

「食品表示基準の加工食品の原料原産地表示制度に係る規定及び別表の一部改正に対する答申（平成29年8月10日府消委第198号）における
諮問された食品表示基準案を相当とする前提条件」
への対応の報告について

令和6年12月
消費者庁 食品表示課

食品表示基準（平成27年内閣府令第10号）の加工食品の原料原産地表示制度に係る規定及び別表の一部改正に対する答申（平成29年8月10日府消委第198号）における諮問された食品表示基準案を相当とする前提条件（10項目）

1 <消費者・事業者の理解状況に関する目標値の設定>

全ての加工食品に原料原産地表示を義務付ける制度は、消費者の商品の合理的選択の確保から構想されており、消費者が表示の意味を正しく理解し活用しなければ、制度を導入する目的が達せられない。また、制度導入にあたっては、事業者が制度を正しく理解し、理解不足による誤表示が発生しないよう十分に行政が周知を行うことは必須である。このため、消費者への普及・啓発、事業者への制度周知にあたっては、あらかじめ理解度等に関して達成すべき目標値を設定し、達成状況を適宜確認しつつ、周知活動を行うこと。

2 <消費者への普及・啓発>

消費者への普及・啓発にあたっては、従前の食品表示に関する消費者の理解が進んでいない現状も鑑み、消費者向けQ & Aの作成などの新たな普及・啓発方法も取り入れて、目標達成に向け丁寧かつ十分に行うこと。

3 <事業者への周知>

本制度は、事業者の規模に係わらず、国内で活動する全事業者に加工食品の原料原産地表示を義務付けるものであるため、事業者向けの周知にあたっては、説明会の開催のみにとどまらず、説明会に参加する時間が取りにくい中小・零細事業者にも十分に配慮した施策を実施すること。併せて、事業者が必要とする時に具体的な個別相談を行うことができる相談窓口を全国各地に常設するなどの対応も行い、事業者の理解不足に基づく誤表示が発生しないよう、事業者への周知を丁寧かつ十分に行うこと。

4 <事業者向けQ&Aの充実>

食品表示部会での議論を踏まえてQ & Aを更に拡充し、事業者が制度を誤って解釈しないように、判りやすかつ的確な制度解説を行うこと。特に、例外要件に当たるか否かの判断基準や、原料原産地表示の根拠資料の保管に関するルール、検査時に説明を求められる事項等を、明確に理解できる解説とすること。併せて、Q & Aへの表示例の記載にあたっては、当該例示を参考に事業者が作成することとなる表示が、消費者の誤解を招かない内容となるよう、更に表示例の精査を行うこと。

食品表示基準（平成27年内閣府令第10号）の加工食品の原料原産地表示制度に係る規定及び別表の一部改正に対する答申（平成29年8月10日府消委第198号）における諮問された食品表示基準案を相当とする前提条件（10項目）

5 <経過措置期間中の周知状況に関する状況把握・分析>

消費者庁が実施するとしている「周知状況を把握する調査」は、消費者のみならず事業者に対しても実施すること。経過措置期間中、毎年調査を実施し、周知状況の現状分析を行った上で、目標達成状況に応じて周知活動の追加実施や周知方法の変更を行うといった柔軟な対応を行うこと。

6 <監視>

本制度の導入にあたっては、故意に実際と異なる表示を行った事業者がいた場合に、そのような不正表示を的確に把握し、当該事業者を処分できる監視体制と制度運用が整っていることが必須条件である。食品表示に関する監視体制をより一層強化するとともに、本制度の監視に関する運用を更に具体的に検討し、監視に係る指針・手順書等の作成を行い、国・地方自治体が連携して不正表示を許さない制度運用を速やかに確立すること。

7 <別表第十五（第三条、第十条関係）への品目の追加基準の明確化>

今後、「おにぎりのり」のように別表第十五（従前の22食品群+4品目の原料原産地表示）に追加する品目を選定する場合の基準を明確化し、公表すること。

8 <例外表示の検証>

制度施行後、定期的に制度の原則である国別重量順表示と例外表示がどの程度の割合で存在するかや、例外表示が多く使用される原材料や製品群については、例外表示を行っている事情等について調査し、検証を行うこと。

食品表示基準（平成27年内閣府令第10号）の加工食品の原料原産地表示制度に係る規定及び別表の一部改正に対する答申（平成29年8月10日府消委第198号）における諮問された食品表示基準案を相当とする前提条件（10項目）

9 <理解度調査等の実施>

経過措置期間終了後、国別重量順表示と例外表示に分けて加工食品の原料原産地表示に係る消費者の理解度・活用度・表示に対する満足度などに関する調査を定期的の実施するとともに、本制度に係る事業者のコストなどの負担状況について調査し、それぞれ現状を分析の上、その結果を公表すること。また、事業者に寄せられた消費者からの質問や意見等についても調査を実施し、消費者に係る現状分析に活用すること。

10 <制度の見直し>

今回の原料原産地表示制度は、「全ての加工食品」を対象にしたことにより、事業者の実行可能性を担保するために複雑な制度となっている。また、消費者に提供する情報量の拡大というメリットがある一方で、中小事業者への負担増、食品産業の競争力の低下などのデメリットが生じる恐れもある。このことから、経過措置期間終了から2年後を目途として、上記8．9．の調査を含む各種調査結果等に基づき、表示に対する消費者ニーズの変化状況や事業者の状況等を確認し、制度導入の効果について検証を行い、必要に応じて、制度の拡大や廃止も含めて、幅広く見直しを実施すること。

1 <消費者・事業者の理解状況に関する目標値の設定>

全ての加工食品に原料原産地表示を義務付ける制度は、消費者の商品の合理的選択の確保から構想されており、消費者が表示の意味を正しく理解し活用しなければ、制度を導入する目的が達せられない。また、制度導入にあたっては、事業者が制度を正しく理解し、理解不足による誤表示が発生しないよう十分に行政が周知を行うことは必須である。このため、消費者への普及・啓発、事業者への制度周知にあたっては、あらかじめ理解度等に関して達成すべき目標値を設定し、達成状況を適宜確認しつつ、周知活動を行うこと。

➤ 目標値

- 経過措置期間終了時の消費者の理解度等の達成すべき目標値は、50.4%に設定する。＊
 - 食品表示制度について、どのようなものか知っている、かつ、認識が一致している者を、食品表示制度を認知している者とし、
 - 食品表示を認知している者のうち、加工食品を購入する際、原料原産地表示を参考にする者の全てが新たな加工食品の原料原産地表示制度を理解することを目標とする。
- 食品表示を認知している者のうち、原料原産地表示を参考にする者の全体に対する割合は、50.4%
(平成29年度消費者意向調査の結果より)
- 経過措置期間終了時の事業者の理解度等の達成すべき目標値は、100%に設定する。

※平成30年6月6日 第44回食品表示部会 資料2 - 1を改変

※目標値は消費者基本計画におけるKPIであり、KPIは消費者委員会の意見を聴取した上で決定。

1 <消費者・事業者の理解状況に関する目標値の設定>

全ての加工食品に原料原産地表示を義務付ける制度は、消費者の商品の合理的選択の確保から構想されており、消費者が表示の意味を正しく理解し活用しなければ、制度を導入する目的が達せられない。また、制度導入にあたっては、事業者が制度を正しく理解し、理解不足による誤表示が発生しないよう十分に行政が周知を行うことは必須である。このため、消費者への普及・啓発、事業者への制度周知にあたっては、あらかじめ理解度等に関して達成すべき目標値を設定し、達成状況を適宜確認しつつ、周知活動を行うこと。

➤ 消費者意向調査の調査結果に基づく各年度の達成状況

注：括弧内は、理解度/目標値※

	H29	H30	H31 (R1)	R2	R3	R4	R5
対象品目	22.6% (11.5/50.4)	22.6% (12.0/53.2)	23.0% (12.1/52.5)	24.1% (12.6/52.2)	21.9% (10.0/45.6)	32.2% (11.5/35.9)	29.3% (11.5/39.3)
対象原材料	30.0% (15.1/50.4)	24.4% (13.0/53.2)	26.1% (13.7/52.5)	27.0% (14.1/52.2)	24.8% (11.3/45.6)	34.2% (12.3/35.9)	34.6% (13.6/39.3)
製造地表示	32.5% (16.4/50.4)	32.5% (17.3/53.2)	34.7% (18.2/52.5)	36.8% (19.2/52.2)	38.4% (17.5/45.6)	56.9% (20.4/35.9)	69.2% (27.2/39.3)
又は表示	21.0% (10.6/50.4)	23.7% (12.6/53.2)	24.2% (12.7/52.5)	27.2% (14.2/52.2)	26.8% (12.2/45.6)	33.2% (11.9/35.9)	23.7% (9.3/39.3)
大括り表示	70.4% (35.5/50.4)	46.1% (24.5/53.2)	44.2% (23.2/52.5)	52.7% (27.5/52.2)	50.0% (22.8/45.6)	88.9% (31.9/35.9)	77.9% (30.6/39.3)

※食品表示を認知している者のうち、原料原産地表示を参考にする者の全体に対する割合

2 <消費者への普及・啓発>

消費者への普及・啓発にあたっては、従前の食品表示に関する消費者の理解が進んでいない現状も鑑み、消費者向けQ & Aの作成などの新たな普及・啓発方法も取り入れて、目標達成に向け丁寧かつ十分に行うこと。

- 消費者庁実施の委託事業において、消費者（特に実際に食品を購入する頻度が高い主婦層）を対象とした食品表示制度セミナーを消費者団体と連携して全国各地で実施

	H29	H30	H31 (R1)	R2	R3	R4	R5
開催回数	3	36	32	11	16	8	10

- 消費者向けに特化したパンフレット及びリーフレット等を作成し、消費者庁ウェブサイトにて公表。
- 消費者からよく寄せられるQ&Aを消費者庁ウェブサイトに掲載

(参考) 消費者向けQA

https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/quality/country_of_origin/qa



