



# 日食協

Vol. 127 Jan. 1. 2003

目

次

2003 年年頭ご挨拶	-----	—会長 國分勘兵衛—	2
<b>事業活動</b>			
目下の課題を確認	-----	—11月7日—	3
今、メーカーと卸が共同でなすべき	-----	—賛助会員世話人会—	8
社内会議の雰囲気	-----	—卸団体連絡協議会—	12
まず、約定管理の合理化から	-----	—食品流通委員会 価格差金立替問題ワーキング・グループ—	15
環境自主行動計画はどうなっていますか	-----	—食品流通委員会 環境問題対応ワーキング・グループ—	21
返品実態調査まとまる	-----	—関東支部 流通業務委員会—	23
<b>業務日誌より</b>			
納豆・ヨーグルト・甘酒・酢・・・	-----	—東北支部—	24
表示問題についての整理	-----	—商品開発研究会—	26

回								
覧								

# 2003年 年頭ご挨拶

社団法人 日本加工食品卸協会  
会長 國分 勸兵衛



新年あけましておめでとうございます。

皆様方におかれましては、つつがなく新春をお迎えの事と存じ、心よりお喜びを申し上げます次第であります。

昨年は、打ち続く我が国経済の低迷と、デフレに起因する売上単価の低落にお互いに悩まされた一年であった、と拝察申し上げます。その上追い討ちをかけられるように、消費者の信頼を裏切る商品表示にまつわる不祥事や、末端での業容の行き詰まり躓きもあり、相変わらずの苦難の年であったとも拝察致すところであります。

このような中においても、社会・消費構造は着実に変革を続けるところであり、社会の求める機能に対応できかねる企業は、敗退を余儀なくしているのが現実であります。

この厳しさの中に当協会として、為すべき事項を事業計画に掲げましたが、各委員会・各支部のご担当の皆様の献身のご努力により、更には会員各位のご協力により順当に事業活動が遂行されていることは誠に同慶に耐えない次第でございます。

特に業界情報インフラの充実、取引諸慣行の是正、全体最適の卸産業による追跡などは新たな展開を求めて、いずれも大きな一歩を記した年であったかと考えるところであります。

今年も大方の見通しには明るい展望の無い状況下にあります。各企業にとっては向かい風の続く年が予想されるところであります。当然のことではありますが、当協会としては、前年に引き続いて、事業の完成を目指し、計画の達成に努力するわけであります。しかし、前述の如く世の移り変わりの速さ、要求されていることの重大さを考えると、これに加えて、現状に甘えてはられないこの産業の中で、生き残りを考えている企業に役立つ存在でなければならないのであります。企業体質の脱皮を試みる企業に対しての支援策も考える必要があるわけであります。

これにはもとより各企業内において、長期的見地より、経営理念・企業体質・経営目標・達成方法などの総見直しを行ない、現在遂行中の各自の業務の見直しを行なう必要があります。特に長年積み重ねてきた業務のシステムの中にある慣行の打破こそ、企業体質の変革に不可欠のものであります。ちなみに業界標準の普及を求めると、「うちの会社では使えない」という言葉で片づけられる局面を多く耳にします。先進的なよその会社が出来るのに何故うちの会社は出来ないのか。ここに解決せねばならない何かがあると思います。

本年は、微力ではありますがこうした方向での事業活動に小職も取り組んでまいりたいと考えます。ご理解のうえご協力をお願い申し上げます。

本年が皆様にとっても良き年であることを祈願し新年のご挨拶と致します。

## 目下の課題を確認

-11月7日-

11月7日(木)は、10時より定例の正副会長会議が鉄道会館ルビーホールにて、続いて11時30分より理事会が開催された。

9月、10月と全般的に売上伸び悩みで、深刻な厳しさの伝えられる中で、当協会の幹部が一同に会し、現状と今後の課題を確認した一日となった。

まず、正副会長会議においては直後の理事会の運営予定・状況について、その内容確認を行った後、①いわゆる価格差金の立替問題 ②返品問題 ③長期連休時の対応問題について、その基本的スタンスのあり方の意見交換が行われた。いずれも最終的には各委員会の結論を尊重するものの、①のテーマ「価格差金の問題」は、我国の商取引慣行の根本をなす価格制度のあり方について、論及せざるを得ない。故に、慎重な討議と共に時間をかけ推移を見守る必要性のある事が再認識された。必然的に現状発生している立替金の処理・約定管理業務の合理化が急務であるとの意向もはっきりした。

②「返品問題」についても、永続的に解決の為の努力と、ややもすれば薄れがちになる安易な返品に対する反省を喚起する必要性が確認された。

③「365日24時間営業時代」における「企業対応のあり方」については、賛助会員との対話に依りローコスト化に配慮しつつ、全体最適をめざす業界の課題である事が浮きぼりにされた。

正副会長会議はこの議題の他に、改めて公益法人としての運営指針に関連するテーマが事務局より提起され、それについての意見交換がなされ、定刻終了した。

続いて11時30分よりルビーホール12階の会議室にて理事会が開催された。昼食後、司会進行役を事務局 井岸専務理事が担当した。以下に当日の議事録を抜粋掲載する。

出欠状況	理事総数26名中	出席理事21名	委任状4名	計25名
	監事総数3名中	出席監事3名		計3名
議案	第1号議案	平成14年度上半期事業報告及び下半期事業活動の件。		
	第2号議案	その他		
議事内容	事務局 井岸専務理事の司会により開会進行。 冒頭國分勘兵衛会長より次の如く開会の挨拶があった。			

## 國分会長挨拶

それでは理事会を開催させていただきます。

本日は皆様大変お忙しいところ遠路お越し頂きまして誠に有難うございます。

農林水産省からは、後程、平尾課長様がお出でになってご挨拶を頂くことになっておりますけれども、宮島様、松嶋様お忙しいところ有難うございます。

日頃は日食協の活動につきまして、皆様方に多大なご支援を頂いております。特に各地方での活動、或は各委員会活動で色々ご支援を頂いておりますことを、こういう席ではございますがお礼を申し上げる次第でございます。



理事会で開会挨拶をする國分会長

今年に入りましてから、いろいろな事件がございまして、消費者の方に不信を招くというようなことが起こり、我々業界としても少なからず心配も致しましたし、又、お手数を煩わせるようなこともあったのではないかと感じております。

景気の方はご承知のような状態でございます。なかなか先が見えないということでございまして、いろいろな講演会等に参りますと、皆様、経済評論家的に悲観的な言葉が多いような感じが致しております。私も実際そのようなことだろうと思っております。

これから政府もいろいろ施策を打ってくるであろうと思いますが、これがすぐに景気の改善に結びつくというわけには行かないのではないかと感じております。特に9月、10月頃から冷え込みが始まっております。

これから年末商戦に入るわけですが、益々消費の伸びが鈍くなるのではないかと危惧しているところでございます。

日食協の活動も上半期が終わりまして、これから皆様にご報告を申し上げたり、ご意見を伺うということになりますが、こういう厳しい時期になって参りましたので、我々もこのまま推移するというわけにも参りません。

皆様方と力を合わせて主張するところは主張し、団結するところは団結して、是非業界全体がうまくいくような形に持って行かなければいけないというような感じがしております。

非常に厳しい状況がお得意様のサイドからも出てきていると思いますが、我々一同で力を合わせて、何とかこの難局を切り抜けて参りたいと思っておりますので、どうぞ宜しくお願い致します。

今日は上期に行われました活動につきましてご報告申し上げる次第でございます。是非ひとつお聞き頂き、忌憚の無いご意見を頂ければというふうに感じております。

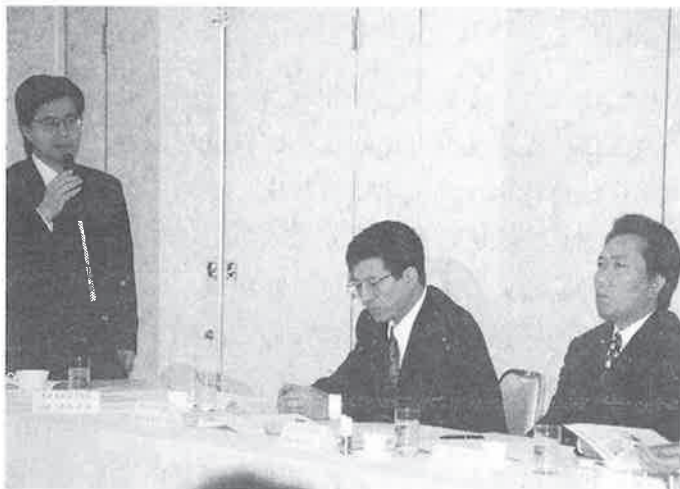


簡単でございますけれど開会のご挨拶に代えさせていただきます。  
どうも有難うございました。

会長挨拶のあと、事務局より来賓の紹介を行った。来賓は農林水産省総合食料局流通課 課長補佐 宮島栄一氏、指導係長 松嶋善昭氏。そして後刻、課長 平尾豊徳氏が来臨の予定。到着後ご挨拶を頂く予定と断った。

続いて出欠状況報告を行い、定款27条により会長が議長席に就く事を告げた。

会長は議長席につき、まず出席の理事の中から議事録署名人として、三枝皓祐理事と濱口吉右衛門理事を指名し承認を得て議事に入った。



左から挨拶する平尾課長・宮島課長補佐・松嶋係長

第1号議案 平成14年度上半期事業活動報告及び下半期事業活動の件。

議長からの指示を受け事務局は、日食協会報Vol.126を主な資料として使用しながら、概略次の如く報告を行った。

- ① 総会后における各支部総会の開催。
- ② 食品流通委員会活動報告(10月29日開催時のワーキング・グループの報告を中心として)
  - ・「環境問題対応」ワーキング・グループは「環境問題対応の現状」についてのアンケートの集計結果の概要とそのまとめの報告。  
そしてメンバーによる実践シミュレーション報告とその具体的手法についてのまとめを現在作業中であることの報告を行った。
  - ・「価格差金の立替問題」ワーキング・グループは、その問題の実態の認識、そして問題認識そのものの整理から入り、基本的テーマである業界における価格制度のあり方については今回は言及せず、現状膨大な実務となっている「約定管理」についての合理化対策の報告を行った。  
いずれにせよ、価格制度のあり方については今後の重要課題であることを確認した。
  - ・「21世紀における卸売業の在り方」ワーキング・グループは現在作成中のレポートの構成内容、即ち①食に関する消費構造と流通産業構造変化、②流通に於ける取引制度と条件、③期待される機能レベル、④企業の問題認識、⑤経営計画に於ける対応、⑥日常業務に於ける対応、がその骨子。
  - ・「返品問題」対応として10月1日賛助会員有志との第1回意見交換会開催。今後は当方でテーマを絞り賛助会員と打合わせし実施に移す予定。

ここで来賓平尾課長が来臨されたのでご挨拶を頂いた。

## 農林水産省 総合食料局流通課 平尾課長挨拶

ご紹介賜りました流通課長の平尾でございます。本日は貴協会の理事会にお招き頂きましたが、直前の会議が長引き、遅れて参りまして大変申し訳ございませんでした。

只今、貴協会のいろいろな活動報告を拝聴し、活発な活動に感銘を受けていたところでございます。

社団法人 日本加工食品卸協会の皆様には、日頃から加工食品の安定供給を基本とし、国民の食生活の安定・向上に幅広くご貢献を頂き、また私どもの施策の一つであります食品流通の効率化、近代化、高度化に対しましても多大なご協力を頂いているところであり、この場をお借りしまして深く敬意を表する次第でございます。

食品の問題につきましては、昨年来、いろいろな問題が次々に起こり、貴業界、本日お集まりの理事の皆様、会員の皆様にもご心配をおかけし、いろいろな点でご苦勞をおかけしたところでございます。

