

清涼飲料業界の原料原産地表示 をめぐる状況

社団法人全国清涼飲料工業会

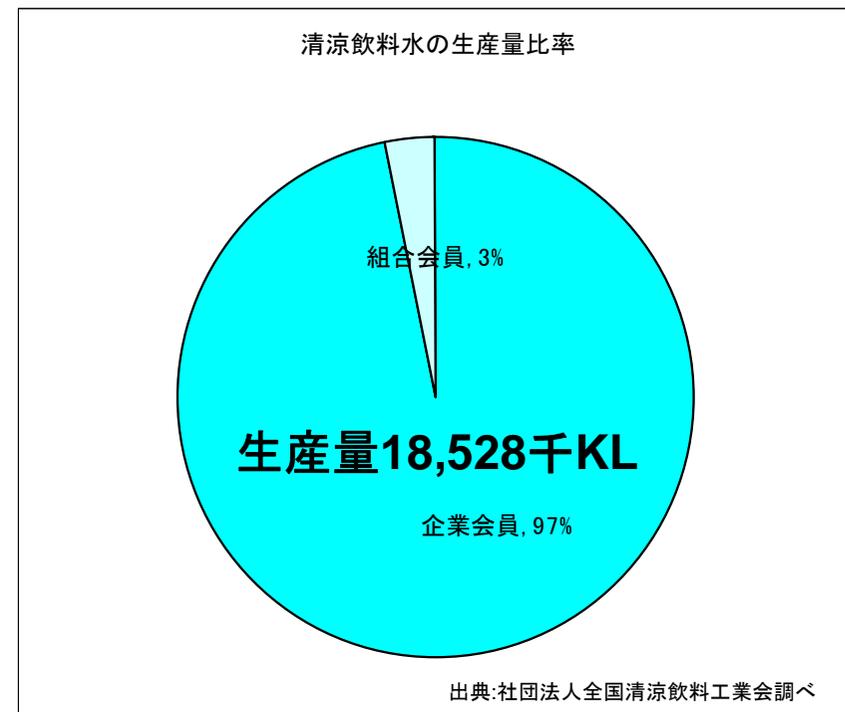
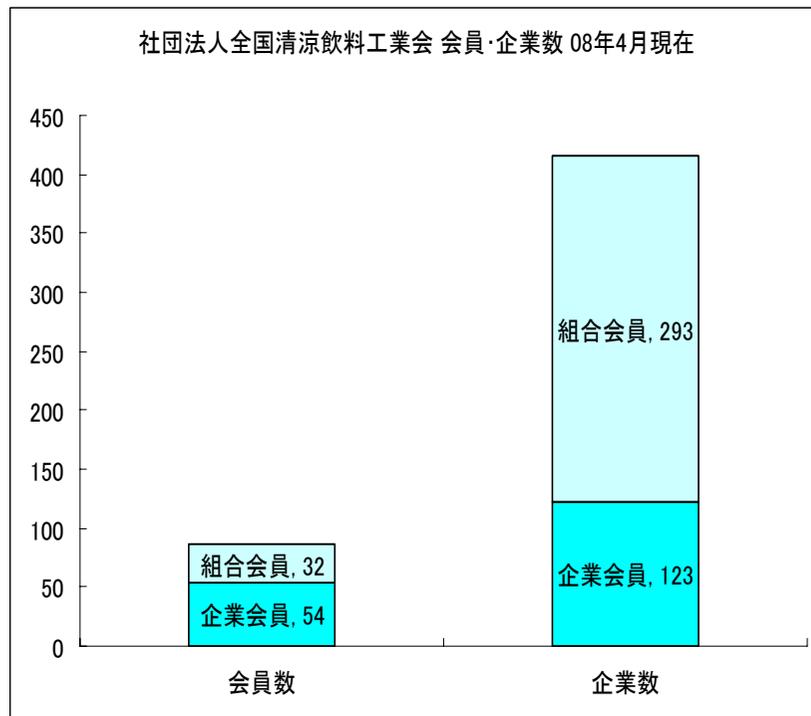
清涼飲料の原料原産地表示に関して

社団法人全国清涼飲料工業会の会員構成及び製造実績比(2008年4月1日現在)

大手清涼飲料水企業会員・・・54会員(123社: ココアラボトランス`28社・ミネラルウォーター協会43社含む)

