関連省庁・団体からのお知らせ

納入業者との取引の公正化について(要請)

- 公正取引委員会・農林水産省 -



公 取 企 第 6 1 号 平成 2 6 年 6 月 2 7 日

一般社団法人日本加工食品卸協会 会長 國分 勘兵衛 殿

> 公正取引委員会事務総局 経済取引局取引部長 原



納入業者との取引の公正化について(要請)

公正取引委員会は,独占禁止法上の優越的地位の濫用規制及び下請法に基づき, 違反行為に対して厳正かつ効果的に対処するとともに,取引の実態を把握する ための調査を実施するなどして,違反行為の未然防止に努めているところです。

今般、公正取引委員会は、食品分野におけるプライベート・ブランド商品の取引に焦点を当てて実態調査を実施し、その結果を平成26年6月20日に「食品分野におけるプライベート・ブランド商品の取引に関する実態調査報告書」として公表しました。

今回の調査の結果、優越的地位の濫用となり得る行為のうち、プライベート・ブランド商品の取引を開始する際の取引条件の設定等に関する行為が相対的に多く行われている状況が明らかとなりました。具体的には、製造業者等から、「原価構成や製造工程に係る情報などの情報の開示を取引条件として設定されている。」、「プライベート・ブランド商品についてナショナル・ブランド商品と同水準の原材料の使用を求められるにもかかわらず、取引価格についてはナショナル・ブランド商品より著しく低い価格での取引を要請されている。」などの回答が一定程度寄せられたところです。

このような状況を踏まえ、貴協会におかれましては、違反行為の未然防止及び取引の公正化の観点から、本調査結果並びに独占禁止法上の優越的地位の濫用規制及び下請法の内容について周知徹底を図り、違反行為を行うことのないよう、傘下会員に対する指導方要請します。



26食産第1324号 平成26年6月20日

一般社団法人 日本加工食品卸協会会長 殿

農林水産省食料産業局食品小売サービス課長農林水産省食料産業局食品製造卸売課長

食品流通に係る取引の適正化の推進について

貴会及び傘下会員の皆様方におかれましては、日頃から食品の円滑かつ効率的な 流通の確保について、特段の御尽力を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、6月20日、公正取引委員会において「食品分野におけるプライベート・ブランド商品の取引に関する実態調査報告書」が公表されました。(別紙)

本調査は、食品小売業者等と食品製造業者等との取引において優越的地位の濫用につながり得る行為が行われているおそれがあることを踏まえ、食品小売業者等と食品製造業者等との取引実態を把握するため、実施されたものです。

調査結果によると、食品小売業者等と食品製造業者等との取引において優越的地位の濫用につながり得る行為が行われている場合があることが指摘されています。

優越的地位の濫用規制の考え方については、公正取引委員会が「優越的地位の濫用に関する独占禁止法の考え方」(平成22年11月30日公正取引委員会公表、以下「ガイドライン」という。)を策定・公表しているところです。

つきましては、貴会におかれては、法令違反の未然防止を図る観点から、傘下会員に対し、ガイドライン及び関係法令を改めて周知するとともに、コンプライアンスの徹底をよろしくお願いします

なお、公正取引委員会は、関係事業者団体に対しては本調査結果を報告するとともに、改めてガイドラインの内容を傘下会員に周知徹底するなど、業界における公正化に向けた自主的な取組を要請すると承知しており、貴会におかれても適切に対処するよう併せてお願いいたします。

事務局発第392号 平成26年7月2日

各 位

一般社団法人 日本加工食品卸協会 会長 國分 勘兵衛 < 公印省略 >

納入業者との取引の公正化について

拝啓 盛夏の候 貴社ますますご隆昌の段、お慶び申し上げます。平素は格別のご協力を賜り、誠に有難く厚く御礼申し上げます。

さて、今般公正取引委員会は、食品分野におけるプライベート・ブランド商品の取引に焦点を当てて実態調査を実施し、その結果を平成26年6月20日に「食品分野におけるプライベート・ブランド商品の取引に関する実態調査報告書」として公表されました。

今回の調査の結果、優越的地位の濫用行為となり得る行為のうち、プライベート・ブランド商品の取引を開始する際の取引条件の設定等に関する行為が相対的に多く行われている状況が明らかになりました。またこの調査の中で卸売業者からも優越的地位の濫用となり得る行為を受けている旨の回答が一定程度見られたとのことであります。卸売業者が行っている要請等の中には、卸売業者が、自社の利益を図るために要請等を行っている場合だけではなく、小売業者から要請等を受けた費用を自社だけで負担しきれず、その費用の一部又は全部の補填を製造業者に要請している場合もあると考えられるが、こうした要請等についても卸売業者と製造業者との間での優越的地位の濫用となり得るものであるとしております。

このような事から公正取引委員会より弊協会に別紙の文書(要請)が出されました。 弊協会としては、昨年の「物流センターを利用して行われる取引に関する実態調査報告 書」に引き続き要請を受けた事実を真摯に受けとめ、法令違反行為の未然の防止を図る 観点から会員卸の皆様に周知徹底を図るとともに、取引の公正化に向けてより積極的な 取り組みをお願いするししだいであります。

敬具

*実態調査報告書についての詳細は、お手数ですが公正取引委員会のホームページ (下記)から閲覧・取得していただきますようお願いいたします。

(http://www.jftc.go.jp/)

食品分野におけるプライベート・ブランド商品の取引に関する実態調査報告書(概要)

- 公正取引委員会 -

第1 調査の趣旨・方法等

1 調査の趣旨

公正取引委員会は、独占禁止法上の優越的地位の濫用規制及び下請法に基づき、事業者に不当 に不利益を与える行為に対して厳正かつ効果的に対処するとともに、違反行為の未然防止に係る 取組を行っている。

この未然防止の取組の一環として、優越的地位の濫用又は下請法の問題となり得る事例が見受けられる取引分野について、従前より取引の実態を把握するための調査を実施してきたところ、これまでに実施した実態調査において、一部のプライベート・ブランド商品の取引について、返品、受領拒否といった優越的地位の濫用又は下請法違反となり得る事例が見受けられると指摘してきた。また、近年の下請法違反事件の中には、プライベート・ブランド商品の取引に関するものが一定の割合を占めているところである。

このような実情を踏まえ、平成20年以降、国内のプライベート・ブランド商品が急激に売上高を伸ばしていると言われている中で、プライベート・ブランド商品の取引において、小売業者等による問題となり得る行為が行われていないかについて、その実態を把握する必要があると考え、今般、プライベート・ブランド商品の中で売上規模の大半を占める食品分野におけるプライベート・ブランド商品の取引に関し、実態調査を実施することとした¹。

また、平成26年4月に消費税率が引き上げられたことを踏まえ、今回の調査票においては、優越的地位の濫用規制及び下請法の問題に関する設問だけでなく、消費税の価格への転嫁に係る交渉等に関する設問も設けた。

2 調査方法

(1) 書面調査

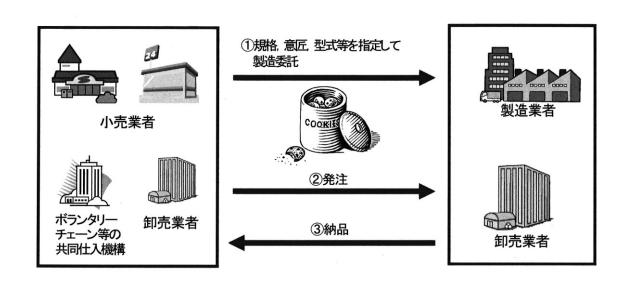
本調査では、「小売業者(食品スーパー、総合スーパー、コンビニエンスストア等)」、「ボランタリーチェーン²等の共同仕入機構」、「卸売業者」など(以下「小売業者等」という。)が、規格、意匠、型式等を指定して製造委託した「食品」のうち、小売業者等のオリジナル・ブランドが付されていること、販売者として小売業者等の表示があることなど³の特徴を有する商品をプライベート・ブランド商品(以下「PB商品」という。)とした。

 $^{^1}$ プライベート・ブランド商品の市場規模は約3兆円と言われている(出典:「PB商品の裏側」『週刊東洋経済』2012.12.22)。このうち、食品分野におけるプライベート・ブランド商品の市場規模については、平成21年は約2兆1587億円、平成24年(見通し)は約2兆6385億円となっている(出典:いずれも「PB食品市場の最新動向と将来展望2013」株式会社富士経済、2012.12)。

² 資本的に独立した事業者が共同して組織化し、仕入れや販売、商品企画等に関する戦略を一元的に行うことで、スケールメリットによるコスト削減、業務の効率化による競争力の確立を目指すものをいう。

³ 上記の例のほか、小売業者等の名称と製造業者等の名称の両方が記載されている商品、小売業者等の名称が記載されていないが、製造業者等の既存商品について、小売業者等が内容量や包装といった特別の仕様を指定しているような商品のうち、仕様を指定した小売業者等以外に販売できない商品を調査対象としている。

また、PB商品について、製造委託又は発注を行う小売業者等と製造を請け負ったPB商品の納入取引を行っている「製造業者」又は「卸売業者」(以下「製造業者等」という。)との間の「取引」を対象とした。



その上で、PB商品の製造委託を行っていると思われる小売業者等については500名、製造を請け負ったPB商品の納入取引を行っていると思われる製造業者等については3,000名を対象として、調査票を送付し、書面調査を実施した。

調査票の発送数及び回答者数は、下記のとおりである。

対象事業者	発送数(A)	回答者数(B)(B/A)
小売業者等	500名	334名(66.8%)
製造業者等	3,000名	940名(31.3%)

そして、この書面調査において、PB商品の取引を現に行っている小売業者等及び製造業者等に対して、食品のPB商品に係る取引高が多い取引先上位5社との取引について、それぞれ回答を求めたところ、小売業者等から978取引、製造業者等から1,835取引についてそれぞれ回答があり、本調査では、これらの取引に係る回答を基に結果を取りまとめている。