- また、令和5年度食品表示懇談会のとりまとめにおいて、「消費者が自主的かつ合理的な選択のために食品表示を正しく活用できるよう、学生への教育を含め世代に応じたアプローチで制度の周知普及を行う必要がある」とされたことを踏まえ、令和6年度より、新たな取組として、学生（大学や専門学校）に向けた講演を実施。

3 <事業者への周知>

本制度は、事業者の規模に係わらず、国内で活動する全事業者に加工食品の原料原産地表示を義務付けるものであるため、事業者向けの周知にあたっては、説明会の開催のみにとどまらず、説明会に参加する時間が取りにくい中小・零細事業者にも十分に配慮した施策を実施すること。併せて、事業者が必要とする時に具体的な個別相談を行うことができる相談窓口を全国各地に常設するなどの対応も行い、事業者の理解不足に基づく誤表示が発生しないよう、事業者への周知を丁寧かつ十分に行うこと。

- 農林水産省と連携して、マニュアルの作成、説明会の開催等の取組を実施。
- 農林水産省が実施した食品表示・トレーサビリティ推進委託事業において、平成29年度においては、「新しい原料原産地表示制度～事業者向け活用マニュアル～」、平成30年度においては、事業者が行う具体的な行為の手順等を示すマニュアル別冊資料を作成。
- 上記マニュアルの説明会を、平成29年度から令和元年度にかけて全国各地で54回開催。また、オンラインセミナー動画を作成し、農林水産省ウェブサイト公表。
- 消費者庁ウェブサイトにも当該ウェブサイトへのリンクを掲載。

(参考) 新たな加工食品の原料原産地表示制度に関する情報> 主に事業者の方向けの情報

https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/quality/country_of_origin/index.html#reference

- 事業者団体、行政機関等からの依頼に応じ、全国各地へ講師を派遣。

	H29	H30	H31 (R1)	R2	R3	R4	R5
派遣回数	112	101	68	19	45	75	60

→今後も、可能な限り地方公共団体等と連携し、周知活動を実施。

3 <事業者への周知>

本制度は、事業者の規模に係わらず、国内で活動する全事業者に加工食品の原料原産地表示を義務付けるものであるため、事業者向けの周知にあたっては、説明会の開催のみにとどまらず、説明会に参加する時間が取りにくい中小・零細事業者にも十分に配慮した施策を実施すること。併せて、事業者が必要とする時に具体的な個別相談を行うことができる相談窓口を全国各地に常設するなどの対応も行い、事業者の理解不足に基づく誤表示が発生しないよう、事業者への周知を丁寧かつ十分に行うこと。

- 相談対応については、消費者庁に加え平成29年9月に各地方農政局等、FAMICに相談窓口を設置し、中小・零細事業者からの相談に対応できる体制を整備。

→現在、消費者庁ウェブサイト以最寄りの都道府県の問合せ先を掲載。

(参考) 食品表示法の相談・被疑情報の受付窓口(各都道府県)

https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/information/contact/prefectures

- 平成29年以降新たな加工食品の原料原産地表示制度に係る都道府県等担当者研修を年1回実施※。

※令和2年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により未実施

4 <事業者向けQ&Aの充実>

食品表示部会での議論を踏まえてQ & A を更に拡充し、事業者が制度を誤って解釈しないように、判りやすくかつ的確な制度解説を行うこと。特に、例外要件に当たるか否かの判断基準や、原料原産地表示の根拠資料の保管に関するルール、検査時に説明を求められる事項等を、明確に理解できる解説とすること。併せて、Q & A への表示例の記載にあたっては、当該例示を参考に事業者が作成することとなる表示が、消費者の誤解を招かない内容となるよう、更に表示例の精査を行うこと。

➤ 食品表示基準Q&Aの一部改正（平成30年1月19日付け）

平成29年9月1日に、新たな加工食品の原料原産地表示制度を定めた食品表示基準の一部を改正する内閣府令（平成29年内閣府令第43号）が施行された。

施行後の制度説明会での質疑等を踏まえ、解釈を明確化すべきと判断した点について、「食品表示基準Q&A」（平成27年3月30日付け消食表第140号消費者庁食品表示企画課長通知）の一部を改正。

➤ 新たな原料原産地表示制度に関するQ&Aの拡充

「食品表示基準Q&A」の「別添 新たな原料原産地表示制度（原原－1～原原－69）」において、例外要件に当たるか否かの判断基準については、原原－27,32,35、原料原産地の根拠資料の保管に関するルール及び検査時に説明を求められる事項等については、原原－27,32,38,40にて解説。

5 <経過措置期間中の周知状況に関する状況把握・分析>

消費者庁が実施するとしている「周知状況を把握する調査」は、消費者のみならず事業者に対しても実施すること。経過措置期間中、毎年調査を実施し、周知状況の現状分析を行った上で、目標達成状況に応じて周知活動の追加実施や周知方法の変更を行うといった柔軟な対応を行うこと。

- 経過措置期間中の周知状況に関する状況把握・分析のため、事業者および消費者を対象とした意向調査及び制度の理解度の調査を実施。

○新たな加工食品の原料原産地表示制度に係る食品関連事業者の理解度等に関する調査

目的：現状の新たな加工食品の原料原産地表示制度に対する事業者の理解度等を調査及び分析すること
調査時期：平成30年度～令和3年度
対象：全国の食品関連事業者700～1,200社程度

○消費者意向調査

目的：食品表示法等の関係法令やガイドライン等の定着状況を把握するとともに、消費者の食品表示に対するニーズを把握し、食品表示制度の見直しに役立てること
調査時期：平成30年度～令和3年度
対象：全国の消費者10,000人

- 「新しい原料原産地表示制度～事業者向け活用マニュアル～」について、オンラインセミナー動画を作成し、農林水産省ウェブサイト公表。
- 令和6年度より、新たな取組として、学生（大学や専門学校）に向けた講演を実施。

①事業者への周知状況

○新たな加工食品の原料原産地表示制度に係る食品関連事業者の理解度等に関する調査

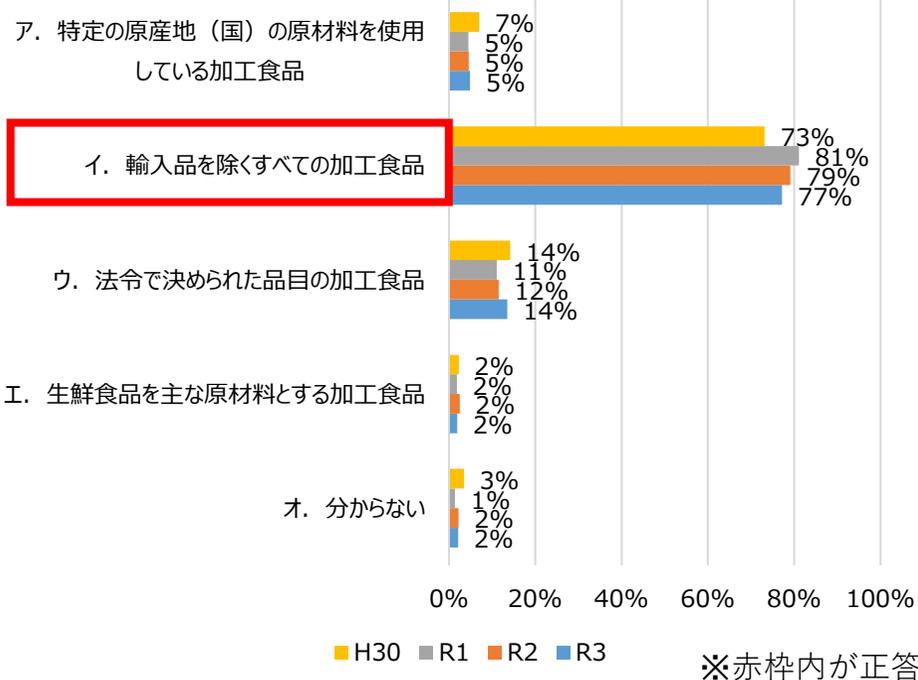
目的：現状の新たな加工食品の原料原産地表示制度に対する事業者の理解度等を調査及び分析すること

