

# 外食・中食における原料原産地 情報提供ガイドラインQ&A

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



## Q & A 目次

### (総論)

- Q1 なぜ、外食・中食業界がガイドラインを策定したのですか。
- Q2 なぜ、強制力をもった義務表示にされなかったのですか。
- Q3 ガイドラインに基づく情報提供を行わないと処罰されますか。
- Q4 表示内容と実際の実地が異なった場合はどうなりますか。
- Q5 ガイドラインの対象となる事業者の範囲について教えてください。
- Q6 ガイドラインはいつから実施になりますか。猶予期間は設けないのですか。
- Q7 このガイドラインにより、従来の「外食における原産地表示に関するガイドライン」や「惣菜・弁当(持帰り)の情報提供ガイドライン」は廃止されるのですか。

### (表示対象原材料)

- Q8 全ての原材料について原産地の情報提供を行わなければいけませんか。
- Q9 主要なメニュー・商品には、主な原材料以外についても積極的に原産地を情報提供するとしていますが、どこまでを主要なメニュー・商品と考えればよいですか。
- Q10 焼肉店において、主要メニューについて、どこまで原産地の情報提供が必要ですか。
- Q11 調味料等は原産地情報の提供の対象原材料となりますか。
- Q12 ハンバーグのミンチ肉が合挽きの場合は、主な原材料として多く使用している牛肉だけ情報提供すればよいですか。
- Q13 メニューや商品で「アジの干物」を出していますが、原産地の情報提供はどのようにしたらよいですか。
- Q14 「こだわり食材の原材料」とはどのようなものですか。
- Q15 地元で獲れた魚介類を使用しています。お店の看板に「地魚」と書いてよいですか。
- Q16 魚の場合、「養殖」、「天然」は外食・中食でも情報提供する必要がありますか。
- Q17 加工食品を調理したメニュー・商品の場合は、その加工食品の原料原産地を調べて情報提供する必要がありますか。

(原産地の名称)

- Q18 原産地名として、「一般に知られている地名」でも表示できることになっていますが、具体的な表示例を教えてください。
- Q19 使用する原材料の原産地が季節により変わったり、一時的に変動する場合の原産地の情報提供はどうすればよいですか。
- Q20 同一の港に水揚げされる水産物でも、捕れた漁場が違うことがあります。このような場合の表示はどのようにすればよいですか。
- Q21 海外又は国内で養殖された魚介類の水産加工品の原産地表示はどのようにすればよいですか。
- Q22 在庫品の原産地と当日仕入れの原産地が違う場合の表示方法は、どのようにすればよいですか。

(複数の原産地)

- Q23 一つの原材料について、常時数か国のものを使うものの、その使用量が時期によって異なる場合は、原産地の記載方法はどうすればよいですか。
- Q24 複数の原産地のものを使っていますが、会社全体での原産国別使用割合と、エリア(例えば関東地域と関西地域)別の使用割合が違っていています。表示は全国一本化したいのですが、どのようにしたらよいですか。
- Q25 複数の原産地を記載する場合においても、「国産」又は「原産国名」に代えて「一般に知られている地名」を表示してもよいですか。

(情報提供の方法)

- Q26 表示は必ずメニューブックに行わないといけませんか。
- Q27 インターネットに掲載してあればよいですか。
- Q28 季節により仕入先の産地が異なりますが、産地の切り換えとメニュー・商品表示の切り換えとのタイムラグはどこまで許容されますか。

(インスタ加工)

- Q29 インスタ加工による対面販売や容器包装入り商品等の場合、おにぎり、かつ重、うな重、照焼きチキン弁当、おはぎ等は、原料原産地の情報提供をどのようにしたらよいですか。
- Q30 インスタ加工の容器包装入り商品の場合、原材料とその原産地等の表示は何故、義務表示の対象外となっているのですか。