(2) ヒアリング

書面調査に回答した製造業者等のうち、小売業者等から受けた要請等の内容を具体的に回答した27社を対象にヒアリングを実施した。

3 調査対象期間等

(1)調査票発送日:平成26年2月21日

(2)回答期限:平成26年3月20日

(3)調査対象期間:平成25年1月1日から平成25年12月31日

第2 調査結果のまとめ

1 調査結果の概要

- (1)優越的地位の濫用となり得る行為の状況
 - ア PB商品の取引条件の設定等に係る要請
 - (ア) PB商品の取引条件の設定等に係る要請の状況

製造業者等に対し、PB商品の取引を開始した経緯について聞いたところ、集計対象とした1,835取引のうち、「ナショナル・ブランド商品(以下「NB商品」という。)の取引のある小売業者等から要請を受けた。」が850取引(46.3%)、「NB商品の取引がない小売業者等から要請を受けた。」が306取引(16.7%)となっており、PB商品の取引は、NB商品の取引の有無にかかわらず、小売業者等から要請を受けて開始されることが相対的に多いという結果であった。

そして、製造業者等から回答のあった1,835取引について、小売業者等からPB商品の取引条件の設定等に係る優越的地位の濫用となり得る行為を受けたとの回答があった取引数、及び各取引数が1,835取引に占める割合について、具体的な行為の内容ごとに、それぞれ一覧表の形でまとめると、図1のとおりとなる。

また、図1においては、1つの取引で小売業者等から複数の行為を受けたものの重複は排除していないが、この重複を排除すると、1,835取引のうち、小売業者等から、PB商品の取引条件の設定等に係る優越的地位の濫用となり得る行為を1つ以上受けたとの回答があった取引は、合計欄に記載の198取引となる。

図1 PB商品の取引条件の設定等に係る優越的地位の濫用となり得る行為

行為の内容	優越的地位の濫用となり得る行 為を受けたと回答した取引数	集計対象取引数に占める割合
原価構成や製造工程に係る情報など、 開示することにより価格交渉等において 不利な立場に立つこととなる情報の開示 を取引条件として設定するもの	156取引	8. 4%(156/1835)
NB商品と同水準の原材料の使用を求めるにもかかわらず、取引価格についてはNB商品より著しく低い価格での取引を要請するもの	90取引	4. 9%(90/1835)
利益率が低い等により製造委託の要請を断ろうとしたところ、NB商品の取引の中止、取引数量の減少をちらつかせ、製造委託に応じるように要請するもの	39取引	2. 1%(39/1835)
PB商品の取引を開始することを条件に、本来支払う必要のないリベート・協賛金等の負担を要請するもの	20取引	1. 1%(20/1835)
その他(月1 回特売をすることを取引条件とするもの、PB商品を製造するためにNB商品の製造を取り止めるよう要請するもの等)	25取引	1. 4%(25/1835)
슴計	198取引	10. 8%(198/1835)

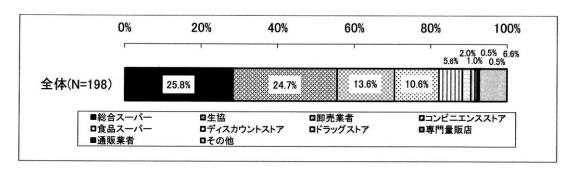
図1によると、PB商品の取引条件の設定等に係る優越的地位の濫用となり得る行為の内容として、製造業者等からの回答数が最も多かった内容は、原価構成や製造工程に係る情報など、開示することにより価格交渉等において不利な立場に立つこととなる情報の開示を取引条件として設定するもの(156取引)であった。この156取引のうち56取引(35.9%)においては、取引を開始した後にも、取引の対価の一方的決定、減額等となり得る行為が行われていた。PB商品の取引を開始する際にこうした情報開示が取引条件として設定されている取引では、製造業者等の取引上の地位が小売業者等に対して不利なものとなり、取引を開始した後においても優越的地位の濫用となり得る行為が行われやすくなっているものと考えられる。

また、PB商品の取引条件の設定等に係る優越的地位の濫用となり得る行為として、次に回答数が多かった内容は、NB商品と同水準の原材料の使用を求められるにもかかわらず、取引価格についてはNB商品より著しく低い価格での取引を要請するもの(90取引)であった。この90取引のうち46取引(51.1%)においては、製造業者等は、取引を開始した後にも、小売業者等から、小売業者等の同業他社の価格水準に合わせ、納入価格の引下げを求められていると回答しており、PB商品の取引に関しては、製造業者等にとって厳しい価格水準による取引が行われている様子がうかがえる。

(イ) 小売業者等の業態

前記(1)ア(ア)でPB商品の取引条件の設定等に係る優越的地位の濫用となり得る行為を1つ以上受けたと回答した198取引について、要請等を行った小売業者等を業態別にみると、総合スーパーが51取引(25.8%)、生協⁴が49取引(24.7%)、卸売業者が27取引(13.6%)、コンビニエンスストアが21取引(10.6%)、食品スーパーが11取引(5.6%)等であった。

図2⁵ PB商品の取引条件の設定等に係る優越的地位の濫用となり得る行為を行った小売業者 等の業態



_

⁴ 日本生活協同組合連合会及び同連合会に加入している全国の生活協同組合を含む。

⁵ 図中のN値は割合を出す際に使用した分母となる値であり、図2でいえば、PB 商品の取引条件の設定等に係る 優越的地位の濫用となり得る行為を1つ以上受けたと回答した198 取引を分母としている。

イ PB商品の取引に係るその他不当な要請

(ア) PB商品の取引に係るその他優越的地位の濫用となり得る行為の状況

製造業者等から回答のあった1,835取引について、小売業者等から前記ア以外の優越的地位の濫用となり得る行為を受けたとの回答があった取引数、各取引数が集計対象である1,835取引に占める割合について、行為類型ごとに、それぞれ一覧表の形でまとめると、図3のとおりとなる。

また、前記アと同様に、図3において回答の重複を排除すると、1,835取引のうち、小売業者等から、前記ア以外の優越的地位の濫用となり得る行為を1つ以上受けたとの回答があった取引は合計欄に記載の162取引(8.8%)となる。

図3 PB商品の取引に係るその他優越的地位の濫用となり得る行為

行為類型	優越的地位の濫用となり得る行 為を受けたと回答した取引数	集計対象取引数に占 める割合
購入・利用の要請	42取引	2. 3%(42/1835)
協賛金等の負担の要請	67取引	3. 7%(67/1835)
従業員等の派遣の要請	30取引	1.6%(30/1835)
受領拒否	10取引	0.5%(10/1835)
返品	12取引	0.7%(12/1835)
支払遅延	2取引	0.1%(2/1835)
減額	7取引	0.4%(7/1835)
取引の対価の一方的決定	16取引	0. 9%(16/1835)
その他不利益となる要請	40取引	2. 2%(40/1835)
契約上特に定めがないにもかかわらず、出荷の 条件として新たな検査を受けるよう求め、検査に 要した費用を負担させるもの	22取引	1. 2%(22/1835)
事前に一定数量を示して発注を確約していたにもかかわらず、小売業者等の一方的な都合により、発注数量を著しく減少する又は発注を取り消すもの	17取引	0. 9%(17/1835)
あらかじめ定められた検査基準を恣意的に厳しくして、発注内容と異なること又は瑕疵があることを理由に、やり直しをさせるもの	6取引	0.3%(6/1835)
商品の製造委託を受けて、原材料、包装資材等を調達しているにもかかわらず、小売業者等の一方的な都合により、当該調達に要した費用を支払うことなく、発注を取り消すもの	6取引	0. 3%(6/1835)
合計	162取引	8.8%(162/1835)

図3によると、前記ア以外の不当な要請としては、回答がほとんどみられない行為類型もあるが、これまでの実態調査と同様に、「協賛金等の負担の要請」、「購入・利用の要請」、「従業員等の派遣の要請」などの優越的地位の濫用となり得る行為を受けたとの回

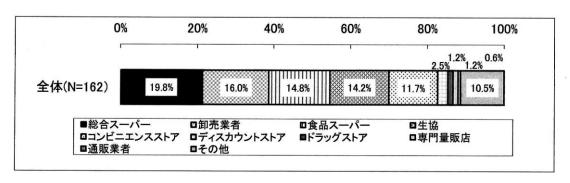
答が一定程度みられた⁶ほか、「その他不利益となる要請」を受けたとの回答の割合も相対的に高くなっていた。

そして、「その他不利益となる要請」の具体的内容としては、契約上特に定めがないにもかかわらず、出荷の条件として新たな検査を受けるよう求め、検査に要した費用を負担させるものとの回答が22取引と相対的に多くなっていた。そして、この22取引について、受入検査に係る事項が発注書面に記載されているかどうかをみると、22取引全てにおいて、そのような事項が記載されてないとの回答であった。このことから、事前に取引条件として定めていなかった事項について、その後の取引の中で費用負担が必要な状況が発生した際に、製造業者等に負担が要請されているものと考えられる。

(イ) 小売業者等の業態

前記(1)イ(ア)でPB商品の取引に係るその他優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと回答した162取引について、要請等を行った小売業者等を業態別にみると、総合スーパーが32取引(19.8%)、卸売業者が26取引(16.0%)、食品スーパーが24取引(14.8%)、生協が23取引(14.2%)、コンビニエンスストアが19取引(11.7%)等の結果であった。

図4 その他PB商品の取引に係る優越的地位の濫用となり得る行為を行った小売業者等の業態



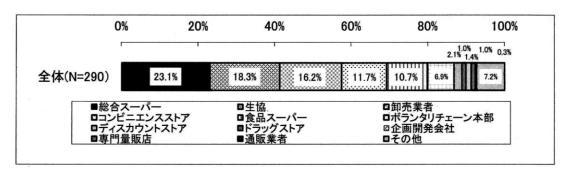
ウ 小括

前記のPB商品の取引条件の設定等に係る要請(図1)と、PB商品の取引に係るその他の不当な要請(図3)の間でも重複がみられるところであるが、この重複を排除すると、調査対象とした1,835取引のうち、PB商品の取引を通じて、小売業者等から1つ以上優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと回答した取引は290取引(15.8%)となる。

