

# JASと食品表示

巻頭インタビュー

有機のお酒をカジュアルに楽しんでいただきたい  
～企業姿勢を示す酒類有機認証取得 第1号～



大関株式会社  
代表取締役社長 長部 訓子氏

## ●年頭のご挨拶

農政の転換期におけるJASの役割

## ●消費者庁 令和6年度食品表示懇談会

食品表示基準の改正について  
年度内にパブリックコメントが実施される予定

## ●業界の動向

2025 厳況下の持続的成功への道標考  
～ ISO9004:2018について



## 教えて食品表示

～ 消費者庁の食品表示調査官に聞きました ～



## どんとこい有機



## おどろ木 桃ノ木 山椒の木

2025  
1月



2021年8月1日、JFS-A/B 適合証明プログラムに基づく監査会社として食品安全マネジメント協会に登録されました。

JFS-A/B 適合証明プログラムに基づく監査及びコンサルティングは、加工油脂及び植物油類の HACCP 構築支援 20 年以上の歴史がある弊会にぜひご相談ください。

私たちは、  
未来を見つめて  
分析に取り組んでいます。



農林水産省 登録認証機関  
ISO/IEC17025 認定機関  
JFSM 登録監査会社(JFS-A/B 規格)



(本部) 東京都中央区日本橋浜町 3-27-8 日本マーガリン会館内  
TEL: 03-3669-6723 FAX: 03-3669-1019  
(大阪検査所) 大阪府大阪市北区天神橋 3-8-9 新末広ビル内  
TEL: 06-6358-6414 FAX: 06-6358-6454

公益財団法人 日本食品油脂検査協会

<https://www.syken.or.jp>

## 御社の最終商品の 食品表示の点検をさせていただきます。

1. 食品表示基準に基づく表示の齟齬の有無
2. 栄養成分表示の適否
3. 景品表示法に基づく優良誤認表示等の有無
4. 資源有効利用促進法による識別表示義務の適否
5. 1 アイテム3,300円でお引き受けしております。



マトハヤ・フーズコンタクト株式会社

法令制度テクニカルアドバイザー

代表取締役 的早 剛由 (まとはやたけよし)

元農林水産消費技術センター主任調査官

〒701-1351 岡山県岡山市北区門前232-9

TEL.086-287-8567 FAX.086-201-0540

携帯: 080-3051-1897 E-mail: mfc@matohaya.jp

<http://www.matohaya.jp>

# JASと食品表示

2025年 1月

## 目次

	官報情報
1	●年頭のご挨拶 農政の転換期におけるJASの役割 一般社団法人 日本農林規格協会 会長 戸谷 亨
3	●インタビュー 有機のお酒をカジュアルに楽しんでいただきたい ～ 企業姿勢を示す酒類有機認証取得 第1号 ～ 大関株式会社 代表取締役社長 長部 訓子 〈聞き手〉 JAS協会 専務理事 島崎 真人
8	●スーパーマーケット ヤマイチを訪ねて 農業×福祉 ノウフクJAS の生鮮コーナーが誕生!!
9	●おどろ木 桃ノ木 山椒の木 ウッドチェンジ協議会について
13	●消費者庁 令和6年度食品表示懇談会 食品表示基準の改正について 年度内にパブリックコメントが実施される予定
17	●消費者庁 個別品目ごとの表示ルール見直し分科会（第7回） アルミレスパウチもレトルトパウチ食品の対象へ パン類の原材料名の個別ルールは廃止の方向へ
27	●教えて食品表示 ～ 消費者庁の食品表示調査官に聞きました ～
30	●どんとこい有機 1年の計は1月号にあり ～ 2025年の有機JASの動き ～
33	●業界の動向 2025 厳況下の持続的成功への道標考 ～ ISO9004:2018について 公益社団法人 日本技術士会 登録 食品産業関連技術懇話会 会員 村上食品科学技術士事務所 所長 技術士（水産、総合技術監理部門） 村上 正信

## 官報情報

下記の件について、官報に掲載されましたのでお知らせします。

なお、直近 30 日間分の官報は、独立行政法人国立印刷局が提供しているインターネット版「官報」でご覧いただけます。(http://kanpou.npb.go.jp/)

### 〔告 示〕

- 人工種苗生産技術による水産養殖産品の日本農林規格の一部を改正する件（令和 6 年 11 月 25 日農林水産省告示第 2159 号）
- 人工種苗生産技術による水産養殖産品についての生産行程管理者の認証の技術的基準の一部を改正する件（同第 2160 号）
- 人工種苗生産技術による水産養殖産品についての小分け業者の認証の技術的基準の一部を改正する件（同第 2161 号）
- 人工種苗生産技術による水産養殖産品の生産行程についての検査方法の一部を改正する件（同第 2162 号）
- チルドハンバーグステーキの日本農林規格の一部を改正する件（令和 6 年 11 月 27 日農林水産省告示第 2178 号）
- チルドミートボールの日本農林規格の一部を改正する件（同第 2179 号）



環境にやさしい オーガニック食材を食卓へ

毎月8日は  
オーガニック  
の日!!

2050年までに  
耕地の25%を有機へ

「みどりの食料システム戦略」（農林水産省）より

JAS協会では、  
「毎月8日は有機の日」  
キャンペーンに取り組んで  
います。  
詳細はJAS協会HPを  
参照してください。

The poster features a green header with the text '環境にやさしい オーガニック食材を食卓へ'. The main body has a light wood-grain background with various fresh vegetables like tomatoes, bell peppers, and leafy greens. Large, bold, yellow-outlined text reads '毎月8日はオーガニックの日!!'. A white speech bubble on the right contains information about the JAS Association's 'Organic Day' campaign. At the bottom, it states '2050年までに耕地の25%を有機へ' and cites the 'みどりの食料システム戦略' (Midori no Shokuryo System Strategy) from the Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries.

年頭のご挨拶

JAS

## 農政の転換期におけるJASの役割

一般社団法人 日本農林規格協会  
会長 戸谷 亨



新年明けましておめでとうございます。

旧年中は、当協会の運営や活動に一方ならぬご支援とご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

昨年はコロナ禍の低迷から経済活動も回復してきましたが、ロシア・ウクライナ戦争やガザの紛争の解決の見通しが立たず、穀物や食品の価格、石油・肥料等資材価格が円安の進行や温暖化による農作物の減収等とも相まって高騰が続きました。特にお米は秋口の品不足は解消したものの、需給が引き締まり集荷競争が過熱する中、価格は高止まりし、一方、食品の価格の転嫁は容易ではない中で、食品事業者、生産者、消費者の皆様にとって、厳しい状況が続いています。

また、昨年は米国の大統領選挙があり、我が国でも、各党で代表や党首の選挙が行われ、10月27日には衆議院の総選挙が行われました。その後の首班指名で石破茂氏が内閣総理大臣に指名されましたが、少数与党としての船出となりました。このため、令和6年度補正予算、令和7年度当初予算、税制改正等においても野党との協議の中で、編成される状況となりました。このような状況は近年ないことから、今後の政策決定やそのプロセスもこれまでとは違ってくると思われれます。

このような中、会員や食品事業者の皆様には、JASや食品表示制度に即して、品質などの基準を満たした製品を提供頂き、消費者との信頼関係の構築に努められており、敬意を表します。

また、JAS制度を所管されている農林水産省大臣官房新事業・食品産業部及び（独）農林水産消費安全技術センターにおかれては、日頃から登録認証機関のご指導、食品事業者への支援事業等に取り組んで頂いていることに感謝申し上げます。

この1年は、世界的には、米国で自由貿易や地球環境問題に後ろ向きなトランプ氏が大統領に就任する等政治や経済が不透明になることが懸念されます。一方、我が国では、昨年成立した改正食料・農業・農村基本法の下、現在食料・農業・農村基本計画の改正作業が進められています。また、スマート農業技術活用促進法の制定、特定農産加工業経営改善等臨時措置法の改正等関連する法律も施行されています。今年は、国民一人一人の食料安全保障の確立、生産から消費までの関係者の連携促進、適正な価格形成の仕組みの構築、環境と調和のとれた食料システムの確立等、基本法の理念の実装のための取組が求められ、食品行政も含め農政の大きな節目の一年となります。

このような中、令和6年度補正予算が成立しました。この中では、JASについても、国際標準化への支援、有機JASの普及、JAS構造物の利用拡大等が盛り込まれています。また、生産コストを考慮した農産物の価格形成の仕組みづくりは、生産、流通、小売り等の間での意見の調整は容易ではないものの、政府は次期国会に関係法案を提出すべく検討を行っています。

JAS関係では、我が国の有機酒類の輸出促進のため改正されたJAS法を踏まえ、カナダや台湾との間で有機酒類の相互認証が行われました。今後の輸出環境が見通しにくい状況ではありますが、そのような状況においてこそ、我が国の強みのアピールにつながる新JASを始めJASの役割が一層期待されるとともに、BtoBの規格としての重要性も高まると思われま

す。また、「みどり戦略」において2050年までに有機農業100万haを目指すとされており、有機JAS認証の重要性が改めて増えています。この他、米粉の利用の促進につながるノングルテン米粉JAS、福祉政策への貢献や世界的な環境問題・多様な食文化等への対応に資する、農福連携JAS、大豆ミート食品類JASやベジタリアン等向けJAS、廃食用油のリサイクルに係るJAS等時代の流れに対応したJASの制定も進んでいます。

林産関係では、炭素貯蔵効果の高い木造建築やCLTを活用した中高層住宅の木造化等が推進され、今後とも木材の建築物への利用の促進が図られるものと思われ、木材製品のJASの役割が一層高まるものと期待されます。

食品表示に関しては、ご案内のとおり、消費者基本計画工程表に合理的でシンプルかつ分かりやすい食品表示制度について国際基準との整合性を踏まえた議論を行うとされ、中長期的な羅針盤となる食品表示制度の大枠の議論するため、消費者庁に「食品表示懇談会」が設置されています。現在、個別品目ごとの表示ルール見直し分科会も開催され、検討が行われて

います。

食品衛生の面では、小林製菓の紅麹のサプリメントによる健康被害が発生して大きな社会問題になり、機能性表示食品制度の見直しが行われました。また、改正食品衛生法に基づくHACCPに沿った衛生管理のため、営業許可制度や届出制度の適切な順守が求められます。

以上のように、JAS制度、食品表示等に重要な動きが相次いでおりますが、当協会としても、農林水産省からのJAS関係補助事業や消費者庁からの食品表示関係委託事業等を実施するとともに、JAS制度の普及促進や食品表示の情報提供に資するため、機関誌「JASと食品表示」の記載内容の充実、ホームページでのJASの動画配信、食品全般や有機に係る講習会や食品・林産のテーマの特別セミナーの開催、食育大会への出展、マスコットキャラクターの作成等、一層工夫を凝らして情報提供に努めております。また、会員と行政関係者との連絡協議会を開催しており、昨年12月には有機関係の情報連絡会を開催しました。また、今年も1月に団体会員に向けた連絡協議会を開催しますので、多くの皆様のご参加を期待しております。

引き続き、多様な情報を、きめ細かくスピーディーに掘り下げて提供することに努め、JASの普及啓発はもとより、関係部局との積極的なパイプ役を担って参りますので、何卒よろしくお願ひします。

今年は巳年ですが、蛇は脱皮を繰り返して成長することから、再生等を連想させ、物事を安定させるといった縁起のよさもあるようなので、正に転換期にある我が国農林水産業・食品産業の発展、それにかかわる当協会の役割や活動の充実につながる年になることを期待しておりますので、会員の皆様のご協力を引き続き、よろしくお願ひいたします。

最後に、関係の皆様のご発展を心から祈念し、年頭のご挨拶とさせていただきます。

# 有機のお酒をカジュアルに楽しんでもらいたい ～企業姿勢を示す酒類有機認証取得 第1号～

大関株式会社 代表取締役社長 おさべ くにこ 長部 訓子 氏（文中、敬称略）

【聞き手 JAS 協会専務理事 島崎 真人】



▲ 大関株式会社 長部社長

兵庫県西宮市にある大関株式会社は、正徳元年（1711年）に創醸された老舗酒造メーカーです。“楽しい暮らしの大関”を理念に、日本酒だけでなく、酒粕を利用した甘酒、日本酒の発酵技術を活かした化粧品などの様々な商品を手掛けられています。

今回は、大関株式会社の代表取締役社長を務める長部氏に、大関株式会社の取り組みや有機認証取得の経緯についてお話を伺いました。

## 長年愛されるワンカップ大関

島崎 長部社長は2017年に代表取締役社長に就任されたとお伺いしましたが、就任からの7年間はいかがでしたか。

長部 酒蔵の家で育ったため、日本酒造りは身近でしたが、企業の一員となると、営業・製造などの機能があり、初めてのこともたくさんありました。就任からの2年程は足元に気を使う余裕もないような状況でした。その後、コロナウイルスの流行がありましたので、ようやくここ2年で大関について深く理解していったような形でした。

島崎 大関株式会社と聞くと「ワンカップ大関」のイメージが大きいのですが、商品化のきっかけや歴史についてお聞かせください。

長部 ワンカップ大関は、1964年に開催された東京オリンピックの開幕日である10月10日から販売を開始し、2024年に60周年を迎えました。祖父が海外のジャムの容器から着想を得て、開けてそのまま飲むことができる機能性の高いカップ



▲ 上撰 金冠  
ワンカップ®

容器を発案しました。商品化にあたり、広口瓶でありながら、高い密封性と開封の容易さを両立させることが最大の難所であったと聞いています。

ワンカップ大関の販売により、日本酒の新たな飲酒スタイルを確立できたと思います。

島崎 若者向けというイメージで急速に人気を集めた製品だと記憶しています。

長部 当時は、高度成長期の最中でレジャーブームなど外出する機会が多くありました。手軽に持ち運びができる点が時代背景に即していたということもあり、世の中に急激に広がっていきました。

## 日本酒製造技術を生かした研究所

島崎 「大関総合研究所」を設立され、長年培われた日本酒醸造技術に基づいた研究開発にも尽力されていると伺いました。研究所を設立された背景や研究テーマについて教えてください。



▲ JAS 協会 島崎専務

長部 私達は、微生物の働きでお酒を造っていますので、研究する価値のある素材をたくさんもっているというところから始まりました。1980年の設立以来、製品品質の向上や新製品創出に向けた技術開発に取り組んでおり、近年では、麹菌や酵母に関する知識を基にしたバイオサイエンスの領域にも研究領域を広げています。