Q31 インストア加工の容器包装入り商品の場合、使用する一番多い加工原材料が加工食品の場合は、その製造地を表示して、情報提供してよいのでしょうか。

Q32 別のセントラルキッチンから配送されたものを販売する場合、重量割合上位1位の原材料が複数となる場合、重量割合上位1位となるすべての原料原産地を表示することになっていますが、インストア加工の場合も同様にすべきですか。

(留意事項)

Q33 ガイドラインで例示されている、「産地が特定できない曖昧な情報」とはどのようなものですか。

Q34 ガイドラインで例示されている、「加工食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解を招く情報」とはどのようなことですか。

Q35 消費者を誤認させるような情報は、ガイドラインで例示している以外にどのようなものが考えられますか。

Q36 同一店舗で別部門が販売する場合や、店舗の部門と別事業者の開催する催事売場で、類似した加工食品の原料原産地等の情報による誤解を招く情報を防ぐためには、どうすればよいですか。

Q37 「仕入伝票や、商品規格書等の表示の根拠となる資料を記録し、保管し」とありますが、書類でなければだめですか。

Q38 卸売業としてガイドラインに対してどのような事前準備が必要ですか。

Q39 表示ミスを起こさないようにするために、注意すべき点は何でしょうか。

Q40 米トレーサビリティ法との関係性を教えてください

Q41 景品表示法第4条第1項第1号における優良誤認とは、どういうことですか。



Q 1 なぜ、外食・中食業界がガイドラインを策定したのですか。

A：外食に関しては、平成17年7月、農林水産省の検討会が「外食における原産地表示に関するガイドライン」を策定し、中食に関しても、平成23年6月に、(社)日本惣菜協会が「惣菜・弁当(持帰り)の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、原材料名、原料原産地名の表示を含む情報提供を促進する取組が進められました。

加工食品の原料原産地表示について、消費者庁は、「食品表示基準(内閣府令)」を改正(平成29年9月1日施行)し、輸入品以外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ましたが、外食や、インストア加工による惣菜、弁当等については、正確性の確保、実行性の困難等の現状から義務表示の対象とはされていません。

また、近年の、スーパー・コンビニにおける惣菜・弁当の品揃えやイートインスペースの充実、外食店におけるお持ち帰りや宅配など、外食と中食の境界が消えつつあります。

こうしたなか、消費者が商品を選択する上で重要な手段である外食メニューや中食商品の表示等について、正しい情報の提供をするために、外食及び中食事業者の連携のもと、自主的な情報提供を推進するため、このガイドラインを策定しました。

Q 2 なぜ、強制力をもった義務表示にされなかったのですか。

A：外食やインストア加工による惣菜、弁当販売等の中食は、日々、食材を調達し、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事等から、原材料の原産地表示を法的に義務づけるには課題が多いからです。

また、多くの店舗では事業者や従業員が消費者に直面し、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、食品表示基準の対象とされていません。

しかしながら、このガイドラインに基づく原材料の原産地表示は、外食・中食に対する消費者の信頼性の確保につながるものであることを理解され、外食・中食事業者にあっては、業種・業態、店舗の内装や装備、原材料の仕入方法等を踏まえて、原材料の原産地表示(情報提供)に取り組んでいただきたいと思います。

Q 3 ガイドラインに基づく情報提供を行わないと処罰されますか。

A：ガイドラインは、外食・中食事業者が自主的な原材料の原産地の情報提供に取り組むための指針ですので、強制力はありません。

なお、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」（昭和37年5月15日法律第134号）（以下、「景品表示法」という。）による措置の対象となるほか、インスタ加工の容器包装入り商品の場合、任意で表示する原産地表示が誤った場合は、「食品表示法」（平成25年法律第70号）による措置の対象となりますので、注意を要します。

Q 4 表示内容と実際の実原産地が異なった場合はどうなりますか。

A：ガイドラインに基づく原材料の原産地を表示する場合には、正確な表示を行う必要があります。任意の情報提供であっても、容器包装上のものでなく、様々な媒体、口頭による表現も表示と解釈され、誤った表示により、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ります。

また、インスタ加工の容器包装入り商品は、添加物、消費期限、アレルギー表示等は義務表示の対象であり、任意の表示である原料原産地表示が誤った場合は、禁止事項となり、「食品表示基準」（第9条1項6号）違反となります。