そして、この290取引について、要請等を行った小売業者等を業態別にみると、総合スーパーが67取引 (23.1%)、生協が53取引 (18.3%)、卸売業者が47取引 (16.2%)、コンビニエンスストアが34取引 (11.7%)、食品スーパーが31取引 (10.7%)等の結果であった。

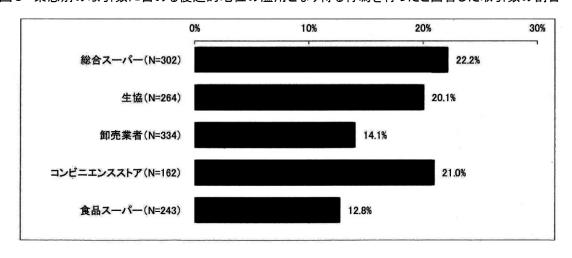
⁶「大規模小売業者等と納入業者との取引に関する実態調査報告書」(平成 24 年 7 月公表)では、集計対象取引に占める優越的地位の濫用となり得る協賛金等の負担の要請を受けたと回答した取引が 8.4%、購入・利用の要請が 5.4%、従業員等の派遣の要請が 3.3%等であり、他の行為類型に比べて相対的に多い結果であった。

図5 PB商品の取引に係る優越的地位の濫用となり得る行為を行った小売業者等の業態



さらに、本調査では、製造業者等から回答のあった1,835取引について、小売業者等の業態をみると、総合スーパーは302取引、生協は264取引、卸売業者は334取引、コンビニエンスストアは162取引、食品スーパーは243取引となっていたところ(本文図11参照)、これら業態別の取引数のうち、1つ以上優越的地位の濫用となり得る行為を受けたとの回答があった取引数の割合をみると、総合スーパーは302取引中67取引(22.2%)、生協は264取引中53取引(20.1%)、卸売業者は334取引中47取引(14.1%)、コンビニエンスストアは162取引中34取引(21.0%)、食品スーパーは243取引中31取引(12.8%)となっていた。

図6 業態別の取引数に占める優越的地位の濫用となり得る行為を行ったと回答した取引数の割合



(2) 下請法の適用対象となり得る取引における状況

ア 調査結果の概要

小売業者等が自社のPB商品の製造を他の事業者に委託することは、原則として下請法上の「製造委託」に該当する。また、下請法上、この製造委託に関して下請法の適用対象となる取引は、資本金3億円超の小売業者等と資本金3億円以下の製造業者等の間の取引となっている。そして、この資本金区分に該当する「製造委託」の取引において、下請法が禁止する行為類型に当たる行為が行われた場合には、原則として下請法上問題となる。

下請法が禁止する行為類型と、優越的地位の濫用として問題となる行為類型には共通する行為類型があるところ、その共通する行為類型について、図3において優越的地位の濫用と

なり得る行為を受けたとの回答があった取引数(①)及び①の取引数のうち前記の資本金区分でみた場合に下請法の適用対象となる取引数(②)について一覧表の形でまとめると、図7のとおりとなる。

図7において回答の重複を排除すると、小売業者等から優越的地位の濫用となり得る行為を 受けたと回答した取引数は140取引、このうち下請法の適用対象となる取引は66取引となる。

図7 優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと回答した取引数のうち、下請法の適用対象と なる取引数

行為類型		優越的地位の濫用となり得る行為 を受けたと回答した取引数(①)	①の取引数のうち下請法の適用 対象となる取引数(②)	
購入·利用強制		42取引	18取引	
41 米提供亜津	協賛金等の負担の要請	67取引	32取引	
利益提供要請	従業員等の派遣の要請	30取引	15取引	
受領拒否		10取引	7取引	
返品		12取引	7取引	
支払遅延		2取引	1取引	
減額		7取引	4取引	
買いたたき(取引の対価の一方的決定)		16取引	10取引	
合計		140取引	66取引	

図7によると、優越的地位の濫用となり得る行為の半数近くが下請法の適用対象となる取引で行われている様子が見てとれる。

イ 小売業者等の業態

前記(2)アの66取引について、下請法上問題となり得る行為を行った小売業者等を業態別にみると、生協が15取引(22.7%)、総合スーパーが14取引(21.2%)、コンビニエンスストア及び食品スーパーが共に9取引(13.6%)、卸売業者が6取引(9.1%)等となっており、図2及び図4と比較すると、下請法上問題となり得る行為では生協の割合が大きくなっていた。

0% 20% 40% 60% 80% 100% 1.5% 全体(N=66) 22.7% 21.2% 13.6% 13.6% 9.1% 12.1% □生協 ■総合スーパー ロコンビニエンスストア □食品スーパー ロボランタリチェーン本部 □卸売業者 ■ディスカウントストア ■ドラッグストア ロその他

図8 下請法上問題となり得る行為を行った小売業者等の業態

2 PB商品の取引の開始時期と小売業者等からの要請等の開始時期との関係

(1) 要請等の開始時期

小売業者等から1つ以上優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと製造業者等が回答した290取引について、小売業者等からの要請等が、PB商品の取引開始後に行われるようになったものであるかを聞いたところ、「PB商品の取引開始後に初めて行われるようになった。」との回答が116取引(40.0%)、「PB商品の取引開始前から行われていた。」との回答が147取引(50.7%)等であった。

なお、この116取引について、要請等を行った小売業者等を業態別にみると、生協が28取引(24.1%)、卸売業者が20取引(17.2%)、コンビニエンスストアが19取引(16.4%)、総合スーパーが16取引(13.8%)、その他が12取引(10.3%)等であった。

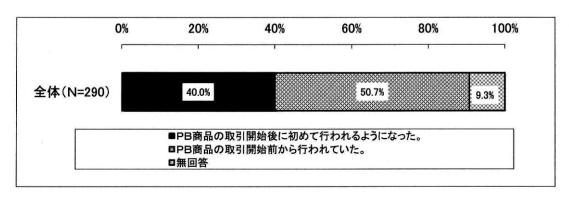


図9 要請等の開始時期

(2) 要請等に係る負担の程度の変化

前記2(1)で「PB商品の取引開始前から行われていた。」と製造業者等が回答した147取引について、PB商品の取引開始後に、小売業者等からの要請等に係る負担の程度がどのように変化したかを聞いたところ、「増加している。」との回答が30取引(20.4%)、「変わらない。」が95取引(64.6%)、「減少している。」が18取引(12.2%)等の結果であった。

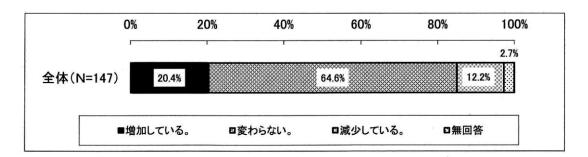


図10 要請等に係る負担の程度の変化

3 優越的地位の濫用となり得る行為が見られた取引の傾向

(1) 小売業者等とのPB商品に係る年間取引高と、優越的地位の濫用となり得る行為がみられた取引との相関

集計対象とした1,835取引のうち、小売業者等とのPB商品に係る年間取引高について製造業

者等から回答のなかった126取引を除く1,709取引を対象として、小売業者等とのPB商品に係る年間取引高を基に区分すると、図11の「区分に該当する取引数」欄に記載の取引数となる。

また、各区分の取引数の中で、小売業者等から1つ以上優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと製造業者等が回答した取引数は、図11の「優越的地位の濫用となり得る取引数」欄に記載の取引数となる。

そして、各区分の取引数に占める優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと回答した取引数の割合をみると、「3億円超」の区分で最も割合が高くなっており、PB商品に係る年間取引高が大きい取引において、優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと回答した取引数の割合が高くなるという傾向がみられた。

図 11 小売業者等とのPB商品に係る年間取引高と、優越的地位の濫用となり得る行為がみられた取引との相関

小売業者等とのPB商品に 係る年間取引高	5000万円 以下	5000万円超 1億円以下	1億円超 2億円以下	2億円超 3億円以下	3億円超	合計
優越的地位の濫用となり	10.5%	16. 4%	16.0%	17. 5%	22. 1%	15. 7%
得る取引の割合	69/657	34/207	38/238	24/137	104/470	269/1709
優越的地位の濫用となり 得る取引数	69	34	38	24	104	269
区分に該当する取引数	657	207	238	137	470	1709

(2) 小売業者等の資本金と、優越的地位の濫用となり得る行為がみられた取引との相関 集計対象とした1,835取引のうち、小売業者等の資本金について製造業者等から回答のな かった118取引を除く1,717取引を対象として、小売業者等の資本金を基に区分すると、図12 の「区分に該当する取引数」欄に記載の取引数となる。

また、各区分の取引数の中で、小売業者等から1つ以上優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと製造業者等が回答した取引数は、図12の「優越的地位の濫用となり得る取引数」欄に記載の取引数となる。

そして、各区分の取引数に占める優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと回答した取引数の割合をみると、「3億円超」の区分で最も割合が高くなっており、資本金が大きい小売業者等との取引において、優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと回答した取引数の割合が高くなるという傾向がみられた。

図 12 小売業者等の資本金と、優越的地位の濫用となり得る行為がみられた取引との相関

小売業者等の資本金	1000 万円 以下	1000 万円超 5000万円以下	5000 万円超 3 億円以下	3 億円超	合計
優越的地位の濫用となり	6. 3%	11.6%	12. 1%	18. 1%	15. 9%
得る取引の割合	5/80	20/172	35/290	213/1175	273/1717
優越的地位の濫用となり 得る取引数	5	20	35	213	273
区分に該当する取引数	80	172	290	1175	1717

4 総括

(1) PB商品の取引の現状と今後

今回の調査において、PB商品の取引を行っていると回答した事業者は、小売業者等では238名(71.3%)、製造業者等では570名(60.6%)となっており(本文図1及び図8参照)、この製造業者等には資本金3億円以上の者が90名(15.8%)含まれていた。

そして、これらのPB商品の取引を行っている事業者に対し、PB商品の取引を行うようになった理由を聞いたところ、小売業者等においては、同業他社との差別化を図るため、企業のブランドイメージの向上を図るため、消費者の低価格志向に対応するため、の順に回答が多く、製造業者等においては、安定的な数量の発注を受けることができると考えたため、小売業者等との取引を開始(拡大)することができると考えたため、生産設備の稼働率を向上することができると考えたため、といった理由が相対的に多くなっていた(本文図4及び図16参照)ことから、PB商品の取引を行うことは、小売業者等及び製造業者等の双方にとって相応のメリットがあると考えられる。