島崎 具体的にはどのようなことをされているのでしょうか。

長部 代表的なものを申し上げますと、発酵から広がる技術を軸に、酒粕調味料や化粧品等の開発、麹菌の性質を活用したタンパク質の受託発現サービスなどを行っています。

## 有機の日本酒も製造を開始

島崎 大関株式会社は、2022年10月から対象となった有機酒類のJAS認証取得第1号とのことですが、これまで対象外であった有機酒類にJASがつけられるようになったときの印象はいかがでしたか。

長部 環境に配慮した有機ということで、企業姿勢を見せたいとの想いもあり、1番に認証を取得したいと思いました。海外と比べ日本の消費者に「有機」が十分に浸透していない今だからこそ、認証を取得し有機の製品を販売することで、これからの道筋や志向性を示すことができると考えています。

島崎 JASがつけられるようになる前にも有機の日本酒を製造されていたらよかったのでしょうか。

長部 JASができる前には有機の製品は製造していませんでしたので、ゼロからの挑戦でした。

島崎 有機の加工食品を製造するにあたり、原料となる有機農産物の入手に苦労される方が多いと聞いていますが、原料となるお米の調達は順調に進んだのでしょうか。

長部 はじめはテストとして兵庫県産米を使用し小スケールから製造を始めました。その後、少しずつ産地を広げ、現在では全国から原料を集め使用しています。

島崎 2022年より「#J（有機米使用純米酒）」の販売を開始されたとのことですが、商品名の「#J」にはどういった意味が込められているのでしょうか。

**長部** 世界共通の言語である「#（ハッシュタグ）」を付けることで、世界中でこの商品を知っていただきたい、また、「J」というアルファベットから“Japan”や“Junmai”、“Joy”など、様々な単語を想起できることから命名しました。

「有機の商品だから特別」ではなく、日常の中で生活の一部として取り入れ、カジュアルに楽しんでいただきたいと思っています。また、気軽に手に取ってほしいというコンセプトから、この製品はアルミ缶タイプ（180ml）も製造しています。



▲ #J（有機米使用純米酒）

**島崎** 「#J（有機米使用純米酒）」の売れ行きはいかがでしょう。

**長部** 急速に広がっているわけではありませんが、徐々にマーケットの理解を得られてきており、問い合わせをいただく企業も増えてきています。

**島崎** どのようなお店にお取り扱いいただいていますか。

**長部** 最初はオーガニックスーパー等、有機の取り組みに理解をいただけるところから取引を始めました。最近では新店舗開店の際に、オーガニックコーナーを新設される企業も増えてきており、そういった売場での採用が進んでいます。



▲ インタビューの様子

**島崎** 有機の日本酒は外国で人気が出るのではないかと考えていますが、輸出についてはどのようにお考えですか。

**長部** 将来的な海外への輸出を見据え、2023年には外国格付表示業者の認証も取得しました。しかし、現在は有機酒類の同等性を利用した輸出が認められているのが、台湾とカナダのみであるため、より有機が浸透しているヨーロッパや米国にも同等性が認められた際には、意欲的に輸出に取り組んでいきたいと考えています。

## お米へのこだわり

**島崎** 新入社員研修の一環として田植えや稲刈り体験を実施されている御社ですが、この体験への想いについてお聞かせください。

**長部** 日本酒メーカーである以上、原材料となるお米の背後には、農家の方の米作りがあることを忘れてはいけないとの想いではじめました。田植えから稲刈りまでの一連のいのちの繋がりを知ってほしいと思っています。

**島崎** ほ場は自社でお持ちなのでしょうか。

**長部** 田植えや稲刈りの体験については、兵庫県宍粟市の契約ほ場にて実施させていただ

いており、新入社員研修では、田植えや稲刈りも手作業で行っています。

また、兵庫県三木市吉川町では村米制度という100年以上続く契約農家の方とお互いに切磋琢磨しながらお酒の品質向上をはかってきた密接な関係が古くから受け継がれています。

**島崎** 農家の方と深い結びつきがあることに驚きました。そういった取り組みが礎となり、従業員の皆さんが大関のお酒に自信と誇りをもって販売されているのではないかと感じました。

## 環境への取り組み

**島崎** 廃棄物やCO<sub>2</sub>の排出量の削減、再生可能エネルギーの活用など、持続可能な社会を目指した酒造りに取り組まれている御社ですが、どのような思いで取り組んでこられたのでしょうか。

**長部** 1999年に業界ではじめてISO14001を取得し、積極的に取り組んできました。その後、FSSC22000も取得したことで品質保証体制や社内で安全に生産する体制も整理ができていると感じています。国際基準に準拠する過程で、社内の意識が自然に整えられていることはよかったですと思います。

**島崎** それは先代の考え方も影響しているのでしょうか。

**長部** そうですね。先代の11代目が先進的に取り組みを進めてきました。自分達の基準を持つことで、メーカーとしての信頼の維持向上につながると思っています。

今はISO14001は自己適合となりましたが、環境への負荷を減らそうということだけでな

く、業務に直結した負荷を減らそうという働きに移行したこともあり、従業員にとっても自分達の仕事の効率化に繋がっていると考えています。



▲ 大関株式会社 長部社長

また、現在、あらゆる場面でSDGsという言葉が使われるようになっていますが、振り返ってみると私たちが取り組んできたもので、SDGsの17個の目標に当てはまっているものが多々あることに気づきました。

酒造りは、農家の方にお米を作っていただき、その米からお酒を造り、酒粕は発酵食品として幅広く利用しているので、まさに循環型の産業だと思っています。

実は、先程お話を聞いた「#J」（有機米使用純米酒）にかかっているタグも、食べることのできなくなったお米でできた紙を使用しています。酒造りという事業活動の中で、こうした1つ1つの取り組みを重ねていくことで、環境・社会・人にやさしく、楽しい食文化の創造とサステナブルな社会の実現に貢献していきたいと考えています。

**島崎** 有機酒類認証取得の舞台裏や企業としての在り方についても様々な話をお伺いし、長部社長の関株式会社への熱い想いが伝わり、楽しい時間を過ごすことができました。

本日は貴重な話をお聞かせいただきありがとうございました。

# 大関株式会社の日本酒ができるまで

インタビュー後、昭和35（1960）年に完成し、特定名称酒を主体に日本酒を生産している寿蔵をご案内いただきました。その際の工場見学の様子を紹介します。



▲ 寿蔵



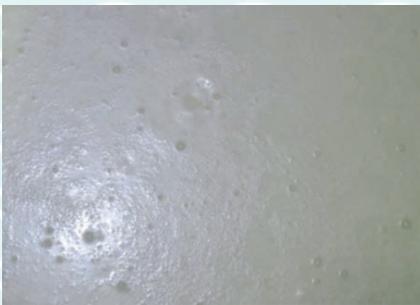
▲ 山本製造部長から説明を受ける島崎専務

蒸し米に種こうじを散布し、こうじ菌を繁殖させて米こうじを作ります。



▲ 米こうじの様子

温度管理をしたタンクで、約20日間発酵を行い、もろみを熟成させます。



▲ 発酵の様子

ブレンドされた日本酒は、瓶詰され、様々な検査を行い出荷します。



蒸し米に水、酵母、米こうじを加えて仕込みを行います。



▲ 仕込みタンク  
1本で白米3トン分の仕込みを行います

約70度で火入れをすることで米こうじ由来の酵素を失活させ、安定したお酒を造ることができます。

お米の精米から商品が完成するまでには、通常6か月の期間を要します。



スーパーマーケット ヤマイチを訪ねて

## 農業×福祉 ノウフク JAS の 生鮮コーナーが誕生！！

こだわりの生鮮食品を扱う地域密着型のスーパーマーケットのヤマイチ（東京都江戸川区）では、昨年11月29日の「ノウフクの日」に合わせて、日本初の「ノウフク JAS 生鮮食品コーナー」が設けられました。この取組みは、毎月2回（第2、第4金曜日）、江戸川区と千葉県船橋市にある4店舗で実施されています。



▲ 株式会社ヤマイチ 青果部バイヤー 佐藤氏(左) と 株式会社 BSS 営業部長 高瀬氏(右)

コーナー設置のきっかけは、有機栽培や特別栽培などの青果を扱う仲卸の(株)BSS（江戸川区）からの「ノウフク JAS」の販売提案でした。ヤマイチでは、ノウフクの理念に賛同し、農業と福祉が連携することにより生まれる商品の背景に他の商品にはない社会的価値を認めて、提案からわずか2カ月足らずでノウフクの日の販売に合わせた準備を進めました。

販売に先立ち、社会福祉法人ゆずりは会 菜の花（群馬県前橋市）を訪ねたヤマイチの担当者は、障がい者が丁寧に黙々と作業をする現場を見て、「生産者と共に消費者へ届けていくこと」に前向きになったことを語ってくれました。

これまでに多くのノウフク JAS 認証事業者を訪ねた(株)BSSの担当者は、ノウフクが、福祉施設で働く障がい者などの社会参画や賃金向上に繋がるのみならず、担い手不足や高齢化が進む農業の働き手の確保に貢献し、耕作放棄地や自給率の低下といった課題を解決する一助となることへの期待を寄せています。

11月29日の一之江駅前店では、ナスやホウレンソウなど5品のノウフク JAS 商品が並び、まだノウフクを知らない消費者に向けて、動画や生産者の写真入りのカードが掲示されました。季節ごとに販売される品物が入れ替わるとのこと、今後も楽しみです。

### ▼ 販売されていたノウフク JAS 商品

品物	JAS 認証事業者(所在地)
ナス	一般社団法人こうち絆ファーム (高知県安芸市)
ブロッコリー ホウレンソウ	社会福祉法人ゆずりは会 菜の花 (群馬県前橋市)
サツマイモ (ベニハルカ)	スカイアースファーム株式会社 (千葉県成田市)
リンゴ	株式会社ウイズファーム (長野県松川町)



▲ 特色 JAS マークが貼られた商品

# ウッドチェンジ協議会について



林野庁 木材利用課 建築物木材利用促進官 川原 聡

## 1 ウッドチェンジ協議会

ウッドチェンジ協議会(以下 WC 協議会)は、「民間建築物における木材利用の促進に向けて、経済・建築・木材供給関係団体など、川上から川下までの幅広い関係者が一堂に参画する官民協議会」であり、林野庁の HP ではその正式名称を「民間建築物等における木材利用促進に向けた協議会」とし、その副題が「川上から川下まで 建築物木材利用プラットフォーム」となっている。

令和 3 年 9 月に第一回の会合が開催され、令和 6 年 9 月 25 日の第 7 回まで、概ね年に 1～2 回の頻度で開催されている。会長は東京海上日動火災保険株式会社の隅修三相談役であり、林業関係の団体はもちろん、(公社)経済同友会、(一社)日本経済団体連合会、日本商工会議所など、日本の経済界を代表する団体が参加しているほか、企業も不動産業界、小売り業界、建設業から一流の企業が参画するなど、参加メンバーだけを見ても昨今の木材利用に関する関心の高さが伺えると言えるだろう。その意味でも事務局である林野庁としては協議

## ウッド・チェンジ協議会～川上から川下まで建築物木材利用プラットフォーム～

- ・ 民間建築物等における木材利用の促進に向けて、経済・建築・木材供給関係団体など、川上から川下までの幅広い関係者が一堂に参画する官民協議会「ウッド・チェンジ協議会」を立ち上げ。
- ・ 令和 3 年 9 月の第 1 回の会合以来、これまでに 5 回開催。会合の下に設けた小グループの成果報告や参加団体・企業・関係省庁等の取組や関連情報の共有、意見交換等を実施。
- ・ 小グループは会合等で挙げられた課題等を踏まえ 5 つ設置し、検討を実施。これまでに建築主等が民間建築物での木材利用を検討する際に参考となる普及資料を作成し公表(最新版は令和 6 年 5 月に公表)。

### 〇目的

木材利用の促進に向けた課題の特定や解決策の検討、先進的な取組の発信、木材利用に関する情報共有を行うことにより、木材が利用しやすい環境づくりに取り組む。

### 〇参加団体等

・会長：隅 修三(東京海上日動火災保険株式会社 相談役)

・団体・企業等：

(公社)経済同友会	(一社)日本経済団体連合会	日本商工会議所	(一社)住宅生産団体連合会	全国建設労働組合総連合
(一社)日本建設業連合会	(一社)JBN・全国工務店協会	(公社)日本建築士会連合会	(一社)日本ビルディング協会連合会	(一社)不動産協会
全国森林組合連合会	(一社)全国木材組合連合会	(一社)中大規模木造プレカット技術協会		(一社)日本林業経営者協会
全国知事会	全国市長会	全国町村会	みなと森と水ネットワーク会議	
ウッドソリューション・ネットワーク (農林中央金庫)	(公社)国際観光施設協会	(一社)日本プロジェクト産業協議会	(公財)日本住宅・木材技術センター	
(一社)日本ウッドデザイン協会				

・研究機関：国立研究開発法人 森林研究・整備機構 森林総合研究所

・関係省庁：総務省、文部科学省、経済産業省、国土交通省、環境省、農林水産省(事務局)



+ 23 企業

※令和 6 年 5 月時点

### 5 つの小グループ

### 木造化モデル作成 G

#### 木材利用環境整備 G

川上から川下の関係者間の連携のあり方や、ビジネスの中での木材利用促進に向けた検討 等

#### 情報発信 G

木の良さや効果等の事例収集・情報発信方法の検討 等

#### 低層小規模建築物 G

建築主等や地域の工務店・建設会社等をターゲットにした具体的な木造建築モデルの検討 等

#### 中規模ビル G

#### 高層ビル G

事例集を活用した施工主等への理解増進 等

会を運営する立場として大きな責任を負っているが、個人的には本協議会は岐路にあると感じている。本稿ではこれまでの経緯に触れながら協議会の在り方について述べていきたい。

## 2 建築物への木材利用

ここでこの協議会が設立されるまでの経緯に触れていきたい。そもそもの話となるが、建築物への木材利用、という風に、「建築物」や「建築分野」というワーディングと木材利用を結びつけて表現するようになったきっかけは、平成 22 年に「公共建築物等における木材の利用の促進に関する法律」（以下「木材利用促進法」）が成立したことが大きく影響しているだろう。林野庁 HP における過去の森林・林業白書における木材利用の分野に関する見出しのフレーズからも、このことが伺える。木材利用促進法制定当時は、「国産材の利用」や「住宅への木材利用」といったフレーズが一般的で、住宅より大きな、いわゆる非住宅建築物への木材利用については、「公共建築物の木造化（又は木材利用）」のように「公共」という言葉がついて回るのが一般的であった。しかし、平成 29 年度の森林・林業白書において、「建築分野における木材利用」という見出し（第 IV 章「木材産業と木材利用」第 3 節「木材利用の動向」（2）「建築分野における木材利用」）が登場する。木材利用促進法は単に公共建築物の木造化を促しただけでなく、木造化の対象は住宅だけにとどまるものではない、非住宅分野にも使えるであろうことが、公共建築物における木造化の推進と共に少しずつではあるが世にも広まっていったことを物語っていたと言えるだろう。その証拠は木造化率の推移からも見て取れる。同法が成立した平成 22 年当時、公共建築物の木造化率は 8.3%、低層（1 階～3 階建て）の公共建築物の木造化率は 17.9%であっ

