

事業活動

政策委員会兼食品取引改善協議会を開催し新政策委員長を選出

－政策委員会 兼 食品取引改善協議会－

平成19年8月3日(金)午後1時より日食協会議室にて、本年度第3回目の政策委員会兼食品取引改善協議会を開催した。今回は、最初に政策委員長である中島 保氏((株)菱食)が社内人事による交替のため退任されたので、後任の政策委員長に中嶋隆夫氏((株)菱食 取締役常務執行役員)を満場一致で選出した。次いで、議事に入り、食品取引改善に向けた、“流通業のロジスティクス「センター機能とコスト」について”の検討や即席食品工業会に対する物流合理化に関するお願いの件、また2009年に施行される改正薬事法に関し、現状の食品流通の実態を認識いただき「登録販売者」制度等について食品卸売業としての要望事項の取りまとめ等について審議し、下半期の活動についての方針を確認した。以下に当日の資料を掲載する。

資料 1

流通業のロジスティクス「センター機能とコスト」について（案）

社団法人 日本加工食品卸協会
食品取引改善協議会

はじめに

人口減少社会に対応した、流通の構造的転換期を迎え食品流通の取引環境を抜本的に見直す契機とすべく、昨年弊協会は「機能とコストを反映した新たな価格制度」をメーカー各位に呼びかけた。その内容の骨子は①建値と実勢価格の乖離を踏まえた価格制度の再構築、②専用センターの主流化を踏まえたセンターフィ負担制度の確立であった。

特に、小売業の専用センター装備率の拡大は、センターフィ支払額の急増となり卸の収益構造を大きく圧迫し、我々卸の喫緊の課題となっている。

昨年の調査によると会員卸と取引のある大規模小売業678社のうち、専用センターを保有する企業は全体の81.9%を占めており、好むと好まざるにかかわらず専用センター経由の食品物流が支流から主流に移行してしまったと言わざるを得ない。こうした状況の中でも、大方のメーカー側の主張は「センターフィの問題は、卸と小売業の問題」としている。

食品流通市場の中で大きな割合を占める組織小売業が、自らのチェーンオペレーションのためだけに対応している専用センターではあるが、今日的には一定規模以上の業容で運営される専用センターは卸物流と並存して、経済的にも社会的にも或いは環境的にも必然性があるものと考えられる。

従ってセンター機能を正當に評価し、同時にこれに掛かる運営コストは製・配・販三層で合理的にシェアすべきものと認識するので、まずはメーカー、卸間で専用センターの機能性を共通認識し、同時に機能対価を適切に分配する仕組みを構築する必要がある。また、小売業に

は、小売業の設定するセンターフィ料率の公平性を高め、運用基準の徹底や料率基準の算出根拠の開示を求めていく。

1. 物流センターフィの定義

商品センター使用料とも言う。大規模小売業の多くは自らのチェーンオペレーション確立のため、専用物流センターを装備し、店舗への商品納入の効率化をすすめている。そのチェーンストアの専用物流センターを経由するものについては、物流センターから店舗までの納入にかかる費用をセンターフィとして納入業者が支払っている。

もともと日本においては、納入業者が直接店舗納品を行う形で、チェーンストアが発展してきた。従って、チェーンストアが自ら専用物流センターを持った場合、そこから店舗に至る物流の費用は本来納入業者が負担すべきものであるという論理が設定された。つまり、仕入価格には（店着）までの物流コストが含まれているという考えである。

* 専用物流センター経由のシステム上のメリット

- 1) 配送の効率化
 - ・ 配送先数の削減
 - ・ 搬入車両数の削減
 - ・ 積載効率の上昇
- 2) ピッキングの削減
 - ・ 総量の納品が可能
- 3) 荷受作業の効率化
 - ・ 定時一括納品
 - ・ ノー検品
- 4) 品出し作業の効率化
 - ・ カテゴリー別納品
 - ・ 通路順別納品
- 5) 店頭在庫の削減
 - ・ 多頻度配送が可能
 - ・ 小ロット配送が可能
- 6) 欠品・品切れの削減
 - ・ リードタイムの短縮

2. 物流センターフィの内容

物流センターフィは、センター運営上のコストが基礎になっている。このコストは土地、建物、設備、人員、配送費等の要因で構成されている。不動産の価格が高い日本では、土地や建物といったスペース関係の費用が高く、また燃料費や高速道路料金等を含む配送コストも高いという特徴もある。

DC型センター（在庫保有型）は、TC型センター（無在庫型）よりセンターフィが高い事が一般的だ。DC型とTC型の物流工程を比較するとDC型の作業は、入庫から出庫までの工程が広範囲に及ぶ。

TC型では在庫・保管といった部分の工程がない。しかもTC型のうち「バンダー仕分型」

は、センターでの仕分け作業もない。TC型のうち「センター仕分け型」はDC型と比べ保管・在庫機能はないが、店別の仕分けなどは変わらず「ベンダー仕分け型」と比べてコストは高くなる。店別に仕分けするソーター（自動仕分け機）等を装置しているセンターもあるが。これらマテハン機器の装備具合によってもコストは大きく変わりセンターフィの格差も当然大きくなる。

最もトータルコストが高いセンターはDC+TC型センターで、ついでDC型、ついでTCセンター仕分け型で、最もコストが低いのがTCベンダー仕分け型である。

3. 物流センターのコスト例

物流センターのコストは、固定費と変動費にわけられ、固定費では土地、建物、設備費等であり、変動費では人件費や配送費が代表的な項目である。

土地や建物が自社取得の場合、土地は金利、建物は投資金額を法定償却の30年で計算する。賃借の場合は、業者は長くとも15年で投資回収する前提で賃料を算定している。

倉庫費用は自社取得と賃借では自社取得の方がかなり安くなる。

マテハンにしても、最近はリースで契約する方法も多いので、7年と12年では年間のコストは大きく異なる。このように物流センターコストは、固定費の算出方法によって0.5%程度はすぐ変わる。

変動費の中心となる人件費については、時給の相場やセンターレイアウト、マテハン装備状況によって異なる。配送費も店舗と配送距離の合計によって大きく違ってくる。

物流センターフィの分母となる通過金額や1ケース当たりの単価も業態によって変わる。

本来、物流センターフィの高低は、個々の条件を考えなければ、判断が難しい。一律の基準は、存在しないものである。

そこで、流通マーケティング研究所 代表 白井 秀彰氏の著書からの引用ではあるが食品スーパーセンターコストの例では、設定の条件が土地、建物が15年の賃借物件マテハンが10年のリースで計算し、配送距離は50kmで、1運行2回転。DC取扱金額は150億円、TCは100億円程度を想定したコストは下記の数値である。

（この数値は平成18年11月に日食協が実施した専用物流センターフィに関する実態調査の数値とほぼ近い数値である。）

食品スーパーセンターコスト例

単位：%	DC	TC センター仕分 総量納品	TC ベンダー仕分 店別納品
スペース費用	1.5	0.6	0.3
人員コスト	1.6	1.4	0.7
設備費用	0.6	0.4	0.1
情報システム	0.3	0.3	0.1
その他	0.2	0.2	0.1
配送コスト	1.8	1.8	1.8
合計（センターフィ）	6.0	4.7	3.1

4. センターフィの問題点

小売業は、建値制度下での納入価格は、店舗納入までのコストが含まれているとの認識がある。その結果、小売業のセンターに納入すると、納入業者は本来必要な店舗まで配送しなくても済むようになる。このため、小売業者は、その分の物流経費をセンターフィとして納入業者に要請する。しかし、物流工程から分析すると、卸売業者から直接店舗まで配送してきた物流工程（店着物流）が、専用センター経由の物流工程に切り替わった場合、DC型のセンター納品では卸売業の物流作業はそれほど負担が変わらない。

