●はじめに

食の安全・安心に対する消費者の関心の高まりを背景として、平成 17 年 7 月に農林水産省により「外食における原産地表示のガイドライン」が策定されました。

生産・流通段階では生鮮食品に加え一部加工食品も含め、原産地表示が法律により義務づけられていますが、日々さまざまな食材を調理し、多様な料理として消費者に直接提供している外食事業の場合、表示義務の対象とはならず、また事業規模や業種に関係なく、広く外食事業者が表示を行う上での指針もありませんでした。

外食における原産地表示は事業者の方々にとって義務ではありませんが、消費者ニーズに応え自主的かつ積極的に原産地情報を提供していくことにより、消費者の信頼を得ることはもちろん、身近な「食の場」として、より一層安心して外食を利用してもらえるようになるのではないでしょうか。

この「原産地表示の手引き」は原産地表示を実施していく上で、事業者の方々の作業の指針となるよう作られたものであり、内容的には広く外食事業全般に共通した部分の他、肉類の原産地表示には消費者の関心が高いことに加え、「牛肉トレーサビリティ法」や「食肉の表示に関する公正競争規約及び同施行規則」等の法令によって原産地等の表示が義務づけられていることを勘案し、肉類中心のメニューを提供している事業者の方々を対象とした説明も加えてあります。

お忙しい事業者の皆様が全体を通して読まなくても、業務の合間などにとりあえず疑問を感じている点や確認しておきたい点だけでも目を通していただけるような構成を心がけましたので、ぜひともこの手引きをご活用下さるようご案内申し上げます。

原産地表示の手引き

◎はじめに

◎目次

第１部　原産地表示ガイドラインのあらまし（P.5）

■原産地表示ガイドイドライン策定の背景（P.6）

1. 農林水産省「食料品消費モニター調査」より
   ①食品供給の各段階における消費者の安心感・不安感
   ②「外食店舗での安全性」における不安の内容
   ③飲食店に希望するサービス
2. 食の安全・安心や消費者の意識について

■外食の原産地表示の必要性について（P.7）

1. 消費者の意識調査
2. 原産地表示に関する外食事業者の実態調査

■原産地表示ガイドラインの対象業種など（P.8）

■原産地表示ガイドラインの内容について（P.8）

1. 基本的な考え方
2. 表示対象となる原材料
（１）基本的な原材料
①メニューの主たる原材料
②メニュー名に用いられている原材料
③こだわりの原材料：品種、栽培・飼育方法、産地等にこだわった原材料
（２）主要なメニューについて
（３）表示方法の工夫
3. 表示する原産地の名称
4. 複数の原産国の原材料を使用する場合の表示
5. 表示の方法
①原材料ごとにまとめて原産地を表示する方法
②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
6. 表示場所

7. 原産地表示の段階的な取り組み
（１）納入業者の協力を求める
（２）表示の種類は徐々に増やす
（３）小売店での食材仕入れについて
（４）貴社（貴店）の実情に合ったコスト負担の少ない方法で‥
8. 原産地表示に際しての注意点
①産地が特定できない曖昧な表示
②一部の特定産地だけを強調する表示
③誤認を招くような表示

■原産地表示ガイドラインについてよくある質問（P.13）

①原産地表示に関する「Ｑ＆Ａ」から
②農林水産省ホームページへのアクセス方法

■外食の原産地表示ガイドラインについての問い合わせ先（P.16）

第２部　原産地表示の実践に際して（P.17）

■原産地表示について（P.18）

1. 流通（小売店の店頭）段階での原産地表示の義務化について
2. 消費者団体の「一声運動」について
3. お客様からの質問への対応について

■原産地表示に向けての手順など（P.20）

●ステップ１　まず原産地表示の担当者（担当チーム）を決めましょう
●ステップ２　原産地表示を行うメニューを決めましょう
●ステップ３　表示する食材を選びましょう
①基本的な食材
②それ以外の食材
・基本的な食材の表示例
・それ以外（基本的な食材以外）の食材の表示例
●ステップ４　表示対象として選んだ食材の原産地を把握しましょう
①仲卸や小売など納入業者を介して食材仕入れを行っている場合
②近所の小売店で食材を購入している場合
●ステップ５　原産地が分かった食材から表示を始めましょう
●ステップ６　原産地表示を行う食材を増やしていって下さい

■原産地表示への取り組みに際しての工夫（P.22）

1. 作業負担の少ない方法について
●原産地表示についての二通りの考え方
●メニューごとの表示
●食材ごとの表示

2. 正確な表示、確実な実施のための工夫
①産地を正確に把握し、それを正しく表示して下さい
②原産地が不確かなものまで、無理して表示するようなことは避ける
③使用食材のうち、自信の持てるものからスタートしてみましょう

■小売店（流通）の店頭における原産地の表示義務と関連法規（P.24）

1. 小売店（流通）の店頭における原産地の表示義務について
2. 関連法規について
①生鮮食品
②一部の農産物・畜産物・水産物加工食品

■特定料理提供業者の皆様へ（P.24）

1. 牛肉トレーサビリティ法について
2. 特定料理提供業者について
3. 原産地表示と個体識別番号表示との関係

■食肉小売店における牛肉トレーサビリティ法への対応（P.26）

1. 個体識別番号の表示
2. 帳簿の備え付け（仕入れの記録とその保存）

第３部　原産地表示の実践事例についての聞き取り調査（P.27）

・事例１：Ａ社　　とんかつ専門店（P.28）
・事例２：Ｂ社　　フランス料理店（P.30）
・事例３：Ｃ社　　ハンバーガーチェーン（P.32）
・事例４：Ｄ社　　ファミリーレストラン（P.34）
・事例５：Ｅ社　　牛丼チェーン（多業態）（P.36）
・事例６：Ｆ社　　焼肉チェーン（P.38）
・事例７：Ｇ社　　居酒屋チェーン（P.40）

カラー　原産地表示の実例（P.42）

事例１～７での具体例を写真で紹介

第１部　原産地表示ガイドラインのあらまし

■原産地表示ガイドイドライン作成の背景（P.6）

■外食の原産地表示の必要性について（P.7）

■ガイドラインの対象業種など（P.8）

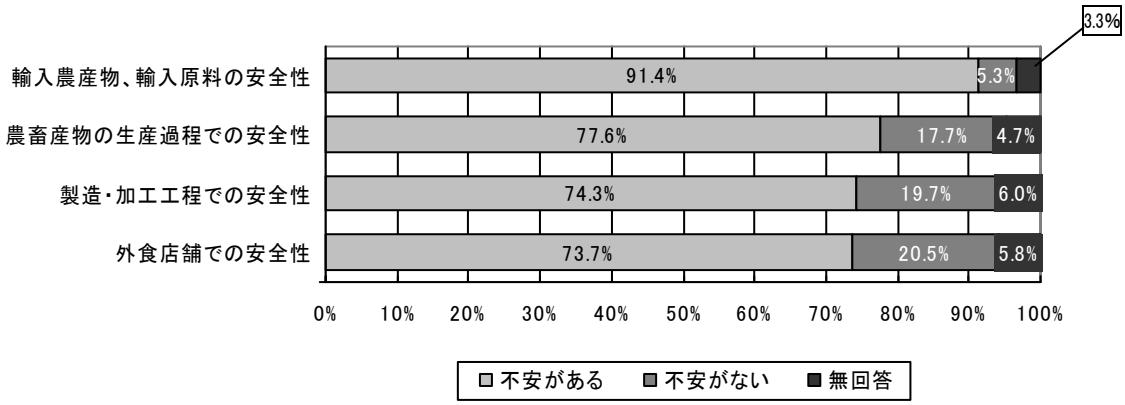
■ガイドラインの内容について（P.9）

■原産地表示ガイドライン策定の背景

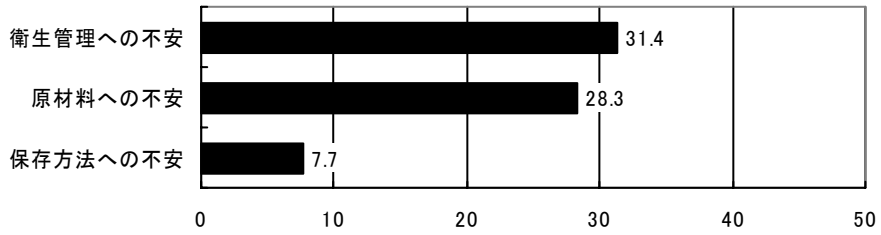
１．農林水産省「食料品消費モニター調査」より（多い順に）

① 食品供給の各段階における不安感としては「輸入品」、「生産・製造過程」に次いで「外食店」での不安感を挙げる回答が多い。
② 外食店舗での不安感の具体的内容としては、「衛生管理への不安」に次いで「原材料への不安」が２番目となっています。
③ さらに飲食店に希望するサービスの項目でも、「従業員の接客態度」や「店の清潔感」の向上に次いで「食材の原産地表示」を望む回答が３番目となっています。

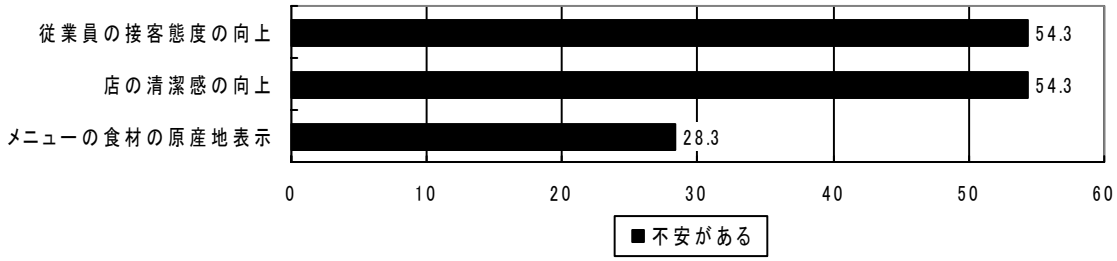
① 食品供給の各段階における消費者の不安感（%）　＜平成 15 年度調査＞



②「外食店舗での安全性」における不安の内容（上位３項目、%）　＜平成 15 年度調査＞



③飲食店に希望するサービス　（上位３項目、%）　＜平成 15 年度調査＞



２．食の安全・安心や消費者の意識について

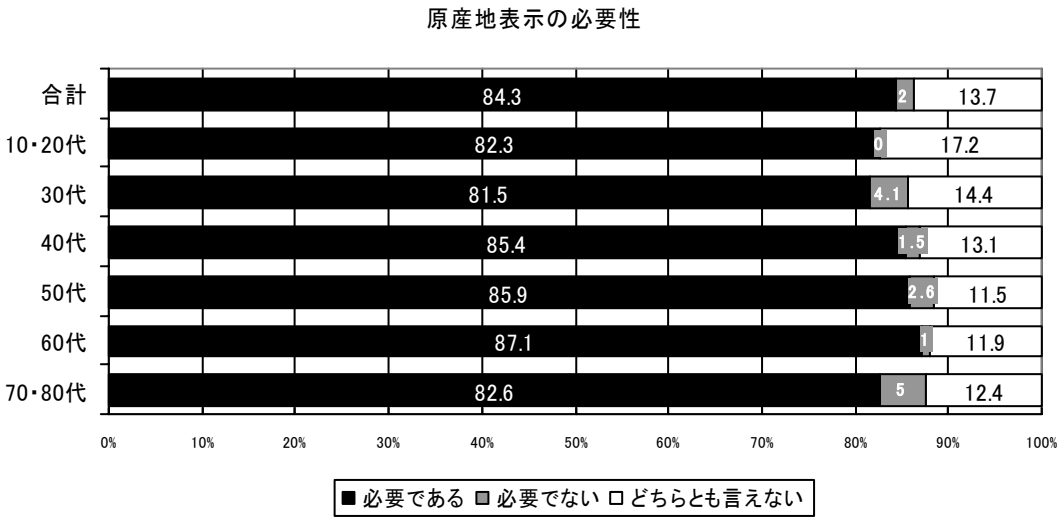
消費者の「食の安全・安心」に対する関心の高まりや要望を考慮すると、国民食生活において重要な役割を果たしている外食産業の場においても、メニュー選択に際して食材の原産地などに関する情報提供を積極的に行うことにより、消費者からより強い信頼を得て、身近な「食の場」として利用して貰うことが必要ではないでしょうか。

