等はない。
- ・ 事業者から市役所へ食品表示制度に関する問い合わせがあった場合には、県の担当窓口を紹介し、事業者より直接問い合わせをしてもらうよう対応している。
- ・ 食農推進課では、食品表示法ではなく食品衛生法の法改正があったため、県とやりとりをしている。食品衛生法改正に関する市民及び事業者向け説明会を 8 月に開催予定であり、説明会での説明は、県の担当者が行う予定である。主催は市であるため、周知、申込み受付は市で行っている。横手市には漬物製造事業者が多く所在していることから、今回の食品衛生法の改正による影響が大きいことから市が主催し、県に協力依頼をした。県としても法改正についての周知を行いたいと考えている。

食品表示制度の普及啓発について、県より協力を求められた際に市役所が実施可能な範囲は以下のとおりである。

(ア) 市役所の窓口等へのパンフレット・ポスター等の設置

(イ) 市内の業界団体及び同業者組合等の情報の提供

(ウ) 市内の食品製造事業者に関する情報提供

(エ) 市が事業者向けに開催するセミナーなどにおける県が制度を説明する時間の確保

(オ) 県が開催するセミナーの周知（市内の業界団体・同業者組合への情報提供）

(カ) 県が開催するセミナーを周知（食品製造事業者への情報提供）

【食農推進課】

(ア)、(エ)、(オ) 及び (カ) は対応可能である。場合によっては (イ) 及び (ウ) も可能である。食品衛生法の改正に現在追われており食品表示法の改正まで手が回っていない。食品表示法に関しては県にて管理されているため、市とし

ては周知を行っていない。現在、県の農業経済課、農業振興普及課など食品衛生法に関してやりとりを行っている。

【商工労働課】

(ア)、(イ)、(オ) 及び (カ) は対応可能である。(ウ) については情報を渡すことについて事業者等への確認が必要であるため難しい。(エ) については市が実施する必要性について現時点では見えていない。

【横手の魅力営業課】

(ア)、(イ)、(エ) 及び (オ) は対応可能である。(ウ) については市では情報を持っていない。(カ) 市は保健所が保有する「食品衛生法第 52 条による営業許可」リストの一部の情報のみしか持っていないため、情報提供が難しい。

③ 市が保有する食品製造事業者とのネットワークの実態

(ア) 市内の食品製造事業者を取りまとめる中間団体と市役所のつながり

- ・ 市役所としては 7 団体とつながりがある。(よこて発酵文化研究所、みどりの朝市会、横手商工会議所、よこて市商工会、秋田県中小企業団体中央会横手支所、横手市いぶりがっこ活性化協議会、横手市物産団体連絡協議会)
- ・ よこて発酵文化研究所、みどりの朝市会、横手市いぶりがっこ活性化協議会、横手市物産団体連絡協議会は横手市が事務局を担っている。
- ・ 横手商工会議所とは月 2 回程度市役所訪問時に情報交換をしている。

(イ) 市内の個別の食品製造事業者とのつながり

【食農推進課】

よこて発酵文化研究所については市が事務局となっているので事業者への通知やメールは行っている。産地直売所については、全数を把握できているわけではないものの分かる範囲で連絡をしている。

【商工労働課】

市内の事業者はある程度把握しているのでチラシ等の送付は可能だが、これまで一斉に何かを送るということを行っていない。

【横手の魅力営業課】

新型コロナウイルス感染症対策で事業者に対して連絡を取った。事業者の連絡先については、県の保健所から登録事業者の情報を受領している。

④ 市内の業界団体・同業者組合が、食品製造事業者向けに開催する食品表示制度関係の研修等について

- ・ 横手市としては把握していない。

- ⑤ 中小零細事業者に対して市役所から連絡を取る場合の注意点や工夫している点
- ・ 確実に届けたい場合は郵送が望ましい。

(3) まとめ

ア. 県における周知啓発に係る課題

- ・ 秋田県では、中小零細事業者及び中間団体との直接的なコネクションをほとんど有していないため、周知対象が産地直売所及びその関連事業者に限定されてしまっている。また、生活センターも事業者からからの相談対応にとどまっており、零細企業に対する能動的な周知活動は行えていない。
- ・ 市町村との連携については、市町村の農林担当課にセミナーの周知を依頼することは過去にあったが、中間団体の巻き込み等を念頭においた周知啓発のための協力関係は築けていない。

イ. 市町村との連携可能性

- ・ 横手市は産業部局が市内の中間団体や事業者とのコネクションを有しており、また、いくつかの中間団体については市が事務局を担っている。
- ・ 県から制度の普及啓発について協力を求められた場合、市内の中間団体や事業者に対して連絡を行うなどの対応が可能であるとの回答が得られた。

2. 地方の中間団体の実態調査

(1) 調査内容

ア. 調査目的

地方の中間団体における、制度に関する周知状況、制度周知に資するネットワーク、新制度への対応状況、新制度対応に向けた課題等を調査することで、中小零細事業者への周知方法の確立に向けた現状の把握と課題の抽出を目指す。

イ. 調査方法

横手市内の中間団体に対して実施したアンケート調査の概要を以下に示す。(図表 7)

図表 7 地方の中間団体向けアンケート調査

項目	概要
調査名	食品表示制度に関するアンケート調査
調査方法	メールによるアンケート調査
調査対象	横手市内の 7 団体
調査期間	2021 年 9 月 30 日～10 月 8 日
回収数	4 団体

ウ. 調査項目

横手市内の中間団体に対して実施したアンケート調査の設問項目を以下に示す。(図表 8)

図表 8 地方の中間団体向けアンケート調査項目

調査項目
制度に関する周知状況
制度周知に資するネットワーク等
新制度への対応状況等
新制度対応に向けた課題等

(2) 調査結果

横手市内の中間団体に対して実施したアンケート調査の結果を以下に示す。

なお、本調査の最大回答者数は 4 団体である。本調査結果はあくまでも定性的な回答結果の参考として報告するものである。

ア. 回答者の属性

回答者である 4 団体の内訳及び会員数を図表 9 に示す。

図表 9 回答者の属性 事業者団体の会員数（加盟企業・加盟組合数）

	団体名	会員数（加盟企業・加盟組合数）	備考
1	みどりの朝市	12	事務局：横手市
2	よこて発酵文化研究所	88	事務局：横手市
3	よこて市商工会	1,500	
4	秋田県中小企業団体中央会	298	

イ. 新たな原料原産地表示制度に対する把握状況

① 新たな原料原産地表示制度に対する認知度

- ・ 新たな原料原産地表示制度改正について把握しているか質問した。（全員必須回答）
- ・ 制度改正について「知っている」と回答した団体が 2 件、「聞いたことはあるが詳しくは知らない」、「知らなかった」と回答した団体が 1 件ずつであった。（図表 10）

図表 10 新たな原料原産地表示制度に対する認知度

	選択肢	回答数（n=4） ※択一回答
1	知っている	2
2	聞いたことはあるが詳しくは知らない	1
3	知らない	1

② 新たな原料原産表示制度の経過措置期間に対する認知度

- ・ 新たな原料原産地表示制度改正について「知っている」又は「聞いたことはあるが詳しくは知らない」と回答した 3 団体に対し、新たな経過措置期間があることを把握しているか質問した。
- ・ 3 団体のうち、新たな原料原産地表示制度の経過措置期間について「知っている」、「聞いたことはあるが詳しくは知らない」、「知らない」と回答した団体がそれぞれ 1 団体ずつであった。(図表 11)

図表 11 新たな原料原産地表示制度の経過措置期間に対する認知度

	選択肢	回答数 (n=3) ※択一回答
1	知っている	1
2	聞いたことはあるが詳しくは知らない	1
3	知らない	1

③ 新たな原料原産地表示制度の対象事業者かどうかの判別

- ・ 新たな原料原産地表示制度改正について「知っている」又は「聞いたことはあるが詳しくは知らない」と回答した 3 団体に対し、制度の対象事業者が属しているか質問した。
- ・ その結果、3 団体すべてが、制度の対象事業者が「所属している」と回答した。(図表 12)

図表 12 新たな原料原産地表示制度の対象事業者かどうかの判別

	選択肢	回答数 (n=3) ※択一回答
1	所属している	3
2	所属していない	0
3	制度の対象かどうか分からない	0

④ 新たな原料原産地制度の表示のルールについての理解度

- ・ 新たな原料原産地表示制度改正について「知っている」又は「聞いたことはあるが詳しくは知らない」と回答し、かつ自団体に所属している事業者が「制度の対象である」又は「制度の対象かどうか分からない」と回答した 3 団体に対し、事業者が新制度に対応した正しい表示のしかたや表示のルールについてどの程度理解できていると思うか質問した。
- ・ その結果、3 団体のうち、「概ね理解できていると思う」と回答した方が 2 団体、事業者の個別の状況が分からないため未回答とした団体が 1 件であった。(図表 13)

図表 13 新たな原料原産地表示制度の表示のルールについての理解度

	選択肢	回答数 (n=3) ※択一回答
1	概ね理解できていると思う	2
2	理解できていない	0
3	十分に理解できていると思う	0
-	事業者の個別の状況が分からないため未回答	1

ウ. 既存の情報入手ルートの状況

① 新たな原料原産地表示制度に関する情報の入手ルート

- ・ 新たな原料原産地表示制度改正について「知っている」又は「聞いたことはあるが詳しくは知らない」と回答し、かつ自団体に所属している事業者が「制度の対象である」又は「制度の対象かどうか分からない」と回答した 3 団体に対し、制度改正に関する情報の具体的な入手ルートについて質問した。
- ・ 3 団体のうち、「行政が発信している情報で知った」を選択した団体が 2 件、「所属する事業者団体からの情報提供で知った」を選択した団体が 1 件であった。

(図表 14)

図表 14 新たな原料原産地表示制度に関する情報の入手ルート

	選択肢	回答数 (n=3) ※複数回答
1	新聞・テレビの報道で知った	0
2	行政が発信している情報で知った（ホームページ、勉強会など）	2
3	所属する事業者団体からの情報提供で知った	1
4	同業者や知り合いから聞いた	0
5	その他	0

エ. 新たな原料原産地表示制度への対応状況及び課題

① 事業者の対応状況の把握

- ・ 新たな原料原産地表示制度改正について「知っている」又は「聞いたことはあるが詳しくは知らない」と回答し、かつ自団体に所属している事業者が「制度の対象である」又は「制度の対象かどうか分からない」と回答した 3 団体に対し、自団体に所属する事業者における新たな原料原産地表示制度への対応状況を把握できているか質問した。
- ・ それぞれ 1 件ずつの団体が「把握している」、「一部は把握している」、「全く把握できていない」を選択している。(図表 15)

図表 15 事業者の対応状況の把握

	選択肢	回答数 (n=3) ※択一回答
1	把握している	1
2	一部は把握している	1
3	全く把握できていない	1

② 団体に属する事業者の対応状況

- ・ 自団体に所属する事業者における新たな原料原産地表示制度への対応状況について、「把握している」又は「一部は把握している」と回答した2団体に対し、自団体に所属する事業者の中で、既に新たな原料原産地表示制度に対応できている事業者がどれほどいるか質問した。
- ・ その結果、「対応済みの事業者が多い」、「対応できていない事業者が多い」がそれぞれ1団体ずつであった。(図表 16)

図表 16 団体に属する事業者の対応状況

	選択肢	回答数 (n=2) ※択一回答
1	全ての事業者が既に対応済である	0
2	対応済の事業者の方が多い	1
3	対応できていない事業者の方が多い	1

③ 事業者が新制度へ対応できていない理由

- ・ 自団体に所属する事業者における新たな原料原産地表示制度への対応状況について、「対応済の事業者の方が多い」又は「対応できていない事業者の方が多い」と回答した2団体に対し、自団体に所属する事業者が、新たな原料原産地表示制度へ対応できていない理由を質問した。
- ・ 団体に所属する事業者が、新たな原料原産地表示制度へ対応できていない理由として「対応方法が分からない」、「同業者の動向をみて対応したい」、「その他」を選択した団体がそれぞれ1件ずつであった。また、「その他」の具体的な内容は、「小規模事業者は情報収集が難しく、制度の理解が不足しているように感じる」である。(図表 17)

図表 17 事業者が新制度へ対応できていない理由

	選択肢	回答数 (n=2) ※複数回答
1	対応方法が分からない	1
2	対応するための人手、資金が足りない	0
3	同業者の動向をみて対応したい	1
4	その他（内訳：小規模事業者は情報収集が難しく、制度の理解が不足しているように感じる。）	1

④ 食品表示制度に関する情報発信の有無

- ・ 新たな原料原産地表示制度改正について「知っている」又は「聞いたことはあるが詳しくは知らない」と回答し、かつ自団体に所属している事業者が「制度の対象である」又は「制度の対象かどうかわからない」と回答した 3 団体に対し、自団体に所属している事業者向けの食品表示制度等に関する情報発信や説明会などを自団体が主導して実施する予定はあるか質問した。
- ・ 3 団体のうち全ての団体が、所属している事業者向けの食品表示制度等に関する情報発信や説明会などを団体が主導して実施する予定はないと回答した。

(図表 18)

図表 18 食品表示制度に関する情報発信の有無

	選択肢	回答数 (n=3) ※択一回答
1	予定がある (又は既に実施済)	0
2	現在検討中	0
3	特に予定はない	3

⑤ 食品表示制度の普及啓発について団体として実施できること

- ・ 食品表示制度の普及啓発について、県より協力を求められた際に、貴団体が実施できることは何か質問した。(全員必須回答)
- ・ 食品表示制度の普及啓発について、県より協力を求められた際に、貴団体が実施できることとして、「県からの求めに応じ、貴団体に所属する事業者へ制度に関するパンフレット等を配布する」を選択した団体が 4 件と最も多く、次いで「貴団体に属する事業者と連絡を取り、県が開催するセミナー等への参加を取りまとめる」、「貴団体が県のセミナーに参加し、研修内容を貴団体に所属する事業者へ共有する」を選択した団体が 2 件ずつと 2 番目に多かった。(図表 19)

図表 19 食品表示制度の普及啓発について団体として実施できること

	選択肢	回答数 (n=4) ※複数回答
1	県からの求めに応じ、貴団体に所属する事業者へ制度に関するパンフレット等を配布する	4
2	県からの求めに応じ、貴団体に所属する事業者へメール等を通じて情報提供する	1
3	貴団体に属する事業者と連絡を取り、県が開催するセミナー等への参加を取りまとめる	2
4	貴団体が県のセミナーに参加し、研修内容を貴団体に所属する事業者へ共有する	2
5	その他（内訳：当会ホームページへの掲載による周知協力）	1

⑥ 食品表示制度に関する情報等を取得するにあたり希望する支援の内容

- ・ 今後、食品表示制度に関する情報等を取得するにあたり、どのような支援があればよいか質問した。（自由記載）
- ・ 回答した 3 団体に共通して「分かりやすい資料の提供」を希望する回答がみられた。自由記載の回答結果を以下に示す。（図表 20）

図表 20 希望する支援の内容

事業者団体名	自由記載の内容
よこて発酵文化研究所	未記載
秋田県中小企業団体中央会	分かりやすい資料を冊子で提供してほしい。（Web データでも可）
みどりの朝市	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象者（産地直売所、朝市等）の具体的な事例を取り上げたセミナーの開催。 ・ ご高齢の方が多いため、メールでの情報提供はやや難あり。 ・ 資料の提供を行う場合は、分かりやすい資料の提供を希望。（文字を大きさ、具体例を写真や図を使って説明する等）
よこて市商工会	分かりやすい資料の提供

オ. 既存のネットワークの実態

① 加盟する事業者団体の有無

- ・ 自団体が所属、加盟する組合や事業者団体等があるか、また所属団体がある場合にはその団体の名称について質問した。（全員必須回答）
- ・ 加盟する組合や事業者団体が「ある」及び「ない」と回答した団体がそれぞれ 1 件ずつであった。また「ある」と回答した団体における具体的な所属団体の名称として、「あきた食品振興プラザ（事務局：県中小企業団体中央会）」、「全国商工会連合会」の 2 つが挙げられている。（図表 21）

図表 21 加盟する事業者団体の有無

	選択肢	回答数 (n=4) ※択一回答
1	ある	2
2	ない	2

② 市や県との定期的な連絡又は会議の有無

- ・ 市役所や県からの定期的な連絡や、市役所や県との間で定期的に会議等（連絡や会議の内容は食品表示制度に関する事項に関わらないものも含む。）が行われているかについて質問した。
- ・ 市役所や県からの定期的な連絡や、市役所や県との間で定期的に行われる会議等について、4 団体すべてが「ある」と回答した。（図表 22）

図表 22 市や県との定期的な連絡又は会議の有無

	選択肢	回答数 (n=4) ※択一回答
1	ある	4
2	ない	0

③ 市や県とのやりとりの具体的な内容や頻度

- ・ 市役所や県からの定期的な連絡や、市役所や県との間で定期的に行われる会議等が「ある」回答した 4 団体の市や県とのやりとりの具体的な内容や頻度についての結果を以下に示す。（図表 23）

図表 23 市や県とのやりとりの具体的な内容や頻度

事業者団体名	自由記載の内容
よこて発酵文化研究所	総会が年に 1 回、幹事会が 6 回程度ある。 会議の内容は、会の活動について会員相互に行うものであるが、市役所が事務局を担っているため、情報交換が行われる場面がある。
秋田県中小企業団体中央会	県との間で行われる定期的な会議が年 1 回ある。
みどりの朝市	(市役所)・役員会：年 3 回、総会：年 1 回 (市役所)・年数回（適宜）：県主催のセミナーの案内や 情報提供（チラシ・パンフレット）の郵送
よこて市商工会	市担当課とは、新型コロナウイルス感染症対策関連施策に関する当会 会員への支援状況について週 1 回のペースで情報共有しているほか、 定期的な意見交換が行えている。

④ 希望する情報提供の形

- ・ 食品表示制度に関する情報や、制度改正に関する情報を取得するにあたり、どのような形で情報が提供されたら使いやすいかを質問した。（全員必須回答）
- ・ 食品表示制度に関する情報や、制度改正に関する情報を取得するにあたり、「セミナー・説明会」及び「簡単なパンフレットでの配布」での情報提供を希望する団体が最も多く、次いで「ホームページ」、「詳細なテキスト」を選択した団体が多かった。（図表 24）

図表 24 希望する情報提供の形

	選択肢	回答数（n=4） ※複数回答
1	詳細なテキストの配布	2
2	簡単なパンフレットの配布	4
3	ホームページへの掲載	2
4	SNS への活用	1
5	セミナー・説明会の開催	4
6	その他（内訳：新聞掲載による情報提供）	1

