

# 外食・中食における原料原産地 情報提供ガイドライン

平成31年3月12日

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  
(外食・中食産業等食品表示適正化推進協議会)



## 目 次

はじめに .....	1
1 趣旨 .....	2
2 ガイドラインの位置づけ .....	2
3 対象事業者 .....	3
4 原料原産地情報提供に関する基本的な考え方 .....	3
5 原料原産地の情報提供 .....	4
6 情報提供する原料原産地の名称 .....	5
7 情報提供の方法 .....	6
8 留意事項 .....	7
(参考)	
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 委員名簿 .....	9
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 の開催状況 .....	10



## はじめに

私たちの日常の生活の中で、外食メニューやインスタ加工による惣菜、弁当販売等の中食商品の表示等は、消費者が商品を選択する上で、重要な伝達手段である。その際に、外食・中食事業者は、消費者が知りたい情報や、生産者などの事業者が提供したいこだわりのある情報を積極的に適切に情報提供するという本来の理念を見失うことがあってはならない。また、曖昧なことは、情報提供しないという基本的な考え方に立つことが重要である。

外食や中食は、食品表示基準（平成 27 年 3 月 20 日内閣府令第 10 号）の対象ではないが、事業者が消費者にわかりやすい説明に努める姿勢が大切である。

こうした状況を踏まえ、外食と中食の境界が消えつつあるなか、両事業者の連携のもと、自主的かつ適切な情報提供を促すため、消費者も交えた「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」を開催し、熱心な検討を重ねた結果、本ガイドラインを取りまとめた。

本ガイドラインは、食品表示法の制定、食品表示基準の改正、景品表示法の改正を受けて、事業者がモラルを持って、情報提供することを再確認したものである。

事業者の自主的な取組みであるが故に、偽装表示等は、消費者の表示等への信頼を失わせることになるので、原料原産地について問われたら挙証できる証拠書類を保管するなどの仕組みを構築することも重要な課題と認識している。

本ガイドラインに加え、Q&Aも併せて、外食・中食事業者に、大いに活用されることを願っている次第である。

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  
座長 池戸 重信

# 外食・中食における原料原産地情報提供ガイドライン

## 1. 趣旨

外食・中食産業は、国民の豊かな食生活の実現に大きな役割を果たしており、食生活において重要な地位を占めている。また、外食・中食における正確な原料原産地情報の提供は、外食メニューや惣菜等の中食商品の消費者の選択に寄与するとともに、生産者、外食・中食事業者にとっても産地と消費者を繋ぐ有効な手段である。

消費者庁は、農林水産省との共催で設置された「加工食品の原料原産地表示制度に関する検討会」での議論を踏まえ、「食品表示基準（内閣府令）」を改正（平成29年9月1日施行）し、全ての加工食品について、原料の原産地を義務表示の対象とした。外食や中食については、使用する原材料の種類が多い上に、気候等の影響により産地が頻繁に変わることや、提供者や販売者が消費者に直面し、食品の詳細について消費者への説明が可能であることから、義務表示の対象とはされていないが、消費者の信頼確保に向けて、自主的な対応が期待されている。

また、事実と異なる表示等により消費者が実際のものよりも著しく優良であると誤認する場合には、「不当景品類及び不当表示防止法」（以下、「景品表示法」という。）による措置の対象となることを十分に認識する必要がある。

「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」は、外食・中食事業者における原料原産地の自主的な情報提供を推進するため、「外食・中食における原料原産地情報提供ガイドライン」（以下、「ガイドライン」という。）を策定した。

## 2. ガイドラインの位置づけ

本ガイドラインは、消費者による外食メニューや惣菜等の中食商品の選択に資するという観点から、外食・中食事業者が原料原産地情報を提供する上での指針であり、各事業者の業種・業態に応じた自主的な取組みによる情報提供を促すものである。

外食・中食における原料原産地表示に係る食品表示法とガイドラインとの関係				
販売形態	容器包装されていない商品 (ばら販売、量り売り等の販売形態)		容器包装入り商品	
	食品表示法	ガイドライン	食品表示法	ガイドライン
販売と同一施設内にて製造	×	○	×	○
販売と同一施設以外にて製造	×	○	◎	—
設備を設けて、その場で飲食させる場合	×	○	×	○