Q 5 ガイドラインの対象となる事業者の範囲について教えてください。

A：ガイドラインは、外食事業者や、インスタ加工による惣菜、弁当の販売、量り売り等の販売形態で営む中食事業者が自主的な原材料の原産地の情報提供に取り組むための指針です。

Q 6 ガイドラインはいつから実施になりますか。猶予期間は設けないのですか。

A：ガイドラインは、平成年月日に策定され同日付けで公表されました。ガイドラインは、法的に外食・中食事業者に表示義務を課すものではなく、あくまでも外食・中食事業者が自主的な原材料の原産地の情報提供に取り組むための指針であるため特に猶予期間を設けることはしていません。



Q7 このガイドラインにより、従来の「外食における原産地表示に関するガイドライン」や「惣菜・弁当（持帰り）の情報提供ガイドライン」は廃止されるのですか。

A：従来、ガイドラインは別々に策定され、各事業者はその業種・業態に応じ、原材料の原産地表示に取り組んでいただいたところです。

本ガイドラインは、近年の、スーパー・コンビニにおける惣菜・弁当の品揃えやイートインスペースの充実、外食店におけるお持ち帰りや宅配など外食と中食の境界が消えつつあるなか、共通で使えるガイドラインを策定するため、両ガイドラインを見直し、「外食・中食における原料原産地情報提供ガイドライン」として公表したものです。

また、従来の両ガイドラインの策定以降、平成 29 年に食品表示基準が改正され、輸入品を除く全ての加工食品が原料原産地表示の対象となり、景品表示法の改正による課徴金制度の導入など、我が国の表示制度は大幅に変更されており、その考え方を踏まえた原産地表示方法の見直しを本ガイドラインで行ったものです。

このため、外食・中食事業者において原料原産地の情報提供を行う際には本ガイドラインに則した対応に努めて下さい。

Q8 全ての原材料について原産地の情報提供を行わなければいけませんか。

A：ガイドラインでは、消費者の外食メニューや中食商品の選択に資する情報を提供するとの観点から、消費者の関心が高いと考えられる原材料名や原料原産地について、把握した根拠に基づき、実行可能な方法で積極的に情報提供するとの考えに立っています。

主たる原材料やその原産地の情報提供については、特色のある原材料や原産地、消費者の購買動機につながりやすいもの、外食・中食事業者が強調したいこと等から、取り組む事業者の判断で選択することになります。

具体的には、「外食メニュー・中食商品の主たる原材料」、「外食メニュー・中食商品名に用いられている原材料」、「こだわりの原材料」のほか、安定した調達に取り組まれる原材料等について、その種類ごとに記載するなど、表示等の伝達方法を工夫して情報提供に努めることを定めています。

Q9 主要なメニュー・商品には、主な原材料以外についても積極的に原産地を情報提供するとしていますが、どこまでを主要なメニュー・商品と考えればよいですか。

A：ガイドラインでは、外食・中食事業者が消費者に積極的に推奨している「売れ筋」や「定番」の外食メニューや人気の中食商品を「主要なメニュー・商品」として位置付けています。外食・中食産業は、業種・業態が多岐にわたっており、具体的なメニュー・商品の範囲については、事業者ごとに判断していただくことになります。

Q10 焼肉店において、主要メニューについて、どこまで原産地の情報提供が必要ですか。

A：焼肉の場合、消費者は何よりも焼肉用の肉について産地情報を求めていると考えられます。「食肉類」について、複数の産地のものを使用した場合、例えば、牛肉（国産）、牛肉（アメリカ産）というような原産地の情報提供が必要かと思われます。このほか、野菜等についても、「メニュー名や商品名に用いられている原材料」や「こだわりの原材料」であれば、原産地の情報提供に努めてください。

Q11 調味料等は原産地情報の提供の対象原材料となりますか。

A：ガイドラインは、消費者のメニューや中食商品の選択に必要な原材料について、原産地情報の提供方法を取りまとめており、ソースやドレッシング、調味料などは対象としていません。