カ. 事業者団体と団体に所属する事業所との関係

① 事業者との主な連絡手段

- ・ 自団体に所属する事業者との主な連絡手段について質問した。（全員必須回答）
- ・ 団体に所属する事業者との主な連絡手段について、「電話連絡」を選択した団体が 4 件と最も多く、次いで「郵送等書面のやりとり」が 3 件と 2 番目に多かった。（図表 25）

図表 25 事業者との主な連絡手段

	選択肢	回答数（n=4） ※複数回答
1	電話連絡	4
2	メール	2
3	郵送など書面でのやりとり	3
4	対面でのやりとり	1
5	事業者との連絡は取らない	0
6	その他（内訳：FAX）	2

② 事業者との連絡頻度

- ・ 自団体に所属する事業者との主な連絡頻度について質問した。(全員必須回答)
- ・ 事業者団体における個別の事業者との連絡頻度については、どの団体も不定期ではあるものの、会議開催の連絡時等適宜連絡を取っているといえる。なお自由記載の結果を以下に示す。(図表 26)

図表 26 事業者との連絡頻度

事業者団体名	自由記載の内容
よこて発酵文化 研究所	会議開催の連絡時など
秋田県中小企業 団体中央会	必要に応じ、所属組合等を通じて連絡を行う。
みどりの朝市	・年4回役員会・総会等の連絡 ・年数回 セミナー開催や情報提供時は適宜連絡
よこて市商工会	不定期だが、必要に応じて連絡を行う。

3. 地方の中小零細事業者の実態調査

(1) 調査内容

ア. 調査目的

横手市内の食品製造事業者における、新たな原料原産地表示制度に関する把握状況及び周知状況、既存の周知ルートの実態、既存の参考資料とその問題点及び新制度への対応状況と課題を調査することで、中小零細事業者への周知方法の確立に向けた現状の把握と課題の抽出を目指す。

イ. 調査方法

横手市内の食品加工業・食品製造業事業者へ行ったアンケート調査の概要を以下に示す。

図表 27 事業者アンケート調査実施概要

項目	概要
調査名	食品表示制度に関するアンケート調査（事業者向け）
調査方法	WEB アンケート又は郵送による回答
調査対象	横手市内の食品加工業・食品製造業事業者 202 社
調査期間	9 月 8 日～9 月 24 日
回収数	73 事業者

(2) 調査結果

横手市内の食品加工業・食品製造業事業者へ行ったアンケート調査の結果を以下に示す。

ア. 回答者の属性

回答者について、横手市保健所より受領した「食品衛生法第 52 条による営業許可」リストのうち”営業の種類”を元に分類を行った。

回答事業者における営業の種類は 23 種類にわたり、菓子製造業が最も多く 35.6%、次いで麺類製造業が 15.1%であった。(図表 28)

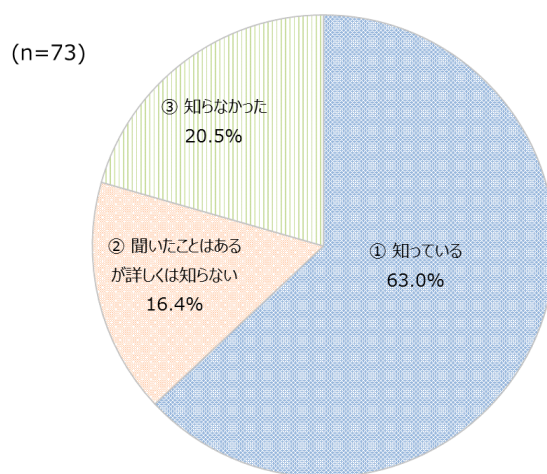
図表 28 回答者の属性 業種による分類

	営業の種類	回答者数	%
1	麺類製造業	11	15.1%
2	密封包装食品製造業	0	0.0%
3	氷雪製造業	0	0.0%
4	納豆製造業	0	0.0%
5	添加物製造業	0	0.0%
6	豆腐製造業	0	0.0%
7	清涼飲料水製造業	4	5.5%
8	漬物製造業	1	1.4%
9	食肉製品製造業	0	0.0%
10	食品の冷凍又は冷蔵業	6	8.2%
11	酒類製造業	1	1.4%
12	集乳業	0	0.0%
13	醤油製造業	0	0.0%
14	食肉処理業	2	2.7%
15	アイスクリーム類製造業	0	0.0%
16	あん類製造業	1	1.4%
17	かん詰又はびん詰食品製造業	1	1.4%
18	そうざい製造業	9	12.3%
19	ソース類製造業	1	1.4%
20	みそ製造業	5	6.8%
21	みそ又はしょうゆ製造業	1	1.4%
22	菓子製造業	26	35.6%
23	魚介類競り売り営業	0	0.0%
24	無記名	4	5.5%
	総計	73	100.0

イ．新たな原料原産地表示制度に対する把握状況

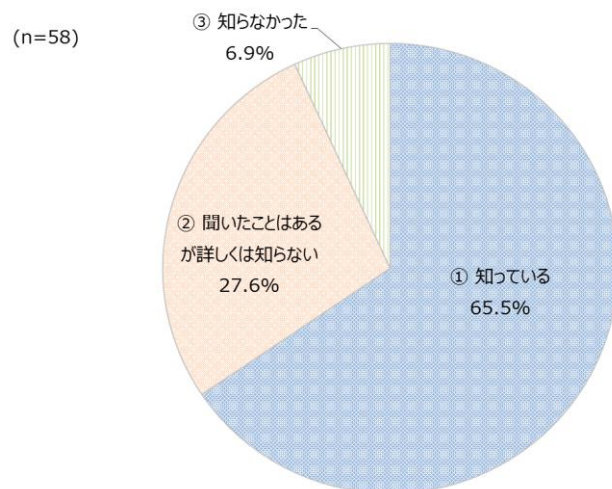
- ・新たな原料原産地表示制度改正について把握しているか質問した。（全員必須回答）
- ・その結果、「知っている」と回答した事業者が最も多く、6 割を超えた。一方で、「知らなかった」、「聞いたことはあるが詳しくは知らない」と回答した事業者もそれぞれ 2 割程度いた。（図表 29）

図表 29 新たな原料原産地表示制度に対する認知度（択一回答）



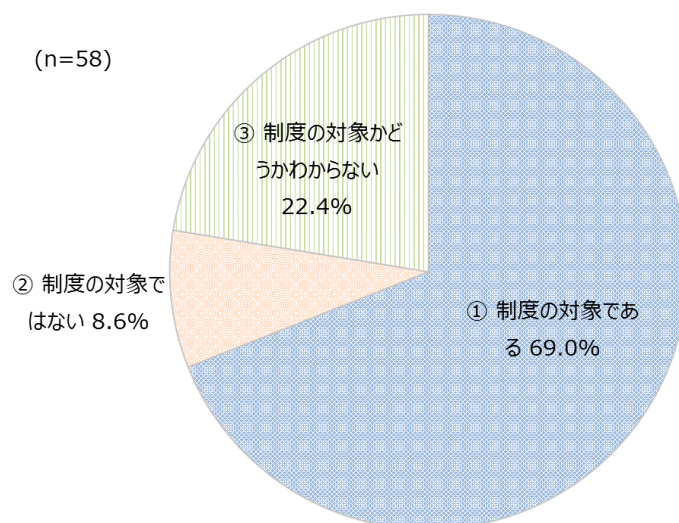
- ・新たな原料原産地表示制度改正について「知っている」又は「聞いたことはあるが詳しくは知らない」と回答した 58 事業者に対し、経過措置期間について認知しているかを質問した。
- ・その結果、「知っている」と回答した事業者が最も多く、全体の 6 割以上を占めていた。一方で「聞いたことはあるが詳しくは知らない」又は「知らなかった」と回答した事業者が併せて 3 割強いた。（図表 30）

図表 30 原料原産地制度の経過措置期間に対する認知度（択一回答）



- ・新たな原料原産地表示制度改正について「知っている」又は「聞いたことはあるが詳しくは知らない」と回答した 58 事業者に対し、自らが新制度の対象事業者であると認識しているか質問した。
- ・その結果、7 割以上の事業者は、自らが新制度の対象であるかどうかを認識していた。一方で、自らが制度の対象かどうか分からない事業者も 2 割程度みられた。（図表 31）

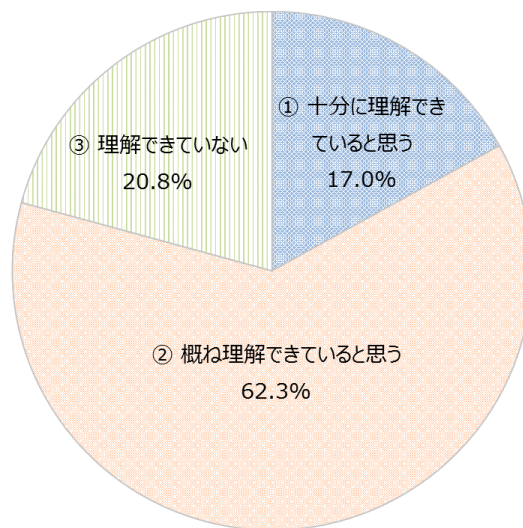
図表 31 新たな原料原産地表示制度の対象事業者かどうかの判別（択一回答）



- ・新たな原料原産地表示制度改正について、「制度の対象事業者である」又は「制度の対象かどうか分からない」と回答した 53 事業者に対し、新制度に対応した正しい表示のしかたや表示のルールについてどの程度理解できているかを質問した。
- ・その結果、約 8 割の事業者が理解できている一方で、理解できていないと回答している事業者も 2 割いた。(図表 32)

図表 32 原料原産地制度の表示のルールについての理解度（択一回答）

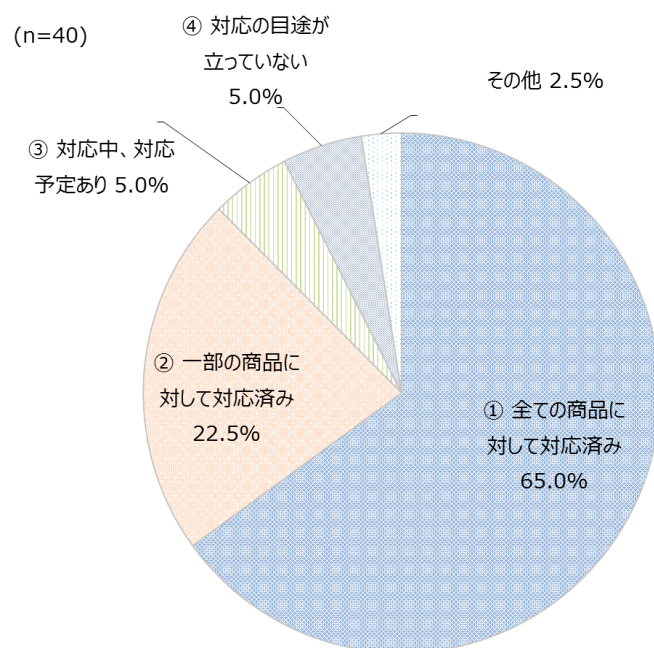
(n=53)



ウ. 新たな原料原産地表示制度への対応状況及び課題

- ・新たな原料原産地表示制度改正について「制度の対象事業者である」と回答した 40 事業者に対し、自社で取り扱う加工食品が新たな原料原産地制度に対応しているかについて質問した。
- ・新制度に対応済みである事業者の割合が 9 割弱でほとんどであるが、対応中又は今後対応予定ありと回答した事業者及び対応の目途が立っていない事業者が 2 社ずつであった。(図表 33)

図表 33 新たな原料原産地表示制度への対応状況（択一回答）

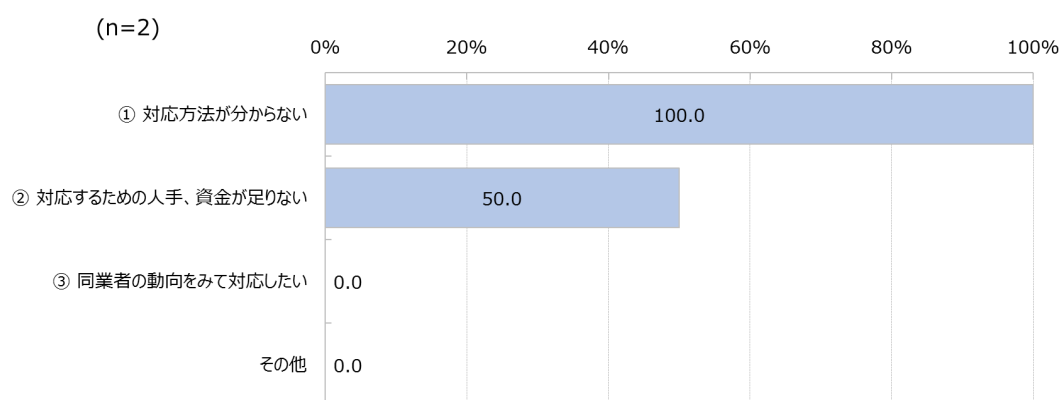


図表 34 「その他」回答者の自由記述記載内容

	自由記述記載内容
1	対応部署が別のため、対応中

- ・新制度の対象であり、かつ、自社で取り扱う加工食品が新たな原料原産地表示制度に対応しているかについて「対応の目途が立っていない」と回答した 2 事業者に対し、対応できていない理由を質問した。
- ・その結果、両事業者とも、「対応方法が分からない」、「対応するための人手・資金が足りない」の 2 つを、対応できていない理由として選択している。（図表 35）

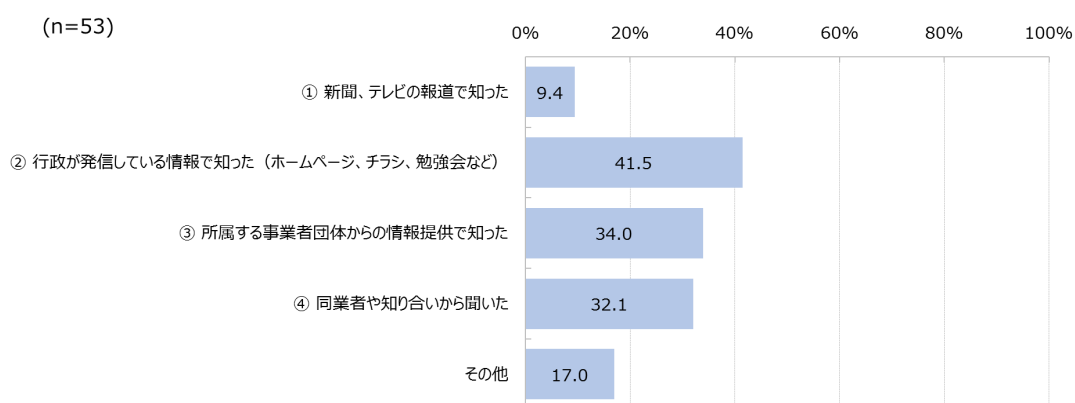
図表 35 新たな原料原産地表示制度へ対応できていない理由（複数回答）



エ. 既存の情報入手ルート of 状況

- ・ 新たな原料原産地表示制度の改正について「知っている」又は「聞いたことはあるが詳しくは知らない」と回答し、かつ「制度の対象事業者である」又は「制度の対象かどうか分からない」と回答した 53 事業者に対し、新たな原料原産地表示制度に関する情報をどのようにして知ったかについて質問した。
- ・ 制度に関する情報の入手ルートとして最も多かったのは、ホームページ、チラシ、勉強会などの行政が発信している情報（4 割強）であった。次いで「所属する事業者団体からの情報提供」（3 割強）が多かった。（図表 36）

図表 36 新たな原料原産地表示制度に関する情報の入手ルート（複数回答）



図表 37 「その他」回答者の自由記述記載内容

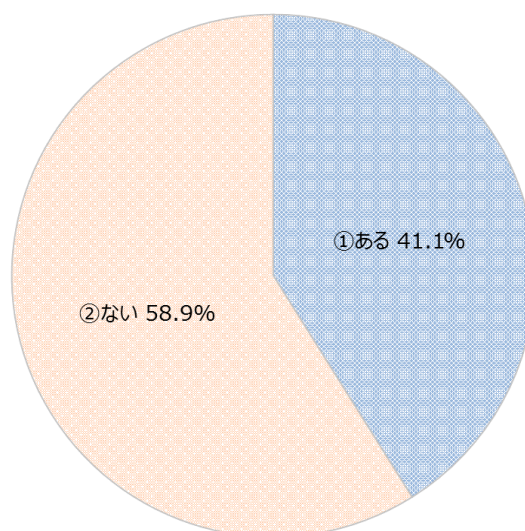
	自由記述記載内容
1	セミナー
2	商品を卸している業者から聞いた

オ. 食品表示制度に関する既存の参考資料及びその問題点

- ・食品表示制度に関する法律や政策を把握するにあたり参考になっている情報（資料やウェブサイトなど）があるか質問した。（全員必須回答）
- ・その結果、参考になっている情報が「ある」と回答した事業者が4割、「ない」と回答した事業者が6割であった。（図表 38）

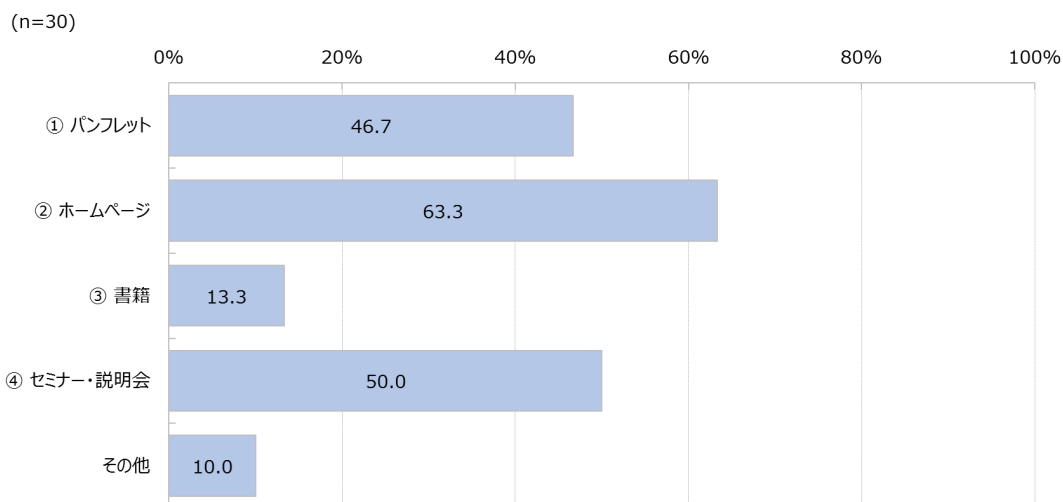
図表 38 参考になっている情報の有無（択一回答）

(n=73)