調査時期：平成30年度～令和3年度

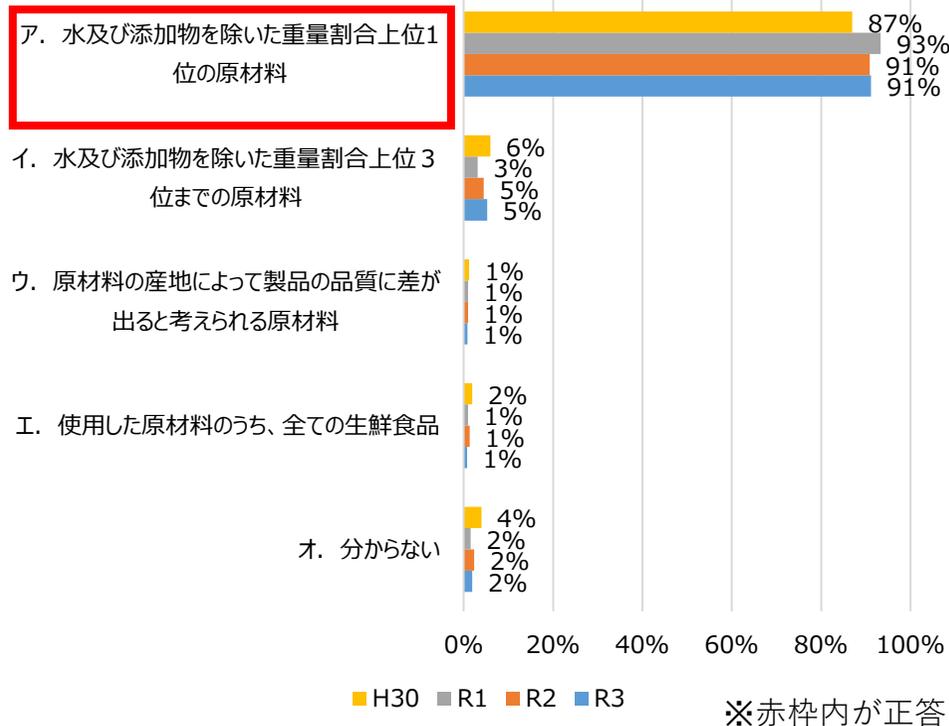
対象：全国の食品関連事業者700～1,200社程度

調査結果

平成29年9月1日からスタートした新たな原料原産地表示制度の対象となる「加工食品」について、あなたが正しいと思うもの1つに○をつけてください。



新たな原料原産地表示制度の対象となる「原材料」について、あなたが正しいと思うもの1つに○をつけてください。



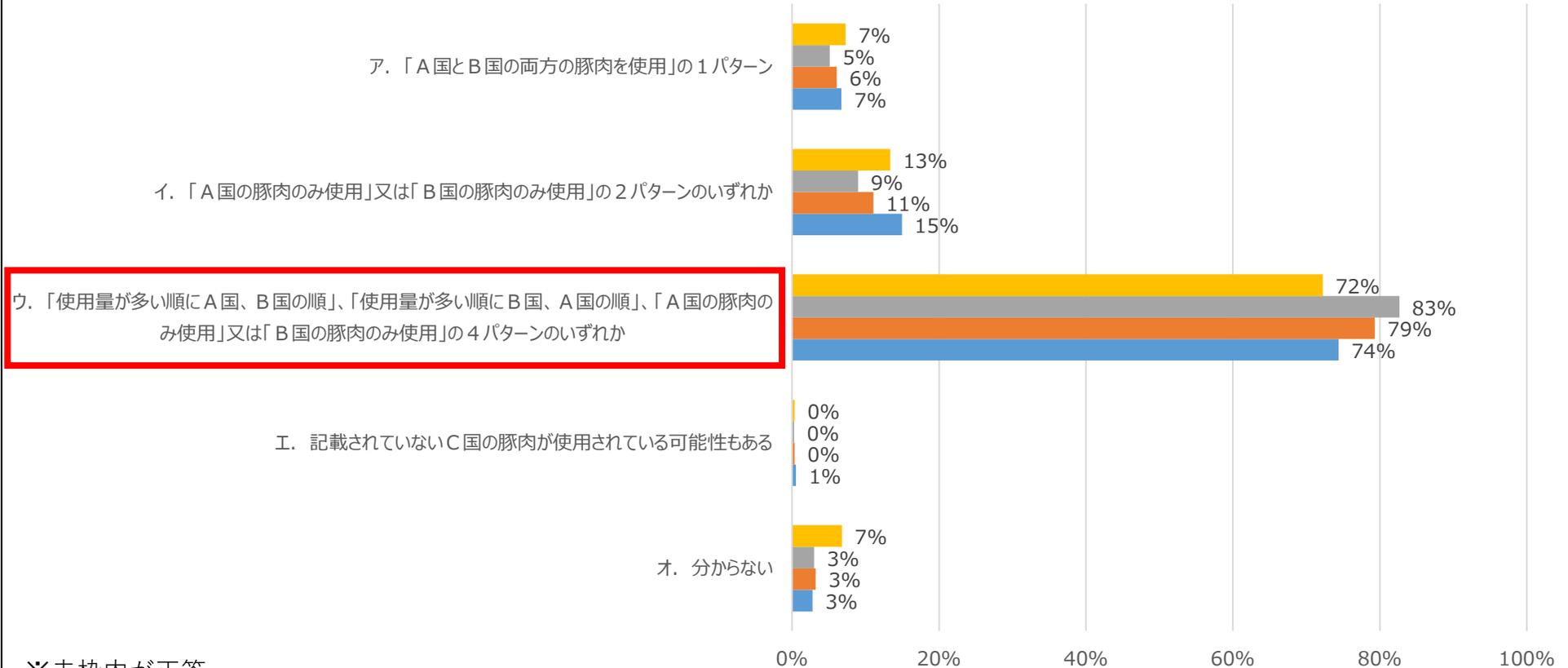
①事業者への周知状況

調査結果（続き）

「又は表示」で以下の通り表示されている場合、当該原材料に使用されている可能性のある豚肉の原産地の組み合わせについて、あなたが正しいと思うもの1つに○をつけてください。

名 称 : ウィナーソーセージ
 原材料名 : 豚肉、豚脂肪、たん白加水分解物、…
 原料原産地名 : A国又はB国（豚肉）

■ H30 ■ R1 ■ R2 ■ R3



※赤枠内が正答

②消費者への周知状況

○消費者意向調査

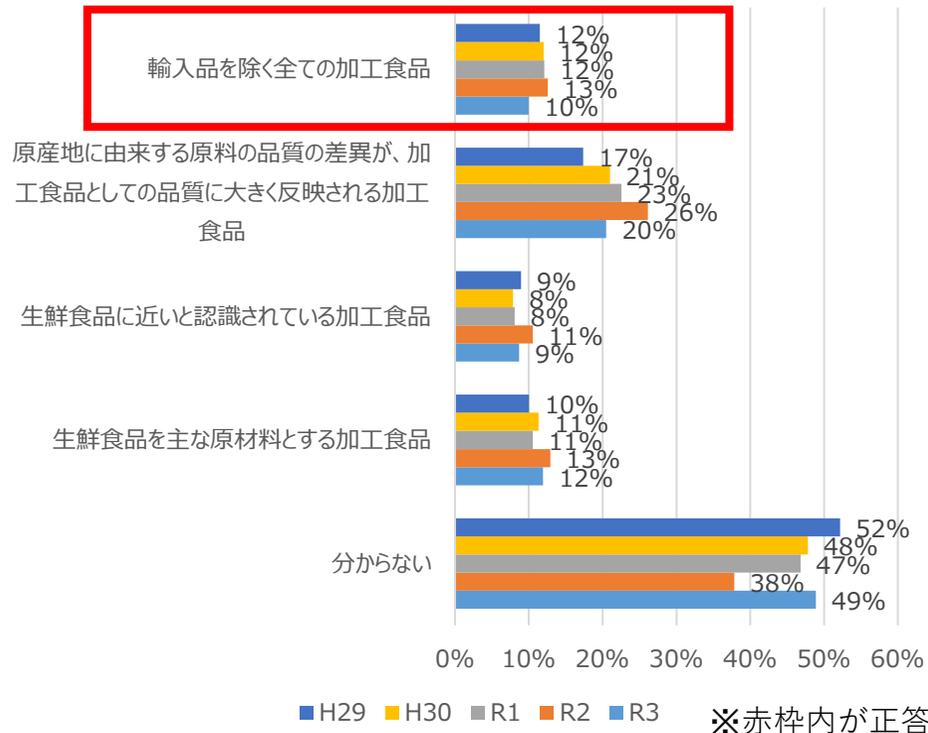
目的：食品表示法等の関係法令やガイドライン等の定着状況を把握するとともに、消費者の食品表示に対するニーズを把握し、食品表示制度の見直しに役立てること