なぜなら納品する商品を専用センターにメーカーから直送で入庫できれば商品を在庫、ピッキングする作業は一回で済むので、DC型はセンター運営自体のコストは高く、センターフィも高くなるがトータルコストではさほど変化はない。

TC型では卸売業者から専用センターまでの配送（横持物流）と専用センターから店舗までの配送（店着物流）がDC型に比べ2重となり物流コストはトータルで高くなる。

DC+TCベンダー型では機能が完全に重複し、かなりトータルコストの高い物流システムとなる。このように物流専用センターの型式によってコストは異なる。

このように異なるセンターフィを全て卸が負担を強いられている事と料金体系が不透明で小売業が一方向的に決めているケースが多い事が問題である。

5. メーカーに対する要請について

物流センターフィについては、卸売業者と小売業者との問題との認識が大方のメーカーの考えであるが、専用物流センターの装備率（81.9%）が日食協の調査結果のごとく、加工食品のメイン販売チャネルであるGMS、SM、CVSでは主流化、常態化しており、この実態を踏まえた応分の負担のあり方の問題は大きな課題である。

特に、現在運用されている新価格体系の建値制度における流通マージンは、小売業の物流専用センターの認識がない時代のものであり、早急にこの機能性を評価し、また物流コストの実態を反映して価格制度の一環としてリベート体系ないし機能対価として「センターフィ負担項目（補填及び補完を含め）」を設定していただきたい。

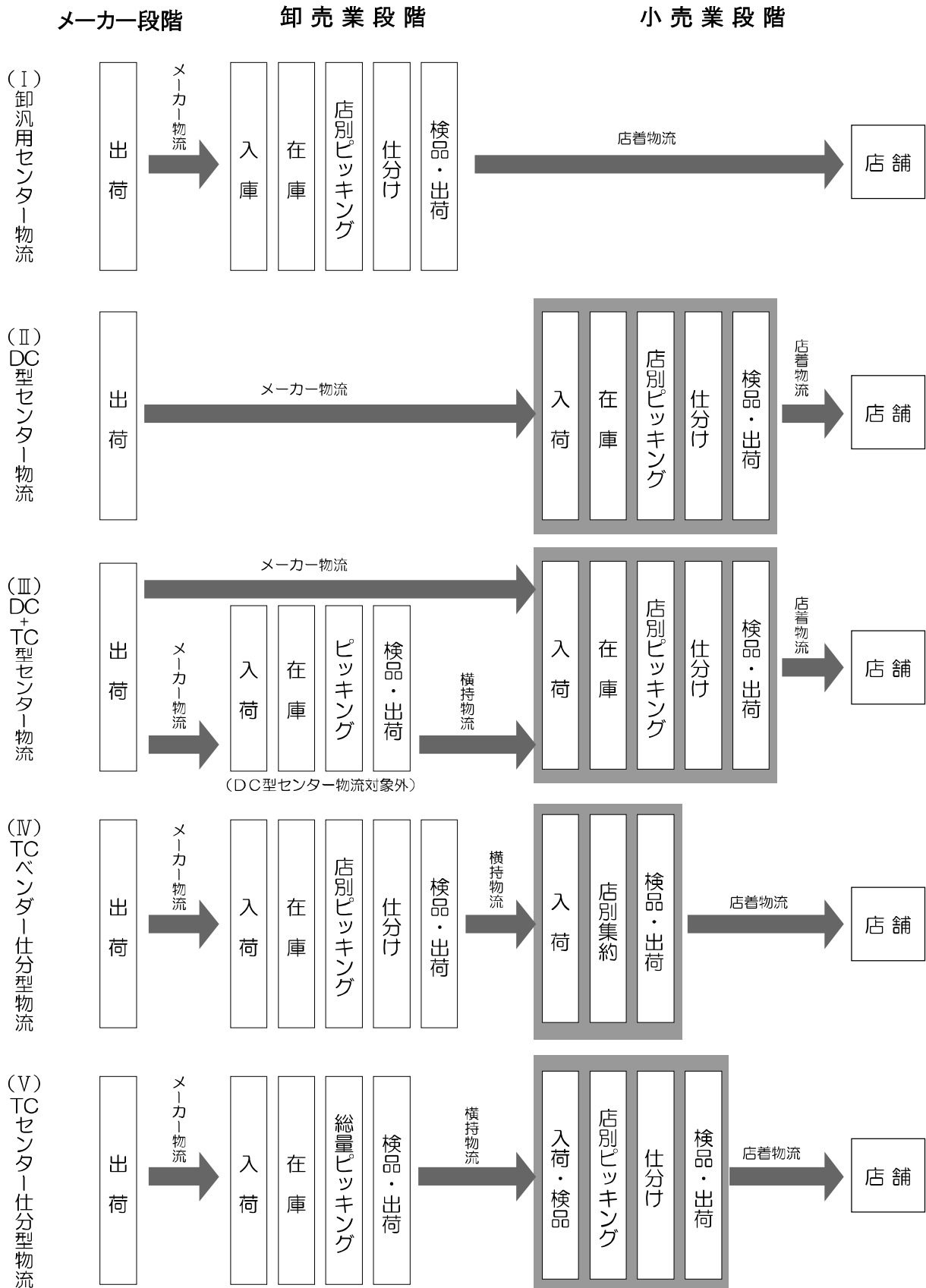
6. 今後の対応の方向性について

従来のビジネスモデルが、もはや限界に来ているとの認識に立って、人口減少社会にも耐える効率的な中間流通システムを構想し、構築していく必要がある。

現実的には大変難しいことではあるが、業界横断的にも協力してメーカーの取引制度に対応した、小売業向けの取引制度を卸売業自身で構築していく事だと考える。

その第1ステップは、取引基本条件として店舗着価格から、センター着価格へ移行した取引制度の構築を検討したい。

物流工程フロー



社団法人 日本即席食品工業協会御中

物流合理化に関するお願いの件

社団法人 日本加工食品卸協会
物流問題研究会 座長 山本 栄二

謹啓 貴社ますますご清栄の事とお慶び申し上げます。

平素は、格段のお引き立てを賜り厚く御礼申し上げます。

さて、食品流通業界は著しい構造変化を背景に、小売業間の競争が激化して低価格化が常態化し、私ども卸売業の経営環境は極限状態にあります。

したがいまして、内部コストの合理化につきましては、従前以上に取り組んでいるところでございます。特に、物流コストの合理化は、SCMに多くの原資があるものと考え、メーカー、卸間の物流実態を拝察いたしましたところ、多くの即席麺メーカー様の納品状況がバラ積み配送であることから、荷受卸での占有時間が多く、合理化の余地があるとの指摘があり、弊社会員卸企業の協力を得て実態調査をいたしました。

結果、調査対象の即席麺メーカー様の納品車輛の積載形態は、90%近くがバラ積みの状態であることから、納品運転手がパレットへの荷卸、積み替え作業を行っており、パレット積み納品に比べ多大な時間を要している実態をあらためて認識いたしました。

つきましては、この実態を踏まえ、貴団体傘下の会員各社の皆様と商品特性に合致し輸送の合理化、品質保全を前提としたパレット積み配送のあり方につきまして、幅広く意見の交換をいたしたく貴協会のご協力とご指導を賜りたく、お願い申し上げます。

