Vol.163 Mar. 23. 2010

臨時理事会

・平成22年度　年初暫定収支予算案承認 …… －１月27日－…… 2

事　業　活　動

・今年の業界テーマは公正取引の推進〝フェアトレード〟　－各地で新春賀詞交換会－…… 3

・近畿支部　新春講演会開催 …… －２月18日－…… 7

　講演録「これからの食品産業」－講師　株式会社　菱食　特別顧問　廣田　正氏－…… 7

・第27回異業種交流委員会開催 …… －２月５日－…23

関連省庁・団体からのお知らせ

・缶詰等の原料原産地表示業界自主ガイドライン …… －社団法人　日本缶詰協会－…24

・独占禁止法改正の概要 …… －公正取引委員会－…42

・景気対応緊急保証の創設等の中小企業資金繰り対策の改組・拡充について

（セーフティネット保証）…… －中小企業庁－…57

回覧									

無断転載・引用を禁ず

臨 時 理 事 会

平成22年度 年初暫定収支予算案承認

－1月25日－

平成22年１月25日(月)午後３時より、日食協会議室において臨時理事会を開催し平成22年度年初暫定収支予算案を審議、検討し承認した。

これは定款第39条の定めにより、毎年４月１日より開始される新年度の当初期間については、５月中に開催される総会において議決される予算成立まで、執行されるべき予算がないことから、例年この時期に臨時の理事会を開催して暫定予算を審議、承認しているものである。

当日は、執行運営委員会を開催する事として、予め各理事にこの暫定予算についての、ご意見、賛否をご案内し、執行運営委員会出席者が委任状により各理事の代理を兼ねる形で開催した。

この理事会の内容について、議事録から以下に掲載します。

出欠状況：　理事総数　26名中　出席理事 10名　委任状出席　15名　計25名
監事総数　3名中　委任状出席　3名　計 3名

出席理事氏名：　國分勘兵衛（代理　清水　宣和）　後藤　雅治（代理　田口　耕輝）
吉野　芳夫（代理　成田　祐一）　濱口　泰三（代理　青山　裕一）
津久浦慶之（代理　津久浦慶信）　三枝　晧祐（代理　島垣　研二）
磯野　謙次（代理　和田　　正）　加藤　武雄（代理　破魔　重美）
水足　眞一（代理　大江　正彦）　奥山　則康

◎委任状出席理事　山本佳宏、村山圭一、堀内琢夫、上田　弘、松川隆志、鈴木重一、永津邦彦、荒木　章、中村成朗、竹内克之、本村道生、栁川信、中嶋隆夫、足立　誠、成田　健

◎委任状出席監事　萩原弥重、横山敬一、濱口吉右衛門

議　案　　第１号議案　　平成22年度年初収支暫定予算の件
第２号議案　　その他

定刻、事務局より開会の案内と本日の出欠状況を報告。理事会の成立を確認。

正・副会長いずれも代理出席なので、定款第14条３項に基づき議長として、専務理事の就任の是非について諮ったところ、異議なく承認されたので奥山則康専務理事が議長席に着席した。

議長は直ちに議事録署名人として、青山理事代理と成田理事代理を指名し、了承を得たので議事に入った。

第１号議案　　平成22年度年初収支暫定予算の件

議長より資料の予算案と策定経緯について説明し、さらに事前に各理事・監事に質疑と賛否を問うた結果、全員質問もなく異議もなく賛成との回答文書を得ている旨の報告を行った。ここで改めて出席者に賛否、質疑を問うたが、異議なく承認された。

尚、この暫定予算は５月に予定されている総会において議決される平成22年度収支予算に包含される事も併せて確認した。

第２号議案　　その他

議長より出席者に問題提起の有無を諮ったが、何もなかった。

以上で、予定の議題の審議が終了したので議長より閉会を告げた。

以　上

事 業 活 動

今年の業界テーマは公正取引の推進(“フエアトレード”)

－各地で新年賀詞交換会開催－

東京地区唯一の業界賀詞交換会である**酒類食品業懇話会**は、１月５日(火)東京都中央区のロイヤルパークホテルで新年賀詞交換会を開催し、酒類・食品のメーカーや卸など合計234社約820名が出席して新春の慶びを分かち合った。

会の冒頭で國分勘兵衛会長(国分(株))は、次のように年頭の挨拶を述べた。

「昨年は大きく変化のあった年で、需給バランスの悪化、低価格化などデフレに動いてマーケットは縮小。業界、日本にとってもはなはだ残念な年であった」と経営環境の悪化への危機感を示しつつ、不当廉売と優越的地位の濫用を対象とした独占禁止法の改正に触れて、「成熟経済においては国も公正取引の確保に重点を移してくるのではないか、したがって改正独占禁止法やガイドラインの趣旨に基づき無謀な競争は慎んでいきたい。

われわれ業界の今年のテーマも『フエアトレード』がふさわしいのではないか」と提言。

「企業が社会的責任と倫理観を持って公正取引に取り組めば、日本経済の活性化にもつながっていく。昨年活躍したゴルフの石川遼選手を見習い、厳しい嵐の中でも颯爽と歩く年にしたい」と述べ、フエアで秩序ある流通環境構築への協力を求めた。

来場した年男代表の濱口泰三氏（伊藤忠食品(株)）が「未来が、もう一度夢や希望と呼べる時代になることを期待する」と挨拶し乾杯した後、磯野謙次氏が（明治屋商事(株)）「前向きに秩序ある流通をつくっていこう」と中締めし、万歳三唱した。

缶詰業界新年賀詞交換会は、１月６日(水)東京都千代田区の経団連会館で缶詰８団体の((社)日本缶詰協会・(社)日本加工食品卸協会・日本製罐協会・(財)食品環境検査協会・日本鮪缶詰輸出水産業組合・日本水産缶詰輸出水産業組合・日本蜜柑缶詰工業組合・日本ジャム工業組合）共催で関係省庁や会員企業のトップら450名が参集し行われた。

冒頭、関連８団体を代表して(社)日本缶詰協会の小瀬　昉会長（ハウス食品(株)）は、「新聞の業界天気図で食品業界は曇りとあったが、業種や企業により環境は異なる。

お客様の意識行動を正しく認識することが大事。それが新しい価値を提供できることになる。缶瓶詰・レトルト食品は、高い安全性、経済価値、個食・即食の代表的食品。原点に戻って関連団体と連携して商品を届けていきたい」と挨拶した。

この後、農林水産省総合食料局長高橋　博氏が、「国際的な大きな食の需給変化を背景に、食品業界はチェンジからチャレンジへ大きく変化を遂げている。国内の人口減少の中で、安定的な食糧供給が行政面での大きな課題である」と強調した。

(社)日本加工食品卸協会の國分勘兵衛会長は乾杯の挨拶を行い、「現在のデフレ環境の要因を再度考え、スパイラルに陥ることのない適正な経済環境と拡大生産につなげる取り組みを推進する事が重要」と述べた。中締めは日本製罐協会の三木啓史会長（東洋製罐(株)）が行った。

缶詰業界新年賀詞交換会

「低価格競争」に歯止めをかけて

近畿支部においては、大阪市の太閤園で(社)日本加工食品卸協会と大阪府食品卸同業会との共催で**「大阪食品業界　新春名刺交換会」**が開かれた。

会場には各団体の会員卸や賛助会員メーカーをはじめ業界関係者ら220社約670人が参集し、新年の賀詞を交し合った。

主催者を代表して(社)日本加工食品卸協会近畿支部長の濱口泰三氏（伊藤忠食品(株)）は「未来のことを『希望』や『夢』と呼んでいた時代もあったが、今では未来を『不安』と呼ぶ悲しい時代になった。この正月はたくさんの本を読んだが、どの本にも低価格戦争がデフレや景気回復の処方箋だとは書いていなかった。今年は価格競争に歯止めを掛け、生活者や消費者に美味しさと価値を届ける年としたい」と挨拶した。

来賓代表として農林水産省近畿農政局長の塚本和男氏が挨拶し、ついで乾杯の挨拶に立った大阪府食品卸同業会会長の佐藤　進氏は（伊藤忠食品(株)）「日本列島は年初から厳しい寒波に襲われ、まるでこの一年の日本経済の先行きを暗示しているようで、一抹の不安を覚える。食品業界においては厳しい時代こそ生産者、卸、販売者の三者が足並みを揃えることで明るい業界を築けるのではないか。力を合わせていこう」と音頭を執った。

中締めは平井秀幸氏（味の素(株)）が行った。

「デフレ不況脱却」の決意

北海道支部では、１月５日(火)に**「平成22年加工食品業界新年交礼会」**を開催、会員や賛助会員など約300人が参加して、デフレ不況からの脱却で難局を乗り切ろうと誓いを新たにした。

北海道支部長の村山圭一氏（スハラ食品(株)）は「食品業界もデフレの名の下で、小売り業界は低価格PB商品の影響もあり、全般的に過度な価格競争に陥り市場は混乱、各企業は体力勝負に入り込んだ。今年も景気は良くならず、この状態が普通の状況とらえていきたい。あらゆる点で構造改革が必要であり、製配販三層は価格競争ばかりではなく、高齢者や消費者の見やすい売場作り、食べやすい商品提供・供給、作りやすいメニュー提案、買いやすい量目、安全・安心の商品提供など、いろいろ考えると競争できることがある。今後市場規模は間違いなく縮小する中、本格的に量から質への競争へと転換しなければ、例え生き残ってもぼろぼろの状況になると危惧している。日食協では昨年同様、ワーキンググループ中心に賛助会員の皆さんとWIN―WINの関係で、お互い協力して消費者に効率的な商品の供給ができるよう、いろいろ相談するなどいままで以上に打ち合わせの機会を持ちたい。戦後の寅年にはいろいろなヒット商品が出ており、今年も期待できる。賛助会員の皆さんの企業から息の長いヒット商品が出るように祈っている」と述べた。

賛助会員を代表して須藤　宏氏（北海道味の素(株)）は、「改めて消費者の方々に食べることの大切さ、おいしさ、食育活動など、地道な活動をしていかなければならない」と述べ乾杯した。

最後に、副支部長の山本佳宏氏（日本アクセス北海道(株)）は「日食協は真面目な勉強を続けてきて、本来ライバル同士だが、チームワークを組んでやっている。寅年は今先が見えないが、朝が来ない夜はない。皆さんも灯りを見つけて、どんどん出て行く年にして欲しい。景気は急には良くならない。政府に頼っていてもダメ、自分のことはできるだけ自分でやることが大事である」と一本締めで挨拶した。

全体秩序を視界に、協調意識持ち発展目指す

九州・沖縄支部は、１月５日(火)ホテル日航福岡で**「平成22年度新年交礼会」**を開催し、福岡県はもとより、九州各地区卸同業会、メーカー幹部らが出席して新年の始まりを祝った。

九州・沖縄支部長の本村道生氏（コゲツ産業(株)）は、「昨年は世界同時不況から日本経済が低迷し、企業倒産、人員整理、ボーナスカットなど生活者にとって厳しい１年であった。グローバル経済が台頭し、社会主義から市場経済へと移行し、活性化した時期もあったが、一昨年から負の部分が顕在化し不安定な状況となった。規制緩和による自由経済で正と負があらわれた。自由の中にも規制やルールが必要だ。このように厳しい状況だが、当食品業界は比較的堅調に推移した。当業界は好況期には多忙だが、地味だ。しかし、不況期にも消費は底堅く安定している。小売業界は過剰な競争で、消費者は生活防衛意識が強く、低価格志向が今年も続くものと思われる。自由な競争のン化でも、自制を含めて業界全体の秩序に目を向けるべきだ。協調意識をそれぞれが心中に持ちながら、食品業界が繁栄し、各企業が発展していく事が望ましい。今年は寅年で勢いのいいイメージの年だが、トラも親子もあり、仲間もいるだろう。この時代こそ、穏やかな仲の良いトラの寅年であってほしい」と挨拶した。

ついで賛助会員を代表して竹内秀樹氏（味の素(株)）は、「九州は九州新幹線全線開通、新商業施設などを控え、期待は大きい。また、農産物などの自然の恵みを大事にして地産地消を含めて食品業界発展の土台にしたい。食文化を高め、質を上げることが求められている」と挨拶した。

九州・沖縄副支部長の栁川　信氏（ヤマエ久野(株)）は、「昨年は政治経済を含めて激しい１年であった。日本は需給ギャップが大きく、改善するには時間が必要だろう。

今年こそ原点に返り、姿勢を正す時だ。低価格競争は自滅の道をたどる。毅然とした態度で臨むべきだ。今年も厳しさは続くものと予想されるが、出口のないトンネルはない。皆様のご健闘を祈念する」と挨拶した。

「明るさ」四国から発信

「四国食品業界新春名刺交換会」が今回から**四国支部**が後援して、１月６日午後１時よりJR高松駅前の全日空ホテルクレメント高松で開催された。

卸やメーカーなど100社200人が参加した。四国支部長の竹内克之氏（旭食品(株)）は、「日食協は農水省所管だが、政権交代で役人も戸惑っている。食料自給率が先進国で際立って低い日本に立ち止る暇はない。食品業界も低価格、PBラッシュだが、生活者が満足しているか疑問だ。メーカーと卸が一体となってＳＭの売場活性化の事例を次から次へと作り上げるときだ。ウェルかめ、坂の上の雲、龍馬伝がNHKで放映され、龍馬伝だけで330億円の経済効果と言われ、高速道路の1000円化で、香川県のうどん店はどこも賑わうなど、四国は明るい兆しで満ちている」と挨拶した。

続いて米田　充氏（味の素(株)）が「食品新聞の新年号に『無理な要求にノーと言えるメーカーと卸に』との記事がわが意を得た。今年は①日本一高い返品率の汚名返上②昨年11月から安売り合戦が過熱しているが、商売の正常化③消費者起点での買い場発想で需要創造　この３点を意識して取り組みたい」と述べ乾杯した。

最後に枝松　孝氏((株)四国リョーショク）が「今年の寅年。寅刻は午前４時の２時間前後で、真っ暗だが夜明けは近い。また陰陽説では陽の年で、明るく上昇、高揚する年で、商売も利益になる。ちなみに昨年は陰で、商売も損失。今年は明るさが見えてきたし、利益につながる年にしよう」と挨拶して３本締めを行って散会した。

新春講演会開催される

［社］日本加工食品卸協会近畿支部・大阪府食品卸同業会共催

－2月18日－

２月18日（木）大阪都島の太閤園において、（社）日本加工食品卸協会近畿支部と大阪食品同業会共催による、恒例の「新春講演会」が開催された。

今回は当業界の大先輩であります、株式会社菱食特別顧問の廣田　正氏が食品卸売業の現況と課題について「これからの食品産業」という演題で講演された。

開会の挨拶をする濱口泰三近畿支部長

分りやすいシンプルな内容と重厚な話術で評判の高い同氏の講演に、250名を超える会員、賛助会員が参集した。会の冒頭に、近畿支部長の濱口泰三氏は（伊藤忠食品（株））「未来が不安と呼び、希望が無く夢を見る事すらなくなってきている時代に、これから先僅かでも夢や希望がいただけるような話を、業界の偉大なリーダーである廣田氏からお聞きしたい。」と挨拶した。以下講演内容を抜粋して掲載する。

講 演 録

新春講演会「これからの食品産業」

講師　株式会社 菱食　特別顧問　廣田　正　氏

ただ今、過分なご紹介を頂戴致しました菱食の廣田でございます。

本日はお呼びいただいたので、大変僭越ではございますが、与えられた時間、１時間半ばかり、考えていることについて皆さんに申し上げたいと思います。

とは申しながら、私はご承知の通り一介の商人（アキンド）なので、学識経験者のような格調の高い議論を展開することもできませんが、唯一つだけ頼りが有ることは、さきほどご紹介に有りましたように、1955年から今日まで55年

講演する廣田　正氏

間この食品産業にお世話になって住み暮らしてまいったわけでございますので、この間、いろいろな形で、社会の変化が行われましたが、そういうことに立ち向かいながらどの様なことを考えながら、かつまた、現状それを踏まえてどのように感じているかという問題を、皆様がたに、お話しを申し上げさして戴きたいと思います。

先ほど、濱口支部長様からもお話しがございました通り、大変ひどい時代になってきてしまったと思っております。

後ほども申し上げたいと思いますが、客観的にはそのようなひどさではないわけなんですが、何としても、先行き不安感というものが大きく横たわっておりまして、この壁を結局乗り越えることが出来ないと、ここら辺がやっぱり消費が大きく落ち込んできている一つの原因ではないかと思うわけでございます。ただ、別な角度から考えてみますと、何かというと、私が所属しております言ってみれば株式会社菱食という会社は、昨年の８月１日で30周年をお陰様で迎えたわけでございます。

考えてみればその発足は1979年、まあだいたい80年でございますから、そういった意味からいたしますれば、その30年でだいたい一つの歴史が過ぎたと。

もっと言うならばその前の大合併で菱食が出来たということが何であったかというと、戦後出来あがった、ご承知の通り、敗戦が1945年でございますから、それからちょうどやっぱり30年ちょっと経ったようなスキームで、菱食が誕生せざるを得なかった、かっこ良くいえば未来の為に大合同したということも言えるわけではございますが、もっと言うならば戦後の一つの有りようではその後、こう、成長ができなくなってきた、そこでやっぱり４社が集まって新しい会社になってそして菱食をつくってきた。

そしてお陰様をもちまして、ある程度の会社に成長してきた訳でございますが、そこでまた新しい曲がり角を今むかえておるという感じで宜しいのではないかと思うわけでございますが、そのような事から申しますれば、だいたいこうした時代にはやっぱり歴史に学ぶということ事が一番大事なことでなかろうかと、それじゃ日本は今後どうなるのか、大丈夫なのかという時に、言ってみれば近世で日本の国がぶつかった大きな転換期というのはいつだったかということを考えてみると、これは多くの歴史学者も指摘しているところでもございますが、第一の転換期は明治維新であったと思うわけでございまして、そしてその次なる転換期が太平洋戦争の終戦であったと、まあ敗戦であったということであったわけでございますが、この二大ピンチに日本という国は見事に打ち勝ってその後の大成長を続けてきた訳でございます。

そのような意味から申しますれば、今回の大きな混乱期、転換期も必ずや私は立派に日本は乗り越えてくれるだろうと確信を致しておるところでございますが同時にこうした時に大事なことは一体何かというと私はやっぱり強力なリーダーの存在ということだと思うわけでございます。

先ほど濱口様のお話にもございましたように、言ってみれば夢のある未来というものを指し示して、それに“行こうよ”という呼びかけるリーダーこそが必要であろうかと思うわけでございます。

本日ご来会の皆様方は、この関西地区を代表する卸売業のトップの方、そしてまた製造業のこの地域におけるトップの皆様方がご参集でございます。

まあ一番大事なことは一体何かというと、皆様方のお役割ということが一番大事な時代を迎えているということをまずもって冒頭にお話しを申し上げてみたいと思う訳でございます。

そういったことが時代として察知できるか

らでございましょうか、先ごろから言ってみればTV番組等において明治維新、明治時代、あるいは坂本竜馬、こういった番組が多く求められておる訳でございまして、これは潜在的に日本が強力なリーダーをやっぱり渇望しておるということの表れではないか、というふうに思う訳であります。

そのレジュメのほうに書いておきましたけれど、過日、日経ビジネスですか、出ておりましたがリーダーの基本的な必須要件としては一つ、広い視野、弾力的な発想こうしたものが不可欠的に必要であります。

それからもう一つ間違えないことは、何かというと数々の困難を克服する忍耐力と実行力、これに尽きるのではないかと言うふうに思う訳でございますが、そのようなリーダー待望論が今展開されているところではないかと思う訳でございます。

