

外食における原産地表示に関するガイドライン

平成17年7月28日

外食における原産地等の表示に関する検討会

目 次

| | |
|---------------------------------------|----|
| はじめに | 1 |
| 趣旨 | 2 |
| ガイドラインの位置づけ | 2 |
| 対象事業者について | 2 |
| 原産地表示の方法について | 2 |
| 1 原産地表示に関する基本的考え方 | 2 |
| 2 原産地を表示する原材料 | 3 |
| 3 表示する原産地の名称 | 3 |
| 4 複数の原産国の原材料を使用する場合の表示 | 4 |
| 5 表示方法 | 4 |
| 6 表示場所 | 4 |
| 7 留意事項 | 5 |
| (参考1) 検討の経過 | 6 |
| (参考2) 外食における原産地等の表示に関する検討会委員名簿 | 9 |
| (参考3) 外食における原産地等の表示に関する検討会の開催状況 | 10 |

はじめに

外食は、家計の食料消費支出の3割を占め、子供から高齢者まで幅広い年齢層の人々に利用されるなど、国民の食生活において重要な地位を占めている。また、近年、BSEの発生、輸入農産物からの基準を超える残留農薬の検出など、食の安全を脅かす出来事が続き、消費者の食に対する関心が高まっている。

このような中で、消費者は、購入しようとする食品が安全で安心できるものかどうかを判断する基準として、食品の表示を従来にも増して重視するようになってきており、外食においても原材料の原産地表示を求める声が強くなっている。

また、本年3月25日に閣議決定された「食料・農業・農村基本計画」においても、「平成17年度に外食における原産地等の表示のガイドラインを整備し、これに基づき、外食産業による自主的な原産地等の表示の取組を促進する」とこととされている。

このような状況を受け、外食における原産地表示に関するガイドラインの策定を目的として、「外食における原産地等の表示に関する検討会」が開催されることとなった。本検討会は、本年3月から5回にわたって検討を行い、その結果を別紙ガイドラインとして取りまとめた。

本ガイドラインは、外食事業者が原材料の原産地を表示する場合の指針である。外食事業者においては、原材料の原産地表示を煩わしいもの、新たな負担と受け止めることなく、創意工夫を活かすことのできる新たなサービスと考え、外食の信頼性を高めるために積極的に取り組むことが期待される。

なお、検討の過程では、原産地表示を求める消費者の声やガイドラインに基づく原産地表示の普及に有効と考えられる提案など、大変重要な意見等が多く出された。このため、このような意見や提案を「検討の過程」として取りまとめ、参考資料として添付しているので、ガイドラインの理解の参考として活用していただきたい。

最後に、原産地表示によって消費者の外食産業に対する信頼性が一層高まり、外食産業が発展していくという良い循環が生まれることを期待する。

平成17年7月28日

外食における原産地等の表示に関する検討会
座長 沖谷明紘

外食における原産地表示に関するガイドライン

趣旨

BSE、食品の偽装表示事件の発生などにより、消費者の食品に対する信頼が揺らいでいる。食品の流通経路の複雑化、加工食品等の品質の多様化等により、食品の産地や素材等について、消費者が購入時に実物を見ただけで理解することは困難であり、表示が食品についての情報を知る重要な手段になっている。このような中で、外食においても原材料の原産地表示を求める声が強くなっている。今後、外食が身近な食の場として一層安心して利用されるためにも、消費者に対して原材料の原産地の情報を提供し、外食の信頼性を高めることが重要である。本年3月25日に閣議決定された「食料・農業・農村基本計画」においても、「平成17年度に外食における原産地等の表示のガイドラインを整備し、これに基づき、外食産業による自主的な原産地等の表示の取組を促進する。」こととされている。

このため、外食に対する消費者の信頼性の確保に向けて、外食事業者の自主的な原材料の原産地表示の取組が推進されるよう、「外食における原産地表示に関するガイドライン」を策定する。

ガイドラインの位置づけ

本ガイドラインは、消費者のメニュー選択に資する情報提供を行うとの観点から、外食事業者が自主的にメニューの原材料の原産地を表示する上での指針であり、各外食事業者の業種・業態等の実情に応じた原材料の原産地等の表示の自主的な取組を促すためのものである。

対象事業者について

本ガイドラインは、消費者のメニューを選択するためにどのような原材料について原産地表示が必要か、また、信頼性のある表示が可能かという観点から取りまとめを行っている。このため、本ガイドラインは、業種・業態や事業規模の大小にかかわらず、すべての外食事業者を対象としている。