調査時期：平成30年度～令和3年度

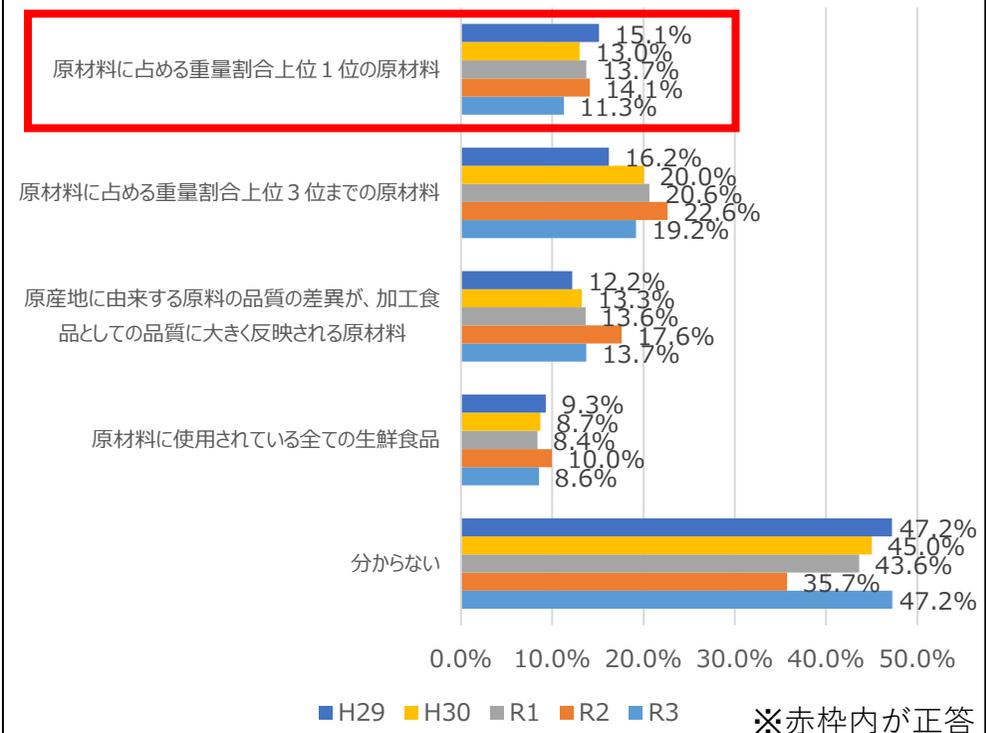
対象：全国の消費者10,000人

調査結果

新たな加工食品の原料原産地表示制度の対象となる加工食品について、あなたが正しいと思うものをお答えください。（お答えは1つ）



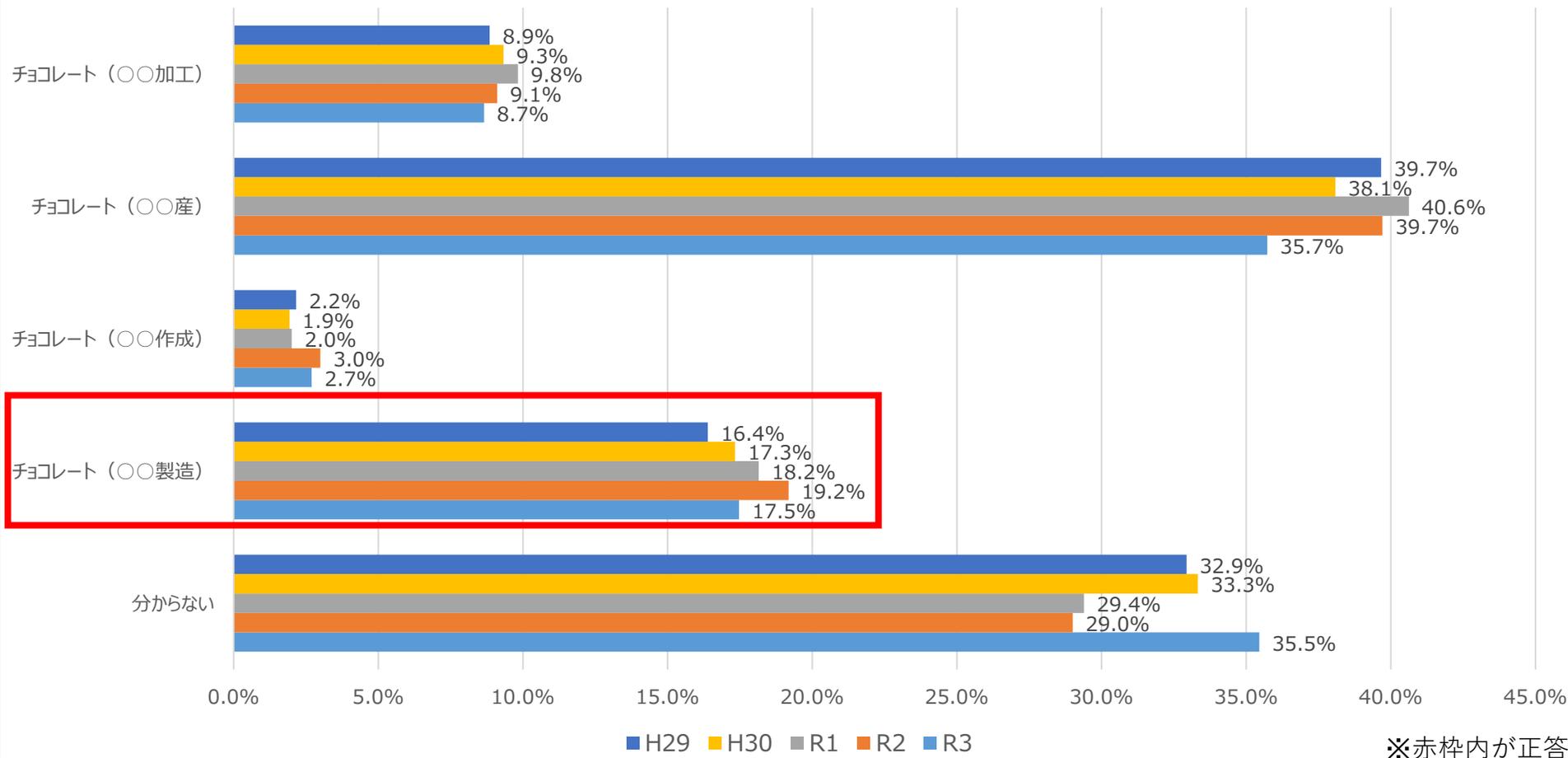
新たな加工食品の原料原産地表示制度で産地が表示される原材料について、あなたが正しいと思うものをお答えください。（お答えは1つ）



②消費者への周知状況

調査結果（続き）

「製造地表示」について、あなたが正しいと思うものをお答えください。（お答えは1つ）※選択肢内の“○○”には原産国名が入ります。



②消費者への周知状況

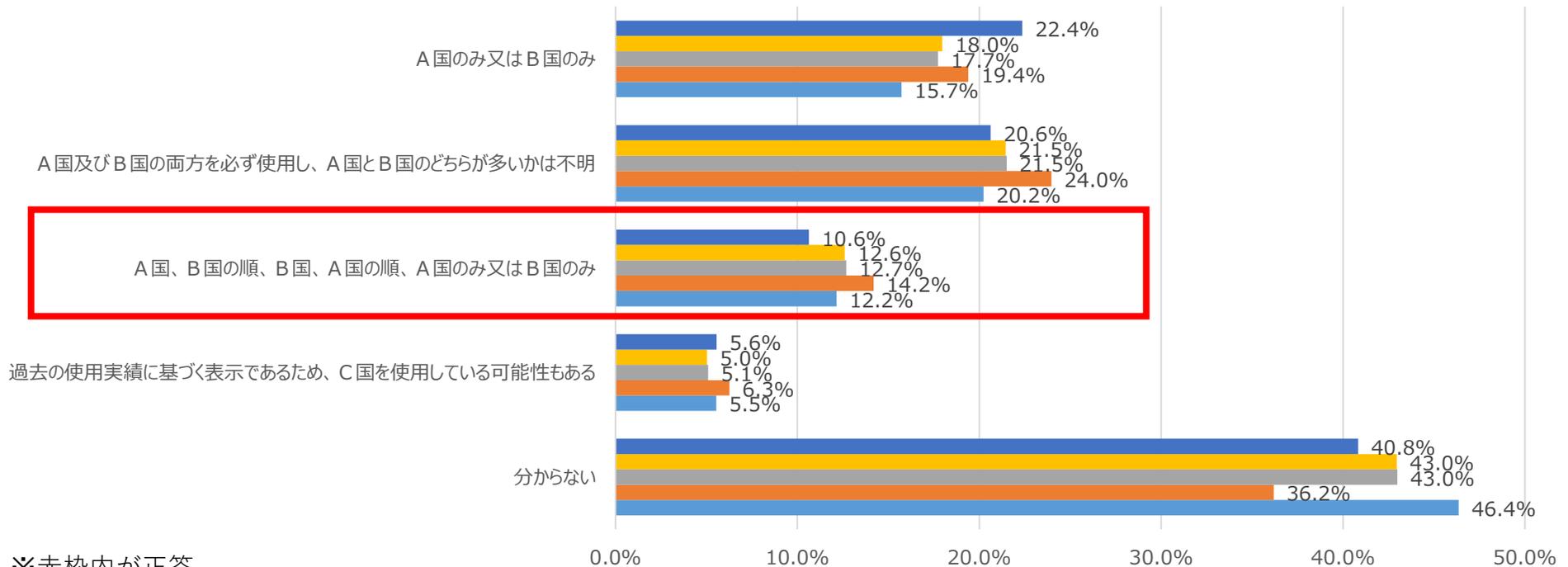
調査結果（続き）

「又は表示」で以下のとおり表示されている場合、当該原材料に使用されている可能性のある原産地の組合せについて、あなたが正しいと思うものをお答えください。（お答えは1つ）

名 称 ポークソーセージ(ウインナー)
 原材料名 豚肉(A国又はB国)、豚脂肪、...

※ 豚肉の産地は、令和〇年の使用実績順

■ H29 ■ H30 ■ R1 ■ R2 ■ R3



※赤枠内が正答

6 <監視>

本制度の導入にあたっては、故意に実際と異なる表示を行った事業者がいた場合に、そのような不正表示を的確に把握し、当該事業者を処分できる監視体制と制度運用が整っていることが必須条件である。食品表示に関する監視体制をより一層強化するとともに、本制度の監視に関する運用を更に具体的に検討し、監視に係る指針・手順書等の作成を行い、国・地方自治体が連携して不正表示を許さない制度運用を速やかに確立すること。

- 不適正表示の情報を的確に把握するため、相談及び被疑情報の受付窓口を記載したチラシを作成し、各地方農政局等や地方自治体（都道府県及び保健所設置市）に共有を図り、巡回調査等で食品関連事業者等に幅広く配布。
- 全国9ブロックにおいて、地方自治体の担当者を対象にした原料原産地表示制度や不適正表示の取り締まりに関する研修会を開催。（平成29年12月までに終了）
- 監視に関する運用を具体化するために、「加工食品の原料原産地表示に関する監視の手順書」を作成し、各地方農政局等や地方自治体に通知（平成30年3月）し、的確な運用の徹底を周知。
- 国・地方自治体が連携して不適正表示を許さない制度運用を確立するため、上記の手順書等を活用して、地方自治体の担当者を対象として不適正表示の取り締まりに関する研修会を実施。
- 上記の他、FAMICにおいて、研究機関等と連携した、原料原産地などの判別技術の開発・実用化や改良のための調査研究を実施。

7 <別表第十五（第三条、第十条関係）への品目の追加基準の明確化>

今後、「おにぎりのり」のように別表第十五（従前の22食品群+4品目の原料原産地表示）に追加する品目を選定する場合の基準を明確化し、公表すること。

- 今後、別表15に追加する品目を選定する場合の基準について、以下の全てを満たす必要があることを明確化。（食品表示基準Q & A 別添原料原産地表示（別表15の1～6）の（全般－6）に記載。）
 1. 消費者や関係者の要望が強い食品
 2. 消費者の商品選択の上で重要な情報
 3. 食品関連事業者の実行可能性を確認
- 上記の基準を満たせば、原則として公開での検討を経て、対象に追加。

（参考）食品表示基準Q & A 別添原料原産地表示（別表15の1～6）の（全般－6）より抜粋

2 おにぎりのりが対象となった理由

（1）おにぎりのりの原産地は、のりの生産者の意向も強く、消費者の商品選択の上で重要な情報と考えられ、また、おにぎりについては、サーマルシールの活用が一般的で事業者の実行可能性が確認できたため、個別に規定されている「農産物漬物」などと同様に、原料原産地表示の対象としました。

（2）今後も、①消費者や関係者の要望が強い食品であって、②消費者の商品選択の上で重要な情報であり、③食品関連事業者の実行可能性が確認されれば、原則として公開での検討を経て、原料原産地表示の対象に追加してまいります。

8 <例外表示の検証>

制度施行後、定期的に制度の原則である国別重量順表示と例外表示がどの程度の割合で存在するかや、例外表示が多く使用される原材料や製品群については、例外表示を行っている事情等について調査し、検証を行うこと。