こうした事情を背景として、平成 17 年 7 月に農林水産省により「外食の原産地表示ガイドライン」が策定されたわけです。

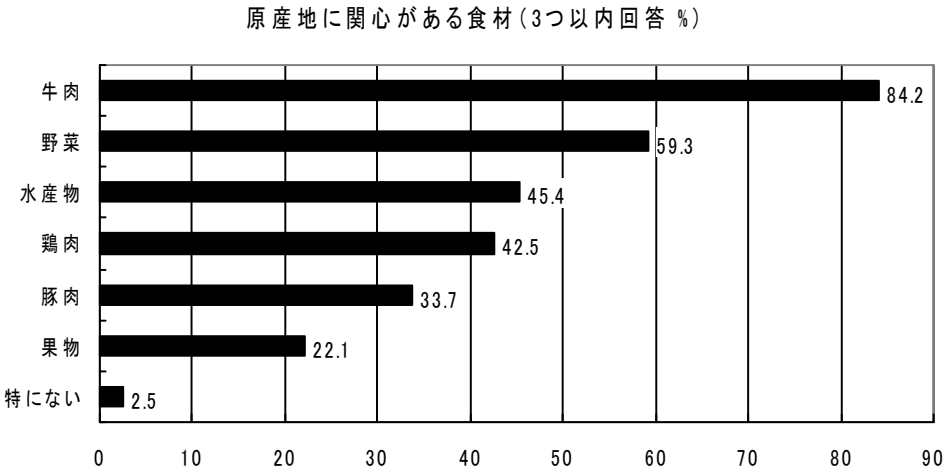
■外食の原産地表示の必要性について

１．消費者の意識調査

消費者団体の協力を得て平成 18 年 6 月に行った実態調査によると、外食店舗において食材の原産地表示を望む回答は全世代で 80%を超えています。



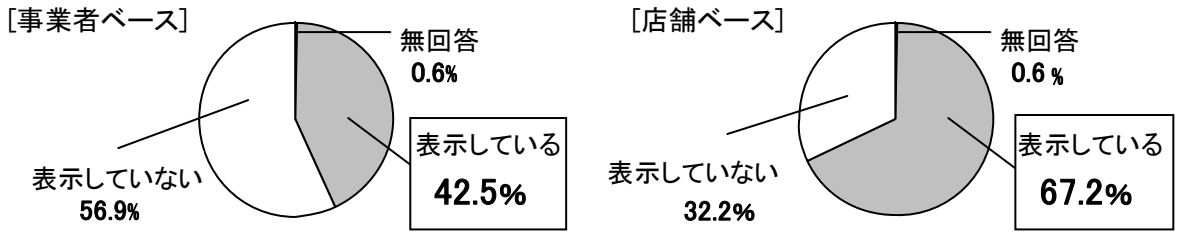
これを食材別の関心度で見てみると、牛肉（84.2%）、野菜（59.3%）、水産物（45.4%）、鶏肉（42.5%）、豚肉（33.7%）、果物（22.1%）、特にない（2.5%）となっています。



２．原産地表示に関する外食事業者の実態調査

農林水産省が平成 18 年 9 月に公表した外食事業者の実態調査では、食材の原産地表示（一部食材の表示を含む）を行っているのは事業者ベースで 42.5%、店舗ベースでは 67.2%となっており、まだ消費者の要望とは隔たりがあるようです。

産地表示の実施状況



■原産地表示ガイドラインの対象業種など

外食における原産地表示は外食事業者の皆様に義務付けられたものではありませんが、お客様のニーズに対する新たなサービス、お客様とのコミュニケーションの手段と考え、もっと安心して利用していただくために、貴社（貴店）の実情に合った方法で、まずは出来るところから原産地表示に取り組んでみてはいかがでしょうか。

お客様にもっと安心して利用していただける、身近な”食の場”としての外食店舗を目指す、このガイドラインはこうした考え方で作られていますので、業種・業態などにはかかわりなく、全ての外食事業者の方々が対象となっています。

■原産地表示ガイドラインの内容について

１．基本的な考え方

外食事業の場合には、使用する原材料の種類が多く、季節要因や天候要因などで産地変更のケースも絡んでくるため、全ての原材料について原産地を把握し、表示することは難しいかも知れませんが、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の表示を行うよう努めて下さい。

（注）外食事業の場合は、原材料を調理し、盛りつけ、「料理」としてお客様に提供するという性格上、「原材料」という部分は「食材」と読み替えても結構です。

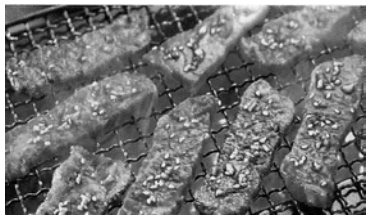
２．表示対象となる原材料

（１）基本的な原材料

①メニューの主たる原材料

彩りやボリューム感などを目的とした”付け合わせ”の原材料ではなく、そのメニューになくてはならない原材料のことです。

例）　**ステーキの牛肉（国産）**

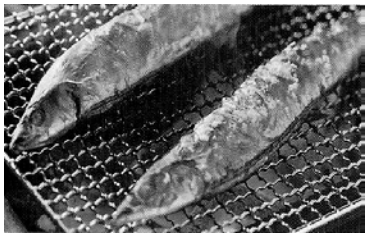


②メニュー名に用いられている原材料

例）　**チキンソテーの鶏肉（宮崎県産）**

③こだわりの原材料：品種、栽培・飼育方法、産地等にこだわって調達している原材料

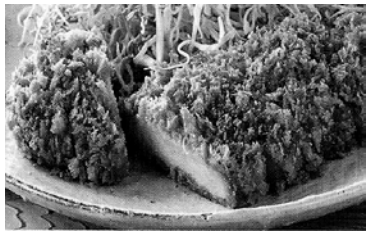
例）　**旬のさんま（三陸沖）**



（２）主要なメニューについて

注文数の多い売れ筋メニューや店として売りたい定番メニューなど、主要なメニューについては（1）の基本的な原材料だけではなく、それ以外の原材料についても積極的に原産地表示を行うようにして下さい。

例）　**ロースカツ定食（豚肉はデンマーク産。コメ、キャベツは国産）**



（３）表示方法の工夫

地産地消の取り組みや農業との連携等により安定した原材料の調達に取り組んでいる外食事業者の方や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事業者の方は、原材料の種類ごとに原産地を表示する等、表示方法を工夫することにより、

お客様に対してより多くの原産地に関する情報提供に努められてはいかがでしょうか。

例）**「野菜は地元〇〇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場合が多く、気象等の影響により産地が変更されることも多いため、原産地の名称の表示にあたっては、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」**を表示して下さい。なお「国産」、「原産国名」の代わりに、以下のように表示することもできます。

・農産物の場合

（国産品）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

（輸入品）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

（国産品）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

（輸入品）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

（国産品）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

（輸入品）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」を表示する場合には、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をするように努めて下さい。

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」**

国産品の場合、「一般に知られている地名」については以下の例を参考にして下さい。

表示	地名例
都道府県名	北海道、福井県、熊本県
地方名	東海地方、四国地方

表示	地名例
旧国名	薩摩、近江、因幡
島名	淡路島、佐渡島

４．複数の原産国の原材料を使用する場合の表示

原産国が複数ある場合には、使用重量の割合が多いものから順に２カ国を表示して下さい。なお３カ国目以降の原産国については「その他」として一括して表示することができます。

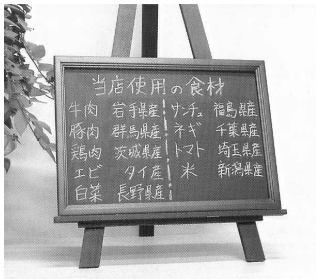
例）　**豚肉（アメリカ、国産、その他）**

５．表示の方法

外食の場合、一つの原材料が複数のメニューに使用されるという特徴があるので、各メニューに原材料の原産地を表示する方法の他に以下のような方法も考えられます。

①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、福島、千葉、埼玉県）の契約農家から、豚肉は群馬県、エビはタイから仕入れています」**



②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」**

手作りハンバーグ

オーストラリア産ビーフ＆国産ポーク使用

以上のように取り組みやすい方法をお考えになってみて下さい。

6. 表示場所

貴社（貴店）の業種・業態や店舗構造などお考えの上、「お客様の見やすい場所」に「分かりやすい表現」で、創意工夫を生かして原産地の表示を行って下さい。

例）　**店頭・店内にポスターを掲示／ボード（黒板）に手書き／メニューブックに記載**等

※なお、ホームページを利用して原材料の産地や生産方法などに関する、より詳細な情報提供を行うことは他社（他店）との差別化のためにも有効な手段といえます。

※ただし、ホームページに掲載するだけで、店頭、店内での表示を省略してしまうとお客様に十分な情報提供ができなくなってしまうのでご注意下さい。

▲正面壁面の左の木製ボードが原産地表示パネル（末尾 46 頁左上の写真）に同じ

7. 原産地表示の段階的な取り組み

原産地表示を手間・暇・コストのかかる新たな負担・重荷とは考えないで下さい。
お客様にもっと安心して利用していただくための顧客サービスの一環としてとらえ、まずは貴社（貴店）で実行可能な部分から手がけてみてはいかがでしょうか。

（1）納入業者の協力を求める

納入業者を使っている場合には、業者の協力を得て、原産地の把握に努め、確認できた原材料については納品書や請求書などに原産地を記載させ、それに基づき表示して下さい。

（2）把握する（表示する）種類は徐々に増やす

次いで原産地把握（表示）を行う原材料の種類を徐々に増やしていって下さい。例えば、使用量の多い食材を優先するとか、あるいは肉類、魚類など主菜となる食材を優先し、続いて野菜、きのこ類など副菜の食材まで対象を順次拡大していく。

（3）小売店での食材仕入れについて

スーパーなど小売店で一般消費者向けの商品を購入している場合、原産地表示がしてある商品についてはそれをメモし、表示のない商品については店員に確認するなどして原産地を把握し、表示を行って下さい。

（4）貴社（貴店）の実情に合ったコスト負担の少ない方法で・・

原産地表示の方法や場所についても、貴社（貴店）の実情に合った、コスト負担の少ないやり方を工夫してみて下さい。例えば、ボード（黒板）に本日のおすすめメニューを手書きする際に原産地も併記するなど。

8. 原産地表示に際しての注意点

（1） 原材料の原産地情報の管理を正確に行い、誤った表示を避けるとともに、以下の例に該当するような、お客様に誤認させる恐れのある表示は絶対に避けて下さい。

①産地が特定できない曖昧な表示

例） **「野菜は地物を使用」** 「地物」では具体的に産地名を特定できない

②一部の特定産地だけを強調する表示の例

例） 産地指定のない普通の国産豚肉と特定産地の契約養豚場から仕入れている豚肉の両方を使用している場合に、特定産地の契約養豚場の分だけを表示してブランドイメージや高級感を連想させるような表示

③誤認を招くような表示

加工品の原材料原産地が確認できないにもかかわらず、同種の生鮮品の産地表示をすることにより誤認を招くような表示

例）仕入れ商品の加工食品「フライドポテト」と生鮮品を使用して店内調理する「じゃが芋のバター焼き」がある場合、生鮮品の産地のつもりで「じゃが芋は〇〇県産」と表示すると、お客様は加工食品「フライドポテト」のじゃが芋の原産地も〇〇県産と誤認してしまう恐れがあります。

（２） 表示の根拠となる仕入れ伝票、納品書その他関係書類を整備し、お客様から問い合わせがあれば、速やかにかつ適正に対応できるようにしておいて下さい。

■原産地表示ガイドラインについてよくある質問

ガイドラインの公表以来、事業者、消費者の方から多くの問い合せや質問が寄せられています。ここではページ数の制約もあり、主なものだけをいくつかご紹介しますが、農林水産省のホームページには詳細な「Ｑ＆Ａ」が掲載されていますのでご覧下さい。

農林水産省のホームページ「Ｑ＆Ａ」コーナーは、以下のアドレスです。

http://www.maff.go.jp/gaisyoku /qanda.pdf

①原産地表示に関する「Ｑ＆Ａ」から

Ｑ１	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：ガイドラインは全ての外食事業者を対象としています。
このため、外食事業者にあっては、業種・業態、店舗の内装や装備、原材料の仕入方法を踏まえて、原材料の原産地表示に取り組んでいただきたいと考えております。

Ｑ２	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、ウインドーサンプル、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。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していただくことにしています。

Ｑ３	主要なメニューには、主な原材料以外についても原産地表示を推奨するとしていますが、どこまで主要なメニューと考えればよいですか？

Ａ：ガイドラインでは、いわゆる「売れ筋」とか「定番」のメニュー、外食事業者が消費者に積極的に推奨しているメニューを「主要なメニュー」として位置付けています。外食産業は、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。

Ｑ４	全ての原材料について原産地を表示しなければいけませんか？

Ａ：ガイドラインでは消費者のメニュー選択に資する情報を提供するとの観点から、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います。
　具体的には、「メニューの主たる原材料」、「メニュー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、その種類ごとに表示するなど、表示方法を工夫して情報提供に努めることを定めています。

Ｑ５	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表示すればよいですか？

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：○○産」と表示してあると、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。このため、消費者に誤認を与えないよう豚肉についても書くことをお勧めします。