原産地表示の方法について

1 原産地表示に関する基本的考え方

外食事業者は、使用する原材料の中には原産地情報のないものもあるが、原産地を把握している原材料については積極的に原産地を表示するとの考えに立って取り組むことが望まれる。

2 原産地を表示する原材料

(1) 次の原材料について原産地を表示する。

メニューの主たる原材料

例：ステーキの牛肉

メニュー名に用いられている原材料

例：チキンソテーの鶏肉

こだわりの原材料

例：旬のさんま

注：「主たる原材料」とは、メニュー構成を決定する原材料であり、「こだわりの原材料」とは、品種、栽培方法や産地等にこだわって調達している原材料をいう。

(2) いわゆる売れ筋メニューや定番メニューなどの「主要なメニュー」については、(1)の原材料以外の原材料についても、積極的に原産地を表示する。

例：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」とは、消費者から注文の多いもの又は外食事業者が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との連携等により安定した調達に取り組んでいる外食事業者、原材料の生産流通情報の分かるトレーサビリティ・システム等に取り組んでいる外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、表示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 県産のものを使用しています。」

3 表示する原産地の名称

外食の場合、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、気象等の影響から産地が変わることも多い。このため、原産地の名称の表示に当たっては、国産の原材料については「国産」である旨、外国産の原材料の場合は「原産国名」を表示する。ただし、以下により表示することもできる。

農産物の場合

ア 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

イ 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

畜産物の場合

ア 国産品にあつては国産である旨に代えて主たる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

イ 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

水産物の場合

ア 国産品にあつては国産である旨に代えて生産した水域名、水揚げした漁港名、水揚げした漁港の属する都道府県名、主たる養殖地の属する都道府

県名その他一般に知られている地域名

イ 輸入品にあつては原産国名に併記して生産した水域名

なお、「一般に知られている地域名」を表示する場合にあつても、必要に応じて地名と原産国名を併記するなど、消費者に分かりやすい表示とるように努める。

例：「ポートリンカーン（オーストラリア）から輸入しています。」

4 複数の原産国の原材料を使用する場合の表示

(1) 2により表示する原材料の原産地が2カ国以上ある場合にあつては、原材料に占める重量の割合の多いものから順に表示する。

(2) 2により表示する原材料の原産地が3カ国以上ある場合にあつては、原材料に占める重量の割合の多いものから2カ国を表示し、3カ国目以降の原産国を「その他」として一括して表示できる。ただし、より多くの原産国について情報提供が可能な場合は、積極的に表示する。

例：豚肉（アメリカ、国産、その他）

(3) 2により表示する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表示する。

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

(4) 2により表示する原材料について、使用量の大部分を特定の国から調達し、残りの調達先が変動しやすい場合、当該1カ国の名称と使用割合を表示し、その他の原産国を「その他」として表示できる。

例：「豚肉は9割以上がアメリカ産ですが、調達の都合によりその他の国からも仕入れています。」

5 表示の方法

外食の場合、1つの原材料が複数のメニューに使用されるという特徴を有している。このため、各メニューに原材料の原産地を表示する方法のほか、

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。」

メニュー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消費者に分かりやすく原産地を表示する。

6 表示場所

外食では、ウィンドーサンプルやメニューブックのほかにも、ポスター、卓上メニュー等多くの情報提供の手段があり、その種類も業種・業態や店舗等により異なっている。このため、「顧客の見やすい場所に行くこと」及び「顧客の

分かりやすい表現を使うこと」という考え方の下に、創意工夫を活かして適当な場所へ原産地を表示する。

なお、ホームページなどを利用して原材料の産地や生産方法等に関するより詳細な情報を提供することも、消費者の原材料に対する関心を高めるとともに、外食事業者に対する信頼感を得る上で有効である。