ある意味から致しますと時代がリーダーをつくるということも有りますし、またリーダーにとっては言ってみれば大変チャンスな時期ではないかと、ここにおいて大きく力を発揮するということが、私はその後の輝かしい成功というものをつくり上げる源泉になってきておるわけでありまして、だいたい私は、時代と才能というものを考えたときにこの二つがうまく適合しないとですね、中々このヒーローというものは生まれて来ないと思う訳であります。

一つの至近な実例を申し上げてみると、ここのところ大分苦労しているようでございますがアメリカのタイガーウッズなんていう人もある意味でゴルフの天才でございますが、あれがもし第二次世界大戦のような時に生まれておって、鉄砲を担いでおったらですね、何ら一般の人と変わりなくて一生終わっていたかも知れん、だからある意味で天才なり、リーダーが出て新しい時代をつくるというのは時に恵まれなければならない必要性が有ると思う訳でございますけれども、まさしくやっぱり時代のリーダーというものが今それを欲しているというところからすれば、今日ご来会の皆様方が大きくここで決意なされて、そして大きな指導力を発揮していただくということが、私は大事な時代と言えるのではないかと思う訳でございます。

先ほどの日経ビジネスの必要要素に付け加えて私があえてもう一つ申し上げるとするならば、それは何かと言うとやっぱり使命感が必要であると、リーダーというものは、やっぱり自分に従ってくれる大衆というものを幸せにするという使命感が有って初めて人は付いてくるわけでございますし、我々は食品産業に携わっておるという立場からすればこの食品産業をいかに次の世代も立派なビジネスに作り上げていくかという意欲というものが私は極めて大事だと、そしてそれには自分自身が全力を挙げて取り組むんだという使命感が私は無ければいけない、まさに私は先ほど濱口様が指摘された現代の無力感というものは何かと言うと、リーダーたちの志というものが欠けているということではないかと思う訳でございまして、一番顕著な例は政治家でございますけれども、これはビジネスの世界にあっても我々の先輩たちが今日の食品産業をつくってくれた志というものをもう一度大事にして新しい食品産業に作り替えていくということが私は大事なのではないかと思っております。

そのような意味で申し上げれば現代の世相というものは大変大きく混乱をしておる訳でございますけれども、私も大変年配になってまいりまして、つくづくこのところ感じます問題は何かというと、やっぱり世の中の有り様が少しおかしくなってきておるということですがそれは何であるかということではございますが、もちろん社会のせいもございますけれども、もう一つ大事なことは何かと、我々ももっとちゃんとしなければなら

ないんではないかというふうに思う訳でございます。

現代において私は一番欠けているものは一体何かというと、自己責任という問題だろうというふうに思う訳でございまして、このような時代に皆して幸せをつかんでいくというリーダーに育つという為の自己責任、俺がやらなくて誰がやるんだという言ってみれば自負というものが、あるいは意地というものがやっぱり明治時代あるいは敗戦直後に比べて今欠けてきてしまっていると言うことではないかと思う訳でございます。

周りの至らなさを指摘するということは容易なことではございます。

枚挙にいとまがないぐらいであります。

しかし同時にやっぱり我々がやらなければならないことをやっているだろうかどうかと、ここいら辺が一番大事なところではないかと思う訳でございます。

そのような意味であえて私自身今どのような事を心掛けてやろうとしているかと考えてみますと、今の日本をどの様に理解するかということがまず第一番に大事だろうと思う訳でございます。

それにつきましては我々が得られる情報というものがどうも正しい姿で入ってきていないのではないか、正直申しまして多くの皆様もそのような方がおられると思いますけれども、テレビのニュース番組、それも私は出来るだけNHK限りにしておりますけれども、言ってみれば非常に偏った報道が多いと、ある意味から申しますと報道機関自体が視聴率や発行部数というようなものが一番大事になってまいりまして、そのような事に訴えるということが最も易しい道だと、後ほど申し上げますが流通業界が低価格というもの一本に、言ってみれば関わりあってしまっておるという欠点と同じような欠点がやっぱりそこにあるのではないかと思っております。

大変僭越ではございますが私はどのようにそのような情報を得ているかと申し上げますならば、私はテレビの地デジのニュース番組は一切聞かないことにしております。

それは何故かというと正しいデータの紹介ということではなくて、そこにきわめて主観的なものが含まれて、頼みもしないのにそこに言ってみればコメンテーターという方がおられてご高説を伺わなきゃならんという不自由なニュースは無いと、だから今一番見ているのは何かというとBS放送の第一放送、特にみておりますのは何かというと朝６時から”おはよう世界”というのがございます。

これを御覧になりますとですね、極めて客観的に世界中でですね、その前日どの様なニュース報道が行われたかということを簡潔に紹介してくれます。

これなんかを見ると本当に良く判ります。

ハイチの状況がどうなっているか、或いはギリシャの金融危機がどういうふうになったいるか、それから、いってみれば中国における奥地の混乱がどうなっているか、まあ、極めて客観的にですね、放送がございますのでこれを見ながら自分できちんと判断する。

ギリシャの金融危機が日本に及ぶかどうかということはその正しいデータに基づいて自分で判断しなければいけないということではないかというふうに思う訳でございます。

では何で朝６時のBS放送かというと午前５時にアメリカのニューヨークの株式市場が閉じられるわけでございます。

だからある意味からすると前日付けになりますけれども、ニューヨークの株式市場がどういうふうに動いたのか、円がどういうふうに動いたのかこれに介して世界の使用通貨がどういうふうに動いたのかそしてそこでいろいろな主力の資源の相場がどのように動いているのか、こういうのがですねデータとしてきちんと照会されますからそのデータに基づいて自分で判断する。

私はこれが非常に大事なことではないかと思う訳でございます。

あえて申し上げれば個人的な事で恐縮ですが私は投資信託というものが大嫌いでございます。

なぜかというと証券会社にアナリストというのがいて余りよく判っているとは思わないのですが経緯と称してですね、いろいろと予測をして金融商品を作り上げる訳ですけど、率直に言ってそういう人たちと個人的に会って話してみるとほとんど自分のお金で買ってません。

やっぱり私は大事な自分のお金を預けるですから、良し悪しは自分で判断してそれに賭けるべきだと、だからある意味からすると金融商品のいってみれば行き過ぎというものがリーマンショックなんかに繋がってきている訳でありますけれども、これは一方においてそういうものを煽って作ったそういう仕組みを作った人が悪いんですが、そういうものに乗っかってしまった大衆の方にも私は些かの責任があると思わざるを得ない訳でございます。

だからそれについての罪とがを関係者だけに着せることは簡単でございますけれども、そんな人に責任転化する事で大事な一生を過ごすよりもやっぱり少なくとも自分の大事な一生は自分が正しいデータに基づいて自分が判断するとそして自分の愛する家族、自分の愛する企業の社員たちは自分がきちんと責任をもって連れて行くということが一番必要な時代になってきたのではないかというふうに思っております。

だいたい全体的な流れからいたしますと先も濱口様のお話にいみじくもございました、この20年間、言ってみればデフレしかなかったとこれをどういうふうに理解するかというときに、私は発端はベルリンの壁の崩壊だと思っております。

でベルリンの壁の崩壊、あれが起きた時に、あのニュースを聞いたときに私は良く判りませんでした。

やっぱりそれまで世界はこの社会主義国家と資本主義国家の二つで争われておった訳でございますけれども、あれを機会にそのあと、資本主義に統合されてくるのでありますから、さぞかし良い時代が来るのだろうという理解しかございませんでした。

おまけにベルリンは遠いですから直接的な影響は無い訳ですからその程度の理解でした。

ところが実態はそうでなかったということに私は気が付きました。

何かというとそれまで私どもはグローバル社会に生きてきたと思っていたけれど我々のグローバルというのは西側諸国だけだったのです。

それがですね言ってみればベルリンの壁の崩壊によって、東側諸国も世界の中に入ってきたということです。

これは由々しいことだと、早い話が東側諸国の低廉な労働力と低廉な資源というものが世界経済のバランスの中に入ってきた訳でありますから、そのあと間違いなく起こった問題が何かというと価格破壊であります。

供給過剰構造というものがそこに一挙に出現したということであったんではないかと私は思う訳でありまして、ベルリンの壁がまさしく1989年、それから致しますればだいたい20年間、先ほどのお話にもございましたようにデフレしか知らない子供たちの世代に入ってきてしまったということではないかと私は思う訳でございます。

過日、東京大学の伊藤元重先生が産経新聞の社説のところで書いておられましたけれども、私は単純な商人（アキンド）でございますから、商売というのは何かというと一番大事なものは需要と供給だと思います。

このバランスが取れているときにですね円満な流通が実現する訳であります。

先ほども申し上げましたように東側諸国のベルリンの壁の崩壊によりまして、潜在的に膨大な供給力というものが世界に加わってきてしまった訳でございますから、価格破壊、デフレ継続、そしてまたそういう諸国の実情というものがすぐには供給力の方に加わってまいりません。

技術的にも遅れておりますし、やっぱり貧困からそこらの国の方々の言ってみれば経済の立ち直りにも若干の時間を要します。

しかし段々とそれが実ってまいりまして言ってみれば2000年に入りましてリーマンショックまでの８年間は、世界のまれにみる同時好況の時代です。

世界経済がGDPベースにして、だいたい４％の成長をした訳でございますから、世界中がみんな豊かになってハッピーになったということであります。

そして同時に後進国であった諸国に対してですね言ってみれば西側諸国の資本というものが大きく投下されそして企業も進出し、彼らを育て大きな供給力というものが出来あがって来たというのが現実ではないでしょうか。

私は多少なりと学んだところによりますと歴史学の中で「後進の先進性」という言葉がございます。

どういうことかというと、一番遅れておったものが一番新しい先進的なものを学んで一番最初に来てしまうということです。

今ですね中国、あるいはインドをはじめとするブリックス諸国辺りの大きな台頭の時に見られるものはまさしく私はこの「後進の先進性」であると。

だけどこのことにあまり文句は言えないんですよ。

先ほど申し上げましたでしょう、日本の近世における大きく発展した二つの時期、明治維新の時、その遅れに気が付いて明治時代の我々の先覚者たちが西欧文明を取り入れると、取り入れるのだから一番新しいものを取り入れますからね、それで急速な経済発展をみた訳でございます。

その次のケースは何ですか、敗戦であります。

これはですね徹底的に既存の設備は破壊されて日本中が焦土に化したと、そうしたらまずもってそこで学んで入れる技術というものは、世界の最新の技術というものが入ってきた訳です。

だからその後の日本の経済発展というのは極めて大きかったということが言えると私は思う訳でございます。

自分だけがそういうメリットを享受していて、今ですね中国とかインドは脅威であるとまあ何とか余り発展してくれない方がいいていうのは手前勝手過ぎる話であってこれは自然の成り行きと思わなきゃいかんし、自分の国が幸せであったことを、言ってみれば、そういった諸国が今ねそういうものを身につけようとしているんだという理解が私は一番大事なことではないかと思う訳でございます。

ご年配の方も大分多くご出席でございますので過去を振り返ってみるとですねみんなその流れだったじゃないですか。

だいたい日米経済摩擦ていうのはしょっちゅう有って、一番最初はですねアメリカの繊維産業をですね日本が打ち負かして、日本が取り過ぎるからということでけしからんという話が起きました。

次は家電が起きた訳であります。

そして今、自動車が起きようとしておる訳で有ります。

もうある意味からすると我々は最前線に来ちゃってね我々の先進国からですね「後進の先進性」で、取るべき領域というのはほとんどなくなって、これから始まっているのは何かというと我々の後にくっついてきた中国とかインドから我々がやっていた通りのことしか出来ないとしたら我々の地位というものを

奪われてしまうという、単純な理屈だけだと思う訳でございます。

それから致しますれば、先ほどらい申し上げましたように私どもがこれからの30年、そして50年にとってはですね、また新しい領域に日本という国を作り上げていかない限り、やっぱり次なる経済発展は無いと私はもう思い知らなければいけないと思う。

だから勇気を奮ってもう一遍この国の形を作り上げなければならない時期に今来ておるというところではないかと思う訳でございます。

ですからある意味からすると今回のリーマンショックとかそういう問題というのは、言ってみれば引き金になったかも知れないけれど成るべくしてなってきている形だということでありまして、それをそのように受け止めて、冷静に対応していかない限り次の成長・発展というのは無いということを我々は意識しなければならないということではないかと思う訳でございます。

そういう点からすると、言ってみれば、今まで日本が優位を占めてきた仕事はまず余り通用できなくなってくるだろう、中国なんかもすごく経済発展をしまして今、銀座なんかへ参りますと中国語が飛び交っているような状況でございますから、彼らはそういう意味で購買力を大いに発揮していただいて、それは結構なことだと、だから今朝も話してきたのですが、20年前くらいですかね、我々がパリに行き有名なブランド店に行ったら日本語ばっかりしかなかった時代と全く同じ状態だから、世の中人間というのは全く同じようなことをやっているんだなとつくづく思う訳でございますけれども、そのような形でございますが、そうは言ってもやっぱり彼らの国にそれが内需に結び付くというのには時間が掛るんですよ。

だいたい日本が生々発展するときのそういった日本の輸出というものを受け入れてくれたというのは私はアメリカ経済だったと思う訳でございましてそれがもういよいよサブプライムローンまで利用して買うところまで買ってしまったら、こいつは余りあてにならない訳で、ある意味からすると日本あたりはもうそろそろ先進国型の経済に移行して、やっぱりそうしたこれから追いついてくるであろう人たちの商品をやっぱりある程度買ってあげなければならない立場に来てる、だけど買うだけでは商売は成り立ちませんから、また、今までになかった新しい価値というものをですね、我々が創造していかない限り、やっぱり、現在の豊かさが継続できていかないということも同時に知るべきだと、そのことを意識したリーダーというものがやっぱり、きちんと生まれて来なければならない時代になっているということではないかと思う訳でございます。

それからするとマスコミとかもう一つは学識経験者なんてある意味では大変だと言う話が大きいほど視聴率が上がるし、まあ言ってみれば発行部数は増えるし、それを解決する為に“おれの話を聞け”なんてね学識経験者がおっしゃれば、月謝も増えるでしょうから、だから、まあ少しエキセントリックにそういう危機的な面が、結局、煽られ過ぎてると、もう少し我々は自分の目で判断して、自分の頭で考えて、そしてですね、正確な理解をしていかなければならないのではないかと、まあ、ある意味で実態以上に私は今の日本というのは悲観しすぎちゃって何をしていいかわからない状態に段々と陥ってきているということではないかと思う訳でございます。

論語に“信なくば立たず”ということがございますが、これはご承知の方が大変多い訳でございますけれど、やっぱり国が発展していくためにはまず食料というものが充分に有らねばならない、二番目には国を守る軍備力というものがなければならない、そして最も

大事な事は一体何かというとですね、きちんと信じる国の政治が行われなければならない、これが“信なくば立たず”という訳でございます。

一番最初の食料とかですね軍備は何とかなったって信頼が無くなった政治というのが一番ダメなんだよということですね。

論語というものも偉いものですね、紀元前６～700年前にあんなことを言っているのですから。

それから考えると人間というものは進化しないものだなあとつくづく思う訳でございますが、これは政治家の方に聞いてもらわなければならないことでございますが、本当に“信なくば立たず”なんて言葉はもう一遍日本のリーダー達は良く勉強してもらいたいものだというふうに考えておる訳でございます。

あんまり悲観しすぎているじゃあないかと言うことについてですね少し申しあげるとですね、どういうことかと言うとこれはおそらく濱口様あたりもそのようなことをおっしゃりたかったんだと思うけれど、まだね充分に、言ってみれば、金持ちなんですよ、日本の国は。

だからまだやり様は何とでもある。

さっきの話のですね明治維新の頃とかね、敗戦の時と比べればもう桁違いに良い訳で、そんなに悲観ばかりしていないで、これも今持っている資産をきちんと生かして次の時代を開くくらいのことをしなかったら、ご先祖様に申し訳ないというのか、まあ、言えるのではないかというふうに思う訳でございますが、例えば、その中国がGDPで日本を上回るのではないかと、大変だ、大変だと、日本は大変だというとですね、儲かる人が居るとみえて、大変だというのがすごいはやるんだけど、幸いにして昨年度についてはですねまだ追い越されずにいたようですが、追い越されたって私は大したことは無いと思っている。

だいたい、だって日本の10倍の人口が居るんだから、だから早い話が同じになってまだ国民の一人当たりのGDPってね言ってみれば日本の10分の１ですよ。

そんなの当然でしょう。

中国くらい優秀な国、この間も私は中国に行ったりインドに行った時に教えられましたよ、それは何かと言ったら300年前にはこの両国でですよ、世界のGDPの40％占めてたと言うんですよ、その後、植民地戦略なんかでどんどんいたぶられちゃったから貧乏になっただけの話で、貧乏だった人が今ですね元に戻ろうとして来ているぐらいの寛容さで見て戴いたら、日本だってやっぱり貧乏から金持ちになってきたんですからまあその位の変化が有るでしょうね、だけどね、大騒ぎなんかしちゃあ駄目ですよね。

そういう意味からすると言ってみれば日本の方がずっと豊かなんですから。

だって日本が辛うじて中国に比べ、昨年トータルで２位を奪われなかったことは円高のせいだと思う。

早い話が円のレートなんてしょっちゅう変わっているんだから。

日本の国ぐらい素晴らしい国は無い、だっておれおれ詐欺なんてどっかのばあさんが何百万か持っている、持ってなければ送れっこ無いじゃあないですか、そんな国なんか世界中に有りません。

おれおれ詐欺師は日本の国以外でなんか商売になんかならないですよ。

そんなお金をおばあちゃんが持っているのに、産業界が出してもらえずにいるというのが今の日本なんですよ。

それじゃあ何で出さないのかと言うと先行き不安感ですよ。

だから一番の我々の問題点は先行き不安感をどうやって払拭するか、こいつをですね私はやっつけないといけないのでは無いかとい

うふうに思う訳でございます。

そうなるとやっぱり大事なものはなにかと、やっぱり教育であってみたり、企業の研究開発ですよ。

新しい商品というのをどんどん生み出していくという活力が産業界に無ければいけないと思う、それはどうすれば良いかと言うと、それはやっぱり利益がなければなりません。

私は永年日本に家庭用冷凍食品がやってきたころから一生懸命取り扱ってやって来ましたけれど、一時期あれは良い仕事になりました。

早い話が良い商品がどんどん研究開発されてそりゃあそうですよ、利益が上がるんだからみんな熱心にそこに資源を投入してねそして新しい製品が生まれてきました。

活性化しました。

画期的な新商品、たくさん生まれました。

それがね、４割引とかね、５割引きになってからね全く出て来なくなっちゃって、やっぱりこいつが一番問題ですね。

後で言うのを忘れちゃうといけないから早めに言っておきますとね、農業者や水産業者、これねだいたい世界の流れをみておりますと、一番恵まれない国で作らせるんですよ。

あんまりやるのは好きじゃあないんですね、みんな。

いや好きな人もあります、だけどね、まあ少ないでしょう。

だから日本でどうなったか、かつてはですよ敗戦直後なんていうのは、言ってみれば、地域でみんな農業なんかやった訳ですけれど，そういった人がね、そんなところで苦労しているよりも東京に出ていって、或いは、大阪に出ていっていろんなところに就職すれば負けないようなお金が稼げるというからですね、どんどこどんどこみんな出てきて、今、日本の地方はうんと過疎になっちゃってそれで一極集中・二極集中という様な形になってきている訳なんですけど、早い話が自給率は40％くらいになっちゃっているという状態ですけれど、それと同じことが今のね、中国で行なわれている訳ですよ。