Ｑ６	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表示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外国産を使う場合もあります。」等と表示できることとします。

Ｑ７	季節により仕入先の産地が異なりますが、産地の切り替えとメニュー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表示を行う場合には、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表示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、店頭表示や POP 等で対応されることをお勧めします。

Ｑ８	一つの原材料で複数の国のものを使用している場合の原産地表示の考え方を教えてください。

Ａ：一つの原材料で複数の国のものを使用している場合は、使用量の多い順に表示します。ただし、原産地が３ヵ国以上ある場合には、使用量の多い順に上位２ヵ国を表示すれば、３ヵ国目以降は「その他」と表示できます。

Ｑ９	ガイドラインには強制力がないと聞きましたが、表示をしなくとも公的に問題はないですか？

Ａ：このガイドラインは、消費者のメニュー選択に資するための情報を提供するため、外食事業者が自主的な原材料の原産地表示に取り組むための指針ですので、原産地表示を行わないからといって行政処分を受けることはありません。

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、自身の店舗はもとより、外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、より多くの外食事業者に取り組んでいただきたいと考えております。

Ｑ10	なぜ強制力をもった義務表示にしないのですか？

Ａ：外食産業は、使用する原材料の種類が多い上に、気候などの影響により産地が頻繁に変わること等から、原材料の原産地表示を法的に義務付けるには課題が多いと考えております。

②農林水産省ホームページへのアクセス方法

「よくある質問」の他にも、ガイドラインに関する詳細な情報が農林水産省のホームページに掲載されていますのでご参照下さい。

http://www.maff.go.jp/gaisyoku/　にアクセス。

■外食の原産地表示ガイドラインについての問い合わせ先■

・農林水産省総合食料局食品産業振興課外食産業室
〒100-8950　東京都千代田区霞が関 1-2-1
TEL.03-3502-8267　FAX.03-3502-0614　（全国／北海道）

・東北農政局生産経営流通部食品課
〒980-0014　宮城県仙台市青葉区本町 3-3-1　仙台合同庁舎
TEL.022-221-6146　FAX.022-217-4180
（青森／岩手／宮城／秋田／山形／福島）

・関東農政局生産経営流通部食品課
〒330-9722　埼玉県さいたま市中央区新都心 2-1　さいたま新都心合同庁舎２号館
TEL.048-740-0034　FAX.048-740-0081
（茨城／栃木／群馬／埼玉／千葉／東京／神奈川／山梨／長野／静岡）

・北陸農政局生産経営流通部食品課
〒920-8566　石川県金沢市広坂 2-2-60　金沢広坂合同庁舎
TEL.076-232-4233　FAX.076-232-5824
（新潟／富山／石川／福井）

・東海農政局生産経営流通部食品課
〒460-8516　愛知県名古屋市中区三の丸 1-2-2
TEL.052-223-4619　FAX.052-219-2670　（岐阜／愛知／三重）

・近畿農政局生産経営流通部食品課
〒602-8054　京都府京都市上京区西洞院通り下長者町下る（京都農林水産総合庁舎）
TEL.075-414-9024　FAX.075-414-7345
（滋賀／京都／大阪／兵庫／奈良／和歌山）

・中国四国農政局生産経営流通部食品課
〒700-8532　岡山県岡山市下石井 1-4-1　岡山第２合同庁舎
TEL.086-224-9415　FAX.086-232-7225
（鳥取／島根／岡山／広島／山口／徳島／香川／愛媛／高知）

・九州農政局生産経営流通部食品課
〒860-8527　熊本県熊本市二の丸 1-2　熊本合同庁舎
TEL.096-353-7368　FAX.096-324-1439
（福岡／佐賀／長崎／熊本／大分／宮崎／鹿児島）

・沖縄総合事務局農林水産部農畜産振興課
〒900-8530　沖縄県那覇市前島 2-21-13　ふそうビル
TEL.098-866-0096　FAX.098-867-4001

第２部　原産地表示の実践に際して

■原産地表示について（P.18）

■原産地表示に向けての手順など（P.20）

■原産地表示への取り組みに際しての工夫（P.22）

■小売店（流通）の店頭における原産地の表示義務と関連法規（P. 24）

■特定料理提供業者の皆様へ（P.24）

■食肉小売店における牛肉トレーサビリティ法への対応（P.26）

■原産地表示について

１．流通（小売店の店頭）段階での原産地表示の義務化について

貴社（貴店）が使用する食材のうち、生鮮食品（農産物、畜産物、水産物）については流通段階（小売店の店頭）において、JAS 法「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」（昭和 25 年法律第 175 号）に基づく「生鮮食品品質表示基準」（平成 12 年 3 月 31 日農林水産省告示第 514 号）によって名称と原産地の表示が義務付けられています（後述）。

また以下に掲げる、加工度が低く生鮮に近い 20 食品群についても「加工食品品質表示基準」（平成 12 年 3 月 31 日農林水産省告示第 513 号）によって名称と原料原産地の表示が義務付けられています。

加工食品における原料原産地表示の対象品目一覧

品　目　群			対象商品の例
農産加工食品	1	乾燥きのこ類、乾燥野菜及び乾燥果実	乾燥しいたけ、切り干し大根等
	2	塩蔵きのこ類、塩蔵野菜及び塩蔵果実	塩蔵きのこ、塩蔵ぜんまい等
	3	ゆで、又は蒸したきのこ類、野菜及び豆類並びにあん	茹でたけのこ、蒸かし芋、茹でた大豆、生あん乾燥あん等
	4	異種混合したカット野菜・カット果実、その他野菜、果実及びきのこ類を異種混合した もの（切断せず詰め合わせたものを除く）	カット野菜ミックス、カットフルーツミックス等
	5	緑茶	煎茶、抹茶、番茶、ほうじ茶等
	6	もち	丸餅、のし餅、切り餅、草餅等
	7	いりさや落花生、いり落花生及びいり豆類	いりさや落花生、いり落花生 いり大豆等
	8	こんにゃく	板／玉／糸こんにゃく等
畜産加工食品	9	調理した食肉（加熱調理したもの及び調理冷　凍食品に該当するものを除く）	塩・胡椒した牛肉、タレ漬けした牛肉、味噌漬けした豚肉等
	10	茹で、又は蒸した食肉及び食用鳥卵	茹でた牛もつ、蒸し鶏、茹で卵等
	11	表面を炙った食肉	牛たたき、鶏ささみのたたき
	12	フライ種として衣をつけた食肉	衣をつけた豚カツ用食肉、から揚げ用鶏肉
	13	合挽肉その他異種混合した食肉	合挽肉、成形肉、焼肉セット（異種の肉の盛り合わせで生鮮食品だけで構成されたもの）

水産加工食品	14	素干魚介類、塩干魚介類、煮干魚介類及びこんぶ、干のり、焼のり、その他干した海藻類（細切、細刻したもの又は粉末状にしたものを除く）	たたみいわし、するめ、丸干いわし、ちりめんじゃこ、干さくらえび、出し昆布等
	15	塩蔵魚介類及び塩蔵海藻類	塩さんま／さば／たらこ／いくら／塩蔵わかめ等
	16	調味した魚介類及び海藻類（加熱調理、調理　冷凍食品、缶・瓶詰め、レトルトパウチ除く）	まぐろ醤油漬け、赤魚鯛の粕漬け、もずく酢、味付けめかぶ等
	17	茹で、又は蒸した魚介類及び海藻類	茹でたこ／かに／釜揚げしらす等
	18	表面をあぶった魚介類	かつおのたたき
	19	フライ種として衣をつけた魚介類	衣付けしたカキフライ用のカキ等
その他	20	上記「異種混合」以外の生鮮食品を異種混合　したもの	ねぎま串、鍋物セット（生鮮食品だけで構成されているもの）等

（注１）上表の他、うなぎ加工品、かつお削りぶし、農産物漬物及び野菜冷凍食品には、個別の基準において原料原産地の表示が義務付けられています。

（注２）平成 18 年 10 月 1 日以前に製造、加工又は輸入されたものについては、改正前の基準によることができます。

スーパーや一般小売店で食材購入をする場合には、売り手側に表示義務があることを心に留めて、原産地表示を確認して下さい。もし法律上、当然あるべき表示がないような場合には、店員さんに質問して原産地を確認するようにして下さい。

使用食材の原産地表示に対するお客様の要望が強くなってきているという事実を忘れないで下さい。お客様のニーズに応えるため、法律で義務付けられている原産地表示を確認するわけですから、遠慮や気兼ねは必要ありません。

２．消費者団体の「一声運動」について

ある消費者団体では外食店において食材の原産地をたずねる「一声運動」を幅広く展開しています。この運動は外食店に行った際、使用食材の原産地を質問することによって、消費者自身の意識改革を促すと同時に、外食店側にも原産地表示に対する消費者ニーズが強いことを再認識して貰うためのものです。

３．お客様からの質問への対応について

お客様から原産地表示に関する質問を受けた場合に備え、あらかじめ出来る範囲で心構えをしておいて下さい。

最初から全てのメニュー、食材について原産地を把握し、表示できれば理想的ですが、それは非常に難しいでしょう。まずは出来るところからスタートして、徐々に原産地を把握し、表示する食材を増やしていくという方針等の説明をして下さい。

せっかく、質問したのにお店の対応が不親切だった、無愛想だったという印象を与えないよう心がけて下さい。

■原産地表示に向けての手順など

STEP 1 原産地表示の担当者（担当チーム）を決めましょう

仕入れ業務の分かるスタッフの他、人手や経費を使える立場の管理職の方などを含めると効果的に推進できるでしょう。

また担当者に任せきりにしてしまうと、忙しさに追われて手が回らなくなったり、表示の正確性が損なわれたりして、せっかくの試みが逆効果になってしまうかも知れません。

会社（お店）の営業方針の中で原産地表示をしっかりと位置付け、全ての従業員が協力して取り組めるような体制が必要です。

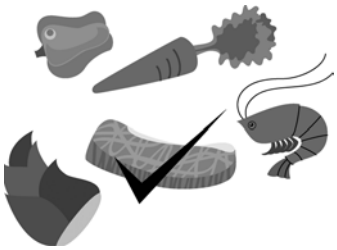
STEP 2 原産地表示を行うメニューを決めましょう

最初から全てのメニューについて表示を行うことは大変な作業を要します。まずは一部のメニュー、更にそのメニューの中の一部の食材からでも結構です。無理なく出来るところからスタートして下さい。その都度食材が変わる日替わりメニューが難しければ、使用する食材が決っている定番メニューや人気メニューの中から選んで原産地表示を行うなど、現場の実情に合った形で考えてみて下さい。

STEP 3 表示する食材を選びましょう

①**基本的な食材**（主要な食材／メニュー名に用いられている食材／こだわりの食材）

※主として**肉類、魚介類**といった**主菜**にあたる食材です。肉類、魚介類については、**表示対象**と理解すればわかりやすいでしょう。なお、主菜には該当しませんが、**「野菜サラダ」の野菜類**なども同様に基本的な食材と理解して下さい。



②**それ以外の食材**（売れ筋としての**人気メニュー**、店として売りたい**定番メニュー**など、**「主要なメニュー」**に使われている、**彩りやボリューム感**のための付け合わせ用の食材など）

※これらは主として野菜類、きのこ類といった副菜にあたる食材です。

「主要なメニュー」については、**副菜の食材**も表示対象と理解して下さい。

各種食材をこのように整理し、まずはどんな食材について原産地表示をしたらよいか（原産地表示ができるか）考えてみて下さい。この時、最初から全ての食を表示しようとすると大きな負担になります。まずは一部の食材から（原産地のわかる食材から）スタートしてみて下さい。

・基本的な食材の表示例

日替わりランチ

３種類　Ａ：チキンカツ（国産鶏肉使用）
　　Ｂ：すき焼き　（豪州産牛肉使用）
　　Ｃ：焼き魚（米国産ほっけ開き使用）

・それ以外（基本的な食材以外）の食材の表示例

対象は売れ筋もしくは定番である主要なメニュー

おすすめランチ：豚の厚切り生姜焼き
　　ポテトサラダ添え
　　（国産豚肉、北海道産じゃがいも使用）

STEP4　表示対象として選んだ食材の原産地を把握しましょう

①　仲卸や小売など納入業者を介して食材仕入れを行っている場合

納入業者とよく話し合い、原産地表示の意義、正確な原産地把の重要性などをよく理解して貰い、正確な原産地情報の整備やその提供につき協力を要請しましょう。この時、仕入れ担当のスタッフがいれば、納入業者とのやりとりもスムーズにいくのではないでしょうか。具体的には納品書や請求書などに商品（食材）ごとに原産地情報を記載してもらい、そうした情報に基づいて原産地表示を行えば作業負担も軽くなり、表示の正確性も保たれるでしょう。