敬 具

即席麺メーカーの納品実態状況調査について

平成19年 7 月
社団法人 日本加工食品卸協会
物流問題研究会

1. 調査対象メーカー

- ①日清食品 ②サンヨー食品 ③エースコック ④東洋水産 ⑤明星食品
⑥ヤマダイ ⑦大黒食品 ⑧ハウス食品 ⑨加ト吉 ⑩マルタイ ⑪食創
⑫寿がきや ⑬まるか商事 ⑭農心ジャパン ⑮十勝新津製麺 ⑯サンポー食品
⑰徳島製粉 ⑱インターパック ⑲城北製麺 ⑳カネボウフーズ
臈狩野ジャパン 臈五木食品 臈濃辛 臈東洋軒 計 24メーカー

2. 調査卸売企業名と調査拠点数

- ① (株)菱食 27拠点

② (株) 日本アクセス	2 拠点	
③ 明治屋商事 (株)	7 拠点	
④ (株) サンヨー堂	1 拠点	
⑤ 国分 (株)	37 拠点	計 74 拠点

3. 納品トラック車種 (延割合)

4 トン車	370 台 (77.4%)
10 トン車	73 台 (15.3%)
その他	35 台 (7.3%)
合計	478 台

4. 納品車輻

メーカー車輻	308 台 (67.1%)
路線便	151 台 (32.9%)
合計	459 台

5. 納品車輻の積載形態

バラ積み	89.2%
パレット積み	10.8%

6. 荷降ろし状況ほとんど納品運転手がパレットに積み替えている状況

7. 荷降し所要時間

*バラ積み 平均1分間で9.2ケースの作業量
1000ケースで108分

*パレット積み平均1分間で31ケースの作業量
1000ケースで32分

資料3

庶 発 第739号
平成19年8月10日

厚生労働省医薬食品局総務課御中

改正薬事法における「登録販売者」制度に関する要望書

社団法人 日本加工食品卸協会
会長 国分 勘兵衛

(1) 食品卸売業の現状

食品卸売業は生活者にとって身近な存在であるスーパーマーケットやコンビニエンスストアを始め、食品を販売する様々な業態のお得意先様に対し、広範囲な商流・物流網を形成しております。

更に、生活者への食の安定提供という社会的責任遂行の為に、合理化・効率化を追求し、ローコストで商品供給していく体制・機能を兼ね備えております。

現状、一般用医薬品自体の供給は勿論ありませんが、過去2度の規制緩和により取扱いが可能となった医薬部外品の供給につきましては、既に様々な販路への供給を実現しており、生活者にとってより身近な商品となりました。

(2) 改正薬事法に関する要望事項

国民の健康志向、セルフメディケーションの進展に対して、我々食品流通業者が果たすべき役割とその責任は非常に大きいものであると考えております。

小売業においては、生活者の健康意識の高まりに合わせ、生鮮食品から一般医薬品までの取扱商品については、夫々の効能や食べ合わせによる効果なども含めた情報提供、売場形成などの環境整備が求められております。今般の改正薬事法の下、新たに創設された「登録販売者」制度により、これまで一般医薬品の取扱がなかったスーパーマーケットやコンビニエンスストア等といった小売業態も、この制度を活用することで求められる環境の整備が可能になりました。生活者にとって最も身近で利便性の高いこれら業態が「登録販売者」制度を幅広く活用することは、国民へのセルフメディケーションの浸透という点において非常に意義深いことだと考えます。よって、この「登録販売者」制度につきましては、一般医薬品の取り扱いに関する安全性の確保が充分担保されることを前提に、広範な小売業が活用できるような制度運営となることを期待しております。

一方、食品卸売業者においては、様々な小売業態に対して、広範な商流・物流網を構築しております。「登録販売者」制度により新たに一般医薬品の取扱いを開始しようとする小売業に対しても、一般医薬品取扱いに対する安全性を卸売業者として確保した上で、既に構築している効率的かつローコストな商物流を活用することで安定的な商品供給が可能になると考えております。しかしながら、今般の改正薬事法における卸売業の取扱いについては、医薬品の販売できる許可の範囲に「卸売販売業」が定義されたのみと認識しております。

つきましては、卸売販売業におけるリスク分類された医薬品の取扱いおよび登録販売者の業務範囲を明確に規定していただき、併せて、医薬品卸売販売業の免許要件については、安全性の確保を前提に、一定の要件緩和がなされる（例えば、B・C群商品の取扱に限定した卸売業については、従来の管理薬剤師に換えて、登録販売者の設置が認められるなど。）ことを求めます。

(3) 最後に

取扱商品としての健康志向食品、医薬部外品、また薬事法改正により取扱可能になりうる一般医薬品については、適切な調達ルート、商品知識、販売知識を確保することにより、安全性を十分に考慮した正確な情報提供を行っていく事が重要であると認識しております。

我々食品卸売業は、セルフメディケーションの受け皿となる小売業を下支えすることで、国民自らによる健康維持増進、生活習慣病の発現を未然に防止するという、国のセルフメディケーション推進政策の一役を担ってまいりたいと考えております。

以上

第4回 新価格体系再構築委員会開催

－9月13日－

平成19年9月13日（木）午後3時より（社）日本加工食品卸協会会議室において、第4回目の新価格体系再構築委員会を開催した。当日は最初に（社）日本加工食品卸協会の奥山専務理事が、挨拶し次のように述べた。「この委員会の前回の開催が2月でありましたので、本日まで半年以上が経過したわけですが、この間事務局としては昨年メーカーさんに「価格制度の再構築への提言」をいたしました内容のうち、特にセンターフィに関しまして、メーカーさんに特段のご認識をいただき、ご支援いただけるようなレポートの準備をしてみました。

本日は、このまとめりました“流通業のロジスティクス「センター機能とコスト」について“忌憚のないご意見をいただきたくご参集をお願いいたしました。

また、この間一部のメーカーさんからは価格改訂の発表もされておりますので、市場対応策の状況についてもお話しいただければと考えます。」

その後、各委員より率直な意見が多く出され、総論的には、物流の構造的変化に対し一段と理解が進んだとの評価が得られた。

業務日誌より

くだものと食育

－商品開発研究会－

商品開発研究会は、平成19年度の事業計画に基づき、第1回目の研修会を7月23日（月）当協会の会議室にて開催した。

今回のテーマは、人間力の向上を目指して国民的運動を展開している「食育」を取り上げた。

講師は、（社）日本パインアップル缶詰協会専務理事 柘植茂晃氏にお願いし「くだものと食育」の演題でご講演をいただいた。

食生活指針の定めた食事バランスに関することや西欧人と日本人のくだものに関する考え方の基本的違いやくだもののお話など興味ある話題で大変有意義な研修会となりました。



研修会会場

ジャパン・リサイクル株式会社を見学

—環境問題対応ワーキング・グループ—

9月11日（火）環境問題対応ワーキング・グループAチーム9名は、千葉市中央区川崎町にあるジャパン・リサイクル株式会社を訪問し、廃棄物処理装置の設備について研修を行った。

JFEグループのJFEエンジニアリング株式会社の100%子会社であるジャパン・リサイクル株式会社は、東京から電車で40分ほどの京葉工業地域（蘇我駅下車）のまんなかの千葉地区に位置し、1951年、戦後我が国で初めて、鉄鋼一環の臨海製鉄所として建設されたJFEスチール東日本製鉄所の広大な敷地内にある。

この設備の最大の特徴は、2つのセンターを保有して、廃棄物を単なるゴミのままで終わらせる事なく、環境にやさしく、正しく処理する事で、新しい資源として再利用する「循環型社会」を構築している事である。

1. 千葉リサイクルセンター

このセンターは「サーモセレクト方式ガス化熔融炉」を導入して、多種多様な廃棄物を処理して、単なる処理ではなく、発生する燃料ガスやスラグ、メタルなどを資源物として回収し、製鉄所地域社会に供給している。さらに、廃棄物処理で問題になるダイオキシンなどの有害物質の発生もほぼゼロに抑え、循環型社会に貢献している。