- ※ ×：義務表示適用外、◎：義務表示の適用、○：任意表示  
 ※ 不当表示は、景品表示法による措置対象となる。

### 3. 対象事業者

本ガイドラインは、業種・業態や事業規模の大小に関わりなく、全ての外食事業者及びインストア加工による惣菜、弁当（持帰り）、量り売り、ばら売り等の販売形態で営む中食事業者を対象としている。

### 4. 原料原産地情報提供に関する基本的な考え方

(1) 本ガイドラインの対象となる外食・中食事業者に納入する食材の原料原産地の表示（情報伝達）は流通業者等に、義務付けられていない。

しかしながら、今後、外食・中食事業者が原料原産地の情報提供に取り組む組むに当たっては、外食・中食事業者のみならず、流通業者等も積極的に原産地情報の把握に努めるものとする。

(2) 消費者に分かりやすく情報提供する観点から、外食・中食事業者は、原材料の名称や原料原産地に関する「食品表示基準」（平成 27 年 3 月 2 日内閣府令第 10 号）、「食品表示基準 Q&A について」（平成 27 年 3 月 30 日消食表第 140 号）の別添「魚介類の名称のガイドライン」及び「生鮮魚介類の生産水域名の表示のガイドライン」（平成 15 年 6 月 2 日 15 水魚第 803 号水産庁長官通知）等の各種ガイドライン並びに業界団体等が表示に関する事項について自主的に設定するルールである公正競争規約等に準拠して情報提供することとするが、外食メニューや惣菜等の中食商品の原料原産地が特定できない場合は、原則として原料原産地を情報提供の対象としない。

(3) 外食メニューや惣菜等の中食商品で使用されている主要原材料が加工食品

の場合であっても、主要原材料に使われた生鮮食品の原産地が分かっている場合には、その原産地を情報提供することが望ましい。生鮮食品の原産地を特定できず、加工食品の「製造地」を情報提供する場合は、生鮮食品の原産地が特定できない旨及び加工食品の製造地が、「その商品の内容に実質的な変更をもたらす行為が行われた国」であって、当該加工食品の原材料である生鮮食品の原産国(地)ではないことを説明できるようにしておくことが必要である。

(4) 情報提供の方法は、店舗内での表示だけでなく、インターネットの活用など、事業者の判断により、実行可能な方法で積極的に情報提供を推進する。

(5) 表示ミスを起さないようにするためには、原材料に関する情報管理が重要である。景品表示法では、「表示に関する事項を適正に管理するために必要な体制の整備その他の必要な措置を講じなければならない」と定め、事業者の表示管理体制の整備が義務化されている。消費者に対し、正確な情報提供を行うため、外食・中食事業者は、「事業者等が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」（平成26年11月14日内閣府告示第276号）に基づき、仕入先事業者からの仕入れ伝票や、商品規格書等の表示の根拠となる資料を記録、保管し、その情報を共有する体制を構築し、表示等の事項を適正に管理するための担当者等を定めることとする。

## 5. 原料原産地の情報提供

(1) 次の原材料の原産地を情報提供する。

① 単一の主たる原材料を使った外食メニューや中食商品の原材料と原産地  
例：ステーキの牛肉（アメリカ産）、魚の照り焼きの魚種名（ぶり）・原産地（日本海）

注：「主たる原材料」とは、メニュー構成や商品を決める原材料

② 外食メニュー名・中食商品名に用いられている原材料と原産地  
例：チキンソテー（鶏肉：ブラジル産）、ローストビーフ（牛肉：アメリカ産）、白身魚の唐揚げ弁当の白身魚の魚種名（まだら）・原産地（アメリカ産）、ぶりの照焼（ぶり：日本海）

③ こだわり食材の原材料と原産地

例：旬のさんま（三陸沖）、しゃきしゃき蓮根のサラダの原材料（蓮根）・原産地（茨城県産）

注：「こだわり食材の原材料」とは、品種、有機等の栽培方法や気候・風土・土壌など産地等にこだわって調達している原材料をいう。

(2) 店舗の売れ筋や定番の外食メニューや人気の中食商品などの「主要なメニ

メニュー・商品」の原材料については、積極的に原産地を情報提供するとともに  
(1)の原材料以外の原材料についても、同様に情報提供することとする。

例：唐揚げの肉の種類（鶏）・原産地（ブラジル産）、トンカツ（豚肉はデンマーク産、キャベツは国産）、

注：「主要なメニュー・商品」とは、消費者から注文の多いもの又は外食・中食事業者が主力メニューや商品として積極的に売り出しているものをいう。

(3) 地産地消の取組や農業、水産業等との連携等により安定した調達や、原材料の生産流通履歴情報の分かるトレーサビリティの確保に取り組んでいる外食・中食事業者にあつては、原材料の種類ごとに原産地を表示するなど、情報提供方法を工夫することにより、原産地に関するより多くの情報の提供に努める。