②近所の小売店で食材を購入している場合

生鮮食品および一部の生鮮に近い加工食品についてはJAS法で義務づけられています。スーパーや青果物店、鮮魚店、精肉店などで食材を購入する場合は、表示を見たり店員に尋ねれば原産地が確認できる仕組みが出来ています。最初は面倒くさいと感じるかも知れませんが、仕入れに行った時、店頭の表示や店員の説明をメモして、それに基づいて原産地表示を行って下さい。

STEP5　原産地が分かった食材から表示を始めましょう

表示の仕方は、決った形はありません。お店の実情に合わせて、作業的にもやりやすく、コスト面でも負担の少ない方法をお考え下さい。

要は食材の原産地を正確に、お客様の見やすい場所に、分かりやすい方法で表示をすればよいのです。具体的な方法としては、メニューブック、リーフレット、店頭ポスター等の他、専用のボード・黒板（スタンド形式や壁掛けスタイル）を利用し、手書きで表示する方法等が考えられますが、これらの中からもっとも取り組みやすく実情に合った方法を選んで下さい。

STEP6 原産地表示を行う食材を増やしていって下さい

原産地を把握する食材の種類を徐々に増やしていって下さい。肉類から、次に野菜類から、納入業者との協力体制を強化する等、順次、表示する食材を増やしていって下さい。

■原産地表示への取り組みに際しての工夫

１．作業負担の少ない方法について

○原産地表示についての２通りの考え方：

①メニューごとに使用食材の原産地を表示する方法
②食材をベースとして当日使用している食材について原産地を表示する方法

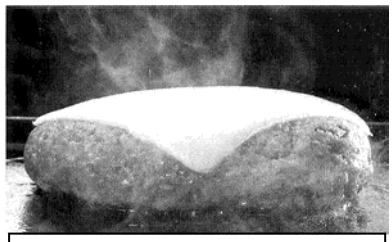
①のメニューごとに表示する方法は、お客様のメニュー選択に際しての情報提供という観点から、分かりやすいというメリットがあります。これに対して②の食材ごとにまとめて表示する方法は、メニュー数が多い場合には作業負担が軽くなり、また急なメニュー変更や産地変更といった緊急事態が発生した場合にも対応しやすいというメリットがあります。

貴社（貴店）の実情に照らし（１）または（２）、いずれか実行しやすい方法をお選び下さい。そして、まず出来るところから原産地表示を実施してみてはいかがでしょうか。

●メニューごとの表示

豚の生姜焼き
・豚肉（国産）
・キャベツ（国産）

ハンバーグ
・牛挽き肉（豪州産）
・豚挽き肉（国産）
・玉ねぎ（国産）

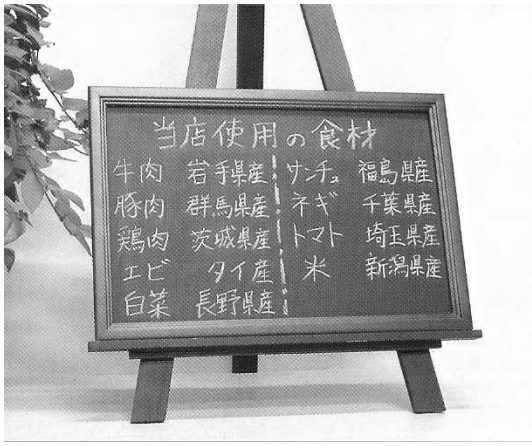


手作りハンバーグ
オーストラリア産ビーフ＆国産ポーク使用

●食材ごとの表示

当店使用の食材

・牛肉　岩手県産
・白菜　長野県産
・豚肉　群馬県産
・サンチュ　福島県産
・鶏肉　茨城県産
・ねぎ　千葉県産
・エビ　タイ産
・トマト　埼玉県産
・　米　新潟県産



２．正確な表示、確実な実施のための工夫

①原産地を正確に把握し、それを正しく表示して下さい

言い換えれば「表示」と「現物」に不一致が生じない。これが守るべき原産地表示の原点です。ある食材について複数原産地の国産品を同時に（あるいは日替わりで）使うような場合、間違いなく国産品であれば、○○県産あるいは△△県産と産地名を詳細に表示する代わりに、単に「国産」と表示すれば、誤表示の発生する可能性をそれだけ少なくすることができます。

②原産地が不確かなものまで、無理して表示するようなことは避ける

原産地表示するアイテム数を増やしていくための継続的な努力は必要ですが、見た目の表示件数を増やすために、原産地が不確かなものまで無理して表示するようなことは避けて下さい。悪意がなくても、一部に不適切な表示（誤表示）があったりすると、それ以外の正しい表示を含め、貴社（貴店）で行っている原産地表示全体の信頼性が疑われ、せっかくの企業努力が水の泡、あるいは逆効果になってしまう恐れがあります。

③使用食材のうち、自信の持てるものからスタートしてみましょう

日々変わりうる多種類の食材について、その全てを表示するように求められているわけではありません。まずは使用食材のうち、自信の持てるものからスタートしてみて、正確な原産地がわからない（不確かさが残る）ものについては表示対象から外すことも必要です。

■小売店（流通）の店頭における原産地の表示義務と関連法規

１．小売店（流通）の店頭における原産地の表示義務について

小売店店頭における生鮮食品の原産地表示、一部加工食品の原料原産地表示が法律によって義務づけられているので、スーパーなど一般小売店での食材を購入する場合には原産地の確認をして下さい。

２．関連法規について

①生鮮食品

JAS 法に基づく**生鮮食品品質表示基準**により、以下の通り表示が義務づけられています。

・農産物（野菜、果実等）：国産品の場合は都道府県名。輸入品の場合は原産国名。

・畜産物：国産品の場合は国産である旨。輸入品の場合は原産国名。

※食肉については JAS 法の他、「食肉の表示に関する公正競争規約及び同施行規則」によっても品名（食肉の種類と部位の組み合わせ）と原産地（国産品の場合は国産である旨。輸入品の場合は原産国名）の表示が義務づけられています。

・水産物：国産品の場合は生産した水域名又は地域名。輸入品の場合は原産国名。

②一部の農産物・畜産物・水産物加工食品

JAS 法に基づく**加工食品品質表示基準**によって、前出の通り「加工度が低く生鮮食品に近い 20 食品群」については原料原産地の表示が義務付けられています。

■特定料理提供業者の皆様へ

１．牛肉トレーサビリティ法について

「牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法」（いわゆる「牛肉トレーサビリティ法」平成 15 年 6 月 11 日付け法律第 72 号）は、国産牛肉に対する消費者の信頼を確保するため、生産段階では平成 15 年 12 月 1 日から施行され、流通段階（販売業者及び特定料理提供業者を含む）では 1 年後の平成 16 年 12 月 1 日から施行されましたが、その具体的な内容は、「特定牛肉に対する 10 桁の個体識別番号の表示と帳簿の備え付けの義務化」です。

「特定牛肉」とは、（独）家畜改良センターが管理している個体識別台帳に記録されている牛から得られた牛肉であって、卸売り段階での枝肉や部分肉、小売り段階での精肉が該当します。

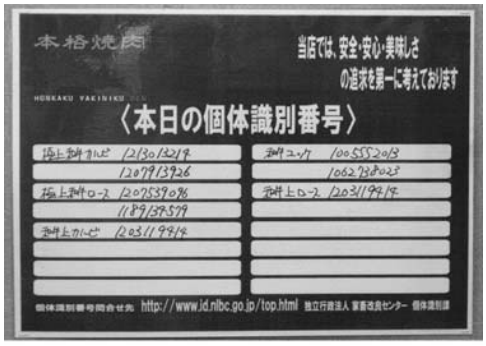
輸入牛肉は全て対象外であり、国産であっても内臓（ハラミは横隔膜なので内臓）や舌、こま切れ（注）、ひき肉、牛肉を原料とする製造・加工品や調理品は対応する牛の特定に手間とコストがかかることに加え、その牛の数が非常に多くなってしまうため、「特定牛肉」から

除外されています。

（注）整形過程で発生するいわゆる「くず肉」を商品としたものは対象外です。
「こま切れ」のほか「切り落とし」や「カレー用角切り」も「くず肉」
から作ったものであれば除かれます。

２．特定料理提供業者について

「焼肉」、「しゃぶしゃぶ」、「すき焼き」、「ステーキ」といった特定料理を提供している事業者の方を特定料理提供業者といいますが、特定牛肉を使用している場合には牛の個体識別番号の表示が牛肉トレーサビリティ法により義務づけられています。



３．原産地表示と個体識別番号表示との関係

原産地表示の方が表示対象となる肉の部位が広くなっています。

「牛肉トレーサビリティ法」により、特定料理提供業者の方々には、国産牛肉の枝肉、部分肉、精肉への個体識別番号の表示と帳簿の備え付けが義務づけられていますが、生鮮食品品質表示基準の「原産地表示」は「個体識別番号表示」よりも表示対象となる肉の部位が広くなっているのでご注意下さい。

原産地表示では、個体識別番号の表示対象から外されている輸入牛肉、国産牛肉の内臓、舌、こま切れ、ひき肉なども表示対象となっています。

■食肉小売店における牛肉トレーサビリティ法への対応

牛肉トレーサビリティ法の下で、消費者に精肉を販売する食肉専門小売店、チェーンストアの店舗、食品スーパーなど食肉小売店が行うべきこととして義務付けられているのは、次の二つです。

１．個体識別番号の表示

特定牛肉を販売するときは、１つの特定牛肉ごとに「容器」・「包装」・「店内の見やすい場所」のいずれかに、その特定牛肉にかかる牛の個体識別番号又はロット番号を明瞭に表示すること。

２．帳簿の備え付け（仕入れの記録とその保存）

帳簿を備え付け、仕入れた特定牛肉ごとに、その個体識別番号又はロット番号、仕入れの年月日、仕入れの相手先（氏名又は名称及び住所）、仕入れた重量を記載、記録し、保存する。帳簿は１年ごとに閉鎖し、閉鎖後２年間保存する。

（注）販売の記録とその保存については、消費者に販売する場合は不要ですが、他の販売業者や飲食店等に販売する場合は必要です。

第３部　原産地表示の実践事例についての聞き取り調査

原産地表示を行っている事業者の方に対して、原産地表示についての考え、原産地表示の実施に向けての準備（社内体制作り、納入業者との協力体制作りなど）、原産地の把握、表示の方法等、聞き取り調査をさせていただきました。

これから原産地表示を実施しようと考えている皆様には、非常に示唆に富んだ事例であると思われます。ぜひ参考にして下さい。

■事例１　Ａ社　　とんかつ専門店（P.28）
■事例２　Ｂ社　　フランス料理店（P.30）
■事例３　Ｃ社　　ハンバーガーチェーン（P.32）
■事例４　Ｄ社　　ファミリーレストラン（P.34）
■事例５　Ｅ社　　牛丼チェーン（多業態）（P.36）
■事例６　Ｆ社　　焼肉チェーン（P.38）
■事例７　Ｇ社　　居酒屋チェーン（P.40）

事例１：Ａ社

●事業概要

長野市内で営業するとんかつ専門店。開業以来 12 年。夫婦二人での営業。店主のモットーは「お客様にお出しする以上は食材の安全性を最優先させなければ、という強い信念のもと、自分で納得できる食材しか使わない」というもの。店舗面積 20 坪、客席数 15 席。夫婦２人で調理、接客に目の届く規模の店である。

●自分で納得できる食材だけを使用

サラリーマン時代に出会った専門店の味とその店主の仕事振りに魅せられ、とんかつ専門店を開業したという主人の食材へのこだわりは特筆ものである。

主役の豚肉は、かつての養豚主力種で、味はよいが生産効率の低さからその数を減らし、今や希少種ともいえるほどになってしまった中ヨークシャーを基礎豚とした三元交配豚、「千代福豚」を看板商品としている。

しかし、生産量が少なく、常時、数量制限なしで販売できるほどの数量は確保できないため食数限定という。主要食肉として長野県産の SPF 豚を使用している。他に鹿児島県認証による鹿児島産黒豚も提供している。

厳選した豚肉を上手く仕上げるためのパン粉は地元ベーカリーに直談判。防腐剤や添加物の入らない特別仕様の食パンを焼いてもらい、焼きたてを自ら買いに行き、特注のパン粉製造機で細かく砕き、とんかつとの相性抜群のパン粉を作っている。

野菜については信頼できる納入業者が作り手の顔が見えるものを選んで配送。付け合わせのキャベツは長野県産に加え、端境期には愛知県産、茨城県産、神奈川県の三浦半島産を使用している。

フライ用の揚げ材となる魚介類については地元の水産専門業者に任せているが、納入されるカートンボックスに印字されている産地名をホワイトボードに転記している。

コメは市内の米穀店経由で長野県産こしひかりを産地指定で手当てしている。さらに味噌についても、長野県で開発された糀菌を使い、100%国産大豆、国産米を原料として県内メーカー（須坂の N 醸造）が製造する信州味噌を使用している。