だから奥地の方からですよ、どんどん沿岸部に出てきて、みんなしてですよ、言ってみれば、普通の仕事、工業だとか商業だとかサービス業だとかに変わってきてますよ．そうしたら誰が作るんですか、ものを。いや、早い話が中国は作らなくなったと、先進国になって、インドも作らなくなったと、そりゃあねもっと貧しい国に作らせると、そういうことで本当に良いのでしょうか。

私はねやっぱり大事な事は何かと言うと、そういう仕事、農業とか水産業もねやっぱりね夢と希望を持てる仕事にしなきゃあ駄目だと思う。

そういう仕事にするためには何かと言うとやっぱり彼らが誇りを持てるような収益性というものを与えなければ駄目ですよ。

あんなきつくてね、いやな商売は無いと言って若い人達が次に就職しないような仕事にしちゃってごらんなさい、私はどこかでやっぱり世界の食糧難て言うやつがね、作ってくれる人がいなくなっちゃうと思うよ。もっと私がいやなのは何かと言うと、そういう仕事、自分がやりたくない仕事はお金でもってね、誰かに作らせて買ってくれば良いと、そういうものは出来るだけ安く買いたたけば良いなんて思っていて、私は良い商人（アキンド）なんかになれないと思うね、だから、早い話が一緒に仕事をしてくれている人、サプライチェーン自体のどっかに繋がっている人は、ある意味で我々のパートナーだと思って少なくとも彼らがですね、勇んで明日も仕事に出て行けるような対価を、私は、払う仕事で有るべきだというふうに思っていますね。

だから我々もこうした一つの不況下にあって、低価格の流れというのは紛れもなく有るのですけれども、そういう問題の配慮だけは

ですね、忘れてはならないのではないかといつも思っている訳でございます。

そのような意味からするとこれからの日本は、相当、またもう一遍、敗戦後の時とか明治維新と同じくらい努力しないと次のステップは拓けて来ないと思うし、その次のステップと言うのは、正しく、皆様方がやっぱりリーダーとしてですね、行方を従業員たちに、家族の為にやっぱり指し示さなければいけないのではないかというふうに思っておるところでございます。

そんなことを言うと一番問題になるのは政治ということになる訳で、政治は本当に困りますね。

我々の起業にとってさえ非常に大事な事は何かと言うと企業戦略というのが一番大事な時代になって来ている訳です。企業戦略が大事な時代というのは、もっと大事なのは何か、国家戦略なんですよ。

この国はどうやって今後新しい形になって生きて行くんだと、そのために研究開発費をこれだけかけて、こういう産業を育成していくんだという形になって来ないと、やっぱり私はいけないんじゃあないかなというふうに思いますね。

私はその中でね一人の商人（アキンド）として、やっぱり大変誇りに思っていることは何かと、世の中から必要だと思われる仕事を次々に作り出して来たから、我々中間流通業・卸売業は今日に至るも仕事が出来ていると思いますわ。

だから、問題は何かと、社会の要望が変わってくる訳ですよ、次々に、新しい要望がたくさん出てくる訳です、だから、それは、今までと同じやり方じゃあね、やっぱりですねいけませんね。

新しい時代の新しい要望というものに、どういうふうに応えてですね、そいつを作り上げていくか。

私は何年か前に業界紙の方のインタビューに応えて言ったことがあります。

20世紀は生産技術の革命の時代・革新の時代だったけれども、21世紀は提供技術の革新の時代に入ってくるんじゃあないかというふうな感じがしますね。

早い話がユニクロさんなんて見ているとまさしくそんな感じがします。

だから新しいスキームっていうのは、そこで作っていかなきゃあ、なんないと思うんですね、そこで一番頑張ってもらわなければなんないのはやっぱり政治ですね。

そこで一言申し上げましょう、そりゃね確かにだらしないですよ、だけど早い話がそういうのを選んだのは我々じゃあないですか。

福沢諭吉先生がすごく良いことを言っておられます。

それは何かと言ったら”愚民の上に辛き政治あり”良い事言うねえ本当に、あれから150年たったんだよね、あの頃から福沢先生って判っているんだから。

今、政治が駄目なのは、我々が愚民である

講演会　会場

からじゃあないでしょうか、選んだんだものそんなものを、今になって、慌ててみたって始まらない、これで参議院選挙、どうなるかという問題でありますが、まあ、そういうふうな感じでいる訳でございます。やっぱり国に活力と希望が出てきたらね、私は少子化なんてねすぐに片付くと思いますよ。

だいたい20年くらい前かなあ、フランスがやっぱり少子化問題で悩んだ事があり、政治問題になりました、しかしねえそのあと、あれはね暗い時代でした、フランスのとっては。

そのあとドゴールが出てきて国の威信をかけて回復しました。そうしたらすぐに片付いちゃったですよ。

今なんか先進国の中でフランスが一番ですね、出生率が高いですよ。

国に希望と活力が出てきたらね、私はね少子化なんてね、そりゃあね働く女性の施設を作るとかいうことは大事ですけれど、一番大事なものは何かと、国民に希望をもって自分が結婚して作った子供が幸せになると思えるような社会にやっぱりしなきゃあね、私はいくら設備を作っても駄目だと思う、そんな感じである訳でございます。

食の世界の卸の話は今日はしないで、他の話ばかりして、ストレス解消しているのかなと思われるといけませんので、少しこれから、皆様方と我々の商売の話をさせていただきたいと思うのですが。

そこでね、私ね考えなきゃあならないことは何かと、やっぱりねこの食品産業に携わっているということの幸せさを、これ大事な事ですよ。

だってね、毎日三回食べるんだから実需が必ずあるということね、こういう産業にいるから他の人の事は判らないけど、他の人は大変だと思いますよ。

だから、耐久消費財なんて作っている人なんて本当に大変、だから去年いろんな形で結局古いこの古着を引き取るとか、古い電化製品を引き取るとか、いろいろありましたけれど、我々の産業は本当に毎日消化しているんだから他の人なんかから見ればこんなに言ってみれば羨ましい商売は無いというふうに言っておりますよ、本当に。

それから私もこのところいろいろと機会が有りましていろんな研究会に出てみると厄介ですね。

自動車産業なんて私は間違いなく次の時代には電気自動車になると思うね。

だから早い話が今、トヨタ様は従来の車、ハイブリッドでずいぶん苦労しておりますが、それは苦労のし甲斐と言うのは限界が有って電気自動車なんてのがもっと発展してきたら、ある意味からすると家電製品になっちゃうかも知れない訳ですよね、だからこれなんて，そこに属している人なんかから見ると、大変なやっぱり変革ですよ、電力なんかだってそうでしょう、言ってみればこの石油燃料、化石燃料に依存する電力なんてどんどん減りますよ。

そうしてきた時に今後はどうするのかと、あのOPECにいるヤマニ石油相がうまい事言っているもんでね、自分の事を良く判っている訳ね、なぜかと言うと石器時代が終わったというのは、世界中に石が無くなったからでは無い、もっと良い鉄器だとか青銅器が出て来たから終わったんだと。

だからもっと良い燃料が生まれてきたら石油が枯渇する前に、そっちに行っちゃうだろうと、いや、良い事を考えてますね、まあ、大したもんですよ、そういう危機感が有る。

それにしてもそういう危機が迫っている、言ってみれば砂漠にいてこの石油を取っている人達って、未来はどう考えれば良いのかね。

そういうのから考えれば、悲観なんかしてる場合じゃあないですよ。

毎日食べているんだから、後ほどもパー

ティーかなんか有るんじゃあないですか、だからここで大いに飲み食いしなきゃあ駄目ですね。

それでね、もう一つ言えることは何かと言うと、世界に冠たる食文化、やっぱり日本の食は素晴らしいですよ、外国へ行ってみて本当につくづく思う、良くアメリカなんてあんなまずい牛肉食ってんなあと、本当につくづく思いますね、でっかいだけだもの、イギリスなんて行ったら本当にうまいものが無い、ドイツなんかもっと質素ですよ、だからコンチネンタルなんて粗末な朝食と思ってるけれど、言ってみれば、ドイツの朝食ですよ、早い話が、日本でマッシュルームの缶詰なんか輸出している時に、一番格落ちみたいなものをドイツに持っていきましたよ、あそこの人は質素な質実剛健。

それでね、日本のビールぐらいうまいものは無いですよ、別に僕はビールの宣伝をしに来た訳ではないけれども、世界に冠たる食文化というものが有りますからまだまだやり様はいくらでもありますよ。

大事な事は一体何かと言うと、やっぱりねそれをいかに生かしきるかという事がですね、余り出来ていないんじゃあないかと言う事がいえるわけでね、もっとやっぱり私は食品産業に携わるものは食事がおいしく楽しく、豊かになるという事をやっぱり考えなければならないと思いますね、非常にステディな産業だというふうに私は思っておりましたらちょっと、異変が起きましたね、いや、去年の暮れからはちょっと悪いわ、だからここぞと思うような言ってみればお店まで前年の数字を割り込むような数字がたくさん出てまいりました。ご承知の方も多いかと思いますが私はCGCグループの方の納入者の会合の会長をやらしていただいているんで、まあ、あそこの数字はいつも拝見して、地域のもっとも信頼されているスーパーマーケットなんかの数字というのが、さすがにみんなきちんとしていて前年を割っていませんでした、ところが、昨年の暮れ11月～12月、良くないですね、１月も引き続き余り良くない、これは一体どういう事なんだろうというふうに一生懸命考えてみました。で、私ね一つ思い当たることが有った、だからその会合の時の新年会がございましたからその時、私は申し上げました。

どうも食品産業が他産業にやられているんじゃあないかと、だって、テレビなんか見てみると、とにかくエコカーの話とエコポイントの話ばっかりですよ、だから、そういった意味ではですね、エコカー減税でねある程度限定的な期間が有りますからみんな一生懸命それを買う、それから、電気製品も家電商品もそれを買うというような形からするとですねエンゲル係数ってね今23～24％ぐらいですよ、だから４分の１しか支出していない訳、だからこいつを豊かにするぐらいの事は全く出来なくはない訳ですよ、だから、そういった意味からするとちょっと他産業にやられたんじゃあないかと思って、その後一生懸命ね、データを見たり、新聞を見たりしているんですけど、まさに昨日の日経でしたかね、言ってみればエコ自動車とエコ家電に大きく消費が持って行かれた、だから、早い話がそういうところでうろたえてしまって低価格にしちゃったから客数は伸びない、買い入れ単価も伸びない、だから、単価が値下がりしただけ、全体的に言ってみれば食品産業が沈下しているというのが私は実態だと思うね、だからこいつはもう一遍、どうしても取り戻さなければいけない問題じゃあないかというふうに思っております。

そういうことでねさっきもいろいろ申し上げましたように正しいデータを見て自分で判断するという事を言いましたから、私は家計調査なんてね、しょっちゅう一生懸命見ています。

まあ、昨年の12月の家計調査が２～３日

前にまとまって出てまいりましたからね、そいつを見てみたらね、やっぱりね、私の考えていた事が余り間違ってなかったなと思ってます。

それはどういうことかと言うと、非常に判り易くお話を申し上げる為に、単純にその月、前年を上回った月を勝ちに、下回った月を負けということからすると、昨年の７～12月の６ヶ月間、下半期のデータが出てまいりましたから私、分析をしてみました。すると経常収入の方ですな、これがどうであったかかなと言いますと１勝５敗です。

だから早い話が実入りは確実に減っているという事です。

これに対して消費支出はどうであるかと、ここのところです、大事な事は、これはね、実に５勝１敗なんです。

だから早い話が実入りは減ったけれども消費支出は減って無いという事ですよ、それは、その間、食料品はどうだったのという事になると、だいたいこういう不況期には食料品が一番いつも良いのですよ、ところが残念ながら食料品は３勝３敗ですよ、これに対して良かったのは何かと、教養娯楽なんていうのが６勝です。

だからこういう時は楽しい娯楽に親しもうということでしょうね。

そして交通通信なんていうのが５勝１敗、保健医療が５勝１敗、だから、こういうやつらに皆なお金取られちゃったとまあ、ある意味からすると、だから、一言でいえば何かと、安い食料を買って倹約して、他の支出を充足したという事ね、私、こいつはまずいと思うんですよそれはなぜかと言ったらやっぱり先ほども何度も申し上げて恐縮だけれど、言ってみればね、食というのは、単なる食事の充足だけではない訳なんですよ、出来れば、楽しさだとか、豊かさだとか、おいしさとかそういった問題がやっぱり非常に重要な要素ですよ、我々はちょっとね、それから、少しね、自らが遠ざかってしまったと、残念ながら、昨年の暮はそして今もそれが続いていると。

やっぱりもう一遍取り戻さないとだめだと思います。どうやって取り戻す工夫をするかという事が、私は、大事な時代になって来ているんじゃあないかなあと思う訳でございます。

私自身が高齢者ですから敢えて申し上げれば、高齢者の事例を引いて申し上げるとねいや、高齢者対応なんて全然できてませんね、良く判ってないんですよね、良く判ってないという事は誰も判ってないという事、一番わかって無いのは何かっていうと国が判って無い、だからね、あの後期高齢者保険なんてね実に判らないやつが作ったんだろうなんて本当に思っちゃうね。

そうしてそいつを急に変えてみたりね。どういうふうに判ってないかというと、私は一番良い事例で思い出すと、キユーピーの創始者で有られた中島薫一郎さんのエピソードを聞いたことが有りました。

ちょうどその方の側近でその後、次の次の社長になられた樽井史朗さんておられて、この方と私、親友だからしょっちゅう食事などしてるんですが、この方がいみじくも言ってました。

この人はずっと中島薫一郎さんの後をくっついてお得意先なんかずいぶん訪問されて、それでねいろんな話なんかなさっていた、そしたらね、何にも我儘なんかおっしゃらない方だったんだけれど、昼飯の時、そこら辺でおそばかなんか食べようとすると、いつでもご機嫌が悪くなったと言うんです。

それで何とおっしゃったかと言ったら“樽井さん、あなたと違って私はもうね食事をする回数が決まってるんだと、だからね、一食たりといえども無駄に食事をしたくないと思っているんだから、この我儘だけは聞いてちょうだい”と言われてね、ちゃんとおいしい

ものを食べに行ったと伺った事が有るけれどね、まあ、だいたいこのご意見に尽きるというふうに思いますね。もっと問題なのは何かと言うと、これは他の角度からいろいろ調べてみると、私の友人がね慶応義塾大学でそっちの方の年金だとか保険だとかを選考しましてね、この間書いてきましたからそれを見ておりましたら、やっぱり、つくづくそうだなと思ったのは何かと言うと、日本の社会システムのこれからが出来あがってないんだと、いや、家庭というものの高齢者対応がね。

今まで日本でね、そんな大きな問題になって出てこなかったじゃあないですか。

それは何故かというと、日本はですね代々長子相続ですよ、だから、言ってみればね、年寄りはある年代に達したら隠居してね、家督を息子に譲ると、そうすると、息子はですねそいつは譲る受けるけれども両親の面倒は死ぬまで見ると、これが今までの日本の社会システムだからね、日本の社会システムは家庭システムであり、言ってみれば、家庭内でその問題、高齢者対応と言うのは解決して外には出てこなかった、それが今どうなりましたか、それがですね、だんだん日本が豊かになった為にですね、それぞれ別居するようになって来ちゃって、核家族になって来ちゃった、だから昔は新婚当初は別居していたけれども歳とればすぐ帰って来てくれたものが、だんだん帰ってこれなくなった、まあ、老人の方だって少しは問題ありますよ、あんな嫁とは一緒にすみたくねえとかね、まあ、そんな事を言っているから夫婦だけで居る訳なんだけれど、そうするとこれは元気なうちは良いが年がたてばだんだんと体力が衰えてまいりますから。

私はねさっき昭和８年なんてもう紹介されっちゃったから、1933年ですから76歳、もうじき77歳になりますが、そういう年齢になってまいりますと、友人たちがもう一斉に高齢化してきましたですね、我々の同級会の集まりなんてのは、だんだん集まれなくなってきている、昔は夜なんてね銀座なんかでやるとね、それこそ９時・10時からこれからまた一戦なんてねどっか出掛けてね楽しんだものなんですが、もうそんな元気が有るやつなんかいない、けつまづかずに帰れなんて言うのが精一杯のところ、いや、本当の話、そうなってくると自分で別居しているということは判るんだが、だんだんだんだんですね自分で自分の面倒を見れなくなってしまう、まあ、今日も男性の方はたくさんご出席だと思うんでね、女性がおられましたらお許しを戴きたいんですがまた男性はね楽観的なんだね、自分の方が必ず先に死ぬと思っている訳で、ところが、世の中そのようにうまくいかない訳で、そうすると、後に残って日本型の亭主なんてね大変ですよ、そういったやつをどういう介護で、どういうふうな対応するか、そういう社会システムが出来あがって無い訳ですよ。

ヨーロッパなんてね、長きに渡ってそういう問題が出来あがって来ているから、そういう仕組みに則ってやりゃあ良いんだけれど、日本の場合なんかね、また、そういう問題が今まで表に出てこないから、言ってみれば、政治的な対応も極めて遅れている訳ですよ、それねこれから全部作らなければならない。

だけどね、あえて申し上げれば何かと、何でこんな話を申し上げたかと言うとこれもひとつのビジネスチャンスですよ、いや、高齢者対応のビジネスっていうのも皆様方がどのようにしておられるか、私はナショナルブランドメーカーさんのトップの方、存じ上げてる方多いからいつも言っている訳ですけれど、売れ筋商品が昨年ほど売れなかった、当然のことでしょう、前提にしていた家族の員数やパッケージとね今の人数と違うんだから、そのような訳に行く訳無いですよ、近代

的な今日的な対応ってどのようにしてなさったのですかと。

それから量はいかなくなるは、そのくせまずいものは駄目、それからメーカー様方によくよくお願いしておきますが、一番高齢者にとって嫌なものは何かと言うと、無駄ね、だから、捨てるものっていうのが一番嫌ですよ。

だから、そういう意味からするとね、残らず使い切ると言う単位というもの、こりゃあそんなに多くないですよ。

だからある意味からすると小売業の対応なんていうのも、小さなパッケージにしない限り全く売れない状態になってきてる、これをどういうふうにしてね解決していくのか、こういう事やらなきゃあなんない事たくさんある訳ですよね。

だから、高齢者対応なんかをきちんとやった企業なんかが、やっぱりこれから多く勝ち残るだろうと思う訳でございます。

もっと言うならば、日本列島と言うものの適正人口は一体どのくらいなのか、その人口をどういうふうな形で作っていくのか、そして、質的にどういうふうにして行くのか、こういう問題を考えるのは、やっぱり、私は政治だと思う訳でありまして、そういう事を考えてくれる政治家を一つ選出するように致しましょう。

早い話がね、上の二人だけが異常に金持ちかなんかで、本当に庶民の苦しみが判るのかなんてね、思わない訳じゃあないわけでありましてね、だから、まあ、心配をいささかしている訳であります。

そこでもう一つ懸念事項を申し上げましょう。

それは何かと言うと一昨年の春、商品価格がすごく上がりましたよね、それで、リーマンショック以来ですね、それがまたもう一つ、大きく下がってきているのですけれどね、この傾向というのはもう一遍世界の経済というのが軌道に乗ってきたら、私はね、もう一遍資源高の時代に入ってくるというふうに思いますよ。