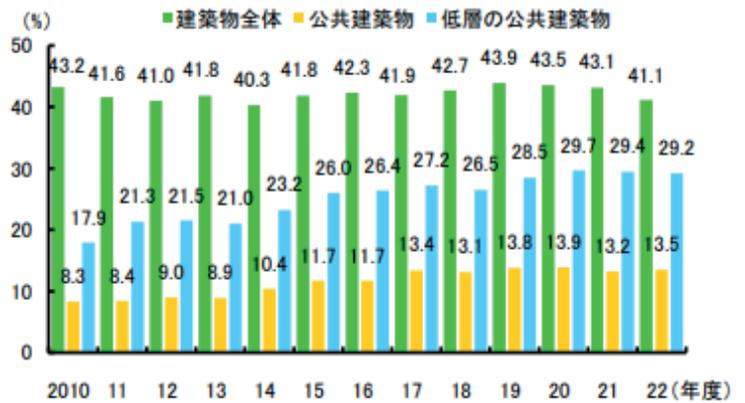


図1 建築物の木造化率の推移

たのが、令和 4 年度ではそれぞれ 13.5%、29.2%と上昇傾向にある。令和に入ってからはいくらか多少伸び悩んでいるが、中央省庁を中心に、各都道府県、そして各市町村の歴代の担当者たちの取組の積み重ねがこれらの数字に結び付いていると考えただけでも、単に木造化率が上がっただけでなく、公共建築物の木造化が各組織における業務の一環としてより認知されるようになったとも言えるだろう。一概に木造化といっても、どんな建築物を建て、どういう材料を選び、どう調達し、どう発注し、建てられた後も建物をどうメンテナンスするか。竣工に行きつくまでに様々なプロセスという名の苦勞が、少なくとも発注者が所属する組織だけでは多かることは想像に難くない。

## 3 「ウッドチェンジ」機運の醸成

少し本題から外れたが、前項におけるワーディングの変化は、木材利用を世に促す上でより分かりやすくインパクトのあるフレーズの誕生の予兆だったのかもしれない。平成 31 年 2 月に立ち上がった「民間建築物等における木材利用促進に向けた懇談会」、それがウッドチェンジ協議会の前身である「ウッド・チェンジ・ネットワーク」（以下「WCN」）である。この立ち上げの主役とも言えるのが、当時の木材利用課長であった長野麻子氏である。農水省を退

職された後、株式会社モリアゲを立ち上げ、森林・林業・木材産業分野で精力的に活動をされている。私も長野さんから時に大きな視野でのアドバイスをいただいたりするが、その熱意は衰えるどころか、滾っていると言ってよいだろう。そんな長野課長（当時）のもとには、多くの有志が集まり、WCNの活動は冒頭のWC協議会に引き継がれたが、その流れと共にもう一つ大きな動きがあった。それが、令和3年の「脱炭素社会の実現に資する等のための建築物等における木材の利用の促進に関する法律」（通称「都市（まち）の木造化推進法」）の成立である。同法では、木材利用促進法の改正という形で、法の対象が公共建築物から建築物一般に拡大されることとなり、同時に「建築物木材利用促進協定制度」が創設されることとなった。本稿執筆時点（11月末）時点で、国との協定締結は23件、都道府県や自治体との協定締結件数と合わせると150件を超える動きとなっている。気候変動への危機感、投資家に対する意識、その源流にあるSDGsに対する意識の定着、言葉を組み替えれば更にいろいろな説明ができるであろうが、木材利用促進法の成立から約15年が経過した今、環境問題などの後押しも得ながらも、機運は高まりつつある、いや高まったと言ってもよいかもしれない。

## 4 これからが大事

一方で、このような自分達を高めるような事象だけを並べればよいわけでもない。これまで林野庁があまり想定してこなかった大手企業等が森林資源の循環利用に自ら取り組むケースが出てきている中で、その感想を聞いてみると、これからの課題も浮かび上がってくる。第6回のウッドチェンジ協議会の場で、東京都市大学の大橋好光名誉教授が総括コメントとして「川上にどれだけ還元できるかを建築側も関心をもっている。建築側は再生林してくれるところから木材を買いたいので、それはちゃんと供給されるのかという情報を知りたい」と発言されているように、ただ建築物が木造で建てられた、とか、国産材を使った、といったことから一歩踏み込んで、「森林資源が循環しているのか」に注目している。また、サーキュラリティ（木質建材等の再利用性）や、ネイチャーポジティブ（生物多様性）への関心も高まっている。前者はJASでは規定が難しい点が悩ましいが、後者は林野庁として避けて通れない部分がある。いずれも重要にして難しい問題ながら、当課としてはWC協議会や同WGの場で解決策をさぐっていくとともに、環境問題に熱心な川下側の企業に対し、再生林だけでなく木材需要の拡大にも取り組む森林組合など川上側の取り組みを紹介することで、川上から川下までの連携により、森林資源の循環の輪を描く形を多く作っていききたい。このような事例の紹介など詳細は次回の続編にてお伝えしたい。

ここでWC協議会第7回でご講演いただいたCSRデザイン環境投資顧問株式会社の堀江隆一社長のご講演内容を簡単にご紹介したい。「木材利用促進とESG・インパクト投資」という題名で、約30分ほどご講演いただいた。林野庁は令和6年3月に「建築物への木材利用に係る評価ガイダンス」を公表したが、これにも

前田建設工業株式会社 × 国（農林水産省、経済産業省、環境省）

『持続可能な社会の形成に向けた木材利用拡大に関する建築物木材利用促進協定』



前田建設工業株式会社は、

- ①木造・木質化の可能性のある事業主への木材利用に関する意義、環境効果、長所などを明記したオリジナル資料の提供を行うこと
- ②新規設計案件において、ZEBシリアル採用率を令和11年度までに40%にするための積極的な提案を行うこと
- ③令和11年度までに25件の木造・木質化建築を実現、構造材及び仕上げ材で1万m<sup>3</sup>の国産材利用を目標とすること
- ④地域連携により森林の健全な循環形成を促進するスキーム作りに貢献すること等を内容とする協定を、農林水産省、経済産業省、環境省と締結。

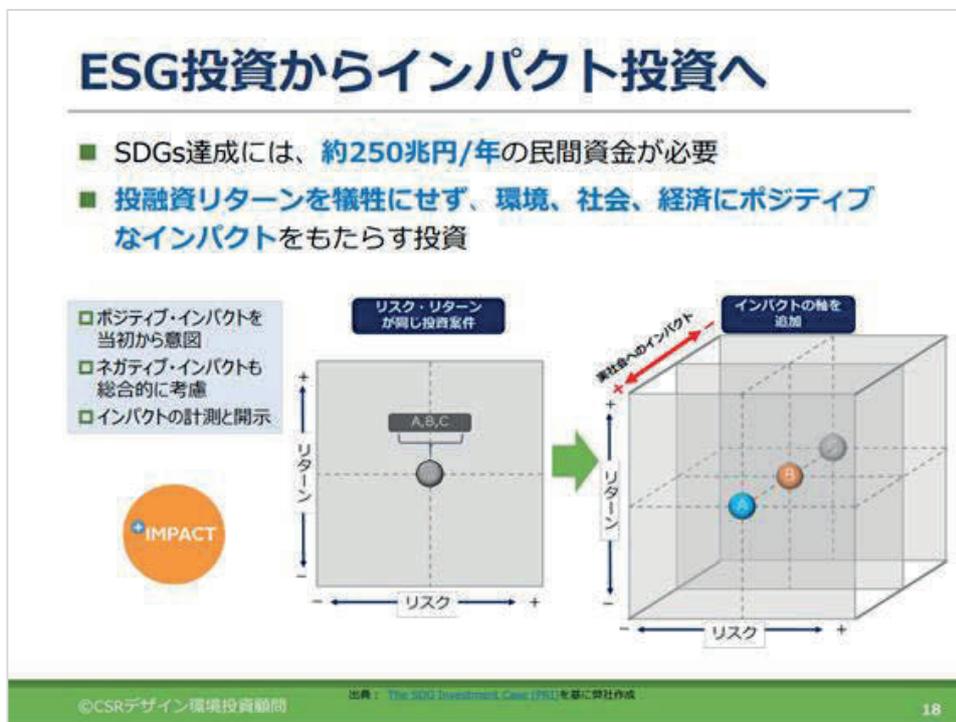
協定締結日：令和6年11月12日  
有効期間：協定締結日～令和11年9月末  
対象区域：全国

国として23件目となった  
前田建設工業株式会社との協定締結

ふれていただきながら、責任投資原則（PRI）や海外における脱炭素をめぐる建築等セクターの重要性、標題にあるインパクト投資（投資リターンを犠牲にせず、環境、社会経済にポジティブなインパクトをもたらす投資）等、非常に興味深い内容であり、意見交換の場でも質問が相次いだ。堀江社長ご講演資料は以下のサイト（林野庁 HP）でご覧いただけるので是非ご確認いただきたい。

## 5 さいごに

これまで述べてきたように、木材利用をめぐる環境は今後いつどういった形で変化していくか分からない。企業が今後も継続して木材利用に取り組んでもらうためには、政府もただ制度に沿って取り組みを続ければよいだけではないことを強く認識し、WC 協議会会員と手を取りあって次への一手を打って行かなくてはならない。



堀江社長講演資料抜粋  
 （「ESG 投資からインパクト投資へ」のページ）

<参考文献>

- 1) 林野庁 HP：「民間建築物等における木材利用促進に向けた協議会（ウッド・チェンジ協議会）」
- 2) 林野庁 HP：「森林・林業白書」

## 食品表示基準の改正について 年度内にパブリックコメントが実施される予定



▲ 懇談会の様子

昨年12月13日に、令和6年度食品表示懇談会が開催されましたので、以下に概要をお伝えします。

### 議 題

- (1) 令和6年度食品表示懇談会開催要領
- (2) 令和5年度食品表示懇談会の取りまとめについて
- (3) 食品表示へのデジタルツール活用検討分科会について
- (4) 個別品目ごとの表示ルール見直し分科会について
- (5) 食品表示基準改正について

冒頭、消費者庁の井上審議官のあいさつの後、今年度から新たに就任した委員2名（松村 雅彦氏（一般社団法人 日本食品添加物協会 専務理事）及び村尾 芳久氏（一般社団法人 全国スーパーマーケット協会 事務局長）の紹介がありました。

続いて、昨年度の食品表示懇談会の取りまと

めを振り返った後、2つの分科会における検討報告と食品表示基準改正についての審議が行われました。

### ■ 食品表示へのデジタルツール活用検討分科会

容器包装への表示に代えて代替的な手段によって情報提供を充実させる場合の内容等について検討する当該分科会は、これまでに2回開催されました。

消費者庁から、技術的論点についての検討を始めたところであり、令和7年度も引き続きこの論点を議論していくこと。コーデックスの「食品表示における食品情報の提供のためのテクノロジーに関するガイドライン」は、第47回総会（CAC47）で承認され、ガイドラインとして採択されたことの説明がありました。

また、12月2日の第2回分科会では、関連事業者3件（GS1 Japan、株式会社ジャパン・インフォレックス、JFE システムズ株式会社）

のヒアリングが行われた紹介されました。

### 【審議】

- デジタルツールを活用する時、携帯保有率などの決め事はあるか。  
→ (消費者庁) スマートフォンを使うかどうかも決まっておらず、保有率も含めて議論を始めたところである。
- 食品の容器包装には既に多くの QR コードが表示されており、アクセスすると広告など幅広い情報提供がされている。消費者の利便性を考慮した仕組みづくりをお願いしたい。  
→ (消費者庁) コーデックスガイドライン 7.3 に情報の区別が規定されており、これを参考にしながら義務的食品情報が他の情報と区別して見やすい形にしていくことになると思う。
- コーデックスガイドラインを踏まえた今後の世界各国の取り組みを参考にしたい。
- コーデックスガイドライン 5.2「食品の名称、安全、栄養に関する食品情報並びに管轄当局が決定するその他の義務的食品情報は、テクノロジーの使用のみによって提供されるべきではない」はどういう読み方をするか。  
→ (消費者庁) 名称、安全、栄養に関する食品情報はもちろんだけれど、その他各国で重要と思うことは残してくださいという意味に捉えている。その他すべての義務表示事項とは捉えていない。
- (座長) 分科会での議論の結果の最終的な組み立ては懇談会で行われる可能性があり、その時はよろしくお願ひしたい。

### ■ 個別品目ごとの表示ルール見直し分科会

横断的な基準に合わせる方向で見直すことを基本としつつ、食品ごとの個別の事情や制定の経緯、消費者の要望等を踏まえながら検討する当該分科会は、これまでに7回開催されており、消費者庁から、以下の検討結果が報告されました。

- 完全に廃止した品目があった。  
(調理冷凍食品、チルドハンバーグステーキ、チルドミートボール、チルドぎょうざ類、炭酸飲料、即席めん、うにあえもの)
- 定義・名称は維持したいという要望が多くあった。
- 原材料名等については、横断的な基準で対応可能であり、廃止しても問題ないという意見も多くあった。
- 品目の特性に応じて、語句の修正や、個別的義務表示事項を残したいという意見があった。

また、事業者団体や委員からの横断的な基準への要望について、以下の通り報告しました。

1. 個別ルールと同等の品質を見極められる表示を、横断的ルールの中に、いかに取り込んでいくかの議論をすべき。
2. 日本は海外と比べて食品表示における品質の情報量が少ない上に、個別表示ルールを廃止することでさらに少なくなる。一方で商品の多様化が進み、今後、海外からいろいろな品質の商品が入ってくることを考えると、消費者の合理的な選択は困難を極めるため、個別表示ルールを廃止するのであれば、消費者が自主的・合理的な選択ができるような、コーデックスやEU並みの原材料%表示の実現を強く要望する。
3. 重量割合の低い添加物について、順不同で表示することの改正を要望する。なお、諸外国においては、原材料と添加物を区別せず重量順で表示しているが、2%以下の原材料(添加物を含む)については順不同での表示を認める運用がされている状況。
4. 旧 JAS 法関連の事項(いわゆる品質表示事項)を検討項目としているが、旧食品衛生法関連(いわゆる衛生事項)についても、消費者にとって不要なものは省略や削除等の改正を要望する。