Q12 ハンバーグのミンチ肉が合挽きの場合は、主な原材料として多く使用している牛肉だけ情報提供すればよいですか。

A：ハンバーグに使われているミンチ肉が牛肉と豚肉の合挽きの場合、「牛肉（オーストラリア産、ニュージーランド産）」と記載しますが、牛肉だけが使われていると消費者に誤認させるおそれがありますので、「豚肉」も書くことをお勧めします。

Q13 メニューや商品で「アジの干物」を出していますが、原産地の情報提供はどのようにしたらよいですか。

A：原料原産地の表示を行う場合、例えば長崎県で水揚げされたアジを使用している場合には、真アジ（長崎県産）となります。また、アジの干物（長崎県産）と表示した場合、長崎県が加工地なのか、原産地なのかわかりません。

このようなケースで、原産地表示を行おうとお考えの際は、加工業者等に原材料の原産地を確認して下さい。

Q14 「こだわり食材の原材料」とはどのようなものですか。

A：「こだわり食材の原材料」とは、外食・中食事業者が品種、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います。例えば、有機栽培の農産物、ブランド化している農産物、朝採りの新鮮な野菜のように、付加価値の高いものが多いと考えております。この場合、こだわって調達されるものですので、原産地を把握されていると考えられます。

一方、消費者も、このような「こだわり食材の原材料」については関心が高く、購買動機に繋がることと考えられることから原産地の情報提供を推奨していくこととしたものです。

Q15 地元で獲れた魚介類を使用しています。お店の看板に「地魚」と書いてよいですか。

A：このような店舗で原産地表示を行う場合には、来店した消費者の中にはどこで捕らえたものなのか判断に苦慮する場合がございます。このような場合は、店舗の所在する地域で捕れたものであるならば当該地域名を表示する等、消費者が理解できる表示にしてください。

Q16 魚の場合、「養殖」、「天然」は外食・中食でも情報提供する必要がありますか。

A：ガイドラインは、原材料の原産地に係る情報提供について示しており、「養殖・天然」等は含んでいませんが、事実に基づいて積極的な情報提供をお願いします。

Q17 加工食品を調理したメニュー・商品の場合は、その加工食品の原料原産地を調べて情報提供する必要がありますか。

A：外食・中食事業者が利用する加工食品についても、仕入業者等を通じて原産地が分かれば情報を提供できますが、分からなければ、情報提供できません。

このため、ガイドラインでは、「外食・中食事業者が原産地の情報提供に取り組むため、積極的に原産地情報の把握に努めものとする。」としています。

なお、消費者から問合せがあった場合には、「このメニュー・商品に使用している〇〇は、輸入品で、製造国は△△国です、当方ではこれ以上の情報は得ておりません。」等と加工食品の製造地<sup>(注)</sup>を伝えることも一つの情報提供です。

(注) 加工食品の製造地とは、「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の原産国(地)とは限りません。

Q18 原産地名として、「一般に知られている地名」でも表示できることになっていますが、具体的な表示例を教えてください。

A：ガイドラインでは、国産品は「国産」、輸入品は「原産国名」の表示を基本としていますが、御質問のように「一般に知られている地名」でも表示することができます。具体的イメージは、以下のとおりです

表示する原産地のイメージ

国産品の場合、						
都道府県名 <例> 北海道 秋田県 佐賀県	地方名 <例> 北陸地方 東海地方	地域名 <例> 庄内 阿蘇	旧国名 <例> 薩摩 近江 因幡	海域名 <例> 銚子沖 日向灘	湖名 <例> 宍道湖 十三湖	島名 <例> 淡路島 佐渡島
※						
外国産の場合、						
州名・省名 <例> フロリダ州 福建省	地域・都市名 <例> パルマ地域	湖名 <例> B国カスピ海	島名 <例> タスマニア島 ハワイ島	海域名 <例> A国地中海 ※	※は「生鮮魚介類の生産水域名の表示のガイドライン」に準拠した表示を行ってください。	