●ポスターや手書きのボードを活用

店内の壁面には使用食材を紹介したポスターやメニューが張り出されている。メニュー表、イラスト入りで書かれた単品メニュー、鹿児島黒豚の認証文、そして千代福豚の大きなポスター等が張り出され、全てに原産地名が表示されている。

同店はとんかつ専門店には珍しいオープンキッチン形式の店で、どの位置からも主人の丁寧な調理作業が見て取れるようになっている。

「オープンキッチンを採用したのは、料理を提供するまでの調理作業を隠す必要性は全くないし、食材調理工程と安全・安心を最優先していることをお客様に分かって欲しかったから」と言う。

厨房内の壁面に掛けた小さなホワイトボードには、フライ物の材料であるホタテや海老等の魚介類と野菜類の原産地名が手書きで書いてある。

●メニューごとに原産地情報を記載

参考までに一部、メニューを書き抜いてみると、

○信州産ＳＰＦ豚

ロースかつ定食　150ｇ　○○円　　ヒレかつ定食　150ｇ　○○円

○信州産（おすすめ品）千代福豚（長野県飯田市千代地区産）・・・　売切御免
ロースかつ定食 150ｇ　○○円　　ヒレかつ定食　150g　○○円

○鹿児島産　純粋黒豚
ロースかつ定食 150ｇ　○○円　　ヒレかつ定食　150g　○○円

○魚介類
・海　老　インドネシア産
・ホタテ　オホーツク海産

○キャベツ
・愛知県豊橋産
・茨城県産
・神奈川県三浦産

○パセリ
・茨城県産

▲とんかつ　Ａ店（原産地に関するポスターや
生産者の紹介文、産地表示が見られる）

事例２：Ｂ社

●事業概要

都心の商業ビル内に２店のフランス料理店を経営。流通業者に依存しない栽培にこだわる農家や産地と提携し、経営者（シェフ）自らが納得できる生鮮食材を使用するレストランである。

●生産者との相互理解に基づく直接取引

同店の経営者兼シェフのモットーは「作り手の顔が見える野菜へのこだわり」である。

ことさら産地直送にこだわってきたわけではないが、「レストランは食材が命。業者任せの仕入れに納得できなかっただけ」とシェフは言う。自ら産地や畑に足を運び、つてを頼りに開拓した産地は全国に数百か所。このうち現在も取引を行っている農家や産地、浜は全国で 40 か所あまり。

「自分で開拓した産地であり生産者の顔が見えるから、自然とメニュー名に産地の名前をつけてしまう」と言う。

産地名や食材名をメニューの中に組み込むのは洋食系のシェフにとっては珍しいことではないが、相手との交流の中から相互理解が生まれ、その上で始めた取引だからこそ自信をもって産地名をメニューに反映することが出来ると言う。

●全メニューに産地名を取り入れる

以下、最近のメニューから一部を書き抜いてみると、

＜前菜・スープ・サラダ類＞
- 群馬産 もち豚の串焼き
- 宮崎産 新さつま芋とナッツのガーリック風味
- 国産和牛のハチノス トスカーナ風煮込み
- 茨城産 高原レタスのあぶり焼き アンチョビドレッシング からすみ添え
- 静岡産桜海老と茨城県産無農薬白菜のシーザースサラダ
- 群馬産大株舞茸と有機ほうれん草のサラダ
- 熊本産芝海老のクリーミーなビスクスープ

＜パスタメニュー＞
- フランス産フォアグラとトリュフの玄米リゾット やわらか伊達卵と共に
- 釜揚げ桜海老のペペロンチーノスパゲティ 長野産 柳松茸のグリル添え
- 青森産 シャモロックと 3 種木の子のペペロンチーノ スパゲティ
- 北海道函館産 秋鮭とほうれん草のクリームスパゲティ イクラ添え
- 長崎県対馬産穴子と秋茄子のミルフィーユ仕立て

＜アラカルト／産地直送本日のタパス＞
- 岩手産 生カキ エシャロットビネガーソース
- 徳島産 アオリイカのあぶり　イクラ添え
- カナダ産 馬肉のタタキ　林檎と共に
- 青森産 ラ・フランスとゴルゴンゾーラのピッツエッタ
- 茨城産　有機レンコンの無添加梅肉ソース和え
- 北海道白九重くりかぼちゃとナッツのソテー ガーリック風味
- 茨城産　人参のラペとフレッシュトマトのサラダ仕立て

＜オリジナルパスタ＞
・スペイン産　イベリコ豚のチョリソー
・モロッコ産　アンチョビ
・パルマ産　プロシュート
・愛知産フルーツトマトの瞬間燻製

●直接取引のポイントは生産履歴

同店では取引の条件として産地側（出荷組合・生産農家など）に対して栽培計画書の提出を求め、トレースバック（生産履歴の追跡）ができない野菜の購入を事前に防ぎ、顔の見える取引相手からの仕入れに徹している。

「食欲をそそるような原産地表示でなければ意味がない」とシェフは言うが、表示内容としては一部の特殊ケースを除き、基本的には都道府県名、出荷組合名や生産者グループ等の名称にとどめ、当面はそれ以上の詳細な表示は控えている。全ての野菜の生産履歴を確認した上で、毎日検品しているので発注と納品段階での間違いは一切ないと言う。

また、瓶・缶詰め等の加工品に関してもできるだけ生産国や産地名をメニューの中に取り込むようにしている。

●原産地表示のメリットについて

原産地表示を行うメリットについて同シェフは、次のように語る。

「原料野菜が国産であるということ、特定産地の自然や情景を思い浮かべながら料理が楽しめること、品質にシビアな当店シェフ推薦の食材であること、したがって安全であり安心できる、というアピールが可能になる。結果として国産野菜に限定している飲食店にとっては、より突っ込んで原産地名を表示することが経営面でも多くのメリットをもたらすはずです」

最近は質の良い生鮮野菜ほど調達が難しくなっている。生産状況（量、価格、品質面など）から判断すると、電話一本で買い付けができる優良な野菜は有り得ない、と言う。

一昔前は産地側も購買力の大きさに魅力を感じて仕入れ量の多い相手を優遇したが、今では大量購入者を嫌い、逃げる傾向が強い。それだけにたしかな選択眼で選んだ良質な野菜を作る産地をどれだけ確保できるかが決め手となる。それだけ買う側の技量や熱意・誠意にかかっている、と同シェフは説明する。

現在は野菜全体の９割が産地との直接取引で、水産関係も８割が港（水産業者）からの直送となっている。天候不順や不漁などの緊急時には、事前に契約し、厳選した仲買業者等に振り分ける等の柔軟な対応が求められると言う。

事例３：Ｃ社

●事業概要

全国に約 1400 店舗（FC 含む）を展開する大手ハンバーガーチェーン。

●生鮮野菜の本部一括買い付け体制に移行

1997 年夏、同社は新鮮で美味しく、かつ「安全」で「安心」できる生野菜を提供するという方針をかかげ、従来は各店舗で購入していた生野菜（ハンバーガー用とサラダ用）についても本部一括調達に切り換え、これにより主要食材である牛肉とその他食肉、野菜類について、本部による一元的な調達、供給体制を確立した。

同社では使用する牛肉と野菜に社名を付した馴染みやすい愛称（Ａビーフ／Ａ野菜）をつけてメニュー表やリーフレット、トレーマット（紙製）、POP スタンド、ポスター、ホームページ等、様々なツールを利用して「ビーフと野菜」の主要食材にかけるチェーンとしての思いをアピールしている。

同時に牛肉についても米国産から生産履歴が明確な豪州産（タスマニアを含む南部）に切り替えている。まだ日本国内と米国で BSE（牛海綿状脳症）感染牛が発見される以前（８年前）のことである。

「米国産牛肉では１頭ごとのトレースバックが困難で、消費者への説明責任を果たせなかった」と同社は語る。

●生産地との連携による「調達管理システム」を構築

その後、野菜調達のため産地との新たな連携を模索し、土づくりから栽培方法に至るまで意見を交わし、産地側と同社が互いに納得できる内容での提携を図る。同社は現在、全国 250 産地と契約しているが内訳は、個別の農家、集荷機能を持つグループ、出荷組合等で、生産農家数でみると 2000 軒を上回っている。

2003 年 4 月には、同社が新たに開発した契約・買い付け管理システムが稼動。このシステムには全国の生産農家の名前、圃場ごとの面積、品目ごとの栽培計画書（施肥～収穫までの全データ）等、産地や栽培・生育状況についての詳細な情報が登録、集約されている。

このベースとなる情報は、中核となる生産者グループや出荷組合等から計画書を提出させ、同社にて入力するもので、生産者自身と同社購買部門・物流センターが共有し、入力された最新データを確認できるようになっている。

●毎日、店頭の黒板で野菜原産地の表示

店頭の黒板を使用し、原則６品目（レタス、トマト、玉ねぎ、キャベツ、サニーレタス、ピーマン）につき、①原材料名、②生産地名、③生産者名を毎日、手書きで表示している。ただし状況によりレタス、トマト、キャベツの３品目だけの表示となるケースもあるという。

①～③の情報は毎日、物流センターから届けられる。箱入りのまま納品されるレタス、トマトの２品目についてはダンボール箱の側面（生産者名、産地名）に印刷された情報を参考にする。その他の 4 品目は小分けされ配送されるが、袋の中にデータを印刷した紙（一覧表）が同封される仕組みで、店舗の担当者がそれを見て黒板に手書きしている。

●お客からの希望があれば POS レジから３種類の情報をプリントアウト

この３種類の情報とは、①アレルギー情報、②栄養成分情報、③原産地情報で、同社は消費者の関心が高い、これら３つの情報を各店舗の POS レジからプリントして希望者に提供するサービスを行っている。

アレルギー情報と栄養成分情報については原産地情報より早く、平成 17 年７月から情報開示し

てきたが、平成 18 年秋、新型 POS システム導入と同時に上記 3 種類の情報を各店舗の POS レジから出力するサービスを始めた。体裁はレシートと同じ細長い感熱紙を使い、横書きで印字される。レジで 3 種類の情報を希望する利用者は、一店舗当たり平均週に一人程度で、とくにアレルゲンや栄養成分への関心が高いと言う。

●店舗やホームページ上での主要食材原産地の表示

この契約・買い付け管理システムの構築により様々な情報管理が可能になった。その一つに顧客への「原産地情報の提供」があげられる。

平成 17 年 7 月、農林水産省が「外食における原産地表示ガイドライン」を作成し、同社ではこれに準拠した内容で同年 11 月から原産地情報を開示している。この間のいきさつについて同社では、「産地や生産農家から野菜の栽培状況や出荷に関する正確な情報がリアルタイムで把握できるようになり、野菜の仕入れに関する情報の一元管理ができたからこそ原産地情報の開示が実現できた」と振り返る。

現在は、①店頭や店内のポスター、②メニュー表（カウンター上部や印刷物）、③トレーマット、④野菜リーフレット（計 846,000 部発行）、⑤折り込みチラシ、⑥店頭の黒板（スタンド式と壁かけタイプ）、そして HP 等、様々な方法で原産地情報を提供（表示）しているが、中でも店頭の黒板と POS システムを活用した情報開示は、訴求効果抜群で顧客の認知度も高いと言う。

以下、ホームページや折り込み用チラシでの原産地表示例である。（主要原料のみ）

- 牛肉　　オーストラリア、ニュージーランド
- 豚肉　　デンマーク、アメリカ、カナダ、国産、フランス、メキシコ、チリ
- 鶏肉　　中国、ブラジル、国産
- 小麦　　アメリカ、カナダ、オーストラリア、国産
- じゃがいも　　カナダ、アメリカ、国産
- ホキ(白身魚)　ニュージーランド沖
- 海老　　ベトナム、中国
- 生野菜　　国産

※以上の国以外の地域、
国から調達する場合もある。

事例４：Ｄ社

●事業概要

主力業態は全国展開のファミリーレストランだが他にグリル＆サラダバー専門店やカフェチェーン、焼肉専門店、給食事業なども手がけている。

●野菜へのこだわり

コンセプトは野菜へのこだわり。農家直送の新鮮な手作り野菜のイメージを前面に打ち出している。同社は４年前、グループ内のグリル＆サラダバー専門業態にまず「こだわり野菜」を導入。それまでサラダバーや付け合せ用の野菜は、指定業者が納入するカット野菜（仕様書発注による加工済み野菜）を使用してきたが、業態イメージを強くアピールするためにサラダバーの内容を刷新し、専門店にふさわしいレベルまで高めていくことが必要であると考えて野菜類を全て生鮮品に切り替えた。

顧客に対しては、メニュー表で「こだわりの食材、厳選した食材の使用」をアピールし、主要食材である牛肉、豚肉、鶏肉、野菜、ワインについては、その生産（栽培・飼育）方法や調達に関する情報を提供している。