### 【審議】

- 横断ルールへの要望については懇談会で議論する内容になるかと思う。1.について、個別ルールの中でも共通の内容はかなりあるので、横断ルールに取り込む議論の余地があ

ると思う。3.の重量割合の低い添加物を一定のルールのもと順不同に表示することに賛成する。事業者と消費者に不都合になることはないように思う。何かあるのであれば教えていただきたい。諸外国では重量割合2%以下であれば順不同でよいというルールがある。日本の場合、原材料と添加物の境界が重量で明確に区切られているわけではなく、場合によって原材料として表示されたり添加物として表示されたりするものがあるように思うので、重量割合だけの基準では難しいのではないかと。その区別や整理も必要に思う。

→(消費者庁)分科会では議論してないので今後の議論になる。添加物については、使用目的によって実態としてどちらに入っているかということがあるので、これらも踏まえて今後の検討になると思う。

- ・横断ルールの検討はどこで行うのか。  
→(消費者庁)残りの個別の議論を終えた後、どこで議論するか検討したい。
- ・開催趣旨に、合理的でシンプルで国際整合性がある食品表示を目指すことが書かれている。この点を検討したうえで今回の結論が出ているのか。  
→(消費者庁)懇談会の取りまとめを前提に、コーデックスを参考に作られた横断ルールに寄せた検討が行われた。  
→資料にもそのことを書き添えた方がいいのではないか。
- ・義務を課す合理的な理由を発信して、消費者理解を促して欲しい。個別品目を定める条件設定をした方がよいのではないか。
- ・食品制度の改正については、メーカーの負担となるので十分な周知期間をとり、できる限

り一括して実施することを改めて強く要望する。旧食品衛生関連の事項についてもよろしくお願ひしたい。

- ・一貫性があるルールになったことには賛成するが、これまで馴染んでいたルールを頼りに選択していた消費者がおり、変更されると粗悪品が混じる懸念があるので、各業界で監視して欲しい。消費者を誤認させることなく、消費者のための表示をしていただきたい。
- ・個別品目とは別に都道府県条例があり、そこに縛られるケースがあると聞いている。都道府県条例は国と調整が難しいと思うが、全国流通する商品は地域限定で対応を変えられるわけではないので、検討して頂きたい。

## ■ 食品表示基準改正について

---

今回の食品表示基準の改正において想定されている改正事項について案とスケジュール(次ページに掲載)が示されました。

消費者庁の清水課長は、今年度もまだ3ヶ月残されており各分科会の議論が引き続き行われる状況であるが、来年度も継続して議論いただき、そのとりまとめは今日のように食品表示懇談会で報告したい。内容を吟味しながら改正案の検討を進めていきたいと述べられました。

## ■ その他

---

この会議の資料は、消費者庁WEBページ([https://www.caa.go.jp/policies/policy/food\\_labeling/meeting\\_materials/review\\_meeting\\_016/040259.html](https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/meeting_materials/review_meeting_016/040259.html))からご覧いただけます。

## 想定される食品表示基準改正の事項（案）

### 1. 栄養強化目的の添加物の表示義務化

（概要）令和2年3月31日に公表された「食品添加物表示制度に関する検討会」の報告書を踏まえ、一般用加工食品の横断的義務表示における添加物の免除規定のうち、栄養強化の目的で使用されるものに関する記述を削除する。

（対象）第3条第1項

別表第4「個別の表示ルール（名称、原材料名、添加物、内容量）」

別表第24「一般用生鮮食品の個別的表示事項」

### 2. 栄養素等表示基準等の改正

（概要）令和6年10月11日に公表された「日本人の食事摂取基準（2025年版）」策定検討会報告書（厚生労働省）を踏まえ、栄養素等表示基準値等を改正する。

（対象）別表第9「栄養成分及び熱量の表示単位、測定法、許容差の範囲及びゼロと表示できる場合の含有量」

別表第10「栄養素等表示基準値」

別表第12「栄養成分の補給ができる旨の表示の基準値」

### 3. 個別品目ごとの表示ルールの見直し

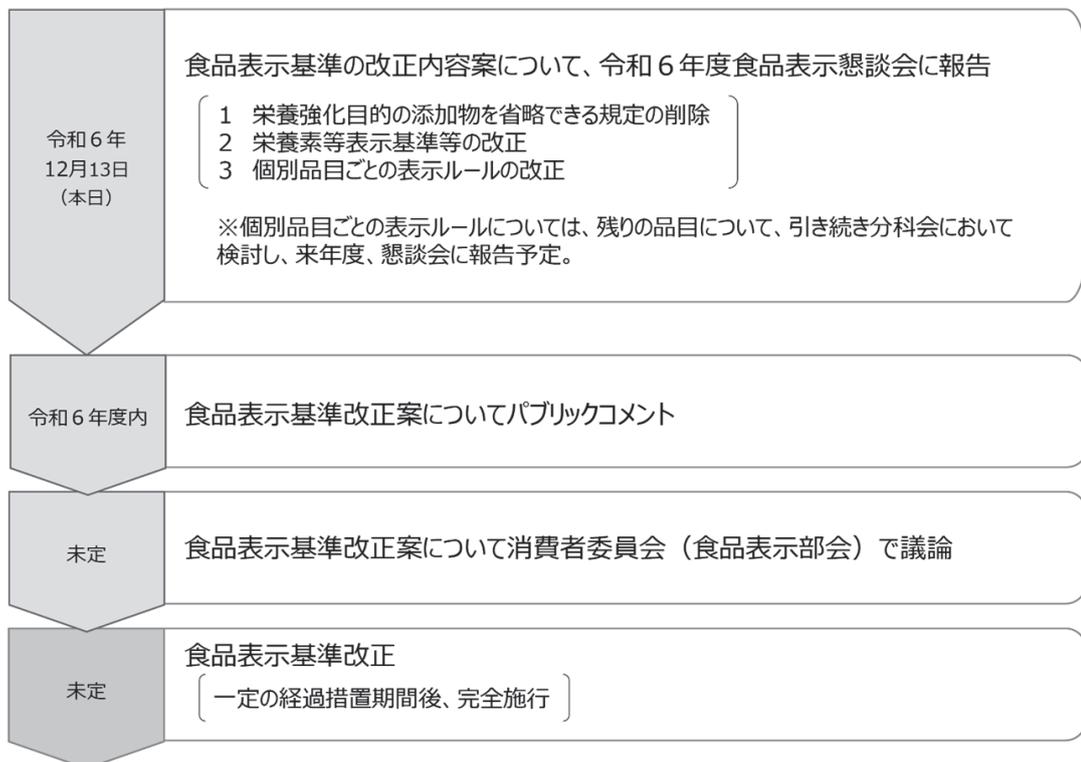
（概要）令和5年度食品表示懇談会の取りまとめにあるように「個別品目ごとの表示ルール」については、横断的な表示基準が策定されてから本格的な見直しを行っていないことから、令和6年度に開催された「個別品目ごとの表示ルール見直し分科会」における、品目ごとに関係する業界団体からのヒアリング、ルールの要否及び改正の必要性についての検討の結果を踏まえ、食品表示基準を見直す。

（対象）別表第3「食品の定義」、別表第4「個別の表示ルール（名称、原材料名、添加物、内容量）」

別表第5「名称の規制」、別表第19「追加的な表示事項」

別表第20「表示の様式」、別表第22「表示禁止事項」

## 食品表示基準見直しのスケジュールイメージ



（資料 5-1 より）

# アルミレスパウチもレトルトパウチ食品の対象へ パン類の原材料名の個別ルールは廃止の方向へ



昨年11月27日に、食品表示懇談会 第7回個別品目ごとの表示ルール見直し分科会が開催されましたので、以下に概要をお伝えします。

## 議 題

- (1) レトルトパウチ食品の個別品目ルールの説明及びヒアリング  
(公益社団法人日本缶詰びん詰レトルト食品協会)
- (2) 魚肉ハム及び魚肉ソーセージの個別品目ルールの説明及びヒアリング  
(公益社団法人日本缶詰びん詰レトルト食品協会)
- (3) パン類の個別品目ルールの説明及びヒアリング  
(一般社団法人日本パン工業会)
- (4) 第3回分科会で議論したマーガリン類の個別品目ルールについて日本マーガリン工業会からの検討結果の報告  
(日本マーガリン工業会)

## ■ レトルトパウチ食品の個別品目ルール

レトルトパウチ食品の個別品目ルールと業界団体等の要望の概要について、消費者庁から説明があり、続いて、公益社団法人日本缶詰びん詰レトルト食品協会（以下、日缶協）技術部の浅見氏から提出された資料に基づいて説明がありました。

レトルト食品には法的な定義がなく、食品表示基準では「レトルトパウチ食品」、食品衛生法では「容器包装詰加圧加熱殺菌食品」が規定されていますが、容器包装の遮光性の考え方に違いがあります。昨今の容器包装は、アルミパ

ウチからアルミレスパウチに移行しており、そのほとんどが外包装等により遮光の措置及び容器包装内への酸素の透過を防止する措置が講じられています。このため、これらの油脂の変敗による品質の低下の恐れのないアルミレスパウチも、レトルトパウチ食品の範囲に含めるよう、食品衛生法の規定に寄せて定義を改正したいとのことでした。

## 定義（別表第3）

〔見直し要望〕 一部修正

〔理由〕

- ・定義を拡大する形で修正を希望する。
- ・個別の表示ルールがないもの又は国内での生産量の少ない品目※を除き、一部修正をして存続を希望。

※ハヤシ、まあぼ料理のもと、どんぶりのもと、シチュー、和風汁物、ぜんざい、食肉味付、食肉油漬け、魚肉味付、魚肉油漬けは削除

## 個別ルール（名称、原材料名、添加物、内容量） （別表第4）

〔見直し要望〕 一部修正

〔理由〕

- ・原材料名について、香辛料のまとめ書きは、会員企業で実績が確認されているため当該箇所のみ存続を希望。
- ・ソースを加えたハンバーグなどは固形量が価格等にも影響を与えるため、消費者への情報提供の観点から内容量の存続を希望。
- ・名称及び添加物は、横断ルールのみでも現行の食品表示と同様に表示できるため廃止を希望。

## 個別義務表示、表示の様式（別表第19、20）

〔見直し要望〕 廃止

〔理由〕

- ・レトルトパウチ食品にのみ個別的義務表示を上乗せする理由がないため廃止を希望。

#### 表示禁止事項（別表第22）

##### 〔見直し要望〕 一部修正

##### 〔理由〕

- ・「肉様植たんを使用したものについて、原材料の全てが食肉等又は魚肉であるかのように誤認させる用語」を禁止する規定のみ存続し、その他は景品表示法の規定に従い対応すべきものであるため廃止を希望。

#### その他：衛生事項に関する表示への要望（別表第19）

##### 〔見直し要望〕 廃止

##### 〔理由〕

- ・レトルトパウチ食品は、気密性及び遮光性のある容器に食品を密封し加圧加熱殺菌しているため、容器包装詰加圧加熱殺菌食品の表示事項及び食肉製品の表示事項に関して、缶詰・瓶詰と同様に表示が省略できるような省略規定の拡大を要望。

注：「公益社団法人日本缶詰びん詰レトルト食品協会提出資料」と口頭説明を基に作成

#### 【審議】

第6回分科会の香辛料の表示方法に関する積み残し部分を含めた審議が行われ、委員からは、以下の意見等がありました。

- ・遮光性に関連して、レトルトパウチ食品の定義を食品衛生法の規定に合わせたことは有意義だ。
- ・定義において生産量が少ないものが廃止されており、その点は理解できるが、線引きはどこでしているのか。  
→（日缶協）生産量が6%未満のものを削除している。
- ・2%を超す香辛料を用いる食品の実態を知りたい。  
→（日缶協）会員へのアンケート調査結果によると、畜産物缶詰・瓶詰、調理食品缶詰・瓶詰及びレトルトパウチ食品において、香辛料と書かれているものは約2800品目あり、このうち2%を越えるものは56品目

であった。基本的には、カレー、シチューなど洋食調理系のものがほとんどである。

- ・香辛料の表示について、原則としては横断的なルールに寄せていただきたいが、事業者の実行可能性の問題があったり、消費者が香辛料の詳細まで知りたいかについては疑問があったりする。何か折衷案はないか。  
→（日缶協）レトルトパウチ食品と違って缶詰は表示面積が少なく、十種類以上あるような香辛料について記載することは難しい。何の香辛料をどのくらいの割合で入れるかは基本的に企業のノウハウであることから、開示には抵抗が強い。業界団体としては現状維持を要望するが、検討会の判断には従う。
- ・消費者ニーズには差があり、消費者が細かいところまで全てを知りたいかは、多数決で考えられることではない。消費者庁の判断に委ねる。
- ・（日缶協）香辛料についても複合原材料に近い考え方を取り入れていただけると良いかと思う。多いものは情報提供し、少ないものは香辛料と表示してはどうか。
- ・2%を超えるような主な香辛料の名称を知りたいという消費者ニーズはあると思う。
- ・2%を超える香辛料の表示について、消費者が知りたいというニーズはないのではないか。横断ルールの中である程度食品ごとに柔軟に対応できるように規定を見直した方が良いのではないか。
- ・食肉等の含有量の表示を廃止するものがあるが、現状と表示後どうなるかを知りたい。  
→（日缶協）規定の割合を下回る食品は通常の食品ではほとんどなく、この規定が削除されても表示はほとんど変わらない。廃止を希望する理由は、消費者が基準を知らないからである。仮にパスタソースに牛肉5%と書いても、消費者が牛肉の多少を判断する基準にならず、逆に強調表示ととられかねない。他の食品との公平性の観点を