2. 千葉バイオガスセンター

このセンターは、食品残さ等有機性廃棄物からバイオガスを効率的に回収する「ビガダン方式バイオガスシステム」を導入して、食品リサイクル法に適合した、リサイクルを可能としている。このシステムにより回収したメタンガスは、製鉄所に燃料ガスとして供給され化石燃料の使用削減に貢献しています。また、発酵残さをガス化熔融炉にて再処理することにより、完全な再資源化が実現されている。



ジャパン・リサイクル(株) 千葉リサイクルセンター

関連省庁・団体からのお知らせ

マグロ缶詰の内容量設定について審議

－(社)日本缶詰協会－

食料缶詰は従来JAS規格により製品の最低内容量等が一括定率方式により定められており、各製品の容器に対する比率と一部の缶型については最低重量が缶詰手帳に掲載されている。会員企業はJAS製品以外でもこれらを参考にして製品を製造しているが、JAS規格では近年の改正により最低内容量等の基準が削除され、掲載内容に法的な拠り所がなくなっている状況にある。

そこで日本缶詰協会では、新規商品等で内容量を設定する場合、会員企業からの申請があった場合は関連業界団体とともに検討会を開催し、その設定値に対する妥当性について審議することとした。

今回はマグロ缶詰製品について申請があり、日本加工食品卸協会、日本製缶協会、食品環境検査協会、日本鯖缶詰輸出水産業組合並びに日本缶詰協会により、審議した。その結果下記の内容について設定基準値が妥当であると判断し、その旨申請者に通知した。

名称	缶型	固形量(g)	内容総量(g)
マグロ油漬 (ソリッド)	ツナ2号DR	150	185
	ツナ2号DRE	130	165

なお、今回の決定は缶詰手帳の“水産物缶詰・瓶詰の旧日本農林規格及び業界統一内容量”の項に記載される。また、今後も会員企業からの申請があった場合は同様の検討会により妥当性について判断することとした。

平成19年度 流通システム標準化事業

標準EDIの利用拡大を中心に幅広く検討

－(財)流通システム開発センター－

はじめに

経済産業省が平成18年度から推進している流通システム標準化事業の19年度事業は、本年4月に確定・公開した次世代標準EDI「流通ビジネスメッセージ標準(Ver1.0)」の利用範囲拡大のための検討を中心に、多岐にわたるテーマで構成されている。

商品マスタデータ同期化システム

商品マスタデータ同期化は、GDS(Global Data Synchronization)と呼ばれる国際的な商品情報共有の仕組みをモデルに検討されてきた。GDSを日本で先行的に研究していた日本GCI推進協議会の活動と連携する形で、平成17年度に小売、卸、メーカー等60社を超える企業が参加して実証実験が行われた。

昨年度はその成果を踏まえて、民間の商品DB事業者が参加して実用化に向けた実証が行われ、本年4月から日用品・化粧品業界で実運用が開始されている。

今年度は、この仕組みを中小流通業に普及するための調査研究と実証実験が行われる。

次世代標準EDIシステム

次世代EDIの標準化検討をリードしてきたのは、GMS/スーパー業界を代表する日本チェーンストア協会と日本スーパーマーケット協会である。両業界がEDI標準化に取り組んだ背景には、既存のJCA手順の運用において機器・ソフトの維持が高コストになってきたこと、漢字や画像データの送受信が行えないこと、データ通信速度が遅い、安価な通信回線を利用できないなどの課題があった。

また一方で、取引先である卸（メーカー）側が、小売業ごとの個別フォーマットを変換するために開発してきたプログラムを今後とも維持管理することによるコスト負担がサプライチェーンの全体最適化を阻害する要因としてクローズアップされていた。

このような課題を解決するために、両協会合同の情報システム委員会の下に次世代EDI標準化WGが平成17年8月に発足し、以後、本年3月まで20ヵ月に及ぶ標準化検討と実証を行った結果、ターンアラウンド型取引を対象に基本6業務（発注、出荷、受領、返品、請求、支払）の標準メッセージを本年4月に確定し、公開したところである。

メッセージの策定に当たっては、各小売項目の名寄せといった机上の検討をベースに作成した標準案を、小売4社（イオン、ダイエー、平和堂、ユニー）と加工食品・日用品卸9社が先行して実業務で使用し、その実用性を検証する共同実証を、本年2～3月に実施した。その結果を踏まえ、多少の精度向上を図った上で「使える！」との確証のもとに公開している。

現在は、これら先行企業が本番運用を迎えているほか、他のスーパーも続々と導入を計画している。

今年度事業では、スーパー業界における標準メッセージの利用商品分野を生鮮やアパレルに拡大するための検討と共同実証を行うほか、スーパー業界以外の小売業態として昨年度からの百貨店業界に続いて今年度からチェーンドラッグストア業界が検討に加わるなど、利用範囲の広がりを見せている。

中小流通業への標準EDI拡大研究

上記のような標準EDIの業種・業態の拡大と並行して、中小流通業への拡大研究を行う。

小売業がJCA手順との並行運用を短期間に終えたいと考えた場合、中小規模の取引先への対応がひとつの鍵となる。また、標準EDIを多くの取引先小売業に広げたいと考える卸売業にとっても、中小小売への対応がひとつの課題となる。

流通業界では従来から、業界単位や地域単位のVAN事業者がEDIの中継センターとして機能し、短期間にEDIシステムの裾野を広げた実績がある。今回の標準EDIの展開においても、

既存のVANサービス、あるいは業務ソフトの期間貸しを行うASPサービスを行う事業者の存在が普及の鍵となると考えている。今年度は、地方の卸と小売間のEDI仲介サービスを行っている地域VANに焦点をあて、従来方式と今回の新たな方式の混在、並びにサーバとクライアント間のさまざまなEDI連携とASPサービスを前提に、モデルとなる機能要件の整理と実証による裏付けを行い、ガイドラインとしてとりまとめる。

物流ラベルの標準化研究

すでに標準EDIの実運用に入った小売業と卸との間で、標準のEDIデータ項目と既存の物流ラベル項目の対応関係が課題になっており、今後の普及のネックになる可能性がある。

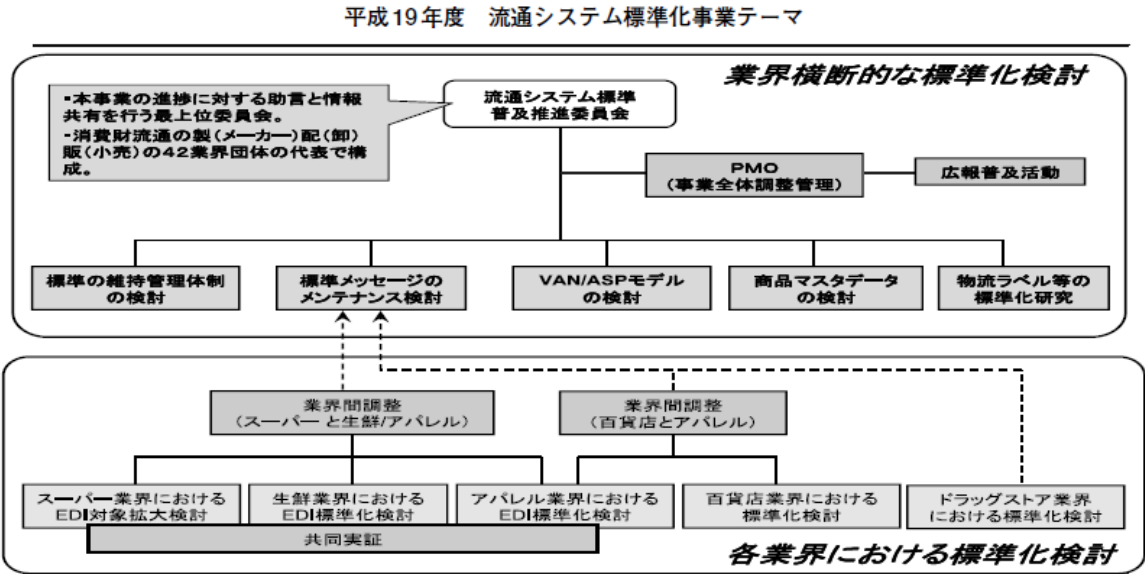
標準の出荷メッセージに対応した物流ラベルや納品明細書等の標準化のあり方について、今年度から調査研究に着手し、来年度までには標準仕様を作成したいと考えている。