- ・食品表示制度に関する法律や政策を把握するにあたり参考になっている情報（資料やウェブサイトなど）が「ある」と回答した30事業者に対し、どのような情報から情報を得ているか質問した。
- ・その結果、「ホームページ」から情報を得ていると回答した事業者が最も多かった。次いで「セミナー、説明会」、「パンフレット」が4～5割と多くなっている。（図表 39）

図表 39 情報を得ているツールの種類（複数回答）

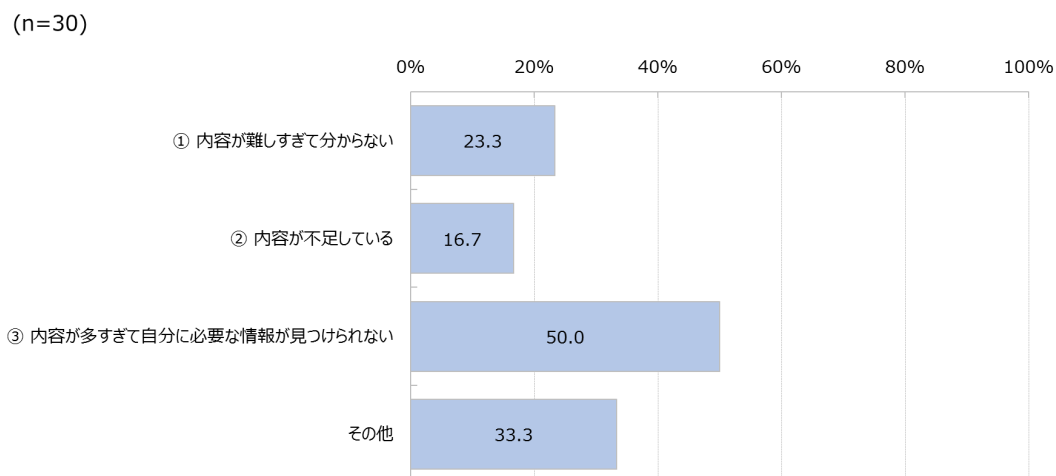


図表 40 「その他」回答者の自由記述記載内容

	自由記述記載内容
1	県の方
2	同業者との情報交換

- ・食品表示制度に関する法律や政策を把握するにあたり参考になっている情報（資料やウェブサイトなど）が「ある」と回答した 30 事業者に対し、参考になっているツール（資料やウェブサイトなど）の改善点について質問した。
- ・その結果、「内容が多すぎて自分に必要な情報が見つけれられない」という回答が 5 割で最も多かった。（図表 41）

図表 41 ツールの改善点（複数回答）

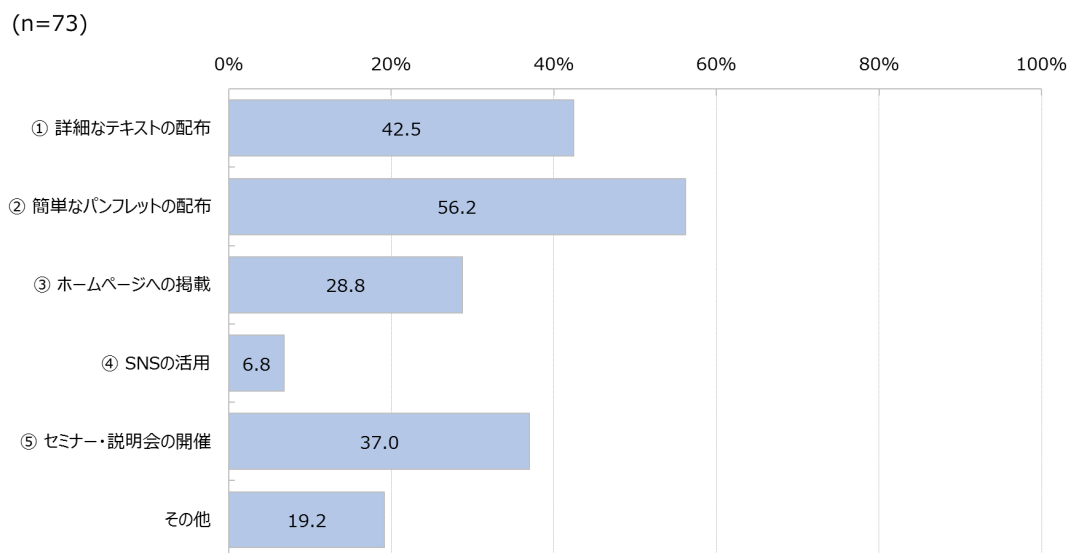


図表 42 「その他」回答者の自由記述記載内容

	自由記述記載内容
1	文章が固くて分かりづらい、簡単な内容でも難しい言いまわしをしている。
2	漬物が難しい。
3	直接連絡がくるようにしてもらいたい。

- ・今後、食品表示制度に関する情報や、制度改正に関する情報等を取得するにあたり、どのような形で情報が提供されたら使いやすいかについて質問した。（全員必須回答）
- ・その結果、「簡単なパンフレットの配布」を希望する声が最も多かった。（図表 43）

図表 43 希望する情報提供の形（複数回答）



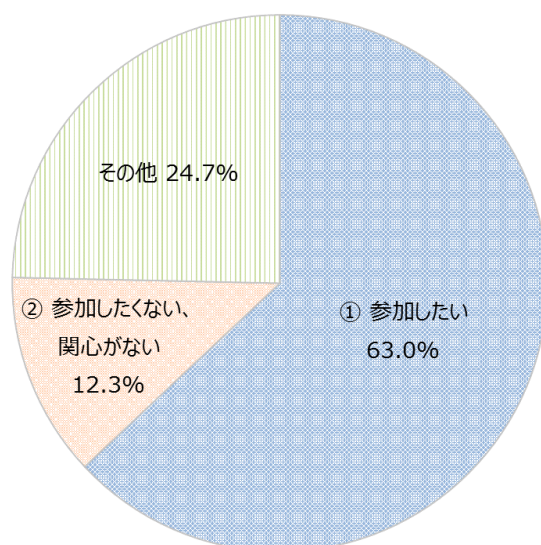
図表 44 「その他」回答者の自由記述記載内容

	自由記述記載内容
1	保健所、食品衛生協会経由で情報提供してもらいたい
2	直接連絡がくるようにしてもらいたい

- ・行政、業界団体等が食品表示制度改正に関する研修を開催した場合、参加したいかについて質問した。（全員必須回答）
- ・その結果、参加を希望すると回答した事業者が全体の6割を超えた。（図表 45）

図表 45 行政、業界団体等が研修を開催した場合の参加意欲（択一回答）

(n=73)



- ・ 食品表示制度に関する情報や、制度改正に関する情報等を取得するにあたり、どのような支援があればよいかについて質問した。（自由記述）
- ・ 希望する支援については、「セミナーの実施」を希望する回答が最も多く、次いで分かりやすい資料の配布を望む回答多かった。（図表 46）

図表 46 希望する支援の内容（自由記述）

分類	回答内容例
参考資料について	<ul style="list-style-type: none"> ・ テキスト、パンフレットを配布してほしい。 ・ 資料を配布してほしい。（同様の意見が4件あり） ・ 変更期間等をもっと詳しく記載した冊子が欲しい。 ・ 簡単で分かりやすい資料を、いつでも見ることができる形で提供してほしい。 ・ 分かりやすい資料を WEB ではなく冊子で配って欲しい。 ・ 分かりやすい資料を冊子で提供してほしい。一度ではなく(忘れないため)メッセージをリマインドして送ってほしい。 ・ 分かりやすい資料を冊子で提供してほしい。（同様の意見が3件あり）
情報提供のしかたについて	<ul style="list-style-type: none"> ・ このようなアンケートで情報を知ることがある。保健所からの案内や情報はこないの、製造してから知らなかったとならないように研修などを催してほしい。（頻繁に SNS やウェブをチェックすることがないため） ・ 対象となる食品なのかどうかについて不明な場合も多いので、もう少し細かい情報が得られる機会がほしい。 ・ 保健所等から情報をもらっているの、その機能をより活用してほしい。 ・ 直接連絡がくるようにしてほしい。 ・ 各協会(例えば洋菓子協会)からその都度情報を知らせてほしい。

	<p>い。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 登録した事業者にもメール又は郵送で情報が入りやすいようにしてほしい。HACCP 認証を取得している企業には登録団体より一括配信してほしい。 ・ メールマガジン等を充実させてほしい。 ・ テレビCM等の広告を活用してほしい。
セミナーについて	<ul style="list-style-type: none"> ・ セミナーをもっと開催してほしい。(同様の意見が6件あり) ・ セミナーを近場で行ってほしい。 ・ 今回の改正はセミナーで説明してもらったが、他の制度改正時にもセミナーを開いてほしい。 ・ セミナーでためになるのは、同業者の失敗例である。残念な話を多く聞き、考える事で自分のスキルアップにつながる。
相談の機会について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 気軽に疑問点を聞く事ができて、分かりやすく教えてくれる支援を希望する。 ・ 食品表示制度改正によって使えなくなる食品表示のための印刷機器(バーコードプリンター等)の購入についての相談窓口の設置、支援等を希望する。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ ここ2年間は新型コロナウイルス感染症対策上、衛生協会の研修も開催されていないので、それに代わるものが必要と感じている。 ・ 早めに分かりやすい情報がほしい。 ・ 既存の印刷した包材は猶予期間内に消化できても、印刷の版下は1字であっても改版になり、コストがかかるので、改正されて改版の必要のある場合の補助金の支援があればよい。特にアイテムが多い場合は非常に出費が多くなる。 ・ 当店は、地元道傍の民家から自家用味噌の委託を受け加工するだけの零細な個人経営だが、この制度の対象になるのか。これらについても、分かりやすい資料等をもらいたい。 ・ シール、ラベルを印刷業者に頼むので、制度改正があったことにより、ラベルが残ってしまい困っている。 ・ 重要なところは8pt以上、表示の大きさ(貼るシール)への盛り込み方、順序、どこまで記載するか等、事業者によって様々なので、それに対応できる人を明確にしてほしい。法人か個人事業かで記載の違いがある。 ※去年の5月にラベル不良を起こした時、管轄の生活センターの担当者が新任で(今はとてもたよりがいらいますよ)、ほとんど分からず、大変であった。制度が変わる時は県の担当の異動もやめてほしい。

カ. 加盟する組合や事業者団体の状況

- ・所属又は、加盟する組合や事業者団体等について質問した。(自由記述)
- ・加盟する組合や事業者団体等については、食品衛生協会と回答する事業者が最も多かった。(図表 47)

図表 47 加盟する組合や事業者団体の状況

区分	自由記載の内容	件数
全国	食品衛生協会	13
	全国菓子工業連合会	2
	全国製麺協同組合	1
	菓子工業組合	1
	オール日本スーパーマーケット協会	1
	全国中小企業団体中央会	1
	セルコ	1
秋田県	秋田県洋菓子協会	1
	秋田県酒造組合	1
	秋田県味噌醤油工業協同組合	1
横手市	横手市いぶりがっこ活性化協議会	2
	横手市商工会	2
	横手市物産協会(連絡会)	2
	いぶりがっこ生産者の会	1
	道の駅 十文字	1
	道の駅さんない農香庵産グループ	1
	公益社団法人横手法人会	1

(3) まとめ

ア. 新たな原料原産地表示制度に対する事業者の理解・対応状況

- ・新たな原料原産地表示制度の改正及び経過措置期間について、そもそも認知していない事業者が3~4割程度いることがわかった（図表 29、図表 30）。
- ・また、制度改正等については認知していても、新制度に対応した表示方法について「理解できていない」と回答した事業者が2割程いた（図表 32）。
- ・食品表示制度に関する法律や政策を把握するにあたり参考になっている情報についても、「ない」と回答している事業者が過半数を超えていた。（図表 38）
- ・以上の結果から、中小零細事業者に対する周知啓発ルートが確立されておらず、情報が行き届いていない状況にあると推測される。

イ. 周知方法に関する意見

- ・食品表示制度に関する情報について、事業者が自身から能動的に情報を取得することが難しいことから、「行政や中間団体から周知や連絡が直接届くようにしてほしい」との意見が多数見られた。（図表 42、図表 44、図表 46）

ウ. 周知用資材に関する意見

- ・情報を得ているツールの問題点について、「内容が多すぎて自分に必要な情報が見つけられない」という回答が最も多く、全体の5割以上を占めている。（図表 41）
- ・今後、食品表示制度に関する情報や、制度改正に関する情報等を取得するにあたっては、「簡単なパンフレットの配布」を希望する声が最も多かった。（図表 43）
- ・以上の結果から、事業者が自身にとって必要な情報がどこにあるかを一目で把握できる、わかりやすいパンフレット・マニュアル等の資材の必要性が見えた。

第4章. 課題整理と普及啓発モデル案の構想

1. 課題整理

(1) 周知経路に係る課題の整理

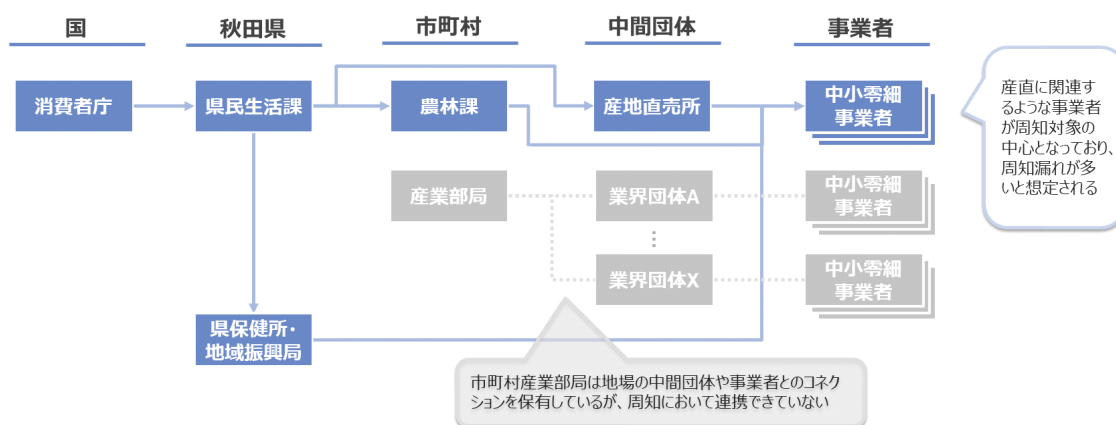
食品表示制度に係る普及啓発について、秋田県では、産地直売所を介した周知が主な経路となっている。そのほか、市町村の農林経済課、保健所に対しても食品表示制度に関する情報提供を行っているが、その後事業者への周知につながっているかについて、担当課では把握できていない。

その結果、説明会を開催しても、参加者が一部の事業者に限られてしまい、中小零細事業者に広く周知が行き渡っていないという課題を抱えている。実際に、横手市内の事業者を対象に行ったアンケート調査では、新たな原料原産地表示制度の制度改正及び経過措置期間について、そもそも認知していない事業者が3~4割程みられた。

また、横手市へのヒアリング調査から、市町村（特に産業部局）は、管内の中間団体や事業者との繋がりを有しているものと思われるが、現状では県と市町村産業部局との間において、中間団体や事業者への周知に関する連携はとられていない。

上記のような状況を踏まえると、他都道府県においても、日常業務において関係性の薄い市町村産業部局との連携がとれておらず、行政が持つ中小零細事業者とのつながりを周知に有効活用できていない可能性がうかがえる。

図表 48 秋田県における食品表示制度の普及・啓発における協力体系の現状



(2) 啓発用資材に係る課題

横手市内の事業者を対象に行ったアンケート調査から、以下のような状況にある事業者が一定数いることが確認できた。

- ・ そもそも新たな原料原産地表示制度の改正について知らない
- ・ 制度改正について認知していても、自身が制度の対象であるかがわからない
- ・ 制度改正について認知していても、新たな表示ルールについて理解できていない
- ・ 制度改正について認知し、かつ自身が制度の対象であると認識していても、対応

方法がわからず、対応の目途が立っていない

また、既存参考資料の課題については、事業者及び事業者団体の両者において「内容が多すぎて自分に必要な情報が見つけれられない」との回答が最も多かった。

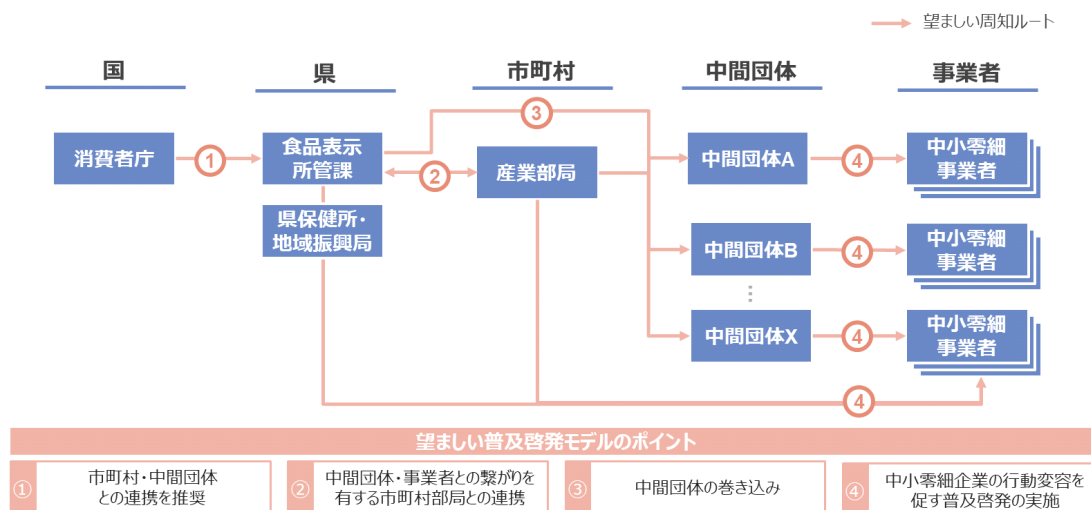
以上から、情報量を整理し内容を簡潔にしつつ、事業者の置かれた状況や抱えている疑問に対応する啓発用資材が必要であると考えられる。

2. 普及啓発モデル

前項にて整理した課題を踏まえ、地方における望ましい普及啓発モデル案を提起する。以下4点に取り組むことで、より多くの中小零細事業者には効果的な普及啓発が行えると考えられる。(図表49)