●グリル＆サラダバー専門業態での原産地・生産者情報の表示

ステーキ専門業態では平成 17 年 6 月から、使用する野菜の生産者情報を毎日、店舗の玄関を入ってすぐのアプローチ部分にパネル掲示（スタンド式）している。

この店頭パネルはポスターサイズの大型版で、一番上にタイトル名「本日の素材」（赤地に白抜き文字）と書かれてあり、以下、①グリル素材（畜産品・水産品）、②野菜に分けて品目名、原産国・産地、生産者名など、栽培や飼育に関する情報が開示されている。

野菜や果物（約 50 品目）類は日替わりで、グリル素材に関してはメニューが替わる一か月ごとに表示内容を更新している。顧客はこの表示パネルを見て、メニューに登場する素材が、どこで、どのようにして育てられたものか、こだわり具合や作り方、育て方、水揚げされた港等について具体的に把握できるようになっている。

こうした情報はホームページ上でも毎日更新している。また一部店舗のサラダバーや単品メニューには各店舗がある地域で生産される地元野菜を積極的に導入しており、「地産地消」への積極的な取り組みを紹介している。これらの店舗では提携する地元の生産者（農家）が毎朝、獲れたての野菜を直接、店舗に搬入しており、収穫から納品までの搬送時間（リードタイム）をできるだけ短縮した“新鮮野菜の調達”を実現している。

●ファミリーレストラン業態での原産地・生産者情報の表示

主力業態であるファミリーレストラン（以後 FR と表記）では、先のグリル＆サラダバー専門業態で実施してきた情報開示の経験を活かし、FR 全店舗での原産地名、生産者情報の表示に向けた実験がスタートしている。

まず、高速道路サービスエリア内レストラン（FR。メニュー変更時、月一回の表示更新）や事業所給食部門（主要野菜６品目の原産地を毎日表示）でグリル＆サラダバー専門業態と同様の取り組みを実施するとともに、HP 上でも画像を掲載している。

平成 17 年 10 月からは FR 部門の HP 上に「主要食材 50 品目前後の原産地名」の掲載を開始し、月一回のペースで内容を更新している。さらに同年 12 月からは FR 全店舗の玄関内にスタンドパネルを設置し、メニュー変更時、月一回の割合で表示を更新している。

しかし、表示内容は主要野菜、牛肉、鶏肉、豚肉の原産地名にとどまり、最終目標である生産者情報（農園名・農業法人名、出荷組合名、JA 単協名、漁協名など）の表示までは実現できなかった。

その後、平成 18 年 12 月からは都内の主力店舗において生産者名まで表示した原産地情報の「毎日更新」の実験を開始し、平成 19 年 1 月末より毎日更新（関西地区は週間更新）を実施している。

●ファミリーレストラン業態での「野菜の地産地消」の実験

茨城県内の FR 店舗ではサラダバーを対象とした「地産地消」の実験がスタートしている。

地元農協との連携事業で、地元農家が収穫した約 20 種類の野菜を毎日、店舗まで届けてもらい、新鮮な野菜をサラダバーに彩りよく並べ、来店客の人気を得ている。

端境期や天候等に左右されて納入に影響が出る場合は県内他産地からの調達ルートも確立している。同社ではこうした地産地消タイプの店舗を平成 19 年内に、東関東エリアを中心に複数店舗導入する予定である。さらに九州地区などでも同様の試みが進んでいる。

事例５：Ｅ社

●事業概要

業界トップクラスの店舗数を有する牛丼･定食屋を主力業態とし､他にファミリーレストラン、ステーキ・ハンバーグレストラン店等も展開する多業態企業である。

●主力業態の牛丼店主導で原産地表示を表示！

農林水産省が作成した「外食の原産地表示ガイドライン」に従い主力業態である牛丼店主導で実施し、次いでグループ内のファミリーレストラン、ステーキ・ハンバーグレストランにも拡大するなど、グループ企業として原産地表示には積極的な取り組み姿勢を示している。

原産地表示ガイドラインついては､「食材に関する情報開示手段として歓迎できる」と評価しており、積極的な導入を図っている。

牛丼店での原産地表示を先行させた理由として､消費者の原産地に対する意識が非常に高まり、使用する食材の産地に関する問い合わせが多くなった点が理由として挙げられている。

●牛丼店における主要食材５品目の原産地表示

牛丼店では当初、スタンド式表示ボードを使っていたが現在は、店内の目立つ壁面への掲示に切り替えている。

表示項目は 5 品目で、ボード面の上から下に向かって、①米、②牛肉、③豚肉、④レタス、⑤キャベツの順に仕入計画に従って特定された主な食材の産地や原産国が表示されており、その品目名と地名（都道府県名まで）を印字した木製の小さなプレートが各店舗に配布されている。

各店舗では、納品された原材料に表示された産地を調理担当者が確認し、各品目のプレートを差し替えて表示している。

この主要な食材５品目は、一日当たり最も注文数の多いメニューから判断したもので､「米」は牛丼･豚丼、各種定食の中で不可欠な食材。「牛肉」と「豚肉」は丼メニューの中でも人気の食材、「レタス」と「キャベツ」は生野菜として欠かせない食材で生野菜の中では仕入れ量がもっとも多い食材となっている。

以下は、その表示例である。○○○の部分にはチェーン名（屋号名）が入る。

表示ボードのタイトルは「○○○　本日の素材」

１．米	福島県会津産
２．牛肉	オーストラリア産
３．豚肉	デンマーク産
４．レタス	長野県川上村産
５．キャベツ	群馬県嬬恋村産

牛丼店には全国８か所の物流センターを介して、本部が一括仕入れを行った様々な原材料が各店舗に供給されている。本部は各エリア内の店舗が使用する主要食材 5 品目については､品目別、エリア別に仕入れから店舗への納品状況を一元管理し、さらに各原材料に産地表示をしているため、店舗での産地表示が簡単に確認でき、店舗でのプレートの掛け替え作業も容易である。以上の５品目は通常、約一か月単位で入れ替わる。

●全業態が壁面での掲示スタイルを採用

最近、同社は牛丼店を含む全業態で原産地表示ボードを壁面に掲示するスタイルを採用し、統一している。以下は牛丼店以外の業態での表示例である。

＜ファミリーレストラン業態：Ｘチェーン＞
原材料名（5 品目。カラー写真入り）の右側に、原産地名を書いた小さなプレートを必要に応じて掛け替える。

ボードのタイトルは「当社のおいしさ厳選素材」で、サブタイトルとして、～当社ではお客様健康と安全を考え、厳選した素材を使用しております～と書かれてある。以下、表示例である。

・本日のレタス　　茨城産
・本日のミニトマト　　福島県産
・本日のきゅうり　　群馬県産
・本日のほうれん草　　千葉県産
・本日のお米　　北海道産

＜ファミリーレストラン業態：Ｙチェーン＞
Ｘチェーンと同じスタイルだが、原産地表示をしている原材料は 3 品目。

●ボードのタイトルは「○○○の厳選素材」
・本日のレタス　　宮城県産
・本日のトマト　　福島県産
・本日のお米　　長野県産

＜グループ内別の丼業態・・・親子丼や牛丼＞
来店客が見やすい壁面にパソコンから出力したデータ（印刷物）を貼り、7 品目について原産地表示を行っている。

●印刷物のタイトルは「本日の食材原産地」
・牛肉（牛丼）　・・・オーストラリア
・豚肉（カツ丼）　・・・チリ
・鶏肉（親子丼）　・・・青森県・北海道・岩手県
・牡蠣（牡蠣とじ丼）・・・広島県
・米　・・・北海道空知・栃木県下野・岩手県新岩手産
・キャベツ　・・・愛知県渥美町産
・レタス　・・・熊本県八代産

▲Ｅ社、主業態（牛丼チェーン）での原産地表示板の店内掲示（正面左・木製パネル）

事例６：Ｆ社

●事業概要

主力業態は郊外型の炭火焼肉店で、主に関西圏を基盤に店舗展開している。他に和牛・国産牛中心（ワンランク上）の炭火焼肉の業態や焼き鳥居酒屋、とんかつ専門店、カフェレストラン、うどん店なども手がけている。

●野菜・果物、卵、米、キムチ、肉の原産地表示を実施

同社は米国産牛肉にも一定の理解を示し、平成 18 年 7 月の輸入再開後は同業他社に先駆けて米国産牛肉の導入を図り、原産地表示に関しては、「安全対策」の一環として農林水産省作成のガイドラインに沿って表示を行っている。

注目されるのは牛肉・豚肉・鶏肉といった食肉類に加え、品目数の多い野菜や果物（22 種類）の他に、卵や米、キムチ（加工品）も原産地表示の対象としている点である。

表示対象品目が多いと作業負担も楽ではないが、その点について同社は、「産地、流通業者と納得の上で連携している」ので原産地情報の開示に関する問題は発生していない、言う。

表示スタイルは、ポスターサイズに印刷したラミネート加工のパネルを玄関内踏み込みの壁面（常設位置）に貼り付けている。

パネル上部には「焼肉〇〇　１月の原産地情報」（平成 19 年 1 月の例）と大きな文字で書いてある。以下、表示内容を抜粋してみると、

＜野菜・果実＞

・キャベツ	愛知産　（当該食材についての説明付き。以下同様）		
・サンチュ	茨城産	・サニーレタス	茨城産
・レタス	長崎産	・トマト	千葉産
・青葱	埼玉産	・胡瓜	埼玉産
・貝割れ	埼玉産	・しめじ	長野産
・大葉	愛知産	・玉ねぎ	北海道産
・大根	千葉産	・にんじん	北海道産
・レモン	アメリカ産	・ほうれん草	栃木産
・豆もやし	千葉産	・ししとう	高知産
・にんにく	中国産	・メークイン	北海道産
・りんご	青森産	・エリンギ	長野産
・水菜	埼玉産		

＜卵＞

・鶏卵　青森産

＜お米＞

・ゆめひたち　茨城産

＜キムチ＞

・白菜キムチ　長野県産白菜　京都　〇〇〇製造

＜お肉＞

・ロース	米国産牛・豪州産牛	・カルビ	米国産牛・豪州産牛
・国産牛カルビ	国産牛	・極上和牛カルビ	黒毛和牛　等使用

同社は、もともと米国産牛肉を主力食材として使用してきた（牛肉全体の９割が米国産）経緯があり、平成 18 年 7 月の輸入再開後、いち早く米国産牛肉を調達。関西の店舗を皮切りに現在では全店舗での使用を復活している。米国産牛肉の輸入が停止されていた約２年半の間は豪州産牛肉を使い一部、和牛と国産牛（ホルス系）も導入し、現在も販売を継続している。

同社では「米国産牛肉、豪州産牛肉、和牛・国産牛肉を使い分けることでお客の選択の幅が広がった。ほとんどの客が米国産牛肉を注文しているが、今後も絞り込みはしないでやっていく」と説明する。

●野菜産地の選定などは納入業者に一任

野菜と食肉の調達は関東エリアと関西エリアを管轄する各事業部が個別に担当している。指定する野菜業者（リスク回避のため各エリアとも２社）から購入しており、産地情報に関しては、毎月一回、月半ばに行う値決め交渉（翌月分に関する交渉）の段階で業者が産地を特定する。

焼肉専門店だけに野菜の種類、使う量とも限定されており、その多くが焼き材であり、他にはサラダ用として使う程度である。

期間限定のイベントメニューや季節メニューを加えると通年で提供する野菜メニューの数はほぼ一定し、調達しやすいと言う。従って、いったん特定した産地が変更されることは少なく、月間での産地表示もしやすいと言う。

焼き材として使う生鮮野菜の他に一部、キムチとナムルについては店内の厨房で加工・調理している。キムチ用としては大根、白菜、キュウリの３種類を、ナムル用も大根、もやし、ほうれん草の３種類を購入。以前は、指定業者から加工済み野菜を購入していたが、焼肉専門店としての独自性を出すために、原料を購入して各店舗で仕込むようになった。特にナムルについては地域性や店舗ごとの個性をアピールするために原材料の産地や品質にもこだわっていると言う。

なお、特定牛肉の「固体識別番号」の表示方法については以下の通りである。

〇本日の固体識別番号：

・国産カルビ　10 桁数字・・・以下同様

・国産ロース	・和牛カルビ	・和牛ロース	・ユッケ
・和牛ユッケ	・国産バラ	・特選カルビ	・特選ロース
・つぼ漬けカルビ			

事例７：Ｇ社

●事業概要

全国展開中の居酒屋チェーンで直営店、加盟店を含む全店（460 店）で原産地表示に取り組んでいる。

●農林水産省が作成した「外食の原産地表示ガイドライン」に準拠した表示

同社は本部による食材の一括購入システムを構築しており、これが原産地表示への取組みのベースとなっている。

原産地表示の実施に向けた社内協議はトップダウンの形で始まり、次いで本部内の商品開発部門、購買部門等の担当者による検討チームが以下のような具体策を打ち出している。

①各店舗で原産地表示を開始する時期をグランドメニュー改訂時期（平成 18 年 4 月）とする。準備期間は 8 か月弱だったが、この間に商品開発部門を中心に十数回の検討会議を開く。