皆さま方もご存知かもしれませんが日経国際商品指数というのが有りまして、国際市場の資源相場の主なものが全て掲載されていますが、2008年は高かったけれど、2009年は少し下がったと、2010年になってどうかというと、2008年並みの数字に戻ってきてる状況で有る訳であります。

これはある程度の思惑などもありますから、そういった意味ではですね、正常化してきたらもう一遍高騰する可能性というのは非常に有る訳ですよ。

だから、先ほども申し上げた通り、やっぱり、食品産業というものがそういう流れにきちんと対応できるような態勢と言ういうものを整えていかないと、一番の問題は日本の人口を何人でやるかっていう事も関係有るんだけれど、言ってみればね、１億2700万人とか、出来れば１億人でやりたいとか言って今後の国際的な食料体制を作るという事、それからさっきも申しあげたように中国やインドはもうある意味からすると軽工業国からだんだんと工業国の色合いを深めてきますから食料品なんかもう作っちゃあくれません。

輸入国にだんだんと転化するというような問題になってくるとある程度の価格で、それに従事する人が先に希望を持って再生産し、一番大事な事は何か、その人達の子孫がそれを受け継いで仕事をしようと思う意欲を掻き立てるだけの単価というものだけは、きちんとわきまえて、我々はですねビジネスをしていかないと、アッという時に我々の商売というのが無くなっちゃう可能性が有ると。

菱食の加工食品取扱高というのは、日本のトップレベルにあると思いますが、その菱食が毎年平均単価と言うものを出しております。

それを見ると実に1992年から2009年ま

での間に３割下がって来ている。

平均単価はもう十分下がって来ている訳です。

もっと言うならば、これ以上下げるつもりですかと。

これ以上下げるという事であれば先ほど申し上げたような国際的なリスクというものを充分考えてやらないと間違った方向に行ってしまいますよという事をいかに知らしめるかということだというふうに、私は思います。

もっと言うならば、食というものを楽しくしなければいけないと思う、豊かにしなければなんないと思う、低価格かどうかと商品決めるのはおかしいと思う、何かと言ったらその価格に値する質的な充実が有るかどうかですよ、だから我々そうじゃあないですか、我々商人（アキンド）が何して食ってきたかというと、お客様が満足していただけるようなサービスを提供することなんですよ。

これで父祖代々何千年も仕事してきている訳ですよ、だから、そういうものさえ提供し続けていったならば、私は必ず、買い上げてもらえる、それから同時に先ほど申し上げたように、今すごく悲観的になっているけれども、日本人の購買力というのは大したものだと、10円のものを９円で売ってもなかなか売れないなんてね言うのはちょっとねプロとして恥ずかしいじゃあないかと私は思いますね。

早い話がナショナルブランドのトップの皆様方に申し上げたのはここのところでね業界の共同宣伝でもしたらどうですかと。

こういう厳しい時代だからこそ、豊かな食事をみんあで楽しみましょうというような事をみんなでもっともっとアピールしたらどうかと、早い話が自動車産業なんてねみんなエコカーの宣伝しているから統一宣伝になっている訳ですよ、それから家電製品だってそうですよ。

みんなエコポイントで宣伝しているから統一宣伝なんですよ、むこうが業界全体でまとまってね統一宣伝している時に、食品業界だけはですねそういうものに対する努力というものが少なかったら単一の企業はそれぞれおやりになっているけれども、そうなるとどうしたって、食うものを詰めて、そういうものを買おうという状態になってきている、さっき言い忘れたけれども、我々より悪い業界が一つある、それは被服履物ですよ、特に着るものね、履物は別として、衣類なんてものはずっと悪かった、ところがですね、昨年の12月だけはね、12ヵ月ぶりにねかなり大幅なプラスになっていますわ、あれもね早い話が、ユニクロさんが一つの起爆剤になって、それに対応して業界全体が活性化されて、やっぱり、被服産業にすらどうも食料品というのはとられてしまった可能性が無くはないと私は思う訳でございます。

まあ、営々と話をさせて戴いてまいりましたけれど、私の申し上げたい事を集約して申し上げれば、我々が属している食品産業って素晴らしいビジネスですよ、やっぱり、父祖代々受け持ってきたこの素晴らしいビジネスを次の時代に、より豊かに私は引き継ぐ義務が我々に有ると思う訳で、そのためにはですね、必要以上に悲観しては駄目です。

だって日に三回実需が有るなんて仕事なんて他に無いんだから、あと足りないのはこっちの工夫と努力だけかも知れない、こいつをどうやっても実現して、先ほど濱口社長からも話が有ったように、次の時代を担ってくる若い人達が、夢と希望をもてるような産業に作り上げるという、そういう大事な使命、そいつを作ったやつが次のリーダーになると、これはある意味でチャンスなんだという自覚を持ってこれから頑張っていかなければいけないのではないかと私は考えておる訳でございます。

講演後、大阪食品卸同業会会長佐藤　進氏（伊藤忠食品）が閉会の挨拶として、廣田先輩の講演を拝聴し、この素晴らしい食品産業に従事していることの認識を改め、しっかり儲けて、きちんと正しい姿で供給していくという責任感を感じた。

賛助会員の皆様も技術革新により新しい商品を開発していくことで、先行き不安の払拭に努めてほしいと締めくくった。

閉会の挨拶をされる大阪府食品卸同業会
佐藤　進会長

第27回　異業種交流委員会開催

－2月5日－

第27回の異業種交流委員会が、平成22年２月５日(金)午後２時30分より異業種６団体総勢13名が参加して今回の当番幹事である弊協会の会議室で開催された。

主要な議題としては、全国米穀販売事業共済協同組合から①「米トレーサビリティ法の概要について」、全国化粧品日用品卸連合会から①「GTINコードへの対応についての活動報告」、全国家庭紙同業会連合会から①「与信管理」、②「インセンティブについて」、(社)日本加工食品卸協会から、①「返品の実態調査について」、②「一般社団法人日本卸協会主催のリテールサポート研修会の開催」について、それぞれの団体から問題提起の説明を行い、各テーマについて意見交換を行った。特に、弊協会が本年度調査した「返品実態調査」の結果について関心が高く、それぞれの業界で継続して「返品問題」について調査を行い、取引慣行の是正に取り組むことを確認した。

次回開催予定は、全国菓子卸商業組合連合会が当番幹事になって、平成22年10月８日(金)午後２時30分より開催される。

【異業種交流委員会参加卸団体】
①(社)日本加工食品卸協会
②全国菓子卸商業組合連合会
③(社)日本医薬品卸業連合会
④全国家庭紙同業会連合会
⑤全国医薬品卸商連合会
⑥全国米穀販売事業共済協同組合
⑦全国化粧品日用品卸連合会
尚、東京金物卸商協同組合は現在休会中

異業種交流委員会会場

リテールサポート研修会（初級）開催

－3月4日－

弊協会が加盟している一般社団法人日本卸売協会から事業活動の一環として卸売業の機能向上を目的とする「リテールサポート研修会（初級）」を実施するとの案内を受けたので、今回実験的試みとして労務管理研究会で検討し共催と言う形で研修会を開催した。

当日は「ヴィラ・フオンテーヌ汐留」の会議室において会員卸11社39名の方々が研修を受講された。今後は中級、上級コースも設定して充実を図る予定であるので活用を願いたい。

実　施　概　要

◆主な受講対象者

卸売業で、営業職及び営業に関係する部門に従事している方

◆研修内容

① リテールサポートの役割を知る
② 得意先の小売業を知る
③ 「販売計画」を立案し、販促提案をする
④ メリハリのある「売場作り」を提案する
⑤ 「計数管理」を知り、客観的に分析する
⑥ 試験

リテールサポート研修会　会場

平成22年1月27日

容器詰加熱殺菌食品の原料原産地表示に関する業界自主ガイドライン

(社)日本缶詰協会

発行にあたって

缶詰食品は，従来は生鮮原料の産地に近い場所で産物の旬の時期に製造することにより品質の高い保存食品を提供しておりましたが，近年，食生活の変化やわが国の産業構造の変化などにより缶びん詰，レトルト食品に用いられる原材料も輸入品が多く使用されるようになっております．

原料原産地表示については，農林水産省が平成12年から個別品目への表示の義務づけに始まり，平成16年からは20食品群の原材料として使用される生鮮食品のうち重量の割合が50%以上のものへと義務づけられました．この20食品群は加工食品の加工度が低く原産地に由来する原料の品質の差異が最終製品の品質に影響を及ぼすものとして選定され，缶びん詰，ならびにレトルトパウチ食品は加工度が高いことからその対象外とされました．

しかしながら輸入農産物からの残留農薬基準違反や，わが国で許可されていない食品添加物の混入など食の安全に係わる多くの事案が発生したことから，消費者の不安感は募っており，原料原産地についても製品の品質面ではなく，消費者が安心して商品を購入するための選択肢の一つとして情報提供を要望する声が大きくなってまいりました．

このような状況の中，本会では会員各位が消費者に安心して商品を購入していただくための情報提供の一環として原料原産地を自主的に表示するための本ガイドラインを制定いたしました．本ガイドラインはあくまでも業界の指針であり，法的強制力を持つものではありません．しかしながら缶詰食品はその容器形態から消費者が商品の購入時に中味を見ることができないため，製品表示は非常に重要となります．本ガイドラインを運用し，正確で客観的な原料原産地の情報提供に努めることにより消費者の信頼を得，さらなる業界の発展に寄与するものと考えております．会員各位がこの趣旨にご賛同いただき多くの企業で本ガイドラインが活用されることを望みます．

1．経緯

加工食品の原料原産地に関する表示は平成12年の「梅干し，らっきょう漬け」への義務づけに始まり，平成16年９月には生鮮食品に近いとされる20食品群への義務づけがなされた．この際の選定要件は

①原産地に由来する原料の品質の差異が，加工食品としての品質に大きく反映されると一般に認識されている品目のうち

②製品の原材料で，単一の農畜水産物の重量の割合が50%以上である商品

であった．このとき缶びん詰，ならびにレトルトパウチ

食品は加工度が高く，生鮮食品に近いとはみなされないことから，原料原産地表示の対象外とされた．

その後，輸入食品の残留農薬基準違反，原料原産地の産地偽装などの事案が続いたことなどから，消費者の食の安全・安心に対する関心が高まり，加工食品に対しても多くの情報提供が要望されるようになった．このなかでも原料原産地情報は非常に関心が高く，すでにこの要望に応え一部の商品では表示が始まっている．しかしながらそれらの表示は各企業が独自に実施しており，客観的な情報提供というよりも優良産地を表示することによる強調表示の側面が大きいと考えられる．

このような状況の中，業界全体が自主的に原料原産地の表示に取り組み，表示対象品目や表示方法などを統一化することで，消費者に客観的で正確な情報をより分かりやすい形で提供し，消費者の商品選択に資することを目的として本ガイドラインを制定することとした．

2．本ガイドラインの位置づけ

本ガイドラインは，消費者に客観的で正確な情報提供を行うとの観点から，容器詰加熱殺菌食品の製造業者等が自主的に原料原産地を表示するうえでの指針であり，また，自主的な取り組みを推進するためのものである．

3．目的

本ガイドラインは国内で製造される容器詰加熱殺菌食品（食品を缶，びんもしくはプラスチック容器に充填・密封した後，加熱殺菌を施したもので，常温で流通するもの）について，使用されている主要原材料等の原産地を当該製品に表示することにより，消費者に対して客観的な情報を提供し，商品の選択に資することを目的とする．

4．原料原産地の表示が必要な製品

本ガイドラインは容器詰加熱殺菌食品（酒類，医薬品及び医薬部外品，乳製品類，飲料を除く）であって，かつ一般消費者を対象として販売される製品のうち，以下の製品を対象とする．

1）農産物製品（農産物に充填液を加え，もしくは加えないで密封したもの．農産物加工品または国内において充填前に調味等をしたものを詰めたものは除く）

2）畜産物製品（食肉鳥卵に充填液として水もしくは食用油脂（味の調整のために若干の調味をしたものを含む）を加え密封したもの）

3）農畜水産物製品で調味・加工等の大半の工程を外国で行い，小分け・選別等および加熱殺菌を国内で行う製品

4）農畜水産物製品で国内で製造している旨を標榜する製品

5．原産地の表示対象となる原材料

1）主要原材料

すべての原材料のうち配合割合が最も多い生鮮食品（生鮮食品品質表示基準第2条に規定するものをいう）で，かつ配合時の重量割合が製品中に占める割合のうち50%以上の原材料

2）特に強調している原材料

商品名または商品に記載されている説明表示等で原産地が記載されている原材料（加工食品を含む）

3）法令等で義務づけられた原材料

品質表示基準等の法令で表示が義務づけられている原材料

6．表示の方法

1）表示名称

(1) 国産品にあっては国産である旨を，輸入品にあっては原産国名を記載すること．ただし，国産品にあっては，国産である旨の記載に代えて次に掲げる地名を記載することができる．

ア）農産物にあっては，都道府県名その他一般に知られている地名

イ）畜産物にあっては，主たる飼養地が属する都道府県名その他一般に知られている地名

ウ）水産物にあっては，生産（採取および採捕を含む）

した水域の名称（以下「水域名」という.），水揚げした漁港名，水揚げした漁港または主たる養殖場が属する都道府県名その他一般に知られている地名

(2) 輸入された水産物にあっては，原産国名に水域名を併記することができる.

2）原産地が複数になる場合

(1) 表示対象となる原材料の原産地が2箇所以上ある場合にあっては，原材料に占める重量の割合の多いものから順に記載すること.

(2) 表示対象となる原材料の原産地が3箇所以上ある場合にあっては，原材料に占める重量の割合の多いものから順に2箇所記載し，その他の原産地を「その他」と記載することができる.

3）表示場所

原産地の表示は，下記のいずれかの方法により表示すること．なお，(2)の方法により表示した場合は，どの原材料の原産地であるのかを明らかにすること.

(1) 一括表示欄の原材料名欄の当該原材料に引き続き，カッコを付して記載する.

(2) 一括表示欄もしくは一括表示欄に近接した箇所に「原料原産地名」の項目を設け原産地名を表示する.

ただし，一括表示欄もしくは一括表示欄に近接した箇所に原料原産地名を表示することが困難な場合にあっては，当該するどちらかの箇所に「原料原産地名」の項目を設け，そこに別途記載場所を明記し，その場所に原料原産地名を記載する.

7．表示に関する特例

1）特に強調している原材料に関する特例

5．2）に規定している原材料のうち5．1）以外の原材料で，かつ，加工食品品質表示基準第5条第1項の規定の適用を受けるものにあっては，5．2）の規定に係わらず，同種の原材料に対する当該原材料の配合重量の割合もしくは当該原材料の製品に占める割合を表示することにより，他の同種の原材料の原産地を省略することができる．この場合割合の表示は原料の原産地名を強調した箇所に近接して表示するか，当該原材料の次にカッコを付して表示すること．ただしその割合が100%である場合は割合の表示は省略することができる.

2）複数の原産地の原材料を混合して使用している場合

5．1）に規定する主要原材料が下記のいずれかに該当する場合は，原料原産地に関する表示を省略することができる．ただし法令等で表示が義務づけられている原材料にあってはこの限りでない.

(1) 輸入原料を主体に使用しており，必要に応じて国産原料を混合する場合.

(2) 複数の地域の原材料を使用しているが，製造上の問題から各地域の配合割合が固定できない場合.

(3) 中間加工原料を使用しており，当該加工原料の原料原産地に関する情報が加工業者から提供されない場合.

3）国内で製造している旨を標榜している製品

輸入品もしくは国産の原料を使用して国内で調理・加工した製品について「国内製造」等の表示をする場合は，5．1）に規定している主要原材料の原産地を表示すること．また「国産」(「山形産」，「丹波産」等都道府県その他一般に知られている地域名称を含む）の用語は，主要原材料の原産地が当該地域である旨が明記されている場合を除き，当該原材料の原産地が当該地域であり，当該地域で製造されている場合以外使用してはならない.

4）製品への表示以外による原料原産地の情報提供について

2）に規定する理由により製品への原料の原産地に関する表示を省略する場合にあっては自社の商品説明書，カタログ，ホームページ等への記載，もしくは消費者からの相談窓口等を設け電話等で回答するなどにより，客観的かつ正確な情報提供を消費者に対し行っていくことが望ましい.

業界自主ガイドラインQ＆A集

1．全般（P.6）

Q１－１　本ガイドラインを発行したのはなぜですか.

Q１－２　本ガイドラインの位置づけを教えて下さい.

Q１－３　本ガイドラインの適用品目であって原料原産地を表示しない，もしくは表示内容に間違いがあったときの罰則はありますか.

Q１－４　本ガイドラインに従って表示を変更する場合，経過期間はどのくらいありますか.

Q１－５　今後，改定されることはありますか.

2．表示（P.6～14）

Q２－１　ガイドライン３．にある容器詰加熱殺菌食品の範囲はどこまでですか.

Q２－２　Ａ２－１にあるプラスチック容器とはどういうものですか.

Q２－３　ガイドライン４．で業務用製品はなぜ対象外なのですか.

Q２－４　ガイドライン５．１）にある主要原材料について具体的に教えてください.

Q２－５　みかん30%，パインアップル20%，もも10%を混合したフルーツミックス製品の場合の表示はどうなりますか.

Q２－６　原材料の畜肉を牛ロース，牛モモと部位の違うものを使用した製品の場合は合算して主要原材料の原産地とみなすのでしょうか.

Q２－７　ガイドライン６．３）にある一括表示欄以外の記載場所に記載する場合とはどのような場合ですか.

Q２－８　ガイドライン６．３）(2)にある一括表示欄に近接した箇所とはどこですか.

Q２－９　商品名（主要面）に原料原産地を表示している製品は一括表示欄および一括表示欄に近接して表示するのを省略できますか.

Q２－10　ガイドライン７．２）にある表示を省略する場合とは具体的にどのような場合ですか.

Q２－11　Ｑ２－10に該当する製品ではなぜ原料原産地を省略するのですか.

Q２－12　製品の使用原料の産地が２～３カ国等と不特定で，また製造時期等によって順位が入れ替わる場合はどうすれば良いでしょうか.

Q２－13　黄桃シラップ漬缶詰等の内容や時期により原産地が変わる製品について「黄桃（中国又は，ギリシャ)」と“又は”表示をすることは可能ですか.

Q２－14　原料原産地表示をやむを得ず省略する場合，ガイドライン７．４）にあるホームページの掲載方法を教えて下さい.

Q２－15　表示対象製品で主要原材料に一次加工品を使用した場合，表示するのは一次加工品ですか，それともその原料の原産地ですか.

Q２－16　原料原産地の表示方法を具体的に教えて下さい.

Q２－17　ガイドライン５．２）にある“特に強調している原材料”はどういうものですか.

Q２－18　表示対象外製品や主要な原材料でない原料を特に強調した場合,原料原産地表示は必要ですか.

Q２－19　特に強調している原材料に関する表示の具体例を示して下さい.