- ・ 国は、都道府県に周知の依頼をする際に、市町村産業部局や中間団体との連携を推奨する。
- ・ 都道府県は、周知対象となる地場の中小零細事業者及び中小零細事業者が加入する中間団体との繋がりを有する市町村（特に産業部局）と連携して周知を行う。
- ・ 都道府県は、市町村も介しながら、傘下の中小零細事業者への周知協力を中間団体に依頼する。
- ・ 中小零細事業者の担当者の置かれた状況や心理を踏まえ、行動（セミナーへの参加、制度対応への取り組み開始等）を促す仕掛けを取り入れた周知を行う。

図表 49 地方における望ましい普及啓発モデル案

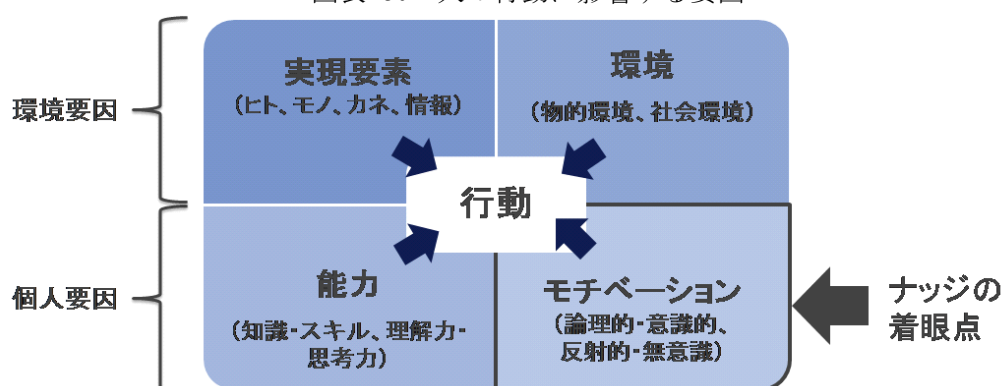


第5章. 新たな原料原産地表示を中心とした制度を周知・普及するためのツール開発

本事業では、これまで新たな原料原産地表示制度に対応できていなかった事業者に対して対応を促すため、原料原産地表示制度に関するセミナーを周知するためのチラシや対応方法をまとめたマニュアルを作成した。中小零細事業者に対してセミナーへの参加を促すための仕掛けや、新たな原料原産地表示制度の理解を促す仕掛けを検討するにあたり、「ナッジ」と呼ばれる行動デザインアプローチを参考にチラシやマニュアルの作成を行った。

ナッジとは、人の意思決定や行動原理に関わる認知行動科学の理論に基づき、伝え方や選択肢の提示方法等の工夫により、自発的な行動を後押しする手法のひとつであり、人の意思決定や行動に影響する要因のうち、主に心理的な阻害要因（モチベーション）に対する介入を行うことで、その人にとって望ましい行動選択を促す手法として位置づけられる。本事業においても、ナッジ型アプローチをとることにより、中小零細事業者の心理的な阻害要因を緩和し、新しい制度への対応やセミナー参加等の具体的な行動を促す効果が期待される。

図表 50 人の行動に影響する要因



1. 中小零細事業者向けマニュアル

セミナーに先立ち、中小零細事業者に対して新たな原料原産地表示制度の表示方法を解説するためのマニュアルを作成した。

第3章の「地方の中小零細事業者の実態調査」において、新たな原料原産地表示制度の改正について知っていても自らが制度の対象か分からないという事業者や正しい表示方法が分からないという事業者がみられたこと、新たな原料原産地制度の対象になっていると認識していても対応方法が分からないと回答している事業者がみられた。これらの点が中小零細事業者において新たな原料原産地表示制度に対応を妨げるボトルネックとなっていると考えられるため、当該マニュアルの策定にあたっては、まず①原料原産地制度の対象について解説を行い、②原料原産地の表示方法に関するポイントを説明し、③原料原産地表示を行うための手順や準備すべき書類について説明する構成とした。

図表 51 中小零細事業者向けマニュアルの流れ

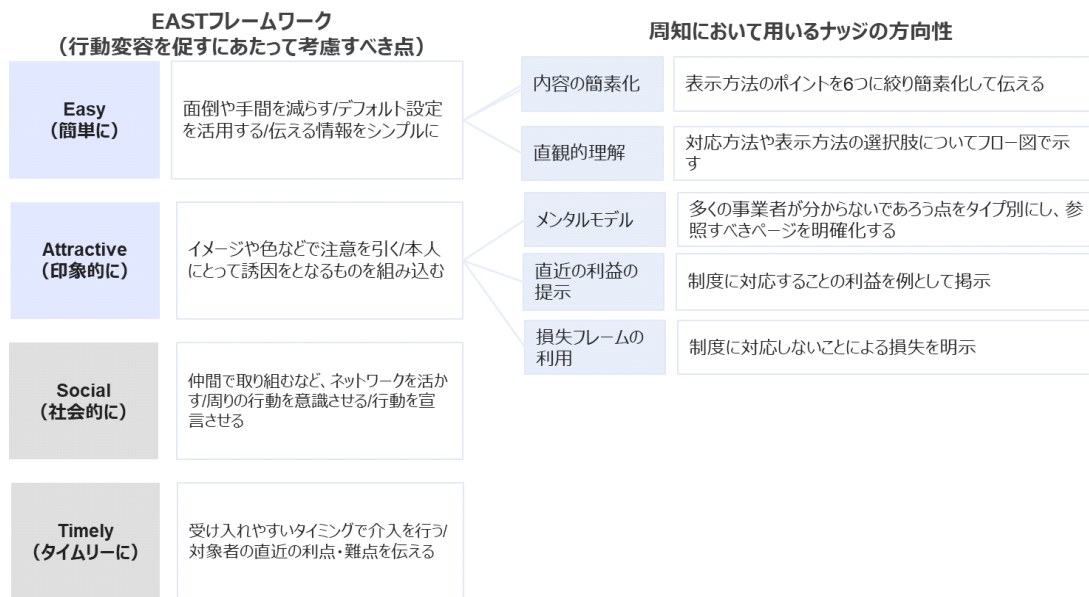
マニュアルの流れ	
原料原産地の表示が必要な対象	<ul style="list-style-type: none"> 新しい食品表示基準に従った表示をする必要のある対象加工食品について説明
新しい原料原産地表示の重要ポイント	<ul style="list-style-type: none"> 新しい食品表示基準に従った原料原産地の表示方法に関するポイントを6つに分けて説明
新しい原料原産地表示の対応の進め方	<ul style="list-style-type: none"> 新しい食品表示基準に従った原料原産地表示を行うための手順や準備すべき書類について説明

また、先に述べたナッジの理論では、相手の行動変容を促すためには、「簡潔なメッセージで伝えたり、手間を減らしたりして行動へのハードルを下げる（Easy）」、「ポイント等を示し相手の注意を引くような工夫をする（Attractive）」、「他の人が取っている行動を伝える」（Social）」、「適切なタイミングで情報を伝える（Timely）」の4つの観点が重要であるとの知見が示されている。

中小零細事業者に対してマニュアルでは、こうした行動変容を促すための観点を踏まえ、より簡単に、より印象的に伝わるようにするために、①表示方法のポイントを6つに絞り簡素化して伝える、②直観的に理解しやすいように対応方法や表示方法の選択肢についてフロー図で示す、③原料原産地表示制度について事業者が分からない点をタイプ別にした上で参照すべきページを明確化する、④制度に対応する利益や対応しないことによる損失を明示する等の工夫を行った。その他、原料原産地表示制度について、消費者庁が頻繁に受ける問い合わせ項目についてケーススタディをつけ、解説することとした。

以下に本事業で作成したマニュアルとマニュアル制作にあたって工夫した点を示す。

図表 52 中小零細事業者向けマニュアル作成にあたっての工夫



図表 53 新しい現業原産地表示制度を知ろう！中小企業向けマニュアル（抜粋）



目次

1	新しい原料原産地表示制度の導入	1
	1.なぜ原料原産地表示が必要？	1
	2.原料原産地表示の義務と意義	1
2	新しい原料原産地表示の概要と表示方法	2
	1.原料原産地表示の対象となる加工食品	2
	①対象とならないか省略可能なケース	2
	②以前から原料原産地表示の対象 としていた加工食品の表示方法	3
	2.原料原産地表示のポイント	5
	①原料原産地表示の対象となる原材料	5
	②原料原産地表示の表示方法	7
	③対象原材料が生鮮食品の場合	7
	④対象原材料が加工食品の場合	8
	⑤複数の異なる原産地の原材料を 混合している場合	9
	⑥原産地・製造地の国別の重量順表示が 困難である場合	10
3	新しい原料原産地表示制度対応の進め方	15
	1.原料原産地表示の対象となる加工食品の判断	15
	2.原材料の情報の整理から表示内容の決定まで	15
4	その他	24
	1.問い合わせ先	24
	2.参考資料	25

1

新しい原料原産地表示制度の導入

1

なぜ原料原産地表示が必要？

原料原産地は多くの消費者が商品を選ぶときに参考にしていますが、これまで一部の加工食品にしか表示義務がありませんでした。実行可能性を確保しつつ対象の拡大に向けて検討を重ねた結果、平成29(2017)年9月1日、食品表示基準が改正・施行され、国内で製造・加工された全ての加工食品(輸入品を除く)に新しい原料原産地表示の対応が求められています。

新しい原料原産地表示では、これまで原料原産地表示義務がなかった加工食品にも表示義務が課せられるため、食品関連事業者の方にとっては十分に理解して対応しなければなりません。

2

原料原産地表示の義務と意義

たくさんの消費者が食品表示を見て商品を購入する中で、正しい原料原産地を表示することは食品事業者が製造した食品の魅力・良さを正しく消費者に伝えることにもつながります。他方、万が一、原料原産地表示を含めて食品表示に関する虚偽の表示を行った場合、懲役や罰金が科せられるだけでなく、消費者からの社会的信用も失うことになりかねません。

消費者に商品の情報・魅力を正しく伝えるため、正しい原料原産地表示を行うようにしましょう。

食品表示基準改正

- 平成29(2017)、国内で作られたすべての加工食品に原料原産地表示を行うよう食品表示基準を改正(令和4年3月末まで経過措置期間)
- 令和4(2022)年4月1日より完全施行

消費者意識

消費者の **67%** が
原料原産地名を
参考にして商品を選択



違反時

- 違反・偽造表示には罰則(懲役・罰金)
- 消費者からの社会的信用失墜

意義

- 消費者の自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保
- 食品の魅力・良さを正しく消費者に伝えられる

制度に対応する利益や対応しないことによる損失を明示
(直近の利益の掲示、損失フレームの利用)

原料原産地の表示方法のポイントを明示し、表示例をつけながら解説。
 なお、マニュアルではポイントを6つに整理。（内容の簡素化）

2 原料原産地表示のポイント

①原料原産地表示の対象となる原材料



Point 1 商品に使用した原材料のうち、最も重量割合が大きい原材料が表示対象

加工食品の製造に使用した原材料のうち、最も重量割合が大きい原材料の原料原産地名を表示します。

原材料	重量割合	原産地	
豚肉	35%	国産 25% B 国 10%	最も重量割合が大きい豚肉が原料原産地表示の対象
野菜 トマト	30%		「野菜」とまとめ表示にした場合も、重量割合計算では、合計せずに個別に扱う
にんじん	20%		
小麦粉	15%		

○対象原材料の考え方

最も重量割合が大きい原材料が水の場合

水は原料原産地の表示の対象にはなりません。最も重量割合が大きい原材料が水だった場合は、水に次いで割合の大きい原材料が対象原材料となります。

添加物のみで製造される加工食品の場合

添加物は原料原産地の表示の対象にはなりません。ベーキングパウダー等の添加物だけで製造された製品は原産地表示の対象外になります。

最も重量割合が大きい原材料が複数ある場合

最も重量割合が大きい原材料が複数ある(原材料の重量割合が同じ)場合は、該当する全ての原材料が対象原材料となります。

重量割合が2位以下の原材料の場合

重量割合が2位以下の原材料は、原料原産地表示の義務付けはありませんが、消費者に正しい情報を提供する観点から、できるだけ多くの原材料に原料原産地名を表示することが望ましいです。

原材料名をまとめ書きしている場合

原材料名を「野菜(トマト、にんじん)」等とまとめ書きしていても、重量割合は個別の原材料単位で考えます。上図例ではトマト(30%)よりも豚肉(35%)が多いため、豚肉が対象原材料となります。

消費者庁への問い合わせが多い内容について、ケーススタディで解説。

ケーススタディ3

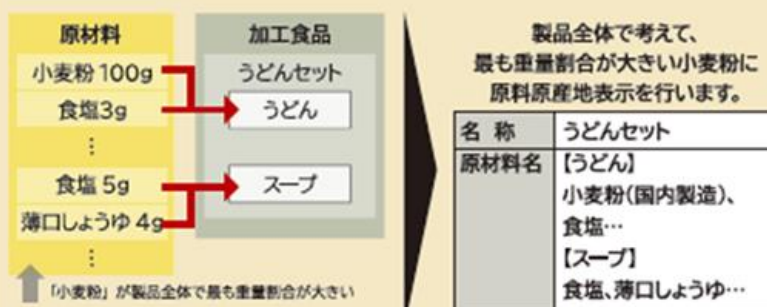
加工食品を組み合わせて販売する場合の表示対象

個別に包装される等の区分けがされている複数の加工食品を組み合わせて、1つの製品とする場合、どの原材料に原産地の表示義務があるでしょうか。
(麺とスープを一緒に包装に入れる場合やクッキーとチョコレートを組み合わせて1つの包装とする場合等)

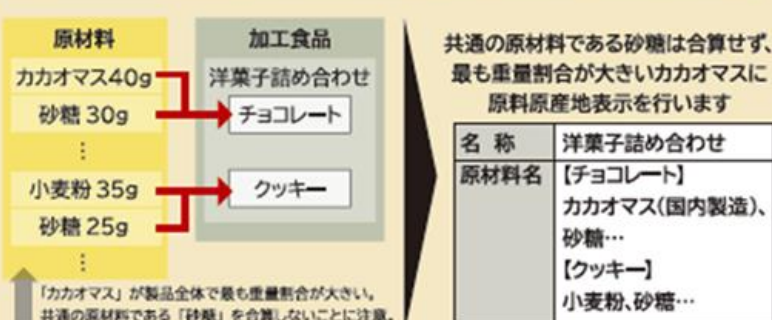


A 組み合わせている加工食品それぞれの最も重量割合が大きい原材料のうち、製品全体で考えて最も重量割合が大きい原材料に原料原産地表示を行います。
同じ原材料がそれぞれの加工食品に使用されていても、その重量を合算し、比較する必要はありません。
なお、具体例②のような別々に食べるものの場合、それぞれの加工食品の重量割合上位1位の原材料の全てに原産地を表示することが望ましいと考えます。

具体例① うどんとスープ等、それぞれを調理・組み合わせて食べるものの場合



具体例② クッキーとチョコレート等、それぞれ独立しており、別々に食べるものの場合



※なお、消費者に正しい情報を提供する観点から、なるべくクッキーの原材料の中で最も重量割合が大きい小麦粉の原料原産地も記載することが望ましいです。

3

新しい原料原産地表示制度対応の進め方

1

原料原産地表示の対象となる加工食品の判断

新しい原料原産地表示制度への対応を進めるためには、原料原産地表示の対象になるかどうかを判断します。対象外の場合はそれ以上の対応は必要ありません。「2.1. 原料原産地表示の対象となる加工食品」で記載した考え方に沿って、対象になるかどうかを判断してください。

2

原材料の情報の整理から表示内容の決定まで

原料原産地表示の対象になる場合の、原料原産地名を正しく表示するための事前の準備はおおまかに以下の5つのステップで行います。



原料原産地表示の対応の進め方や自社製品の適切な表示方法を
フロー図で整理（直観的理解）

原料原産地名の表示の方法の確認フロー図

表示しようとする時点(製造日)を含む今後1年間に使用される予定の産地について
表示対象の原材料の**国別の重量順が変わる or 原産地の切り替えを行う予定がある**

YES ↓

国別の重量順の変更や原産地の切り替えのために
表示の切り換え(包材の切り換え、ラベルシール対応)ができる

YES ↓

NO ↓

原料原産地を国別・重量順に表示

名 称	ウィンナーソーセージ
原材料名	豚肉(国産、アメリカ産、 その他)、...

NO ↓

原産地が外国2か国まで

国産+外国1か国 国産+外国2か国 外国2か国

原産地が外国3か国以上

外国3か国以上 国産+外国3か国以上

YES ↓

「又は表示」が可能

名 称	ウィンナーソーセージ
原材料名	豚肉(国産又はアメリカ産)、...
	※豚肉の産地は、令和2年度の使用実績順

YES ↓

YES ↓

国産と外国3か国合計の
重量順位が変わる

YES ↓

NO ↓

「又は表示」、「大括り表示」が可能

名 称	ウィンナーソーセージ
原材料名	豚肉(アメリカ産又は中国産 又はその他)、...
	※豚肉の産地は、令和2年度の使用実績順
名 称	ウィンナーソーセージ
原材料名	豚肉(輸入)、...

「又は表示」、「大括り表示+又は表示」が可能

名 称	ウィンナーソーセージ
原材料名	豚肉(国産又はアメリカ産 又はその他)、...
	※豚肉の産地は、令和2年度の使用実績順
名 称	ウィンナーソーセージ
原材料名	豚肉(国産又は輸入)、...
	※豚肉の産地は、令和2年度の使用実績順

「又は表示」、「大括り表示」が可能

名 称	ウィンナーソーセージ
原材料名	豚肉(国産又はアメリカ産又は 中国産又はカナダ産)、...
	※豚肉の産地は、令和2年度の使用実績順
名 称	ウィンナーソーセージ
原材料名	豚肉(国産、輸入)、...