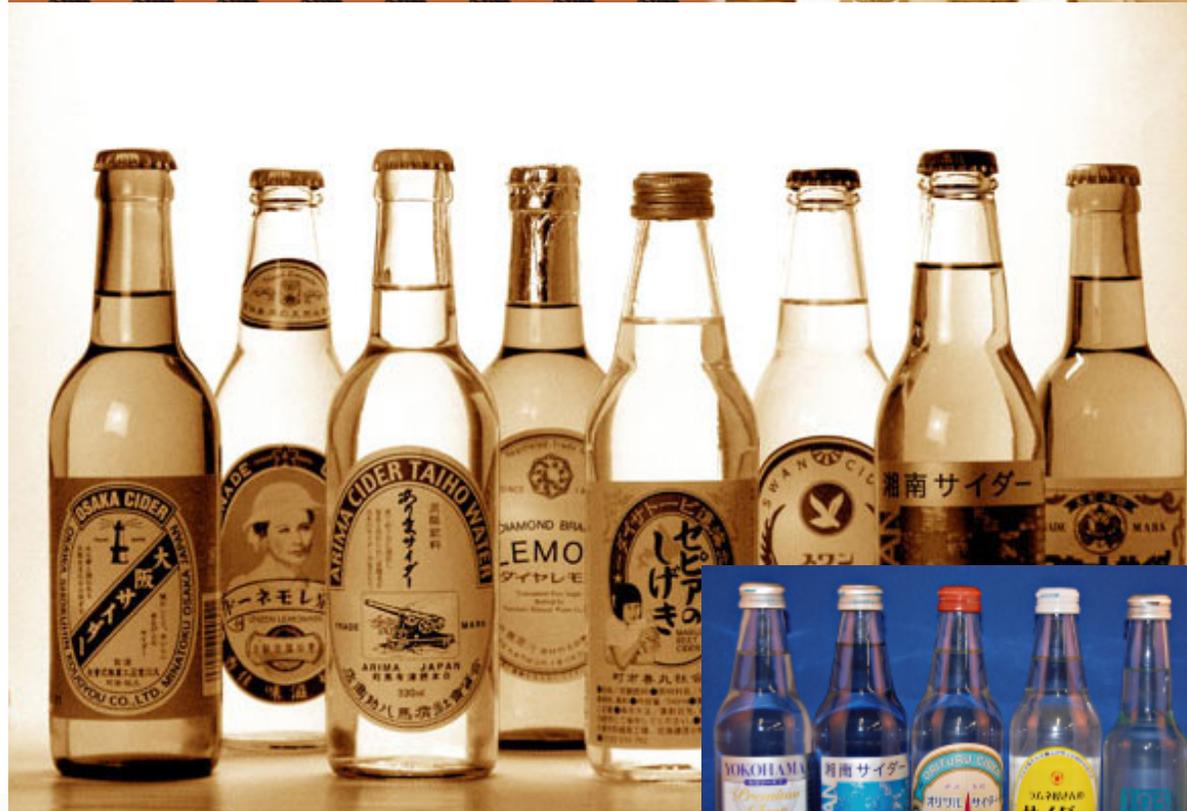
中小企業(組合会員)……………32会員(293社: 各都道府県の組合会員及び傘下会員)

協賛会員(原材料メーカー等)・・・106社



地元密着型の零細企業が多い。昨今の原材料高騰により経営も圧迫されている。

地元密着型商品(中小企業・製造販売)