なお、外国産の場合、「一般に知られている地域名」を表示する場合であっても、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なるように努めてください。

Q19 使用する原材料の原産地が季節により変わったり、一時的に変動する場合の原産地の情報提供はどうすればよいですか。

A：農林水産物は、気象条件の影響を受けやすいので、安定した入手が難しいことがあります。例えば、国産野菜を年間通じて契約農家から仕入れているような場合で

も、台風などで入荷予定先が大きな被害を受けたときには、どうしても緊急避難的に国外から仕入れるケースなどが想定されます。

ガイドラインではこのような原材料調達の事情を考慮し、「当店の野菜は、原則「国産」ですが、天候等の理由によっては一部〇〇産を使う場合もあります。」等と情報提供できることとしています。また、メニュー・商品の表示と原産地が違う場合、オーダー時におことわりを入れるなど、オーダー時に産地変更が確認できる対応が必要です。

Q20 同一の港に水揚げされる水産物でも、捕れた漁場が違うことがあります。このような場合の表示はどのようにすればよいですか。

A：多量の水産物を使用する場合等には、捕れた水域名を表示することは情報管理が難しく書き換え等のミスも生じやすくなるため、ガイドラインでは「国産」か「原産国」の表示を基本としています。しかしながら、国産品であってより詳細な原産地表示が可能な場合は、「食品表示基準」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）に従って、「採捕された水域名」又は「養殖された地域名」を表示するように努めてください。

なお、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ます。国産品にあつては「水域名」に代えて「水揚げされた港名」又は「港の属する都道府県名」を表示することができます。

Q21 海外又は国内で養殖された魚介類の水産加工品の原産地表示はどのようにすればよいですか。

A：水産加工品として、海外A国又は〇〇県で養殖された「うなぎ」を海外B国又は△△県で加工した場合及び直接店舗で加工した場合の「鰻の蒲焼き」を例にとると、

- ① A国で養殖されたウナギをA国で蒲焼きにまで加工して日本に輸入し、店舗内で温めたとき
- ② A国で養殖されたウナギをB国に運び、B国で蒲焼きにまで加工して日本に輸入し、店舗内で温めたとき
- ③ A国で養殖されたウナギをB国に運び、B国で白焼きにして日本に輸入し、店舗内で蒲焼きにしたとき、
- ④ A国で養殖されたウナギを日本に輸入し、店舗内で蒲焼きにしたとき
- ⑤ 〇〇県で養殖されたウナギを店舗内で蒲焼きにしたとき
- ⑥ 〇〇県で養殖されたウナギを△△県の加工所で蒲焼きにして店舗内で温めたとき

上記のケースでは、①～④のウナギの原産地は「A国」、⑤と⑥のウナギの原産地は「国産」又は「〇〇県」となります。

このように、メニューや商品名で加工食品の原料原産地を情報提供する場合は、製造地であるか、原料原産地であるのか、誤解が無いように情報提供する必要があります。

Q22 在庫品の原産地と当日仕入れの原産地が違う場合の表示方法は、どのようにすればよいですか。

A：ガイドラインでは、複数の原産地のものを使用する場合は、使用量の多い順に記載することとしていますので、在庫と当日仕入れの両方を使う場合は、両方の使用量を比較の上、多い順に表示することとなります。また、表示はそのままにしておき、在庫品から使う場合は、在庫を使い切った後に、当日仕入れ分に切り替わる時点で表示等を書き換える必要があります。

Q23 一つの原材料について、常時数か国のものを使うものの、その使用量が時期によって異なる場合は、原産地の記載方法はどのようにすればよいですか。

：ガイドラインでは、複数の国の原材料を使用する場合は、使用量の多い順に書くことにしています。しかしながら、外食・中食の特徴として、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ます。したがって、使用量の多い順が、現在と一週間後では替わることも十分あり得ます。この場合、こまめに使用量の見直しを行い、表示を書き換えれば問題はありませんが、大変難しい場合があります。