▲ 検討会の様子

含め、削除を要望する。

- ・個別義務表示の食肉等の含有量の表について、品質を判断する必要な表示だと思う。
- ・表示禁止事項の原材料の強調表示に関する表は残して欲しい。  
→ (日缶協) 肉様食たんを使用したもの以外は削除することを業界では要望している。肉様植たんが入ったもので類似品が出てこないようにこれだけは残す。その他については、レトルトパウチ食品だけにこの規定が残ると、公正な競争の確保ができていなくなる。また、割合を表示するには、その数字を下回らないようかなり厳格な管理が必要になる。個別ルールがあると、商品の設計、規格、管理にコストがかかることも、公正な競争の確保を妨げる。
- ・カレーやレトルトパウチ食品について、地域で独自に製造して道の駅などで販売しているケースがあると思う。小規模事業者の声について知りたい。  
→ (日缶協) レトルト食品の製造には機械設備や微生物学的知識などかなりの知識が必要になる。地域食品も企画化や設計までは小規模事業者が行うが、製造等は大手メーカーに委託している。
- ・個別義務表示の食肉等の含有量の表と表示禁止事項の原材料の強調表示に関する表の削除について、制定時と状況が異なること、商品設計の自由度が上がることから賛成する。また、衛生事項に関する表示の要望についても、消費者のためにもなるので賛成する。
- ・(座長) 香辛料は業界団体としては存続を希望するが、これまでの検討の通り本検討会と

しては廃止して頂く。ただし、小さい製品に全ての香辛料を記載することが難しいことは他品目でも同様であり、何か良いアイデアがあれば出していただきたい。その他の部分は業界団体の要望通り取りまとめたい。

- ・(消費者庁) 香辛料については、業界の残したいという意見と、委員のレトルトパウチ食品だけの個別ルールはおかしいのではないかという意見があり、折衷案を求める声が上がった。消費者庁としては、業界と相談して新しい案について議論していきたい。香辛料の横断ルールの2%規定は、コーデックスに準拠しており国際的な整合性も考慮したい。

## ■ 魚肉ハム及び魚肉ソーセージの個別品目ルール

魚肉ハム及び魚肉ソーセージの個別品目ルールと業界団体等の要望の概要について、消費者庁から説明があり、続いて、日缶協 技術部の浅見氏から提出された資料に基づいて説明がありました。

### 定義 (別表第3)

#### [見直し要望] 一部修正

#### [理由]

- ・一部修正して存続を希望する。
- ・魚肉ハムの定義は現在使用されることのない山羊肉、家兔肉を削除し、商品設計の自由度を高めるため、魚肉の肉片の割合を20%から10%へ引き下げる修正を希望する。
- ・魚肉ソーセージの定義も、商品設計の自由度を高めるため、植物性たんぱく質の割合を20%以下から撤廃する修正を希望する。

- ・いずれの修正も、トータルで使用する魚肉の割合は 50%以上で変わらないので、消費者への不利益はないと考える。

#### 個別ルール(名称、原材料名、添加物、内容量)、名称の規制(別表第 4、5)

【見直し要望】 名称及び名称の規制は一部修正して存続、その他は廃止

【理由】

- ・名称は一部修正して存続し、名称の規制は粗悪品排除の観点から現状維持での存続を希望。
- ・名称のブロックやスライスの形状用語の併記については、パッケージの外観から容易に形状を判別できるので削除を希望。
- ・原材料名、添加物、内容量は、横断的な表示ルールで対応できるため廃止を希望。

#### 個別義務表示、表示の様式、表示禁止事項(別表第 19、20、22)

【見直し要望】 廃止

【理由】

- ・この品目にのみ個別的義務行事を上乗せする特段の理由がないため、懇談会の取りまとめの方向に沿って廃止を希望。これを踏まえて表示の様式も廃止を希望。
- ・表示禁止事項は、景品表示法の規定に従い対応すべきものとするため廃止を希望。

#### その他:衛生事項に関する表示への要望(別表第 19)

【見直し要望】 廃止

【理由】

- ・食品衛生法の魚肉ねり製品の規格基準において、常温で流通するための保存基準を満たした魚肉ハム、魚肉ソーセージについては、殺菌方法または Aw もしくは pH の表示義務があるが、保存方法等の表示で代替できるため廃止を要望する。

注:「公益社団法人日本缶詰びん詰レトルト食品協会提出資料」と口頭説明を基に作成

#### 【審議】

- 委員からは、以下の意見等がありました。
- ・魚肉ソーセージは日本特有の製品であるイメージがあるが、海外の状況はいかがか。
  - (日缶協)海外で製造されて輸入される可

能性はあっても、海外ではこの食品を食べないのではないかと思う。

- ・日本独特の伝統食品だと思うので、定義を残すことは良いと思う。
  - ・(座長)魚肉ソーセージの定義において、植物性たんぱくの割合 20%を外すこと理由は何か。
  - (日缶協)植物性たんぱくは、不飽和脂肪酸が多く健康志向など良いイメージで使われるようになってきたので、これを用いて食品の幅を広げたい。また、魚肉ハムの肉片の量を減らすことは、高齢化社会に向けて比較的柔らかく食べやすいもので商品の幅を広げていきたい考えによる。定義の変更によりバリエーションを増やして市場の強化を図りたい。
  - ・健康志向から植物性たんぱくの使用が多くなるとのことだが、重量順で記載されるか。でん粉含有率の表示を廃止するのであれば、植物性たんぱくの含有率などの表示をすべきではないか。植物性たんぱくの定義付けをして表示をきちんとして欲しい。
  - (日缶協)原材料は重量順表示になる。植物性たんぱくについて、消費者に良いイメージがある。新商品が開発されれば、事業者は植物性たんぱくの含有量などを訴求点として積極的に表示していくと考える。
  - ・魚肉割合 50%以上が維持されることに安心した。この品目については、名称規制を維持することに賛成する。魚肉があまり入っていない魚肉ソーセージもどきと区別ができるので意義がある。衛生事項に関しても賛同する。
  - ・商品提案の幅を広げることに良いと思う。世界的なカニカマ人気に比べて、魚肉ソーセージはまだだと思う。日本の文化的な食品として羽ばたいて行って頂きたい。
  - ・(座長)業界団体からの要望通り取りまとめたい。
- ※その他:日缶協から、横断的表示ルールにつ

いて、重量の割合が低い添加物については順不同で表示することを認めるよう業界の要望が伝えられ、座長は、食品表示懇談会のしかるべきタイミングで検討したいと述べた。

## ■ パン類の個別品目ルール

パン類の個別品目ルールと業界団体等の要望の概要について、消費者庁から説明があり、続いて、一般社団法人日本パン工業会（以下、パン工業会）の阿部専務理事から提出された資料に基づいて説明がありました

### 定義（別表第3）

【見直し要望】現状維持（語句を一部修正）

【理由】

- ・消費者に広く浸透し、商品選択上、大きな役割を果たしており、事業者にとっても、間違いのない表示や製造上のライン区分による安全衛生の確保等に非常に有用。など
- ・パン類の定義中の「イースト」は、酵母を指すものだが、「人工物である」といった印象を持たれてしまう場合があることから、製パン業界では原材料表示として「パン酵母」の記載を推奨している。このため、現在の表示実態を踏まえて定義上の文言も「パン酵母」への変更を希望。

### 個別ルール（名称）（別表第4）

【見直し要望】現状維持

【理由】

- ・「1斤の重量が340g以上であることを保証し、その旨の「保証内容重量表示」等を義務付けている「包装食パンの表示に関する公正競争規約」は、食パンの定義の大部分を広く認識されている個別表示ルールから引用している。この規約は、製パン業界全体に定着しており、事業者間の公正な競争が保たれ、消費者の食パンに対する信頼確保に大きく役立っている。など

### 個別ルール（原材料名、内容量）（別表第4）

【見直し要望】廃止

【理由】

- ・横断ルールで定められている「2種類以上の

原材料からなる原材料（複合原材料）」表示の規定がなく、構成原材料をバラして表示しており、消費者にとってわかりにくい表示になっている。

- ・横断ルールと異なり、「糖類」又は「砂糖類」といった総称の次に（砂糖、水あめ）等と実際に使用した糖類名を表示しないため、パン類では、消費者から具体的な糖類名について問い合わせがある。
- ・個別表示ルールは「内容数量を表示する」、横断ルールは「内容重量、内容体積又は内容数量を表示する」とされ、どちらのルールでもパン類に適した数量表示が可能。など
- ・ただし、表示方法変更の周知や、包材の変更等が必要なものがあるので、業界内の混乱、コストや環境面等の問題を極力回避するため、十分な移行期間が必要。

注：「一般社団法人日本パン工業会提出資料」と口頭説明を基に作成

### 【審議】

- 委員からは、以下の意見等がありました。
- ・定義を残すことの意義を尊重したい。今後、米粉のパンの販売が考えられるが、パン類には該当しないため自由な商品開発ができるのもよい。  
→（パン工業会）現在、米粉を加えたパンもパン類として販売されている。100%米粉のパンも、非常に少ないが存在する。当会で検討した結果、小麦粉を使うことがパンの大前提であることが共通認識であったため、定義はそのままにしている。
  - ・100%米粉パンに「パン」と書けるのか。名称規制はどうなっているのか。  
→（パン工業会）実態として米粉パンと書かれている。一般名称であるとの理解で、名称規制まではかけていない。
  - ・小麦アレルギー患者から、米粉を使ったパンに「米粉パン」と書かれていても、小麦が含まれていて紛らわしいとの声がある。その点をどう考えているか。  
→（パン工業会）アレルゲンの混入につながるので、既存のパンの製造ラインでは



▲ 一般社団法人日本パン工業会の説明の様子

- 100%米粉パンは作られていない。アレルギー表示に関しては皆様の声を聴きながら改善等について絶えず考えていきたい。
- ・ イーストをパン酵母に改めたのはなぜか。  
→ (パン工業会) 天然酵母パンが市場に出回った結果、「イーストは人工的なものか？」との問い合わせが増えた。イーストも、天然の酵母を培養を重ねてパン生地に適したものにした天然物である。このためパン酵母と表示を変更したい。
  - ・ 食パンの枚数表示と、栄養成分表示の表示単位の関係について知りたい。  
→ (パン工業会) 今は推定値での表示ができるので、1枚当たりを表示している。
  - ・ 原材料名の廃止によって情報がかなり開示されるようになる。包材の改版も伴う大変な改正であるが、業界で横断ルールに合わせていただけるとのことで嬉しく思う。
  - ・ (座長) 業界団体からの要望通り取りまとめたい。

## ■ その他

第3回で検討が行われたマーガリン類について、日本マーガリン工業会から再検討の結果の報告があり、消費者庁からその内容の説明がありました。

原材料の個別ルール(別表第4)について、横断ルールに合わせて同規定を削除することし、この変更に伴い業界における適切な表示を

実施していくために、Q&Aの早急な作成等をお願いするとのことです。

これにより、マーガリン類の原材料の表示ルールは削除する方向で取りまとめられます。

続いて、消費者庁の清水課長から今後のスケジュールについて説明がありました。

今日まで審議された品目について、12月13日に予定している食品表示懇談会へ結果報告したいと考えている。他品目は引き続き分科会で検討する。懇談会での意見を踏まえて食品表示基準の改正案(栄養強化目的の添加物は省略できる規定は削除するなどの他の改正項目も含む)を作成し、パブリックコメントを実施し、消費者委員会で議論して頂き、答申を得て食品表示基準の改正となる運び。今回の改正内容には、地方自治体の条例に関係する部分もあるので、施行や経過措置期間についてはこれから詰めた検討をしたいとのことでした。

森光座長からは、経過措置期間を十分に設けていただき、旧食品衛生法に関する内容も同時期に検討を進めていただくと、表示を度々変えなくて済むと要望が伝えられました。

最後に、今回は来年(令和7年)の開催である旨が座長から伝えられ、分科会は終了しました。

なお、本分科会の資料は消費者庁WEBページ([https://www.caa.go.jp/policies/policy/food\\_labeling/meeting\\_materials/review\\_meeting\\_012/040019.html](https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/meeting_materials/review_meeting_012/040019.html))からご覧いただけます。

# 新年のお慶びを申し上げます

令和7年 元旦



(掲載申込順)

<p>一般社団法人 日本パスタ協会 会長 及川 俊則 〒10310026 東京都中央区日本橋兜町十五番六号 電話 03-3667-4245</p>	<p><b>S 検</b> &lt;食品表示管理士検定&gt; 一般社団法人 全国スーパーマーケット協会 会長 横山 清 〒101-00047 東京都千代田区内神田三十九-18 櫻井ビル 電話 03-3325-5482</p>	<p>製材登録認証機関 <b>信頼の証 JAS製材品</b> 一般社団法人 全国木材検査・研究協会 〒10100052 東京都千代田区神田小川町二丁目三番地一三 M&amp;Cビル 電話 03-6206-1255 FAX 03-6206-1332</p>	<p>全国味噌工業協同組合連合会 会長 満田 盛護 〒10410033 東京都中央区新川一丁目二六番一九号 電話 03-3551-7161</p>
<p>全国パン粉工業協同組合連合会 理事長 小澤 幸市 〒17010003 東京都豊島区駒込一四〇-四 電話 03-3945-6521</p>	<p>植物油脂の受託分析 試験及び証明 (JAS規格項目、 食品添加物、残留農薬等) 公益財団法人 日本油脂検査協会 理事長 中津川 研一 専務理事 遠藤 正史 〒135-0007 東京都江東区新大橋一丁目八番二号 新大橋リバーサイドビル一〇一三階 電話 03-6659-2227 FAX 03-3635-2001</p>	<p>一般社団法人 日本植物蛋白食品協会 会長 岡 雅彦 〒10510003 東京都港区西新橋二丁目四番一号 森山ビル四階 電話 03-3591-2524</p>	<p>公益社団法人 日本缶詰びん詰レトルト食品協会 会長 浦上 博史 〒10110042 東京都千代田区神田東松下町一〇-二 翔和神田ビル三階 電話 03-5256-4801</p>

# 新年のお慶びを申し上げます

令和7年 元旦



<p>一般社団法人 日本精米検査認証協会</p> <p>会長 飯野輝明</p> <p>〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町十五番十五号 電話 03-4334-2190</p>	<p> Japan GAP Foundation</p> <p>一般財団法人 日本GAP協会</p> <p>代表理事 荻野宏</p> <p>〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町三番二九号 電話 03-5215-1112 FAX 03-5215-1113 URL <a href="https://jgap.jp">https://jgap.jp</a></p>	<p>一般社団法人 日本植物油協会</p> <p>会長 佐藤達也</p> <p>〒103-0027 東京都中央区日本橋三丁目一三番十一号 電話 03-3271-2705</p>	<p>日本木材防腐工業組合</p> <p>理事長 越井潤</p> <p>〒105-0004 東京都港区新橋五丁目二八番七号 新橋安達ビル四階 電話 03-5422-1405 FAX 03-5422-1415</p>
<p>全国マヨネーズ・ドレッシング類協会</p> <p>会長 高宮満</p> <p>〒104-0061 東京都中央区銀座三十八十五 中央ビル 電話 〇三三五六三三二五九〇</p>	<p>一般社団法人 食肉科学技術研究所</p> <p>理事長 小原健児</p> <p>〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿一丁目五番六号 電話 03-3444-1408 FAX 03-3441-8273</p>	<p>一般社団法人 食品需給研究センター</p> <p>理事長 白須敏朗</p> <p>〒114-0024 東京都北区西ヶ原3-1-12 創美ハイツ2階 電話 03-5567-1991</p>	<p> SEIHOKU</p> <p>セイホク株式会社</p> <p>代表取締役社長 井上篤博</p> <p>〒113-0033 東京都文京区本郷1-25-15 電話 03-3816-1031 FAX 03-3814-8299 URL <a href="https://www.seihoku.gr.jp/">https://www.seihoku.gr.jp/</a></p>