また、PB商品の取引を行っていると回答した事業者に対し、3事業年度前と直近事業年度を比較した場合の取引高全体に占めるPB商品に係る取引高の割合の推移を聞いたところ、「増加している。」との回答が、小売業者等では331取引(33.8%)、製造業者等では591取引(32.2%)となっていた(本文図6及び図82参照)。

これらから、PB商品の取引は資本金の大きい製造業者等も含め、幅広く行われるようになってきており、今後もPB商品の取引を行う事業者や、その取引高が増加する可能性があると考えられる。

(2) PB商品の取引を行う上での問題点

ア PB商品の取引において優越的地位の濫用となり得る行為が行われる際の特徴

(ア) 本調査では、PB商品の取引を開始する際に、小売業者等から取引条件の設定に係る優越 的地位の濫用となり得る行為を受けたと製造業者等が回答した取引が相対的に多くなって いた。

製造業者等からの回答として最も多かった行為の内容は、原価構成や製造工程に係る情報など、開示することにより価格交渉等において製造業者等が不利な立場に立つこととなる情報の開示を取引条件として設定されているものであった。前記1 (1) ア(ア)に記載のとおり、こうした情報の開示が取引条件として設定されている取引では、取引の開始後にも、取引の対価の一方的決定7、減額等の他の行為類型に該当する行為が行われる割合が相対的に高くなっていたところであり、公正取引委員会として、上記のような情報の開示を取引条件として設定すること自体についても注視していく必要がある。

また、製造業者等からの回答として次に多かった行為の内容は、NB商品と同水準の原材料の使用を求められるにもかかわらず、取引価格についてはNB商品より著しく低い価格で

7「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方(以下「優越ガイドライン」という。)」において、優越 的地位の濫用として問題となる行為の想定例として、「取引の相手方から、社外秘である製造原価計算資料、労 務管理関係資料等を提出させ、当該資料を分析し、『利益率が高いので値下げに応じられるはず』などと主張し、

著しく低い納入価格を一方的に定めること」が挙げられている。

の取引を要請されるものであった。こうした行為もそれ自体が優越的地位の濫用となり得るものであり、公正取引委員会として併せて注視していく必要がある。

(イ) 製造業者等が、PB商品の取引を開始する際に小売業者等からの取引条件の設定に係る要請を受け入れている理由の一つに、NB商品の取引への影響を懸念していることが考えられる。今回の調査でも、製造業者等が、利益率が低い等の理由により製造委託の要請を断ろうとしたところ、NB商品の取引の中止、取引数量の減少をちらつかせ、小売業者等から製造委託に応じるように要請されたとの回答が39取引あった。

また、製造業者等へのヒアリングにおいても、「PB商品の取引条件を交渉している中で、PB商品の製造委託に応じなければNB商品も扱わない旨を示唆され、実際に、NB商品の取引の一部を停止された。」旨の具体的な回答があったところであり、PB商品の取引を開始する時点でNB商品の取引も行っているような取引においては、製造業者等は、PB商品の取引に関する要請を断ると、NB商品の取引にも影響があると考え、自社に不利益となる要請であっても受け入れざるを得ないものとして受け入れている場合があると考えられる。

(ウ) 次に、PB商品の取引開始の際に行われる要請以外の行為としては、「購入・利用の要請」 や「協賛金等の負担の要請」といった典型的な優越的地位の濫用となり得る行為とともに、 「その他不利益となる要請」に係る行為が多くなっていた。

「その他不利益となる要請」の内容としては、出荷の条件として契約上定めのない検査を受けるよう求め、検査に要した費用の負担を要請するもの、事前に一定数量を示して発注を確約していたにもかかわらず、小売業者等の一方的な都合により、発注数量を著しく減少する又は発注を取り消すものが多くなっていた。こうした行為も、前記(ア)と同様に優越的地位の濫用となり得るものであるため、公正取引委員会として注視していく必要がある。

(エ) 今回の調査では、PB商品の取引を開始する際の取引条件の設定等に係る優越的地位の濫用となり得る行為が相対的に多く行われている状況が明らかとなった。その原因の一つとしては、小売業者等の側において、製造業者等との間で取引条件を設定する行為が、その態様によっては優越的地位の濫用となり得る行為となることが意識されにくいためではないかと考えられる。小売業者等が一方的に取引条件を設定するなどにより、製造業者等に不当に不利益を与えることとなる場合は、優越的地位の濫用となり得るものであり、PB商品の取引の拡大が今後も見込まれる中、公正取引委員会としても、今後、違反行為の未然防止の観点から、こうした点について一層の周知を図っていく必要がある。

イ 優越的地位の濫用となり得る行為を行った小売業者等の業態

今回の調査において、1つ以上優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと製造業者等が回答したPB商品の取引について、小売業者等の業態をみると、総合スーパー、生協、卸売業者、コンビニエンスストア、食品スーパーとの回答が相対的に多くなっていた(概要図5参照)。

このため、これらの小売業者等と製造業者等の間で行われるPB商品の取引に関して、優越的地位の濫用となり得る行為又は下請法上問題となり得る行為が行われることがないよう、今後とも公正取引委員会として注視していく必要がある。

また、卸売業者については、これまでに実施した実態調査においても、卸売業者から製造

業者に対して、優越的地位の濫用となり得る行為が行われている事例がある旨を指摘してきたところであるが⁸、今回の調査においても、卸売業者から優越的地位の濫用となり得る行為を受けている旨の回答が一定程度みられたところである。

卸売業者が行っている要請等の中には、卸売業者が、自社の利益を図るために要請等を行っている場合だけでなく、小売業者から要請等を受けた費用を自社だけで負担しきれず、その費用の一部又は全部の補填を製造業者に要請している場合もあると考えられるが、こうした要請等についても、卸売業者と製造業者との間での優越的地位の濫用となり得るものである。このため、卸売業者から製造業者に対して行われる要請等については、今後とも公正取引委員会として注視していく必要がある。

ウ 優越的地位の濫用となり得る行為がみられた取引の傾向

今回の調査における優越的地位の濫用となり得る行為が行われたPB商品の取引についてみると、①小売業者等とのPB商品に係る年間取引高が大きい取引、及び②資本金が大きい小売業者等との取引において、製造業者等が小売業者等から優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと回答する割合が高くなるという傾向がみられた。

製造業者等の立場からすると、小売業者等とのPB商品に係る年間取引高が大きい場合、 又は小売業者等の資本金規模が大きい場合、小売業者等からの要請等の内容が不利なもので あったとしても当該要請を受け入れざるを得ないものとして受け入れる傾向があると考え られる。

5 消費税の扱いについて

今回の調査では、製造業者等に対し、小売業者等とのPB商品の取引において、消費税率の引上げ分を納入価格に転嫁できたかを聞いたところ、集計対象とした1,835取引のうち、「おおむね転嫁できた(できそうである。)。」が1,470取引(80.1%)、「ある程度転嫁できた(できそうである。)。」が130取引(7.1%)となっており、これらを合わせると1,600取引(87.2%)であった。一方で、「あまり転嫁できなかった(できない見込みである。)。」が46取引(2.5%)、「ほとんど転嫁できなかった(できない見込みである。)。」が53取引(2.9%)となっており、これらを合わせると99取引(5.4%)であった。

また、消費税の価格転嫁に係る交渉において、小売業者等から消費税の転嫁拒否等の行為を受けたことがあるかを聞いたところ、「受けたことがある。」との回答が22取引であり、この22取引のうち、転嫁拒否行為を「受け入れた。」との回答が9取引であった。

回答のあった9取引の転嫁拒否行為の内容としては、「商品の内容量を減らすなどの仕様変更により、消費税率引上げ後も単価を据え置くこととされたが、仕様変更による自社のコスト削減効果が小さいため、消費税率の引上げを反映した額よりも低い単価での取引の要請を受けた。」が5取引、「今後、消費税率が引上げられることを見据え、引き上げられる消費税分に見合った額(又は率)の納入価格に引き下げるための値下げの要請を受けた。」が4取引といった結果で

-

⁸ 「物流センターを利用して行われる取引に関する実態調査報告書」(平成 25 年 8 月公表)、「大規模小売業者等と納入業者との取引に関する実態調査報告書」(平成 24 年 7 月公表)、「食料品製造業者と卸売業者との取引に関する実態調査報告書」(平成 23 年 10 月公表)等を参照。

あった。

消費税率の引上げ分の価格への転嫁に関しては、今後、消費税率の引上げ後に行われた取引に関して代金の決済が行われる際に、小売業者等が製造業者等に対し、減額を行ったり、協賛金等の負担を要請するなどの行為が行われるおそれがあり、引き続き書面調査などによる積極的な情報収集を行っていく必要がある。

第3 公正取引委員会の対応

今回の調査の結果、食品分野におけるPB商品の一部の取引において、主として独占禁止法又は下請法上問題となり得る行為が行われていることが明らかとなった。また、回答数は少ないものの、消費税転嫁対策特別措置法上問題となり得る行為が行われていることが明らかとなった。このため、公正取引委員会は、違反行為の未然防止及び取引の公正化の観点から、調査結果を公表するとともに、以下の対応を行うこととする。

- 1 (1) 小売業者等を対象とする講習会を実施し、本調査結果並びに優越ガイドライン及び下請法の内容を説明する。
 - (2) また、小売業者等の関係事業者団体に対して、本調査結果を報告するとともに、小売業者等が問題点の解消に向けた自主的な取組を行えるよう、改めて優越ガイドライン等の内容を傘下会員に周知徹底するなど、業界における取引の公正化に向けた自主的な取組を要請する。
- 2 公正取引委員会は、今後とも、食品分野におけるPB商品の取引実態を注視し、独占禁止法、 下請法又は消費税転嫁対策特別措置法上問題となるおそれのある行為の把握に努めるとともに、 これらの法律に違反する行為に対しては、厳正に対処していく。