②並行して関連法令のチェックや「特別栽培農産物に係る表示ガイドライン」、魚介類の名称、水域に関する資料の入手、肥料やポジティブリスト制度の検討等、正しい原産地表示を行うための基礎データの収集を徹底した。

同社では牛肉や一部の野菜、加工品に関しては輸入ものを使用しているが、生鮮野菜、魚介類（加工品含む）に関しては国産食材を使っており、かなり以前から原産地を特定した仕入れを行ってきていた。主要な商材は本部購買部門が発注し、全国 7 か所の物流センターから各エリアの店舗に配送される。物流は同社指定の業者が担当し、一部の離島を除き、毎日配達が原則（8 割が日配）。店舗の営業終了後（早朝）に発注、当日の納品となっている。

●約 100 品目の産地・国名をパネルで表示

検討会議では、表示可能なメニュー品目と原材料、原産地情報の確定についての協議が行われた。仕入先業者から入手する原産地に関する情報の精査、原産地情報の表示に関する方針、表示方法、地域によって異なるメニューについての対応等である。

原材料の原産地情報に関しては、一括物流体制の中での情報管理の徹底が必要だった。同社は早くから自社基準をベースに、特定産地の情報、野菜の場合は栽培計画書の入手や生産履歴の確認、サイズ・重さ等の細かな規格の徹底、栄養成分の確認、加工工程（工場設備、異物混入チェック等）や衛生管理の徹底などを積み重ねてきた。こうしたノウハウの蓄積があったので原産地表示が実現できたと言う。

現在、パネルに表示しているメニュー数は約 100 種類。全メニューに通し番号が振ってある。

左側から①タイトル（メニューの大分類）、②通し番号、③商品名、④食材、⑤産地の順で表記してある。タイトル欄には、「お気軽一品」が 13 品目、「季節限定メニュー」が 8 品目、他に「お刺身」（7 品目）、「お魚料理」（8 品目）、「串物炙焼」（9 品目）、「お肉料理」（10 品目）、「アラカルト」（10 品目）、「ポテト＆チーズ」（8 品目）、「ザ・サラダ」（7 品目）、「お食事メニュー」（11 品目）、「特製デザート」（6 品目）、「楽食ダイニング用」（8 品目）など 104 品目となっている。北海道地域だけは一部、別メニューを採用しており計 89 品目となっている（平成 18 年 10 月改定メニューから）。

全メニューに関する原産地情報を開示するため大判サイズ（A1 判＝594×841 ㎜）のポスターパネルを採用。第一版（平成 18 年 4 月～）は各店に 2 枚ずつ無償配布。第二版（平成 18 年 10 月～）からは有償（各店舗の経費として計上）に切り替えている。

現在、食肉類に関しては 100%が本部仕入れ。生鮮野菜、調味料や酒類に関してはエリア毎に地元から調達する食材もあり、メニューの改廃や仕入先に変更がある場合には、各店舗において速やかな表示内容の書き換えを義務付けている。

●詳しい産地情報を開示：

同社は以前から産地を指定した取引（いわゆる産地直送タイプ）が多く、市場外取引が大半を占めてきた。そこで、産地が特定できる食材に関しては、メニュー名に産地（県）の名前をつけて表記してきた。

例えば、「羅臼産のホッケ」、「福井産のハタハタ（天ぷら）」、「三陸産かきフライ」、「もずく酢」、「宮崎・日南どり（軟骨唐揚げ）」、「鹿児島産えび入り薩摩揚げ」等である。

さらにより具体的な産地を指定した原材料に関しては、「特別栽培じゃが芋のポテトフライ（北海道芽室町）」や「きらく村産おさつ（鹿児島県指宿市）」、「有機栽培ポテトのじゃが餅（北海道剣淵町）」等のように、道府県名だけでなくさらに踏み込んだ産地や地域名（市町村名）を表記している。

海外産の場合は、「黒大豆枝豆（中国）」、「とり皮せんべい（ブラジル）」、「にしん松前煮（ロシア）」、等と表示している。

基本的にはガイドラインに準拠し、原産国、「国産」、「都道府県名」を表示しており、より詳細な市町村等の産地名を表示するメニューに関しては、半年間（年２回のグランドメニュー改訂時に一括印刷）は仕入先を変更しない前提で表示している。諸般の事情で仕入先を変更した場合には手書きで変更している。今後、産地指定取引が増えていけば、より詳細な生産地名まで情報開示する方針である。

▲Ｇ社の店内表示（右の大型パネル）

原産地表示の実例

事例１　Ａ社（とんかつ店）

MENU

プリフィクスコース

コースは多彩なおまかせタパス(小皿前菜)と
お好きなものがお選び頂けるプリフィクスコースです。

Tapas de jour
おまかせタパス3品
アレルギー食材などございましたら
メニューからはずしますのでお申し付け下さい。

Salade a l saison
サラダの中から1品

Soupe de jour
スープの中から1品

Pasta o Poissons o Viandes
パスタ、お魚料理、お肉料理の中から1品

Pain et Galette 〈Onigiri〉
パン&ガレット

Dessert de jour
本日の自家製デザートから1品

Café o Thé
コーヒー 又は 紅茶

¥3600

※グランドメニューは日替わりです
お選び頂くメニューは仕入れにより異なります。
※4名様以上でおまかせコースもご用意致します。
・ドリンクは含まれておりません。別途ご注文下さい。

メニュー内容例

Tapas de jour
・本日の鮮魚のカルパッチョ
・有機野菜の自家製ピクルス
・パルマ産 プロシュート
・有機人参のラペとフレッシュトマトのサラダ仕立て
・茨城産 有機レンコンのレムラードソース和え
・群馬産 もち豚の串焼き
・宮崎産 新さつま芋とナッツのガーリック風味
・国産和牛のハチノス トスカーナ風煮込み

Salade a l saison
・オーガニックファーム直送 有機野菜のガーデンサラダ
・群馬産 高原レタスのあぶり焼き アンチョビドレッシング からすみ添え

Soupe de jour
・北海アサリのマルセイユ風サフランスープ
・クリームチーズの温製ポタージュ カリカリベーコン添え

Pasta o Poissons o Viandes
☆フランス産フォアグラとトリュフの玄米リゾット やわらか伊達卵と共に
・釜揚げ桜海老のペペロンチーノスパゲティ 長野産 柳松茸のグリル添え
・今が旬 新イカのソテーとイカ墨、水菜のスパゲティ
・青森産 シャモロックと3種木の子のペペロンチーノ スパゲティ
・4種のチーズと木の実のクリームソース ペンネ
・国産牛肉と木の 子の柔らか煮込み ペンネ
・渡り蟹と無農薬ズッキーニのトマトソース ビスク風 リングイネ
・北海道函館産 秋鮭とほうれん草のクリームスパゲティ イクラ添え
・きたあかりポテトニョッキ リコッタチーズと明太子のソース
・北海道函館産 秋鮭のポアレ エストラゴンクリームソース
・長崎県対馬産穴子と秋茄子のミルフィーユ仕立て
・海の幸のブイヤベース
・フランス産 仔鴨のコンフィ 赤ワインソース
・宮田牧場産 EMもち豚のフィレ肉のグリル ローズマリー風味
・宮田牧場産 EMもち豚骨付きロース肉のロースト(2人前)
・ニュージーランド産 仔羊ロースト
・青森産シャモロックのロースト ゴルゴンゾーラチーズソース

Dessert de jour
・ティラミス
・クレーム ブリュレ
・ガトーショコラ
・本日のシェフのおすすめデザート

事例２　Ｂ社（フランス料理店）

②　■原産地表示の実例■

▲事例３　Ｃ社（ハンバーガーショップ）

事例４　Ｄ社（FR）

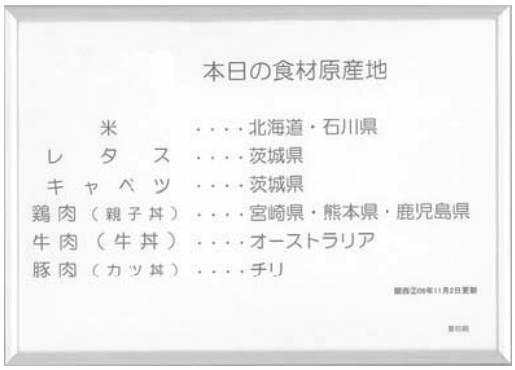
■原産地表示の実例■ ③

事例４　Ｄ社（FR　前頁の拡大）

④　■原産地表示の実例■

事例５　Ｅ社（FR）

事例５　Ｅ社（牛丼チェーン）



事例５　Ｅ社（丼・うどん）

事例６　Ｆ社（焼肉チェーン）

焼肉 1月の原産地情報

ではお客様にお食事を楽しんでいただける様原産地や
生産情報を確認し、新鮮でおいしい食材をご提供いたします。
また、季節に合わせて、旬な食材を各地から取寄せております。

野菜・果物

品目	原産国・原産地	説明
キャベツ	愛知産	特徴的な成分、ビタミンUを含んでいます。ビタミンC、βカロチン、食物繊維も豊富です。
サンチェ	茨城産	βカロチン、鉄、ビタミンB2、カリウムなど多く含まれており、肌荒れや便秘の改善に最適です。
サニーレタス	茨城産	βカロチンは普通のレタスの15倍以上含まれており、高血圧や粘膜強化に効能を発揮します。
レタス	長崎産	一般的にサラダ菜として人気があり、ビタミンB1、食物繊維を多く含みます。
トマト	千葉産	トマトが赤くなると医者が青くなる、といわれるほど栄養素に富みます。
青葱	埼玉産	香りの成分硫化アリル、βカロチン、ビタミンB1、B2、カルシウム、カリウムが含まれます。
胡瓜	埼玉産	96%が水分で、カリウム、カルシウムが含まれており、食欲増進、利尿、消化作用を助けます。
貝割れ	埼玉産	便秘気味の人にビタミンEと繊維質があるので小さいけれど優れもの野菜。
しめじ	長野産	必須アミノ酸のリジンや食物繊維、ビタミンB2が豊富です。動脈硬化、高血圧予防に最適です
大葉	愛知産	βカロチンは全野菜中のトップの量です。特有の香りはペリルアルデヒドで、殺菌作用があります。
玉ねぎ	北海道産	特有のにおいと辛味は、硫化アリルによるものですが、これは生で食べることによって優れた効果を発揮します。
大根	千葉産	消化酵素のジアスターゼ、ビタミンC、カルシウム、そして葉にはβカロチンを含みます。
にんじん	北海道産	抗がん作用、老化防止に役に立ち、カロチン豊富な活性酸素除去食品で美肌にも効果があります。
レモン	アメリカ産	酸味のクエン酸には体内の疲労物質である乳酸を分解し、代謝をスムーズにする働きがあります。
ほうれん草	栃木産	栄養バランスの優れた野菜です。カロチン、ビタミンB1、B2、葉酸などが多く含まれます。
豆もやし	千葉産	ビタミンC、食物繊維、亜鉛、カリウムなどが多く含まれ、肌荒れや便秘に効果があります。
ししとう	高知産	ビタミンCとビタミンCの酸化を防ぐビタミンPが含まれ、いためても含有量は減りません。
にんにく	中国産	香り成分硫化アリルに優れた薬効があり、疲労回復、動脈硬化の抑制に効果があります。
メークイン	北海道産	高血圧の方や、皮膚をキレイにする働きがあり、アレルギー物質の解毒作用もあり胃腸を守ります。
りんご	青森産	りんごに含まれるカリウムが、体内のナトリウムの排出を助け、血圧を下げる働きをします。
エリンギ	長野産	ヘルシーさと独特の食感が有り、肝臓の脂肪付着を減少させる働きがあります。
水菜	埼玉産	ビタミン、ミネラルのバランスが良く栄養豊富な野菜です。

卵

品目	原産国・原産地	説明
鶏卵	青森産	サルモネラ菌チェック済み卵で、安心して召し上がっていただけます。

お米

品目	原産国・原産地	説明
ゆめひたち	茨城産	厳選した国産米を職人技で仕上げた「うまい」お米です。

キムチ

品目	原産国・原産地	説明
白菜キムチ	長野県産白菜 京都　ほしやま製造	長野県産白菜を使用し、「どっちの料理ショー」にも紹介された「京都　キムチのほしやま」で製造して頂き、お客様にも大好評です。