7 留意事項

- (1) 消費者に分かりやすく表示する観点から、原材料の名称表示等についても、「特別栽培農産物に係るガイドライン(平成4年10月1日付け4食流第3889号農蚕園芸局長、食品流通局長、食糧庁長官通知)」、「魚介類の名称のガイドライン(中間取りまとめ)(平成15年3月28日付け14水漁第2866号水産庁長官通知)」、「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27日付け15水漁第803号水産庁長官通知)」等、既に策定されているガイドラインに準拠して表示する。
- (2) 原材料の原産地を表示するに当たっては、原材料の原産地情報の管理を徹底し、誤った表示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、
 - 産地が特定できない曖昧な表示
 - 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表示
 - 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、同種の生鮮品の産地表示により誤認を招く表示など、消費者を誤認させるような表示を行わないようにしなければならない。
- (3) 原材料の原産地表示に当たっては、表示の根拠とした仕入伝票その他関係書類の整理に努めることを通じて、消費者の問合せに迅速かつ適正に対応できるようにする必要がある。
- (4) BSEの発生、輸入農産物からの基準を超える残留農薬の検出など、近年、国の内外において消費者の原材料に対する不安を抱かせる出来事が発生している。本ガイドラインに基づく原産地表示は、外食に対する消費者の信頼性を高めることを目的としているものであることを踏まえ、このような出来事が発生した場合には、使用している原材料を確認の上、「2 原産地を表示する原材料」に基づく表示対象となっていない原材料であっても、積極的に当該原材料名とその原産地を表示するように努める。

なお、この場合、原材料や原産地について誤ったイメージを消費者に与えることのないよう、特に注意して表示する必要がある。

検討の経過

1. ガイドラインの必要性について

消費者団体の委員等から、「BSEの発生以後、消費者の食品の安全性に対する意識は高まっている。消費者は、食品に対するリスクについても、今はどのようなリスクがあるのか、どのように管理されているのか、どうしたらリスクを避けることができるのか等の情報を求めるように変わってきており、いろいろな情報の中から、少しでも安全な物、安心な物を選んでいる。しかしながら、外食の場合、ファストフードやファミリーレストラン等ではパートやアルバイトの従業員の割合が高く、産地を尋ねるにも勇気が要るし、尋ねても答えが返ってこない。このため、メニューを選択する場合の拠り所となる情報を表示して欲しい。外食における原材料の原産地表示は是非必要である。」という意見が示されるとともに、「小さな店でも黒板を使って毎日産地を紹介しているところや、ファストフードでも「今日の野菜」の産地等を掲示しているのを見ると、お店の消費者を思う気持ちが伝わり、親近感が湧いてくる。」という発言があった。

また、事業者団体の委員からも、「食生活において外食産業の担う役割は極めて大きい。このような中で消費者の信頼を確保するために、外食事業者自らが積極的に原産地表示に取り組んでいくことが重要であり、事業者の創意工夫を引き出せるようなガイドラインにする方が良い。」という意見が示された。

このように各委員からガイドライン作成の必要性を認める意見が出された。

2. ガイドラインの対象とする事業者について

学識経験者の委員から、「利用者が非常に多く、食材の原産地を把握しやすい大手を対象に検討することが良い。」という意見が出された。これに対して、他の学識経験者から、「外食産業はすそ野が広く多様性に富んでおり、幅広い事業者が利用できるガイドラインになることが望ましい」という意見が出されるとともに、事業者団体の委員から、「中小零細事業者の会員が多い団体であるが、消費者利益と業界の振興という観点から、原産地表示あるいは栄養成分表示を自主的な約束事として取り組もうとしているところであり、この機会を利用して原産地表示に取り組みたい。」という意見が出された。

また、消費者団体の委員からも、「地元の小さな店で黒板を利用して産地表示を行っているところを見ると、規模の大小に関わりなく取り組んでもらう方がよい。」という意見が出された。

このため、対象事業者については、業種・業態及び事業規模に関わりなく対象とする方向で検討を行った。

3. 外食産業の使用原材料に係る原産地表示の実態について

JAS法の原産地表示は、消費者の商品選択に資することを目的に行われているため、外食事業者が調達する原材料の中には、生鮮食品であっても、必ずしも原産地情報が表示されていないものもあることが報告された。検討会ではこの実態を承知しつつ、

トレーサビリティシステムやユビキタスコンピューティング技術を活用した新しい流通システムの開発など、将来、外食産業が原産地を把握しやすい環境に向けた動きが見られる

産地消費や農業との連携に積極的に取り組んでいる又は今後取り組もうとしている外食事業者が少なくない

ガイドラインは、消費者の信頼確保のために外食事業者が自主的に取り組む指針として位置付けられる

企業の社会的責任として、産地の把握に努力することは重要であるとの認識に立ち、特定の原材料を対象から除外することなく、産地表示のあり方について検討を行った。

4. 産地を表示する原材料について

学識経験者の委員から、「子供や高齢者にも外食への需要が増えていることを考えると、そういう人達がまんべんなく利用するファミリーレストラン等では、是非、全ての原材料について表示を行うことを原則として欲しい。」という意見が出された。