- ①国別重量順表示と例外表示の割合や、②例外表示が多く使用される原材料、製品群について調査・検証するため、以下の調査を実施。

○新たな加工食品の原料原産地表示制度等に係る表示実態調査

目 的：原料原産地表示等に対する対応状況及び新たな食品表示制度への移行状況についての実態状況把握

調査時期：令和元年度～令和4年度

対 象：神奈川県横浜市の食品スーパーにおける各商品棚の上から2段目の商品

① 国別重量順表示と例外表示がどの程度の割合で存在するか調査

◆ 結果概要

国別重量順表示と例外表示の割合

	R1 (n=274)	R2 (n=457)	R3 (n=892)	R4 (n=1,159)
国別重量順	96.7%	95.0%	91.0%	85.3%
又は表示	0.7%	2.2%	3.9%	4.4%
大括り表示	1.1%	2.2%	2.6%	6.8%
大括り表示 と又は表示	1.5%	0.6%	2.5%	3.5%

表示対象原材料が生鮮食品であり、「〇〇産」と表示している場合（令和4年度は約36%）

	R1 (n=135)	R2 (n=175)	R3 (n=282)	R4 (n=414)
生鮮産地表示（国別重量順）	97.0%	92.0%	86.5%	80.2%
生鮮産地表示（又は表示）	1.5%	3.4%	7.4%	6.8%
生鮮産地表示（大括り表示）	1.5%	4.6%	3.2%	7.2%
生鮮産地表示 （大括り表示と又は表示）	0%	0%	2.8%	5.8%

表示対象原材料が加工食品であり、「〇〇製造」と表示をしている場合（令和4年度は約64%）

	R1 (n=139)	R2 (n=282)	R3 (n=610)	R4 (n=745)
製造地表示（国別重量順）	96.4%	96.8%	93.1%	88.2%
製造地表示（又は表示）	0%	1.4%	2.3%	3.1%
製造地表示（大括り表示）	0.7%	0.7%	2.3%	6.6%
製造地表示 （大括り表示と又は表示）	3%	1.1%	2.3%	2.1%

②例外表示が多く使用される原材料や製品群について、例外表示を行っている事情の調査

◆例外表示が多く使用される原材料や製品群※1

令和4年度原料原産地表示制度に係る表示実態調査における調査の結果、主な品目ごとの例外表示の割合は下記の通り。

品目	商品数	例外表示数	例外表示の割合	主な表示対象原材料
①食肉加工食品	35	24	68.6%	豚肉、牛肉等
②魚肉練り製品	30	11	36.7%	魚肉、魚肉すり身等
③乳製品	61	15	24.6%	乳製品、ナチュラルチーズ、バター等
④他の飲料※2	98	19	19.4%	りんご、乳製品、にんじん、トマト等
⑤他の調理食品※3	81	15	18.5%	豚肉、牛肉、玉ねぎ、えび等
⑥菓子類	205	36	17.6%	砂糖、ポテトフ레이크、カカオマス等
⑦コーヒー・ココア	18	3	16.7%	コーヒー、コーヒー豆、砂糖
⑧酒類	109	18	16.5%	麦芽、濃縮果汁等
⑨大豆加工品	27	4	14.8%	大豆、丸大豆
・・・（以下略）				

※1 総務省「家計調査」における収支項目分類の支払に係る食料の分類に基づき分類した。

※2 茶類、コーヒー、ココア以外の飲料

※3 主食的調理食品（米、麺類、パン類、穀類を含んでいるもの。）に分類されない調理食品

9 <理解度調査等の実施>

経過措置期間終了後、国別重量順表示と例外表示に分けて加工食品の原料原産地表示に係る消費者の理解度・活用度・表示に対する満足度などに関する調査を定期的の実施するとともに、本制度に係る事業者のコストなどの負担状況について調査し、それぞれ現状を分析の上、その結果を公表すること。また、事業者に寄せられた消費者からの質問や意見等についても調査を実施し、消費者に係る現状分析に活用すること。

- **本制度に係る消費者の理解度・活用度・表示に対する満足度や、事業者の負担状況、事業者に寄せられた消費者からの意見等について、意向調査、アンケート調査、ヒアリング調査を実施。**

○消費者意向調査

目的：食品表示法等の関係法令やガイドライン等の定着状況を把握するとともに、消費者の食品表示に対するニーズを把握し、食品表示制度の見直しに役立てること

調査時期：3月（令和4年度及び令和5年度調査）

対象：全国の消費者10,000人

○加工食品の原料原産地表示に係るコストに関する負担状況調査

目的：原料原産地表示の実施がどの程度のコスト負担になっているのかの調査

調査時期：令和6年2～3月（令和5年度調査）

対象：400社程度の食品関連事業者

○加工食品の原料原産地表示に係るコストに関するヒアリング調査

目的：又は表示」や「大括り表示」等の例外表示を実施している加工食品を製造する食品関連事業者に対し、本制度が導入されてどのような追加コストが発生し、どの程度のコストがかかっているのか等の詳細についてヒアリング調査を行う。

調査時期：令和5年度

対象：5社程度の食品関連事業者

① 経過措置終了後の消費者の理解度・活用度・表示に対する満足度などに関する調査

○消費者意向調査

目的：食品表示法等の関係法令やガイドライン等の定着状況を把握するとともに、消費者の食品表示に対するニーズを把握し、食品表示制度の見直しに役立てること

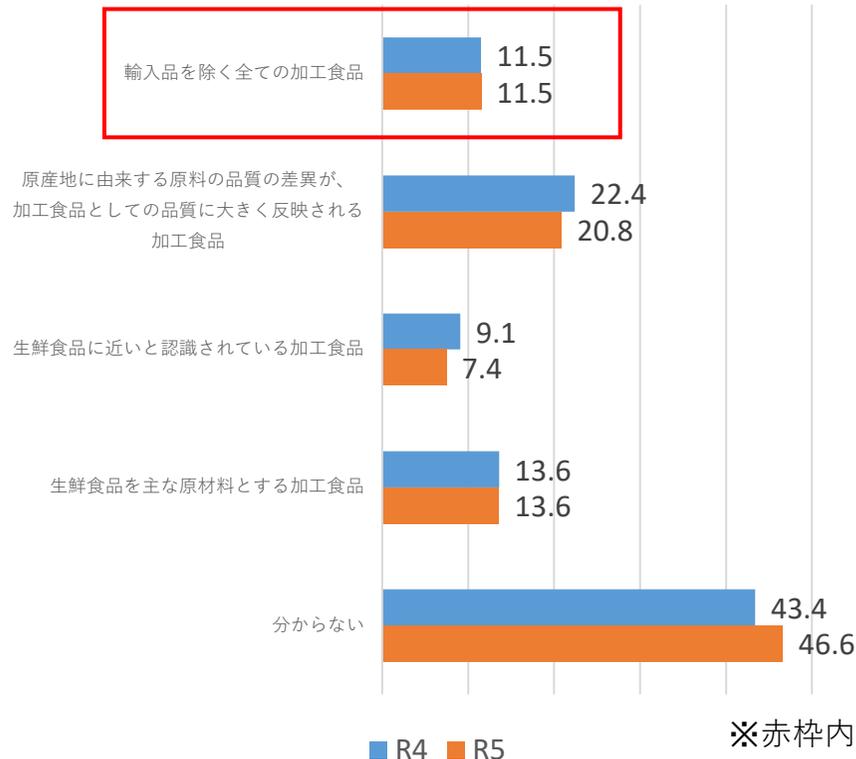
調査時期：3月（令和4年度及び令和5年度調査）

対象：全国の消費者10,000人

調査結果

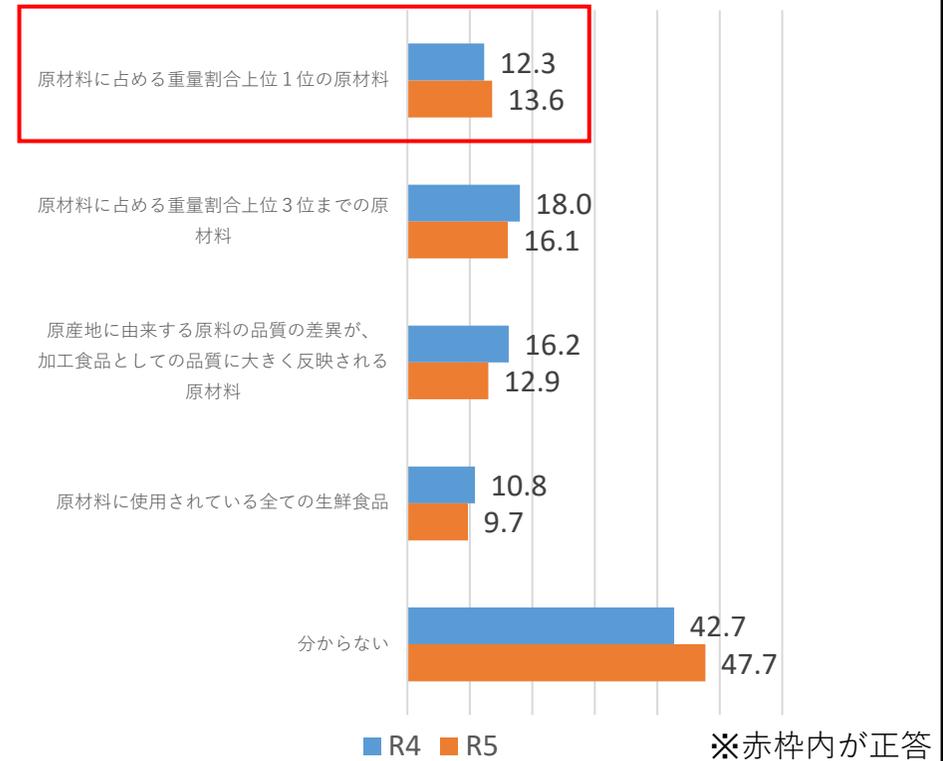
Q. 加工食品の原料原産地表示制度の対象となる加工食品について、あなたが正しいと思うものをお答えください。（お答えは1つ）