例：「野菜は地元〇〇県産のものを使用しています。」、「〇〇漁港で水揚げされた鮮魚を直送しています。」

## 6. 情報提供する原料原産地の名称

外食・中食の場合、使用食材の調達先が常に変動することは大いに考えられる。原材料の安定的な調達・確保の観点から、複数の産地の原材料を使用する 경우가多く、また、気候等の影響により産地が頻繁に変わることも多い。

このため、原産地の名称の記載に当たって、基本的には、国産の原材料は、「国産」である旨、輸入品であるものには、「原産国名」を情報提供する。

ただし、原材料の原産地を以下により、情報提供することもできるが、一般的に知られている地域名であっても、必要に応じて地名や原産国名を併記するなど、消費者にわかりやすい情報提供に努めるものとする。

### (1) 農産物

- ① 国産品にあつては国産である旨に代えて都道府県名、市町村名、地域名、その他一般に知られている地名
- ② 輸入品にあつては原産国名に代えて州名、省名、その他一般に知られている地名

### (2) 畜産物

- ① 国産品にあつては国産である旨に代えて主な飼養地が属する都道府県名、市町村名、その他一般に知られている地名
  - ② 輸入品にあつては原産国名に代えて一般に知られている地名
- ※畜産物では、2か所以上にわたって飼養された場合の原産地は、一番長い期間飼養された場所を主たる飼養地とする。

(3) 水産物

- ① 国産品にあつては国産である旨に代えて水域名、水揚げした漁港名、水揚げ漁港又は養殖地が属する都道府県名、その他一般に知られている地名
- ② 輸入品にあつては原産国名に水域名を併記することができる。

(4) 一つの原材料で、複数の原産地（原産国）の原材料を使用する場合

- ① 主な原材料の原産地は、国別重量順表示を原則とし、対象原材料の産地について、国別に重量の割合が高いものから順に国名を「、(読点)」で繋いで記載する。
- ② 国別重量順表示が困難な場合、例えば、以下のような表を作成し、使用可能性のある原産地を網羅的に明示することができる。

例：

メニュー・商品名	主要原料	原産地			
ハンバーグステーキ	牛肉 豚肉	オーストラリア アメリカ	ニュージーランド カナダ	メキシコ	アメリカ
若鶏の唐揚げ	鶏肉	ブラジル	タイ	アルゼンティン	
豚ロースおろしとんかつ	豚肉	アメリカ	メキシコ	カナダ	
さば味噌煮	さば	ノルウェー	アイスランド		
ロールキャベツ	キャベツ	中国	韓国		

ただし、この場合には、国別重量順の記載ではない旨を但し書きとして記載することとする。

- ③ 主な原材料の原産地が季節移動したり、一時的に変動したりする場合、原産国の次にその旨を記載する。

例：「レタスは原則国産ですが、天候の影響により〇〇産のものを使用することがあります。」

- ④ 主な原材料の原産地の情報の一部が流通業者等から伝達されない場合や、メニュー等に印字する場合で、工夫しても全ての原産国を記載することが困難な場合は、伝達されない原産国、表示できない原産国を「その他」と記載できる。この場合であっても、原産地の情報提供に努めることとする。

7. 情報提供の方法

消費者の利便に配慮した情報提供の方法を選択又は組み合わせて、正確な情報提供に努め、「見やすい、聞きやすい、わかりやすい店舗」を構築する。

(1) 店舗での情報提供

- ① 惣菜など販売ケースの商品や外食のメニュー見本に近接したプライスカードやポップへの表示

- ② 外食の卓上メニューやメニューブックへの表示、ボードの店内掲示
- ③ 店員による情報提供

例：「原料の産地等については店員にお尋ねください。」

## (2) インターネット等の活用

インターネットサービスを利用する消費者の拡大に併せた情報提供を積極的に活用する。ホームページにメニューや商品情報を掲載、メニュー等に印字したQRコードの読み取りによる情報の提供等、原料原産地情報に限らず、メニューや店頭商品のポップ等の表示だけでは伝えきれない生産方法等に関する情報を提供する。