3．表示対象製品（P.14～17）

（農産物製品）

Q３－１　ガイドライン４．１）で農産物加工品が除外されているのはなぜですか．また，どのような製品がありますか．

Q３－２　ガイドライン４．１）で充填前に調味等をした農産物製品とはどのようなものですか．

Q３－３　ガイドライン４．１）の農産物製品にはどのような製品がありますか．また，その中でも日本缶詰協会で表示を推奨する製品を具体的に教えて下さい．

（畜産物製品）

Q３－４　ガイドライン４．２）の畜産物製品にはどのような製品がありますか．

Q３－５　ガイドライン４．２）の畜産物製品ではなぜ水煮や油漬製品以外は含まれないのですか．

Q３－６　肝臓や腎臓，腸等の臓器は牛肉や豚肉等の食肉に含まれるのでしょうか．

（調味・加工等の大半の工程を外国で行い，小分け・選別等および加熱殺菌を国内で行う製品）

Q３－７　ガイドライン４．３）の調味・加工等の大半の工程を外国で行う製品とはどのような製品ですか．

Q３－８　外国で剥皮，切断したものを冷凍にして国内で最終製品として調味，充填，殺菌を行い，製造した場合については該当しますか．

Q３－９　リパック製品に表示する原料原産地は一次加工品の国名と原料の原産地のどちらを表示すれば良いですか．

Q３－10　ガイドライン４．３）の場合，国内で行われる加熱殺菌工程は“製造”にあたりますか．

（国内で製造している旨を標榜する製品）

Q３－11　“国内製造”と“国産”の表示の違いは何ですか．

Q３－12　“国内製造”と表示した場合はなぜ原料原産地表示が必要なのですか．

Q３－13　原料原産地を表示せずに“国内製造”とだけ表示することはできますか．

Q３－14　主要原材料がない製品の場合，“国内製造”と表示することは可能ですか．

Q３－15　水産製品や農産加工品等の表示対象外製品が国内で製造している旨を標榜する場合，原料原産地の表示の対象となりますか．

Q３－16　ガイドライン４．３）の調味・加工等の大半の工程を外国で行い，小分け・選別等および加熱殺菌を国内で行う製品の場合，“国内製造”と表示できますか．

Q３－17　どのような場合に“国産”と表示することができますか．

Q３－18　なぜＡ３－17（2）の場合，原産地の他に製造地も表示と一致している必要があるのですか．

Q３－19　みかん70%（国産），さくらんぼ30%（中国）を使用した二種混合果実シラップ漬製品のような場合，“国産”と表示することはできますか．

Q３－20　みかん40%（国産），黄桃40%（ギリシャ），さくらんぼ20%（中国）を使用し，主要原材料がない三種混合果実シラップ漬のような場合，“国産”と表示することはできますか．

１．全般

Ｑ１－１　本ガイドラインを発行したのはなぜですか.

Ａ１－１　近年，輸入農産物からの残留農薬基準違反，わが国で許可されていない食品添加物の混入など食の安全に係わる多くの事案の発生により，消費者の食品への不信感は募っており，製品の品質面の他に消費者が安心して商品を購入するための選択肢の一つとして原料原産地表示を要望する声が大きくなっています.

このような現状を受け，本会では会員各位が消費者に安心して商品を購入していただくための情報提供の一環として原料原産地を自主的に表示するために本ガイドラインを発行いたしました.

Ｑ１－２　本ガイドラインの位置づけを教えて下さい.

Ａ１－２　本ガイドラインは原料原産地表示をする際の業界の自主的な表示ルールです．業界全体が共通した原料原産地の表示を行うことにより，消費者がより多くの商品から原料原産地情報を正しく得ることができることから，各事業者等の多くの方がご利用いただけるようお願いいたします.

Ｑ１－３　本ガイドラインの適用品目であって原料原産地を表示しない，もしくは表示内容に間違いがあったときの罰則はありますか.

Ａ１－３　本ガイドラインは業界の自主的なものですので，表示内容等がガイドラインに則していなくても罰則等はありません．ただし，原料原産地を表示した際に，その内容に間違い等があった場合や表示方法で消費者が誤認を生じる場合，JAS法に基づく加工食品品質表示基準，不当景品類及び不当表示防止法等の表示関連法令に抵触する可能性があり，当該法令によって処罰されることがありますので，ご注意ください.

Ｑ１－４　本ガイドラインに従って表示を変更する場合，経過期間はどのくらいありますか.

Ａ１－４　本ガイドラインは消費者が商品を選択するときの情報を提供する目的で容器詰加熱殺菌食品の原料原産地を表示する際の参考として，表示製品の範囲や表示方法について日本缶詰協会が制定したものです．よって，加工食品品質表示基準のような表示義務ではありませんので経過期間は設定しておりません．順次表示可能な製品から本ガイドラインをご利用いただけるようお願いいたします.

Ｑ１－５　今後，改定されることはありますか.

Ａ１－５　今後の食品業界の動向や状況,法令等の改正，本ガイドラインの利用状況等により，必要な場合は内容の見直しを行っていく予定です.

２．表示

Ｑ２－１　ガイドライン３．にある容器詰加熱殺菌食品の範囲はどこまでですか.

Ａ２－１　容器詰加熱殺菌食品とは常温で長期保存できるように密封した後加熱殺菌した食品です．缶詰やびん詰，レトルト食品のほかに，プラスチック容器に詰められた果実製品等が含まれます.

Ｑ２－２　Ａ２－１にあるプラスチック容器とはどういうものですか.

Ａ２－２　主にプラスチック素材で構成された容器でアルミ箔を積層したレトルトパウチ食品のほかに，透明パウチやカップ容器等が含まれます.

Ｑ２－３　ガイドライン４．で業務用製品はなぜ対象外なのですか.

Ａ２－３　このガイドラインは消費者が商品を選択するときの情報を提供する目的で制定されています．業務用製品は売り手と買い手が直接情報交換できることから対象外としました．ただし，業務用製品でその製品が加工食品品質表示基準で定められている原料原産地表示の対象となる製品の主な原材料に使用される可能性がある場合は，加工食品品質表示基準で原料原産地

の表示が定められていますので，ご注意下さい．

Ｑ２－４　ガイドライン５．１）にある主要原材料について具体的に教えてください．

Ａ２－４　このガイドラインでの主要原材料とは製品中に占める原材料のうち配合時の重量割合が50%以上になる原材料のことをいいます．たとえば内容総量300ｇのミカンシラップ漬缶詰でミカンを210ｇ充填する場合は配合時の割合が70%になるのでミカンは主要原材料となります．それに対して内容量100ｇのミカンゼリーに固形ミカンを20g充填する場合は配合割合が20%ですので，この場合のミカンは主要原材料となりません．

Ｑ２－５　みかん30%，パインアップル20%，もも10%を混合したフルーツミックス製品の場合の表示はどうなりますか．

Ａ２－５　この場合，どの果実も主要原材料に該当しませんので対象外となりますが，任意で原料原産地表示することは構いません．また，上記の例としてみかんが50%の場合，みかんが主要原材料となりますので表示の対象製品となります．

ただし，上記の混合製品に原産地を表示する場合，単一の果実について表示をした場合に他の果実も原産地が同一であると消費者が誤認する可能性がありますので，できるかぎり全果実についての原産地を表示することが望ましいと考えます．

Ｑ２－６　原材料の畜肉を牛ロース，牛モモと部位の違うものを使用した製品の場合は合算して主要原材料の原産地とみなすのでしょうか．

Ａ２－６　この場合，牛ロースと牛モモと合算して，表示した製品重量の割合が50%を超える場合は主要原材料とみなします．表示する原料原産地については食肉の部位にかかわらず使用した原産地の重量順に表示して下さい．

原材料名欄に表示する場合は“原材料：牛肉（国産，アメリカ）”または“原材料；牛肉（ロース，モモ）（国産，アメリカ）”となります．

Ｑ２－７　ガイドライン６．３）にある一括表示欄以外の記載場所に記載する場合とはどのような場合ですか．

Ａ２－７　一括表示欄以外の記載場所とは，商品名やその近接した箇所（主要面）等，一括表示欄もしくは一括表示欄に近接していない箇所をさします．この場合，必ず一括表示欄もしくは一括表示欄に近接した箇所に「原料原産地名」の項目を設けて記載場所を明記して下さい．

Ｑ２－８　ガイドライン６．３）(2) にある一括表示欄に近接した箇所とはどこですか．

Ａ２－８　一括表示欄の上下もしくは左右で，一括表示欄と同視野で容易に読み取れる箇所をさします．なお，“原料原産地：国産（白もも）”，“白ももの原料原産地は国産です．”のように一括表示欄に近接して表示する場合は，一括表示欄の原料原産地名の項目は省略できます．

Ｑ２－９　商品名（主要面）に原料原産地を表示している製品は一括表示欄および一括表示欄に近接して表示するのを省略できますか．

Ａ２－９　消費者は商品を選択する上での情報を一括表示によって得ることから主要面に記載される商品名や主要面に原料原産地を表示した場合につきましても一括表示欄もしくは一括表示欄に近接して表示してください．ただし，容器の形状等の理由により表示が困難な場合にあっては一括表示欄もしくは一括表示欄に近接した箇所に「原料原産地名」の項目を設けて記載場所を明示することができます．

Ｑ２－10　ガイドライン７．２）にある表示を省略する場合とは具体的にどのような場合ですか．

Ａ２－10　原産地の表示を省略する場合は以下の場合が

あります.

(1)輸入原料を主体に使用しており，必要に応じ国産原料を使用する場合

国産原料はたとえ価格等の取引条件が輸入品と同等でも，消費者は国産原料が輸入品よりも優良であるとの一般的認識があることから，優良誤認を与える可能性が高くなります．消費者は商品購入の際に常に表示を確認していない可能性があることから，同一製品で国産が使用されている旨の表示がある製品とそうでない製品とが市場で混在することは好ましくありませんので，このような場合は原産地表示を省略します．ただし国産が重量割合で3番目以下であり，表示上“その他”に含まれ“国産”の表示がない場合は問題ありません.

(2)複数の地域の原材料を使用しているが，製造上の問題から各地域の配合割合が固定できない場合

生鮮農産物の多くは季節生産品であり収穫時期や作柄などで輸入国が変動する場合があります．また畜産物では伝染病等により輸入停止や出荷停止措置がとられる場合があります．このような場合は原産地や配合重量割合の多い順に記載することが困難になりますので表示を省略します.

(3)中間加工原料を使用しており，当該加工原料の原料原産地に関する情報が加工業者から提供されない場合

中間加工原料を使用して製品を製造する場合，当該原材料の原産地に関する情報は中間加工業者から提供してもらう必要があります．加工食品品質表示基準では，中間加工原料が原料原産地表示の必要な20食品群の原材料として使用される可能性がある場合は，原料原産地の表示を義務づけていますが，缶・びん詰，レトルトパウチ食品は表示が必要な20食品群に該当しませんので提供されない可能性があります．その場合は表示を省略します．なお，中間加工業者には本ガイドラインの趣旨を説明して，できるだけ原料原産地の情報を提供してもらうよう心がけて下さい.

Q２－11　Q２－10に該当する製品ではなぜ原料原産地を省略するのですか.

Ａ２－11　本ガイドラインでは消費者が商品を選択する際の情報提供の一環として原料原産地を表示することとしていることから，正確な情報を提供する必要があります．しかしながら容器詰加熱殺菌食品は，使用する容器に表示事項を事前に印刷するのが一般的です．したがって上記Ａ２－10に示す場合の原産地の変動に対応するためには複数の容器を事前に用意しなければならず，現実的には対応できません．またこのような場合，加工食品品質表示基準では製造業者の合理的な判断に基づき表示することを認めておりますが，これは例外的な措置であることから本ガイドラインにおける表示にはそぐわないと考えます.

なお，製品への表示を省略する場合は，商品説明書，カタログ，ホームページ等への掲載，もしくは社内に相談窓口を設け電話等による回答をするなど，できるだけ消費者に対し情報提供をするよう心がけて下さい.

Q２－12　製品の使用原料の産地が２～３カ国等と不特定で，また製造時期等によって順位が入れ替わる場合はどうすれば良いでしょうか.

Ａ２－12　この場合はＡ２－10(2)に該当することから表示を省略しても構いません．なお，その際は商品説明書，カタログ，ホームページ等への掲載，もしくは社内に相談窓口を設け電話等による回答をするなど，できるだけ消費者に対し情報提供をするよう心がけて下さい.

Q２－13　黄桃シラップ漬缶詰等の内容や時期により原産地が変わる製品について「黄桃（中国又は，ギリシャ）」と“又は”表示をすることは可能ですか.

Ａ２－13　加工食品品質表示基準で，主な原材料の原産地の重量割合が商品ごとに特定できない場合等，特別な事情がある場合において“又は”表示が例外的に認められております（国産原料と海外原料との混合品の

場合は認められていない).

しかしながら，“又は”表示は本ガイドラインの「消費者に客観的な情報を提供する」という観点にそぐわず，かえって消費者に誤認を与えかねないと考えます．上記の質問の場合はＡ２－10(2)に該当することから表示を省略し，商品説明書やカタログ，ホームページ，相談窓口の設置等でできるだけ客観的な情報を提供するよう心がけて下さい．

Ｑ２－14　原料原産地表示をやむを得ず省略する場合，ガイドライン７．４）にあるホームページの掲載方法を教えて下さい．

Ａ２－14　ホームページで原料原産地情報を掲載する場合は，各製品の原料原産地を一覧にしたページを設けるか製品一覧を紹介したページの各製品の情報に追加する等，消費者が容易に情報を得られるよう心がけて下さい．

また，できるかぎり製品の一括表示欄もしくは一括表示欄に近接した箇所にホームページの原料原産地情報が掲載されている旨を表示するようにして下さい．

Ｑ２－15　表示対象製品で主要原材料に一次加工品を使用した場合，表示するのは一次加工品ですか，それともその原料の原産地ですか．

Ａ２－15　本ガイドラインは一括表示欄内に記載することから基本的に加工食品品質表示基準に則した表示方法を採用しておりますので，一次加工品の加工地ではなく，その原料の原産地を表示して下さい．また，Ａ２－10(3)に該当する場合は原料原産地表示を省略することができます．

また，一次加工地を強調した表示をする場合は，原料原産地か加工地を指しているのか不明確だと，加工食品品質表示基準の「産地名の意味を誤認させるような表示」に該当しますのでご注意下さい．

その他に製品の製造地を強調する場合は“国内で製造している旨を標榜する製品表示”方法に従って表示をして下さい．（Ａ３－11以降参照）

Ｑ２－16　原料原産地の表示方法を具体的に教えて下さい．

Ａ２－16　表示は一括表示欄に記載することを基本とします．この場合原材料名欄の次に記載する方法と一括表示欄に項目名とともに記載する方法，その他に一括表示欄に近接して記載する方法，一括表示欄もしくは近接した箇所に項目名を設けて記載箇所を明示する（容器の型体等により表示が困難な場合）方法があります．

また，以下の事項についてはどの方法で記載する場合でも共通しています．

①表示の“国産”を“日本”に変えることができます．

②国内産の原料については「山形産」等都道府県名もしくはその他一般に知られている地名（畜産物にあっては主たる飼養地，水産物にあっては生産した水域，漁港，主たる養殖場）に置き換えることができます．

③Ａ２－10に該当する場合は省略できます．その場合できるだけ消費者に対し原料原産地の情報提供を行うようお願いいたします．

(1)一括表示欄の原材料名欄にカッコを付して記載する場合

ア．原産地が１箇所の場合

名称	白もも・シラップづけ（ヘビー）
形状	２つ割
果肉の大きさ	混合
原材料名	白もも（国産），砂糖類（砂糖，ぶどう糖），酸味料，酸化防止剤（ビタミンＣ）
固形量	２４５グラム
内容総量	４２５グラム
賞味期限	２０１０．１０．１０
使用上の注意	開缶後はすみやかにお召し上がり下さい．使い残しはガラスなどの器に移して冷蔵庫に入れ，早めにお召し上がり下さい．
製造者	社団法人日本缶詰協会 東京都千代田区神田東松下町10－２

イ．原産地が２箇所の場合

名称	白もも・シラップづけ（ヘビー）
形状	２つ割
果肉の大きさ	混合
原材料名	白もも（国産，中国），砂糖類（砂糖，ぶどう糖），酸味料，酸化防止剤（ビタミンＣ）
固形量	２４５グラム
内容総量	４２５グラム
賞味期限	２０１０．１０．１０
使用上の注意	開缶後はすみやかにお召し上がり下さい．使い残しはガラスなどの器に移して冷蔵庫に入れ，早めにお召し上がり下さい．
製造者	社団法人日本缶詰協会 東京都千代田区神田東松下町10－２

※原産地はその原料の重量比の多い順に記載して下さい．

※“国産又は中国”といった“又は”表示はできません．（Ａ２－13参照）

ウ．原産地が３箇所以上の場合

名称	白もも・シラップづけ（ヘビー）
形状	２つ割
果肉の大きさ	混合
原材料名	白もも（国産，中国，その他），砂糖類（砂糖，ぶどう糖），酸味料，酸化防止剤（ビタミンＣ）
固形量	２４５グラム
内容総量	４２５グラム
賞味期限	２０１０．１０．１０
使用上の注意	開缶後はすみやかにお召し上がり下さい．使い残しはガラスなどの器に移して冷蔵庫に入れ，早めにお召し上がり下さい．
製造者	社団法人日本缶詰協会 東京都千代田区神田東松下町10－２

※原産地はその原料の重量比の多い順に記載して下さい．

※“国産又は中国”といった“又は”表示はできません．（Ａ２－13参照）

※原産地の３番目以降は“その他”と省略することができます．ただし，原産地を表示している原材料（上記の場合は白もも）について原産地を特に強調した表示をしている場合は，３番目以降であっても明記する必要があります．（Ａ２－19参照）

(2)一括表示欄に原料原産地名欄を設けて記載する場合

ア．原産地が１箇所の場合

名称	白もも・シラップづけ（ヘビー）
形状	２つ割
果肉の大きさ	混合
原材料名	白もも，砂糖類（砂糖，ぶどう糖），酸味料，酸化防止剤（ビタミンＣ）
原料原産地名	国産（白もも）
固形量	２４５グラム
内容総量	４２５グラム
賞味期限	２０１０．１０．１０
使用上の注意	開缶後はすみやかにお召し上がり下さい．使い残しはガラスなどの器に移して冷蔵庫に入れ，早めにお召し上がり下さい．
製造者	社団法人日本缶詰協会 東京都千代田区神田東松下町10－２

※原産地の後にカッコを付して対象となる原材料を記載して下さい．

イ．原産地が２箇所の場合

名称	白もも・シラップづけ（ヘビー）
形状	２つ割
果肉の大きさ	混合
原材料名	白もも，砂糖類（砂糖，ぶどう糖），酸味料，酸化防止剤（ビタミンＣ）
原料原産地名	白もも（国産，中国）
固形量	２４５グラム
内容総量	４２５グラム
賞味期限	２０１０．１０．１０
使用上の注意	開缶後はすみやかにお召し上がり下さい．使い残しはガラスなどの器に移して冷蔵庫に入れ，早めにお召し上がり下さい．
製造者	社団法人日本缶詰協会 東京都千代田区神田東松下町10－２

※対象となる原材料の後にカッコを付して原産地を記載

して下さい．

※原産地はその原料の重量比の多い順に記載して下さい．

※“国産又は中国”といった“又は”表示はできません．（Ａ２－13参照）

ウ．原産地が３箇所以上の場合

名称	白もも・シラップづけ（ヘビー）
形状	２つ割
果肉の大きさ	混合
原材料名	白もも，砂糖類（砂糖，ぶどう糖），酸味料，酸化防止剤（ビタミンＣ）
原料原産地名	白もも（国産，中国，その他）
固形量	２４５グラム
内容総量	４２５グラム
賞味期限	２０１０．１０．１０
使用上の注意	開缶後はすみやかにお召し上がり下さい．使い残しはガラスなどの器に移して冷蔵庫に入れ，早めにお召し上がり下さい．
製造者	社団法人日本缶詰協会 東京都千代田区神田東松下町10－2

※対象となる原材料の後にカッコを付して原産地を記載して下さい．

※原産地はその原料の重量比の多い順に記載して下さい．

※“国産又は中国”といった“又は”表示はできません．（Ａ２－13参照）

※原産地の３番目以降は“その他”と省略することができます．ただし，原産地を表示している原材料（上記の場合は白もも）について原産地を特に強調した表示をしている場合は，３番目以降であっても明記する必要があります．（Ａ２－19参照）