食品業界におけるコンプライアンスの徹底について

一農林水産省一

平成26年6月16日 農林水産省食料産業局 企画課食品企業行動室

食品事業者団体 各位

食品業界におけるコンプライアンスの徹底について

日頃から、会員等企業に対するコンプライアンスの徹底の御指導、また、このたびの、各食品事業者団体及び会員等企業に対するコンプライアンスに関する取組状 況調査に御協力いただきまして、厚く御礼申し上げます。

農林水産省では、食品関係事業者による関係法令の遵守及び社会倫理に適合した 取組を一層促進するため、食品業界が「道しるべ」として利用するための「『食品 業界の信頼性向上自主行動計画』策定の手引き~5つの基本原則~」を平成20年3 月25日に策定しました。また、あわせて、各食品事業者団体に対して、各団体ごと に「信頼性自主行動計画」を策定するとともに、会員等企業に対するコンプライア ンスの徹底を御指導いただく旨の要請を行ってきたところです。

その結果、今般御協力いただいた平成25年度の取組状況調査では、別紙のとおり、中小食品事業者における「企業行動規範」の策定率は約77%、25年度内策定予定を含めて約80%となりました。

しかしながら、食品業界では、昨年末に発生した食品工場における毒物の意図的混入事件や食品の偽装表示等消費者の信頼を揺るがす不祥事が起こっております。企業行動規範は、策定するだけではなく、企業内へ周知・浸透させ、社会環境、人々の意識、事件・事故の発生等を踏まえ随時不十分な項目がないか点検を行い、改善するというPDCAサイクルを徹底することが何よりも重要ですが、見直し・改善を実施している割合は、25年度内見直し・改善予定を含めると中小企業では約67%、大企業でも約70%でした。各食品事業者団体におかれましては、自主行動計画に基づき、会員等企業に対しコンプライアンスの徹底や企業行動規範の点検・改善等について、より一層御指導いただきたくお願い申し上げます。

また、今後も、我が国食品産業全体の底上げに向けて、企業行動規範等の策定及 び点検・改善の実施等の取組状況について調査をお願いしたいと考えております。 引き続きの御協力を重ねてお願いいたします。

【参考】食品業界の信頼性向上等に資する農林水産省の取組のご紹介

1 「『食品業界の信頼性向上自主行動計画』策定の手引き~5つの基本原則~」 「企業行動規範」等のひな型がありますので、未策定の方は御参考にしてくだ さい。

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sansin/sinrai/5gensoku.html

2 産業界の発意に基づく協働の活動「フード·コミュニケーション·プロジェクト (FCP)」について

FCPは、食品事業者の意欲的な取組の活性化を通じて消費者の「食」に対する信頼を向上させるために、農林水産省が、食品事業者や関連事業者と「協働」で活動しているプロジェクトです。

FCPでは、意欲的な食品関連事業者等の皆様の主体的な参画により、消費者の信頼を高めていくための「食品事業者の行動のポイント」である「協働の着眼点」を取りまとめるとともに、「FCP展示会・商談会シート」や「FCP共通工場監査項目」、食品事業者としての企業姿勢のチェックシートである「ベーシック16」など、「協働の着眼点」を基にした各種ツールを作成しています。

まだFCPに参加されていない食品関連事業者等の皆様におかれましては、是非FCPへの参加の御検討をお願いいたします。

· FCPホームページ

http://www.food-communication-project.jp/

FCP参加登録

http://www.food-communication-project.jp/rule/

※現在の参加者リスト (平成26年3月末現在、1,632企業/団体)

http://www.food-communication-project.jp/list/

3 農林水産省補助事業「マネジメント体制構築研修会」

当事業では、平成26年度の事業実施主体である日本興亜リスクマネジメント株式会社(旧社名:NKSJリスクマネジメント株式会社)のホームページにおいて、研修資料や動画の公開等を行う予定となっております。社内でのコンプライアンス確立等に是非御活用いただければと思います。

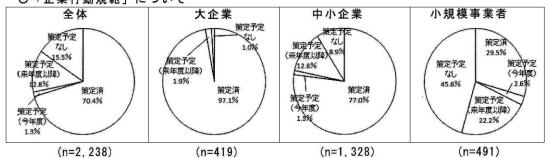
なお、平成26年度事業についての内容の詳細については、決定次第お知らせい たします。

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sansin/sinrai/index.html

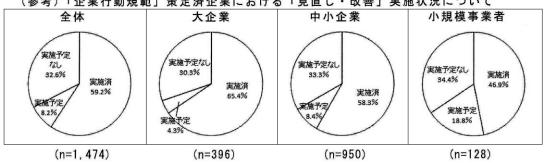
別紙

平成25年度 食品関係事業者の企業行動規範等策定状況アンケート調査 集計結果

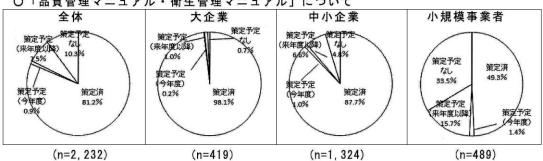
〇「企業行動規範」について



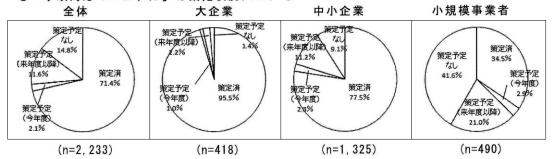
(参考)「企業行動規範」策定済企業における「見直し・改善」実施状況について



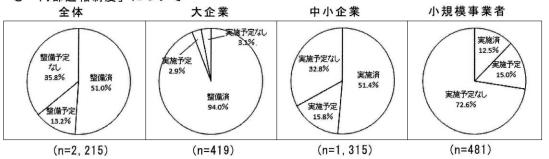
〇「品質管理マニュアル・衛生管理マニュアル」について



〇「事故対応マニュアル」の策定状況について



〇「内部通報制度」について



平成25年度 食品関係事業者の企業行動規範等策定状況アンケート調査 集計結果表

団体名:_____(一社)日本加工食品卸協会

○企業行動規範の有無について

	策定済	策定予定	うち25年度内	策定予定なし	計
小規模	0社	0社	0社	0社	0社
事業者	-	-	-	-	-
中小企業	10社	1社	0社	1社	12社
	(83.3%)	(8.3%)	(0.0%)	(8.3%)	(100.0%)
大企業	14社	0社	0社	2社	16社
	(87.5%)	(0.0%)	(0.0%)	(12.5%)	(100.0%)
計	24社 (85.7%)	1社 (36%)	0社 (0.0%)	3社 (10.7%)	28社 (100.0%)

(参考)全体集計

	策定済	策定予定	うち25年度内	策定予定なし	計
小規模	145社	122社	13社	224社	491社
事業者	(29.5%)	(24.8%)	(2.6%)	(45.6%)	(100.0%)
中小企業	1,023社	187社	17社	118社	1,328社
	(77.0%)	(14.1%)	(1.3%)	(8.9%)	(100.0%)
大企業	407社	8社	0社	4社	419社
	(97.1%)	(1.9%)	(0.0%)	(1.0%)	(100.0%)
計	1,575社	317社	30社	346社	2,238社
	(70.4%)	(14.2%)	(1.3%)	(15.5%)	(100.0%)

○企業行動規範策定済企業における企業内への周知の実施状況について

		昨年度			今年度			
	実施	実施せず	計	実施済	実施予定	実施予定なし	計	
小規模 事業者	0 -	0 -	0 -	0社 -	0社 -	0社 -	0社 -	
中小企業	9 (100.0%)	0 (0.0%)	9 (90.0%)	10社 (100.0%)	0社 (0.0%)	0社 (0.0%)	10社 (100.0%	
大企業	10 (90.9%)	1 (9.1%)	11 (84.6%)	12社 (92.3%)	0社 (0.0%)	1社 (7.7%)	13社 (100.0%	
計	19 (82.6%)	1 (4.3%)	20 (87.0%)	22社 (95.7%)	0社 (0.0%)	1社 (4.3%)	23社 (100.0%	

(参考)全体集計

少 与/主冲朱	HI	昨年度		今年度			
	実施	実施せず	計	実施済	実施予定	実施予定なし	計
小規模	89	27	116	87社	13社	28社	128社
事業者	(76.7%)	(23.3%)	(90.6%)	(68.0%)	(10.2%)	(21.9%)	(100.0%)
中小企業	819	86	905	829社	62社	77社	968社
	(90.5%)	(9.5%)	(93.5%)	(85.6%)	(6.4%)	(8.0%)	(100.0%)
大企業	367	23	390	367社	9社	25社	401社
	(94.1%)	(5.9%)	(97.3%)	(91.5%)	(2.2%)	(6.2%)	(100.0%)
計	1275 (85.2%)	136	1411 (94.3%)	1,283社 (85.7%)	84社 (5.6%)	130社 (8.7%)	1,497社 (100.0%)

○企業行動規範策定済企業における見直し・改善実施状況について

		昨年度			今年度			
	実施	実施せず	計	実施済	実施予定	実施予定なし	計	
小規模 事業者	0 -	0 –	0 -	0社 -	0社 -	0社	0社 -	
中小企業	5 (55.6%)	4 (44.4%)	9 (90.0%)	6社 (60.0%)	0社 (0.0%)	4社 (40.0%)	10社 (100.0%)	
大企業	5 (41.7%)	7 (58.3%)	12 (85.7%)	6社 (42.9%)	0社 (0.0%)	8社 (57.1%)	14社 (100.0%)	
計	10 (41.7%)	11 (45.8%)	21 (87.5%)	12社 (50.0%)	0社 (0.0%)	12社 (50.0%)	24社 (100.0%	

(参考)全体集計

多考)全体果		昨年度			今年度			
	実施	実施せず	計	実施済	実施予定	実施予定なし	計	
小規模	66	46	112	60社	24社	44社	128社	
事業者	(58.9%)	(41.1%)	(87.5%)	(46.9%)	(18.8%)	(34.4%)	(100.0%	
中小企業	543	317	860	554社	80社	316社	950社	
	(63.1%)	(36.9%)	(90.5%)	(58.3%)	(8.4%)	(33.3%)	(100,0%	
大企業	262	119	381	259社	17社	120社	396社	
	(68.8%)	(31.2%)	(96,2%)	(65.4%)	(4.3%)	(30.3%)	(100.0%	
計	871	482	1353	873社	121社	480社	1,474社	
	(59.1%)	(32.7%)	(91,8%)	(59.2%)	(8.2%)	(32.6%)	(100.0%	