# 新年のお慶びを申し上げます

令和7年 元旦



<p>公益財団法人 日本食品油脂検査協会</p> <p>理事長 青山 稔</p> <p>専務理事 藤井 栄子</p> <p>〒10310007 東京都中央区日本橋浜町三丁目一七番八号</p> <p>電話 〇三二六六九一六七三</p> <p>FAX 〇三二六六九一〇一九</p>	<p>一般社団法人 日本惣菜協会</p> <p>会長 平井 浩一郎</p> <p>東京都千代田区平河町一丁目三番一三号</p> <p>平河町フロントビル二階</p> <p>電話 03-6272-8515</p>	<p></p> <p>太平ハウジング株式会社</p> <p>代表取締役社長 渡邊 圭修</p> <p>〒50910232 岐阜県可児市二野一九七九一</p> <p>電話 0574-62-1923</p>	<p>一般社団法人 大日本水産会</p> <p>会長 枝元 真徹</p> <p>〒1000011 東京都千代田区内幸町一丁目一</p> <p>日土地内幸町ビル三階</p> <p>電話 〇三三五二八八五一</p>
<p>日本マーガリン工業会</p> <p>会長 宮道 建臣</p> <p>〒10310017 東京都中央区日本橋三十三番一</p> <p>URL <a href="https://www.j-margarine.com">https://www.j-margarine.com</a></p>	<p>一般財団法人 日本穀物検定協会</p> <p>会長 井出 道雄</p> <p>理事長 塩川 白良</p> <p>〒10310026 東京都中央区日本橋兜町十五番六号</p> <p>電話 03-3668-0911</p> <p>URL <a href="https://www.kokken.or.jp">https://www.kokken.or.jp</a></p> 	<p>公益財団法人食品等流通合理化促進機構</p> <p>会長 村上 秀徳</p> <p>〒1010032 東京都千代田区若本町三十四一五</p> <p>第一東ビル六F</p> <p>電話 03-5809-2175 FAX 03-5800-2183</p> <p>URL <a href="https://www.ofsior.jp">https://www.ofsior.jp</a></p>	<p>一般財団法人 日本食品検査</p> <p>理事長 滝澤 和宏</p> <p></p> <p>〒14310006 東京都大田区平和島四一十二三</p> <p>電話 〇三六四三六八七七〇</p>

# 新年のお慶びを申し上げます

令和7年 元旦

日本ツীবイフォーランバーJAS協議会

会長 植竹孝広

〒102-0082 東京都千代田区一番町25番地

電話 031626119134  
全国町村議員会館6階

一般社団法人 食品表示検定協会

理事長 湯川剛一郎

東京都中央区東日本橋三十二丁目 清和ビル五階

<https://www.shokuhyoji.jp>



公益財団法人 日本合板検査会

理事長 渊上和之

〒103-0004 東京都中央区東日本橋三丁目七番十九号

東日本橋ロータリービル

電話 0368108710 FAX 03681018711

URL <https://www.jpic-ew.net/>

一般財団法人日本食品分析センター

理事長 西村勉

〒151-0062 東京都渋谷区元代々木町五二番一号

電話 03346917131

一般財団法人 全国豆腐連合会

会長 東田和久

〒110-0005 東京都台東区上野二丁目十六番十二号 全豆連ビル

電話 03383319351 (代)

<http://www.zentoren.jp/>





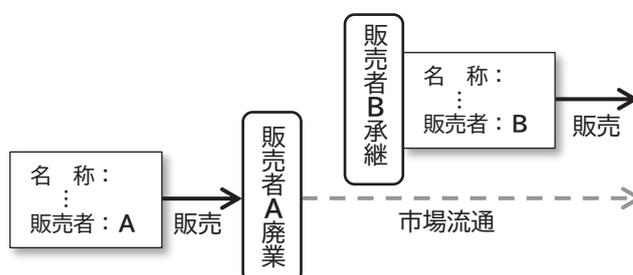
# 教えて食品表示

～ 消費者庁の食品表示調査官に聞きました ～

## 1. 食品関連事業者の廃業と承継に関する照会

Q

事業者 A は自らを食品関連事業者（販売者）として表示している加工食品を販売していますが、廃業予定です。事業者 A の廃業後は、当該製品は販売できないのでしょうか。また、事業者 A の廃業後、事業者 B がその事業を承継する場合、表示の変更はどのようにしたら良いのでしょうか。



A

食品関連事業者の氏名又は名称及び住所（表示責任者）は、製品を販売する時点の事実に基づいて表示する必要があります。このため、事業者 A が廃業した日以前に販売され、既に市場に出回っている商品をそのまま販売しても問題ありませんが、事業者 A が廃業し、事業者 B が事業を承継した日以降に事業者 B が販売する商品は、表示責任者として「販売者：B」を表示して販売する必要があります。

解説

食品関連事業者が容器包装に入れられた加工食品を販売する際は、食品表示基準第 3 条の規定に従って、食品関連事業者の氏名又は名称及び住所の表示を行う必要があります。この食品関連事業者については、販売時の事実に基づいた表示が行われている必要があります。このため、事業者 A が廃業した日以前に販売され、既に市場に出回っている商品をそのまま販売しても問題ありませんが、事業者 B が事業を承継した日以降に事業者 B が販売する商品については、表示責任者を「販売者：B」として販売する必要があります。

このとき、包材の改版が間に合わなかったり、旧包材が余ってしまっているなどの理由により旧包材を活用したい場合は、「販売者：A」の上から「販売者：B」のシールを貼る等の対応により、表示を修正して利用することも可能ですが、その際はシールが剥がれないようにするなど、確実な修正を行う必要があることに留意してください。

（食品表示基準第 3 条、食品表示基準 Q&A（加工-269）参照）

## 2. 「製造者」や「販売者」といった事項名を省略できる場合に関する照会

Q

スーパー等に並ぶほとんどの加工食品の一括表示欄には「製造者」や「販売者」などの事項名が表示してありますが、事項名が何も表示されていない商品を見たことがあります。これはどういうことですか。

○同一製品を自社工場と他社工場（製造委託）で製造している場合  
【「製造者」又は「販売者」の事項名を省略して表示した例】

A

「製造所又は加工所の所在地及び製造者又は加工者の氏名又は名称」の表示に製造所固有記号を使用している場合において、同一製品を自社工場と他社工場（製造委託）の2以上の工場で製造している場合、「製造者」や「販売者」といった事項名を省略することができます。

名 称：
原材料名：
内 容 量：
賞味期限：
保存方法：
株式会社〇〇 + A

解説

一般用加工食品（※1）を販売する際は、食品表示基準第3条の規定に従って、①「食品関連事業者の氏名又は名称及び住所」と②「製造所又は加工所の所在地及び製造者又は加工者の氏名又は名称」の両方の表示を行う必要があります。なお、①と②が同一である場合は、②の表示を省略することが可能です。

また、「製造所の所在地及び製造者の氏名又は名称」については、原則として同一製品を2以上の製造所で製造している場合にあつては、製造者又は製造者と販売者が連名であらかじめ消費者庁長官に届け出た製造所固有記号により表示することができます（製造所固有記号制度）。この場合、表示内容に責任を有する者である①の表示の次に連記して、又は容器包装の形態等から判断してやむを得ず連記しない場合は、①の表示の次に表示場所を明記し、かつ原則として当該記号が製造所固有記号である旨を明記した上で、「+」を冠して製造所固有記号を表示する必要があります。ただしこの制度は、原則として同一製品を2以上の製造所で製造している場合のように、包材の共有化のメリットが生じる場合にのみ認められます。

この製造所固有記号を使用した場合にあつて、同一製品を自社工場と他社工場の2以上の工場で製造している場合、表示責任者の事項名を表示しようとする、自社工場の場合は「製造者」、他社工場の場合は「販売者」となり、包材の共有化ができなくなります。このため、製造所固有記号を使用した場合にあつて、同一製品を自社工場と他社工場の2以上の工場で製造している場合は事項名を省略することを可能としております。

※1 一般用加工食品 容器包装に入れられた加工食品（業務用加工食品（※2）を除く）

※2 業務用加工食品 加工食品のうち、消費者に販売される形態となっているもの以外のもの

（食品表示基準第3条、食品表示基準 Q&A（固有記号-1、10、48）参照）

### 3. 表示の方式に関する照会

Q

一般用加工食品について、容器包装に内封されている一括表示は、外装からその表示が認識できる場合、改めて外装に一括表示を行う必要はあるでしょうか。また、ポップシール又はネックリンガー等を外装の任意の場所に貼付又は配置し、これらに一括表示を行っても良いでしょうか。



A

容器包装を開かないでも食品表示を確認できる状態が常に保たれているのであれば、改めて外装に一括表示を行う必要はありません。また、容器包装と分離せず一体性があるようなポップシール又はネックリンガー等であれば、容器包装の一部であるため、これらに一括表示を行うことができます。

解説

食品関連事業者が一般用加工食品を販売する際には、原則として、食品表示基準第3条及び第4条に掲げる事項にあつては、同基準第8条の規定に従って、表示を行う必要があります。

同基準第8条第1項第2号の規定に従って、容器包装を開かないでも容易に見ることができるように当該容器包装の見やすい箇所に表示することを基本としていますが、同基準第8条第1項第3号ただし書の規定により、以下の①又は②のような「別記様式による表示と同等程度」に分かりやすい表示により、表示することができます。

- ① スーパーマーケット等で使用されるいわゆるプライスラベルによる表示
- ② 菓子類等、容器包装の形態に合わせ工夫した表示

上記②の容器包装の形態に合わせ工夫した表示には、以下の③又は④等の例が該当しません。

- ③ 透明な容器包装に包装されている等で、必要な表示事項が外部から容易に確認できる表示
- ④ 容器包装と分離せず一体性があり、容器包装の一部と考えられるポップシール又はネックリンガー等の表示

上記④の場合においては、流通段階等で、ポップシール又はネックリンガー等が剥がれてしまい、正しい情報が消費者に伝達されない場合、不適切な表示になりますので、ご注意ください。

(食品表示基準第8条、食品表示基準 Q&A (加工-237、269、270) 参照)



どんとこい有機



## 1年の計は1月号にあり ～2025年の有機JASの動き～

昨年2024(令和6)年は、7月に有機4規格の改正がありました。今年2025(令和7)年は、2022(令和4)年10月の改正JAS法により導入された有機酒類の経過措置終了、指定農林物資化が最大の動きになると思います。例年1月号では今年有機JASの動きについて記載しています。現時点で判明している今年の動き、今後の課題をいくつかご紹介します。

### 2025(令和7年)年10月 有機酒類が指定農林物資へ

#### 1. 有機酒類のJAS認証状況

2022年10月1日に、JAS法の改正により、有機酒類についてJAS認証を取得する制度が始まりました。このJAS法改正は輸出促進法の関連法として改正がされたもので、日本の有機のお酒の輸出促進の観点から、海外に輸出する際に現地でオーガニック表示ができるようにすることが発端となった改正です。

有機酒類は、有機加工食品の認証に含まれる形となっています。有機加工食品はご存じの通り「指定農林物資」に指定されており、認証を受けてJASマークを貼らないと有機表示ができません。2022年10月に組み込まれた有機酒類について、いきなり指定農林物資とすることは難しいことから、3年後の2025年10月1日から、指定農林物資となることになり、それまでは従来の国税庁告示に戻づく有機表示と、有機JAS認証を取得しての有機表示(JASマーク付き)が併存する形になっています。

この法改正により、国内で販売される有機のお酒も、JAS認証をとって有機JASマークを貼ることになり、2025年の10月からはこれまで国税庁告示で販売しているお酒の製造会社の皆さんのうちまだ有機JAS認証を取得していない会社や、これから有機のお酒を造ろうと有

機原料を確保された新規の会社の方々は、申請を行う必要があります。2025年の前半はこれらの申請がある程度見込まれると考えられます。

現時点で有機酒類の認証を取得している事業者

(生産行程管理者)は、農林水産省のHPで公表されているデータ(令和6年11月現在)でちょうど50事業者となります。所在地も北海道から九州まで29の都道府県にわたっており、すでに全国で認証事業者が誕生しています。



表 有機酒類の認証を取得している生産行程管理者：都道府県別件数

北海道 3	新潟県 2	奈良県 1
岩手県 1	石川県 2	鳥取県 1
秋田県 2	山梨県 3	岡山県 2
福島県 2	長野県 2	広島県 1
茨城県 1	静岡県 2	山口県 1
栃木県 3	愛知県 2	愛媛県 2
埼玉県 1	滋賀県 1	熊本県 1
千葉県 1	京都府 2	宮崎県 1
東京都 1	大阪府 1	鹿児島県 3
神奈川県 1	兵庫県 4	<b>合計 50</b>

次に輸入業者の認証ですが、すでに9事業者が認証を取得しています。その他、外国格付表示業者も7事業者が認証を取得しています。輸入業者と外国格付表示業者はあとで述べる同等性に関係してきますが、同等性合意を期待していちはやく認証を取得している事業者がすでにあるということになります。

## 2. 輸出入への影響

### (1) 有機のお酒の輸入

ユーロリーフを付して、有機農産物加工酒類の表示(国税庁告示に基づく表示)で販売されているEUの有機ワインなど、現在輸入有機の酒類が多くあります。これまで現地認証マークを根拠に国内で有機の表示をしていた輸入のお酒も、JASの制度に則り表示することになります。このためには、①現地の業者が有機JAS認証をとるか、②同等合意に基づく輸入により認証輸入業者がJAS表示するかいずれかの方法になりますが、前者①の方法よりも、同等合意による輸入を望む事業者がほとんどになると思います。