標準の維持管理体制の確立

標準仕様を今後とも継続的に普及拡大し、サプライチェーンの全体最適化を図っていくためには、標準の維持管理と広報普及を永続的に行う機関が必要である。特に、経済産業省事業が終了する平成21年度以降は、ユーザ企業主体の組織として運営されていることが必要となる。

そのような組織のあり方の検討を昨年度から本事業の中で始めたところであるが、今年度はさらにその内容をブレイクダウンし、来年度中には実際に組織を立ち上げることができるよう、詳細検討を行う。

(研究開発部長 坂本尚登)



一口タイプのこんにゃく入りゼリーの事故防止対策について

平成19年9月20日
全国こんにゃく協同組合連合会
全国菓子工業組合連合会
全日本菓子協会

1 対策の対象

一口タイプのこんにゃく入りゼリーを今回の対策の対象とする。

具体的には、ミニカップタイプのこんにゃく入りゼリーと袋物等の一口タイプのこんにゃく入りゼリーを対象とする。

2 統一マークの制定と袋表面への表示

(1) 統一マークは、こんにゃく入りゼリーがお子様と高齢者の方には不適であること（食べてはいけないこと）が一目で分かるような警告表示としての位置付けとする。

合わせて趣旨を徹底するためマークと一緒に「お子様や高齢者の方はたべないでください」という文をセットで表示することとする。

(2) 大きさは、一目で分かるように最短径を20mm以上とする。

(3) 囲み及び×印は赤色、中は白地に、黒で子供と高齢者の顔を入れる。

(4) 袋おもて面への表示箇所は右下とする。

3 袋のおもて面へのこんにゃく入りゼリーの表示

一般のゼリー菓子と異なることが一目で分かるように袋のおもて面に「こんにゃく入りゼリー」と表示することとするが、商品名、活字の大きさ等がまちまちであるので、1の統一マークの中に「こんにゃく入りゼリー」という表示を入れ込むこととする。（統一マークがこんにゃく入りゼリーのマークであることを明確にする。）

4 袋裏面への表示の徹底

(1) 袋裏面には、次の内容の事項を必ず表示する。

- ① お子様や高齢者の方は、のどに詰まるおそれがありますので、食べないでください。
- ② 万が一、のどに詰まった場合には、うつぶせにして背中をたたいて、吐き出させてください。
- ③ お子様の手の届かないところに保管してください。

(2) 表示の仕方

警告表示として位置付け、赤線で囲んだ枠の白地の中に赤字で表示することとする。なお、赤の囲みの上部には、線上又は囲みを作って「△警告」という表現を10ポイント以上で入れる。

(3) 字の大きさ

袋の面積の制約等もあるので、赤線で囲んだ枠の白地の中に赤字で表示することを前提として、8ポイント以上の大きさとする。

5 取組みの継続性の確保

各メーカーにおける以上の取組みが継続して行われるように、一定期間ごとに調査等を行い、取り組み状況のフォローを行うこととする。

6 その他

- (1) 袋の絵柄については、お子様と高齢者の方には不向きな商品であることを前提に、お子様向けと判断できるようなものは避けるように配慮することとする。
- (2) 個々のカップへの表示については、面積が小さい等の物理的な制約もあるので、各メーカーの判断で極力工夫して注意内容の趣旨を表示することとする。
- (3) 売り場については、お子様と高齢者の方には不向きな商品であることを前提に、各メーカーから小売業に対してお子様向けのお菓子（幼児用ビスケット、ウエハー、玩具菓子など）の傍に置かないようお願いすることとする。
- (4) 関係企業及び関係団体がこんにやく入りゼリーの事故情報を入手した場合には、速やかに対策会議事務局に報告することとし、対策会議は行政部局とも連絡を取りながら状況の分析及び対策について検討することとする。

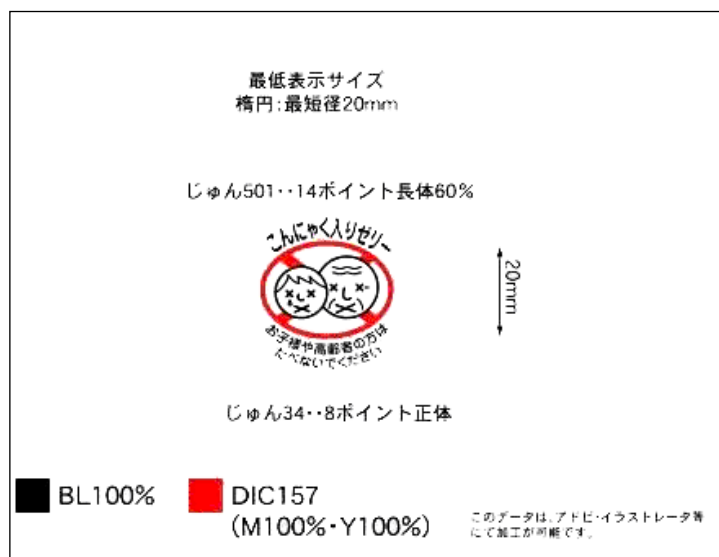
7 対策の実施時期

本年10月から開始し、平成20年1月末までに全ての切替えを完了する。

警告マーク

本マークは、3団体が使用し、推奨するマークです。こんにやく入りゼリーを製造、販売、輸入される企業の方はお使いください（無償）。

なお、使用される場合には、所定の使用願いを提出していただく必要がありますので、次のところにお問合せください。



<問合せ先>

全国こんにやく協同組合連合会
東京都千代田区神田多町2-11-5
電話 03-3256-0903
FAX 03-3256-0919

全国菓子工業組合連合会
東京都港区南青山5-12-4
電話 03-3400-8901
FAX 03-3407-5486

全日本菓子協会
東京都港区新橋6-9-5JBビル
電話 03-3431-3115
FAX 03-3432-1660

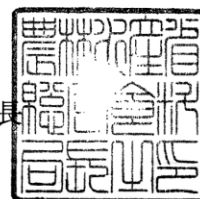
「朝ごはんキャンペーン」の実施について

19総食第439号

平成19年7月30日

社団法人日本加工食品卸協会
会長 國分 勸兵衛 殿

農林水産省総合食料局長



「朝ごはんキャンペーン」の実施について

日頃より、農林水産行政の推進に御理解と御協力を賜り、ありがとうございます。

農林水産省では、食料自給率の向上に資するよう、にっぽん食育推進事業の一環として、朝ごはんの喫食向上や米を中心とした日本型食生活の普及・啓発を目的とした「朝ごはんキャンペーン」（以下「キャンペーン」という。）の実施を予定しています。