## (3) 情報提供の工夫

外食や中食の場合は、各メニューや商品に原材料の原産地を表示する一般的な方法のほか、1つの原材料が複数のメニュー・商品に使用されるという特徴を活かし、消費者に分かりやすく原産地情報を提供することも可能である。

- ① 1つの原材料が複数のメニュー・商品に使用されるという特徴を有しているため、メニューブックの巻末などに原材料ごとにまとめて原産地を表示する方法

例：「野菜は国内（長野、茨城、千葉、東北地方）の契約農家から、豚肉は米国、デンマークから仕入れています。」

- ② メニュー・商品のジャンルごとに原材料をまとめて原産地を表示する方法

例：「ハンバーグに使用している牛肉はオーストラリア産、豚肉はアメリカ産です。」

など、創意工夫を活かしてインターネット等の活用を含め、消費者に分かりやすい原産地を情報提供する。

## 8. 留意事項

- (1) 原材料の原産地の情報提供に当たっては、原材料の原産地情報の管理を徹底、誤った情報提供を行わないようにしなければならない。また、常に消費者の視点に立ち、

- ① 産地が特定できない曖昧な情報の提供、産地を誤解させる情報の提供
- ② 複数の原産地のものを使用するときの特定の産地のみを強調する情報の提供
- ③ 加工品において原料原産地が不詳であるにもかかわらず、製造地や同種の生鮮品の産地表示により誤認を招く情報の提供

などにより、消費者を誤認させるような情報提供を行わないようにしなければならない。

- (2) また、店頭での表示、パンフレット、写真、テレビコマーシャル、看板、インターネット、口頭の説明等であっても表示の対象であり、事実と異なった情報提供により、消費者が、実際のものよりも著しく優良であると誤認する場合には、景品表示法による措置の対象となる。
- (3) インストア加工の容器包装入り商品について一括表示する場合、食品表示基準の原料原産地の表示方法に従って表示しなければならない。

(参考)

## 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

### 検討会検討委員

(五十音順、敬称略)

- 座長 池戸 重信 (宮城大学名誉教授・一般社団法人日本農林規格協会会長)  
阿南 久 (一般社団法人消費者市民社会をつくる会 理事長)  
伊藤 哲也 (株式会社ヤオコーデリカ事業部 品質管理マネージャー)  
歌川 修一 (オリジン東秀株式会社商品統括本部 商品仕入部長)  
源川 洋子 (株式会社すかいらく品質管理グループ 規格基準チーム  
リーダー)  
河野 康子 (特定非営利活動法人 消費者スマイル基金 事務局長)  
小城 哲朗 (全国飲食業生活衛生同業組合連合会 専務理事)  
田村 清敏 (一般社団法人日本フードサービス協会 理事・事務局長)  
野村 一正 (公益財団法人食の安全・安心財団 副理事長)  
藤木 吉紀 (公益社団法人日本惣菜協会 専務理事)  
森田 満樹 (消費生活コンサルタント)

(行政オブザーバー)

消費者庁 食品表示企画課

農林水産省 食料産業局 食文化・市場開拓課 外食産業室

(外食・中食産業等食品表示適正化推進協議会)

構成団体

一般社団法人日本フードサービス協会

一般社団法人日本惣菜協会

公益財団法人食の安全・安心財団

会長 唐木英明 (食の安全・安心財団理事長)

事務局 食の安全・安心財団

(参考)

## 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

### 検討会の開催状況

#### ○第1回検討会（平成30年3月13日）

- (1) 検討会の設置について
- (2) 座長の選任について
- (3) 外食・中食における原料原産地表示の現状について
- (4) 外食・中食における原料原産地情報提供の方向について
- (5) その他

#### ○第2回検討会（平成30年7月27日）

- (1) 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（骨子案）について
- (2) 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Q&A（骨子案）について
- (3) その他

#### ○第3回検討会（平成30年10月26日）

- (1) 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素案について
- (2) 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Q&A素案について
- (3) その他

#### ○第4回検討会（平成31年2月6日）

- (1) 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最終案のとりまとめ
- (2) 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Q&A最終案のとりまとめ
- (3) その他