一方で、消費者団体の委員や他の学識経験者の委員から、「表示を全部に求めると信憑性や真正性の面で問題が生じるおそれがある。」という意見や、「事業者が責任を持って表示できる原材料について、自主的に表示を行う方がよい。」という意見が出された。

この点については、外食産業は業種・業態が多く、かつ、業種・業態そのものが流動的であること、メニューも業種・業態や季節等によって大きく異なることから、メニューを網羅的に集約して検討することは実態として困難であり、

現実的ではないため、消費者が適切にメニューを選択するためにどのような原材料について原産地表示が必要か、また、外食事業者が責任を持って表示できる原材料はどこまでか、という観点から検討を行った。

5. ガイドラインの普及への取組みについて

ガイドラインに基づく表示が多くの外食事業者に正しく行われるためには、ガイドラインの目的及び内容を、外食事業者だけでなく消費者に対しても周知を図ることが必要であるという認識に立って、ガイドラインの普及方法についても多くの意見が出された。

学識経験者の委員から、「外食産業が、食品流通の最も川下に位置しており、調達ルートも非常に多岐に及んでいる事を考えると、表示を行うためには、川上の生産段階、川中の流通段階を通して情報が正確に川下の外食産業に伝達されなければならない。外食における原産地表示は、外食事業者だけの努力では十分達成できない。このため、外食事業者には、使用する原材料のトレースに取り組み、加工食品業者等に対して産地情報も提供して欲しいという声を上げて欲しい。」という意見が出された。

また、消費者団体の委員から、「現在、既に一部の原材料に限って原産地表示を行っている店舗があるが、本ガイドラインに沿った表示が行われていると消費者が一目で分かるように、原産地と一緒にその旨（例：『当店では、「外食の原産地表示ガイドライン」に基づいて表示を行っております。』）を表示して欲しい。」という意見が出された。

6. 正しい表示の実施について

消費者団体の委員等から、「正しい表示が行われるためには、仕入れから調理して店舗で提供されるまでの各段階で、原産地情報が正確に伝達されるとともに、原材料を取り扱う過程で、原産地に誤りが生じることのないように管理する必要がある。また、表示に対する消費者の信頼を高めるためには、店舗やお客様相談窓口において顧客の質問に対して迅速に対応できるようにしておかなければならない。このためには、ガイドラインに従業員に周知するための責任ある指導が重要である。」との意見が出された。

また、学識経験者の委員から、「このことは、基本的にコンプライアンスの徹底の中で行われるものであるが、店舗やお客様相談窓口等の従業員の研修・教育を行う「表示責任者」を設置してはどうか。」という提案があった。

外食における原産地等の表示に関する検討会委員名簿

(平成17年7月28日現在)

(五十音順、敬称略)

| | | | |
|------|------------|------------|----------------------|
| | あねは 姉齒 | あき 暁 | 大妻女子大学社会情報学部助教授 |
| | おおき 大木 | みちこ 美智子 | 消費科学連合会会長 |
| [座長] | おきたに 沖谷 | あきひろ 明紘 | 日本獣医畜産大学教授 |
| | おだ 小田 | かつみ 勝己 | 宮城大学食産業学部教授 |
| | かとう 加藤 | かずたか 一隆 | 社団法人日本フードサービス協会専務理事 |
| | こじょう 小城 | てつろう 哲郎 | 全国飲食業生活衛生同業組合連合会専務理事 |
| | のむら 野村 | かずまさ 一正 | 時事通信社解説委員 |
| | ふかたに 深谷 | とおる 徹 | 社団法人日本給食サービス協会事務局相談役 |
| | もりた 森田 | まき 満樹 | 消費生活コンサルタント |

外食における原産地等の表示に関する検討会の開催状況

- 平成17年3月23日 第1回検討会
外食における表示の現状及び課題について
- 4月25日 第2回検討会
外食における原産地表示について
- 5月18日 第3回検討会
外食における原産地表示について
- 6月13日 第4回検討会
外食における原産地の表示方法及び普及への取組みについて
ガイドラインの骨子(案)
- 6月14日 ガイドラインの骨子(案)公表
パブリックコメント募集(～7月13日)
- 7月28日 第5回検討会
外食における原産地表示に関するガイドラインの取りまとめ