このキャンペーンは、下記のとおり、平成19年11月放送予定のテレビコマーシャルを核として、食料品関係の企業、団体等の御協力も得ながら、官民挙げての朝ごはん推進キャンペーンとしたいと考えています。

このため、11月放送予定のテレビコマーシャルについては、その企画概要や使用するロゴマーク、キャッチコピー等を事前に食料品関係の企業、団体等の皆様に情報提供し、多くの賛同いただける皆様の利用に供していく予定としております。

是非、この趣旨に御賛同の上、御協力いただきますよう、貴団体傘下の会員への周知をお願い申し上げます。

なお、キャンペーンについての具体的な説明が必要な場合には、別途説明に伺いますので、御連絡いただきますようお願いいたします。

記

1 テレビCM等の概要（予定）

(1) 放送時期： 平成19年11月

(2) 内 容：① 朝食欠食率の高い若年層（特に20～30歳代）を主な対象とした朝ごはん推進のためのテレビCMを制作、放送。

② CM関連WEBサイトを制作し、追加情報を提供。

2 キャンペーン参加団体・企業のメリット

- (1) テレビCMに関する事前の情報提供
- (2) テレビCMの店頭での利用（許諾を予定。）
- (3) キャンペーンのロゴマーク、キャッチコピーの利用（許諾を予定。）

3 賛同団体・企業等への提供時期

- (1) 企画概要： 8月上旬頃
- (2) キャンペーンのロゴマーク、キャッチコピー： 決定次第（8月上旬目途）
- (3) キャンペーン用テレビCM映像： 10月頃

4 想定している食料品関係企業・団体での取組例

- (1) 流通業者（百貨店、スーパー、コンビニエンスストア、商店、生協、Aコープ、弁当店、米穀販売店等）
 - 小売店の店頭でのCMの放映
 - 朝ごはん関連食材を対象とした販売促進活動でのCMで利用するロゴマーク、キャッチコピー等の表示。
 - 各企業・団体等の放送するCM、運営するホームページ、掲示するポスター、頒布するチラシやパンフレット等でのCMで利用するロゴマーク、キャッチコピー等の表示。
- (2) 外食業者（ファミリーレストラン、ファストフード、コーヒーショップ、そば屋等）
 - 外食店の店頭でのCMの放映
 - 朝ごはんメニューを中心とした販売促進活動でのCMで利用するロゴマーク、キャッチコピー等の表示。
 - 各企業・団体等の放送するCM、運営するホームページ、掲示するポスター、頒布するチラシやパンフレット等でのCMで利用するロゴマーク、キャッチコピー等の表示。
- (3) 加工業者
 - 朝ごはん関連商品の商品パッケージ等へのCMで利用するロゴマーク、キャッチコピー等の表示。
 - 各企業・団体等の放送するCM、運営するホームページ、掲示するポスター、頒布するチラシやパンフレット等でのCMで利用するロゴマーク、キャッチコピー等の表示。

5 CM、ロゴマーク、キャッチコピー等の使用条件

参加者の取扱商品等から見て、国産農林水産物の利用促進と自給率向上に寄与すると見込まれること。

問い合わせ先

〒100-8950 東京都千代田区霞が関1-2-1

農林水産省総合食料局食糧部消費流通課（流通加工対策室）

米消費拡大普及班（担当者：太田、藤田）

電話：03-3502-7950 FAX：03-3502-5370

めざましごはんロゴマーク利用許諾要領

19総食第582号
平成19年9月13日制定

(趣旨)

第1 この要領は、農林水産省が平成19年度につぼん食育推進事業委託事業（テレビ媒体等を活用した普及・啓発事業）応募要領第19及び著作権法（昭和45年法律第48号。以下「法」という。）第61条第1項の規定により著作者から著作権を譲り受けた「めざましごはんロゴマーク（以下「マーク」という。）」の法第63条の規定による利用の許諾（以下「利用許諾」という。）に関し、必要な事項を定めるものとする。

(マークの目的)

第2 マークは、消費者に対して、朝ごはんの喫食向上を推進し、食料自給率の向上や米を中心とした日本型食生活の普及・啓発を目的として定めるものとする。

(図柄等)

第3

- (1) マークのデザイン、色及び縦・横の比率は、別図の通りとする。
- (2) マークを利用する者（以下「利用者」という。）が、マークをみだりに改変して使用することはできない。ただし、印刷物及び容器包装のデザイン上、モノクロを選択しても差し支えない。
- (3) マーク本体に係らない範囲で、上下左右に文字を書き込んで使用することができる。ただし、併記する文字は、農林水産省総合食料局食糧部消費流通課流通加工対策室長（以下「流通加工対策室長」という。）の許諾を得たものに限る。

(利用許諾の申請及び許諾)

第4

- (1) マークの利用許諾を受けようとする者（以下「申請者」という。）は、「様式1」により流通加工対策室長あてに申請しなければならない。
- (2) 流通加工対策室長は内容を審査の上、本要領に適合すると認めた申請について、「様式2」の「めざましごはんロゴマーク利用許諾証」を申請者に発行する。
- (3) 流通加工対策室長は、マークの利用申請及び利用に当たって必要に応じ条件をつけることができるものとし、またマーク利用の許諾を受けた者が、この要領に違反した場合には、利用許諾の取消し及び是正のための措置をとることができる。

(利用許諾の申請の除外)

第5 食育関連事業を実施している関係府省（内閣府、文部科学省及び厚生労働省）及び地方公共団体が、マークの目的に沿った利用を行う場合には、利用許諾の申請の手続きを省略することができる。ただし、利用にあたり、利用する日の10日前までに、「様式3」により流通加工対策室長あてに報告しなければならない。

(マークの表示条件)

第6

- (1) マークは、朝ごはんの推進に資する商品であり、かつ食料自給率の向上又は米を中心とした日本型食生活の推進に資する商品に表示することができる。

- (2) マークは、前項に規定される商品及び当該商品をまとめて収容する容器箱に表示することができる。
- (3) マークは、朝ごはんの推進のために作られるポスター、チラシ、パンフレット等の資材に表示することができる。
- (4) マークは、第4により許諾を受けた者及び第5により申請が除外された団体等の関係者の名刺に印刷することができる。

(マークの利用料)

第7 マークの利用に係る対価は徴収しないものとする。

(利用者の義務)

第8

- (1) 利用者は、関係法規を遵守するとともに、マークの機能を損ない、又は権利の喪失を招くことのないように努めるものとする。
- (2) 利用者は、第三者が著作権を侵害し、又は侵害しようとしている事実を発見した場合は、直ちに流通加工対策室長に通知するものとする。
- (3) 利用者は、第三者との係争、審判、訴訟等について農林水産省総合食料局食糧部消費流通課流通加工対策室と協力して対処し、具体的措置の方法等についてはその都度両者協議して決定するものとし、係争、審判、訴訟等に要した費用は利用者が負担するものとする。
- (4) 利用者は、使用するマークを付した商品の瑕疵により第三者に損害を与えた場合は、これに対し全責任を負うものとする。
- (5) 利用者は、流通加工対策室長から要請がある場合は、マークの利用実態の報告又は利用商品等の提出を行わなければならない。

(マークの適正利用)

第9 マークを表示する者がこの要領を遵守せずに、不正に利用した場合には、次の必要な措置を順次講ずることとする。

- (1) 警告
- (2) 利用許諾の取消し
- (3) 社名公表
- (4) 訴訟

(マークの利用期間)

第10 利用期間は設けないこととする。

(附則)