原料原産地表示の対応の進め方や自社製品の適切な表示方法を
フロー図で整理(直観的理解) ※再掲

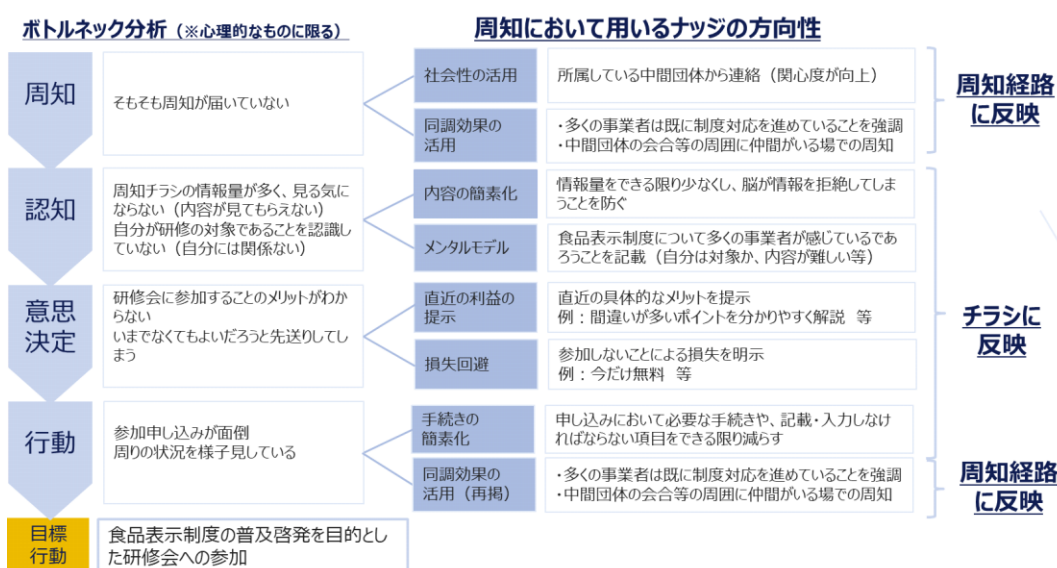
2. 広報ツール

セミナーの実施にあたり、中小零細事業者へ周知するためのチラシを作成した。チラシの作成にあたりまず、事業者がチラシを見るところから実際にセミナーに参加する意思決定を行うまでの認知プロセス毎に、それぞれセミナーへの参加を妨げる心理的ボトルネックを分析し、それらのボトルネックに対する介入方法を検討した。

セミナーに参加を妨げる心理的なボトルネックとして、まず、そもそも周知が届かないという課題が考えられるが、これは所属している自らが所属する中間団体からの連絡・周知を行うという周知経路の改善により、アプローチ可能と考える。しかし、チラシが事業者の目にとどまっても、チラシの情報量が多く見てもらえないケースや、自分がセミナーの対象者だと認識しないケースも想定されることから、チラシに掲載する情報をなるべく簡素化する、新たな原料原産地表示制度に対し多くの事業者が感じているであろう内容を記載し自分がセミナーの対象であることを印象付ける工夫（メンタルモデル）を行った。また、自分が対象だと認識してもセミナーへの参加を意思決定しない場合も想定されるため、参加することによるメリット等を明示することにより参加の意思決定を促すこととした。なお、一般的にセミナー等に参加する際、参加登録の負担が大きいと参加を取りやめてしまうことも想定される。本検討の対象となる中小零細事業者には、個人事業主も多く含まれるため、参加手続きの負担により脱落することを防ぐため、参加手続きをできるだけ簡略化し、事前電話なしの当日参加も可能とした。

以下にチラシ作成にあたり検討したセミナー参加を妨げる心理的ボトルネックとそれに対するアプローチの考え方を記載する。

図表 54 セミナー参加に関するボトルネックと周知において用いるナッジアプローチ



図表 55 秋田県横手市で開催したセミナーの参加者募集チラシ



第6章. 周知・普及ツールを活用した中小零細事業者向けセミナーの実施と検証

1. 実施概要

本検討では、平成29年度に改正された食品表示基準における新たな原料原産地表示制度について、まだ対応ができていない中小零細事業者に対する効果的な周知方法を確認することを目的に、ナッジ手法を取り入れた周知・広報チラシやマニュアルを活用して、中小零細事業者に向けた原料原産地表示制度に関するセミナーを行った。（作成したチラシやマニュアルについては、「第5章 原料原産地表示を中心とした制度を周知・普及するためのツール開発」を参照。）





セミナーは、中小零細事業者向けに新たな原料原産地表示制度の対応方法について解説したマニュアルの内容を解説する形式で実施した。また、実証は、セミナーの開催の協力が得られた秋田県横手市、新潟県、兵庫県の3ヶ所において開催した。このうち、秋田県横手市において実施したセミナーについては周知の段階から協力・理解が得られたことから、本事業で検討した普及モデルの有効性を確認するため、①市町村の商工関係部署から中間団体や中小零細事業者へ、②地域の食品製造事業者が所属する中間団体から中小零細事業者へそれぞれ周知を行った。なお、新潟県及び兵庫県のセミナーについては、元来各県が開催を企画していたものであり、周知については県が独自に実施している。

以下、各地域で実施したそれぞれのセミナーの内容や食品製造事業者等の周知方法について記載する。

(ア) 秋田県横手市

項目	概 要
開催日時	令和3年12月16日(木) 14:00~15:00
実証場所	横手セントラルホテル
周知方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市町村から事業者へのアプローチ ・ 横手市役所、横手市管理施設へのチラシの設置 ・ 横手市市報(12月号) ・ 県から事業者へのアプローチ ・ 秋田県県民生活課より食品表示の出前講座受講者や食品表示の相談者へ周知 ・ (県の代替として当社で実施) 県保健所が有する事業者情報を受領し、横手市内の食品製造事業者に直接チラシを郵送(173件) ・ 中間団体から事業者へのアプローチ ・ 横手市いぶりがっこ活性化協議会から会員企業へ周知 ・ 横手市農業振興課よりみどりの朝市会会員へ周知
実施内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 挨拶 2. 原料原産地表示制度説明 <ul style="list-style-type: none"> (1) 新しい原料原産地表示制度を知ろう(NTTデータ経営研究所) (2) 秋田県における食品表示に関する資料、相談窓口の紹介(秋田県) 3. 質疑応答
参加者数	42名(事前申込み参加者:24名、当日飛び込み参加者:18名) (うち、官公庁・地方自治体10名)
セミナーの様子	

(イ) 新潟県

項目	概 要
開催日時	令和4年1月14日（金）13:30～15:30
実証場所	オンライン
周知方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市町村経由のアプローチ ・ 新潟県内市町村 農政課より周知 ・ 中間団体経由のアプローチ ・ 新潟県内の食品製造関係団体（16 団体）、食品卸等関係団体（15 団体）より周知 ・ 新潟県内の商工会議所（20 団体）をより周知 ・ 新潟県農業協同組合より周知 ・ 県から事業者に対する直接のアプローチ ・ 県の関連事業のメールマガジン（生活衛生課保有リスト等）を活用した周知 ・ 関係団体のメールマガジンへの掲載を依頼し周知
実施内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 挨拶 2. 原料原産地表示制度説明 <ol style="list-style-type: none"> （1）新たな加工食品の原料原産地表示制度について（NTT データ経営研究所） （2）玄米及び精米に係る表示制度の改正について（消費者庁） 3. 質疑応答
参加者数	177 名 （うち、官公庁・地方自治体 15 名）
セミナーの様子	   

(ウ) 兵庫県

項目	概 要
開催日時	令和4年1月21日（金）14:30～15:30
実証場所	オンライン
周知方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市町村から事業者へのアプローチ ・ 神戸市からの周知 ・ 県から事業者へのアプローチ ・ 兵庫県から HP での周知 ・ 中間団体から事業者へのアプローチ ・ 兵庫県食品産業協会から所属企業にメーリングリストで周知
実施内容	1. 挨拶 2. 原料原産地表示制度説明 (1) 新しい原料原産地表示制度について（NTT データ経営研究所） 3. 質疑応答
参加者数	64 名 （うち、官公庁・地方自治体 22 名）
セミナーの様子	

2. 事後アンケート調査

(1) 調査内容

ア. 調査目的

横手市、新潟県及び兵庫県内の食品製造事業者における、過去の類似セミナーへの参加経験の有無、本セミナーに関する情報の入手ルート、セミナーへの参加理由、セミナーの理解度、新制度に対応可能かどうか及び希望する支援を調査することで、中小零細事業者への周知方法の確立に向けた現状の把握と課題の抽出を目指す。

イ. 調査方法

横手市、新潟県及び兵庫県で実施したセミナーの参加者に対するアンケート調査の概要を以下に示す。(図表 56)

図表 56 セミナー事後アンケート調査実施概要

項目	概要
調査名	横手市：消費者庁 加工食品の原料原産地表示制度セミナー 出席者アンケート 新潟県：消費者庁 新たな加工食品の原料原産地表示制度・玄米及び精米に係る表示制度の改正説明会 出席者アンケート 兵庫県：兵庫県 加工食品の新しい原料原産地表示制度セミナー 出席者アンケート
調査方法	WEB アンケート又はセミナー会場での記入
調査対象	セミナーに参加した食品加工業・食品製造業事業者 横手市：42 名 新潟県：177 名 兵庫県：64 名
調査期間	横手市：2021 年 9 月 8 日～9 月 24 日 新潟県：2022 年 1 月 14 日～1 月 21 日 兵庫県：2022 年 1 月 21 日～2 月 4 日
回収数	横手市：27 名 新潟県：40 名 兵庫県：24 名

ウ. 調査項目

横手市、新潟県及び兵庫県で実施した原料原産地表示制度セミナーの参加者に対するアンケート調査における調査項目を以下に示す。(図表 57)

図表 57 参加者アンケートの調査項目

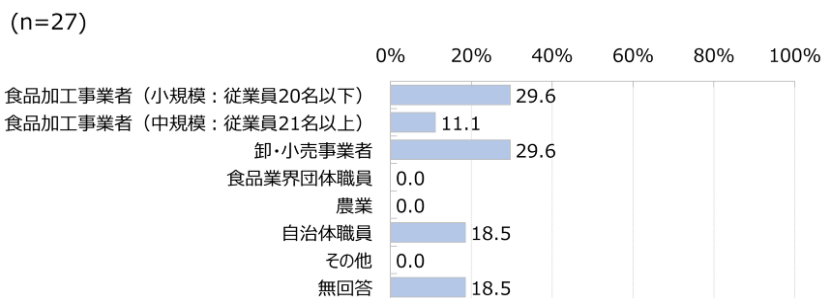
大項目	小項目
中間団体等を通じた周知の有効性	過去の類似のセミナーへの参加経験
	今回のセミナーを知ったきっかけ
	セミナーへの参加理由
原料原産地表示制度の理解度	セミナーの理解度
	-原料原産地表示制度の対象に対する理解
	-原料原産地表示の表示方法に対する理解
	-原料原産地表示の対応に必要な準備についての理解
	新たな原料原産地表示制度の対応可能性
	原料原産地表示に対応するために必要な支援内容

(2) 調査結果

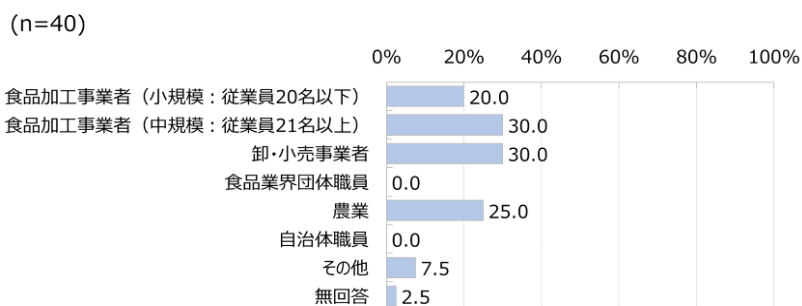
ア. 回答者の属性

- ・回答者における食品製造事業者について、中小企業基本法の定めるところにより従業員数 20 名以下の小規模企業者と従業員数 21 名以上の事業者に分類を行った。
- ・横手市で開催したセミナーでは、小規模事業者の参加が多く、中規模事業者の 3 倍近くとなっていた。(図表 58)
- ・一方で、新潟県及び兵庫県で開催したセミナーの参加者数は、両県において中規模事業者が小規模企業者を上回った。(図表 59、図表 61)

図表 58 回答者の事業者規模（横手市）



図表 59 回答者の事業者規模（新潟県）

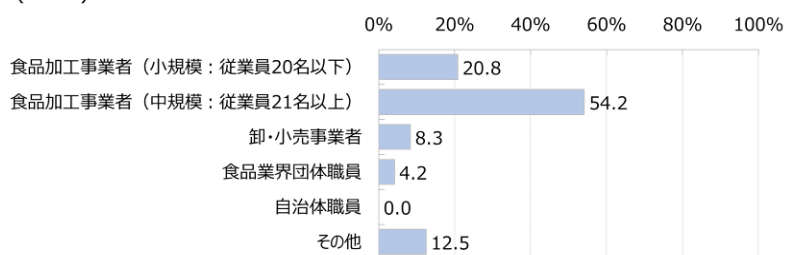


図表 60 「その他」回答者の自由記述記載内容（新潟県）

	自由記述記載内容
1	農産物検査機関
2	直売所
3	アドバイザー

図表 61 回答者の事業者規模（兵庫県）

(n=24)



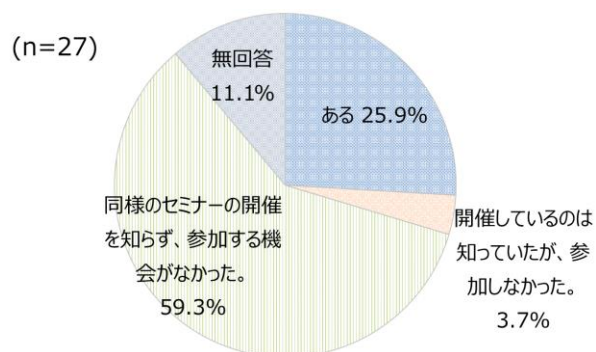
図表 62 「その他」回答者の自由記述記載内容（兵庫県）

	自由記述記載内容
1	輸入商社
2	生活介護事業所（お菓子の製造）
3	JA 職員

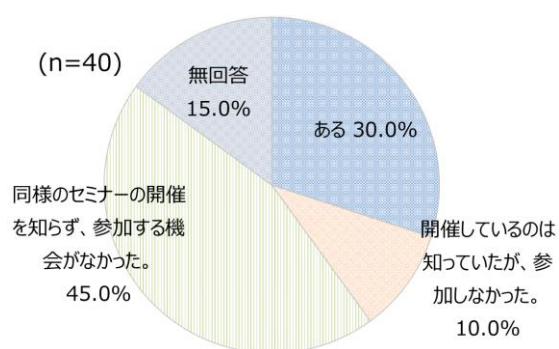
イ．過去の類似セミナーへの参加経験の有無

- ・過去に同様のセミナー（食品表示法の改正に関する説明会）に参加したことがあるかを質問した。（全員対象）
- ・その結果、いずれの自治体においても約 3 割が過去の類似セミナーへの参加経験があると回答した。一方で、そもそも同様のセミナーの開催を知らず、これまで参加機会がなかったと回答した者が概ね 5 割程度みられた。（（図表 63、図表 64、図表 65）

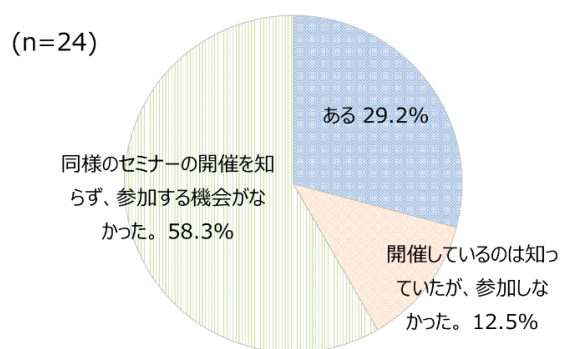
図表 63 横手市 過去の類似セミナー過への参加経験の有無（択一回答）



図表 64 新潟県 過去の類似セミナー過への参加経験の有無（択一回答）



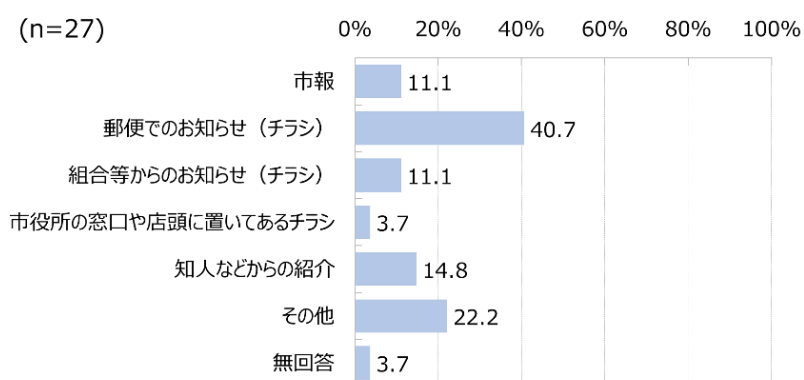
図表 65 兵庫県 過去の類似セミナー過への参加経験の有無（択一回答）



ウ. 本セミナーに関する情報の入手ルート

- ・本セミナーの開催をどのような手段で知ったかについて質問した。（全員対象）
- ・その結果、横手市では当社からの郵便によるチラシ送付（図表 66）、新潟県では中間団体からのお知らせ（図表 68）、兵庫県ではその他・メーリングリストでのお知らせ（図表 70）がそれぞれ回答として多かった。

図表 66 横手市 本セミナーに関する情報の入手ルート（複数回答）



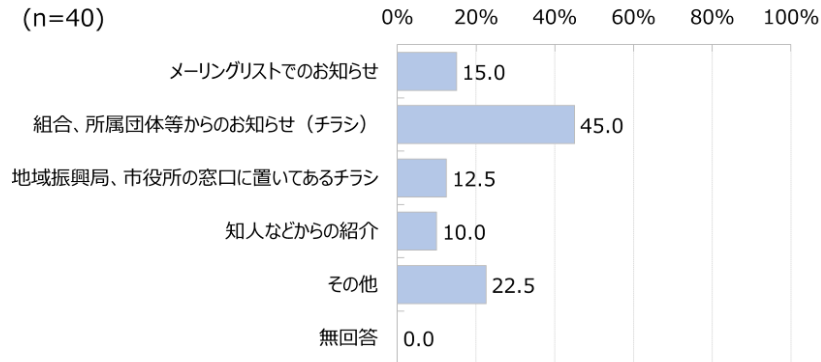
図表 67 「その他」回答者の自由記述記載内容（横手市）

	自由記述記載内容
1	メールで（市・県の）
2	MINEBA ¹
3	よねや ²
4	MINEBA
5	業務を通して
6	未記載

¹ 横手市のイベント情報や行政からのお知らせ等を掲載するローカルメディア

² 秋田県南地域のスーパーマーケット

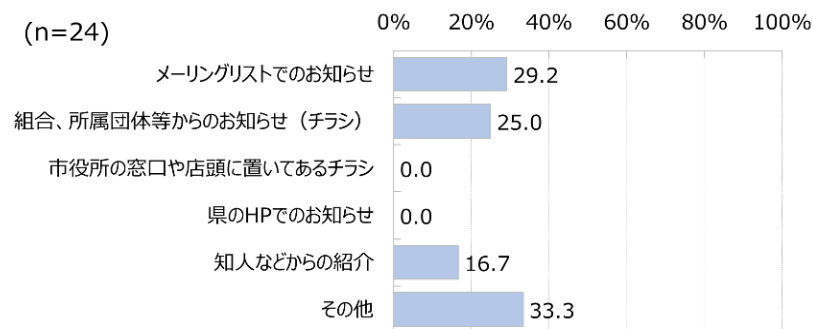
図表 68 新潟県 本セミナーに関する情報の入手ルート（複数回答）



図表 69 「その他」回答者の自由記述記載内容（新潟県）

#	自由記述記載内容
1	上司からの薦め
2	県からのメールでの案内
3	会社内での情報共有
4	新潟県庁担当からののお知らせメール
5	新潟市からの案内
6	上司から勧められた
7	保健所様からのご案内だったと思います。
8	新潟市役所からのお便り
9	郵送での案内