お肉

品目	原産国・原産地	説明
ロース カルビ 国産牛カルビ 極上和牛カルビ等	米国産牛・豪州産牛 国産牛 黒毛和牛　等使用	当店では仕入担当者が厳選した鮮度の良い食材のみを使用しております。 グレードの低い赤身の肉に油脂、練乳等を注入し「和牛霜降り肉」に見せかけたエセ高級肉、「○○○ロース」「○○○カルビ」等まぎらわしい食材は使用しません。

事例６　Ｆ社（焼肉チェーン）

⑥　■原産地表示の実例■　事例７　Ｇ社（居酒屋チェーン）

安心して、おいしさを楽しんでいただくために。
食材の原産地表示を始めました。

タイトル	No.	区分No.	商品名	材料及び原産地名 食材	産地
お気軽一品	1	1	『黒大豆』枝豆	黒大豆	中国
	2	2	より皮せんべい	鶏皮	ブラジル
	3	3	たこわさび(めかぶ入り)	いいだこ	ベトナム
				めかぶ	韓国
	4	4	もずく酢	もずく	国産(沖縄)
	5	5	『宮崎・日南どり』軟骨唐揚げ	鶏ひざ軟骨	国産(宮崎)
	6	6	鹿児島産　えび入り薩摩揚げ	いとよりすり身	インド
				あじすり身	国産(長崎)
				えび	国産(鹿児島)
	7	7	れんこん・ごぼう・長いもチップ	れんこん	中国
				ごぼう	国産
				長いも	国産
	8	8	しいたけの石炙天	しいたけ	中国
	9	9	『手作り』だし巻き玉子	鶏卵	国産
	10	10	川えび唐揚げ	えび	中国
	11	11	胡瓜一本漬け	胡瓜	国産
	12	12	にしん松前煮	にしん	ロシア
	13	13	茄子一本漬	茄子	国産・韓国
季節限定メニュー	14	1	揚げだし豆腐	豆腐(大豆)	アメリカ・カナダ・中国・国産
	15	2	オニオンスープ春雨	玉ねぎ	国産
				春雨(緑豆)	中国
				パン(小麦粉・豆乳)	アメリカ・カナダ
				チーズ	ニュージーランド・オーストラリア
	16	3	鶏白湯鍋	鶏肉	ブラジル
				つくね(鶏肉)	ブラジル・国産
	17	4	キムチ鍋	白菜キムチ(白菜)	国産
				豚肉	フランス・カナダ・その他
				豆腐(大豆)	アメリカ・カナダ・中国・国産
				鶏卵	国産
	18	5	出来立て豆腐	豆乳	国産(北海道)
				にがり	中国
	19	6	燃える火鍋	豚肉	フランス・カナダ・その他
				トック(うるち米)	アメリカ
				マロニー(澱粉)	国産・タイ
				豆腐(大豆)	アメリカ・カナダ・中国・国産
	20	7	三陸産　かきフライ	かき	国産(宮城三陸)
	21	8	博多風　味噌もつ鍋	牛大腸	チリ・ニカラグアその他
				豆腐(大豆)	アメリカ・カナダ・中国・国産
お刺身	22	1	『銅路産』北海たこの薄造り	北海たこ	国産(北海道)
	23	2	はまち刺身	はまち	国産(愛媛)
	24	3	「本まぐろ」やまかけ	本まぐろ	スペイン・イタリア・その他(地中海)
	25	4	「本まぐろ」ぶつ切り	本まぐろ	スペイン・イタリア・その他(地中海)
	26	5	くじらの刺身	鯨肉	南氷洋・北西太平洋
	27	6	本まぐろ刺身	本まぐろ	スペイン・イタリア・その他(地中海)
	28	7	刺身盛合せ	本まぐろ	スペイン・イタリア・その他(地中海)
				北海たこ	国産(北海道)
				えび	ロシア
				いか	国産
				はまち	国産(愛媛)
お魚料理	29	1	げそ南蛮揚げ	いか	国産
	30	2	子持ししゃも	ししゃも	カナダ
	31	3	たこの唐揚げ	たこ	中国・ベトナム
	32	4	福井産　はたはた天ぷら	はたはた	国産(福井)
	33	5	いかー夜干し	いか	中国
	34	6	『ボリューム満点』いか姿焼	いか	国産
	35	7	かれい唐揚げ	まこかれい	オランダ
	36	8	ほっけ	ほっけ	国産(北海道根室)
串物炙焼	37	1	鶏皮串	鶏皮	中国
	38	2	レバー串	鶏レバー	中国
	39	3	砂肝串	砂肝	国産
	40	4	ぼんじり串	鶏テール	中国
	41	5	『国産若どり』やきとり(ねぎま)	鶏肉	国産
	42	6	若どり軟骨焼	鶏肉	タイ・中国
				鶏軟骨	タイ・中国
	43	7	とんトロ串	豚肉	メキシコ・アメリカ
	44	8	アスパラベーコン巻	グリーンアスパラ	中国
				ベーコン(豚肉)	デンマーク
	45	9	串アラカルト	鶏肉	国産
				豚肉	メキシコ・アメリカ
				豚ハツ肉	国産
				鶏皮	国産
				鶏テール	中国
お肉料理	46	1	スパイシーチキン	鶏肉	中国
	47	2	合鴨の治部煮風	合鴨肉	中国
	48	3	ジンギスカン唐揚げ	マトン	オーストラリア
	49	4	手羽先	鶏肉	タイ
	50	5	若どりザンギ	鶏肉	タイ
	51	6	鉄板軟骨入りつくね	鶏肉	ブラジル・国産
	52	7	ーロカットステーキ	牛肉	オーストラリア
	53	8	ソーセージアラカルト	ソーセージ(豚肉)	デンマーク・アメリカ・その他
	54	9	牛タン塩焼	牛タン	オーストラリア
	55	10	ステーキ　オリジナルソース あろしポン酢ダレ	牛肉	オーストラリア・ニュージーランド
アラカルト	56	1	ーロぎょうざ	豚肉	国産
				キャベツ	国産
	57	2	チャーシューとえびの生春巻き	ライスペーパー(米)	ベトナム
				えび	タイ・ベトナム・その他
				チャーシュー(豚肉)	スウェーデン・フランス・その他
	58	3	たこ玉焼	たこ	ベトナム
				鶏卵	国産
	59	4	なにわのキャベツ焼	キャベツ	中国・国産
				小麦粉	中国
	60	5	砂肝のガーリック炒め	砂肝	国産
	61	6	じゃが芋のチヂミ　(カムジャ　ジョン)	小麦粉	アメリカ
				じゃが芋	国産
	62	7	もやし玉子ロール	もやし	国産
				鶏卵	国産
				豚肉	フランス・カナダ・その他
				いか	国産
	63	8	甘えびのかき揚げ	えび	カナダ
	64	9	有頭えびのオーロラソース	えび	モザンビーク
				玉ねぎ	国産
	65	10	長崎皿うどん	めん(小麦粉)	アメリカ・カナダ・国産
				豚肉	フランス・カナダ・その他
				いか	国産

タイトル	No.	区分No.	商品名	材料及び原産地名 食材	産地
ポテト&チーズ	66	1	特別栽培じゃが芋のポテトフライ	じゃが芋	国産(北海道芽室町)
	67	2	ちくわチーズ磯辺揚げ	チーズ	オーストラリア
				いとよりすり身	タイ
	68	3	『北海道芽室産じゃが芋使用』牛肉入りコロッケ	じゃが芋	国産(北海道芽室町)
				牛肉	国産
	69	4	有機栽培ポテトのじゃが餅	じゃが芋	国産(北海道剣淵町)
	70	5	『きらく村産』おさつ	さつまいも	国産(鹿児島県指宿市)
	71	6	ポテト明太子焼	じゃが芋	国産
				まだらの卵・すけとうだらの卵	アメリカ・ロシア
	72	7	カリカリチーズ	チーズ	オーストラリア・ニュージーランド・国産・その他
				小麦粉	アメリカ
	73	8	ソーセージ　ピッツァ	ピザ生地(小麦粉)	アメリカ
				ソーセージ(豚肉)	デンマーク・アメリカ・その他
ザ・サラダ	74	1	じゃこのオニスラサラダ	じゃこ(しわし)	インドネシア
	75	2	さっぱり大根サラダ	玉葱	国産
				野菜	国産
	76	3	男爵じゃが芋サラダ	野菜	国産
				ベーコンビッツ(豚肉)	アメリカ
				鶏卵	国産
	77	4	シーザーオニオンサラダ	野菜	国産
				ベーコンビッツ(豚肉)	アメリカ
	78	5	牛タンスモークサラダ	牛タン	ブラジル
				野菜	国産
	79	6	ほうれん草サラダ	サラダほうれん草	国産
				ベーコンビッツ(豚肉)	アメリカ
	80	7	サクサクつぼハサラダ	生ハム(豚肉)	カナダ・国産
				野菜	国産
				めん(小麦粉)	アメリカ・カナダ・国産
お食事メニュー	81	1	『おにぎり』or『焼きおにぎり』	米	国産
				鮭	国産
				梅	中国
				まだらの卵・すけとうだらの卵	アメリカ・ロシア
				かつお節	国産
	82	2	鴨南せいろそば	合鴨肉	中国
				そば粉	中国・アメリカ・カナダ
				小麦粉	国産・オーストラリア・その他
	83	3	ねぎとろ鉄火	まぐろ	台湾・韓国・中国・その他
				海苔	国産
				米	国産
	84	4	焼そば	めん(小麦粉)	アメリカ・カナダ・オーストラリア
				豚肉	フランス・カナダ・その他
	85	5	お茶漬	米	国産
				鮭	国産
				梅	中国
				まだらの卵・すけとうだらの卵	アメリカ・ロシア
				海苔	国産
	86	6	かにチャーハン	本タラバかに	ロシア
				米	国産
				鶏卵	国産
	87	7	焼きりたんぽ　(焼きおにぎりの小鍋仕立て)	米	国産
				鶏肉	ブラジル
				鶏卵	国産
	88	8	本タラバかに雑炊	本タラバかに	ロシア
				米	国産
				鶏卵	国産
	89	9	北海三色丼	イクラ	国産(宮城、岩手)
				サーモン	チリ
				本タラバかに	ロシア
				米	国産
	90	10	ライス	米	国産
	91	11	みそ汁	みそ(大豆)	アメリカ・カナダ・その他
				わかめ	国産(宮城、岩手)
特製デザート	92	1	ちょこっとデザート『バニラアイス』or『抹茶アイス』 バニラアイス	乳製品	ニュージーランド・オーストラリア・その他
				いちご	中国
			抹茶アイス	乳製品	オーストラリア
				あずき	国産(北海道)
				栗	中国
				抹茶	国産
	93	2	りんごシャーベット	シャーベット(りんご果肉・りんご果汁)	国産
				パイ生地(小麦粉)	アメリカ
	94	3	『パフェ』	乳製品	ニュージーランド・オーストラリア・その他
				いちご	中国
				コーンフレーク(とうもろこし)	アメリカ
				ウエハース(小麦粉)	アメリカ・国産
	95	4	わらゆばこん	乳製品	オーストラリア
				抹茶	国産
				あずき	国産(北海道)
				わらび餅(澱粉)	タイ
				ゆばこんにゃく(豆乳)	国産
				ゆばこんにゃく(こんにゃく粉)	国産
	96	5	豆乳揚げパンアイス	パン(小麦粉・豆乳)	アメリカ・カナダ
				乳製品	ニュージーランド・オーストラリア・その他
	97	6	モンブランミルフィーユ	乳製品	ニュージーランド・オーストラリア・その他
				小麦粉	アメリカ・その他
				栗	中国
				あずき	国産(北海道)

タイトル	No.	区分No.	商品名	材料及び原産地名 食材	産地
楽食ダイニング用	72	9	北海道グラタン	牛乳	国産
				じゃが芋	国産
	85	7	カレー焼うどん	めん(小麦粉)	オーストラリア・国産
				豚肉	フランス・カナダ・その他
	89	11	釜めし(季節により内容が変わることがございます。)	米	国産
	90	12	『北海道牛肉』ハンバーグ	牛肉	国産(北海道)
				ブロッコリー	エクアドル
				じゃが芋	国産
	91	13	にぎり寿司	本まぐろ	スペイン・イタリア・その他(地中海)
				サーモン	チリ
				いか	国産
				本タラバかに	ロシア
				イクラ	国産(宮城、岩手)
				海苔	国産
	93	2	なめらか杏仁豆腐	寒天	チリ・ペルー・モロッコ
				クコの実	中国
	99	8	キャラメルワッフル	小麦粉	アメリカ・カナダ・オーストラリア
				乳製品	ニュージーランド・オーストラリア・その他
				落花生	中国

原産地表示は、農林水産省のガイドラインに準拠しています。

※　原産地は気候の変化等により変わる場合があります。

※　野菜類の9割以上は国産です。気候の変化等により、調達先が変わる場合があります。

※　ご不明な点がございましたら、店長にお問い合わせ下さい。