この要領は、平成19年9月13日から施行する。

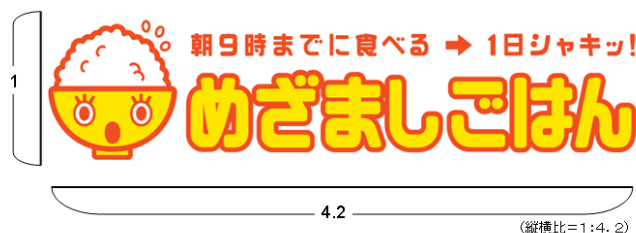
(申請書類等送付先)

〒100-8950 東京都千代田区霞が関1-2-1
農林水産省総合食料局食糧部消費流通課
流通加工対策室
電話 03-3502-7950 FAX 03-3502-5370

マーク縦組



マーク横組



(様式1)

めざましごはんロゴマーク利用許諾申込書

平成 年 月 日

農林水産省総合食料局食糧部消費流通課流通加工対策室長 殿

申請者[利用予定者] (所在地) 〒
(名 称)
(代表者) 印

めざましごはんロゴマークの利用にあたり、貴省で平成19年9月13日制定の「めざましごはんロゴマーク利用許諾要領」を承認の上、下記のとおり利用許諾を申請します。

記

1. マークを使用するもの(該当箇所にチェックする)
商品の包装資材 チラシ パンフレット ポスター 広告 名刺
その他 ()
2. マーク、マークシール等の印刷予定数
(1) 印刷アイテム予定数: () 個
(2) 総印刷予定数(個)数: () (個) 枚
(3) マークの大きさ: タテ()mm×ヨコ()mm、タテ()mm×ヨコ()mm
3. 使用地域又は店舗名等
(地域名又は店舗名等:)
4. 貴社業態:(該当箇所にチェックする)
農林水産物生産者 農業協同組合 食品卸売業 食品小売業
食品製造業 食品製造・小売業 商社 外食産業
その他 ()
5. 農林水産省が利用許諾状況をホームページで公表する場合、貴社名等の公表の希望の有無(該当箇所にチェックする)
有り 無し
6. 問合せ先
(1) 部署名:
(2) ご担当者名:
(3) TEL・FAX:
(4) E-mail:

※記入上の留意事項

1. 上記様式に記入が困難な場合は「別紙」とし添付する。
2. 名刺にマークの印刷を行う場合は、会社、団体、グループ等の構成員1名が代表して申請を行うものとする。

(様式2)

めざましごはんロゴマーク利用許諾証

平成 年 月 日

(申請者 [利用予定者]) 殿

農林水産省総合食料局食糧部消費流通課流通加工対策室長

平成 年 月 日付けのめざましごはんロゴマーク利用許諾申請について、本通知により許諾する。

(様式3)

めざましごはんロゴマーク利用報告書

平成 年 月 日

農林水産省総合食料局食糧部消費流通課流通加工対策室長 殿

申請者[利用予定者] (所在地) 〒

(名称)

(代表者)

印

貴省で平成19年9月13日制定の「めざましごはんロゴマーク利用許諾要領」を承認の上、めざましごはんロゴマークを使用するので、下記のとおり報告します。

記

1. マークを使用するもの (該当箇所をチェック する)
商品の包装資材 チラシ パンフレット ポスター 広告 名刺
その他 ()
2. マーク、マークシール等の印刷予定数
(1) 印刷アイテム予定数: () 個
(2) 総印刷予定数 (個) 数: () (個) 枚
(3) マークの大きさ: タテ ()mm × ヨコ ()mm、タテ ()mm × ヨコ ()mm
3. 使用地域等
(地域名等:)
4. 府省又は地域公共団体名
(府省又は地域公共団体名:)
5. 問合せ先
(1) 部署名:
(2) ご担当者名:
(3) TEL・FAX:
(4) E-mail:

※記入上の留意事項

1. 上記様式に記入が困難な場合は「別紙」とし添付する。
2. 名刺にマークの印刷を行う場合は、構成員1名が代表して報告を行うものとする。

JAS法違反又はJAS法違反のおそれのある商品についての 農林水産省等への自主的な申出の徹底について（通知）



19消安第6664号
平成19年9月7日

社団法人日本加工食品卸協会会長

殿

農林水産省消費・安全局長



JAS法違反又はJAS法違反のおそれのある商品についての農林水産省等
への自主的な申出の徹底について（通知）

今般、食肉卸売業者に端を発し、品質表示の原材料名欄に表示の欠落がある商品が広汎・多岐にわたって流通する事案が発生いたしました。

このような商品が、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（昭和25年法律第175号。以下「JAS法」という。）第19条の13第1項に基づき定められた加工食品品質表示基準（平成12年3月31日農林水産省告示第513号）第4条第1項第2号の規定に違反するものであることはいうまでもありません。

消費者の食品表示に対する信頼を確保するためには、製造業者等が品質管理を徹底することはもとよりですが、不適正な表示の商品が発生した場合に、これを迅速に是正することが重要です。

このためには、JAS法違反の事実又はJAS法違反のおそれがある表示について、製造業者等が認識した場合には、農林水産省等のJAS法担当部局（別添）に速やかに申出をしていただく必要があります（別紙様式）。

また、申出を行った製造業者等が希望する場合には、申出のあった事項を農林水産省のホームページに掲載し、消費者への迅速な情報提供を行うこととしています（平成19年10月10日より受付開始）。

なお、この情報提供は、JAS法に違反した業者名等の「指示及び公表の指針」（平成14年6月制定）に基づく公表とは異なり、消費者への情報提供を目的とするものであり、賞味期限の印字ミスなどについての情報も掲載することが可能です。

貴団体におかれましては、食品に対する消費者の信頼を確保する観点から、会員の団体及び食品製造事業者等に対し、上記について周知していただきますよう、お願いいたします。

(別紙)

(表)

年 月 日

殿

住所

氏名

(法人にあつては、名称、主たる事務所の所在地及び代表者氏名)

担当連絡先

自主申告書

(製造・販売)した飲食料品について、下記のとおり不適正な表示等がありましたので報告
します。

記

該当する飲食料品の商品名	
名称(品名)	
該当する飲食料品を特定する情報(形態、製造番号等)及び不適正な表示の内容	
事業者名及び所在地	

(裏)

問い合わせ先	
返品方法 及び改善方法等	
備考	

枠内の情報を、農林水産省ホームページに掲載することを希望します。

自主申告申出窓口一覧表

◎農林水産省

担当部署	電話番号(FAX番号)	担当地域(都道府県)
消費・安全局 表示・規格課	TEL 03(3502)7804 FAX 03(3502)0594	全国

◎地方農政局等

担当部署	電話番号	担当地域(都道府県)
東北農政局 消費・安全部 表示・規格課	022(221)6108 (ダイヤルイン)	青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島
関東農政局 消費・安全部 表示・規格課	048(740)0090	茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、山梨、長野、静岡
東海農政局 消費・安全部 表示・規格課	052(223)4618	愛知、岐阜、三重
北陸農政局 消費・安全部 表示・規格課	076(232)4113 内線3733	新潟、富山、石川、福井
近畿農政局 消費・安全部 表示・規格課	075(414)9026	滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山
中国四国農政局 消費・安全部 表示・規格課	086(224)9409	鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知
九州農政局 消費・安全部 表示・規格課	096(353)7364	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島
沖縄総合事務局 農林水産部 消費・安全課	(代表)098(866)0156	沖縄