例えば、表を作成し、国別重量順ではない旨を明記した上で、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、さらにその根拠を、消費者に説明できるようにしておくことが必要です。

Q24 複数の原産地のものを使っていますが、会社全体での原産国別使用割合と、エリア（例えば関東地域と関西地域）別の使用割合が違っていています。表示は全国一本化したいのですが、どのようにしたらよいですか。

A：会社として仕入れを一本化しており、原材料の産地情報が一元管理されているような場合、関東地域の店舗用、関西地域店舗用での使用実態に合わせた表示が望ましいと考えます。天候や時期、調達の都合により、主要食材の原産地を変更する可能性があることを消費者に説明できるようにしておくことが必要です。

Q25 複数の原産地を記載する場合においても、「国産」又は「原産国名」に代えて「一般に知られている地名」を表示してもよいですか。

A：表示する原材料で複数の原産地のものを使用する場合に、「国産」又は「原産国名」に代えて「一般に知られている地名」を表示しても差し支えありません。

しかし、次の例のように複数の国内産地と外国産地を併用する場合は、注意してください。

例：ある原材料について、国内2か所（例：国内産地A、国内産地B）及び海外1か所（例：外国産地C）で生産されているものを使用し、かつ、国内産地Aの使用量が一番多い場合。

- ① 外国産地Cの使用量が2番目のとき：「国内産地A、外国産地C、国内産地B」は○
- ② 外国産地Cの使用量が3番目のとき：「国内産地A、国内産地B、外国産地C」は○
- ③ 外国産地Cの使用量が大変少ないとき：「国内産地A、国内産地B。ただし、収穫量により外国産を使う場合もあります」は○

Q26 表示は必ずメニューブックに行わないといけませんか。

A：外食店舗ではメニューブックのほかにも、ウィンドーサンプル、トレイマット、壁紙やボードなど、様々な手段を用いて表示が行われています。また、惣菜店舗等では、プライスカード、ボード・ポップ等を使った掲示が行われています。

このため、ガイドラインでは表示する手段や場所を決めていません。外食・中食事業者が創意工夫を活かし、消費者の見やすい場所に分かりやすく表示するか、ホームページに掲載、QRコードの活用及び口頭による情報提供をしていただくこととなります。

Q27 インターネットに掲載してあればよいですか。

A：インターネットを利用した原産地の情報提供は、消費者へのより詳細な情報提供に有効です。外食店舗においては、消費者が、あらかじめ店舗を決める有力な情報源となっていることが多いと思われます。しかし、全ての消費者がインターネットにアクセスするわけではないので、店舗表示や口頭での情報提供に努めてください。

また、惣菜店舗では、ホームページでの情報掲載は少なく、店舗内表示が主流ですので、表示に加え、口頭等での情報提供に努めてください。

Q28 季節により仕入先の産地が異なりますが、産地の切り換えとメニュー・商品表示の切り換えとのタイムラグはどこまで許容されますか。

A：ガイドラインによる原産地の情報提供を行う場合には、正確に情報を伝える必要があります。このような場合は直ちに原産地名を修正するか抹消する必要があります。産地が頻繁に変わる場合には、消費者の見やすい場所に分かりやすくボード、ポップ及び口頭等に対応されることに加え、ホームページに掲載することやQRコードの活用による情報提供をお勧めします。

Q29 インストア加工による対面販売や容器包装入り商品等の場合、おにぎり、かつ重、うな重、照焼きチキン弁当、おはぎ等は、原料原産地の情報提供をどのようにしたらよいですか。

A：情報提供にあたっては、消費者は、「主たる原材料」や「こだわりの原材料」等のメニュー構成や中食商品を決定する原材料の栽培方法等や、原産地情報を求めていると考えられます。

例えば、おにぎり（のり）、かつ重（豚）、うな重（うなぎ）、チキン弁当（鶏肉）及びおはぎ（小豆）の原産地や、地鶏、黒豚等の特長を強調するような原材料については、積極的に情報提供や問合せ対応を行うことが望ましいと考えております。