〇品質管理マニュアル・衛生管理マニュアルの有無について

	策定済	策定予定	うち25年度内	策定予定なし	計
小規模	0社	0社	0社	0社	0社
事業者	-	-	-	-	-
中小企業	7社	3社	0社	2社	12社
	(58.3%)	(25.0%)	(0.0%)	(16.7%)	(100.0%)
大企業	14社	1社	0社	1社	16社
	(87.5%)	(6.3%)	(0.0%)	(6.3%)	(100.0%)
計	21社	4社	0社	3社	28社
	(75.0%)	(14.3%)	(0.0%)	(10.7%)	(100.0%)

(参考)全体集計

	策定済	策定予定	うち25年度内	策定予定なし	計
小規模	241社	84社	7社	164社	489社
事業者	(49.3%)	(17.2%)	(1.4%)	(33.5%)	(100.0%)
中小企業	1,161社	100社	13社	63社	1,324社
	(87.7%)	(7.6%)	(1.0%)	(4.8%)	(100.0%)
大企業	411社	5社	1社	3社	419社
	(98.1%)	(1.2%)	(0.2%)	(0.7%)	(100.0%)
計	1,813社	189社	21社	230社	2,232社
	(81.2%)	(8.5%)	(0.9%)	(10.3%)	(100.0%)

○事故対応マニュアルの有無について

	策定済	策定予定	うち25年度内	策定予定なし	計
小規模	0社	0社	0社	0社	0社
事業者	-	-	-	-	-
中小企業	6社	3社	1社	3社	12社
	(50.0%)	(25.0%)	(8.3%)	(25.0%)	(100.0%)
大企業	13社	1社	0社	2社	16社
	(81.3%)	(6.3%)	(0.0%)	(12.5%)	(100.0%)
計	19社	4社	1社	5社	28社
	(67.9%)	(14.3%)	(3.6%)	(17.9%)	(100.0%)

(参考)全体集計

	策定済	策定予定	うち25年度内	策定予定なし	計
小規模	169社	117社	14社	204社	490社
事業者	(34.5%)	(23.9%)	(2.9%)	(41.6%)	(100.0%)
中小企業	1,027社	178社	30社	120社	1,325社
	(77.5%)	(13.4%)	(2.3%)	(9.1%)	(100.0%)
大企業	399社	13社	4社	6社	418社
	(95.5%)	(3.1%)	(1.0%)	(1.4%)	(100.0%)
計	1,595社	308社	48社	330社	2,233社
	(71.4%)	(13.8%)	(2.1%)	(14.8%)	(100.0%)

〇内部通報制度の有無について

	整備済	整備予定	整備予定 なし	計
小規模	0社	0社	0社	0社
事業者	-	-	-	-
中小企業	9社	0社	3社	12社
	(75.0%)	(0.0%)	(25.0%)	(100.0%)
大企業	14社	2社	0社	16社
	(87.5%)	(12.5%)	(0.0%)	(100.0%)
計	23社	2社	3社	28社
	(82.1%)	(7.1%)	(10.7%)	(100.0%)

(参考)全体集計

	整備済	整備予定	整備予定 なし	計
小規模	60社	72社	349社	481社
事業者	(12.5%)	(15.0%)	(72.6%)	(100.0%)
中小企業	676社	208社	431社	1,315社
	(51.4%)	(15.8%)	(32.8%)	(100.0%)
大企業	394社	12社	13社	419社
	(94.0%)	(2.9%)	(3.1%)	(100.0%)
計	1,130社	292社	793社	2,215社
	(51,0%)	(13.2%)	(35.8%)	(100.0%)

夏季の省エネルギー対策について

ー農林水産省・経済産業省等ー

26食産第979号 平成26年6月13日

一般社団法人日本加工食品卸協会会長 殿

農林水産省食料産業局長二指定常

夏季の省エネルギー対策について

このことについて、平成26年5月27日付け26環第52号をもって、農林水産省 大臣官房環境政策課長から、別添(写し)のとおり協力要請がありました。 つきましては、夏季の省エネルギー対策の推進に一層の御協力をお願いします。

VIIII



2 6 環 第 5 2 号 平成 2 6 年 5 月 2 7 日

食料産業局長 殿

大臣官房環境政策課長

夏季の省エネルギー対策について (通知)

平成26年5月16日に「夏季の省エネルギー対策について」が決定され、別添写しのとおり経済産業省資源エネルギー庁長官から協力要請があったところである。

ついては、本決定の趣旨を踏まえ、夏季の省エネルギーの推進につき一層の御努力を願いたい。

なお、貴所管関係団体等に対しても、この旨周知願いたい。







経...済...産、業...省

20140516資庁第3号 平成26年5月16日

農林水産省大臣官房長 殿



夏季の省エネルギー対策について

上記の件につき、省エネルギー・省資源対策推進会議省庁連絡会議において、別紙のと おり決定されましたので、通知いたします。

つきましては、夏季の省エネルギー対策の推進に一層の御努力をいただくとともに、貴 府省庁等管下の政府関係機関、関係団体及び関係業界、地方公共団体等においても、協力 方御配慮いただくよう併せてよろしくお願いいたします。



夏季の省エネルギー対策について

平成26年5月16日 省エネルギー・省資源対策推進会議省庁連絡会議決定

東日本大震災以後の電力需給のひっ迫に対し、これまで政府においては夏季及び冬季に電力需給対策を取りまとめ、供給力の確保に最大限の努力をするとともに、需要面においては国民各層に対し節電の要請を行ってきたところである。2014年度夏季の電力需給の見通しは、大飯原子力発電所3・4号機の停止や松浦火力発電所2号機のトラブル等により、昨年より大幅に厳しい状況である。具体的には、周波数変換装置(FC)を通じた東西間の電力融通を行わない場合、中部及び西日本全体で予備率は2.7%となり、電力の安定供給に最低限必要な予備率3%を下回る見込みである。このような厳しい状況を踏まえ、政府において、本年5月16日、「2014年度夏季の電力需給対策について」を決定した。

他方、省エネルギーについては、持続的な取組もまた重要である。オイルショック以降、 エネルギー消費量が大幅に増加した民生部門(住宅・ビル等)を中心としたエネルギー需 要の増大への対策が大きな課題となっている。また、新興国の経済発展による世界的なエネルギー需要の増大等を背景として、化石燃料の市場価格の上昇圧力が高まっていること により、エネルギー市場が不安定化し、国民生活全般に対して大きな影響を与えるように なっている。さらに、世界は地球温暖化という共通の脅威に直面しており、この解決に向 けて長期間の国際的な取組が必要である。

このような状況の中、住宅・ビル等の省エネルギー対策及び事業者による電気需要平準化対策を一層推進するため、エネルギー使用の合理化に関する法律の一部を改正する等の法律が昨年5月に公布され、本年4月1日に施行された。また、地球温暖化対策の一層の推進を図るため、地球温暖化対策の推進に関する法律の一部を改正する法律が昨年5月24日に公布・施行された。さらに、政府は、本年4月11日、我が国のエネルギー需給構造が抱える課題に対し、エネルギーの需給に関する施策についての基本的な方針や長期的、総合的かつ計画的に講ずべき施策等を盛り込んだエネルギー基本計画を閣議決定し、省エネルギーの取組について、部門ごとに効果的な方法によってさらに加速していくことで、より合理的なエネルギー需給構造の実現と、温室効果ガスの排出抑制を同時に進めていくことが重要とし、これにより「徹底した省エネルギー社会の実現」を目指すこととした。従来より、本会議においては、エネルギーの需要が増大する夏季及び冬季に、省エネルギーの重要性を確認し、取組を浸透させるため、省エネルギー対策を決定し、政府自らの取組を確認するとともに、各方面に省エネルギーへの取組を呼び掛けてきた。2014年度夏季については、上述のとおり節電を含めた電力需給対策に特に積極的に取り組む必要

が高いことから、省エネルギー対策が電力需給対策にも貢献するものとなるよう両者が一体となる形で決定し、国、地方公共団体、事業者及び国民が一体となった省エネルギーに関する取組をより一層推進することとする。

I. 産業界等に対する周知及び協力要請

以下に掲げる事項について、産業界等(関係団体、関係業界、地方公共団体及びNP O等)に対し、事業者及び家庭等に省エネルギー・節電の呼びかけを行うよう、協力を要請する。

また、本年5月16日に決定された「2014年度夏季の電力需給対策について」に おいて提示された「夏季の節電メニュー (事業者の皆様)」及び「夏季の節電メニュー (ご家庭の皆様)」に沿った取組を行うことが重要であり、これらが省エネルギーの取 組と一体となるものとして推進されるよう、これらについて併せて協力を要請する。

その際、無理のない範囲で省エネルギー・節電に取り組むべき旨を併せて周知する。

1. 工場・事業場関係について

① 工場・事業場における省エネ法に基づくエネルギー管理の実施

エネルギーの使用の合理化等に関する法律(省エネ法)に基づく適切なエネルギー管理を実施するほか、一層の省エネルギーを進めるため、以下に掲げることを実施すること。

- ・事業者全体としての管理体制の整備、責任者の配置及び省エネ目標に関する取組 方針等の策定を通じて、省エネルギーを推進すること。
- ・省エネ法の判断基準に基づく設備の管理標準の策定・実施など、適切なエネルギー管理を実施すること。
- ・省エネ法の指針に基づく電気需要平準化時間帯における電気の使用から燃料又は 熱の使用への転換など、電気需要平準化に資する措置を実施すること。 なお、省エネ法に基づく手続等の詳細については、資源エネルギー庁のホームペ ージを参照すること。

[参照]資源エネルギー庁ホームページ (事業者向け省エネポータルサイト)
http://www.enecho.meti.go.jp/category/saving_and_new/saving/enterprise/