◎地方農政事務所

担当部署	電話番号	担当地域(都道府県)
北海道農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	011(642)5490	北海道
青森農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	017(775)2151 (ダイヤルイン)	青森
岩手農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	019(624)1125 (ダイヤルイン)	岩手
秋田農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	018(862)5615 (ダイヤルイン)	秋田
山形農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	023(622)7231 (代表)	山形
福島農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	024(535)0110 (ダイヤルイン)	福島
茨城農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	029(221)2185	茨城
栃木農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	028(633)3311	栃木
群馬農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	027(221)1181	群馬
千葉農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	043(224)5613	千葉
東京農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	03(3214)7317	東京
神奈川農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	045(211)1333	神奈川
山梨農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	055(226)6613	山梨
長野農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	026(234)3932	長野
静岡農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	054(246)6959	静岡
新潟農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	025(228)5211	新潟
富山農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	076(421)6121	富山
福井農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	0776(36)1791	福井

担当部署	電話番号	担当地域(都道府県)
岐阜農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	058(271)4044 (代表)	岐阜
三重農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	059(228)3153 (ダイヤルイン)	三重
滋賀農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	077(522)4261	滋賀
大阪農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	06(6943)9691	大阪
兵庫農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	078(331)9943	兵庫
奈良農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	0742(23)1290	奈良
和歌山農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	073(436)5009	和歌山
鳥取農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	0857(22)3131	鳥取
島根農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	0852(24)7311	島根
広島農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	082(281)2112	広島
山口農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	083(922)5205	山口
徳島農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	088(622)6135	徳島
香川農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	087(831)8155	香川
愛媛農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	089(932)1440	愛媛
高知農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	088(875)2155	高知
福岡農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	092(281)8261	福岡
佐賀農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	0952(23)3132	佐賀
長崎農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	095(822)3293	長崎
大分農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	097(532)6132	大分
宮崎農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	0985(22)3181	宮崎
鹿児島農政事務所 消費・安全部 表示・規格課	099(222)0121	鹿児島

中国からの輸入食品に貼付されている (CIQ) マークについて

表題の件について、(財)食品産業センターより通知がありましたのでお知らせいたします。

19 FIC 第 3 1 3 号
平成 1 9 年 8 月 2 3 日

各位

財団法人 食品産業センター
理事長 西藤 久三
(公 印 省 略)

中国からの輸入食品に貼付されている (C I Q) マークについて

記

本件につきまして別添の通り厚生労働省より通知がありましたのでご連絡申し上げます。

中国政府は、輸出食品の監督・管理体制強化の一環として、本年 9 月 1 日から、検疫検査に合格した輸出食品に検疫検査 (C I Q) マークを付けるよう各省検疫検査局に通達しました (「輸出食品に検疫検査マークを付ける公告」(2007 年第 85 号))。したがって、本年 9 月 1 日からは、中国政府の検疫検査に合格した食品全てについて、包装への C I Q マーク貼付または印刷が義務付けられます。

団体会員におかれましては、傘下の会員企業にもご連絡方、宜しく願いいたします。
なお、この制度実施に際しての中国各省検疫局の詳細対応について、現時点において不明な部分がありますので、ご留意いただきますようお願い致します。
また、特段のことがあれば当センターに情報をお寄せいただくようお願い申し上げます。

容器に貼付が予定されているマーク



中国産食品の取扱いについて

食安輸発第0823002号

平成19年8月23日

各検疫所長 殿

医薬食品局食品安全部監視安全課
輸入食品安全対策室長
(公印省略)

中国産食品の取扱いについて

米国等において発生している中国産食品の安全性に関する問題に対応するため、中国政府においては、輸出食品の検査強化や検閲検疫マークの貼付等の措置を講じることとしているところですが、検疫所における監視指導においては、当面、下記のとおり取り扱うこととしましたので、関係業者に対して周知の上、対応方よろしくをお願いします。

なお、中国産食品の輸入者に対しては、引き続き、中国において違法に製造加工輸出されたものではないこと、原材料、製造・加工方法、検査データ等がわが国の食品衛生法に適合すること等について確認を行うよう指導方お願いします。

記

1. 中国政府の措置の有効性を検証するため、違反事例については、輸入者から輸出企業としての登録・登記の有無、輸出検査の結果、検閲検疫マークの貼付の有無等について報告させること。
2. 輸出停止企業については、引き続き当該企業の全ての食品について輸入手続を保留すること。
3. 検閲検疫マークの貼付にかかわらず、従来どおり、検査命令、モニタリング検査等を実施すること。(輸入時検査の取扱いは変更しない。)

中国からの輸入食品に貼付されている「中国国家質量監督 検査検疫総局（C I Q）マークについて

中国からの輸入食品に貼付される「中国国家質量監督検査検疫総局
（C I Q）マーク」について

平成19年10月3日
（財）食品産業センター 技術部

2007年6月13日に、中国国家質量監督検査検疫総局は2007年9月1日より、輸出食品の品質安全を保証し、また食品の不法輸出行為を防ぎ、輸入食品の信頼を守るため、輸出入検査検疫機構の検査検疫に合格した全ての食品に対して検査検疫マーク（所謂C I Qマーク）を貼付する制度の導入を公告いたしました「輸出食品における検査検疫マーク貼付に関する公告：2007年第85号」。

本情報及び本件に関する厚生労働省よりの通知（裏面添付）について、2007年8月23日に当センター会員宛FAXにてお知らせいたしましたところであります。

厚生労働省の通知にあるように、日本政府の本件の対応において、輸入食品の輸入時検査の取扱いの変更はなく、従来通りの輸入食品監視計画に基づき監視・検査されるとのことであります。

本マークの貼付に関して、個包装への貼付なのかダンボール等の外箱への貼付なのか不明な部分があります。9月に入り、外箱のみに本マークが貼付された食品が中国より輸入されたとの情報を得ましたので今後とも情報の提供にご協力のほどを御願ひ申し上げます。

参考）検査検疫マークが表示される輸出食品の範囲

水産品及びその製品	食肉（畜肉、家きん肉）	野生動物の肉及びその製品
ケーシング	卵及びその製品	食用動物油脂とその他動物由来食品
米	雑穀（豆類）	野菜及びその製品
小麦及びシリアル製品	醤油製品（漬物等）	ピ-ナツ（落花生）
コーヒー豆など	カカオ	茶葉（緑茶、ウーロン茶など）
麦芽	ホップ	植物種子（松の実など）
菜種（ナネ）	植物油	ドライフルーツ、炒めた種子（西瓜の種など）
調味料	乳及び乳製品	保健食品（健康食品）
酒	缶詰	飲料
砂糖及びチョコレート菓子	クッキー	蜜漬け（砂糖漬け）
蜂産品（蜂蜜、ロ-ヤルゼリ-）	冷凍食品（小包装品）	食品添加物

食品産業の意識調査（アンケート調査）の 結果概要について

－平成19年8月20日－

農林水産省総合食料局

＜本件に対する問い合わせ先＞
食品産業企画課 下條、中澤
（直通：03-3502-5742）

＜目次＞

- 食品産業の意識調査（アンケート調査）の結果概要
 - 1 製造業者等が消費者や取引先が重視していると考える事項
 - 2 最近、経営上重点的に取り組んでいる事項
 - 3 食品の安全性について消費者の信頼を得ていくために解決すべきこと
 - 4 消費者の信頼感を得るための安全対策の事項
 - 5 食品の安全性について消費者の信頼を得ていくために重視していること
 - 6 海外からの原材料・製品の輸入に当たって、支障が生じている事項
 - 7 今後、仮に輸入原材料・製品の供給が不足した場合の対応に関する事項
 - 8 国産原材料・製品を取扱うメリットやデメリットに関する事項
 - 9 社会機能が混乱した際の備えとしてとっている対策に関する事項
 - 10 経営状況
 - 11-1 経営状況が厳しくなっている理由
 - 11-2 経営状況が良くなっている理由
 - 12 経営を改善するために必要となる対応方策
 - 13 食品産業行政への要望・意見等について