(3)一括表示欄に近接して記載する場合

ア．原産地が１箇所の場合

名称	白もも・シラップづけ（ヘビー）
形状	２つ割
果肉の大きさ	混合
原材料名	白もも，砂糖類（砂糖，ぶどう糖），酸味料，酸化防止剤（ビタミンＣ）
固形量	２４５グラム
内容総量	４２５グラム
賞味期限	２０１０．１０．１０
使用上の注意	開缶後はすみやかにお召し上がり下さい．使い残しはガラスなどの器に移して冷蔵庫に入れ，早めにお召し上がり下さい．
製造者	社団法人日本缶詰協会 東京都千代田区神田東松下町10－2

原料原産地：国産（白もも）　または

白ももの原料原産地は国産です．

イ．原産地が２箇所の場合

名称	白もも・シラップづけ（ヘビー）
形状	２つ割
果肉の大きさ	混合
原材料名	白もも，砂糖類（砂糖，ぶどう糖），酸味料，酸化防止剤（ビタミンＣ）
固形量	２４５グラム
内容総量	４２５グラム
賞味期限	２０１０．１０．１０
使用上の注意	開缶後はすみやかにお召し上がり下さい．使い残しはガラスなどの器に移して冷蔵庫に入れ，早めにお召し上がり下さい．
製造者	社団法人日本缶詰協会 東京都千代田区神田東松下町10－2

原料原産地：白もも（国産，中国）　または

白ももの原料原産地は国産，中国です．

※原産地はその原料の重量比の多い順に記載して下さい．

※“国産又は中国”といった“又は”表示はできません．（Ａ２－13参照）

ウ．原産地が３箇所以上の場合

名称	白もも・シラップづけ（ヘビー）
形状	２つ割
果肉の大きさ	混合
原材料名	白もも，砂糖類（砂糖，ぶどう糖），酸味料，酸化防止剤（ビタミンＣ）
固形量	２４５グラム

内容総量	４２５グラム
賞味期限	２０１０．１０．１０
使用上の注意	開缶後はすみやかにお召し上がり下さい．使い残しはガラスなどの器に移して冷蔵庫に入れ，早めにお召し上がり下さい．
製造者	社団法人日本缶詰協会 東京都千代田区神田東松下町10－2

原料原産地：白もも（国産，中国，その他）　または

白ももの原料原産地は国産，中国，その他です．

※原産地はその原料の重量比の多い順に記載して下さい．

※“国産又は中国”といった“又は”表示はできません．（Ａ２－13参照）

※原産地の３番目以降は“その他”と省略することができます．ただし，原産地を表示している原材料（上記の場合は白もも）について原産地を特に強調した表示をしている場合は，３番目以降であっても明記する必要があります．（Ａ２－19参照）

(4)原産地とその当該原材料を一括表示欄もしくは近接した箇所以外に記載する場合

ア．原産地が１箇所の場合

名称	白もも・シラップづけ（ヘビー）
形状	２つ割
果肉の大きさ	混合
原材料名	白もも，砂糖類（砂糖，ぶどう糖），酸味料，酸化防止剤（ビタミンＣ）
原料原産地名	商品名下部に記載
固形量	２４５グラム
内容総量	４２５グラム
賞味期限	２０１０．１０．１０
使用上の注意	開缶後はすみやかにお召し上がり下さい．使い残しはガラスなどの器に移して冷蔵庫に入れ，早めにお召し上がり下さい．
製造者	社団法人日本缶詰協会 東京都千代田区神田東松下町10－2

白桃
（国産原料使用）

※一括表示欄の他に近接した箇所に項目を設けて記載場所を明示することができます．（Ａ２－９参照）

イ．原産地が２箇所の場合

名称	白もも・シラップづけ（ヘビー）
形状	２つ割
果肉の大きさ	混合
原材料名	白もも，砂糖類（砂糖，ぶどう糖），酸味料，酸化防止剤（ビタミンＣ）
原料原産地名	商品名下部に記載
固形量	２４５グラム
内容総量	４２５グラム
賞味期限	２０１０．１０．１０
使用上の注意	開缶後はすみやかにお召し上がり下さい．使い残しはガラスなどの器に移して冷蔵庫に入れ，早めにお召し上がり下さい．
製造者	社団法人日本缶詰協会 東京都千代田区神田東松下町10－2

白桃
（国産，中国産原料使用）

※原産地はその原料の重量比の多い順に記載して下さい．

※“国産又は中国”といった“又は”表示はできません．（Ａ２－13参照）

※一括表示欄の他に近接した箇所に項目を設けて記載場所を明示することができます．（Ａ２－９参照）

ウ．原産地が３箇所以上の場合

名称	白もも・シラップづけ（ヘビー）
形状	２つ割
果肉の大きさ	混合
原材料名	白もも，砂糖類（砂糖，ぶどう糖），酸味料，酸化防止剤（ビタミンＣ）
原料原産地名	商品名下部に記載
固形量	２４５グラム
内容総量	４２５グラム
賞味期限	２０１０．１０．１０
使用上の注意	開缶後はすみやかにお召し上がり下さい．使い残しはガラスなどの器に移して冷蔵庫に入れ，早めにお召し上がり下さい．

製造者　　社団法人日本缶詰協会 東京都千代田区神田東松下町10－2

白桃 （国産，中国産，その他原料使用）

※原産地はその原料の重量比の多い順に記載して下さい．

※“国産又は中国”といった“又は”表示はできません．（Ａ２－13参照）

※原産地の３番目以降は“その他”と省略することができます．ただし，原産地を表示している原材料（上記の場合は白もも）について原産地を特に強調した表示をしている場合は，３番目以降であっても明記する必要があります．（Ａ２－19参照）

※一括表示欄の他に近接した箇所に項目を設けて記載場所を明示することができます．（Ａ２－９参照）

Ｑ２－17　ガイドライン５．２）にある“特に強調している原材料”はどういうものですか．

Ａ２－17　商品名や主要面等に使用された原材料の原産地を強調表示，説明表示がされている製品をさします．

Ｑ２－18　表示対象外製品や主要な原材料でない原料を特に強調した場合，原料原産地表示は必要ですか．

Ａ２－18　対象外製品や主要な原材料に該当しないものにあっては原料原産地の表示は必要ありません．強調した原産地の割合が100％でない場合は強調した原産地と一緒に割合も表示して下さい．

Ｑ２－19　特に強調している原材料に関する表示の具体例を示して下さい．

Ａ２－19　特定の原材料の産地を強調する場合は，その原材料がガイドラインで規定する“主要原材料”に該当するかしないかで表示方法が変わります．以下の例示を参考にして下さい．なお，原材料によっては加工食品品質表示基準に規定される特色のある原材料に該当する場合があるので注意が必要です．

(1)主要原材料に該当する原材料の産地を強調する場合

例：パインアップルシラップ漬で，原料パインアップルをタイ産50％，フィリピン産30％，国産15％，インドネシア産10％，南アフリカ産５％使用しており，国産を強調する場合

一括表示欄

名称	パインアップル・シラップづけ（ヘビー）
形状	角柱形
原材料名	パインアップル（タイ，フィリピン，国産，その他），砂糖，酸味料
固形量	１１０グラム
内容総量	１９５グラム
賞味期限	２０１０．１０．１０
製造者	社団法人日本缶詰協会 東京都千代田区神田東松下町10－2

一括表示欄以外の部分

パインアップルシラップづけ （国産パインアップル原料15％使用）

※特定産地の強調は一括表示欄以外の部分で強調して，その部分に配合割合を併記して下さい（一括表示欄の原料原産地表示の場所には配合割合は記載できません）．

※複数の原産地を表示する場合，強調した原産地は重量比で３番目以降であっても記載して下さい（“その他”として表示することはできません）．

※原産地が１箇所の場合，割合表示は不要です．

(2)主要原材料以外の原材料の産地を強調する場合

例：上記と同じパインアップルシラップ漬で，沖縄産砂糖を30％使用している旨を強調する場合

一括表示欄

名称	パインアップル・シラップづけ（ヘビー）
形状	角柱形
原材料名	パインアップル（タイ，フィリピン，その他），砂糖（沖縄製造30％），酸味料
固形量	１１０グラム
内容総量	１９５グラム
賞味期限	２０１０．１０．１０
製造者	社団法人日本缶詰協会 東京都千代田区神田東松下町10－2

一括表示欄以外の部分

パインアップルシラップづけ 沖縄で製造した砂糖30%配合（砂糖に占める割合）

※特定産地の強調は一括表示欄以外の部分または一括表示欄の原材料名欄のどちらでも可能です（強調した部分に割合を併記して下さい．両方に記載する必要はありません）．

※強調した原産地の割合が100%の場合は割合表示は省略できます．

※本例は沖縄で製造された砂糖（砂糖の製造地が沖縄）であるときの例です．実際に表示する際は砂糖の原料であるサトウキビの原産地と混同しないように注意して下さい．

※原材料の原産地か製造地を記載しているのかを明確にして下さい．

(3) 主要原材料および主要原材料以外の原材料の産地を強調する場合

例：上記と同じパインアップルシラップ漬で，沖縄産砂糖を30%使用している旨を強調する場合

一括表示欄

名称	パインアップル・シラップづけ（ヘビー）
形状	角柱形
原材料名	パインアップル（タイ，フィリピン，国産，その他），砂糖（沖縄製造30%），酸味料
固形量	１１０グラム
内容総量	１９５グラム
賞味期限	２０１０．１０．１０
製造者	社団法人日本缶詰協会 東京都千代田区神田東松下町10－2

一括表示欄以外の部分

パインアップルシラップづけ （国産パインアップル原料15%使用） 沖縄で製造した砂糖30%配合（砂糖に占める割合）

※特定産地の強調は一括表示欄以外の部分または一括表示の原材料名欄のどちらでも可能です（強調した部分に割合を併記して下さい．両方に記載する必要はありません）．

※強調した原産地の割合が100%の場合は割合表示は省略できます．

※本例は沖縄で製造された砂糖（砂糖の製造地が沖縄）であるときの例です．実際に表示する際は砂糖の原料であるサトウキビの原産地と混同しないように注意して下さい．

※原材料の原産地か製造地を記載しているのかを明確にして下さい．

３．表示対象製品

（農産物製品）

Ｑ３－１　ガイドライン４．１）で農産物加工品が除外されているのはなぜですか．また，どのような製品がありますか．

Ａ３－１　農産物加工品は原料の製造段階で生鮮食品である農産物の特性が大きく変化するとともに原材料の加工業者によっては使用する生鮮食品の原料原産地が変動する可能性もあることから表示は難しいと判断しました．加工品には油揚げ，こんにゃく，ナタデココなどが該当します．

Ｑ３－２　ガイドライン４．１）で充填前に調味等をした農産物製品とはどのようなものですか．

Ａ３－２　製造過程で加熱，剥皮，切断，選別以外の工程を経たもので，ゆであずき，栗甘露煮，えのきたけ味付（なめ茸茶漬け），ジャム類，ゼリーなどが該当します．

Ｑ３－３　ガイドライン４．１）の農産物製品にはどのような製品がありますか．また，その中でも日本缶詰協会で表示を推奨する製品を具体的に教えて下さい．

Ａ３－３　水煮製品やドライパックのほか，野菜や豆の味付製品，果実シラップ漬等が該当します．

その中でもぎんなん，大豆，たけのこ，マッシュルーム，なめこ，アスパラガス，スイートコーンの野

菜製品，みかん，りんご，白桃，パインアップルの果実製品につきましてはできるだけ表示のご協力をお願いいたします．

（畜産物製品）

Ｑ３－４　ガイドライン４．２）の畜産物製品にはどのような製品がありますか．

Ａ３－４　水煮製品や油漬製品が該当し，うずら卵水煮，鶏肉油漬等があげられます．

Ｑ３－５　ガイドライン４．２）の畜産物製品ではなぜ水煮や油漬製品以外は含まれないのですか．

Ａ３－５　水煮，油漬製品以外の畜産物製品は農産物加工品と同様に原料の製造段階で生鮮食品である畜産物の特性が大きく変化するとともに原材料の加工業者によっては使用する生鮮食品の原料原産地が変動する可能性もあることから表示は難しいと判断しました．製品としてはコンビーフ，ランチョンミート，やきとり，味付製品等があげられます．

Ｑ３－６　肝臓や腎臓，腸等の臓器は牛肉や豚肉等の食肉に含まれるのでしょうか．

Ａ３－６　ＪＡＳ法の畜産物缶詰及び瓶詰の品質表示基準において法令上，食肉と臓器および可食部（舌，皮，尾，血液及び脂肪層等）は別に定義づけがされており，それに従い含まないとしました．

（調味・加工等の大半の工程を外国で行い，小分け・選別等および加熱殺菌を国内で行う製品）

Ｑ３－７　ガイドライン４．３）の調味・加工等の大半の工程を外国で行う製品とはどのような製品ですか．

Ａ３－７　外国で加工し大型容器に充填した製品を，国内で選別等の処理を行った後に別の容器に充填し加熱殺菌した製品をさします．具体的には，中国で18ℓ缶に充填したナメコを国内で小型缶にリパックした製品や，トルコで製造したあんずシラップ漬（ライトシラップ）をヘビーシラップのあんずシラップ漬に再加工した場合等があります．

Ｑ３－８　外国で剥皮，切断したものを冷凍にして国内で最終製品として調味，充填，殺菌を行い，製造した場合については該当しますか．

Ａ３－８　この場合，剥皮，切断，選別といった工程は大半の工程には該当せず対象製品とはなりません．Ａ３－７のように大半の加工が施され，国内では選別後，別の容器に詰めかえて殺菌をしたリパック製品が対象となります．

Ｑ３－９　リパック製品に表示する原料原産地は一次加工品の国名と原料の原産地のどちらを表示すれば良いですか．

Ａ３－９　この場合，Ａ２－15と同様に一次加工品の加工地ではなく，その原料の原産地を表示して下さい．

ただし，Ａ２－10(3)のケースに該当する場合は原料原産地表示を省略することができます．

Ｑ３－10　ガイドライン４．３）の場合，国内で行われる加熱殺菌工程は“製造”にあたりますか．

Ａ３－10　製造について食品衛生法では「ある物に工作を加えて，その本質を変化させ，別の物を作り出すこと」とあり，JAS法では製造について「その原料として使用したものとは本質的に異なる新たな物を作り出すこと」，加工について「あるものを材料としてその本質を保持させつつ，新しい属性を付加すること」（加工食品品質表示基準Ｑ＆Ａ（第１集）より）とあります．多少法令で解釈が異なっておりますが，その原料本来に備わっていない性質を付加する行為は製造にあたると考えます．

容器詰加熱殺菌食品の加熱殺菌は科学的根拠に基づいた殺菌条件で行うことにより，製品に保存性という性質を付加しているので，製造にあたると考えます．

また，中国で18ℓ缶に充填して殺菌したナメコを国内で小型缶にリパックして再度殺菌する製品の場合については，一度中国で保存性を付加しておりますが，

リパックする際に18ℓ缶を開缶することにより保存性が失われるため，最終製品となるリパック製品に再度保存性を付加する必要があること，またその小型缶に合った殺菌条件を科学的に算出し，殺菌を行う必要があること等から国内で行われた殺菌は製造にあたると考えます．

（国内で製造している旨を標榜する製品）

Ｑ３－11　“国内製造”と“国産”の表示の違いは何ですか．

Ａ３－11　“国内製造”は使用した原材料の原産地に関係なくその製品を製造した場所が日本国内である場合に表示ができます．

“国産”の表示については主要原材料が国産であり，かつその製品を製造した場所が日本国内である場合，または主要原材料に該当する原材料がない製品の場合は，国産等と強調した生鮮原材料の原産地および製品の製造地が一致する場合に表示することができます．

また，Ａ１－４のように順次可能な製品から本ガイドラインに従って表示していただくようお願いいたします．

Ｑ３－12　“国内製造”と表示した場合はなぜ原料原産地表示が必要なのですか．

Ａ３－12　“国内製造”とはその製品の製造をした場所が日本国内であることを意味し，原料原産地と直接関係はありません．しかしながら原料原産地をあわせて表示することにより安心して購入いただけると考え，原料原産地の表示をすることとしました．

Ｑ３－13　原料原産地を表示せずに“国内製造”とだけ表示することはできますか．

Ａ３－13　この場合，Ａ３－12の理由から使用した原材料の中に主要原材料がある場合に原料原産地表示を表示せずに“国内製造”を表示することはできません．

例外としてＡ２－10の理由により原料原産地表示が困難であるといったものは，商品説明書，カタログ，ホームページ等への掲載，もしくは社内に相談窓口を設け電話等による回答をするなど，消費者に対し情報提供を行っている場合は原料原産地表示を省略しても“国内製造”と表示することができます．この場合，表示する際に原料の原産地も国産であると誤認されるような表示は行わないようにして下さい．

Ｑ３－14　主要原材料がない製品の場合，“国内製造”と表示することは可能ですか．

Ａ３－14　複数の生鮮原材料を使用しており主要原材料に該当する生鮮原材料がないといった場合でも，国内で製造したものであれば“国内製造”と表示することができます．

しかし，Ａ３－12の理由からできるだけ製品の主原料（砂糖，香辛料等の副原料を除く）の原料原産地表示を商品説明書，カタログ，ホームページ等への掲載，もしくは社内に相談窓口を設け電話等による回答をする等の対応して下さい．

Ｑ３－15　水産製品や農産加工品等の表示対象外製品が国内で製造している旨を標榜する場合，原料原産地の表示の対象となりますか．

Ａ３－15　水産製品や農産加工製品の表示対象外製品についても国内で製造している旨の表示がある場合は表示の対象となります．例外としてＡ３－14で述べているように主要原材料に該当する生鮮原材料がない，Ａ２－10の理由により原料原産地表示が困難であるといったものは，原料原産地表示を省略しても差し支えありません．ただしこのような場合でも商品説明書，カタログ，ホームページ等への掲載，もしくは社内に相談窓口を設け電話等による回答をする等，できるだけ消費者に対し情報提供するよう心がけて下さい．また，表示する際に原料の原産地も国産であると誤認されるような表示は行わないようにして下さい．

Q３－16　ガイドライン４．３）の調味・加工等の大半の工程を外国で行い，小分け・選別等および加熱殺菌を国内で行う製品の場合，“国内製造”と表示できますか.

Ａ３－16　この場合，JAS法に基づく個別の日本農林規格・品質表示基準および食品衛生法に基づく食品・添加物等の規格基準に規定する容器包装詰加圧加熱殺菌食品に該当する製品は加熱殺菌工程が各定義に含まれることからやＡ３－10の理由により，“国内製造”と表示することは可能です.

ただし，食品衛生法の容器包装詰加圧加熱殺菌食品に該当しない100℃以下で殺菌を施す透明パウチ製品は法令上，加熱殺菌が製造にあたるとは明確化されていないため“国内製造”と表示することは好ましくありません.

Q３－17　どのような場合に“国産”と表示することができますか.

Ａ３－17　“国産”（“山形産”，“丹波産”等都道府県およびその他一般に知られる地域名称含む）の旨の表示は以下の場合表示することができます.

(1)主要原材料の原産地が表示されていて，その原産地が“国産”の旨の表示と一致している場合.

(2)主原料（砂糖，香辛料等の副原料を除く）に複数の生鮮原材料を使用しており，主要原材料に該当する製品がない場合に対して“国産”と強調した表示をするものにあっては使用する大半の生鮮原材料の原産地および製品の製造地が強調した地域と一致している場合.