② 自主的な省エネルギーへの取組の推進

一般社団法人日本経済団体連合会の経団連低炭素社会実行計画を策定している事業者にあっては、その実現に向け、工場・事業場において技術的に最高水準の省エ

ネルギー機器・設備の導入及び設備のきめ細かな運転の管理等により、省エネルギーへの取組を徹底して推進すること。

同計画について未策定の事業者やその対象外の者においても、自主的・計画的に 省エネルギーへの取組を徹底して推進すること。

2. 住宅・ビル等関係について

① 住宅・ビル等の省エネルギー対応

住宅、ビル等の新築、増改築、改修等に当たっては、外壁・窓等を通しての熱の 損失の防止を図るため、省エネ法に基づく住宅及び建築物の省エネルギー基準を踏 まえ、断熱材の利用、設計・施工上の工夫による熱負荷の低減など的確な設計及び 施工を行うこと。積極的なエコ住宅の新築や断熱改修等のエコリフォームに努める こと。

また、ディマンドリスポンスに対応した時間帯別・季節別の電気料金メニューが 選択できる場合はその活用に努めるとともに、エネルギー管理システム(BEMS・ HEMS等)の導入により、ビルの運用方法、住宅の住まい方の改善によるピーク 対策及び省エネルギーに努めること。

ビル等においては、特に電力需給の状況が厳しい地域において重点的に実施される節電・省エネ診断やESCO診断等を活用し、より高効率な設備・機器の導入や適切な運転方法の見直し等により、節電や省エネルギー化を進めること。

また、すでにBEMSを導入し、需給ひっ迫時における節電の要請に協力することとなっている事業者にあっては、アグリゲータを通じる等によりその要請があった場合には、積極的に協力すること。

② エネルギー消費効率の高い機器の選択・購入

家電機器、OA機器等のエネルギー消費機器の購入に当たっては、省エネ法に基づくトップランナー基準の達成状況を示す省エネルギーラベル[図1]及び国際エネルギースターロゴ[図2]の表示、また、政府、事業者等が提供するエネルギー消費効率に関する情報[参照2]やスマートライフジャパン推進フォーラムの活動[参照3]を参考としつつ、省エネルギー性能の高い機器の選択に努めること。選択に当たっては、初期投資負担を伴うものの、これが中長期スパンで回収できることに留意すること。

特に、エアコン、冷蔵庫、テレビ、照明、電気便座の購入に当たっては、省エネルギーラベルによるトップランナー基準の達成状況のみならず、より省エネ性能の高い製品を選択する観点から、統一省エネルギーラベル[図3]による5段階の省エネ性能表示に留意し、今般新たにトップランナー制度の対象機器に追加された電球

形LEDランプを含め、省エネルギー性能の高い製品の選択に努めること。消費者による上記取組を促すため、エネルギー消費機器の製造・輸入事業者・小売事業者(通信販売等を行う事業者も含む)は、省エネルギーラベル、国際エネルギースターロゴ、統一省エネルギーラベルの表示により、機器のエネルギー消費効率を消費者にわかりやすく示すとともに、機器がエネルギー消費の削減にどのように役立つのか、とのような使い方が最もエネルギー使用量が少ないかについてきめ細かな情報提供に努めること。

[参照1]資源エネルギー庁ホームページ(一般向け省エネポータルサイト)

http://www.enecho.meti.go.jp/category/saving_and_new/saving/general/

[参照2] 資源エネルギー庁ホームページ(省エネ型製品情報サイト)

https://seihinjyoho.go.jp/

[参照3]スマートライフジャパン推進フォーラムホームページ

http://smart-life-japan.jp/

[図1] 省エネルギーラベル (例)



[図2] 国際エネルギースターロゴ

「図3]統一省エネルギーラベル (例)

年間消費電力量

590kWh/年





3. 運輸関係について

① <u>運輸分野における省エネ法に基づくエネルギー管理の実施</u> 旅客輸送事業者、貨物輸送事業者及び荷主においては、省エネ法の判断基準に基 づく取組方針の策定など、適切なエネルギー管理を実施すること。

② 公共交通機関の利用促進

通勤及び業務時の移動並びに休暇におけるレジャー等の人の移動においては、できる限り鉄道、バス等の公共交通機関を利用すること。また、近距離の移動については、徒歩や自転車での移動を図ること。

道路交通混雑の緩和のための時差通勤の促進に積極的に取り組むこと。

③ エネルギー消費効率のよい輸送機関の選択

自動車の購入に当たっては、省エネルギー基準を踏まえ、政府、事業者等が提供 するエネルギー消費効率に関する情報を参考として、環境性能に優れた自動車(エ コカー)の導入に努めること。

貨物輸送に際しては、輸配送の共同化等による積載効率の向上、鉄道や内航海運といった大量輸送機関の積極的活用等、物流の効率化を図ること。

④ エコドライブの実践

自動車を利用する場合には、エコドライブ10のすすめ(ふんわりアクセル、減速時は早めにアクセルを離す、ムダなアイドリングはしない、タイヤの空気圧を適正に保つ等)の実践、交通渋滞の軽減に資するシステムの利用(VICS及びITSスポットサービスの活用等)等とともに、自動車の利用をできる限り控えること、により省エネルギーに努める。また、バイオマス燃料等温室効果ガスの排出の少ない燃料の選択、使用に努めること。

4. その他

① ISO50001の導入検討

PDCAサイクルによるエネルギー効率の継続的向上等を達成するため、エネルギー管理システム規格(ISO50001)の導入を検討すること。

[参照] 資源エネルギー庁ホームページ (ISO 50001 ポータルサイト) http://www.enecho.meti.go.jp/category/saving_and_new/saving/iso50001/

② 省エネルギーに資する事業活動の合理化及び従業員等の意識向上

事業者等においては、事務の見直し等により残業を削減する等、省エネルギーに 資するような事業活動の合理化に努めること。

従業員等に対し、省エネルギーに関する知識や技能を身につけ、自ら省エネルギーを実践するための研修・シンポジウム等へ参加する機会を提供するよう努めること。

③ 地域における各機関の連携等

地域の特性を踏まえた省エネの取組を推進するため、ブロック単位で設置された 地域エネルギー・温暖化対策推進会議などを通じて、各地域の政府機関、地方公共 団体、経済団体、消費者等との情報共有・連携を図ること。

Ⅱ. 政府としての取組

政府としては、自らが率先して一層の省エネルギーを進める観点から、以下に掲げる事項等を着実に実施することとする。具体的には、「当面の地球温暖化対策に関する方針」(平成25年3月15日、地球温暖化対策推進本部決定)において、「政府は、新たな地球温暖化対策計画に即した新たな政府実行計画の策定に至るまでの間においても、現行の政府実行計画に掲げられたものと同等以上の取組を推進する」とされていることから、従来の「京都議定書目標達成計画」及び「政府がその事務及び事業に関し温室効果ガスの排出の抑制等のため実行すべき措置について定める計画(政府の実行計画)」に基づく取組と同等以上の取組を進めるとともに、「国等による環境物品等の調達の推進等に関する法律(グリーン購入法)」に基づく基本方針及び「国等における温室効果ガス等の排出の削減に配慮した契約の推進に関する法律(以下「環境配慮契約法」という。)」に基づく基本方針等を踏まえることとする。また、地方公共団体等に対し同様の取組を行うよう強く協力を要請する。

また、「2014年度夏季の電力需給対策について」を踏まえながら、省エネ法の適切な運用に努めるとともに、節電要請期間・時間帯を通じた使用電力の抑制にも積極的に取り組む。

1. 設備・機器関係について

① 空調に関すること

- ・冷房中の室温は28℃を徹底すること。
- ・ブラインドで日射を遮り換気量を適切に調整するなど、エネルギー消費について きめ細かな管理を行うこと。なお、コンピューター室の冷房についても、コンピ ューターの性能が確保できる範囲内で可能な限り設定温度を調整するなどの適正 な運用に努めること。
- ・執務室で快適に過ごせるよう「クールビズ」を励行するとともに、熱中症を予防するための対策等について周知すること。

② 照明に関すること

・照明は、業務上特に必要な照度を確保しつつ大幅に削減し、使用していない箇所 の消灯を徹底すること。

- ・廊下・ロビーなど共用部分についても、業務に支障のない範囲で消灯を実施する こと。
- ・庁舎等で使用している白熱電球については、特段の支障がない限り原則的に全廃し、トップランナー基準を満たしている電球形LEDランプや電球形蛍光ランプ等に切替え、蛍光灯器具についても旧型はLED照明器具等のより消費電力の少ないものへの切替えを推進すること。なお、切替えに当たっては、中長期スパンでの投資回収にも留意すること。
- ・水銀灯やメタルハライドランプを使用している場合は、LED照明器具やセラミックメタルハライドランプへの切替えを推進すること。

③ 電気機器等に関すること

- ・席を長時間外す際にはパソコンをこまめにシャットダウンするほか、節電ソフト 等によりディスプレーの輝度を落とし、またスリープモード等を活用すること。
- ・プリンタ、コピー機、FAXについても、スリープモードを最大限活用し、使用 頻度の少ない又は使用していないOA機器のプラグはこまめに抜いて、業務に支 障のない範囲で待機電力を削減すること。
- ・電気ポットやコーヒーメーカー等の使用は極力控えること。
- ・暖房便座、温水洗浄便座の保温機能を停止すること。
- ・執務室で使用する冷蔵庫等は、大幅に集約し、数を削減するとともに、エネルギーを多く消費する旧式のものの廃止又は買換えを計画的・重点的に進め、買換えに当たっては、事業者等が提供するエネルギー消費効率のトップランナー基準に関する情報を参考としつつ、より省エネルギー性能の高い機器を選択すること。これらの機器の新規の購入の際も同様とすること。
- ・庁舎内の冷水器や自動販売機の設置台数を見直すとともに、省エネルギー性能の トップランナー基準を満たしている自動販売機を設置すること。
- ・自動販売機の照明を消すよう要請すること。