ひとつずつ挙げれば切りがないのですが、BSEの問題、或は偽装表示の問題、残留農薬の問題、更には無登録農薬の使用等がございまして、その過程で国民の皆様の食品全体についての信頼が低下するという事態を招いたところであります。今、重要なのは食品の安心、安全についての国民の信頼をもう一度回復していくことが最も重要な課題であると考えており、この点につきましても皆様の更なるご支援、ご指導を賜ればと思っております。

農林水産省におきましても、現在、農林水産行政を大きく見直す抜本的な改革を進めております。ご案内のとおり、昨年からのいろいろ検討させて頂きまして、「食と農の再生プラン」を打ち出し、消費者に軸足を置いた行政を強力に進めるという考え方で取り組んでおります。

やはり人間が生きる基本は食べることであり、食はそれぞれの国の文化や伝統、生産、それぞれの国の流通の特色というものがあって、その中で担われていると考えております。

そういう構造の中で生産、流通、消費を一体と捉えた行政をきちっと進めていかなければならないと思っております。

社団法人 日本加工食品卸協会はこれまでも食品流通の効率化、近代化、高度化という観点で会員の皆様が相互に情報交換、研究を重ねられて、我が国の食品流通に幅広くご貢献されているわけでご覧しまして、先程、現在の研究の状況も拝聴致しました。今後、食品流通に限らず全体の構造改革が要請される中で、流通においても10年前と比較しますと大きく変わっていますし、又、その過程にあると私どもは理解しております。

その中で構造改革を進める上では、やはり科学的知識や技術に立脚した改革が必要でございますし、また、関係の皆様相互の協力が重要だと思っております。そういう意味で、貴協会の日頃の活動は、私ども、極めて重要だと考えており、今後の更なる活動の活発化を期待しているところでございます。

本日は折角の機会ですので勉強させていただき、行政としてやるべきところをきちっと対応して行きたいと思っております。

今後、國分会長を始めと致しまして、本日お集まりの副会長、理事の方々のご指導のもとに、関係業界の益々のご発展、ご繁榮を祈念しまして私のご挨拶とさせていただきます。

ご挨拶の後、報告が続いた。

- ③ 情報システム委員会
  - ・8月6日開催の情報システム研修会の内容報告。
  - ・SKDBCの臨時総会開催とその後の(株)ファイネット殿のデータベースの活用状況と今後の見通し。
- ④ ネットワーク検討会
  - 「情報システムに関するアンケート」の集計分析報告。
- ⑤ 物流委員会
  - ・(株)フードロジスティクスネットワークの設立とメーカーに対する報告会の開催。そしてこの志向するところと社会的使命についての確認。
  - ・年末年始9連休を控えての賛助会員との打合わせ結果報告及び今後の具体的対応についての見通し。
- ⑥ 商品開発研究会
  - 缶詰ブランドオーナー会を中心に研修会開催。表示問題等について十分な留意が不可欠である事の確認。
- ⑦ 法務研究会
  - 毎月定例的に会合し研修を行っている事の報告。
- ⑧ 運営委員会
  - ・毎月定例的に事務局運営の報告及び各委員会のバランス等の確認を行う。
  - ・他の卸団体との連絡協議会、賛助会員世話人会との会合等に全員で出席。

続いて会員動向、会費の収入状況報告のあと上半期収支決算報告を行った。

収入合計38,889,364円 前期繰越収支差額22,124,590円 支出合計28,265,142円 繰越収支差額32,748,812円。

議長はここで監査報告を兼崎勝行監事に依頼した。兼崎監事は「去る10月22日、3人の監事により監査を行ったが、その内容は以上の報告の通りであった事を報告する」と述べた。

議長はここで第1号議案についての質疑や、重要なテーマについての意見を求めたが、無かったので承認を求め拍手で承認された。

## 第2議案 その他

議長は出席理事に提起の有無を訊ねたが無かったので事務局に提起を求めた。

事務局は次回の定例理事会は平成15年4月22日(火)である事の確認と、その間に平成15年度暫定予算について、運営委員会に諮った上で各理事に原案を配布、意見を徴した上で在京理事中心に審議を行う事についての了解を求めたいと発言した。

議長は平成15年度暫定予算の策定の理事会について、事務局にて上記の如く実施する事の是非について議場に諮ったが一同異議なく了承。予定の議案審議を終了したので13時45分会長より閉会の挨拶があり終了した。

以 上

## 今、メーカーと卸が共同でなすべき

— 賛助会員世話人会 —

平成14年11月26日(火) 12時より精養軒にて第45回の賛助会員世話人会が開催された。昼食の後、議事に入り、冒頭当協会副会長 廣田正氏 (㈱菱食) と世話人会代表 池田孝雄氏 (味の素㈱) が各々次の如くご挨拶された。



廣田副会長 シニアマーケットの開拓も

### 廣田副会長 (㈱菱食) 挨拶

本日は、実に第45回ということですので、大変年月が経っているわけでございますけれども、皆様方との賛助会員世話人会を開催いたしますべくご案内を差し上げましたところ、ご多用中にもかかわらず、お繰り合わせご出席を頂戴いたしまして誠に有難うございます。また、常日頃は、私共日食協に対しまして、また会員に対しまして各地で格別のご支援を頂戴しておりまして、合わせて厚く御礼を申し上げる次第でございます。

先程来、話題にも上がっておりますが、どうも今ひとつしっかりしない景気の状態ということでございます。それではと過去の何時ごろが、今と一致しているのかなと振り返って見たわけですが、私事に亘って恐縮でございますが、菱食の発足が昭和54年8月1日のスタートでございましたので、フル年度は翌55年になっているわけです。たまたま年次が1980年ということで、この数値と昨年の数値を比べてみると、いろいろなことがわかりまして大変面白いわけです。家計調査の項目を見ますと、総収入並びに総支出が1.5倍くらいになっているのですが、問題は、家計調査の大きな項目別に、支出用途で伸びが違っておりまして、誠に残念ながら食料支出は10%しか伸びていないということです。それに対しまして、その他の情報通信とか教育費とかのソフトの類が倍増しているというような状況でございます。随分割を食っているなという感じがしないでもないわけですが、お隣の業界を見ると、被服、履物の業界はもっと気の毒で90にしかなくなっていない、10パーセント減になっているわけで、この業界は本当に大変だなというふうな思いがしているわけでございます。ある意味でバブルの大きさが非常に大きかったので、「いってこい」の恰好になっているというような状況ではないかと思うわけでございます。その他の支出も必ずしもあまり悪いものはない。例えば、株価



の問題で、ようやくこれで8000円台はどうも大丈夫らしいという感じになって参りましたが、1980年の日経ダウ平均は、データによりますと6990円で7000円弱、それよりは少し高いというような感じです。為替レートはだいたいこの時期で250円でございます。それまで長らく300円台であったものが円高傾向を見せてきて240円になった時点で、今の122～123円の倍の価格ということでございます。

これはこちらへんで、何とか仕事していかなければならないマーケットなのではないかと、感じがしてならないのです。そういった時にこの間、面白いレポートを見ました。東京商工会議所から配ってもらったレポートですけれども、シニアマーケットにもう少し着目しなければだめだというレポートでして、これはなかなか参考になるレポートで、早速うちの社員に配布をしました。実に成人マーケットでシニア、即ちオーバーフティが45.1%になっているということなのですね。2、3年以内に5割を超えるということで、ある意味で半分はシニアマーケットになる。そうなってくるとシニアマーケットに根差した売り方をしていかなないと難しい時期になってきているのではないかと。この間もローソンの新浪社長様と意見交換をしたわけですが、コンビニエンスストアにおいても、当初取り上げてきたヤング、シングルマーケットというものを、地域によっていろいろな形で変化を加えていかなければならない時期にきていることがひしひしと感じられる、というようなことを言っておられました。自分が高齢者になったから申し上げるわけではございませんが、そういった意味ではこここのところが今、所得余力を持っている階層でございますので、何とかここから需要を引き出す工夫をしていく時期なのかな、というふうな感じがしてならないわけでございます。生販一体となって新しいいわゆる需要創造というものを考えていくべき時期にきたのではないかと痛感しているわけでございます。

そのような意味で、今後とも一緒に新しい需要層の創造という問題のために、我々も全力を上げて参りたいと存じますので、どうぞ賛助会員世話人会の皆様方におかれましても、よろしく当協会をご支援賜りますようお願い申し上げます。冒頭の挨拶といたします。

#### 池田賛助会員世話人会代表（味の素㈱）ご挨拶

味の素の池田でございます。先程は廣田社長様から大変貴重ないいお話を頂戴いたしまして有難うございます。また私共賛助会員一同、日食協の皆様方には日頃から大変お世話になっておりまして厚く御礼申し上げます次第でございます。

廣田社長様からお話がありましたように、昨今、物が売れないとか需要不振という話がよくあるわけですが、我々メーカーにとってみますと、先程のお話のシニアマーケットとかの大きなマーケットに対する対応は、残念ながら不十分ではないかというふうに考えております。我々メーカーと致しましても、そんな観点に立った物作りをしていく、では実際どういう商品なのか、ということになると難しい分野であるわけです。やはり、我々の努力で何とかそういうこともしていく必要があるのではない



池田世話人会代表  
月間問合せが 3,000 件

か、と思っているところでございます。

さて、昨今のマーケット全体を見ておりますと、デフレ傾向が新たなステージに入ってきたのではないかと考えております。例えば、具体的には、ウォルマートのバックアップの西友さんからいろいろなお話を頂戴しているわけでございまして、エブリディロープライスということで、そういう条件を出せとかいろいろ言われております。私のところは基本的にはそういうのには対応するつもりはありませんけれども、ただ、ひとつの大きな流れになってきそうだなという気が致しております。EDLPというのが、日本のようなオーバーストアのマーケットで、必ずしも成功するとは私は思いませんが、ただ、EDLPが広まって参りますと、我々の商売の在り方変って行くのではないかと考えております。実際の我々の商売の在り方は、小売業さんとの間では定番価格というのがあって、そこでプロモーションを打っていただく、値引き条件を対応して特売を打っていただく、という様な仕事をしているケースが多いわけですが、このEDLPが定着して参りますと、全部裸になってやって行かざるを得ないということでございますので、ある意味では、デフレ現象と言いますか、ひとつの大きい流れになってくる危険性というようなことを一番目に感じているわけでございます。

2つめはご案内の通り、昨今の食への不信という問題です。食のメーカー、行政に対する不信がなかなか消費者の方から払拭されていないわけでございまして、我々のところにも私共の会社の商品で申し上げますと、月平均500件くらい、消費者の方からクレームがあります。問合せは月3,000から4,000件くらいいただいております。何も商品が悪いということだけではなくて、どこでこの商品売っているのか、賞味期限がどうかということも含めた問い合わせということですが、この一年間で3割くらい増えているわけです。そういう意味では、消費者の方々の、ちょっとしたことに対するメーカーへの質問は全く減ってなくて、むしろそういう状態になっているわけでございます。我々は食の安全、安心ということにつきまして、今トレスビリティシステムが話題になっていますけれども、システムとか仕組み、そういうことをきちっとやるということと、もうひとつは、企業のモラル、規範ということをしっかりやっていかななくてはいけないというふうに感じているところでございます。

3つめは、ウォルマートの動きというのが、ある意味で不気味な動きになりつつあるのではないかと思っているわけでございます。ウォルマートの進出によって、私は商品とか業態には大きい影響は基本的にはないと思っています。ただ、情報、物流についてはいろいろな意味で、サプライチェーンマネジメントの革新の引き金になるのではないかと、というような感じを持つわけでございます。情報、物流については、我々はきちっとした制度をもって動いていかなければ、いけないのではないかと感じているところでございます。

