

あればＪＡＳ法に基づく指示・公表などの措置の対象となることから、事実に基づく、わかりやすい表示に努める必要がある。

3 表示以外の方法による原料原産地情報の提供の考え方

加工食品のパッケージへ表示する方法のほか、以下のような手法が考えられる。

(1) インターネットを通じた情報提供

現在、インターネットによる情報提供としては、

- ① その製造業者等が原料として使用する農畜水産物で、特定の産地（具体的な都道府県名、国名等の明示）のものを使用しているものについて掲載
- ② 自社農場、契約農場について紹介する形で、原料の原産地情報を掲載
- ③ こだわりの商品について、製造方法などの情報と併せて、使用している原料の原産地情報を掲載
- ④ Ｑ＆Ａ方式により、製品管理や原料調達の考え方などと併せて、原料の原産地情報を掲載

などの方法が行われている。

一方、加工食品のパッケージに原料原産地を表示する場合、内容物と表示内容が一致する必要があり、季節変動や農作物の豊凶、更には国際的な相場などから複数の原産地の原料を切り替え、混合して使用する場合など、その製品に使用されている原料の原産地を正確に表示することが困難であるなど、実行可能性の問題から義務表示の対象とされなかった品目がある。

インターネットでの情報提供の場合は、例えば④のＱ＆Ａ方式により、必ずしも製品毎にどの産地の原料が使用されているかは情報提供できない場合においても、原料の原産地が季節により切り替わること、あるいは複数の産地を組み合わせで使用していることを事実即して情報提供することも可能である。

このようにインターネットによる情報提供については、加工食品への表示に比べて自由度がある。しかし、一方で情報の内容が正確であることや、製造業者等にとって都合のよい情報の

みで構成されることのないことなど、情報提供する内容について企業としての倫理が求められる。

製造業者等の製造している加工食品の内容・構成、原材料の仕入れ方法などを踏まえて、消費者の立場に立って提供する情報の内容や方法を検討することが重要である。

(2) 生産情報等を提供する他の手法との連携

生産情報公表 J A S、地産地消あるいは地域ブランド等生産サイドと製造サイドの連携、2次元バーコードによる製品情報の提供といった、単に産地情報に限らない、食品について様々な付加情報を公表する仕組みを活用した、原料原産地情報を提供する取組についても検討していくことが考えられる。

(3) 店頭でのポップ表示や掲示板等の活用

インターネットや2次元バーコードなどの情報提供は、消費者が情報ツールを持っていなかったり、最新の電子情報機器の取扱いになれていないと情報を得ることが出来ない場合があるが、店頭でのポップ表示等を活用すれば、誰にでも情報が伝えられるという面ではメリットがある。

例えば、①複数の加工食品を組み合わせることで多数の商品アイテムを提供するような場合や、②使用する原料原産地が日によって変わるような商品で、個別商品毎に原料原産地を表示することが難しい場合などに、店頭でのポップ表示を活用することにより原産地情報を提供することが有効な場合がある。このように、商品の特性や提供する情報の内容に併せて、ポップ表示等の活用について検討することも考えられる。

(4) お客様相談窓口等消費者からの問合せ対応による情報提供

製造業者等は、消費者から問い合わせに対して、適切に対応する必要がある。このため、日頃から提供できる情報の整理を行っておくことや、製造等の担当部局との連絡体制など消費者からの問い合わせがあった場合に迅速・的確に対応できる体制を整備しておくことが必要と考えられる。

4 原産地について情報提供を行う原料

(1) 原産地情報を提供すべき加工食品を構成する原料について

20食品群に原料原産地表示を義務付けた際に、要件の一つとして「②製品の原材料のうち、単一の農畜水産物の重量の割合が50%以上である商品」との考え方を示している。これは、加工食品の原料のうち主要なものについて原産地情報を提供するとの考え方を具体化したものである。

この「主要な原料について原産地情報を提供する」との考え方に基づけば、原料原産地の情報提供を行うものは、基本的に

- ① 使用割合が多い原料のほか
- ② 使用割合は必ずしも高くないが、一般的にその加工食品になくてはならない原料やその加工食品を特徴付けているような原料

などについて情報提供することが望ましいと考えられる。

今後、製造業者等において原料原産地情報を提供することを検討する際には、その原産地情報により当該加工食品の特性を消費者に更に理解してもらうことができるなど情報を伝える意味を考慮して、原産地情報を提供する原料を決定する必要がある。

(2) 原料原産地情報を提供する場合に留意すべき事項

原料原産地の義務表示対象品目以外のものに原料原産地情報の提供を行うにあたり、以下のような場合などに留意する必要がある。

- ① 原料として多くの農畜水産物を使用しているような加工食品において、使用割合の順位が低い原料で優良産地のものだけ原産地情報の提供を行い、他の原料について誤認を招くような場合

例：「レトルトスープ」の原料として使用される「にんじん、たまねぎ、じゃがいも、鶏肉、グリーンピース、クルトン、パセリ」のうち、「じゃがいも」の産地をすべての野菜の産地と誤認を与えるような情報提供

- ② ある農畜水産物とそれを原料とした絞り汁や濃縮エキス等、同一の農畜水産物とそれを由来とする加工品を併せて原料として使用している場合に、優良産地由来のものだけを原産地情報の提供を行い、他の原料について誤認を招くような場合

例：「リンゴキャンディ」に原料として使用されるリンゴ由来の「果肉、果汁、果実エキス」のうち、「果実エキス」の原料リンゴの産地をリンゴ由来のもの全ての産地と誤認を与えるような情報提供

注) 上記の例の①、②については、このような場合に原材料表示を行うことができない例示ではなく、その表示により他の原料の原産地が表示した原産地であるかのように消費者が誤認しないようにしなければならない例として示したものである。

5 消費者の取組

製造業者等が、様々な方法により、消費者に対して原料原産地等食品に関する情報を開示する努力を行う一方で、消費者においても、原産地表示に限らず商品に表示されている情報に関心を持ち、表示も含めて提供される情報を商品選択に積極的に活用していくことが期待される。

このような両者の関係が高まることにより、消費者と製造業者等との良好な関係や相互理解が促進され、適切でわかりやすい表示や商品情報の提供が可能となるものと考えられる。

そのため、農林水産省においては、JAS法による表示制度の内容を消費者や製造業者等に対して的確に伝え、理解を得る活動をこれまで以上に積極的に取り組む必要がある。