10.0 20.0 30.0 40.0 50.0



Q. 加工食品の原料原産地表示制度で産地が表示される原材料について、あなたが正しいと思うものをお答えください。（お答えは1つ）

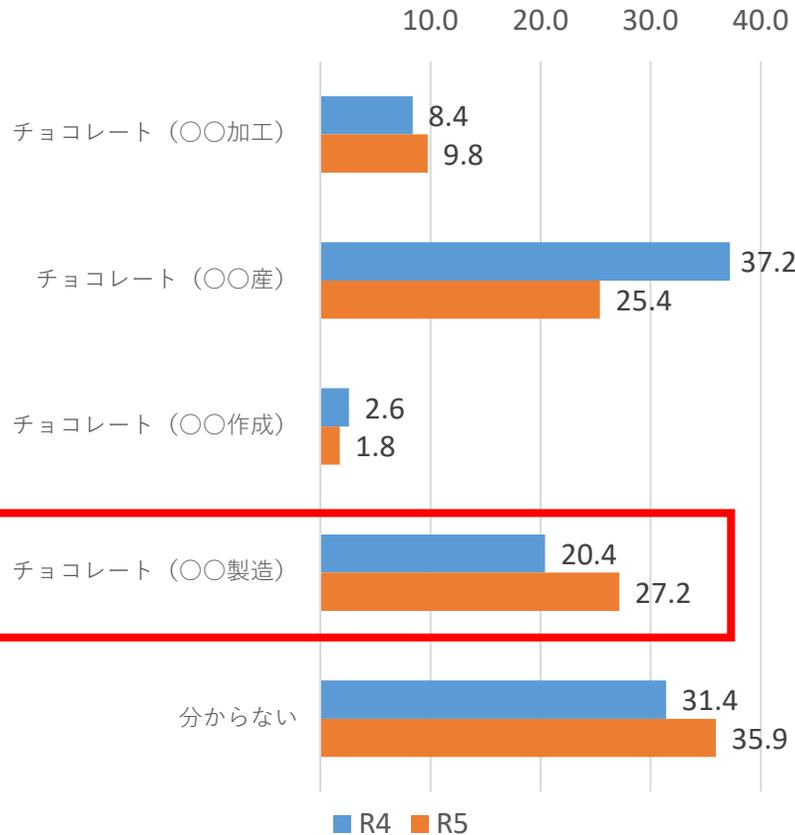
10.0 20.0 30.0 40.0 50.0 60.0



①経過措置終了後の消費者の理解度・活用度・表示に対する満足度などに関する調査

調査結果（続き）

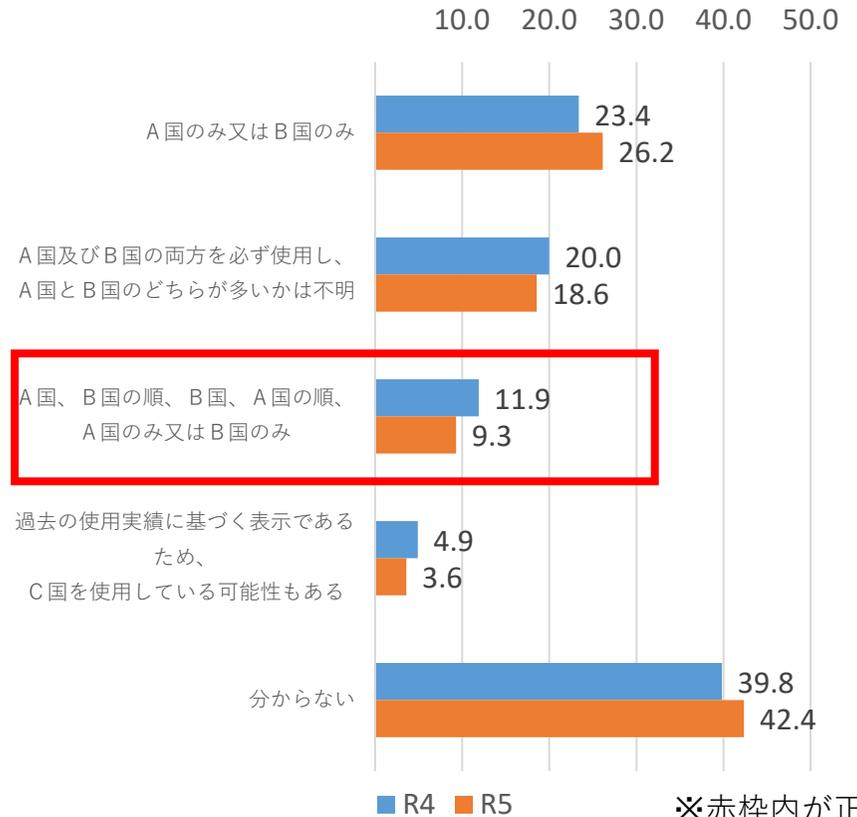
Q.「製造地表示」について、あなたが正しいと思うものをお答えください。
 (お答えは1つ) ※選択肢内の“○○”には原産国名が入ります。



※赤枠内が正答

Q.「又は表示」で以下のとおり表示されている場合、当該原材料に使用されている可能性のある原産地の組合せについて、あなたが正しいと思うものをお答えください。(お答えは1つ)

名 称 ポークソーセージ(ウインナー)
 原材料名 豚肉(A国又はB国)、豚脂肪、…
 ※ 豚肉の産地は、令和〇年の使用実績順



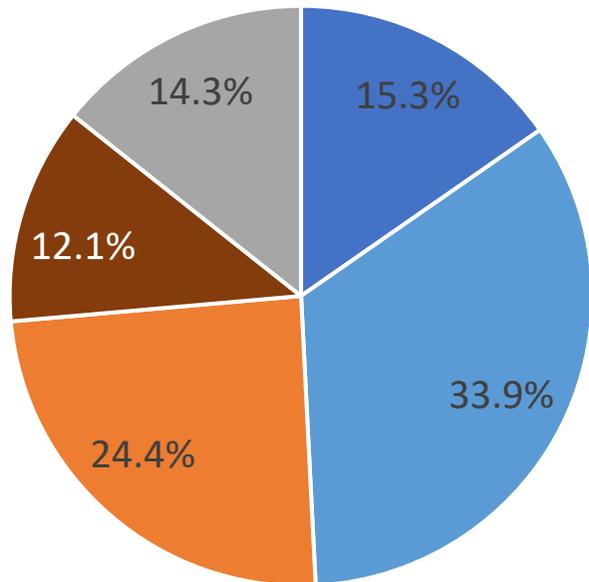
※赤枠内が正答

① 経過措置終了後の消費者の理解度・活用度・表示に対する満足度などに関する調査

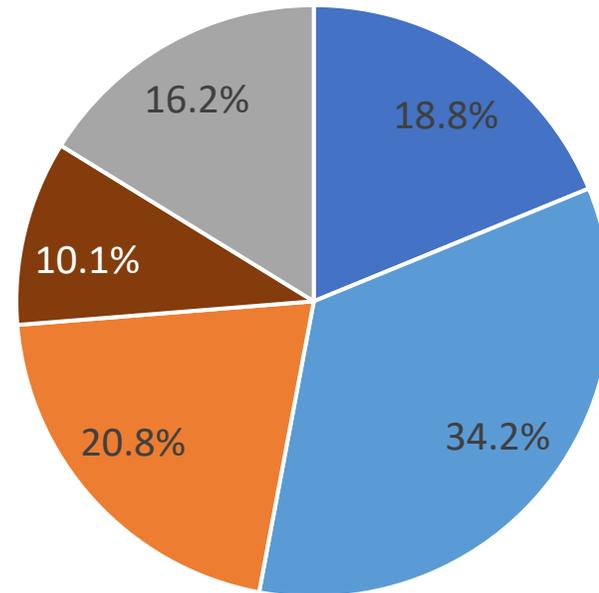
調査結果（続き）

Q.あなたが加工食品を購入する際、「原料原産地名」の表示を商品選択のためにどの程度参考に使っていますか。(お答えは1つ)

R4年度



R5年度



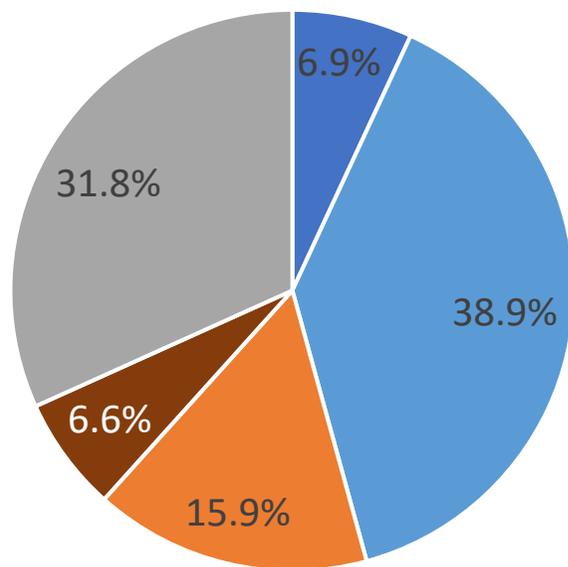
■ いつも参考にしている ■ ときどき参考にしている ■ あまり参考にしていない ■ 全く参考にしていない ■ 表示されていることを知らない