なお、米飯類は米トレーサビリティ法の対象ですのでご注意ください。

Q30 インストア加工の容器包装入り商品の場合、原材料とその原産地等の表示は何故、義務表示の対象外となっているのですか。

A：小売店等の店内で弁当、惣菜を調理し、容器包装に入れて販売する場合やバックヤードや店舗と同一敷地内の施設で調理し、容器包装に入れて販売する場合は、製造又は加工をした者が消費者に直接品質等について説明できることから、原材料名、内容量、栄養成分の量及び熱量、原料原産地名など一部の表示は要しないことになっています。したがって、消費者の求める情報を適切に提供できる体制整備が望まれます。

Q31 インストア加工の容器包装入り商品の場合、使用する一番多い原材料が加工食品の場合はその製造地を表示して、情報提供してよいのでしょうか。

A：仕入れた1番多い原材料が加工食品の場合、その製造地を「〇〇製造」等と表示することが原則です。消費者は、その場でつくり、その場で消費者に販売するインストア加工であれば、生鮮原料まで遡った原産地情報を求めていると考えられま



す。従って、仕入先への原産地情報を確認するなどにより、正確な情報を把握し、提供することが望ましいと考えております。

正確な原料原産地を、特定できない場合は、その旨を説明し、「製造地」を表示する場合は、加工食品の製造地が、当該加工食品の原材料である生鮮食品の原産国(地)とは限らないことを説明できるようにしておくことが必要です。

Q32 別のセントラルキッチンから配送されたものを販売する場合、重量割合上位1位の原材料が複数となる場合、重量割合上位1位となるすべての原料原産地を表示することになっていますが、インスタ加工の場合も同様にすべきですか。

A：インスタ加工の容器包装入り商品について、任意で原料原産地表示を行う場合には、食品表示基準の原料原産地名の表示方法により商品の容器包装の一括表示部分に表示するか、商品の容器包装の一括表示部分以外の場所に表示するかは消費者の視点及び表示のスペースなどの事情を踏まえて、事業者が判断することになります。

誤った原料原産地を表示した場合、食品表示法違反となるので、注意する必要があります。また、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も、景品表示法による措置の対象となります。

しかし、仕入れた商品とインスタ加工の容器包装入り商品では、原料原産地表示の適用が異なることを知らない消費者も多いので、消費者から原材料やその原産地等の商品の品質等に関する情報を求められた場合、詳細に説明することができれば、有力な情報提供の方法といえます。

インスタ加工で容器包装入りでない商品は、実行可能な方法で、本ガイドラインの趣旨に沿った原料原産地情報の伝達に努めていただくことが大切です。

Q33 ガイドラインで例示されている、「産地が特定できない曖昧な情報」とはどのようなものですか。

A：例えば、外食・中食事業者が、店舗においてポップやメニューブック等に、「野菜は地物を使用しています。」というように書いた場合、来店した消費者によってはどこで栽培されたものなのか判断に苦慮する場合があります。

このような場合は、店舗の所在する地域で栽培されたものであるならば、当該地域名を表示したり、口頭で伝える等、消費者が理解できるようにしてください。

Q34 ガイドラインで例示されている、「加工食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解を招く情報」とはどのようなことですか。

A：例えば、店外で加工されて搬入される加工食品の「フライドポテト」と、季節限定で店内調理を行う「じゃがいものバター焼」の両メニューを提供しているような場合に、「じゃがいものバター焼」に使用するじゃがいもの原産地を表示したつもりで、「旬のじゃがいもは〇〇県産」と表示すると、消費者は「フライドポテト」も同じ原産地と誤認してしまうことが考えられます。

従って、この場合は、「バター焼に使用するじゃがいもは〇〇県産」と表示するなど、加工品と生鮮品の原産地が異なる場合は混同されないようにする必要があります。

(事例)