図表 70 兵庫県 本セミナーに関する情報の入手ルート（複数回答）



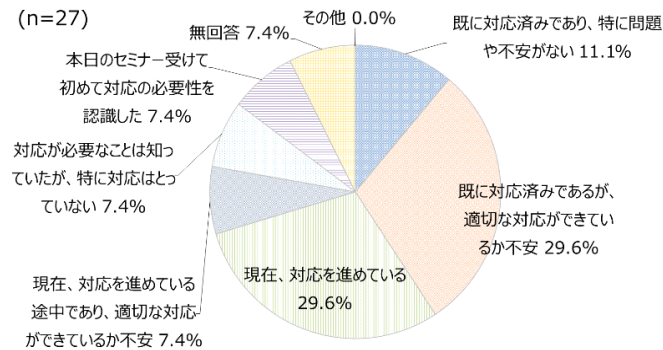
図表 71 「その他」回答者の自由記述記載内容（兵庫県）

	自由記述記載内容
1	会社の紹介
2	社内連絡
3	担当営業
4	農政企画局の担当の方から教えてもらいました。
5	社内案内
6	上長に参加を勧められて知った。
7	上司からの紹介
8	会社内での連絡

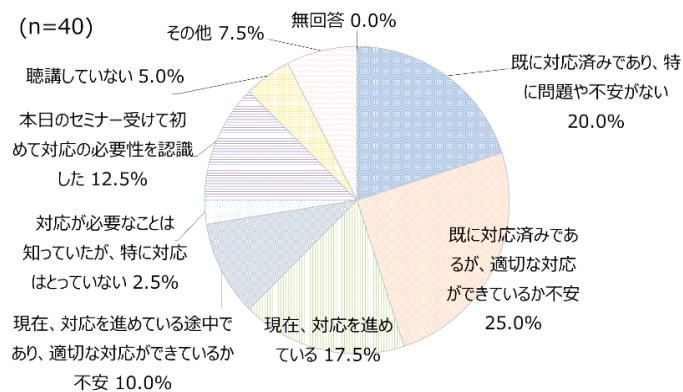
エ. 新たな原料原産地制度への対応状況

- ・新たな原料原産地表示制度への対応状況について質問をした。（全員対象）
- ・その結果、「既に対応済みである」又は「対応を進めている」と回答した者が、いずれの自治体においても 7 割以上であった。一方で、横手市と新潟県においては、対応をとれていない、又はセミナーを受けたことにより初めて対応の必要性を認識したと回答した事業者も 15%ほどみられた。（図表 72、図表 73、図表 75）

図表 72 横手市 新たな原料原産地表示制度への対応状況（択一回答）



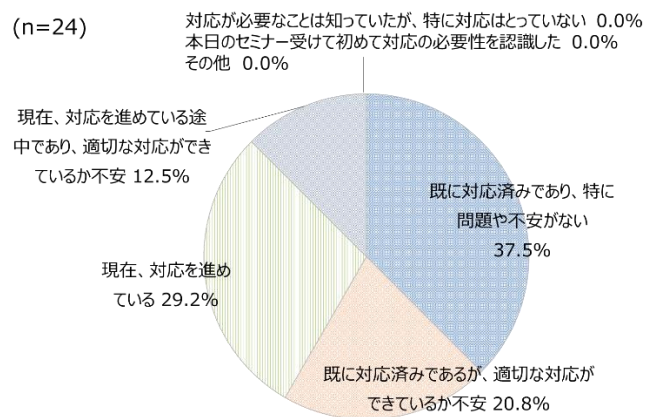
図表 73 新潟県 新たな原料原産地表示制度への対応状況（択一回答）



図表 74 「その他」回答者の自由記述記載内容（新潟県）

	自由記述記載内容
1	加工食品扱いなし
2	殆どの商品について対応済みだが、もしも今後産地が複数あるものが出てきた場合は表示方法や書類確認、保管等が不安なので、その際は教えてほしい。
3	良く理解できた。他法令によって酒造会社「清酒」は対象外とのこと、ただし売店では対象商品を扱っているため、仕入れ側として参考になった。

図表 75 兵庫県 新たな原料原産地表示制度への対応状況（択一回答）

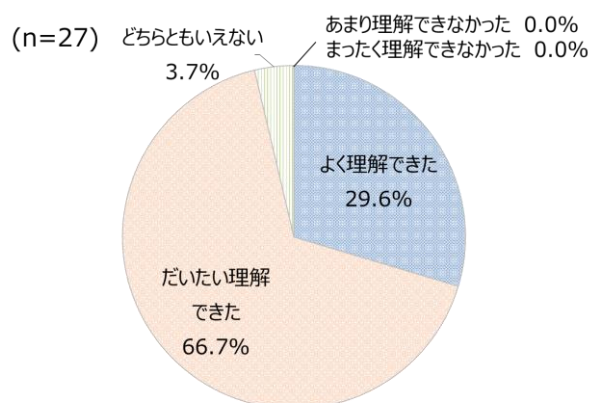


オ. セミナー後の理解度

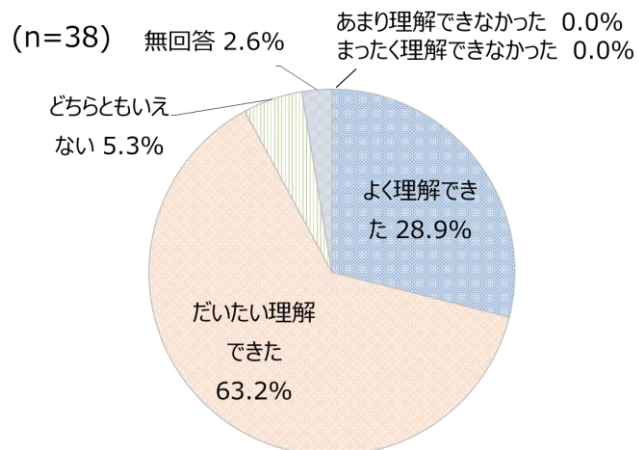
① 新制度対象についての理解

- ・セミナーを通じて、自らが新たな原料原産地表示制度の対象となるのかについて理解ができたかを質問した。(全員対象)
- ・いずれの自治体においても 9 割以上の者がセミナーを通して「理解できた」又は「だいたい理解できた」と回答している。(図表 76、図表 77、図表 78)

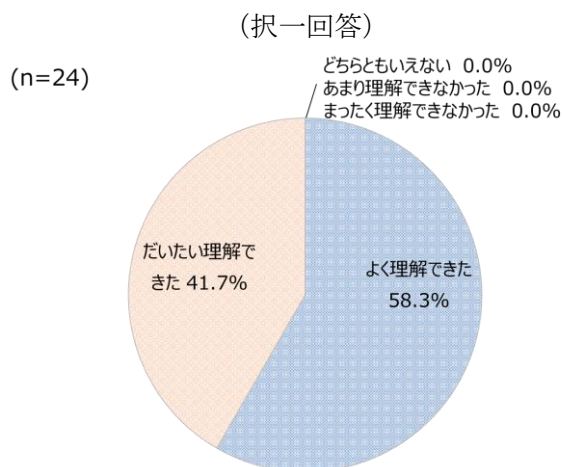
図表 76 横手市 自らが新たな原料原産地表示制度の対象かについての理解度
(択一回答)



図表 77 新潟県 自らが新たな原料原産地表示制度の対象かについての理解度
(択一回答)

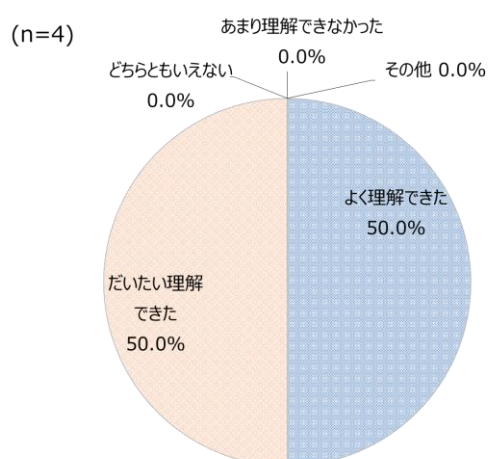


図表 78 兵庫県 自らが新たな原料原産地表示制度の対象かについての理解度

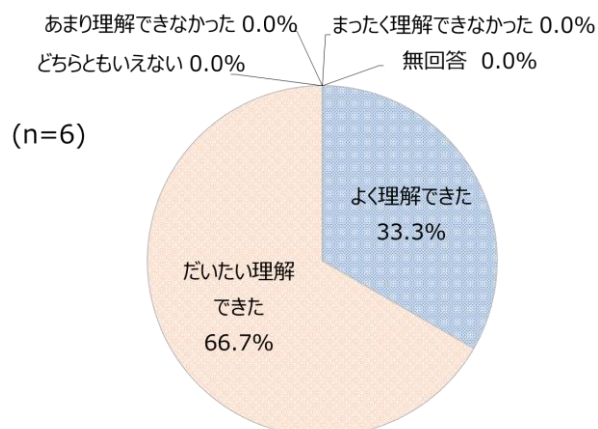


- ・また、新たな原料原産地表示制度への対応状況について「対応が必要なことは知っていたが、特に対応はとっていない」又は「本日のセミナーを受けて初めて対応の必要性を認識した」と回答していた事業者の理解度を確認した。（兵庫県については該当する事業者なし）
- ・その結果、横手市、新潟県どちらにおいても全ての事業者がセミナーを通して「理解できた」又は「だいたい理解できた」と回答している。（図表 79、図表 80）

図表 79 横手市 未対応事業者における
新たな原料原産地表示制度の対象かについての理解度（択一回答）



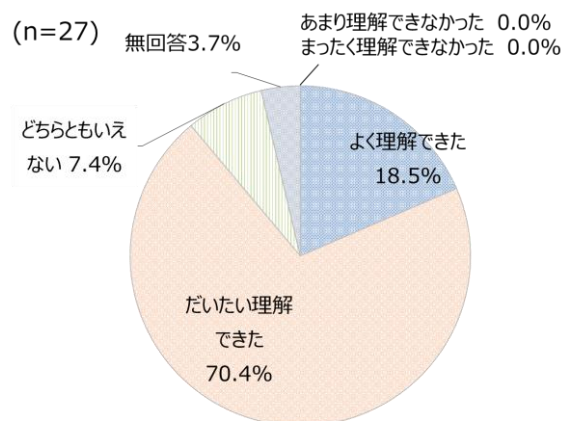
図表 80 新潟県 未対応事業者における
新たな原料原産地表示制度の対象かについての理解度（択一回答）



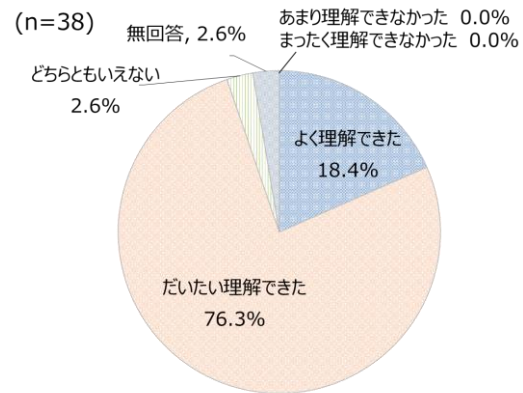
② 適切な表示方法についての理解

- ・セミナーを通じて、自分にとって適切な表示方法が理解できたかを質問した。
（全員対象）
- ・いずれの自治体においても、9 割近くの者が「理解できた」又は「だいたい理解できた」と回答している。（図表 81、図表 82、図表 83）

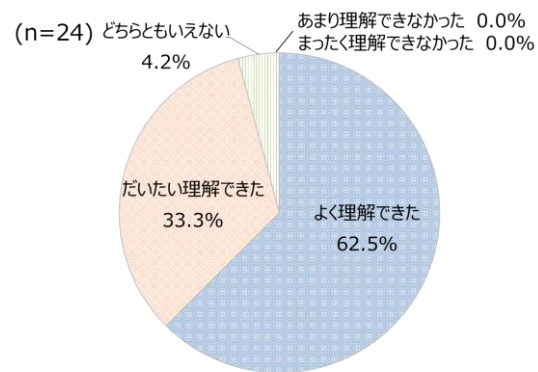
図表 81 横手市 自分にとって適切な表示方法についての理解度（択一回答）



図表 82 新潟県 自分にとって適切な表示方法についての理解度（択一回答）

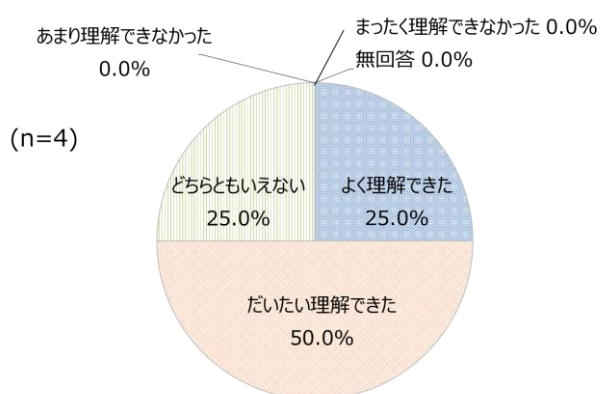


図表 83 兵庫県 自分にとって適切な表示方法についての理解度（択一回答）

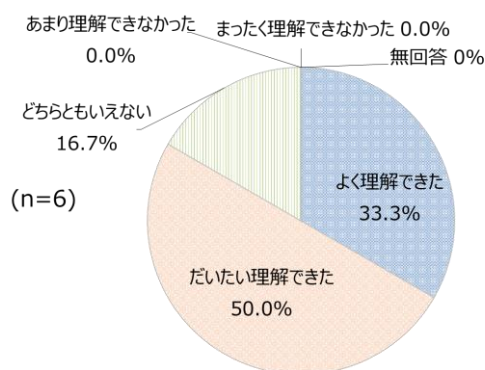


- ・ また、新たな原料原産地表示制度への対応状況について「対応が必要なことは知っていたが、特に対応はとっていない」又は「本日のセミナーを受けて初めて対応の必要性を認識した」と回答していた事業者の理解度を確認した。（兵庫県については該当する事業者なし）
- ・ その結果、横手市、新潟県どちらにおいても 7 割以上の事業者がセミナーを通して「理解できた」又は「だいたい理解できた」と回答している。（図表 84、図表 85）

図表 84 横手市 未対応事業者における自分にとって適切な表示方法についての理解度
(択一回答)



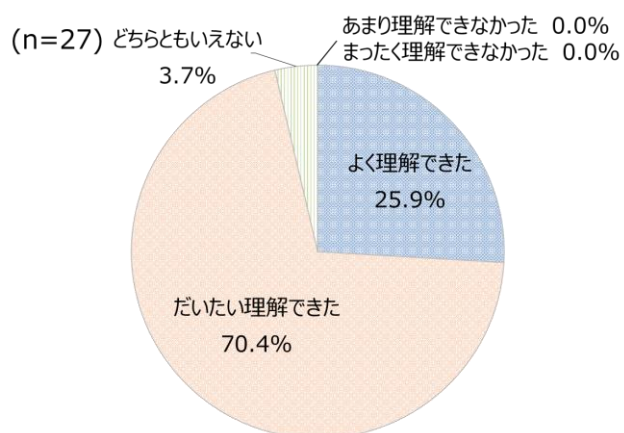
図表 85 新潟県 未対応事業者における自分にとって適切な表示方法についての理解度
(択一回答)



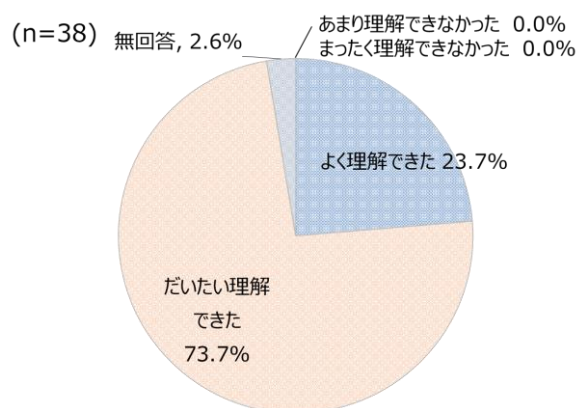
③ 表示対応に向けた手順・準備についての理解

- ・ セミナーを通じて、表示をするための手順や準備について理解できたかを質問した。（全員対象）
- ・ いずれの自治体においても 9 割近くの者が「理解できた」又は「だいたい理解できた」と回答している。（図表 86、図表 87、図表 88）