(3)調理食品もしくは加工品を詰めたものであって，製品が郷土料理などの当該地域独特な料理または調理方法で，当該地域において生産された生鮮原材料を主原料として使用している等一般的に“名物”，“特産”等と認知されるような場合.

なお，一次加工品を使用した場合についても一次加工品に使用した生鮮原材料が“国産”である必要があります．(2)の場合で一部の原材料の産地を強調する場合は加工食品品質表示基準の“特色ある原材料表示”に該当するのでそれらに従った表示を行うようにして下さい.

Q３－18　なぜＡ３－17(2)の場合，原産地の他に製造地も表示と一致している必要があるのですか.

Ａ３－18　原料原産地の表示が省略もしくは記載されていないことにより消費者が原料の産地をさしているのか製造地をさしているのか誤認を与える可能性があることから，一致している場合に限り可能といたしました.

Q３－19　みかん70％（国産），さくらんぼ30％（中国）を使用した二種混合果実シラップ漬製品のような場合，“国産”と表示することはできますか.

Ａ３－19　この場合，主要原材料であるみかんの原料原産地を表示することは可能ですが，製品に“国産”と表示するとさくらんぼも国産であると消費者に誤認される可能性があります．消費者が誤認した場合に不当景品類及び不当表示防止法の優良誤認に抵触し，表示違反とみなされますのでこの場合は“国産”の表示はできません.

Q３－20　みかん40％（国産），黄桃40％（ギリシャ），さくらんぼ20％（中国）を使用し，主要原材料がない三種混合果実シラップ漬のような場合，“国産”と表示することはできますか.

Ａ３－20　Ａ３－17（2）にあるように複数の生鮮原材料を使用しており，主要原材料に該当する製品がない場合は，原産地および製造地が強調した表示と一致している必要があります．よって，上記の場合みかん以外の主原料は国産に該当しておらず表示することはできません.

ただし，みかんのみに対して強調する場合は“特に強調している原材料”または加工食品品質表示基準の“特色ある原材料表示”に該当するのでそれらに従った表示を行うようにして下さい.

策定作業経過

平成20年７月15日　平成20年度第１回技術委員会

原料原産地表示業界自主基準（ガイドライン）策定および作業部会設置の提案について，各会員企業宛に策定の是非に関するアンケート調査を実施し，作業部会において判断することとした．

平成20年９月20日　ガイドライン策定WG第１回委員会

アンケート調査の質問内容等およびガイドラインの基本方針の検討が行われた．アンケート調査は策定の是非のほかに産地表示の現状等についても質問事項に盛り込んだ．ガイドラインは法令の表示方法を基本に原材料が50%以上で比較的加工度の低い製品を主とすることとした．

平成20年９月24日～10月23日　アンケート調査

日本缶詰協会会員宛（340社）にアンケート調査を実施し，144社（42.4%）から回答があった．策定の是非は賛成が50.7%，反対22.7%．策定した場合の利用については“利用する”52.1%，“利用しない”が0.1%．“現行商品に産地表示はあるか”の問に59.2%があると答え，その目的の約５割は商品アピールであった．そのほか原産地表示の可能対象品目に関しては法令の定める範囲までが55.5%であった．

平成20年11月11日　ガイドライン策定WG第２回委員会

アンケート調査の結果報告およびガイドライン案の検討が行われた．策定に対して半数以上が肯定的な回答だったことから策定することに決定した．アンケート調査の結果をふまえて作成したガイドライン案に“国内製造”，“国産”等の表示ルールを盛り込み，一次案とした．

平成20年12月９日　平成20年度第１回表示審査委員会

一次案を全国食品缶詰公正取引協議会に提出し，ガイドラインの妥当性および公正性確保の有無の審議を依頼した．その結果，用語の定義化，対象品目に水産製品の一部が含まれることを明確化するとともに，販売者側の意見も十分取り入れるよう通知が出された．

平成21年１月20日　ガイドライン策定WG第３回委員会

表示審査委員会の指摘箇所の修正および内容の検討を行った．消費者や販売者等でも内容を理解できるよう経緯と趣旨を追加しＷＧ委員会最終案として決定した．またＱ＆Ａ集を作成することとした．

平成21年２月中旬

農林水産省にガイドラインの法令との整合性について確認を依頼し，現行では問題がないとの回答が得られた．

平成21年２月24日　平成20年度第２回技術委員会

ＷＧ委員会案の内容およびＱ＆Ａ集作成に関して検討が行われた．その結果，ガイドラインの認知度向上とＱ＆Ａ集作成のため，会員企業を対象にガイドライン案に関する意見・質問等を募集することとした．

平成21年４月14日～５月25日　意見・質問の募集

日本缶詰協会会員宛（340社）にガイドライン案および仮のＱ＆Ａ集を送付して意見・質問等を募集した．その結果，適用範囲や表示方法等に関する意見・質問が36件寄せられた．

平成21年９月30日　平成21年度第１回技術委員会

会員企業からの意見・質問等をもとに修正したガイドライン案およびＱ＆Ａ集について再度内容の確認および検討が行われ，技術委員会の最終案として了承された．

平成21年10月中旬～11月初旬

農林水産省にガイドラインが法令との整合性について再度確認を依頼した．その結果，法令で表示義務のある透明パウチのリパック製品の“国内製造”表記方法に関して望ましくないとの指摘があり一部修正された．

平成21年11月26日　日本缶詰協会理事会

技術委員会案を提出し，内容の確認および検討が行われ，平成22年１月頃発行することで決定した．

原料原産地表示業界ガイドライン策定ＷＧ委員（敬称略）

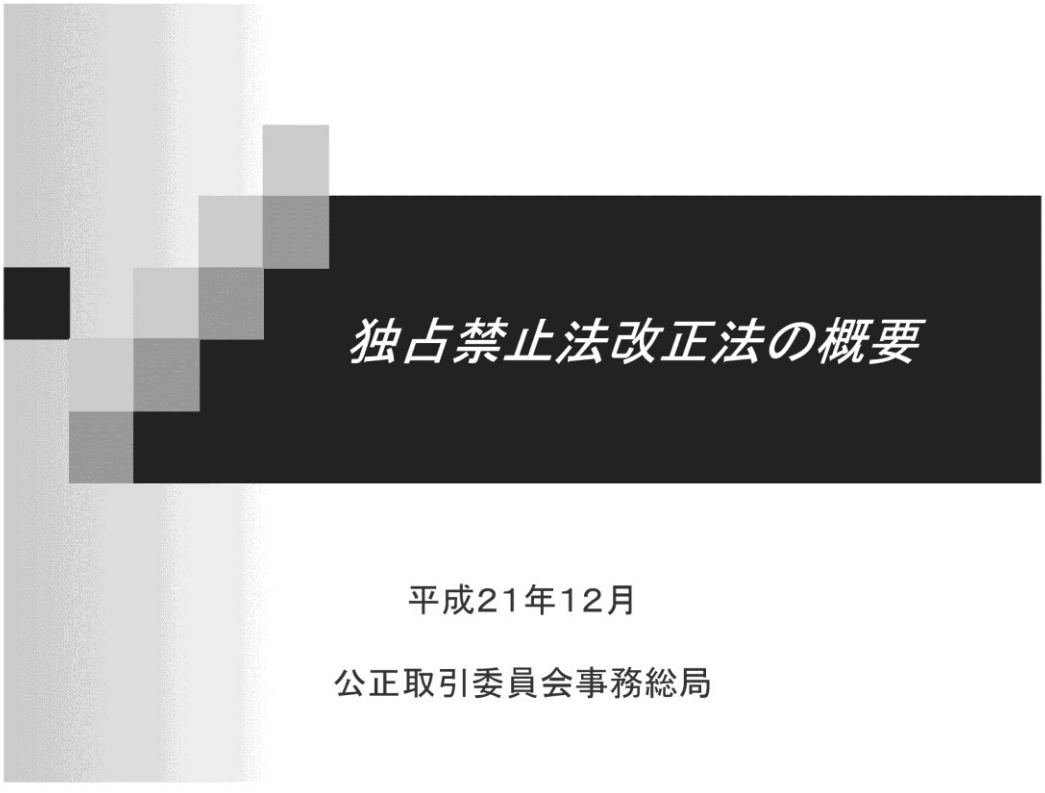
伊藤和彦　天狗缶詰株式会社
大木泰人　株式会社ホテイフーズコーポレーション
勝亦正浩　はごろもフーズ株式会社
新貝保徳　株式会社桃屋
妻谷勝弘　キユーピー株式会社
當房秀之　岩手缶詰株式会社
平野浩美　株式会社マルハニチロ食品

独占禁止法改正の概要

優越的地位の濫用などの公正取引違反にも課徴金

平成22年１月１日付けで独占禁止法が改正され、企業間の公正取引強化に関する歴史的な見直しが行われた。

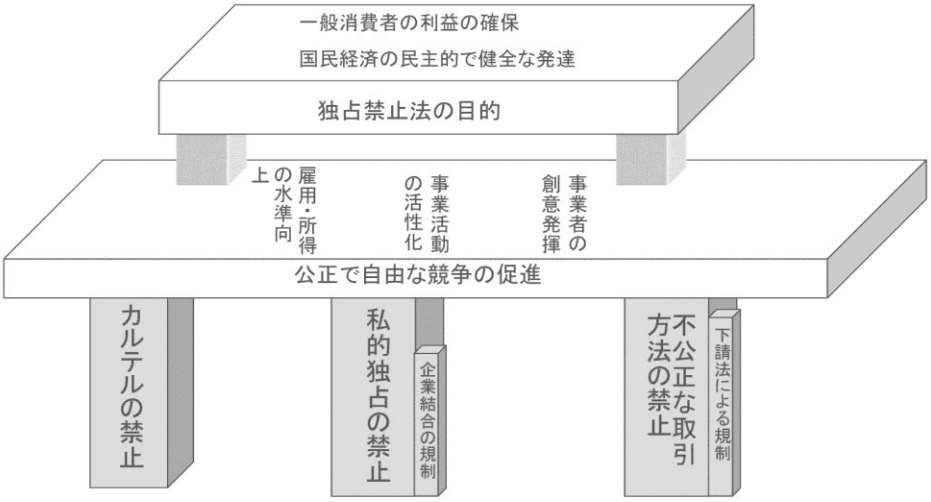
消費財流通にとっての最大ポイントは、不当廉売・差別対価・優越的地位の濫用などの公正取引違反が課徴金の対象になったことであります。以下にこの改正法の概要を掲載する。



独占禁止法の概要

独占禁止法第１条

私的独占，不当な取引制限及び不公正な取引方法を禁止し，事業支配力の過度の集中を防止して，結合，協定等の方法による生産，販売，価格，技術等の不当な制限その他一切の事業活動の不当な拘束を排除することにより，公正且つ自由な競争を促進し，事業者の創意を発揮させ，事業活動を盛んにし，雇傭及び国民実所得の水準を高め，以て，一般消費者の利益を確保するとともに，国民経済の民主的で健全な発達を促進することを目的とする。



平成２１年独占禁止法改正に至る経緯

◎　平成１７年改正独占禁止法（平成17年4月27日法律 第35号）

１　課徴金算定率の引き上げ

- 製造業等＝大企業６%，中小企業３%　➡　大企業１０%，中小企業４%
- 繰返し違反行為を行った場合，上記の算定率を５割加算した率
- 違反行為を早期にやめた場合，上記の算定率を２割軽減した率

２　課徴金減免制度の導入

立入検査前の１番目の申請者＝課徴金を免除
立入検査前の２番目の申請者＝課徴金を50%減額
立入検査前の３番目の申請者＝課徴金を30%減額
立入検査後の 申請者　　＝課徴金を30%減額

対象事業者数　合計3社

３　犯則調査権限の導入

- 刑事告発のために，犯則調査権限の導入

４　審判手続等の見直し

- 意見申述等の事前手続を設けた上で排除措置命令を行い，不服があれば審判を開始（勧告制度を廃止）

附　則
第十三条　政府は、この法律の施行後二年以内に、新法の施行の状況、社会経済情勢の変化等を勘案し、課徴金に係る制度の在り方、違反行為を排除するために必要な措置を命ずるための手続の在り方、審判手続の在り方等について検討を加え、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

平成２１年独占禁止法改正に至る経緯

○　独占禁止法基本問題懇談会報告書（平成１９年６月２６日）
○　独占禁止法の改正等の基本的考え方（平成１９年１０月１６日）
○　第１６９回通常国会へ法案提出（平成２０年３月）
○　第１７１回通常国会へ法案提出（平成２１年２月）
　　４月２７日　衆議院可決
　　６月　３日　参議院可決
　　６月１０日　公布

平成22年1月1日より施行

3

平成２１年独占禁止法改正法（骨子）

1. 課徴金制度等の見直し
2. 不当な取引制限等の罪に対する懲役刑の引上げ
3. 企業結合規制の見直し
4. その他所要の改正

4

1．課徴金制度等の見直し

【課徴金の対象となる行為類型の拡大】

○排除型私的独占

○不当廉売，差別対価，
共同の取引拒絶，再販売価格の拘束
（同一の違反行為を繰り返した場合）

○優越的地位の濫用

課徴金算定率 （）内は中小企業の場合

（現行法）

	製造業等	小売業	卸売業
不当な取引制限	10%（4%）	3%（1．2%）	2%（1%）
支配型私的独占	10%	3%	2%

＋ 改正法で追加

（改正法）

排除型私的独占	6%	2%	1%
不当廉売，差別対価等	3%	2%	1%
優越的地位の濫用	1%		

○主導的事業者に対する課徴金を割増し
・カルテル・入札談合等を主導した事業者に対し，課徴金を5割増しする

○課徴金減免制度の拡充
・共同申請：同一企業グループ内の複数の事業者による共同申請を認める
・減免申請者数の拡大：調査開始前と開始後で併せて5社まで（ただし，調査開始後は最大3社まで）に拡大する（現行3社）

○事業を承継した一定の企業に対しても排除措置命令・課徴金納付命令を可能にする

○排除措置命令・課徴金納付命令に係る除斥期間を現行の3年から5年に延長する

5

課徴金の対象となる行為類型の拡大（排除型私的独占）

排除型私的独占に係る独占禁止法上の指針（平成21年10月28日）

排除型私的独占 ＝ 事業者が他の事業者の事業活動を排除する行為（排除行為）により，公共の利益に反して，一定の取引分野における競争を実質的に制限

排除行為 ＝ 他の事業者の事業活動の継続を困難にさせたり，新規参入者の事業開始を困難にさせたりする行為であって，一定の取引分野における競争を実質的に制限することにつながる様々な行為

第１　公正取引委員会の執行方針

商品のシェアがおおむね2分の1超 かつ，国民生活に与える影響が大きい事案 を優先的に審査

※ 当該基準に合致しない事案であっても審査を行う場合がある。

・これまでのほとんどの事件において，違反行為者は高いシェア
・行為者のシェアが高い場合に市場閉鎖効果を持つ

※ 審査の結果，排除型私的独占と認められない場合であっても，不公正な取引方法等になる場合がある。

6

第２　排除行為

排除行為は多種多様

典型行為を類型化

（1）商品を供給しなければ発生しない費用を下回る対価設定
ある商品について，その商品を供給しなければ発生しない費用を下回る対価を設定する行為

（2）排他的取引（排他的リベートの供与を含む）
相手方に対し，自己の競争者との取引を禁止し，又は制限することを取引の条件とする行為

（3）抱き合わせ
相手方に対し，ある商品の供給（又は購入）に併せて他の商品を購入（又は供給）させる行為

（4）供給拒絶・差別的取扱い
供給先事業者が市場（川下市場）で事業活動を行うために必要な商品について，合理的な範囲を超えて供給の拒絶や差別的な取扱いをする行為

これらの行為について
・商品に係る市場全体の状況
・行為者・競争者の市場における地位
・行為の期間
・行為の態様　等
の事項を総合的に考慮して排除行為該当性を判断

※ このほかの非典型的な行為も排除行為となり得る。
競争者と競合する販売地域・顧客に限定して行う価格設定行為，他の事業者の事業活動を妨害する行為等

第３　一定の取引分野における競争の実質的制限

一定の取引分野

○排除行為により影響を受ける範囲

具体的行為や取引の対象・地域・態様等に応じて決定

必要に応じて，商品の範囲・地理的範囲の観点を考慮

競争の実質的制限

○市場支配的状態の形成・維持・強化

以下の事項を総合的に考慮して判断

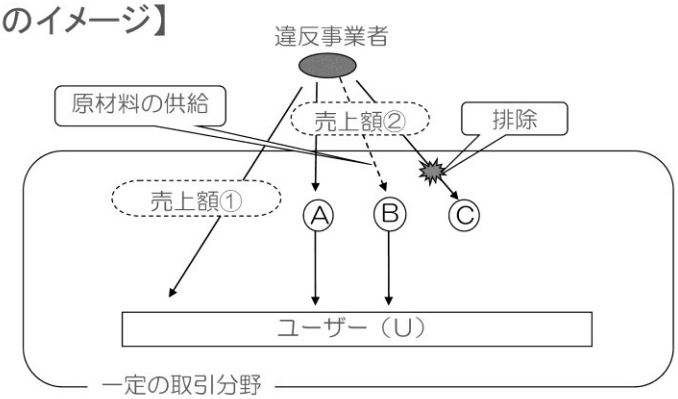
・行為者の地位及び競争の状況
・潜在的競争圧力
・需要者の対抗的な交渉力
・効率性
・消費者利益の確保に関する特段の事情

7

課徴金の算定方法：排除型私的独占

違反行為の対象商品等の売上額×6%
（小売業2%，卸売業1%）

【売上額のイメージ】



8

課徴金の対象となる行為類型の拡大（不公正な取引方法）

○　不当廉売，差別対価，共同の取引拒絶，再販売価格の拘束

→ 違反要件の法定化

→ 同一の違反行為類型を10年以内に繰り返した場合

→ 違反行為の対象商品等の売上額×3%
（小売業2%，卸売業1%）

○　優越的地位の濫用

→ 違反要件の法定化

→ 継続して行う場合

→ 違反行為に係る取引先との取引額×1%

9

課徴金の対象となる行為類型の拡大（不公正な取引方法）

＊違反要件の法定化

（1）共同の取引拒絶
正当な理由なく，競争者と共同して，
① ある事業者に対し，供給を拒絶し，又は供給に係る商品若しくは役務の数量若しくは内容を制限すること
② 他の事業者に，ある事業者に対する供給を拒絶させ，又は供給に係る商品若しくは役務の数量若しくは内容を制限させること

（2）差別対価
不当に，地域又は相手方により差別的な対価をもって，商品又は役務を継続して供給することであって，他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるもの

10

課徴金の対象となる行為類型の拡大（不公正な取引方法）

＊違反要件の法定化

（3）不当廉売

正当な理由なく，供給に要する費用を著しく下回る価格で継続して販売することであって，他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるもの

（4）再販売価格の拘束

正当な理由なく，自己の供給する商品を購入する相手方に対し，

① その販売する当該商品の販売価格を定めてこれを維持させることその他相手方の当該商品の販売価格の自由な決定を拘束する条件を付けて，当該商品を供給すること

② その販売する当該商品を購入する事業者の当該商品の販売価格を定めて相手方をして当該事業者にこれを維持させることその他相手方をして当該事業者の当該商品の販売価格の自由な決定を拘束させる条件を付けて，当該商品を供給すること

11

課徴金の対象となる行為類型の拡大（不公正な取引方法）

＊違反要件の法定化

（5）優越的地位の濫用

自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して，正常な商慣習に照らして，不当に，

① 継続して取引する相手方（新たに継続して取引しようとする相手方を含む。②において同じ。）に対して，当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務を購入させること