業界の課題と致しましてもいろいろあるわけでございます。私共の会社のことですが、不良品の返品というのを、4月から9月が決算ですけど、この上期は減らそうよ。という取組みをしたのですが、結果的にはむしろこの半年間で不良品の返品が増えたわけでありまして、中身をよくよく分析しますと、他のメーカーさんも一緒だと思うのですが、商品のリニューアルをしますと、その時に前の商品が良品なのですが必ず戻ってくる。これは小売業さんと一緒にお話しなければいけないテーマだと思いますけれども、なかなかメーカー社だけでは、とてもこの問題は解決できないわけでありまして、是非卸売業さんと一緒になって、ひとつの例でございまして、こんな取組みをしていく必要があるのではないかとこのように思っているところでございます。

他にもたくさん課題があろうかと存じます。是非ひとつ日食協の皆様方と、業界の正しい発展のためという信念に基いて、いろいろな努力をして行く必要があるのではないかというふうに思っているところでございます。これからもよろしくお願いを申し上げまして、甚だ粗辞でございますがご挨拶とさせていただきます。どうも有難うございました。

議題に入って、まず11月7日(木)に開催された理事会報告を事務局 井岸専務理事が行った。内容は①会員動向 ②環境問題対応 ③価格差金の立替問題 ④返品問題 ⑤SKDBC ⑥業界情報システムの現状 ⑦フードロジスティック社設立その後 ⑧年末年始の対応 が主なものであった。

この中で③価格差金の立替問題については、理事会後の11月20日に開催した食品流通委員会において討議後、修正作成した『いわゆる「価格差金」の早期支払いのお願い』と討議の経緯を説明するレポート(本会報の別頁に掲載)を資料に説明がなされた。そしてこれについては、竹田誠一氏(㈱桃屋)、関幸二氏(明星食品㈱)、巖本一雄氏(ハウス食品㈱)からご意見を頂いた。総じて各社共にEDI化含めていろいろ対応中、しかし卸売業サイトから請求のタイミングと内容に問題なしとはしないという事であった。当方の現状としては、この問題のワーキング・グループ座長 菰田義壽氏(㈱明治屋)とグループ委員 鈴木幹人氏(㈱廣屋)、食品流通委員会副委員長 江口競一氏(国分㈱)が各々の立場から説明がなされた。当協会としてはこれを後日、賛助会員各社宛に正式にお願いする予定である事が事務局より付言された。

④返品問題については、13年10月1日(火)に行われた意見交換会の発言を紹介した後、当日、食品流通委員会委員長として出席した市ノ瀬竹久氏(㈱菱食)と同副委員長 岸原稔氏(㈱明治屋)がその背景・現状・今後の活動方向等について語り、賛助会員側からは高橋昌明氏(日本水産㈱)と田村由人氏(日清オイリオ㈱)が現状と解決へのスタンス等についてお話が頂けた。

⑧年末年始の対応については事務局より10月11日(金)の意見交換以後の動きとして、会員有志3社による要望(12月7日付発信済)の紹介とこの問題の二面性、即ち①小売業・外食産業の365日24時間営業時代における製造業の営業体制のあり方 ②現実として9連休を迎える年末年始の対応の具体案についての認識の要請がなされた。そして浅井久生氏(伊藤忠食品㈱)と高崎英二氏(㈱三友小網)から過去からの要請、各地方支部からの要請、カテゴリーや業態による要請等存在するが、基本的には、年間を通じての営業体制のとり方である事などの説明がなされた。

予定時間を過ぎての熱心な討議のあとで総括的に廣田副会長より「本日の主なる3つのテーマはいずれも重要な事項である。特に価格差金の問題については、EDLPは最終的には大規模業者が勝つ事がわかっている。日本のマーケットはこれについてはハイロー戦略の打ち出せるマーケットにするべきではないかとも考える。従って差金の処理についての合理化は急がねばならない問題である。

返品問題は賞味期限の日付に関する問題のウェイトが高い。そこでは新製品の返品ルール、賞味期限に関する返品ルール等が必要となる。年末年始の対応については、要は全体最適のために製造業と卸売業が話合いの結果対応を如何にするかの問題である。」と整理され、尚一層の賛助会員各位のご協力をお願いした。

事務局からは「返品ルール」については、既に返品問題ワーキング・グループが結成され、



11月28日に第1回会合を開催し、これから原案を策定する。完成の間に幾多の賛助会員のご意見を頂く予定であるので、ご協力を頂きたいとお願いした。

終了予定時間をオーバーし、慌しく閉会となった。しかし、廣田副会長のまとめにある様にメーカーと卸が共同でなすべき課題が明示された内容の濃い会議となった。

## 社内会議の雰囲気

### －卸団体連絡協議会－

毎年恒例となった第26回卸団体連絡協議会は、10月17日(木) 東京ステーションホテル会議室にて12時より開催された。昼食後、司会進行役は昨年度に決めた当協会という事で、井岸専務理事が担当。開会に当って参会者を代表して、東京都食品卸同業会の山本新三郎会長(国分株) より次の如くご挨拶を頂いた。

「ご指名でありますので一言ご挨拶申し上げます。本日は第26回の卸団体連絡協議会のご案内を申し上げましたが、皆様方には大変ご多忙の所、また遠路からご参集頂きまして誠にありがとうございます。前回からこの会議の運営を変更いたしまして今日はその2回目という事になります。今日のテーマはいずれに於いても長年に亘る大変重要なテーマだと、先程来話し合っております。討議を期待し、多少なりとも前進のある有意義な会議になる事を望んでおります。」

この後議長選出という事になったが山本氏より、「日食協の井岸専務理事を推薦する」との発言があり、事務局が議長として議事進行を勤める所となり、直ちに議事に入った。

#### テーマ1 返品問題の解消に向けて

予め、各団体より意見を徴していたので、5団体がそれぞれ各自の意見を述べる所となった。東京都食品卸同業会からは安野弘氏(株)ヤスノC&C)と佐川昇氏(株)廣屋)が過去の活動経緯と昨今の即席麺メーカーの1社と話し合いを行った事例報告がなされた。

その中で1メーカーは支払済度短縮実施の実績が上がったと報告。

大阪府食品卸同業会からは、米谷晴生氏(株)大トウ)がこの問題は特定メーカー、特定商品、業態により差があり、全てを同列に論ずべきではない。因みに第40回の連絡協議会(4団体)でこの問題で意見の盛り上がりを見たので、8月に日清食品、サンヨー食品、明星食品、エースコック、東洋水産、ハウス食品の6社に集って頂いて話し合った。

ところが、出席者に限った話であるが、返品事例が少なく、半額引取も例がなく、心情的な「返品問題」が、大阪地区では存在していたのではないかという事となった。

続いて京滋食品卸同業会からは、村井清氏(村井物産株)が報告。返品問題は末端段階では



多発していると認識している。メーカーの失敗作の回収については、「失敗」と見做す場合の「ルール」を策定し、該当する場合には回収手数料をメーカーは卸売業に支払うべきであると発言した。

中部食料品問題連盟からは酒井淳一氏（株トーカン）からギフト商品、ドラッグストア、単独スーパー等問題が多い。シーズンの棚替時の返品については事前の取り決めも明確でない。これは卸側にも責任があると考える。この中で6月に即席麺メーカーとの話し合いの場を持った。そこでメーカーの側に起因する返品については、その費用は全額メーカー側が負担する原則が確認された。しかしその後、取引手数料として1社が5%支払う事例が発生したが、大半はうやむやになっているのが現状である。

当協会からは流通委員会委員長 市ノ瀬竹久氏（株菱食）がレポートを元に報告した。同氏は過去の当協会の調査と比較し、傾向値を説明し、前年度実施したアンケートの結果報告を行い解説した。そしてこれに基づいて10月1日に実施したメーカー6社（明星食品、ネスレ日本、キューピー、味の素、ハウス食品、日清フーズ）との話し合いを第1回行ったことを報告した。

更にポイントとして、賞味期限、新商品開発、シーズン棚替、卸含めたモラルの向上、取引明文化の促進5つ。訴求先として一般社会、小売業、仕入先、卸売業界に対して各々考えねばならないとした。

報告が終わって事務局としては次の如く考えるとまとめた。

即ち、統一的キャンペーンは出来るものであれば、それもあるかも知れない。しかしむしろ個別に各団体が問題発生時にデータを集めてくり返し、問題解決に具体的に対応すべきである。ルール等を決めるのであればお知恵を借りたい。各団体の活動実績を積み重ねて行うべきである。各団体の実績を報告し合う、情報の共有化が必要である。

この他にも「対応した報告がない」「メーカーが最も悩むべき問題なのでメーカーが先に立って対応すべきだ」「小売業にアピール出来るルールを作るべき」等の意見が続出した。

## テーマ2 価格差金の立替問題について

これも5団体から順次意見が述べられた。

東京都食品卸同業会から前原正憲氏（東京国分株）が「メーカーと話し合い、支払済度を60日から30日に縮めてもらった。しかし私見であるが恒常的条件については、買掛金支払時に即引するか、いっそ価格体系の見直しをするべきである。」と報告。

大阪府食品卸同業会は米谷氏から「実勢価格に価格変更すべき。それが出来ないなら新商品から実勢価格に。メーカー側からは立替えがない筈というなら、買掛金即引で支払う事を要望したい。それを協議決定事項としたい。」

京滋食品卸同業会は村井氏から「今時、買い手のお客に対して実勢価格より余計に支払ってくれというメーカーがおかしい。他の業界には類例がない。発想の転換を求めたい。」

中部食料品問屋連盟からは前島光雄氏（株サンヨー堂）より「1月に会員調査を実施したが、立替発生は、ごく一部のメーカーを除いて発生していない。請求書の早期提出をメーカーから言われている。」

当協会は事務局から「食品流通委員会未討議のワーキング・グループのまとめの段階」と断った上で「価格差金」の定義、収益管理上の「約定」の問題点の実態とこれからの対メーカー要望書の原案を説明した。

内容は、結論として価格制度の在り方という根本的テーマについてはここでは論及できず、現状発生している約定管理の合理化推進を切り離して行うべき提言になっている。

また、当協会としては従前より継続要望している、請求に対する早期決済（30日以内）、リベート等の即引化含めて価格制度の簡素化等も併せて喚起のため再要望する事としたものである。

この後で、「価格制度と約定管理は切り離すべきものである」「立替えていると考えるべきである。あとから補填されるにせよ、余計に支払っている。メーカーの姿勢を疑いたい」「即引を実行する事について同意を求めたいし、申入れを行うべき」「リベートと約定に切り離して考えるべき」「売ったらマイナス差益になるのがおかしい」「そもそもこの価格差金の立替えの発生は、一時的なものとして取引上発生したものでリベートや値引きとは異なる。むしろメーカーの希望で発生したもの、即引して支払って何が悪いのか」「値引、リベートとは異なる問題である」等々。

いずれにせよ個人の意見、自分の所属する団体の決定、それをここで更に拡大決定し、実現させねば意味がないと考えて発言している者とのやりとりがここで続いた。

当然白熱化した討議であるが、元来、団体間の協議の為の会合という事から考えて、他団体の意見を斟酌した上で各団体毎に行動に移さねばならない事である。

従って一部未消化のきらいがあったがこのテーマの討議を終了した。

### テーマ3 卸売業の取組むべき「環境問題」について

このテーマについては、大阪府食品卸同業会と京滋食品卸同業会より「返品」をクローズアップした発言があった。一方、当協会としては食品流通委員会環境問題ワーキング・グループが実施した「環境問題対応の現状」というアンケートの回答集計結果（会報Vol.126に掲載）を発表した。今後、当協会が策定した「加工食品卸業界の環境自主行動計画」に関する実態や促進に関する活動報告を機会を見て報告する事とした。