法改正後、有機酒類に関する諸外国との同

等合意に向けての交渉が開始されました。2024年12月中旬のこの稿の執筆時は、同等合意されたのはカナダと台湾のみで(下図参照)、多くの輸出入が予想されるアメリカ・EUとはまだ同等合意に至っていません。仮に2025年9月までに交渉がまとまらなかった場合、10月からは輸入のオーガニックのお酒には有機表示ができなくなるという事態が生じてしまいます。農林水産省では、このようなことにならないよう、「アメリカやEUのようなすでに加工食品で同等合意のある国々については、酒類について期限までの同等合意ができるよう現在交渉中」と昨年11月の認証機関連絡会議で説明がありました。

一方、現在加工食品で同等合意のない国、例えばチリ等のワイン輸出国については、2025年9月までの同等合意は難しいと農林水産省から説明がありました。チリのオーガニックワインのように同等国ではない国の商品については、10月以降に有機表示をするには、現地(例えばチリ)の事業者(ワインの会社+原料のぶどうの生産者)が有機JAS認証を取得する必要があります。

## 有機認証制度の同等性について

- 諸外国の多くは、「有機」の名称表示を規制。  
(その国・地域の有機認証を受けた産品でなければ「有機」と表示できない)
- 一方、国家・地域間で有機の認証体制等について「同等性」が認められれば、他国・地域の有機認証を自国・地域の有機認証と同等のものとして取り扱うことが可能。  
これを「有機同等性」という。
- 日本について有機同等性を承認した国・地域(令和6年1月1日現在)

	農産物	農産物加工食品 (酒類を除く)	酒類	畜産物及び 畜産物加工食品
米国	○	○	—	○
EU	○	○	—	—
カナダ	○	○	○	○
台湾	○	○	○	—
英国	○	○	—	—
スイス	○	○	—	○

豪州、NZなど、日本の有機制度に基づく有機食品であれば輸出可能な国もある(有機同等性の承認は不要)。

## (2) 有機のお酒の輸出

これまで有機酒類は JAS 制度に組み込まれていなかったため、日本のお酒をアメリカや EU に輸出するには、アメリカの NOP や EU など相手国の認証を直接取得して輸出していました。今後同等合意がなされると、JAS 認証を利用して、相手国に有機表示して輸出することが可能となります。現在これが可能なのは、カナダと台湾のみですが、今年アメリカと EU

は同等合意が追加されると見込まれるので、合意発表後は、輸出が可能となります。

同等合意を利用してアメリカ・カナダ・EU に輸出する際、相手国のオーガニック認証ロゴ (USDA マーク、ユーロリーフ等) を使用する場合は、有機加工食品の生産行程管理者認証に加え、外国格付表示業者認証が必要となりますので、注意が必要です。

## 2025 年 その他の動きと今後の課題

### 1. 同等性交渉 (酒類以外)

#### (1) 有機畜産物の同等性交渉

有機畜産物 (及びその加工食品) がまだ同等合意に至っていない、EU 及び英国については現在交渉中ですが、今年何らかの進展、発表があるかもしれません。

#### (2) EU との同等性交渉

EU が新しい認証制度になり、これによりすでに同等である有機農産物、有機加工食品についても再度同等評価を行うこととなります。

これについて、EU から各国へ 2026 年 12 月をもって今までの同等性を失効させ、国際協定として新たに締結する旨の連絡がきていると、登録認証機関連絡会議 (昨年 11 月開催) で、農林水産省から説明がありました。今年が期限ではありませんが、これによる今年のお酒類の同等合意に影響がないことを祈るところです。

### 2. 有機藻類の規格見直し開始

有機藻類の規格は、2021 (令和 3) 年 12 月 7 日の制定で、4 年目を迎えることとなります。藻類については、昨年の有機加工食品の規格改正で有機原料に加えられ、それに伴い藻類の規格における調製の範囲が整理されました。4 年

目にはいったことから、今年は 5 年ごとの規格の見直しのための事前調査に入ります。

### 3. 有機 JAS の件数の増加

オーガニックビレッジ宣言をする自治体も増え、それ以外でも有機認証を取得に向けた自治体独自の補助金制度を設けている自治体もでてきました。これにより、新たに有機に取り組む生産者が増えてくることが予想されます。昨年あたりから有機を始めてみようという生産者の話もよく聞きます。そうすると 1 年たった今年が転換中の申請、来年・再来年が有機基準を満たした履歴で有機申請という生産者の方が、増えてきそうな印象を持っています。

特にお茶、特に抹茶用の碾茶 (てんちゃ) などは有機の引き合いが多く、品薄ということを知っており、お茶会社の需要が増えてきているようです。お茶は収穫前 3 年の有機管理が必要なので、今転換中の畑をもっている生産者は 2026、2027 年にかけての申請が見込まれます。

一方で、飼料についての補助金制度について、有機 JAS の取得を条件としないという報道も出ています。こちらは認証継続の意思にどの程度影響するか、心配なところです。

# 2025 厳況下の持続的成功への道標考 ～ISO9004：2018 について

公益社団法人 日本技術士会 登録 食品産業関連技術懇話会 会員  
村上食品科学技術士事務所 所長  
技術士（水産、総合技術監理部門）村上 正信

## 1. はじめに

2025 年は戦後 80 年の節目を迎えて、国際情勢や為替も予断を許さない厳しい状況下にある、と多くの方が感じておられることと思います。一方で企業は、利害関係者から不連続に変化する環境下でも持続的に成功を収めるように期待されています。荒天の経営環境を乗り切るには、改善及び革新の機会を特定し優先順位を付けて、持続的成功への目標に伴う実施計画を策定し、自らの強み・弱みをマネジメントして組織のマネジメントシステムの成熟度を上げることを期待されています。そこで ISO マネジメントシステム規格（以下、ISO-MS 規格）の中から、この成熟度を向上する際に参考となる指針「ISO 9004：2018 品質マネジメント — 組織の品質 — 持続的成功を達成するための指針」<sup>1)</sup>（以下、本指針）をご案内したいと思います。

ご承知のとおり ISO 9001:2015 は、組織の「製品やサービスについて信頼」を与えることに重点を置いています。本指針は組織の「持続的成功を達成する能力についての信頼」を与えることに重点を置いています。この利害関係者からの信頼を得るために、トップマネジメントは顧客及びその他の密接に関連する利害関係者のニーズ並びに組織の能力を注視し、全階層の管理者も組織の進展する状況を理解して組織の成熟度を上げ、改善や革新を実践することが持続的成功に貢献する、と

しています。また持続的成功を達成する能力は、全ての階層の管理者が「組織の状況」を学び理解して、改善／革新を推進することで強化されるとしています<sup>1)</sup>。また本指針では、自己評価が自らの組織の強みや弱み、理想とするベストプラクティスを明確にできるとして自己評価ツールを提供していますので、その概要を後述します。

馴染みが薄いかもかもしれませんがしばしご寛容いただき、本稿が読者各位のより一層の有効な組織運営の一助となれば幸いです。なお、更に詳しくご覧になりたい方は、インターネットで JISQ9004：2018 と検索すると「日本産業規格の簡易閲覧」<sup>2)</sup>でご覧になれますのでご確認いただければ、と存じます。まずは次項で、本指針の位置づけから始めます。

## 2. 「品質」の定義と「組織の品質」

まず本指針のタイトル中の「組織の品質」という馴染みのない用語から見ていきます。「品」の一文字から「品質」を物的な特性と思いがちですが、ISO-MS 規格では「品質」とは、その対象に本来備わっている特性の集まりが、要求事項を満たす程度、と定義（ISO9000:2015）しています。即ち、顧客や利害関係者の期待にどのくらいフィットしているか、ということです。つまり「組織の品質」とは、その組織に本来備わっている特性が顧客及び利害関係者の要求事項を満たす程

度、と言えるでしょう。そして組織が満たすべき要求事項は、「持続的成功を達成する能力についての信頼を提供する」ことであり、ISO 9001:2015とは異なる目的を持った ISO-MS 規格と言えるでしょう。本指針は、組織に対して「製品及びサービスの品質並びに顧客のニーズ及び期待」という範囲を超えて、利害関係者の多様なニーズを満たすために「品質マネジメントの原則」(ISO9000:2015)、特に「顧客重視」や「関係性管理」を適用することを奨めています。

たとえば「関係性管理」を端的に言い換えると、サプライチェーン全体の管理レベル向上、でしょうか。サプライチェーンを構成する利害関係者は、まずは直接の購買先や取引顧客が思い浮かびますが、時代と共に変化し、かつ組織や業種・文化や地域によって大きく異なり得ます。従って組織は、長期にわたってその利害関係者のニーズや期待に応えることにより「組織の品質」を向上させ、持続的成功が達成できるとしています<sup>1)</sup>。このためには長期戦略もさることながら、変化に直面している今年・来年をどうするか、つまりは短期・中期の目標設定も必要となるとしています。たとえば、老舗の社是に「脚下照顧」と掲げられているように、現在の立ち位置と近い将来の姿を明確にして今日の一步を確実に踏み出すことが大事、との示唆も感じられます。

次項で規格 ISO 9001:2015 と指針 ISO 9004:2018 とのそれぞれの目的と、本指針の特徴的な項目の各論に進めたいと思います。

### 3. 認証規格 ISO 9001:2015 と指針 ISO 9004:2018

二つの ISO-MS 規格の体系（≡目次、箇条）の比較対照を、表 1 に纏めてみましたのでご覧下さい。右欄に記載の ISO9001:2015 箇条の発現順は、事業運営の PDCA 管理サイクル順に設定されています。「組織の状況」の理解から始まり、「リーダーシップ」「計画」「支援」

表 1 対照表 (ISO9004:2018 の項目と ISO9001:2015 の項目の対比)

ISO9004:2018		ISO9001:2015
4 組織の品質及び持続的成功	○	
5 組織の状況		4 組織の状況
6 組織のアイデンティティ	○	
7 リーダーシップ		5 リーダーシップ
		6 計画
8 プロセスのマネジメント		8 運用
9 資源のマネジメント		7 支援
10 組織のパフォーマンスの分析及び評価		9 パフォーマンス評価
10.5 内部監査		9.2 内部監査
10.6 自己評価	○	
11 改善、学習及び革新		
11.2 改善		10 改善
11.3 学習	○	
11.4 革新	○	

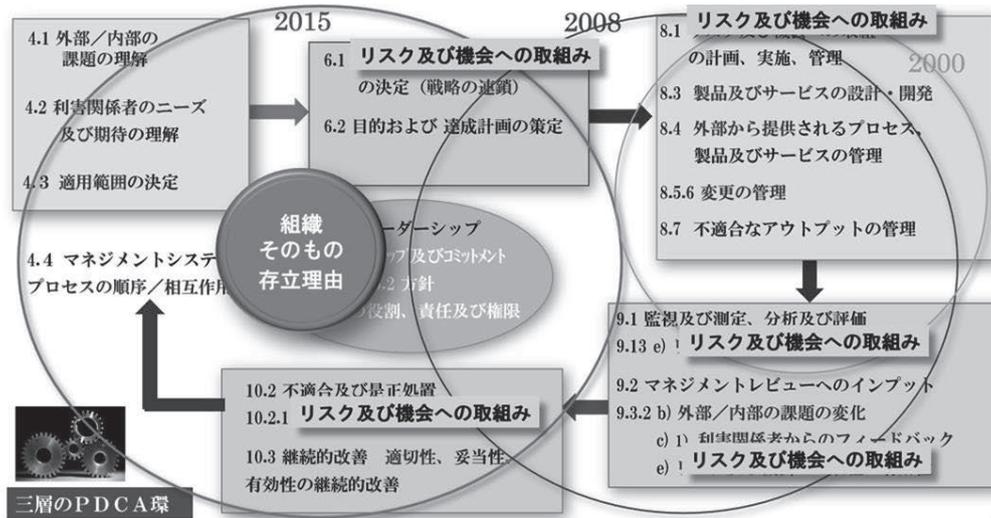
出典：JISQ 9004:2018 (ISO 9004:2018) 日本規格協会より、筆者作成。

「運用」「パフォーマンス評価」「改善」で構成されています。左欄に記載の ISO 9004:2018 には固有の箇条（○印）として、「組織の品質と持続的成功」「組織のアイデンティティ」「自己評価」「改善、学習及び革新」などが盛り込まれて、推奨されています。本指針の箇条の各論に入る前に、なぜ一連の固有の箇条が盛り込まれたのか、について推論を述べたいと思います。

まずは ISO9001:2015 の箇条の体系を、図 1 に纏めてみましたのでご覧ください。三層（戦略レベル・戦術レベル・運用レベル）の PDCA 管理サイクルで構成されています。そして三層間を「リスク及び機会への取組み」が自在継手のように繋ぎ、現場である「運用」(実践) レベルまで経営戦略を連鎖させ、三層間で相互に影響（報告・連絡・相談）を及ぼしています。

三層の最上位の「戦略レベルの PDCA サイクル」は、トップマネジメントが外部・内部の課題を踏まえて適用範囲を決め、3~5 年の中長期周期で回しています（箇条 4、5）。更に取組むべき「リスク及び機会」への取組みを選択・決定し（箇条 6）、現場（付加価値を生む顧客接点）で製造或いはサービスの提供を実践し（箇条 8）、パフォーマンス評価しマネジメントレビューで改善の機会を明確にしてシステムを更新します（箇条 9、10）。中位の

図1 ISO9001:2015\_三層のPDCAサイクルと「リスク及び機会への取組み」の体系



出典：第208回ISO研究会「附属書SL/組織の状況・コミュニケーション・パフォーマンス」2019/01/19

「戦術レベルのPDCAサイクル」は月次、四半期、半期或いは1年の周期で管理者層が回しています(箇条6、7、8)。更に現場での「運用レベルのPDCA」は担当者が、時間や日次で多頻度短時間の周期で回しています(箇条8)。

そして要点は、「リスク及び機会への取組み」(箇条6)が戦略連鎖の要となっています。この様に中期経営計画を、事業プロセスを通じて実現できる枠組みが設計されています<sup>3)</sup>。

さてここで、一抹の不安がよぎります。いわゆる新自由主義経済下では、トップマネジメントが掲げる中長期戦略の実現にむけてあたかも「戦車」のように効果的・効率的なこの仕組みは、どこに向かうのかとの不安です。トップマネジメントがこの不安に応える上で重要なのは、図1中程にある「組織の存立理由」の健全性や持続性を明確にすること、と思われま。そう思い至ったときに浮かんだ言葉が、P・F・ドラッカーの「ワクワクドキドキ」という意外で印象に残る言葉でした。1980年初頭にドラッカーが、GE再建に関して助言を求めるジャック・ウェルチに「ワクワクドキドキしている事業以外はすべてやめたらどうだろう」と呟いた、といひます。つまり事業継続の基準はトップマネジメントが「ワクワクドキドキしているか」であり、更に従業員も「使命・ビジョン・価値観」を通