①経過措置終了後の消費者の理解度・活用度・表示に対する満足度などに関する調査

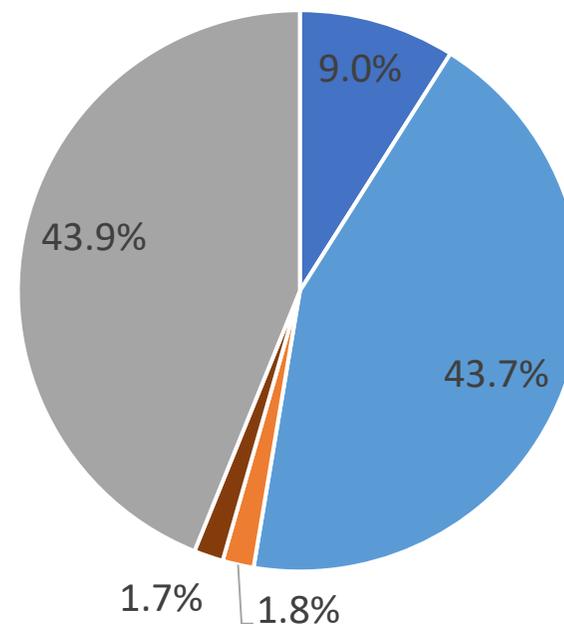
調査結果（続き）

Q. あなたは、現在の加工食品の原料原産地表示制度について、満足していますか。（お答えは1つ）

R4年度



R5年度



■ 満足している ■ 一定程度満足している ■ あまり満足していない ■ 満足していない ■ 分からない・関心がない

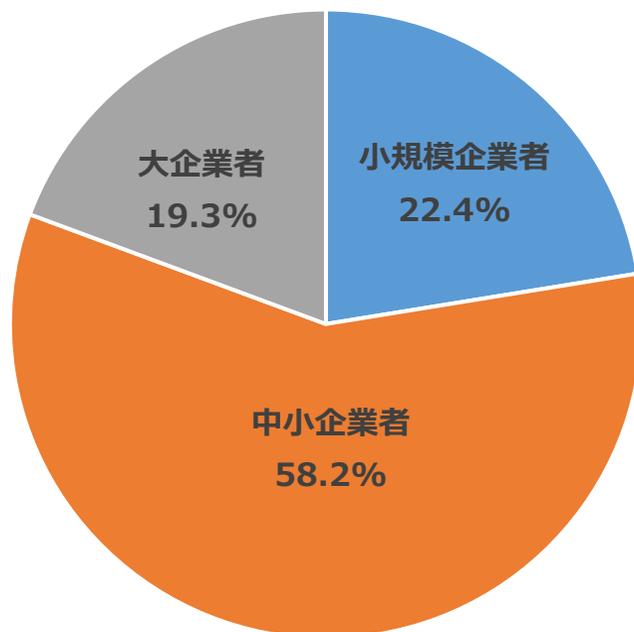
➤ なお、「原料原産地名」の表示を商品選択のために参考にしており、かつ、原料原産地表示制度について満足している者の割合は71.1%

○加工食品の原料原産地表示に係るコストに関する負担状況調査（アンケート）

- 目的：原料原産地表示の実施が、どの程度の事業者のコスト負担になっているのかの調査
調査時期：令和6年2～3月（令和5年度調査）
回答数：食品関連事業者400社程度

回答者の企業規模

Q. 会社の規模を教えてください。(n=419)



○中小企業基本法を参考に、回答者を下記の区分に分類。

小規模企業者：食品製造業の場合、従業員数20人以下の者

中小企業者：食品製造業の場合、資本金3億円以下又は従業員数300人以下であって、小規模企業者に該当しない者

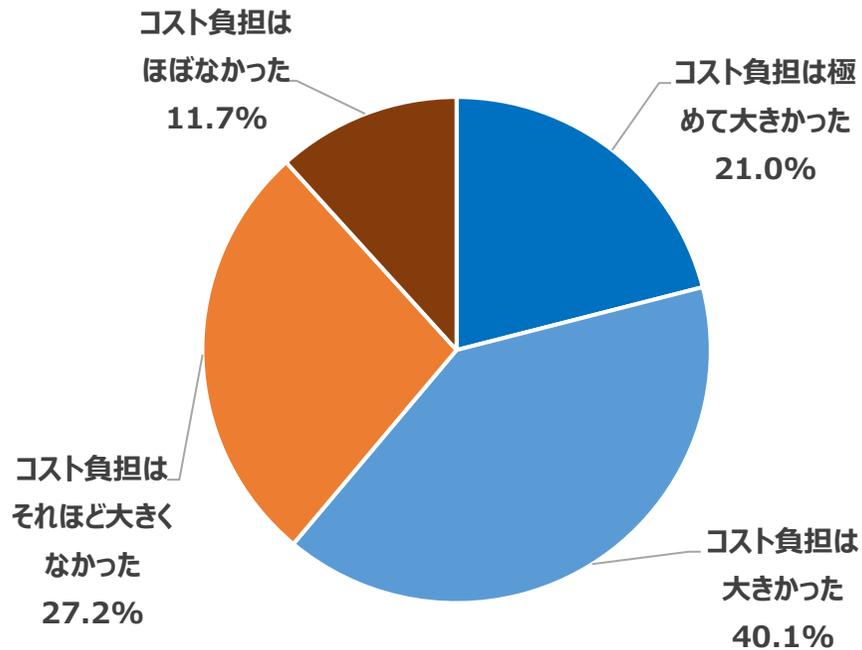
大企業者：小規模企業者及び中小企業者に該当しない者

※従業員数にはパート従業員、臨時職員、派遣職員は含まない。

制度導入に係る初期コストの負担程度（全体）

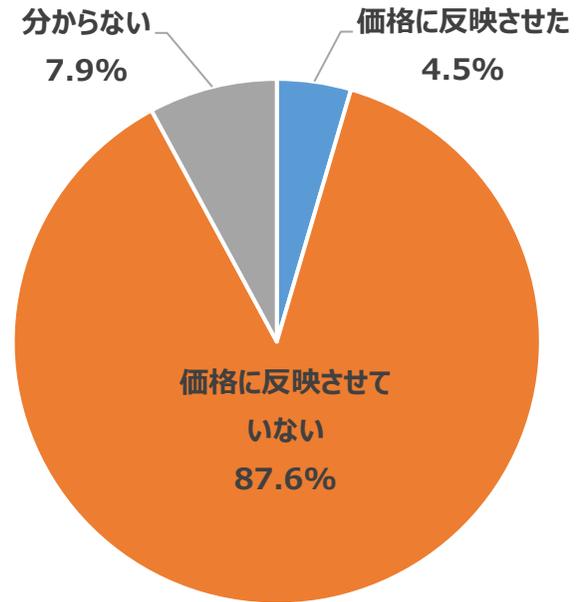
初期コストの例：システム改修費用、包材の製版代、旧包材廃棄代、人件費（原料メーカー・客先への対応、社員教育、版下改版）等

Q. 新たな加工食品の原料原産地表示制度について、制度に対応するためにかけた初期コストの負担の程度を1つ選択してください。



- ✓ 全体の6割程度が、コスト負担は大きかったと回答。
「包材の改版やシステムの改修にコストがかかった。」という意見が多かった。
- ✓ コスト負担はほぼなかったという回答については、「もともと国産のみを使用しているため」等の理由が挙げられた。

Q. 加工食品の原料原産地表示制度への対応に伴い、かけた初期コストを商品価格に反映させたかどうか回答してください。

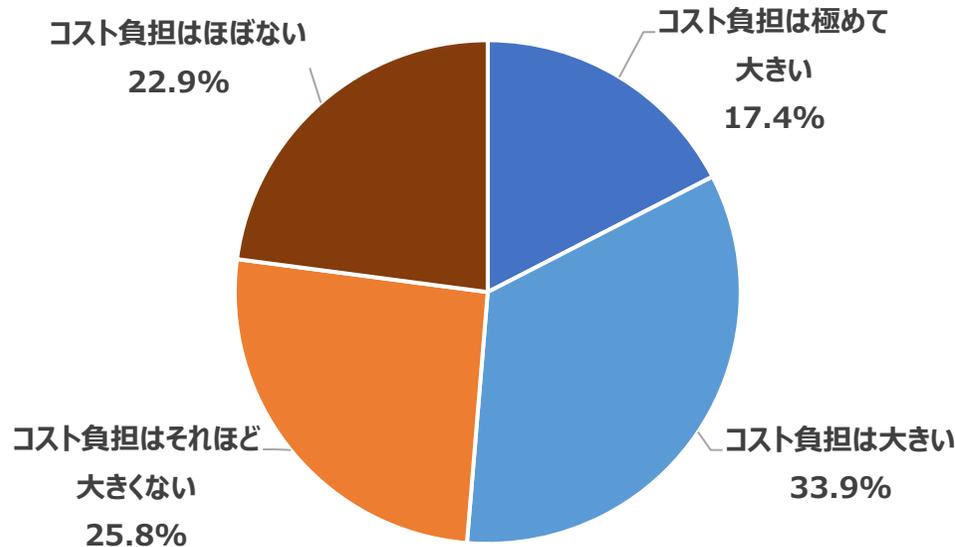


- ✓ 8割を超える事業者がコストを価格に反映させていないと回答。
制度対応に係る業務コストは価格に反映させづらいという意見が多かった。

ランニングコストの負担程度（全体）

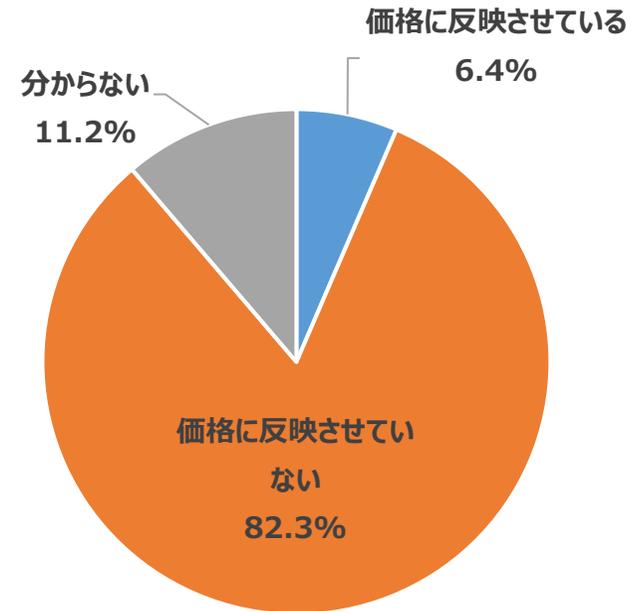
ランニングコストの例：商品情報の管理、根拠書類の作成、人件費（原料メーカー・客先への対応）等

Q. 本制度導入後、現在、そして今後も原料原産地表示を継続的に実施していくにあたってのランニングコストの負担について、下記の4つの中から1つ選択してください



- ✓ 全体の5割程度が、コスト負担は大きいと回答。
- ✓ コスト負担はほぼなかったという回答の理由としては、初期コストと同様の理由のほか、「表示対象原材料が加工食品であるため、製造地表示（主に国内製造）により対応可能」といった理由が挙げられた。