### テーマ4 その他

次回以降のテーマの参考となるので各団体の問題意識の報告がなされた。東京都食品卸同業会の柳澤信夫氏（株サンヨー堂）からは「食品の安全性」に関する対応についての必要性の提言がなされた。

大阪府食品卸同業会からは「労務提供」「センターフィ」等の「優越的地位の濫用」について対応なすべきとの提案があった。

京滋食品卸同業会からは、メーカーの営業姿勢についての疑問、就中、末端の年中無休に対

するメーカーの使命感をただす提言があった。

これ等はいずれも当協会の最近の各委員会活動でとり上げている事象なのでその旨の報告を行った。

その後いろいろと意見交換をしてこのテーマを終えた。

#### テーマ5 次回の運営について

当協会事務局より次回の運営の輪番制について再度提起を行った。この会合の場所、日時、テーマ、当日の運営、事後精算について、全てを5団体の輪番制で行う事を再提案したものである。本来であれば、負担や発言機会の平等化から考えればむしろ当然の事と考える所。結局はこのままの運営を継続する、即ち当協会が事務局となって次回以降も開催していく様、発言があり、多数賛同依頼もあり、止むを得ず引き受ける事となった。

この後、夕食を皆で共にして、閉会の挨拶を当協会運営委員 高崎英二氏（株三友小網）が行って解散した。

白熱した会話に出席者は興奮させられた一日であった。

## まず、約定管理の合理化から

### －食品流通委員会 価格差金立替問題ワーキング・グループ－

平成14年10月29日(火) 及び11月20日(水) の2回に亘って、食品流通委員会は各ワーキング・グループの中間報告を受けた。その一部については、この間11月7日(木) に開催された理事会に報告がなされた。更に前掲の「賛助会員世話人会（11月26日開催）」においても早速、その一部が報告とともに議題として提起された。

今回は「価格差金の立替問題」ワーキング・グループとして、(株)明治屋（座長）菰田義壽氏、(株)廣屋 鈴木幹人氏、伊藤忠食品(株) 嬉野通武氏、(株)雪印アクセス 須藤和義氏の四氏が担当し討議した結果の中間報告を整理し、既に前述の「賛助会員世話人会」にお願いとして提起されたものを以下に掲載する。

メーカー各位

いわゆる「価格差金」の早期支払いのお願い

社団法人 日本加工食品卸協会

謹 啓

貴社ますますご清祥のこととお喜び申し上げます。

平素は格段のご支援ご協力を頂戴し誠に有り難く厚く御礼申し上げます。

さて当協会に描きましては、平成14年度事業の一端として、現行「建値」と小売業に

対する「納入価格」との乖離で発生する、いわゆる「価格差金」が膨大な金額となり、その処理について、業界内にて膨大な事務作業が発生している事についての検討を行いました。その結果次の如く、業界全体として、また貴社におかれましてもご理解と問題解決にお力添えを頂きたくお願いを申し上げる次第であります。

現状、この約定管理には人件費を主として膨大な費用がかけられていますが、これの解決策はどう考えれば良いのか。いずれご意見を伺わせて頂きたいとも考えておりますので、よろしくご協力のほどをお願い申し上げます。

今回は次の2点について特段のご配慮をいただきたく存じます。

## 1 約定管理業務の合理化

現行発生しているいわゆる「価格差金」について、これから進めようとしているところの「約定のパターン化」と「記入用紙の統一化」に対してのご協力。そして究極の目標である「販売促進金システム」を始めとする業務ED1化の具現化推進のご検討。

## 2 決済の早期化

卸売業からの価格差金についての請求に対して、30日以内お支払いの励行のお願い。

今更言うまでもなく生活者は低価格志向であり、社会的には「流通コストの低減化」が要望されております。かかる観点に立てば、この問題こそ早期に解決せねばならない共通の課題であると思料いたします。諸般の状況ご賢察の上、なにとぞご理解ご協力のほどお願い申し上げます。

この他にも当協会としては過年度来、次のようなお願いをしております。

- ・「お立替金」「リベート」「値引き」などの出来る限りの早期決済。
- ・現行価格制度の簡素化として、条件や約定等について仕切り価格への折り込みなどのご検討
- ・卸売機能に対する評価とこれに見合う「マージン」または「フィ」の確保についてのご理解。

よろしくご高配くださいます様重ねてお願い申し上げます。

謹 白

追 伸

ご参考までに・当協会食品流通委員会の調査検討結果報告書を同封添付させていただきますので、検討経緯についてのご理解も併せて頂戴したいと考えております。

なお、このお願い文は平成14年12月に全賛助会員に発送し、ご協力を期待することとなった。



## いわゆる「価格差金の立替金」について

食品流通委員会

「価格差金の立替問題」ワーキング・グループ

平成14年度食品流通委員会のテーマの一つとして、前年度より問題提起されていた「価格差金の立替金」問題が組上にあがり、ワーキング・グループが結成され、討議に入った。

### I 問題認識

この問題は他の卸同業会から、膨大な金額が卸にとっては「立替金」として未収金計上され、資金繰り上支障をきたしているの、緊急かつ重要なテーマである、と問題提起されている。

と共に、以前から、請求・入金のチェック作業に膨大な人手と時間がかかっている、とも云われている。そして、これについては、既にEDI化して、メーカー卸間における請求照合業務を合理化するべく、当協会のネットワーク検討会にて「日食協標準システム」の中に「販売促進金システム(案内・請求・支払)」を開発済みで、業界標準の位置づけで設定・活用されている。しかし、ファイネットVAN事業においては、卸・メーカー各5社間にて、系統的に処理されて成果を上げつつある事例もあるが、それ以上に進展せずにいるのが現状である。

会議では問題の本質について次の如くに整理した。

- 1 いわゆる価格差金は、通常建値価格との差額を指し、小売業に対する「条件」、または販売促進費などと称して、事前にメーカーとの間で了解されて、小売業に対する売価では折り込み済みになり、売掛金決済されるものである。通常「約定」と呼ばれている場合が多い商慣行である。勿論、小売業との取引では、メーカーの了解無しで、卸売業が独自に利益を吐き出し、「値引き」「リベート」支出するものも少なくないが、ここではそれを対象としない。
- 2 卸売業は販売実績に基づき、メーカーに対しては、販売対象の小売業別に、かつ商品別に整理して請求する。メーカーはこれをチェックした後支払う。この支払いに対して卸売業は内容を精査し、収益管理を行う。
- 3 事前のメーカーとの了解作業は通常「約定」を交わすといわれるが、同時に小売業に対する納入価格の確認となる事は言うまでもない。
- 4 近年の価格競争は、殆どの商品について低価格要請が生じる為、この約定対象商材・取引は想像以上に増加の一途をたどっている。このため「約定管理業務」が膨大に増加している。
- 5 同時に内容の正確性をお互いに確認する作業に時間を要する為に、小売業とは最初

に条件決済されるに反して、卸売業がその補填を収受できるのにタイムラグが生じている。

それは、小売業の決済の締め日とメーカーに対する締め日とにずれのある事や、数量が確定して請求するまでに必要な事務処理日数があり、それからメーカーの補填を俟つ事が多いので、資金的に立替えになる事が多いのである。

メーカー側の見解としては、概ね卸売業が品代を決済する以前に支払い済みであり、「立替金」という認識はない。しかし現実的に卸の請求から概ね30日を超す場合には立替えの資金フローが発生していると考えられるのである。

6 いわゆる「価格差金」即ち建値と実勢価格との差額のほかに、単発的に「商品写真代」「カタログ掲載代」の如く文字どおり立替払いをするケースも存在するし、それが卸の売掛代金より相殺されてしまうところに問題が発生する事もある。

7 「約定」といっても定番商品対象で継続的な性格のものと、特売的商材に対してスポット的に契約するものがある。

## II 具体的な問題発生原因について

そもそも「建値と実勢価格の差額」が発生するのは、現行の建値制度と、個々の現実の取引における価格の決定のメカニズムとの乖離に起因する事は言うまでもない。欧米のごときオープンプライス制の下では、卸売業の収益は「フィ」として計上するし確保もされやすい。しかし現実では、卸売業が、自分のマージンの一部を差し出すだけで済むのならいざ知らず、卸の仕入れ価格以下で販売する事が通常となってしまう現状では、好むと好まざるを問わず、その差損分の精算を後日請求せざるを得ない。

当ワーキング・グループとしては、この根本的価格制度の討議についての必要性を改めて認識し、討議の開始を提言するもの、本格的な討議は他の検討の場に譲る事とした。

そこで「建値と実勢価格との差額」が発生する事を前提として以下の討議を進めた。まず問題の発生原因・個所・問題点は次の如くである。

① 「約定」自体の曖昧さや、明文化されていない場合がある。

取引先が存在するがために、「約定」の内容に曖昧さの無い様に、取引約定として、それが正しく要件を満たしているか確認する。不確実の場合には往々にして、後日のチェック・調査が手間取る。相互の不突き合いの主原因になっている。

② 卸売業に「約定管理体制」が充分に出来ていない。

正確性を確認したり漏れの無い事を確認するために請求が遅れる。

③ メーカーに管理チェック体制が出来上がっていない。

支払内容に不備があったり支払に時間がかかる。

しかも、発生件数が多いがため、EDI化を考え一部実行されているが、「約定」の内容が複雑であり、企業内秘密の公開となる事など多様性があるので、システム化し難い。従って大多数は人手作業に委ねられている。結果相互で膨大な人件費を費消している。

そして、卸売業に収益計上できるまでに結果として日数がかかるので、資金負担が発生する。それも仕入原価の何割という膨大な金額となって卸売業の経営を圧迫している。

### Ⅲ 基本的対応について

根本的解決策は、こうした「約定管理」が発生する事を防止せねばならない。即ち、「価格制度・取引慣行・売価決定」の抜本的改革にある事は言うまでもないが、これを今回当ワーキンググループのテーマとしているわけではないので、取りも直さず討議内容を次の如くに絞る事とした。

- ① 約定管理業務の合理化、即EDI化促進の為の業務改革。
- ② メーカーに対する要望として、価格差金の約定を含め、「値引き」「リベート」販売促進費」などの早期決済。

結果として、

- ① 約定管理業務合理化の1ステップとして、個々の約定を正確に記録し、データ化する為の記入様式の検討をし、別紙1のごとく定めた。同時にこれを活用しメーカーに対する請求明細とする事と、メーカーからの支払明細がこの様式で統一的に活用できないか働きかけ、双方にある膨大なチェック作業を軽減省力化したい。

いずれにしても、究極は業界全体がEDIによるチェック作業にする事を目指すので、その前段階の合理化策として約定管理業務の「フォーマット化」と「標準化」による作業の省力化を目指す。

- ② 当協会として、以前から賛助会員を中心とするメーカーに対する要望として、「リベート・値引きなどの即引化」と「請求金額の請求後30日以内の早期支払」を標倍しているので、改めての徹底、再要望を行う。

以 上



(別紙1)

約定内容連絡書兼請求明細書

NO

メ-カ-一名

様

商談日 平成 年 月 日 ( )

担当者

様

社名

担当部署

担当氏名

取引先コード

取引先名

様

対象期間 年 月 日 ~ 年 月 日

個別条件

社内商品コード	商品名	容量	入数	数量	函数	数量	バラ	条件	単価	条件	金額	消費税	請求金額	備考
計														

特別条件一括請求分

請求番号	項目	数量	単価	金額	消費税	請求金額	備考
計							

決済方法	1. 振込み
	2. 相殺
	3. 現物添付

振込先

口座名

決済予定日



# 環境自主行動計画はどうなっていますか

－食品流通委員会 環境問題対応ワーキング・グループ－

10月29日(火)に開催された食品流通委員会では、先に実施した当業界の「環境問題対応の現状」アンケートの集計結果(会報Vol.126にて既報)に基づき、環境問題対応ワーキング・グループがまとめた。「環境問題対応アンケート結果について」と題する分析報告並びに今後のワーキング・グループの活動についての報告がなされた。