じて「ワクワクドキドキ」に巻込めるか否かにその成否がかかってくる、ということなのでしょう。とすれば、例えばこれも健全性や持続性を示す一つの重要な要素といえるのかもしれませんが。

さて本題に戻しますと、本指針の特徴となる「組織の品質と持続的成功」「組織のアイデンティティ」「自己評価」「改善、学習及び革新」について次項から記します。

## 4. 指針 ISO 9004 : 2018 の各論

### 4.1 組織の品質と持続的成功

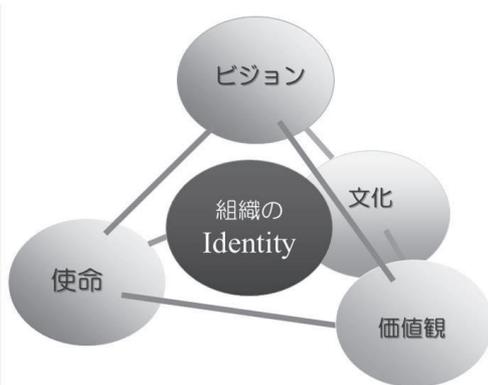
本箇条で、トップマネジメントが持続的成功を達成する為に、推奨されていることを挙げると、時々刻々と変化する外部・内部の課題や利害関係者のニーズを定期的に監視、分析、評価、見直しを行う、組織の使命やビジョン並びに価値観を明確にして周知し一貫性のある企業文化の醸成を図る、中長期のリスクや機会についても明確にする、組織の方針や戦略(中長期の方向性)や目標を明確にして実施し伝達する、組織のプロセス(工程や部署も含む)が意図した結果を達成できるように組織の資源をマネジメントする、組織のパフォーマンス(仕事の成果)を分析し評価しレビューする、変化に対応する組織の能力

を支援するため改善や学習並びに革新のプロセス（提案制度や学習プログラムや部署も含む）を確立する、などです<sup>1)</sup>。また変化は不連続で多様ですので、全てに備えるには無理があります。従って目標を効果的及び効率的に達成するには、密接に関連する利害関係者のニーズ及び期待を考慮して、コミュニケーションを改善することを奨めています。責任や関係の対立（例えば価格交渉）を緩和する、実践内容を最適化する、組織の最も重要な特性への資源を提供する、訓練・学習・個々の能力開発を効果的に行う、などが可能になると推奨しています<sup>1)</sup>。続く箇条5では、「組織の状況」を踏まえてマネジメントシステムの設計と確立へと進みますが、システム設計の際に考慮する必要があるのは、いわゆる「組織の存在事由」であり、箇条6「組織のアイデンティティ」との整合性です。

## 4.2 組織のアイデンティティ

組織のアイデンティティは、使命・ビジョン・価値観・文化の4要素で構成されるとされています（図2）。本指針では、「使命」は存在する目的を示すものであり、「ビジョン」は将来にどのようになりたいかの願望を示すものであり、「価値観」は組織にとって何が重要かを明確にする原則及び／または思考パターンを示すものとであり、「文化」は組織のアイデンティティと相互に関連する、信念や歴史、倫理、観察される行動や態度を示す、と定義されています<sup>1)</sup>。

図2 組織のアイデンティティ  
— 使命・ビジョン・価値観・文化の一貫性



その上で、トップマネジメントは組織の文化が使命・ビジョン・価値観と一貫性をもつようにし、組織の状況が考慮され戦略的方向性（中長期の方向性）と方針についても、これらの「組織のアイデンティティ」の要素と一貫していることを推奨しています。またトップマネジメントは、定期的に組織の状況の変化に応じて、使命・ビジョン・価値観・文化をレビューし、変化があった場合には、必要に応じて組織の内外の利害関係者に伝達するように推奨されています<sup>1)</sup>。本指針が、組織の「持続的成功を達成する能力についての信頼」を利害関係者に与えることに重点を置いていることが、ここにも顕われています。

## 4.3 自己評価

自己評価は、内部監査とは別の箇条にあります。内部監査も自己評価の一つではありますが、評価基準が「自己評価」とは異なります。内部監査の評価基準は既定の規程や業務手順ですが、自己評価の評価基準は「将来のありたい姿（≒成熟度の高い組織）」であり、その基準と照合して現状を評価しています。従って自己評価は、組織のパフォーマンス及びマネジメントシステムの成熟度を体系的に把握することを可能にして、組織の強みや弱み、改善のためのリスク及び機会、改善や革新を必要とする部門の明確化や取組みの優先順位の設定に有益な情報を提供する、としています。本指針では、成熟度を体系的に自己評価するツール31件<sup>1)</sup>が提示されています。

各項目で、成熟度の水準がレベル1からレベル5まで記述されており、自社がどのレベルかを自己評価できると同時に、より成熟度をあげるにはどのように改善したらよいかを記述されています。例えば10.6自己評価で、レベル1は「自己評価を実施していない」であり、レベル4の一例を挙げると「自己評価を、組織全体のレベル及び個々のプロセスレベルの両方における、組織の強み・弱み及びベストプラクティスを明確にするために利用している」とあります<sup>1)</sup>。

なお本指針に示される主要な要素は、31 件に限定されてはならず、組織固有のニーズを満たすために基準レベルを設定することも可能、とされています。

#### 4.4 改善、学習及び革新

「改善」は、組織のパフォーマンスを向上させる活動であり、小さな継続的な改善から、組織全体の大きな改善に至るまで広範囲にわたる改善もあります。改善のプロセスは、体系的に全体のプロセスに適用され組織の全員が参加することが望ましいとされています。また「学習」を通じた改善や革新も推奨されています。個人の実現能力を組織の実現能力に統合したレベルで採用されること、組織文化の一部として確立されることが望ましいとされています<sup>1)</sup>。

「革新」は、外部・内部の課題や利害関係者のニーズの変化を機に必要性が生じるとされており、革新によって新規／変更された製品やサービス、プロセス、市場における位置づけの改善等に繋がるよう進めることを推奨しています。このため固有のニーズを特定し革新に必要な思考を推奨し、プロセスを確立し、資源を提供することを推奨しています。革新の対象は、技術・製品もしくはサービスに留まらず、組織、組織のマネジメントシステム、組織のビジネスモデルも対象として全ての階層に適用できるとしています。組織は、

革新のための計画に関連するリスク及び機会を評価すると共に、革新を行うタイミングはリスクの評価と一貫させることが望ましい、とされています<sup>1)</sup>。

## 5. まとめとして

---

筆者が第三者マネジメントシステム認証機関の QMS/FSSC 審査員として、直近 10 年間に延べ数百事業所を審査して思いますことは、マネジメントシステムの成熟度が高い組織には、その規模や沿革に関わりなく、共通した特徴があるということです。

その特徴とは、組織のアイデンティティが盤石であること、的確な自己評価が出来ていること、改善や学習さらに革新に真摯かつ確実に取り組まれていることです。それらの特徴は、本稿でも触れました本指針の特徴に重なるように思えるのです。

2025 年は時代の分水嶺となる予感があり、これからの 10 年間も本指針で推奨されていることが有効かは未知数です。なぜなら、経営環境は不連続に変化するでしょうし、組織の内部課題も様々だと思っからです。もしご関心がおありでしたら、本指針の付属書 A に掲載された 31 件の自己評価ツールを閲覧いただき、各位のご参考となれば幸甚です。また、本指針を編纂された委員各位に敬意を表します。

---

#### <出典／参考文献>

- 1) ISO 9004 : 2018 品質マネジメント —組織の品質— 持続的成功を達成するための指針
- 2) 日本産業規格の簡易検索 : JISQ 品質マネジメント—組織の品質—持続的成功を達成するための指針  
<https://kikakurui.com/q/Q9004-2018-01.html>
- 3) 業界の動向「QMS2015 の移行完了とリスク及び機会の活用」、筆者、JAS と食品表示、2019. 05
- 4) NHK100 分で名著ボックス「ドラッカー\_マネジメント」、上田惇生、2022. 01. 15

# JAS講習会・セミナーのご案内

## 01

### ▶ 食品製造業品質管理担当者等一般講習会

- 食品関係全品目に共通する品質管理等について、一般的な基礎知識の習得を目的としています。
- 多彩な講師陣による講義は、食品工場や流通関係者から好評です。

会場

2日間

資格

WEB

テスト

修了書

#### ▶ カリキュラム・講師

①JAS 制度について	農林水産省 大臣官房新事業・食品産業部 食品製造課基準認証室 担当官
②食品表示について	宮城大学 名誉教授 池戸重信 氏
③品質管理概論	柴田 CS マネジメント(株) 代表取締役 柴田純男 氏
④確認テスト	—
⑤食品の安全性	アース環境サービス(株) 学術部 次長 島崎光臣 氏
⑥食品工場における 衛生管理	ジャパン・フードセイフティドクター(株) 代表取締役 池亀公和 氏
⑦品質管理活動の実際	(一財)日本食品検査 首都圏事業所 衛生検査部門 技術顧問 井上誠 氏

#### ▶ 対象

- ・食品製造業で、品質管理や JAS 格付業務の担当者
- ・社員教育にも利用可能

#### ▶ 日程

第1回：5/21(火)―22(水)―東京 終了  
第2回：10/1(火)―2(水)―東京 終了  
第3回：2/4(火)―5(水) 東京 受付中

#### ▶ 料金(非課税)

会場：28,000 円～  
WEB：38,000 円～



お申込・詳細はこちら→

## 02

### ▶ 有機加工食品 JAS 講習会

- 食品に有機表示をするためには、JAS の認証取得が必要です。
- 有機食品の認証制度、有機加工食品の JAS、認証の技術的基準について、基礎～実践的な内容まで分かりやすくご説明します。

会場  
A3-7のみ

1日間

資格

WEB

テスト

修了書

#### ▶ カリキュラム・講師

①JAS 法及び 有機食品の検査認証制度	(独)農林水産消費安全技術センター 担当者
②有機加工食品の日本農林規格及び 認証の技術的基準	(独)農林水産消費安全技術センター 担当者
【Aコース】 生産行程管理者・小分け業者 ③各論：生産行程の管理又は把握の方法及び格付の方法(外国格付表示を含む)、小分けの方法及び格付の表示の方法	(一社)日本オーガニック検査員協会 丸山豊 氏
【Bコース】 輸入業者 ③各論：輸入品の受入れ・保管の方法及び格付の表示の方法	(一社)日本オーガニック検査員協会 井筒彩子 氏

#### ▶ 対象

- ・生産行程管理者(有機加工食品のみ)、小分け業者、輸入業者、外国格付表示業者
- ・JAS 認証の取得を検討中の方
- ・社員教育にも利用可能

#### ▶ 日程

第1回：6/12(水)―東京 終了  
第2回：11/6(水)―東京 終了  
第3回：2/14(金) 東京 受付中

#### ▶ 料金(非課税)

会場：12,000 円～  
WEB：17,000 円～



お申込・詳細はこちら→

資格

…JAS 認証の技術的基準で義務付けられている資格要件を満たす講習会として、登録認証機関から指定されています。本講習会を指定している登録認証は、JAS 協会ホームページでご確認いただけます。

お申込み及び詳細は、JAS 協会ホームページをご覧ください。講義内容・講師は都合により変更となる場合がございます。

# JAS講習会・セミナーのご案内

## 03

### ▶ 演習で学ぶ食品表示セミナー

- 演習を通じて必要な知識を身に付ける少人数制セミナーです。
- 実践的に表示の作成をすることができ、表示ルールの説明だけでは物足りない方におすすめです。

会場 2日間 資格  
WEB テスト 修了書

#### ▶ カリキュラム・講師

経験豊富な専門家である一般財団法人日本食品検査（JFIC）の講師が、一貫してサポートします。

①開会挨拶、オリエンテーション	—
②食品表示法の解説	講義
③一括表示項目に関する法律の根拠	講義・演習
④添加物、アレルギー物質、遺伝子組換え食品の表示のポイント	講義・演習
⑤原材料欄作成のケーススタディ	講義・演習
⑥栄養成分表示と景品表示法について	講義・演習
⑦理解度テスト、質疑応答	テスト・質疑応答

#### ▶ 対象

- ・表示の作成や点検に携わる方
- ・表示検定の受験を考えている方
- ・社員教育にも利用可能

#### ▶ 日程

第1回：5/9（木）—10（金）—東京 終了  
第2回：9/9（月）—10（火）—東京 終了  
第3回：11/25（月）—26（火）—東京 終了  
第4回：3/3（月）—4（火）—東京 受付中

#### ▶ 料金（税込）

一般：49,200円

会員：46,700円

※ハンディ版食品表示基準を持参した場合、上記から書籍購入費を差し引きます。



お申込・詳細はこちら→

## 04

### ▶ 社内研修サポート事業

- 経験豊富な講師があなたの工場に伺います
- 食品工場に必要な基礎知識を習得するためのカリキュラムをご用意しました。A～Gの中からご希望のカリキュラムをお選びいただけます。（最大6時間まで）

会場 1日間 資格  
WEB テスト 修了書

#### ▶ カリキュラム・講師

経験豊富な専門家である一般財団法人日本食品検査（JFIC）の講師が、一貫してサポートします。

A：異物混入防止対策	E：5S活動の取り組み方
B：衛生管理の基礎知識	F：食品表示の基礎知識
C：製造工程管理の基礎知識	G：やさしい作業手順書の作り方
D：HACCP手法の基礎知識	—

#### ▶ 対象

- ・JAS協会会員（業界団体、食品関係企業）
- ・一般の食品関係企業 等

#### ▶ 日程

随時 受付中

#### ▶ 料金（税込）

10名未満：165,000円～

※上記料金に加え、旅費（実費）及び宿泊費（発生した場合のみ）を頂戴します。

自分の工場に  
合った研修をしたい！

—そんな需要にお答えします—

経験豊富な講師が  
あなたの工場に伺います。

- 少人数でもOK
- 質疑応答が十分できる



お申込・詳細はこちら→



## JASマークは 安全・安心の認証マーク

**一般社団法人 日本農林規格協会(JAS協会)**

〒103-0026 東京都中央区日本橋兜町15番12号 八重洲カトウビル4階

Tel.(03)3249-7120 Fax.(03)3249-9388

Eメールアドレス [jas@jasnet.or.jp](mailto:jas@jasnet.or.jp)

ホームページアドレス <http://www.jasnet.or.jp>