Q. 制度導入後にかかっているランニングコストを商品価格に反映させているかどうか回答してください。



- ✓ 初期コストと同様、8割程度の事業者がコストを価格に反映させていないと回答。

○加工食品の原料原産地表示に係るコストに関する負担状況調査（ヒアリング）

目的：又は表示」や「大括り表示」等の例外表示を実施している加工食品を製造する食品関連事業者に対し、本制度が導入されてどのような追加コストが発生し、どの程度のコストがかかっているのか等の詳細についてヒアリング調査を行う。

調査時期：令和5年度

対象：食品関連事業者5社

	A社	B社	C社	D社	E社
商品数（原料原産地表示対象のもの）	5,500品	340品	2,800品	1000品	160品
例外表示している商品の割合・商品数	40% 2,200品	23% 78品	2.8% 78品	8% 80品	32.5% 52品

* 商品数については、おおよその数を記載。

* 項目ごとのコスト算出方法については各社によるものとする。

* ヒアリング調査の結果であり、コスト負担額については各社の申告によるものである。

* 負担したコストの「例示」として聞き取ったもので網羅的なものではないため、個社間の比較については実施していない。

* 便宜上初期コスト、ランニングコストの合計を算出しているが、各社のコスト負担の全額を表すものではない。

項目		内訳	費用の分布（※）
初期 コスト	システム改修費用	制度導入にあたり、製品情報管理や原材料名に原料原産地名を追加等するためのシステムを改修した場合、外部に支払った金額等。	0～2,000万円程度
	製版代	制度導入にあたり、パッケージの修正のために外部に支払ったデザイン費及び製版代等	0～1億円程度
	旧資材廃棄代	制度導入にあたり、パッケージ改版により旧包材を廃棄した場合、廃棄にかかった金額等	0～2.5億円程度
	版下改版費用（版下作成、確認等）	制度導入にあたり、パッケージの修正のために、社内に表示の確認や包材製造メーカーとの打合せ・調整等にかかった人件費等	(100万円～1.4億円程度)
	商品情報の管理	制度導入にあたり、 ・製品情報管理や原材料名作成のためのシステムを改修した場合、外部との調整にかかった人件費 ・対象原材料の産地の確認及びデータベース等への入力にかかった人件費等	(0～8500万円程度)
	原料メーカーへの対応	制度導入にあたり、原料メーカーとの間に新たな作業等が発生した場合、当該作業にかかった人件費等	(0～200万円程度)
	客先への対応（案内文作成等）	制度導入にあたり、表示の変更等について顧客への説明等が発生した場合、説明に使用する案内文作成や顧客への説明にかかった人件費等	(0～600万円程度)
	商品規格書の作成	制度導入にあたり、商品規格書を修正した際にかかった人件費等	(0～2.7億円程度)
	社員教育（勉強会、情報収集等）	制度導入にあたり、社内での勉強会の開催、社外（行政の説明会、同業他社との勉強会）への出席にかかった人件費等	(50万円～250万円程度)
ランニングコスト		商品情報の管理、例外表示の根拠書類の更新、保管、社外への対応等にかかった人件費等	(数万円～3,000万円程度)

- ✓ 制度導入にあたっての初期コストが、コストの内訳の大部分を占めていた。
- ✓ 各社の使用するシステムの仕様変更の要否、製造する品目数によってコスト負担の額が大きく異なっていた。
- ✓ ランニングコストについては、例外表示の根拠資料の記録、管理に関するコストがほとんどであったが、製品情報の管理にかかるコストとの線引きが難しいと回答する企業もあり、コストの額が大きくばらつく結果となった。

※コストの算出が困難であると回答した項目については、便宜上費用を0として計上。

原料原産地表示に関し負担になっている事項（自由記載）

- ・外国産のイメージが悪く、国産よりも品質が良い場合でも、原材料として使用できず仕入れられない場合がある。
- ・ルールを守れているのかと不安に思う心理的な負担が大きい。特に、コロナ禍では原料の使用実績があてにならず、使用計画も1年先までは見えない状況であった。
- ・戦争、天候不良、感染症流行等で年々原料調達量、価格の不安定さが増す中、包材の表記、その根拠を正しく管理するのに苦労する。
- ・急に産地変更が必要となった場合も、表示のデザインが決定してから包材が納入されるまで、リードタイムを3～4か月みる必要があるので、簡単には変更できない。
- ・原料調達は製造工場ごとに行っているものもあり、表示制度の知識を途切れさせないように教育を継続しなければならない。
- ・原料メーカーから産地変更等についての情報提供が滞ると、意図せず表示違反してしまうリスクがある。 等

③ 事業者に寄せられた消費者からの質問や意見等についての調査

○ デジタルツールを活用するための食品表示検討事業における「第3章 食品関連事業者へのアンケート調査」

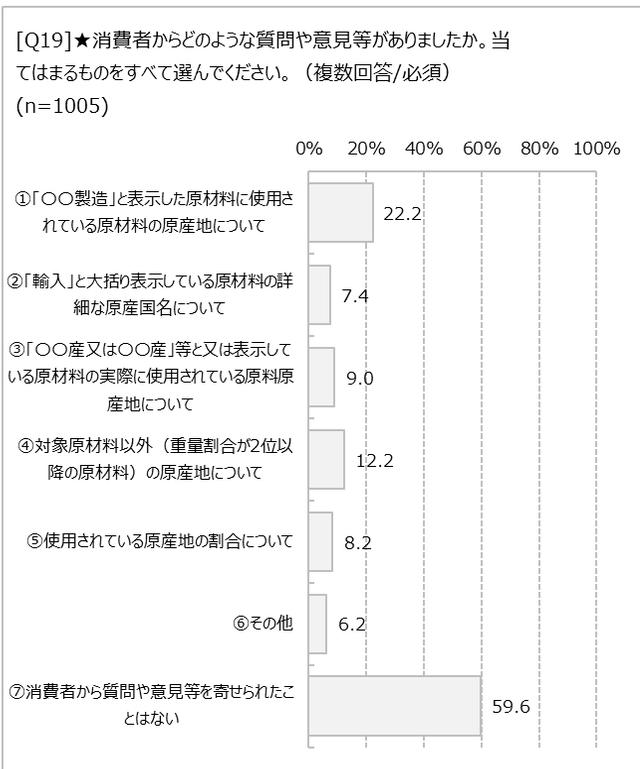
目的：国際的な動向も踏まえると、今後はデジタル技術を活用した食品表示情報の提供に向けた動きが加速すると想定されることから、食品表示情報の管理・変更する際の課題や課題解決策としてのデジタル技術の活用可能性を把握するため。

調査時期：令和4年度

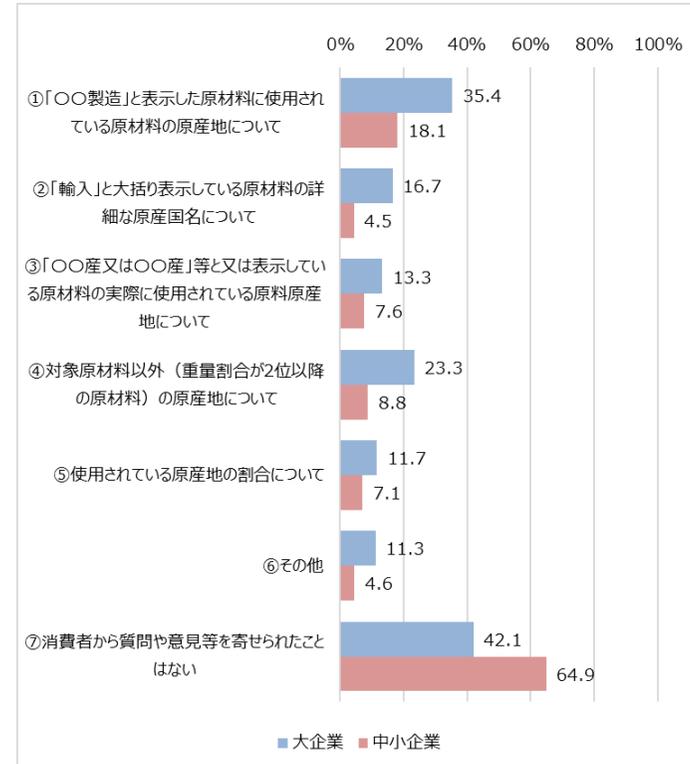
対象：食品関連事業者計5,000社

調査結果

全体



企業規模別



10 <制度の見直し>

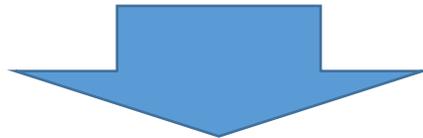
今回の原料原産地表示制度は、「全ての加工食品」を対象にしたことにより、事業者の実行可能性を担保するために複雑な制度となっている。また、消費者に提供する情報量の拡大というメリットがある一方で、中小事業者への負担増、食品産業の競争力の低下などのデメリットが生じる恐れもある。このことから、経過措置期間終了から2年後を目途として、上記8. 9. の調査を含む各種調査結果等に基づき、表示に対する消費者ニーズの変化状況や事業者の状況等を確認し、制度導入の効果について検証を行い、必要に応じて、制度の拡大や廃止も含めて、幅広く見直しを実施すること。

◆表示に対する消費者のニーズ

5割程度の消費者が本制度を活用し、そのうち7割程度が表示に満足していると回答。一方で、本制度の内容について十分に理解している消費者は全体の2割程度。

◆事業者の状況

事業者の6割程度が負担は大きかったと回答。一方で、負担したコストについてはほとんど価格に反映できていない。また、表示違反へのリスクから、表示作成者の精神的負担は増加。原料調達に一部制限がかかっている。



◆本制度について一定の割合の消費者からニーズがあることを確認できた。一方で、現況は事業者が表示にかかるコストを負担しており、また、制度の周知普及についても継続することが必要な状況ではないか。