以下にその全文を掲載するが、同グループがややもすればなおざりにされている当業界の環境対応全体に対して警告を発したと考えたい。と共に具体的手法例を明示し、その目標数値や管理技法を参考に提示するなどして当業界全体が、足が地についた実践活動となる様なガイドラインを策定する予定なのでその成果に期待したい所となった。

平成14年10月21日

環境問題対応アンケート結果について

食品流通委員会

環境問題対応ワーキング・グループ

平成14年度に実施した当協会会員の環境問題対応について、アンケート集計結果については別紙の如くであるが、全体を総括し、また個々の具体的事象について、次の如き実態にあると判断した。

## 1 「環境問題」についての認識

まず、問1及び問2に見る限り、卸業界にとっても企業としてみても、この問題認識は大変重要な事と受けとめているのが全体の75%以上あり、増々重要度は増すと考えている企業が大半であった。

しかし、反面このアンケート全体の回収率が38%と低率であった事、回答者の中にも重要度においては左程と考えてない傾向がある事も判明した。

即ち、25%は単なる重要事項であり企業内で組織的に担当する事を明確にしていなのが53.3%に及んでいる。また、取引環境の中で取引先から何も指摘されない企業も54.7%と多い。

更に過去、当協会が策定した「加工食品卸売業の環境自主行動計画」については、実は36%がその存在すら知らないと答えて来ている。

この事実を見ると、意識して企業全体でこの問題認識を共通している企業は、業界内の限られた少数に留まることが判明した。

## 2 具体的対応活動についての認識

とは言うものの、具体的対応活動を例示して、改めてその事を問うと「環境問題」と

して認識はしていないが、「経費節減・合理化・省エネ化」といった観点から各企業内において、かなり多数の実践活動をしている事が、問5・6及び問7以降に回答されている。

結果としてそれが「地球温暖化対応」に結実される事は理解のないままに、むしろ「ローコスト化」行動としているのが実情である。

### 3 具体的対応について

省エネルギー対策（主として電気使用料削減）と資材の繰り返し使用（コピー用紙裏面使用等）は75%近くの企業が実施しているのに反して、社員教育は70%近くの企業が実施していないという状態。

ISO14001の導入については24.3%が導入済、検討中4.1%に留まっている。

ここではISO14001導入済の企業が、キメ細かい目標値まで立てて真剣に取り組んでいるがこれは少数派。これらの企業は系統立てたり、計画・目標を組織的に樹て遂行しているのに対して、一部の同じ行動を社内で実践中であるが、意識して組織的、計画的行動に移していないのが過半数。

そしてアンケートに回答してくれながらも、ごく一部の対応を無系統に実践しているが、環境問題対応には極めて関心の薄い企業がやはり少数存在するというのが概況だった。

自由記述欄に反省の弁も書かれていたが、前向きな提案も多岐に亘ってなされていた。

### 4 ワーキング・グループとして

上記の如き集計結果を踏まえ、特に問3に出ている取組み阻害要因を意識して、今回は環境問題に各企業をして取組み易くするためのヒント・キッカケ方法を用意し、当協会のみならず、会員外企業も含めてこの問題に取り組めるようなガイドラインを策定することとした。

この為、ワーキング・グループ企業の手を煩わして実際にシミュレーションアクションをお願いし、その結果数値を寄せて頂いた。

その上にご好意により、その実績値の一部を公表し各社引用の便を図ったところである。

願わくば、このワーキング・グループの成果が、当業界における環境問題対応のスタートのキッカケになることを期待するものである。

以上

12月18日(水)にもワーキング・グループ会議を開催し、対応の具体的手法についてのまとめを整理した。最終的にはそれも含めて会員に対する「環境問題対応マニュアル(仮称)」を作成する作業に入った。

# 返品実態調査まとまる

－関東支部 流通業務委員会－

11月22日(金) 15時より関東支部流通業務委員会が開催された。当日は副委員長 酒本和夫氏(株廣屋)を座長として議事進行したが、平成14年度の返品実態調査の結果のまとめについて、当番役の大須賀誠氏(株雪印アクセス)に報告を求めた。

大須賀氏はデータ提供13社の集計結果とその総括を以下の如く報告した。

当日は年末年始の長期連休を控えて、業務の効率化を阻害しない様に、メーカー各位に要望すべき事項など各社の状況報告・意見交換もなされた。

上記実態調査の結果及びそのまとめを以下に掲載する。

## 返品実態集計表

1：スーパー 月別推移

(単位：千円)

	6	7	8	計	平均	分類別 返品率(%)
プロパー商品返品	118,004	114,184	128,079	360,267	120,089	0.33
特売商品返品	16,674	14,402	6,196	37,272	18,677	0.03
PB商品返品	0	0	160	160	310	0.00
ギフト商品返品	6,811	33,728	64,224	104,763	34,169	0.09
月間返品金額 計	141,489	162,314	198,659	502,462	173,245	0.45
月間出荷金額	36,363,680	38,566,249	35,840,617	110,770,546	36,923,515	
月間返品率(%)	0.39	0.42	0.55	0.45	0.45	
平成13年度	0.43	0.61	0.81	0.61	0.61	

2：百貨店 月別推移

(単位：千円)

	6	7	8	計	平均	分類別 返品率(%)
プロパー商品返品	7,489	11,296	36,645	55,430	18,476	0.38
特売商品返品	80	110	130	320	106	0.00
PB商品返品	0	109	51	160	80	0.00
ギフト商品返品	7,657	114,183	149,347	271,187	90,395	1.86
月間返品金額 計	15,226	125,698	186,182	327,106	109,035	2.24
月間出荷金額	5,482,586	7,716,581	1,376,362	14,575,529	4,858,509	
月間返品率(%)	0.28	1.63	13.53	2.35	2.24	
平成13年度	0.45	1.47	13.55	2.12	2.35	

## 3: チャネル別 年度比較

(単位%)

	スーパー		百貨店	
	平成 13 年	平成 14 年	平成 13 年	平成 14 年
プロパー商品返品	0.40	0.33	0.43	0.38
特売商品返品	0.03	0.03	0.02	0.00
PB 商品返品	0.00	0.00	0.00	0.00
ギフト商品返品	0.18	0.09	1.90	1.86
計	0.61	0.45	2.35	2.24

## 平成 14 年度 返品実態調査報告について

## 【スーパー】

スーパーの返品はそれまで0.5%台の推移であったが、13年度は0.61%と若干高めであった。(12年度は食中毒事件、異物混入問題が発生し1.08%であった。)

今回の集計(14年度)では、0.45%と減少しており、月別(6月~8月)においても平均的に前年を下回った結果となった。

分類別では、プロパー商品が▲0.07%、ギフト商品が▲0.09%減少している。

## 【百貨店】

百貨店においても13年度2.35%に対し2.24%と▲0.11%減少している。

前回同様、百貨店という業態と調査時期の関係で、ギフト商品の返品率が高く、全体の82.9%を占めている。

分類別では、プロパー商品が▲0.05%、ギフト商品が▲0.04%減少している。

また、月別では8月の返品が全体の56.9%を占めている。

## 【まとめ】

13年度に比べ返品率は低下しているものの、基本的な返品制度そのものについては、大きな変化が見られない。

返品作業は、中間流通業にとってコストの負担ばかりでなく、物流作業全体を大きく阻害している。

この生産性に繋がらない物流作業を廃絶する必要性を改めて認識すべきである。

業務日誌より

納豆・ヨーグルト・甘酒・酢...

- 東北支部 -

平成14年11月6日(水) 14時30分より、仙台ホテルにおいて、東北支部主催の経営実務研修



会が行われた。これは農林水産省の平成14年度構造改善計画作成支援事業の一端として実施されたものである。全員約70名の出席があった。



司会進行 本橋副支部長



開会挨拶 堀内支部長

当日は定刻になり、東北支部副支部長 本橋秀夫氏（東北国分株）の進行に依り開会。冒頭支部長 堀内琢夫氏（丸大堀内株）が概略次の如く挨拶。「平素は当協会・当支部の活動についてご協力を賜り誠にありがとうございます。お陰様で当協会も足かけ25年の長きに亘り活動して参りましたが、これも偏えに今日お集まりの賛助会員の皆様のご支援の賜物と存じ重ねて御礼申し上げる次第であります。

当加工食品業界は製配販三層、正に激動の時を迎えていると言われますが、とりわけ卸売業にとっては厳しい局面に到達していると思われま

す。卸売業とは何なのかを問われ、反面卸機能の必要性とか、現在の高い機能性については声高に論じられているのが現実であります。注目されている産業の一つであるかも知れません。

我々は当協会を活用して機能のレベルアップを図って行きたいと考えています。皆様のご期待に沿いたいとも考えています。

これから次の25年に向けて頑張っていきますので、ご協力をお願いします。このあと今当協会が何をやっているのかを井岸専務理事から報告させますので御聞き届け頂きたいと存じます。（後略）」



研修会会場

このあと「日食協上半期事業活動報告」として井岸専務理事より翌日の理事会にさきがけて①「返品問題」について ②「価格差金の立替金」問題について ③連休時の対応について ④FLNのスタートについて ⑤SKDBCとデータベースの5件についての報告を行った。

メインの講演は東京農業大学農学部教授 小泉武夫氏にお願いし「発酵食品の神秘」と題するお話を1時間半に亘り拝聴した。



講師 小泉武夫氏

小泉先生は発酵食品の特性は①保存性が利くと共に他の菌を殺す効用 ②諸々の栄養源を含む ③健康機能性食品である ④香ぐわしき匂いのする食物 にあるというお話に始まり、臨床、実験、自らの体験を基に幾多の実証例を挙げてその「神秘的」食べものである事を解説して下さいました。グローバルな活動体験にユーモアを交えての1時間半は全くあっという間に閉会の時刻を迎えていたのであった。

当日はその後、軽食懇親会を開催し懇談の後散会した。

## 表示問題についての整理

### －商品開発研究会－

平成14年11月19日(火) 15時より日食協会議室において商品開発研究会主催の研修会が開催された。講師は8月に引き続いて (財)食品環境検査協会専務理事の江川宏氏にお願いし「食品の表示について」と題するお話を1時間余に亘り頂いた。

江川氏は「法規制は「品質表示マニュアル」を参照されたい」と断られた上で、基本的に食品の表示に関係する法律6法、①食品衛生法 ②農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律 (JAS法)、③不当景品類及び不当表示防止法 (景表法－公正競争規約) ④計量法 ⑤栄養改善法 ⑥不正競争防止法について基本的な法律の性格をわかり易く説明された。

そして国民生活センターの調査に依る表示関係の商品回収の実例を整理し、本年の4月から今日までの発生例の個々について解説が行われた。

講演終了後の質疑応答も行われて参加者の問題認識に当を得た研修会となった。

事務局として前後の質問状況および公正取引委員会の厳しい姿勢を勘案し、関連法規の中から「食品缶詰の表示に関する公正競争規約と規制・施行規則・運用基準」等を以下に抜粋掲載する事とした。参考に供されたい。

# 食品缶詰の表示に関する公正競争規約

昭和43年9月2日 公正取引委員会 告示第59号

## (目的)

第1条 この公正競争規約（以下「規約」という。）は、不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）第10条第1項の規定に基づき、食品缶詰の表示に関する事項を定めることにより、一般消費者の適正な商品選択を保護し、食品缶詰業における不当な顧客の誘引を防止し、もって公正な競争を確保することを目的とする。