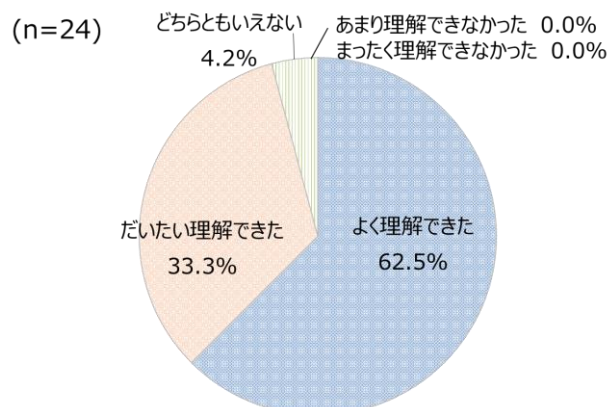
図表 86 横手市 表示をするための手順や準備についての理解度（択一回答）



図表 87 新潟県 表示をするための手順や準備についての理解度（択一回答）

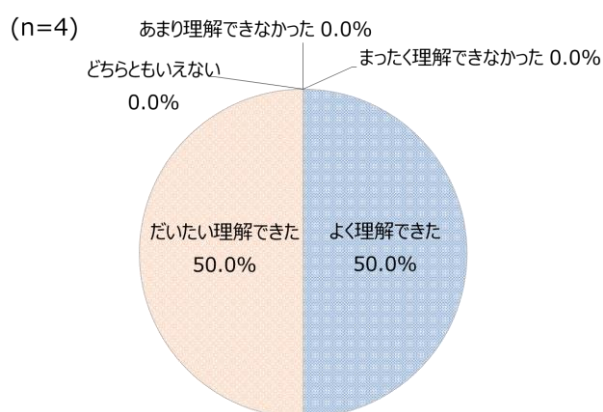


図表 88 兵庫県 表示をするための手順や準備についての理解度（択一回答）

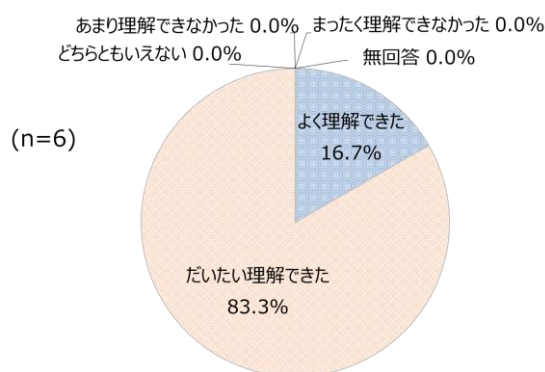


- ・また、新たな原料原産地表示制度への対応状況について「対応が必要なことは知っていたが、特に対応はとっていない」又は「本日のセミナーを受けて初めて対応の必要性を認識した」と回答していた事業者の理解度を確認した。（兵庫県については該当する事業者なし）
- ・その結果、横手市、新潟県どちらにおいても全ての事業者がセミナーを通して「理解できた」又は「だいたい理解できた」と回答している。（図表 89、図表 90）

図表 89 横手市 未対応事業者における
自分にとって表示をするための手順や準備についての理解度（択一回答）



図表 90 新潟県 未対応事業者における
自分にとって表示をするための手順や準備についての理解度（択一回答）



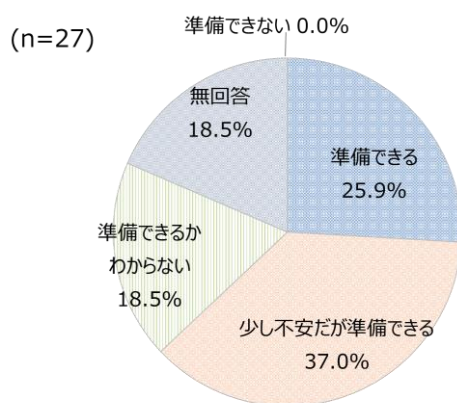
カ. 新たな原料原産地制度への対応可能性

① 表示をするために必要な根拠資料の準備

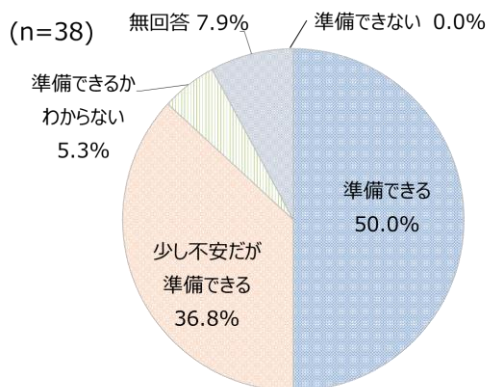
セミナー受講を踏まえて、今後、表示をするために必要な根拠資料を準備できそうかとの質問を行った。(全員対象)

・各自治体における最も多い回答は、新潟県、兵庫県ではセミナーを通して「準備できる」であり、それぞれ5割、7割であった。一方、横手市における最も多い回答は「少し不安だが準備できる」であり、4割近くに上った。(図表 91、図表 92、図表 93)

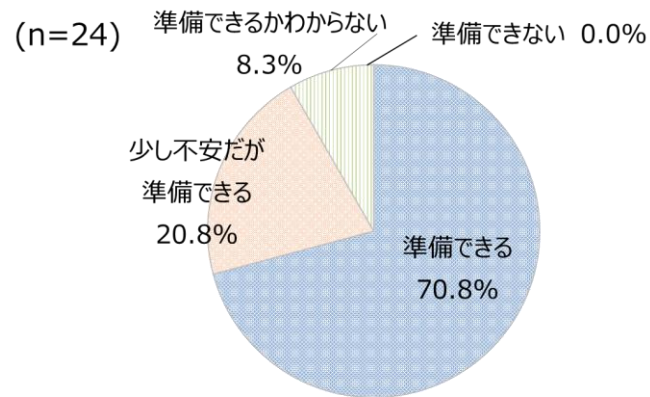
図表 91 横手市 表示をするために必要な根拠資料を準備可能か (択一回答)



図表 92 新潟県 表示をするために必要な根拠資料を準備可能か (択一回答)

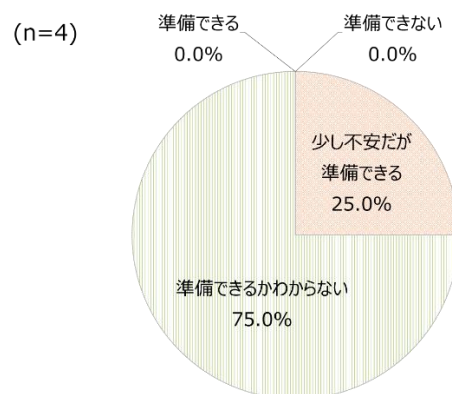


図表 93 兵庫県 表示をするために必要な根拠資料を準備可能か（択一回答）

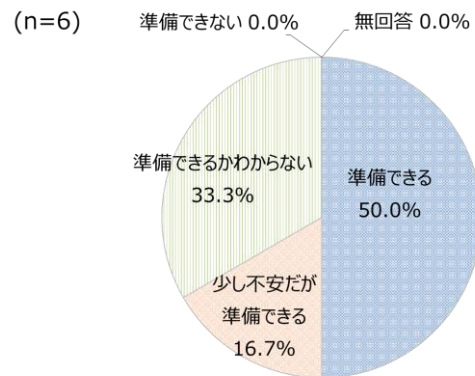


- ・また、新たな原料原産地表示制度への対応状況について「対応が必要なことは知っていたが、特に対応はとっていない」又は「本日のセミナーを受けて初めて対応の必要性を認識した」と回答していた事業者の理解度を確認した。（兵庫県については該当する事業者なし）
- ・その結果、新潟県においては 7 割弱の事業者が根拠資料を「準備できる」又は「少し不安だが準備できる」と回答したのに対し、小規模事業者の参加者が多い横手市においては「対応できるかわからない」と回答した事業者が 7 割以上であり資料準備に不安がある事業者が多いといえる。（図表 94、図表 95）

図表 94 横手市 未対応事業者における
表示をするために必要な根拠資料の準備可能性（択一回答）



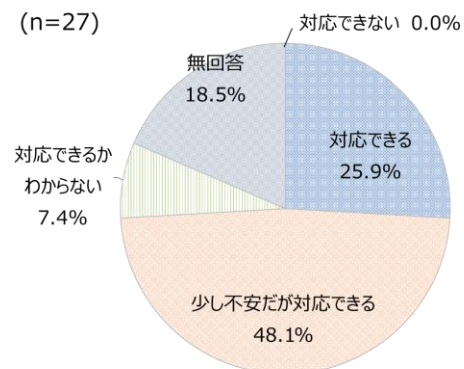
図表 95 新潟県 未対応事業者における
表示をするために必要な根拠資料の準備可能性（択一回答）



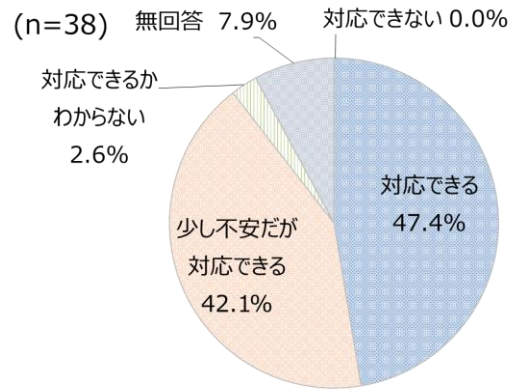
② 新たな原料原産地表示制度へ対応可能性

- ・セミナー受講を踏まえて、今後、新たな原料原産地表示制度へ対応できるかについて質問した。（全員対象）
- ・その結果、各自治体における最も多い回答は、新潟県、兵庫県では「対応できる」であり、それぞれ 5 割弱、6 割であった。一方、小規模企業者の参加者が多い横手市における最も多い回答は「少し不安だが対応できる」であり、5 割近くに上った。（図表 96、図表 97、図表 98）

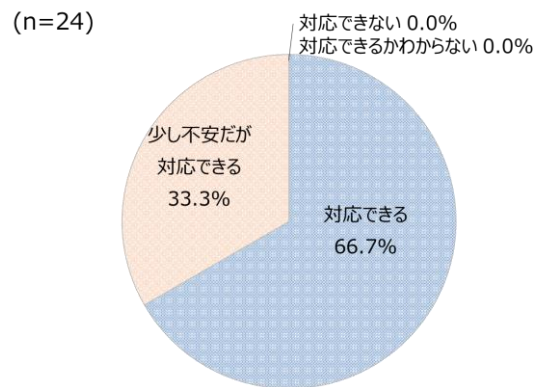
図表 96 横手市 新たな原料原産地表示制度へ対応可能か（択一回答）



図表 97 新潟県 新たな原料原産地表示制度へ対応可能か（択一回答）

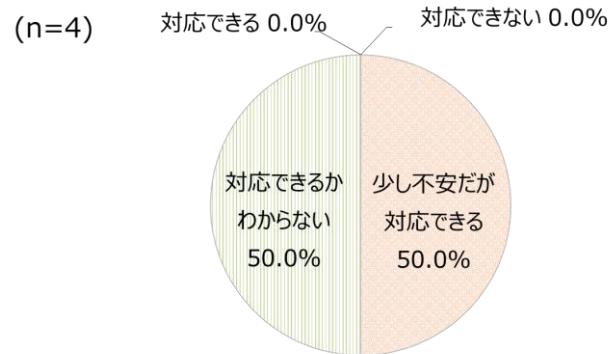


図表 98 兵庫県 新たな原料原産地表示制度へ対応可能か（択一回答）

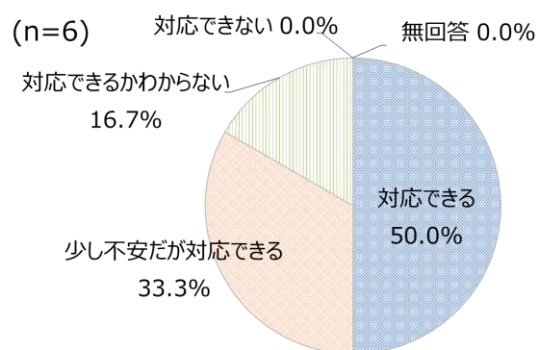


- ・また、新たな原料原産地表示制度への対応状況について「対応が必要なことは知っていたが、特に対応はとっていない」又は「本日のセミナーを受けて初めて対応の必要性を認識した」と回答していた事業者の理解度を確認した。（兵庫県については概要する事業者なし）
- ・その結果、新潟県においては 8 割以上の事業者が新制度に「対応できる」又は「少し不安だが対応できる」と回答している一方で、小規模事業者の参加が多い横手市においては「対応できるかわからない」と回答した事業者が 5 割と多かった。（図表 99、図表 100）

図表 99 横手市 未対応事業者における
新たな原料原産地表示制度への対応可能性(択一回答)



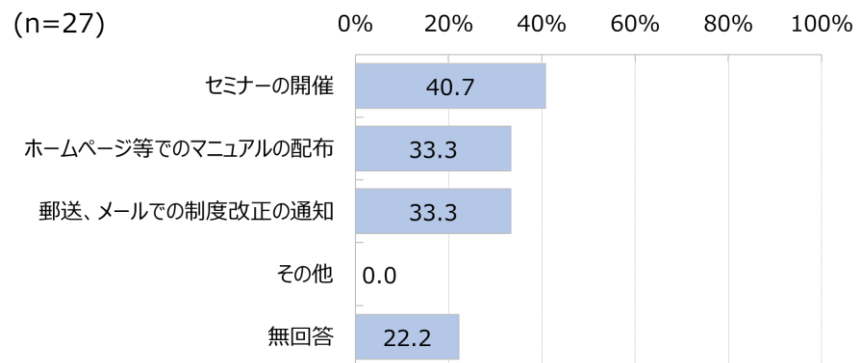
図表 100 新潟県 未対応事業者における
新たな原料原産地表示制度への対応可能性(択一回答)



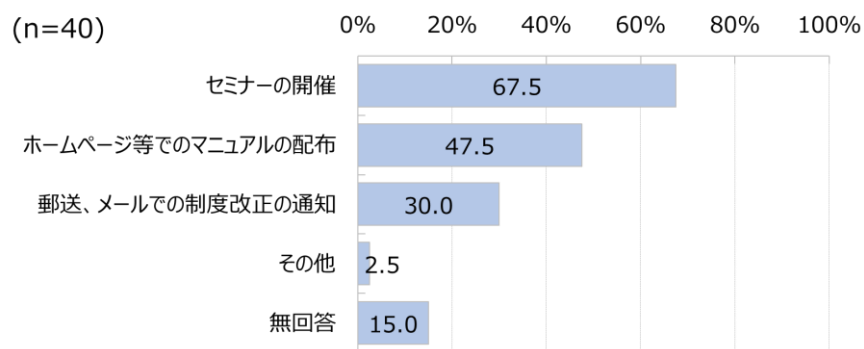
キ. 希望する支援の内容

- ・ 今後、制度改正があった場合等に希望する支援の内容について質問した。(全員対象)
- ・ その結果、いずれの自治体も「セミナーの開催」と回答した者が一番多く、次いで「ホームページ等でのマニュアルの配布」、「郵送、メールでの制度改正の通知」が多かった。(図表 101、図表 102、図表 104)

図表 101 横手市 希望する支援の内容（複数回答）



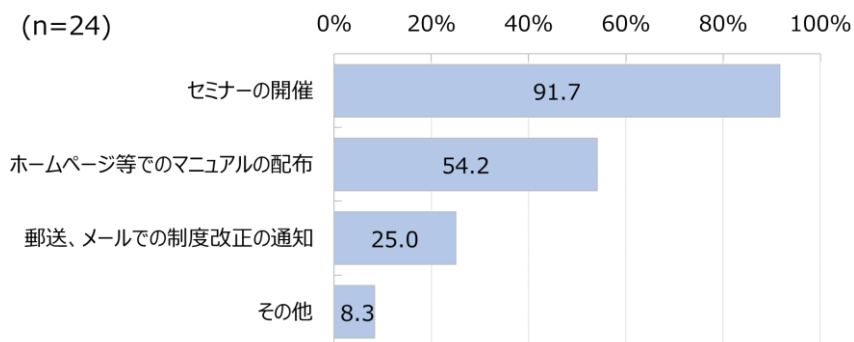
図表 102 新潟県 希望する支援の内容（複数回答）



図表 103 「その他」回答者の自由記述記載内容（新潟県）

	自由記述記載内容
1	オンラインセミナー

図表 104 兵庫県 希望する支援の内容（複数回答）



図表 105 「その他」回答者の自由記述記載内容（兵庫県）

	自由記述記載内容
1	オンラインセミナー開催
2	個別の相談先の設置

3. 事後ヒアリング調査

(1) 調査内容

ア. 調査目的

本事業にて提案する普及啓発モデルの有効性、実現可能性及び課題について確認を行うことを目的として、秋田県、新潟県及び兵庫県に対してヒアリング調査を実施した。

イ. 調査方法

秋田県、新潟県及び兵庫県に対して実施したヒアリング調査の概要を以下に示す。
(図表 106、図表 107、図表 108)

図表 106 秋田県へのヒアリング調査概要

項目	概要
調査方法	オンライン会議
調査対象	秋田県 生活環境部 県民生活課
調査日	2021 年 1 月 12 日

図表 107 新潟県へのヒアリング調査概要

項目	概要
調査方法	電話
調査対象	新潟県 農林水産部 食品・流通課
調査日	2021 年 2 月 3 日

図表 108 兵庫県へのヒアリング調査概要

項目	概要
調査方法	電話
調査対象	兵庫県 農政環境部 農政企画局 消費流通課
調査日	2021 年 2 月 3 日

ウ. 調査項目

秋田県、新潟県及び兵庫県に対して実施したヒアリング項目の概要を以下に示す。

図表 109 秋田県、新潟県及び兵庫県へのヒアリング調査項目

対象	調査項目
秋田県	① 本普及啓発モデルの有用性について
	② 今後県が周知を行う上で本普及啓発モデルを活用することが可能か
	③ 本普及啓発モデルを県が実施するにあたり障壁となる点について
	④ 国からの支援についての要望 等
	⑤ その他
新潟県及び兵庫県	① 現在の周知ルート
	② 周知に関する課題
	③ 本事業で作成した中小企業向けマニュアルを用いて県職員がセミナーを開催することができるか
	④ 国からの支援についての要望等

(2) 調査結果

ア. 秋田県へのヒアリング調査結果

- ① 本普及啓発モデルの有用性について
 - ・多くの事業者が参加していた。本セミナーでは個人・家族で加工食品を製造しているような小規模事業者も参加しており、普段県で行っている周知ではこのような小規模事業者にアプローチできていなかったことがわかった。
 - ・参加者の中には、秋田県が開催した出前講座等の出席者（中規模事業者）も一定数おり、セミナー参加者の固定化を感じた。
- ② 今後県が周知を行う上で本普及啓発モデルを活用することが可能か
 - ・資料も説明も分かりやすいと感じたことから、当該マニュアルを用いた指導は実施可能だと考える。
 - ・小規模事業者向けとしては「又は表示」や「大括り表示」は、対象となる事業者が少ないことが予想されるため、対象者によって説明箇所を絞る等の使い分けが必要となる。
 - ・これまで市町村の農林関係部署に声がけをしていたが、今回の横手市産業部局各課との連携をふまえ、今後は農林関係部署だけではなく商工関係部署をはじめ複数の課に声掛けをしていきたいと考えている。
 - ・セミナー後、県の商工関係の部署より中間団体の情報を取得し、今後、中間団体向けセミナーの開催を通じて関係づくりを行っていききたいと考えている。
- ③ 本普及啓発モデルを県が実施するにあたり障壁となる点について
 - ・市町村には食品表示担当者が配置されておらず、連携して事業を実施するまでに