② 継続して取引する相手方に対して，自己のために金銭，役務その他の経済上の利益を提供させること

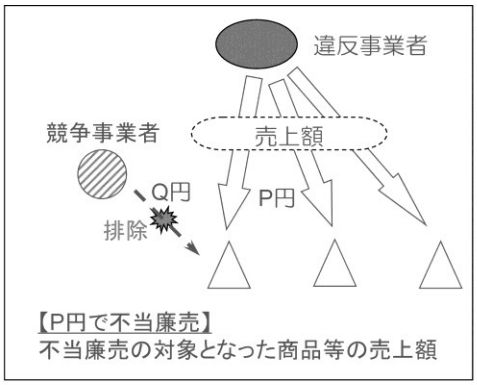
③ 取引の相手方からの取引に係る商品の受領を拒み，取引の相手方から取引に係る商品を受領した後当該商品を当該取引の相手方に引き取らせ，取引の相手方に対して取引の対価の支払を遅らせ，若しくはその額を減じ，その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定し，若しくは変更し，又は取引を実施すること

12

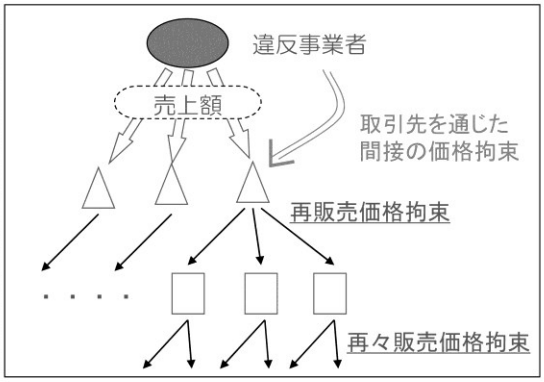
課徴金の算定方法：

違反行為の対象商品等の売上額×3%
（小売業2%，卸売業1%）

【不当廉売】



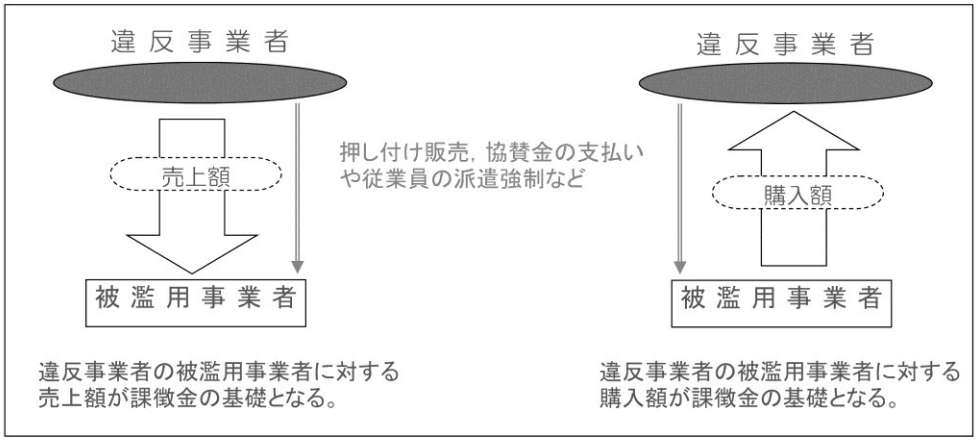
【再販売価格の拘束】



13

違反行為に係る取引先との取引額×1%

【優越的地位の濫用】



14

各行為類型ごとの課徴金減免制度等の適用一覧

	課徴金減免申請	繰り返し違反（5割増）	主導的事業者(5割増)	早期離脱（2割減）	製造業等	小売業	卸売業
不当な取引制限 (入札談合・価格カルテル等)	○	○	○	○	10% （4%）	3% （1．2%）	2% （1%）
支配型私的独占	×	○	×	×	10%	3%	2%
排除型私的独占	×	○	×	×	6%	2%	1%
不当廉売， 差別対価等の4類型	×	×	×	×	3%	2%	1%
優越的地位の濫用	×	×	×	×	1%		

（ ）内は中小企業の場合の算定率

15

主導的な役割を果たした事業者に対する課徴金の加算

○ カルテル・入札談合等が対象

○ 課徴金を5割増（例：大企業・製造業等の場合10%→15%）

割増率の対象となる事業者

○ 違反行為をすることを企て，他の事業者に違反行為をすることを要求し，当該違反行為をさせた者

○ 他の事業者の求めに応じて，継続的に他の事業者に対して対価，取引の相手方等を指定した者　等

→ 主導的事業者 ＋ 違反行為の繰り返し（算定率が2倍に）

（例：大企業・製造業等の場合　10% → 20%）

16

課徴金減免制度の拡充

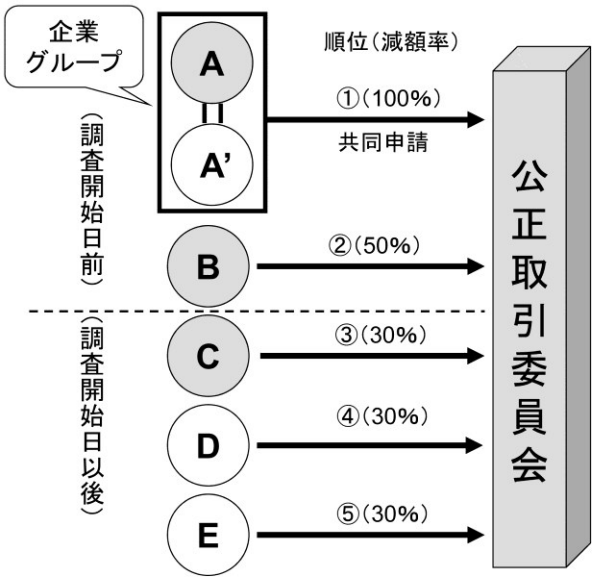
共同申請

一定の要件を満たす場合に，同一企業グループ内の複数の事業者による共同申請を認め，すべての共同申請者に同一の順位を割り当てる

減免申請者数の拡大

調査開始前と開始後で併せて5社まで

（ただし，調査開始後は最大3社まで）

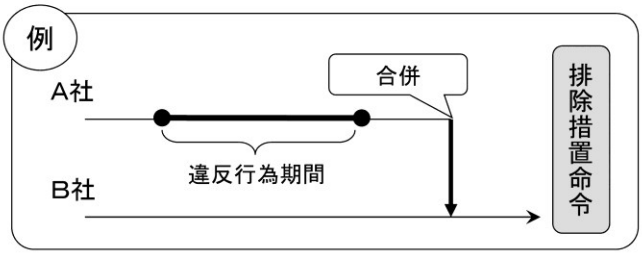


17

合併，分割又は譲渡が行われた場合における排除措置命令・課徴金納付命令の名あて人の取扱い

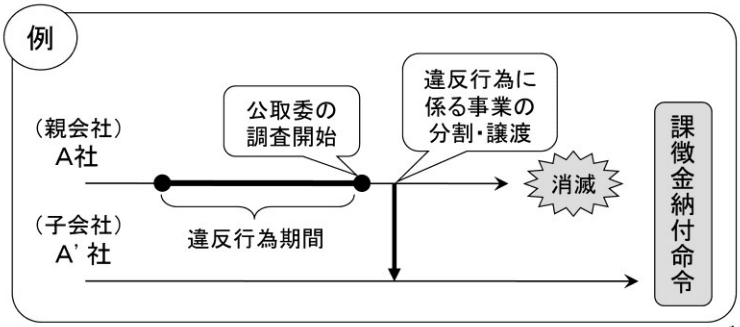
排除措置命令

合併，分割又は譲渡により，違反行為に係る事業を引き継いだ存続会社等に対しても排除措置を命ずることができる旨を明確化



課徴金納付命令

一定の場合に，分割又は譲渡によって違反行為に係る事業を引き継いだグループ会社に対して課徴金の納付を命ずる旨を規定



18

課徴金納付命令等に係る除斥期間の延長

○　除斥期間（※）を徒過したことにより，課徴金納付命令等を行えない事例に対処するため，課徴金納付命令等に係る除斥期間を，現在の３年から５年に延長。

※　違反行為がなくなってから命令を行うまでの期間の上限

（参考）国内他法令，米国・EUの競争法の金銭的不利益処分の除斥期間

法令等	国税通則法 （過少申告，無申告，不納付）	金融商品取引法 （インサイダー取引等）	公認会計士法 （財務書類の虚偽証明）	米国・反トラスト法 （カルテル等）	ＥＵ・競争法 （カルテル等）
除斥期間	加算税：５年 重加算税：７年	課徴金：３年	課徴金：７年	刑事罰：５年	制裁金：５年 （最長１０年）

19

2.不当な取引制限等の罪に対する懲役刑の引上げ

①　カルテル・入札談合等は後を絶たず，法人のみならず，実際に調整行為を行う個人に対する抑止力を確保することが重要であること，
②　他の経済関係法令・諸外国競争法との比較においても，低い水準に留まること，
から，不当な取引制限等の罪に係る自然人に対する罰則を以下のとおり引き上げる。

【現行】	⇒	【改正法】
3年以下の懲役又は500万円以下の罰金		5年以下の懲役又は500万円以下の罰金

他の経済関係法令及び諸外国競争法における自然人に対する懲役刑等の上限

法令等	金融商品取引法		特許法		不正競争防止法		米国・反トラスト法 （カルテル等）	カナダ・競争法 （カルテル等）	オーストラリア・競争法 （カルテル等）
	インサイダー取引等	風説の流布等	特許権等みなし侵害	特許権等侵害	不正競争行為等	営業秘密の詐取等			
懲役等	５年	１０年	５年	１０年	５年	１０年	１０年	5年(注)	10年

※２００９年３月に改正法が成立し，禁錮刑の上限が１４年に引上げられた（２０１０年３月施行予定）。

20

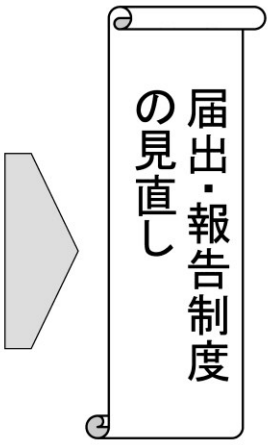
3. 企業結合規制の見直し

（改正の背景）

- 経済活動のグローバル化
- 企業の組織再編の多様化

（改正の方向）

- 国際的な制度の調和
- 企業等関係者の負担軽減
- 企業結合審査の効率化



21

株式取得についての
事前届出制度の導入，届出基準の見直し等

○ 会社の株式取得について，合併等の他の企業結合と同様に事前届出制を導入

○ 届出基準の変更

株式取得会社： 直接の親会社・子会社を含めた総資産合計額100億円超等

➡ 企業結合集団（※1）の国内売上高200億円超

株式発行会社： 単体総資産額10億円超

➡ 株式発行会社及びその子会社の国内売上高50億円超

※1 当事会社の「最終親会社」及びその子会社のグループ。子会社及び親会社については，会社法等の子会社概念及び親会社概念（実質基準）を用いる。なお，組合（任意組合，投資事業有限責任組合等）も子会社に含まれる。

○ 届出閾値の簡素化（3段階から2段階へ）

単体ベースで10%超，25%超，50%超

➡ 企業結合集団ベースで20%超，50%超（政令で規定）

○ 事前届出が困難な場合（※2）等について届出を免除

※2 公取委規則において，株式の分割，併合及び無償割当てによって株式を取得する場合，取得条項付株式又は取得条項付新株予約権に係る取得事由の発生によりその対価として交付される株式を取得する場合等について規定。

○ 外国会社の場合にも同様の基準（※3）

※3 これまでは株式発行会社の国内の営業所等の売上高10億円超を届出基準としていた。

○ 組合を通じた株式取得についてのみなし規定の整備（※4）

※4 組合（任意組合，投資事業有限責任組合等）を通じて株式を取得しようとする場合について，当該組合の直接の親会社が株式を取得しようとするものとみなして届出を求める。

22

合併，分割，事業等の譲受けについての届出基準の見直し
共同株式移転についての実体規定・届出規定の整備等

合併，分割，事業等の譲受けについての届出基準の見直し

○ 合併，分割

- 企業結合集団の国内売上高200億円超の会社と企業結合集団の国内売上高50億円超の会社の合併，分割が行われる場合等に届出を求める。
- 企業結合集団内の合併，分割については届出を免除。
- 外国会社の場合にも同様の基準。

○ 事業等の譲受け

- 企業結合集団の国内売上高200億円超の会社が国内売上高30億円超の他の会社の事業の全部を譲り受けようとする場合等に届出を求める。
- 企業結合集団内の事業等の譲受けについては届出を免除。
- 外国会社の場合にも同様の基準。

共同株式移転についての実体規定・届出規定の整備

○ 共同株式移転（※）について，合併等と同様の実体規定及び届出規定を整備。

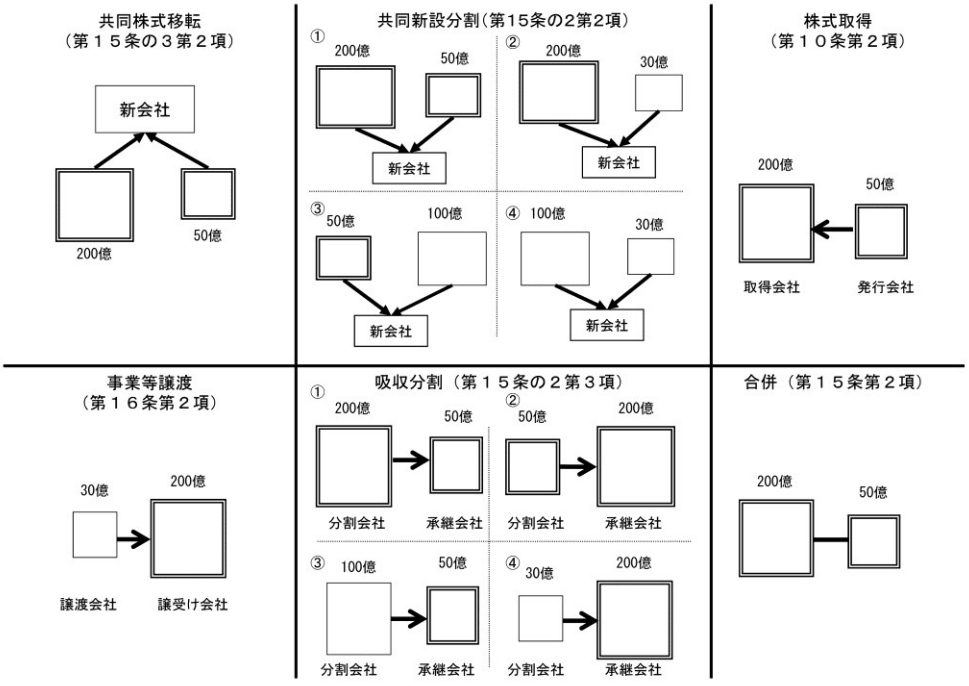
※ 2以上の会社が持株会社を設立し，株式移転を行うことにより，当該持株会社の子会社となること。

その他

○ 第17条の2（排除措置），第18条（合併等の無効の訴え），第91条（株式保有，役員兼任等の制限の禁止違反の罪）等について所要の改正。

23

改正後における届出制度の概要



※一重囲いは単体ベースの承継部分に係る国内売上高，二重囲いは企業結合集団（株式取得における株式発行会社については自社及びその子会社）の国内売上高合計額を示す。また，図の矢印は株式・事業等の移転の方向を示す。

24

4．その他所要の改正

○海外当局との情報交換に関する規定の導入

○利害関係人による審判の事件記録の閲覧・謄写規定の見直し

・違反行為と関係のない事業者の秘密や個人情報など正当な理由がある場合には，開示を制限できる旨を明確化

○差止訴訟における文書提出命令の特則の導入

・私人による不公正な取引方法に係る差止請求訴訟において，文書の提出を拒む正当な理由があるとき以外は，営業秘密等を含む文書であっても，裁判所は提出を命じることができる

○損害賠償請求訴訟における求意見制度の見直し

・損害額に関する義務的な求意見制度を改め，裁判所が必要に応じて公正取引委員会の意見を求めることができる制度とする

○職員等の秘密保持義務違反に係る罰則の引上げ

・10万円以下の罰金→100万円以下の罰金

○事業者団体届出制度の廃止

25

差止請求訴訟における
文書提出命令の特則の導入

不公正な取引方法に係る差止請求訴訟（24条訴訟）においては，帳簿書類等の違反行為の主張・立証に係る証拠が，民事訴訟法における文書提出義務からの除外事項（営業の秘密等）に当たり，文書提出命令が行われない蓋然性が高い。

文書提出命令の特則を導入

（注）既に知的財産関連法において導入されている。

○　裁判所は，文書の提出を拒む正当な理由があるとき以外は，文書提出命令に基づき文書の提出を求めることができる（法第83条の4第1項）。

○　裁判所が事前に書類を見て提出義務の有無を判断する手続（いわゆるインカメラ手続）の採用（法第83条の4第2項）。

○　訴訟関係人に対する秘密保持命令を導入（法第83条の5）。

➡　5年以下の懲役，500万円以下の罰金

26

5. 審判制度の検討

改正法附則第20条第1項

現在の審判手続に係る規定について，全面にわたって見直すものとし，平成21年度中に検討を加え，その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

国会附帯決議（抄）
（平成21年4月24日衆議院経済産業委員会，同年6月2日参議院経済産業委員会）

一　審判手続に係る規定については，本法附則において，全面にわたって見直すものとし，平成二十一年度中に行う検討の結果所要の措置を講ずることとされているが，検討の結果として，現行の審判制度を現状のまま存続することや，平成十七年改正以前の事前審判制度へ戻すことのないよう，審判制度の抜本的な制度変更を行うこと。

27

景気対応緊急保証の創設等の中小企業資金繰り対策の改組・拡充について

News Release

経済産業省
Ministry of Economy, Trade and Industry

平成２２年２月５日

中小企業庁

景気対応緊急保証の創設等の中小企業資金繰り対策

１月２８日の平成２１年度２次補正予算の成立を受け、「明日の安心と成長のための緊急経済対策」において決定された「景気対応緊急保証」の創設等の中小企業資金繰り対策を実施します。

「景気対応緊急保証」を２月１５日より開始します。本制度は、
・一部例外業種を除く原則全業種の方々がご利用できます。
・対象業種の指定基準・利用企業の認定基準を改め、使い勝手を改善しました。
・平成２２年度末までご利用できます。

また、セーフティネット貸付を延長・拡充します。
・雇用の維持・拡充に取り組む企業への金利引下げ幅拡充等の措置を実施します。
・平成２２年度末までご利用できます。

また、全国約９００カ所に緊急相談窓口（参考）を設置しております。

注.　「景気対応緊急保証」では、金融機関から融資を受ける際に一般保証とは別枠で、無担保保証で８，０００万円（借り手の状況によっては、８，０００万円を超える無担保保証にも対応）、普通保証で２億円まで信用保証協会の１００%保証を受けることができます。

（参考）主な緊急相談窓口の連絡先
経済産業局　http://www.meti.go.jp/intro/data/a240001j.html
信用保証協会　http://www.zenshinhoren.or.jp/access.htm
株式会社日本政策金融公庫　http://www.jfc.go.jp/
株式会社商工組合中央金庫　http://www.shokochukin.co.jp/

（本発表資料のお問い合わせ先）
中小企業庁事業環境部金融課長　多田　明弘
担当者：岡田、佐藤
電　話：０３－３５０１－２８７６（内線：５２７１）