## (定義)

第2条 この規約において「食品缶詰」とは、食品（酒税法（昭和28年法律第6号）に規定する酒類、食品衛生法（昭和22年法律第233号）に基づく乳及び乳製品の成分規格等に関する省令（昭和26年厚生省令第52号）に規定する乳及び乳製品、薬事法（昭和35年法律第145号）に規定する医薬品及び医薬部外品並びに全国食品缶詰公正取引協議会規則（以下「規則」という。）で指定した飲料類及び飲料用の嗜好品並びに菓子類を除くすべての飲食物をいう。）を缶又はびんに密封し、加熱殺菌したものと並びにジャム、マーマレード、つくだ煮、くん製品、つけ物、塩蔵品及びこれらに類するものを缶又はびんに密封したものをいう。

2. この規約において「事業者」とは、食品缶詰を製造し、又は販売し、若しくは輸入して販売する事業者をいう。

## (必要な表示事項)

第3条 事業者は、食品缶詰（輸入食品缶詰は除く。）の容器又は包装に、次の表に掲げる事項をそれぞれの基準に従い、邦文で、外部から見易い場所に、明瞭に表示しなければならない。

事 項	基 準
1. 品 名 等	(1) 食品の性質を表す名称を主要部分（ブランド等を示してある部分をいう。以下同じ。）に示すこと。 (2) 同一の品名のものであって、原料の品種又は内容物の形、色、状態等が異なることにより、品位に差があるものにあつては、規則に定める基準に従つて、その原料の品種又は内容物の形、色、状態等が識別できる用語で、主要部分に示すこと。 (3) 前項で定める以外のものであって、原料の品種又は内容物の形、色、状態等を表示しようとするときは、それらを最も適切に表す用語で、主要部分に示すこと。
2. 原材料の種類名	(1) 食品缶詰に含まれている原材料（食品添加物を含む。）の種類名を「原材料」の文字の次に、多いものの順に示すこと。 ただし、品名で原材料の種類名が明らかなものにあつては、その原材料の種類名の表示を省略することができる。 (2) 食品添加物にあつては、食品衛生法施行規則（昭和23年厚生省令第23号）の定めるところにより表示する。
3. 原料の配合の割合	(1) 水産物又は畜産物に野菜を配合し、しょうゆ、砂糖等で味付けしたものにあっては、表示固形量に対する水産物又は畜産物の重量の割合を百分比で示すこと。 (2) ベビーフードにあつては、表示内容量に対する畜肉又は魚肉の重量の割合を百分比で示すこと。



<p>4. 内 容 量</p> <p>5. 事業者の氏名又は名称及び住所</p> <p>6. 賞味期限若しくは品質保持期限又は消費期限</p> <p>7. 保 存 方 法</p>	<p>(3) 前2項で定める以外のものであって、原材料の配合割合を表示するものにあつては、規則で定める基準に従つて示すこと。</p> <p>(1) 内容量又は内容総量で示すこと。ただし、水を加えたものであつて、固形物と液汁が分離するものにあつては、固形量及び内容総量を、甲殻類水煮及び食用に供するまえに通常廃棄される液汁を含むものにあつては、固形量を示すこと。</p> <p>(2) 内容量の表示単位は、グラム、キログラム又はg、kgで示すこと。</p> <p>製造業者にあつては、住所及び氏名若しくは名称を、販売業者にあつては、住所及び氏名若しくは名称並びに販売業者である旨を示すこと。</p> <p>賞味期限若しくは品質保持期限又は消費期限を表す文字を示すこと。</p> <p>製品の特性に従つて、「直射日光を避け、常温で保存すること」、「常温で保存すること」等と記載すること。ただし、常温で保存するものにあつては、常温で保存する旨を省略することができる。またジャム類にあつては開封前についてであることを明記して記載すること。</p>
---	---

(輸入食品缶詰)

第4条 輸入食品缶詰に関する表示については、前条の規定に準じて規則に定めるところによるものとする。

(任意の表示事項)

第5条 事業者は、食品缶詰の容器に、次の表に掲げる事項を表示しようとするときは、それぞれ、同表に掲げる基準に従い表示しなければならない。

事 項	基 準
1. 商 品 名	商品名は、品名の文字の大きさの1.5倍以下の文字で示すこと。
2. 特 選 等	特選その他当該商品の品質が他の商品よりも特に優良であることを示す文言を表示するときは、規則に定める基準に従つて示すこと。
3. 消費量の表示	何人分、何人前その他これらに類似する文言を表示するときは、成人の通常の使用量を基準にして示すこと。

(特定の必要表示事項)

第6条 全国食品缶詰公正取引協議会は、第1条の目的を達成するために特に必要があると認める場合には、第3条及び前条に規定する事項のほか、これらの事項に関連する特定の表示事項又は表示の基準を規則により定めることができる。

(不当表示の禁止)

第7条 事業者は、食品缶詰の原料の種類、形状又は品位、原料の配合割合又は調理の方法、添加物の種類その他食品缶詰の内容について、実際のもの又は自己と競争関係にある他の事業者に係るものよりも著しく優良であると一般消費者に誤認されるおそれのある表示をしてはならない。



2. 事業者は、食品缶詰の量目、内容物の個数、価格その他食品缶詰の取引条件について、実際のもの又は自己と競争関係にある他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認されるおそれのある表示をしてはならない。

(全国食品缶詰公正取引協議会の設置)

第8条 この規約を適正に施行するため、全国食品缶詰公正取引協議会（以下「公正取引協議会」という。）を設置する。

2. 公正取引協議会は、この規約に参加する事業者、食品缶詰用の容器製造業者及びこれらの者が構成する事業者団体をもって構成する。

(公正取引協議会の事業)

第9条 公正取引協議会は、次の事業を行なう。

- (1) この規約の内容の周知徹底に関すること。
- (2) この規約についての相談及び指導に関すること。
- (3) この規約の遵守状況の調査に関すること。
- (4) この規約の規定に違反する疑いがある事実の調査に関すること。
- (5) この規約の規定に違反する者に対する措置に関すること。
- (6) 一般消費者からの苦情処理に関すること。
- (7) 関係官庁との連絡に関すること。
- (8) 不当景品類及び不当表示防止法その他公正取引に関する法令の普及及び違反の防止に関すること。
- (9) 会員に対する情報の提供に関すること。
- (10) その他この規約の施行に関すること。

(違反に対する調査)

第10条 公正取引協議会は、第3条から第7条までの規定に違反する事実があると思料するときは、関係者（当該食品缶詰の容器製造業者を含む。以下同じ。）を招致し、事情を聴取し、関係者に必要な事項を照会し、参考人から意見を求め、その他その事実について必要な調査を行なう。

2. 関係者は、前項の規定による公正取引協議会の調査に協力しなければならない。
3. 公正取引協議会は、前項の規定による調査に協力しない関係者に対し、当該調査に協力すべき旨を文書をもって警告し、これに従わないときは、3万円以下の違約金を課し、又は除名処分をすることができる。

(違反に対する措置)

第11条 公正取引協議会は、第3条から第7条までの規定に違反する行為があると認めるときは、当該違反行為を行なった事業者に対し、当該違反行為に係る食品缶詰の回収その他当該違反行為を排除するために必要な措置をとるべき旨及び当該違反行為と同種又は類似の違反行為を再び行なってはならない旨を文書をもって警告することができる。

2. 公正取引協議会は、前項の警告を受けた事業者が当該警告に従っていないと認めるときは、当該事業者に対し、30万円以下の違約金を課し、除名処分をし、又は公正取引委員会に必要な措置を講ずるよう求めることができる。
3. 公正取引協議会は、前条第3項及び本条第1項若しくは第2項の規定により警告をし、違約金を課し、又は除名処分をしたときは、その旨を遅滞なく、文書をもって公正取引委員会に報告するものとする。

(違反に対する決定)

第12条 公正取引協議会は、第10条第3項又は前条第2項の規定による措置（警告を除く。）を採

ろうとする場合には、採るべき措置の案（以下「決定案」という。）を作成し、これを当該事業者に送付するものとする。

2. 前項の事業者は、決定案の送付を受けた日から10日以内に、公正取引協議会に対して文書をもって異議の申立てをすることができる。
3. 公正取引協議会は、前項の異議の申立てがあった場合には、当該事業者に追加の主張及び立証の機会を与え、これらの資料に基づいて更に審理を行い、それに基づいて措置の決定を行うものとする。
4. 公正取引協議会は、第2項に規定する期間内に異議の申立てがなかった場合には、速やかに決定案の内容と同趣旨の決定を行うものとする。

（規則の制定）

第13条 公正取引協議会は、この規約の実施に関する規則を定めることができる。

2. 前項の規則を定め、又は変更しようとするときは、事前に公正取引委員会の承認を受けるものとする。

#### 附 則

1. この規約は、公正取引委員会の認定の告示があった日から起算して6月を経過した日から施行する。ただし、この規約の施行の日前に製造した食品缶詰については、この規約は適用しない。
2. 食品缶詰のうち、規則で定めるものであって、この規約の施行の日から6月を越えない範囲内において規則で定める日前に製造したもの又は規則で定める日前に製造した印刷缶を使用するものについては、前項の規定にかかわらず、第3条の規定は、適用しない。
3. 第8条及び第9条の規定は、公正取引委員会の認定の告示があった日から施行する。

#### 附 則

この規約の変更は、公正取引委員会の認定の告示があった日（平成7年10月13日）から施行する。ただし、平成9年3月31日までに製造され又は輸入される缶詰に係る表示については、この規約の改正後の第3条第6号、第7号及び第4条の規定にかかわらず、なお従前の例によることができる。

# 輸入食品缶詰の表示に関する規則

(全国食品缶詰公正取引協議会規則第2号)

食品缶詰の表示に関する公正競争規約（以下「規約」という。）第4条、第6条及び第13条の規定に基づき、輸入食品缶詰の表示に関する規則を次のとおり定める。

（必要な表示事項）

食品缶詰の輸入業者は、輸入食品缶詰の容器又は包装に、次の表に掲げる事項をそれぞれの基準に従って、邦文で外部から見易い場所に明瞭に表示しなければならない。ただし、表示の方法は、ステッカー等により缶ぶた等に示すことができる。

事 項	基 準
1. 品 名 等	食品の性質を表す名称で示すこと。ただし、食品の性質を表す名称が、邦文以外の文字で示されているものにあつては、全国食品缶詰公正取引協議会規則第3号（以下「規則第3号」という。）に定める基準に従って示すこと。
2. 原材料の種類名	主な原材料名（食品添加物を含む。）を示すこと。 ただし、品名で原材料の種類名が明らかなものにあつては、その原材料の種類名の表示を省略することができる。
3. 内 容 量	内容量は規約第3条4の規定に従って示すこと。
4. 事業者の氏名又は名称及び住所	輸入業者の住所及び氏名（法人の場合はその名称）を示すこと。
5. 賞味期限若しくは品質保持期限又は消費期限	賞味期限若しくは品質保持期限又は消費期限を表す文字を示すこと。
6. 保 存 方 法	製品の特性に従って、「直射日光を避け、常温で保存すること」、「常温で保存すること」等と記載すること。ただし、常温で保存するものにあつては、常温で保存する旨を省略することができる。またジャム類にあつては開封前についてであることを明記して記載すること。
7. 原 産 国	原産国名を示すこと。

# 食品缶詰の表示に関する公正競争規約の施行規則

(全国食品缶詰公正取引協議会規則第3号)