は至っていない。

- ・ 中間団体等と連携することで複数の窓口から情報提供していきたい。
- ④ 国からの支援についての要望等
 - ・ 国から提供される啓発資料がまだ少ないと感じる。他県が作成しているツールを参考にし、多くのツールを事業者に提示できるようにしているが、県の予算も限られているため消費者庁からも複数のツールを提供していただきたい。
 - ・ 国が、効果が見込まれる周知先について示してくれることは有効であるとする。こういったところに対して通知を出すと良いのかを知ることができれば、県が周知を行う際に参考にできる。
 - ・ 制度を分かりやすく説明した事業所向けチラシなども 1 枚含めて通知いただけると周知がしやすいと考える。
- ⑤ その他
 - ・ 秋田県では今年度動画による説明資料を作成し、県公式ウェブサイトで公表。コロナの影響でセミナーの開催が難しい状況において、需要があると感じた。

イ. 新潟県へのヒアリング調査結果

- ① 現在の周知ルート
 - ・ 庁外への周知は、市町村、事業者関係団体に対して周知の協力依頼を行っている。（依頼文及びチラシ（1回の周知で計 400 枚程度を配布）を送付）
 - ・ 市町村については、権限移譲市は食品表示法担当課、その他市町村は農政担当課に対して、市内事業者や庁内関係課への周知を依頼している。
 - ・ 事業者団体については、傘下の会員への周知を依頼している。
 - ・ 市町村や事業者団体が、どのような周知を行っているかは把握していない（県からは協力依頼）。なお、各事業者団体に加盟している企業数は把握していない。
 - ・ 県の関連事業のメールマガジン（生活衛生課保有リスト等）や関係団体のメールマガジンへの掲載依頼もしている。
- ② 周知に関する課題
 - ・ 零細事業者に対して周知が行きわたっているか把握できていない。
 - ・ 現在の周知方法で、どれくらいの事業者に周知できているのか把握できていない。
- ③ 本事業で作成した中小企業向けマニュアル用いて県職員がセミナーを開催することができるか
 - ・ 県でも自治体や産地直売所などから依頼があれば県で作成した資料を使用して説明をおこなってきたが、今回のような冊子があればセミナーを行いやすい。また、説明用のパワーポイントも配布いただけるとより実施しやすくなる。
- ④ 国からの支援についての要望等
 - ・ 国が、効果が見込まれる周知先について示してくれることについて、大分類とし

て提示いただくのは参考となる。市町村の部署を指名することについては、新潟県の場合は県での管轄が農林水産部局なので市町村の農政担当課へ通知を出し、その中で商工課など庁内関係課へも情報共有いただくように依頼している。複数課に連絡する手間や市町村内での混乱を踏まえると 1 本化したほうが効率的ではないか。

- ・都道府県職員のアレッジ継承に資する支援については、玄米及び精米の法改正の際に関係者向け説明動画が消費者庁のサイトに UP されており大変参考となったことから、法改正に合わせて説明動画を提供してもらえると参考となる。前述の動画は、県職員が見ても、事業者が見ても参考となる内容であった。
- ・消費者庁から自治体や事業者へ、法改正や消費者庁主催セミナーの開催、啓発ツールの掲載など消費者庁サイトの更新情報が直接配信されるようなツールがあると良いのではないか。（セミナー開催や啓発ツールの掲載などは、自治体であっても、随時、消費者庁サイトを確認しないと情報を把握できない場合がある）

ウ. 兵庫県へのヒアリング調査結果

① 現在の周知ルート

- ・県内の食品企業や食品事業者団体が所属する一般社団法人兵庫県食品産業協会を介して食品関係企業への周知を行っている。一般社団法人兵庫県食品産業協会から会員にはメーリングリストによる周知となる。
- ・市町村については食品表示に関する権限移譲を行っている神戸市にのみ周知を行っている。

② 周知に関する課題

- ・事業者団体に入っていない企業への周知ができていないと感じている。
- ・巡回調査等の際に、各事業者に個別に周知を行っているが、全ての事業者に周知することはできていない。
- ・企業より問い合わせ等をいただければフォローできるが、県から働きかけをすることには限界がある。

③ 本事業で作成した中小企業向けマニュアルを用いて県職員がセミナーを開催することができるか

- ・県でも事業者団体の依頼等による小規模セミナーは実施しているが、大規模セミナーはあまり実施できておらず今回は消費者庁を介して講師を依頼した。
- ・適切で分かりやすい資料を県で作成することは負担が大きく、今回の冊子に加えて、パワーポイント資料などがあるとセミナーを独自で開催しやすい。

④ 国からの支援についての要望等

- ・（国が、効果が見込まれる周知先について示してくれることについて、）市町村の農林課にメールで周知依頼することはできるが、大部分の市町村は食品表示法

を所管しておらず、各事業者に情報提供できるのかは不明である。

- ・ 業界団体へ渡せる改正の内容がわかりやすく書かれた資料があれば周知を行いやすくなる。
- ・ （都道府県職員のナレッジ継承に資する支援については、）引き継いだ当初は制度理解に苦勞したので、教材などがあるとありがたい。
- ・ 事業者の理解や規模に合わせた、レベル別、業界別など細分化された資料があると説明時に使い分けができるため、助かる。

第7章. まとめ

1. 検証結果の考察

(1) 普及啓発モデルの評価

ア. 有効性

本検討では、セミナーの実施結果から、本事業で提起した普及啓発モデルの有効性について評価を行う。今回、秋田県横手市、新潟県、兵庫県の3ヶ所においてセミナーを実施したが、このうち、新潟県及び兵庫県のセミナーについては、元来各県が開催を企画していたものであり、周知については県が独自に実施したものであった。一方で、秋田県横手市において実施したセミナーについては周知の段階から本普及啓発モデルの考え方に則って準備をすすめ、市の産業部門の協力を得て、中間団体を介した周知を行った。したがって、本普及モデルの有効性検証については、主に秋田県横手市におけるセミナーの結果を対象に実施するものとする。

開催地域によって企業規模の分布が異なると思われるため、結果の解釈に留保が必要ではあるが、新潟県、兵庫県において開催したセミナーでは、いずれも小規模事業者（従業員20名以下）より中規模事業者（従業員21名以上）の参加が多かったのに対し、横手市において開催したセミナーでは、小規模事業者の参加者が多く、中規模事業者の3倍近くであった。また、秋田県の担当者も、普段県ではアプローチができていない、個人・家族で加工食品を製造しているような小規模事業者の参加が多かったとの感想を述べている。参加者の属性を見ると、「過去に同様のセミナーの開催があったことを知らず、参加する機会がなかった」と回答している事業者が全体の約6割を占めていた。

以上の結果から、市町村の産業部局等と連携し、地場の中間団体のネットワークも活用しながら周知を行う本普及啓発モデルについて、特にこれまで周知が行き届いていなかった小規模事業者へのアプローチとしての有効性が伺える。

イ. 実現可能性、課題

ここでは、都道府県による本普及啓発モデルの実現可能性及び実現にあたっての障壁・課題について検討する。

秋田県は、これまで周知にあたり農林関係部署には連絡を行っていたが、今回の横手市産業部局各課との連携を踏まえ、今後は農林関係部署だけではなく商工関係部署をはじめ複数の課と連携して周知を行っていきたいとの意向を示している。加えて、中間団体との連携について、県の商工関係部署から中間団体の情報を取得し、今後、中間団体向けセミナーの開催を通じて関係づくりを進めていきたいと考えている。また、新潟県では、既に、市町村の農政課・商工課や中間団体と連携して周知を行っていることがヒアリングからわかった。以上より、本普及啓発モデルを都道府県が実施していくことは十分可能であると考ええる。

一方で、今回ヒアリングを行った 3 県からは、市町村・中間団体と連携した周知を実施する際の障壁・課題として以下のような意見が挙げられた。

① 秋田県

- ・市町村には食品表示担当者が配置されておらず、連携して事業を実施するまでには至っていない
- ・中間団体等と連携することで複数の窓口から情報提供していきたい。

② 新潟県

- ・新潟県の場合は県での管轄が農林水産部局なので市町村の農政担当課へ通知を出し、その中で商工課など庁内関係課へも情報共有いただくように依頼している。複数課に連絡する手間や市町村内での混乱を踏まえると 1 本化したほうが効率的ではないか。

③ 兵庫県

- ・市町村の農林課にメールで周知依頼することはできるが、大部分の市町村は食品表示法を所管しておらず、各事業者に情報提供できるのかは不明である。

現状において市町村との連携を行っていない兵庫県からは、市町村側が対応できるか心配する声が上がっているが、既に連携を行っている新潟県においてはそのような課題感はみられなかった。実施上の課題として、新潟県が挙げるように、市町村の複数課に都道府県が直接連絡することは手間や市町村側での混乱も考えられる。一方で、市町村庁内での展開を窓口となる農林課等に依存してしまうと、産業部局等への依頼が実施されるか、依頼時の説明内容が妥当か等の点での懸念も生じられる。また、食品の種類によって担当する部署が異なる場合、食品表示の情報提供を速やかに行うため、県が直接的に市町村の複数課と関係性を構築することの利点も考えられる。連絡経路を一本化し、市町村の内での展開を窓口課に依頼する場合には、依頼事項や趣旨説明の資料を都道府県側で用意し、市町村内で依頼を受けた部局が協力しやすいように工夫することが肝要だと思われる。

(2) 中小企業向けマニュアル及びそれを用いたセミナーについて

ア. 有効性

本検討では、本事業にて作成した中小企業向けマニュアルとそれを用いたセミナーの有効性について確認する。

セミナーの実施後に行った参加者アンケートでは、「自らが新たな原料原産地表示制度の対象かについて理解できたか」、「自分にとって適切な表示方法について理解できたか」、「表示をするための手順や準備について理解できたか」との設問について、3 自治体いずれにおいても約 9 割の参加者が理解できたと回答している。ま

た、「表示をするために必要な根拠資料を準備できるか」、「新たな原料原産地表示制度へ対応できるか」という設問についても、準備できる、対応できるとの回答が3自治体いずれにおいても最も多かった。加えて、秋田県の担当者からは、資料も説明も内容が分かりやすいとの評価があった。

参加者のアンケートでは、「Q&A の読み込みが足りずに指摘を受けることがあるので、ケーススタディの解説があり助かった」、「うどんとスープを一緒に販売する場合等、ケーススタディで具体的な説明があつてよかった」とするコメントが見られた。事業者から消費者庁が頻繁に受ける問い合わせ項目について解説を付けたことで、事業者の不安を解消することにつながったと考えられる。また、横手市のセミナーに参加した参加者からは「ポイントが示されていて分かりやすかった」という感想も得られており、原料原産地表示制度の対応に関するポイントを簡素化して伝えることで、参加者が自分の理解したいポイントの解説を集中的に聞くことができたと推察される。県担当者へのヒアリングでは、「原料原産地の表示方法をフローで確認できる点が分かりやすかった」との意見があり、手順や表示方法の確認方法をフローで直観的に理解できるよう工夫した点についても高い評価が得られた。

以上から、本事業にて作成した中小企業向けマニュアルとそれを用いたセミナーについて、小規模事業者の制度理解・対応の促進にあたって有効であったと考える。

今回、横手市で実施したセミナーでは、前日まで参加登録を行った参加者は24名であったのに対し、当日事前予約なしで参加した方が18名であった。当日、「飛び込みだが都合がついたので参加したい」という個人事業主の参加者も見られ、参加手続きを簡略化したことにより中小・零細事業者が参加しやすくなったことが伺える。他方、事前予約なしでの参加とすることにより、会場の席が足りなくなる等の懸念も生じるため、事前予約の数と比較して、会場の席に余裕を持たせて準備しておく等の対応が必要になると考えられる。

イ．実現可能性、課題

本事業で作成した中小企業向けマニュアルを用いて都道府県職員がセミナーを行うことの実現可能性について、3県からは実施可能であるとの回答が得られた。また、マニュアルに加えて、セミナーで説明を行う際に用いるパワーポイント等の資料についても国から提供があると望ましいとの意見があった。秋田県からは、対象者によって説明部分の強弱をつける必要があるとの意見もあるため、同じマニュアルに対して、説明用資料は対象に合わせていくつかのパターンを用意するなどの対応が考えられる。

① 秋田県

- ・ 資料も説明も分かりやすいと感じたことから、当該マニュアルを用いた指導は実施可能だと考える。
- ・ 小規模事業者向けとしては「又は表示」や「大括り表示」は、対象となる事業者が少ないことが予想されるため、対象者によって説明箇所を絞る等の使い分けが必要となる。

② 新潟県

- ・ 県でも自治体や産地直売所などから依頼があれば県で作成した資料を使用して説明を行ってきたが、今回のような冊子があればセミナーを行いやすい。また、説明用のパワーポイントも配布いただけるとより実施しやすくなる。

③ 兵庫県

- ・ 適切で分かりやすい資料の作成は負担が大きいため、今回の冊子に加えて、説明文章、パワーポイント資料などがあるとセミナーを独自で開催しやすい。

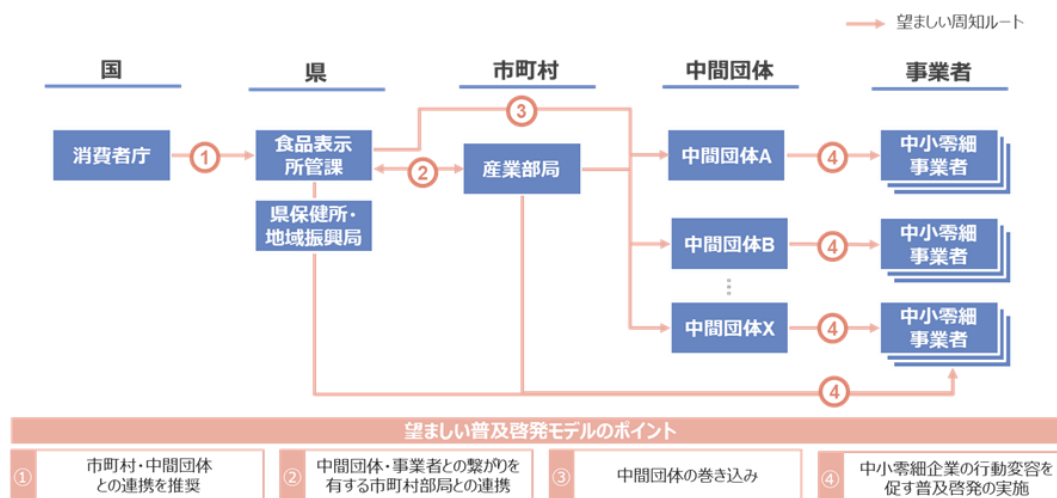
2. 提言

本事業では、地方の中小零細事業者に対して新たな原料原産地表示制度の周知が十分に行き届いていない可能性を踏まえ、中小零細事業者が理解しやすい制度解説のマニュアル等を作成・提示することに加え、中小零細事業者に情報を効率的に伝達するための普及啓発モデルを開発し、その有効性検証を行った。

今回、ヒアリング調査を行った秋田県、新潟県、兵庫県の3県全てから、地場の零細事業者に対して特に周知が行き渡っていないという課題感があげられたことから、他の都道府県においても同様の問題を抱えていることは十分に推測される。

このように、都道府県行う周知の網から零れ落ちてしまっている事業者がいる状況をふまえ、周知を行き渡らせるためのモデルとして以下を考案した。(図表 110)

図表 110 地方における望ましい普及啓発モデル案（再掲）



都道府県はどうしても現場との距離が遠く、特に個人や家族で事業を営んでいるような零細企業との繋がりを持ちづらい。一方で、市町村の、特に産業部局は、地場の中間団体（同業者組合や商工会等）及び個別の事業者とのネットワークを有している場合が多い。そこで、市町村と協力し、中間団体も介したネットワークを活用することで、小さな事業者にもまで周知を行き渡らせることが可能になるのではないかと考えた。

本普及啓発モデルの考え方に基づいて、横手市において中小零細事業者向けのセミナーを周知・開催したところ、他県で実施したセミナーに比べて多くの小規模事業者が参加し、過去に秋田県で実施したセミナーではあまり参加がみられなかった個人・家族経営規模の事業者の参加があり、本普及啓発モデルの可能性がうかがえる結果となった。

以上の結果から、都道府県が中小零細事業者に対し周知を行うに当たっては、本モデルを踏まえ、地場の中間団体・事業者との繋がりを有する市町村との連携を推奨する。

なお、本モデルを有効に機能させるにあたって、国が行うことが望ましい、都道府県支援について以下に提言する。

① 市町村との連携の推奨

市町村は基本的に食品表示制度に関する所管部署を持っていないことから、都道府県の食品表示制度所管担当者は市町村との繋がりが薄い場合が多く、連携に躊躇する可能性も高いと思われる。そこで、国から都道府県に対して周知の依頼を行う際に、併せて、「市町村と協力することで、周知の網から零れ落ちがちな中小零細事業者へアプローチできる可能性が高まる」ということを伝えることで、都道府県の行動を後押しすることができると考える。その際には、想定される連携先部署（産業系部局等）の例示や、連携の事例を示すことが望ましい。

② 周知・啓発用資材の提供

本事業において中小零細事業者向けのマニュアルを作成し、セミナーの参加者や自

治体関係者から高い評価を得ることができた。一方で、県の担当者からは、マニュアルだけではなく、セミナーにて説明を行う際に用いるスライド資料等についても提供を望む声があった。食品表示は専門性の高い分野である一方で、都道府県の担当者は異動によって知見がたまりにくいという構造的問題があり、自身が説明を行うことにハードルを感じている場合も多いと想像される。そのような事情をふまえ、都道府県担当者がセミナー等で周知を行い易くしたり、周知の連絡を関係者に行い易くしたりするための資料提供を国が行うことが望ましい。

③ 都道府県職員のナレッジ構築支援

前項にて述べた通り、都道府県職員は構造的にナレッジがたまりにくい状況にある。都道府県における担当職員の、制度等についての理解の程度は、その都道府県における周知のレベルにも影響を与えと考えられる。そこで、国は、初任者でもわかりやすい都道府県職員向けの制度マニュアルや、解説動画等のコンテンツを提供することが望ましいと考える。

以上