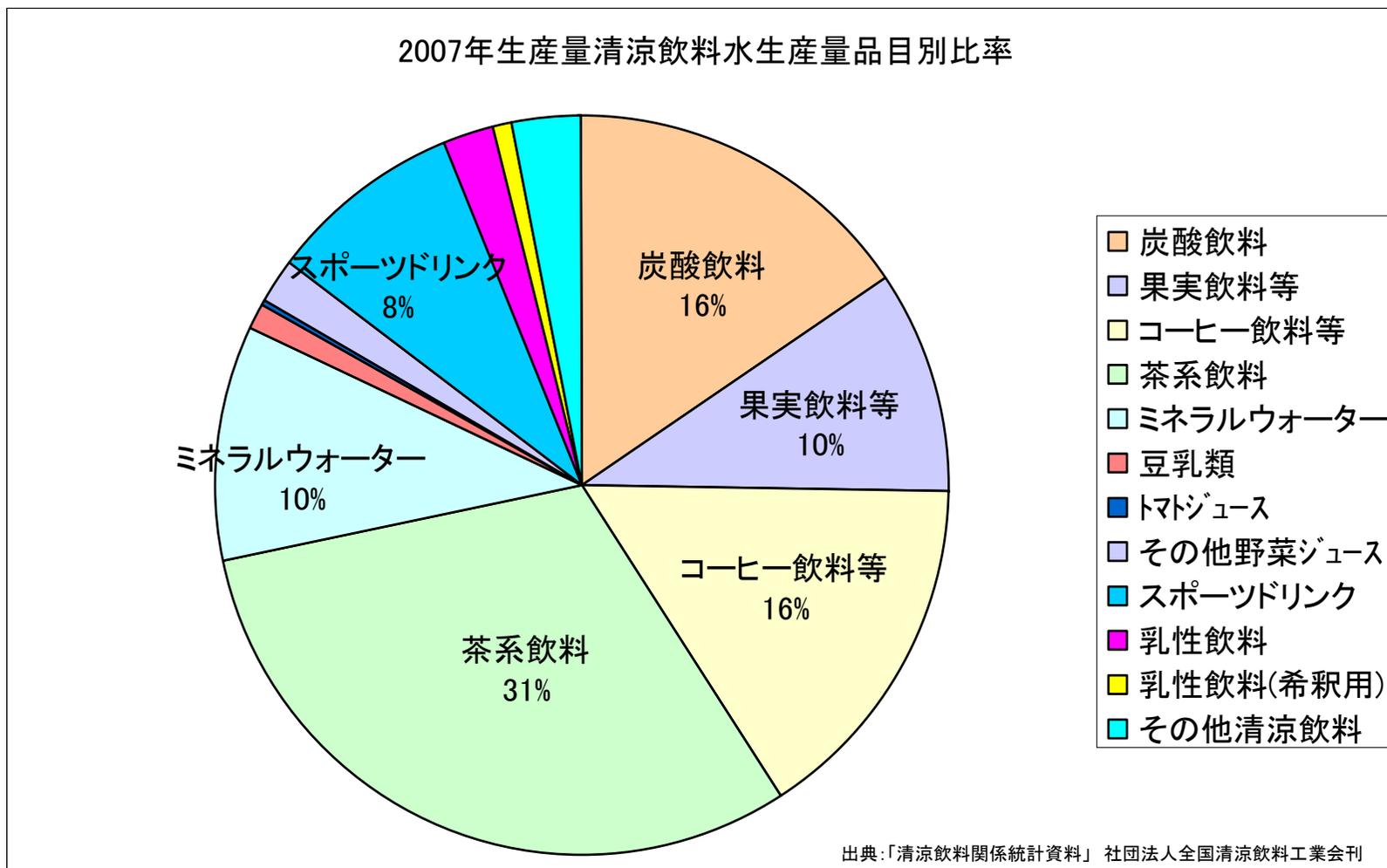


出典:各社ホームページより転載

2008年12月11日 第39回食品の表示に関する共同会議資料 社団法人全国清涼飲料工業会 技術部

清涼飲料市場の製品構成

「緑茶飲料」は2009年10月から原料原産地は義務表示
ミネラルウォーター類は採水地を表示



清涼飲料の製品特性

商品(ブランド)名 そして
生産者名・販売者名
容器・容量
価格 を確認して購入していただく商品。

- ◆年間を通じ均質な「味わい、風味、色、香り」
- ◆各社は、独自の高度な加工技術で、均質な品質を実現している。
- ◆万一製造毎に「味わい、風味、色、香り」が変われば、異なった商品(ブランド)になる



出典:各社ホームページより転載

清涼飲料業界の商品作り

◆年間を通じ一定品質・価格を実現する

実現方法

- ・味や風味を一定にする高度な加工技術
- ・収穫量変動に対応し素早く処方変更
- ・異常気象、不作、端境期への対応
- ・需要の急変化に対応

現行表示ルールにおいては・・・

その都度ラベルを変える必要あり、現実的ではない

◆原産地を全面に出した商品

原産地を最重要と考えた差別化された商品