加工食品	じゃがいものバター焼き（じゃがいも：北海道産）
	フライドポテト（じゃがいも：米国产）

Q35 消費者を誤認させるような情報は、ガイドラインで例示している以外どのようなものが考えられますか。

A：店舗の内外で、のぼりやポスター等を用いて食材をアピールしている場面をよく見かけます。そのような場合、例えば、「〇〇地鶏」使用等と輸入鶏肉の両方を用いたメニュー・商品を出している時には、「〇〇地鶏」使用等の宣伝によって消費者が、店舗で使用している鶏肉は全て「〇〇地鶏」であると誤認するおそれがあります。このような場合は、「地鶏メニュー」を別に用意したり、メニューブック等において地鶏を使用する料理なのか、輸入鶏肉等を使用する料理であることを明示するなど、正しい原産地表示となるよう注意が必要です。

Q36 同一店舗で別部門が販売する場合や、店舗の部門と別事業者の開催する催事売場で、類似した加工食品の原料原産地等の情報による誤解を招く情報を防ぐためには、どうすればよいですか。

A：例えば、鮮魚売場で「生さんま（北海道産）」を販売、隣接する惣菜売場で「さんまの竜田揚げ」を販売する場合、さんまの原産地が異なる場合には、それぞれ適切な情報を提供することにより消費者の誤解を招かないようにして下さい。

Q37 「仕入伝票や、商品規格書等の表示の根拠となる資料を記録し、保管し」とありますが、書類でなければだめですか。

A：仕入業者等から口頭で産地を聞いたり、また、聞き取って自身でメモしたりするのはではなく、仕入伝票等の表示の根拠となる資料を確保するなど、仕入先からの原産地が明確に表示されているもので産地を確認して整理しておくことが重要と考えております。

Q38 卸売業としてガイドラインに対してどのような事前準備が必要ですか。

A：卸売業の場合、外食事業者や、インスタ加工の食品のみに仕向けられた中食事業者に対する業務用加工食品及び生鮮食品は、原料原産地表示の情報伝達の義務はありません。なお、販売先が、外食等向けのみか不明の場合は、原料原産地表示等も必要となります。

消費者に販売される最終製品で原料原産地表示が義務付けられている場合においては、原料原産地を適正に表示するために、中間加工原材料等の業務用加工食品、業務用生鮮食品の原産地情報を適切に伝達する必要があります。

しかしながら、原産地表示義務のないものでも、今後、外食・中食事業者が原産地表示等に取り組むに当たり、消費者から原産地情報を求められる場合には、卸売業者の積極的な情報提供をお願いします。

Q39 表示ミスを起こさないようにするために、注意すべき点は何でしょうか。

A：外食事業者にあっては、原材料の仕入れや店舗への配送の実情等を踏まえ、情報の伝達・管理の徹底、従業員への原産地表示に対する教育、社内コンプライアンスの徹底等を行っていただきたいと考えております。

景品表示法により、「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、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）を遵守し、原材料に関する情報管理を行う必要があります。

Q40 米トレーサビリティ法との関係性を教えてください。

A：「米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律」（平成21年法律第26号）により、米、米加工品に問題が発生した際に流通ルートをやや速やかに特定するため、生産から販売・提供までの各段階を通じ、取引等の記録を作成・保存し、米の産地情報を取引先や消費者に伝達することが求められています。外食・中食事業者は、受領した伝票や作成した記録等を、3年間保存するとともに、一般消費者に対し、その産地情報を伝達する義務があります。

産地情報の伝達方法は、メニューへの記載や、店内に産地が知ることができる方法を示すなど、実情に合わせた伝達方法が認められています。対象品目については、外食は、米飯類〔各種弁当、各種おにぎり、オムライス、赤飯、カレーライス、ライスバーガー、赤飯、おこわ、乾燥米飯類等の米飯類（いずれも、冷凍食品、レトルト食品及び缶詰類を含む。）〕、中食は、米飯類に加え、米加工食品（もち、だんご、米菓等）も対象となっています。

Q41 景品表示法第4条第1項第1号における優良誤認とは、どういうことですか。

A：商品や役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも、著しく優良であると示し、又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を提供している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示であって、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められる表示は、不当表示（優良誤認表示）として禁止されています。