食品缶詰の表示に関する公正競争規約（以下「規約」という。）第3条から第6条及び第13条の規定に基づき、規約の施行規則を次のとおり定める。

（容器又は包装）

第1条 規約第3条の食品缶詰の容器とは、缶又はびんをいい、包装とは1個ごとの包装紙又は外箱をいう。

（品名）

第2条 規約第3条1の規定による品名の表示の基準は、次のとおりとする。

1) 食品の性質を表す名称

規約第3条1の(1)の食品の性質を表す名称とは、原料の種類名及び調理の方法を表す名称をいい、一般消費者がその内容を容易に判断できるものでなければならない。

ただし、原料の種類名及び調理の方法を表す適切な名称を付することが困難なものにあつては、主要部分に商品名を示し、その同一視野内に内容物及び調理の方法について、一般消費者が容易に判断することができる絵又は写真若しくは説明文を表示することにより、当該商品名を品名として差支えない。

2) 別表1にかかげる品目については、それぞれ当該品目の基準にしたがつて品名を表示する。

（主要部分）

第3条 規約第3条1の(1)の主要部分とは、印刷缶又は包装紙に表示されたブランド名、絵等から見て容器の表面の中心と見られる部分（以下「中心部分」という。）を中心に同一視野に入る部分であつて、主要部分の面積は、円筒形の容器又は包装にあつては、缶胴の中心部分の中心線から左右20%ずつの垂直の面積の部分、四角形の容器又は包装にあつては一つの面の全部、その他の容器又は包装にあつては、中心部分と同一平面の範囲に属する部分をいう。

（原料の品種）

第4条 規約第3条1の(2)の規定により原料の品種によって、品位に明らかな差があるものであつて、原料の品種の表示を必要とするものは、別表2のとおりとする。

2. 規約第3条1の(3)の規定により、品種名を表示しようとするときは、公に認められた名称をもって示すこと。

（形、色、状態等）

第5条 規約第3条1の(2)の規定により内容物の形、色、状態等が標準品に比し、一般的でないもの又は品位に差があるものであつて、形等の表示を必要とするものは、別表3のとおりとする。

（原材料）

第6条 規約第3条2の(1)の原材料とは、主原料、副原料、及び食品添加物をいう。ただし、原材料のうち野菜には、まつたけ、しいたけ、しらたき、豆腐、海そう類、その他これらに類似するものを含む。

（原材料の種類名）

第7条 規約第3条2の(1)の規定により、原材料の種類名を多いものの順に示すほか、異質の原材料を配合した場合は、同種類ごとにグループ別に示し、グループ内の種類は多いものの順に示すこと。また、畜肉味付及びニューコンビーフにあつては、原料肉の種類名を多いものの順に示すこと。



(原料の配合割合)

第8条 規約第3条3の(1)及び(2)の規定による原料の配合割合の表示の基準は次のとおりとする。

- 1) 水産物又は畜産物の野菜煮の水産物又は畜産物の重量の割合の表示の基準は、別表5の1のとおりとする。
  - 2) ベビーフードの缶詰であって、畜肉と野菜又は魚肉と野菜の混合品の畜肉又は魚肉の配合割合の表示の基準は、別表5の2のとおりとする。
2. 規約第3条3の(3)の規定による原料の配合割合の表示の基準は次のとおりとする。

- 1) 品名をフルーツみつ豆と示すものの果実及び赤えんどうの重量の割合の表示の基準は、別表5の3のとおりとする。
- 2) えのきたけ味付であって、内容量に対する固形分比率の表示の基準は、別表5の4のとおりとする。

(内容量)

第9条 規約第3条4の(1)の規定による内容量の数値の表示方法は次のとおりとする。

- 1) 日本農林規格で内容量の基準の定められた食品缶詰にあっては、それらの基準にしたがって表示すること。
- 2) 日本農林規格で内容量の基準の定められていない食品缶詰にあっては、会員の申請にもとづいて全国食品缶詰公正取引協議会(以下「協議会」という。)で定めた基準にしたがって表示すること。

(甘味料)

第10条 規約第6条の規定により、糖度の表示の基準を次のとおり定める。

果実缶詰のうち、使用甘味料が糖類のみのものにあつては、糖度の区分の名称を別表4に掲げる基準により表示するものとする。

(内容個数等)

第11条 規約第6条の規定により内容個数又は内容物の大きさの表示の基準を次のとおり定める。

内容個数又は内容物の大きさを記載する必要があるもの及びその表示方法は、別表6のとおりとする。

(使用の方法)

第12条 規約第6条の規定により使用の方法の表示の基準を次のとおり定める。

- 1) 喫食の際、加温、希釈等を行なう必要のあるものにあつては、使用の方法の説明を表示すること。
- 2) 開缶後の保存方法等の説明の表示を必要とするものにあつては、その旨を表示すること。

(図柄)

第13条 規約第6条の規定により図柄の表示の基準を次のとおり定める。

内容物を表す図柄は、内容物の形、色、状態等を適切に表示するものでなければならない。

ただし、規約第3条1の(2)及び(3)の規定により、内容物の形、色、状態等を表す適切な用語が示されているものであつて、一般消費者に誤認をあたえるおそれのない場合は、原料の原形を表す図柄を示すことができる。

(特選等)

第14条 規約第5条2の規定により特選等の文言の表示のできるものは、当該商品の品質が協議会で定める基準により財団法人食品環境検査協会が検査の結果、平均点が4.0点以上であつて、2点又は1点の項目のないものとする。ただし、用語については、別に定めるもの以外は「特選」に限る。

2. 日本農林規格で定める等級の基準にしたがい内容物の品位を表示するものにあつては、前項の規定にかかわらず、当該基準により示すことができる。

別表1. 品 名

品 目	基 準
か に	1. 「たらばがに」、「ずわいがに」、「けがに」、「はなさきがに」等品種名により示すこと。 2. 調理方法のうち「水煮」の表示は省略することができる。
も も	「白もも」又は「黄もも」の別を示すこと。
ぶ ど う	「マスカットオブアレキサンドリヤ」、「ネオマスカット」、等品種名により示すこと。
さけ・ます水煮	1. 「べにざけ」、「ぎんざけ」、「ますのすけ」、「からふとます」、「しろざけ」及び「さくらます」と示すこと。ただし、商品名を「〇〇のさけ」と示すものにあつては、商品名にそれぞれの品名を併記し、かつ、ますのすけ、からふとます及びさくらますにあつては原料魚種名の説明を記載すること。 2. 調理方法のうち「水煮」の表示は省略することができる。
さけ・ます野菜煮	べにざけ、ぎんざけ、ますのすけ、からふとます、しろざけ又はさくらますに筍等を配合したものであつて商品名を「さけたけ」等と示すものにあつては、商品名に「べにざけ筍味付」、「ぎんざけ筍味付」、「ますのすけ筍味付」、「からふとます筍味付」、「しろざけ筍味付」又は「さくらます筍味付」等と品名を併記し、かつ、ますのすけ、からふとます及びさくらますを使用したものにあつては原料魚種名の説明を記載すること。
小 え び	調理方法のうち「水煮」の表示は省略することができる。
果 実	調理方法のうち「糖液づけ」の表示は省略することができる。
野 菜	調理方法のうち豆類（えんどうを除く。）以外の野菜にあつては、「水煮」の表示は省略することができる。
ジ ャ ム 類	「ジャム」、「ミックスジャム」、「マーマレード」及び「ゼリー」の別を示すこと。ただし、ジャム及びミックスジャムで、全形の果実又は果肉片を原料としたものにあつては、ジャム及びミックスジャムの文字の次に（ ）を付してプレザーブスタイルと示すこと。 ミックスジャムにあつては、1種類の果実の配合割合が60%以上の場合、当該果実名を示して、商品名を「〇〇〇ミックスジャム」、30%以上60%未満の場合にあつては、ミックスジャムの文字の次に（ ）を付して当該果実入り「ミックスジャム（〇〇〇入り）」と示すことができる。
畜肉味付野菜煮	馬肉に牛肉を2割以上混用したものにあつては、「馬肉・牛肉使用」という文言を9ポイント（ツナ3号缶・3号ポケット缶以下の容器にあつては8ポイント）活字以上の肉太の文字で品名に併記する場合は、品名を「肉味付」「肉野菜煮」又は「野菜煮（肉入り）」と示すことができる。ただし、ここでいう牛肉には、脂肪のみのかたまりは含まない。
畜肉コンビーフ	馬肉に牛肉を2割以上混用したものにあつては、「馬肉・牛肉使用」という文言を9ポイント（コンビーフ3号缶以下の容器にあつては8ポイント）活字以上の肉太の文字で品名に併記する場合は品名を「ニューコンビーフ」と示すことができる。ただし、ここでいう牛肉には、脂肪のみのかたまりは含まない。
い わ し	いわし水煮、いわし味付又はいわしトマトづけであつて、せぐろいわしを用いたものにあつては、原料が「せぐろいわし」であることを明らかにして、「いわし」と示すことができる。
ベビーフード	畜肉又は魚肉と野菜の混合品にあつては、「肉野菜」又は「魚野菜」と示すこと。た

品 目	基 準
えのきたけ味付	だし、使用した畜肉又は魚肉の種類名を品名に明記しなければならない。 えのきたけ味付にあっては、主要部分に8ポイント以上の肉太の活字で「えのきたけ味付」と示すこと。ただし、缶又はびんの胴の面積がおおむね100平方センチメートル以下のものにあっては、7ポイント以上の肉太の活字で示すことができる。
フルーツカクテル	黄もも、洋なし。パインアップル及びぶどう又はさくらんぼを含む混合果実にあっては、「フルーツカクテル」と示すことができる。

別表2. 原料の品種

品 目	基 準
まぐろ水煮 ・油づけ	びんながまぐろを用いたものには、「ホワイトミート」又は「ホワイトツナ」、その他のまぐろを用いたものには、「ライトミート」又は「ライトツナ」と示すこと。
貝柱水煮・味付	「帆立貝」、「平貝」の別を示すこと。
洋なし	ラフランスにあっては、「ラフランス」と示すこと。
和なし	廿世紀にあっては、「廿世紀」と示すこと。

別表3. 形、色、状態等

品 目	基 準
さけ・ます水煮	小片に切断した肉にあっては、「小片肉」と示すこと。
まぐろ・かつお水煮・油づけ・味付	ほぐした肉にあっては、「チャンク(ほぐし肉)」、くずれた肉にあっては、「フレーク」と示すこと。
さば・さんま ・油づけ	三枚におろしたものにあっては、「フィーレー」と示すこと。
マッシュルーム	全形のものにあっては「ホール」、くきを除いたものにあっては「ボタン」、ホール又はボタンをたてに薄切りにしたものにあっては「スライス」、ホール又はボタンを任意の大きさに切断したものにあっては、「ランダムスライス」、ホール又はボタンを4等分したものにあっては「クォーター」、かさ及びくきを不規則に切断したものにあっては「ピース・ステムス」と示すこと。
アスパラガス	ホワイト又はホワイト・グリーンチップド若しくはグリーンの別を示すこと。 頭部付きのどん莖のうち、9.5センチメートル以上15センチメートル未満のものにあっては「スパーク」、4センチメートル以上9.5センチメートル未満のものにあっては「チップ」、頭部を付け又は付けないで2センチメートル以上6センチメートル以下に切断したものにあっては「カット」、そのうち頭部付きが全個体数の20%以上(ただし、3センチメートル以下のものにあっては10%以上)含むものにあっては「カット・ヘッド」と示すこと。
なめこ	皮をむいたものにあっては「皮むき」と示すこと。
みかん	つぼみにあっては「つぼみ」、開きにあっては「開き」と、9ポイント以上の大きさの肉太活字で示すこと。 果皮を除去したままのものにあっては、「丸みかん」、切損し若しくはつぶれた果肉粒にあっては、「身割れ」又は「ブローケン」。

品 目	基 準
もも・洋なし・和なし	<p>身割れ以外の小切れにあっては、「小片」、パルプ状の細片にあっては、「じょうのう片」と示すこと。</p> <p>4つ割りにあっては、「4つ割り」、6つ割り以上に切断したものにあっては、「薄切り」、形と大きさが不揃の小切れにあっては、「小片」、原形の洋なし及び和なしにあっては、「全形」、丸ももにあっては、「全形」又は「丸もも」と示すこと。</p>
りんご	<p>原形のものにあっては、「全形」、6つ割り以上に切断したものにあっては、「薄切り」、輪切りにしたものにあっては、「輪切り」と示すこと。</p>
さくらんぼ あんず パイナップル	<p>全形のこう付にあっては、「全形（こう付）」又は「全形（枝付）」と示すこと。</p> <p>全形の皮付きにあっては、「全形（皮付）」又は「丸あんず（皮付）」と示すこと。</p> <p>円筒状のものにあっては、「全形」又は「ホール（全形）」、輪切りのものにあっては、「輪切り」又は「スライス（輪切り）」、2つ割りのものにあっては、「2つ割り」又は「ハーフ（2つ割り）」、4つ割りのものにあっては、「4つ割り」又は「クォーター（4つ割り）」、くさび状のものにあっては、「くさび形」又は「チビット（くさび形）」、細長いものにあっては、「縦割り」又は「スパイアー（縦割り）」、角柱状のものにあっては、「角柱形」又は「チャンク（角柱形）」、立方形状のものにあっては、「立方形」又は「キューブ（立方形）」、不定形に破碎したものにあっては、「不定形」、大きさが不揃の孤状のものにあっては、「身割れ」又は「ブロークン（身割れ）」、形と大きさが不揃の小切れにあっては、「小片」又は「ピース（小切れ）」と示すこと。</p> <p>1種類の果実（みかん、もも、洋なし、和なし、りんご、さくらんぼ、あんず、パイナップルを除く。）</p>
畜肉味付 たけのこ	<p>小間切れ肉を詰めたものにあっては、「小肉片」と示すこと。</p> <p>全形のものにあっては「全形」、たてに2つに切断したものにあっては「割」、欠損しているものにあっては「傷」、先端部のみのもにあっては「先」、輪切り状に切断したものにあっては「切」、薄く切断したものにあっては「薄切り」、節間がいちじるしく長い全形のものにあっては「筒」と示すこと。</p>
グリーンピース	<p>乾燥豆を使用したものにあっては、品名の文字の2分の1以上の大きさの文字で「もどし豆」と示すこと。</p>
スイートコーン	<p>粒状のものにあっては「ホールカーネル」、クリーム状のものにあっては「クリームスタイル」と示すこと。</p>
1種類の野菜 (マッシュルーム、 アスパラガス、 なめこ、たけの こ、グリーンピー ス、スイートコー ンを除く。)	<p>缶又はびんの高さに適合する長さに切断したものにあっては「筒切り」、薄く切断したものにあっては「薄切り」、細く刻んだものにあっては「千切り」、任意の形及び厚さに切断したものにあっては「乱切り」、一定の長さ又は厚さに切断したものにあっては「カット」、不定形に破碎したものにあっては「不定形」と示すこと。</p>



別表4. 糖 度

品 目	基 準
果実糖液づけ	<p>製品糖度の区分の名称に該当するシラップの糖用屈折計示度は次のとおりとする。</p> <p>エキストラライト 10%以上14%未満            ライト 14%以上18%未満            ヘビー 18%以上22%未満            エキストラヘビー 22%以上</p>

別表5. 原料の配合割合

品 目	基 準
1 (1) 水産物と野菜の 混 合 煮	<p>品名で水産物野菜煮である旨を示すものにあつては、固形物に対する水産物の重量の百分比は次のとおりとし、この旨を示すこと。</p> <p>配合する野菜が 1種類の場合 水産物40%以上            ただし、さけ類にたけのこを配合した場合 魚 肉60%以上            配合する野菜が 2種類以上の場合 水産物30%以上</p>
(2) 畜産物と野菜の 混合煮	<p>品名で畜産物野菜煮である旨を示すものにあつては、固形物に対する畜産物の重量の百分比は次のとおりとし、この旨を示すこと。</p> <p>配合する野菜が 1種類の場合 肉30%以上            配合する野菜が 2種類以上の場合 肉20%以上</p> <p>品名で野菜煮(肉入り)である旨を示すものにあつては、固形量に対する畜産物の重量の百分比は次のとおりとし、この旨を示すこと。</p> <p>配合する野菜が 2種類以上の場合 肉10%以上</p>
2 ベビーフード (畜肉と野菜又 は魚肉と野菜の 混合品)	<p>肉野菜又は魚野菜にあつては、表示内容量に対する畜肉又は魚肉の配合割合の百分比は次のとおりとし、この旨を品名に併記して示すこと。</p> <p>肉野菜又は魚野菜 肉又は魚肉 10%以上</p> <p>ただし、20%以上30%未満のものにあつては20%以上、30%以上のものにあつては30%以上と示すことができる。</p>
3 フルーツみつ豆	<p>固形量に対する果実及び赤えんどうの重量の百分比は次のとおりとし、この旨を示すこと。</p> <p>果 実 25%以上            赤えんどう 5%以上</p>

品 目	基 準
4 えのきたけ味付	えのきたけ味付にあつては、内容量に対する固形分比率を10%刻みで区分し、「固形分」及び「%」の文字は9ポイント以上、固形分を示す数字は14ポイント以上の大きさの肉太の活字で「固形分〇〇%」と示すこと。

別表6. 内容個数等

品 目	基 準
いわし油づけ	内容尾数を示すこと。
焼 り ん ご	内容個数を示すこと。
アスパラガス	スピアー、チップにあつては、基部の太さを特大、大、中、小の別又は基部の太さの略号E、L、M、Sとその説明、若しくは略号が示す基部の直径を示すこと。太さが不揃いのものにあつては「混合」と示すこと。
た け の こ	全形にあつては、大、中、小、特小の別又は大きさの略号L、M、S、Tとその説明若しくは略号が示す内容個数を示すこと。大きさが不揃いのものにあつては「混合」と示すこと。
な め こ	つぼみにあつては粒の大きさを大、中、小、特小の別又は粒の大きさの略号L、M、S、Tとその説明若しくは略号が示すかきの直径を示すこと。開きにあつては粒の大きさを大、中、小の別又は粒の大きさの略号J、E、Pとその説明若しくは略号が示すかきの直径を示すこと。つぼみ、開きともに粒の大きさが不揃いのものにあつては「混合」と示すこと。
油 あ げ み か ん	内容枚数を示すこと。全形のものにあつては内容個数、全果粒にあつては果粒数又は大粒、中粒、小粒の別若しくは果粒の大きさの略号とその説明を示すこと。大きさが不揃のものにあつては、「混合」と示すこと。
パインアップル 1 種類 の 果 実 (みかん、パイン アップルを除く)	輪切り及び2つ割りにあつては、内容個数を示すこと。全形の果実及び全果粒のかんきつにあつては、果粒数又は大粒、中粒、小粒の別若しくは果粒の大きさの略号とその説明、かんきつ以外の2つ割りのものにあつては、果肉数又は大、中、小の別若しくは果肉の大きさの略号とその説明を示すこと。大きさが不揃のものにあつては、「混合」と示すこと。りんごの輪切りにあつては内容個数を示すこと。
た け の こ 大 型 か ん 詰	全形にあつては大、中、小の別及び内容個数、傷にあつては大、中、小の別、先、切にあつては大、小の別を示すこと。全形、傷、先、切ともに大きさが不揃のものにあつては「混合」と示すこと。
グリーンピース	粒の大きさを大、中、小の別又は粒の大きさの略号L、M、Sとその説明若しくは略号が示す粒径を示すこと。粒の大きさが不揃のものにあつては「混合」と示すこと。
マッシュルーム	ホール及びボタンにあつては粒の大きさを特大、大、中、小、特小、極小の別又は粒の大きさの略号G、L、M、S、T、mとその説明若しくは略号が示すふるい目の大きさを示すこと。

## 食品缶詰の表示に関する公正 競争規約施行規則の運用基準

### 1. 品 名

品 目	運 用 基 準
さけ・ます	原料魚種名の説明は、一括表示事項欄の近くに次のとおり記載する。 このさけ缶詰に使用しているますのすけ（からふとます、さくらます）は、さけ科さけ属の魚です。
まぐろ・かつお み かん ベビーフード 共 通 事 項	まぐろすぶた煮を「まぐろ中華煮（すぶた風）」と示すことができる。 「缶みかん」と示すことができる。 「肉野菜」は「野菜と肉」、「魚野菜」は「野菜と魚」と示すことができる。 「〇〇のみかん」等と示さず、「〇〇みかん」等と品種名以外の用語と品名を直結して示す場合は、品種名以外の用語と品名の文字は、行を変えるか、若しくは文字の大きさを変えて示すこと。

### 2. 原料の品種

品 目	運 用 基 準
フルーツポンチ	和なしを使用した場合は、「和なし」と示し、洋なしの場合は「なし」と示すことができる。

### 3. 形 状

品 目	運 用 基 準
み かん 共 通 事 項	「ブローケン」と示したのものにあっては、原形の果粒の2分の1以下の断・細片果粒の混入が、固形量の15%以内であること。 形状を示す用語は、原則として品名に直結して示さず別個に示すこと。

### 4. 甘 味 料

品 目	運 用 基 準
糖 類	全糖と示す場合の糖類とは、しょ糖、ぶどう糖、果糖、水あめ、ぶどう糖果糖液糖、砂糖混合ぶどう糖果糖液糖、果糖ぶどう糖液糖及び砂糖混合果糖ぶどう糖液糖又はこれらを混合したものをいう。

### 5. 原料の配合割合

品 目	運 用 基 準
野菜煮類似製品 調 理 食 魚肉、畜肉野菜煮 ・フルーツみつ豆	魚肉・畜肉野菜煮の規定に準じ、固形量に対する魚肉又は畜肉の配合割合を示すこと。 カレー及びビーフシチューの肉量は示すことはできない。 肉量又はフルーツ量が基準以上に配合されている場合は、その実際の配合割合を示すことができる。

品 目	運 用 基 準
ベビーフード  共 通 事 項	<p>2種類以上の魚肉等を配合した場合は、魚種別に固形量に対する百分比を示してもさしつかえない。また品名に「魚肉〇〇%」と示した場合は、原材料欄に魚種名を示すこと。</p> <p>1. 原料の配合割合を示す場合、ベビーフード以外は原材料欄に示すことができる。</p> <p>2. 原料の配合割合を示す場合、〇〇%以上の「以上」の文字を省略することができる。</p>
	<p>6. 特 選 等</p> <p>1) 「ファンシークォリティ」等特選に準ずる用語を示した場合は、改めて「特選」の文字を示すこと。</p> <p>2) 特選の文字は品名に直結して示すことなく、別個に示すこと。</p> <p>7. 説 明 文</p> <p>1) ブランドに対し「世界の水準をゆく」などの表現をさけること。</p> <p>2) 説明文で「最高の原料を使用し」などと表現することはさしつかえないが、「最高の製品である」など、製品を対象とする文言は認めない。</p> <p>8. 業 務 用 , 徳 用 等</p> <p>「業務用」、「徳用」、「普及品」等の表示は認めるが乱用しないこと。</p> <p>9. 主 要 部 分</p> <p>缶の高さが缶径の2分の1以下の缶型にあっては、缶のトップを主要部分とすることができる。</p> <p>10. 図 柄</p> <p>内容物に、一般的に装飾用とみられるものを添えた図柄を示すことはさしつかえないが、一見内容物と誤認されやすいものは、図柄の近くに「盛付例」、「調理例」等と併記すること。</p> <p>11. その他共通事項</p> <p>1) 食品添加物以外の表示文字は、特に規定しないかぎり、漢字、ひらがな又はカタカナいずれを用いてもよい。</p> <p>2) 宮内庁ご用達等の表示は乱用をさけること。</p>