2. 自動車関係について

① 低公害公用車・次世代自動車の導入促進

- ・一般公用車については低公害車の導入比率100%を維持するとともに、一般公 用車以外の公用車についても、次世代自動車も含めた数値目標を掲げて低公害車 化を図ること。
- ・入札に付する契約については、購入価格及び環境性能を総合的に評価し、最も優れた者と契約する等、環境配慮契約法の基本方針を踏まえ契約を締結すること。
- ・電気自動車等の次世代自動車については率先導入すること。

② 公用車の効率的利用と自転車の積極的利用

- ・公用車等の効率的利用等を図るとともに、併せて職員及び来庁者に自動車利用の抑制・効率化を呼び掛け、公共交通機関の利用を推進すること。
- ・霞が関の中央官庁において、毎月第一月曜日は公用車の使用を原則自粛する 「霞が関ノーカーデー」を実施し、公用車の共同利用等の対策に重点的に取り組 むこと。
- ・有料道路を利用する公用車については、ETC車載器を設置すること。
- ・運転手及び職員への省エネルギー運転講習の実施などを通じて、エコドライブ 10のすすめ(ふんわりアクセル、減速時は早めにアクセルを離す、ムダなアイ ドリングはしない、タイヤの空気圧を適正に保つ等)の積極的な実践を推進する こと。
- ・自転車の共同利用を積極的に導入するとともに、利用しやすいよう手続等の配慮をすること。

3. 庁舎関係について

① 庁舎等の省エネルギー化に向けた対応

地方支分部局を含めた庁舎や公務員宿舎の整備に当たっては、太陽光発電、高効率照明、高効率給湯器、高効率空調機、燃料電池、低放射複層ガラスや二重窓等の高断熱窓・ガラス、高性能断熱材等のエネルギー消費効率を改善するための設備・機器等を可能な限り幅広く導入し、省エネルギー化に努めること。なお、導入する設備・機器等の選択に当たっては、中長期スパンでの投資回収にも留意すること。

庁舎で使う燃料についてもバイオマス燃料、都市ガス等の温室効果ガスの排出の 少ない燃料の選択、使用に努めること。

② グリーン庁舎の整備及び調達

建築物の計画から建設、運用、廃棄にいたるまでのライフサイクルを通じた環境 負荷の低減に配慮した「グリーン庁舎」の整備を推進すること。また、必要に応じ て省エネルギー診断を実施し、省エネルギー化を重点的に実施するなど、省エネル ギーに資する適正な施設の運用管理を徹底すること。

建築物の建築又は大規模な改修に係る設計業務を発注する場合は、環境配慮契約 法の基本方針を踏まえ、原則として温室効果ガス等の排出の削減に配慮する内容を 含む技術提案を求め、総合的に勘案して最も優れた技術提案を行った者を特定する 方式(環境配慮型プロポーザル方式)を採用すること。

③ 庁舎のESCO事業導入の検討

地方支分部局を含めた庁舎の省エネルギー化を進めるため、既にグリーン診断や 簡易ESCO診断が行われている場合も含め、可能な限りESCO事業の導入を検 討すること。なお、検討に当たっては、環境配慮契約法により国庫債務負担行為に ついて10年に延長されたことに留意すること

4. 省エネルギーの普及啓発等について

① 今夏における省エネルギーと節電が一体となった普及活動

電力需給の状況を踏まえ、7月から9月を「節電・省エネ集中実施月間」とし、地域での省エネルギー・節電の普及活動を行い、特に需給状況の厳しい地域では、イベント等を通じて地域の住民等に積極的に省エネルギー・節電の呼びかけを行うこと。

なお、政府が主催するイベント等の実施に当たっては、会場の冷房温度を適正に 保ち、省エネルギーに努めるとともに、民間に委託して行う際には、併せて可能な 限りグリーン電力の活用に努めること。また、政府が後援等をする民間のイベント、 会議等についても、同様の取組が行われるよう促すこと。

また、省エネルギーや節電に関し、先進的な取組を行っている地方公共団体の取組内容等の情報提供を行うこと。

② 省エネルギー教育の充実

子供等の若年層が、エネルギー問題と社会経済システムやライフスタイルとの関わりについて理解を深め、省エネルギーに向けた行動を実践する態度を身に付けられるよう、学習機会や広報の充実を図るとともに、学校、企業等に対し、子供等の若年層が省エネルギーの重要性についての理解を深めることができるような場の提供等について協力を求めること。

③ 省エネルギー型ライフスタイルの定着

- ・国民にとって省エネルギーが、我慢、節制という消極的なイメージ(生活像)ではなく、21世紀における新しい積極的なライフスタイルであるというイメージの構築を図ること。
- ・食生活、ファッション、住環境等の行動様式等について、パンフレットや出前講座等による情報提供を通じて、その実践・普及を図るなど、省エネルギーが積極的に受け入れられるような意識の醸成を図り、省エネルギー型の新しいライフスタイルの定着を図ること。

④ 各府省庁による普及広報活動

各府省庁は、別紙の「夏季の省エネルギーに関する各府省庁の普及広報活動」を

地方支分部局を含めた庁舎の省エネルギー化を進めるため、既にグリーン診断や 簡易ESCO診断が行われている場合も含め、可能な限りESCO事業の導入を検 討すること。なお、検討に当たっては、環境配慮契約法により国庫債務負担行為に ついて10年に延長されたことに留意すること

4. 省エネルギーの普及啓発等について

① 今夏における省エネルギーと節電が一体となった普及活動

電力需給の状況を踏まえ、7月から9月を「節電・省エネ集中実施月間」とし、地域での省エネルギー・節電の普及活動を行い、特に需給状況の厳しい地域では、イベント等を通じて地域の住民等に積極的に省エネルギー・節電の呼びかけを行うこと。

なお、政府が主催するイベント等の実施に当たっては、会場の冷房温度を適正に 保ち、省エネルギーに努めるとともに、民間に委託して行う際には、併せて可能な 限りグリーン電力の活用に努めること。また、政府が後援等をする民間のイベント、 会議等についても、同様の取組が行われるよう促すこと。

また、省エネルギーや節電に関し、先進的な取組を行っている地方公共団体の取組内容等の情報提供を行うこと。

② 省エネルギー教育の充実

子供等の若年層が、エネルギー問題と社会経済システムやライフスタイルとの関わりについて理解を深め、省エネルギーに向けた行動を実践する態度を身に付けられるよう、学習機会や広報の充実を図るとともに、学校、企業等に対し、子供等の若年層が省エネルギーの重要性についての理解を深めることができるような場の提供等について協力を求めること。

③ 省エネルギー型ライフスタイルの定着

- ・国民にとって省エネルギーが、我慢、節制という消極的なイメージ(生活像)ではなく、21世紀における新しい積極的なライフスタイルであるというイメージの構築を図ること。
- ・食生活、ファッション、住環境等の行動様式等について、パンフレットや出前講座等による情報提供を通じて、その実践・普及を図るなど、省エネルギーが積極的に受け入れられるような意識の醸成を図り、省エネルギー型の新しいライフスタイルの定着を図ること。

④ 各府省庁による普及広報活動

各府省庁は、別紙の「夏季の省エネルギーに関する各府省庁の普及広報活動」を

中心として、幅広く普及活動に努めること。

5. その他

① 電気供給契約における環境配慮

電気の供給を受ける契約のうち、入札に付する契約については、入札に参加する 者に必要な資格として、温室効果ガス等の排出の程度を示す係数及び環境への負荷 の低減に関する取組の状況(再生可能エネルギーの導入状況、未利用エネルギーの 活用状況等)を定めた上で、上記資格を満足する者の中から落札者を決定する方式 (裾切り方式)を活用する等、環境配慮契約法の基本方針を踏まえ契約を締結する こと。

② ヒートアイランド対策の推進における連携

ヒートアイランド現象は、地域性が強い問題であり、かつ広範な社会・経済活動 と結びついていることから、ヒートアイランド対策の推進においては、地方公共団 体、事業者、住民など関係者と十分に連携しながら、対策を進めていくとともに、 地球温暖化対策、都市政策、交通政策、エネルギー政策等、関連する分野との連携 を図り、地域全体のヒートアイランド軽減に向けて取り組むこと。

③ エネルギー使用量の把握及び職員の意識向上

フロア等の空調、照明等のエネルギー使用量を適切に把握し、エネルギー使用機器を最適に制御するため、ビルエネルギーマネジメントシステム(BEMS)の導入・活用を検討するとともに、把握したエネルギー使用量を、エネルギーの使用者である職員向けに適切な形で公開するなどして、職員の省エネルギーへの実践意識を高めるよう努めること。

以上の政府としての取組の措置を講ずることにより、国の各行政機関におけるエネルギー使用量を前年度夏季(6月~9月)比で削減するように努めること。また、その効果を把握し、その後の対策にいかすため、アンケート調査等により実施状況のチェック・アンド・レビューとその公表を行う。

○ 夏季の省エネルギーに関する各府省庁の普及広報活動

実施する 普及広報 活動	41. 本省内及び地方支分部局への周知をはじめ、「省エネ総点検の日」に向けて、関係団体等を通じ、省エネルギーの周知に努め、また、普及広報活動も含め協力を依頼する。2. 建築物環境衛生管理技術者講習会において、ビルの管理業務における省エネルギー対策に関する講義を行う。	 1. 農林漁業者等に対し、パンフレットの配布やインターネットによる情報提供、関係団体等を通じて、農林水産業、食品関連産業における省エネルギー対策について普及広報を行う。 2. 農業者等に対して、施設園芸の省エネルギー生産管理の実践及び農業機械の省エネルギー利用の推進について、指導通知等による普及啓発活動を行う。 3. 漁業者等に対して、漁船の経済速度での運行、機関の適正な保守点検等の省エネルギー対策について漁協系統広報誌、インターネットによる情報提供等を通じて普及促進活動を行う。 4. 食料の輸送に伴う燃料の消費抑制にも資するため、地産地消の推進の普及啓発活動を行う。 	1. 本省及び地方経済産業局等においてパンフレット配布、ホームページ掲載、イベント等を通じ、節電・省エネルギーの普及促進を図るとともに、関係団体等を通じ省エネルギーの周知徹底を図るよう要請する。 2. 民間団体等を通じて、 (1) 機器のエネルギー消費効率等をわかりやすく一般消費者に示す「省エネ性能カタログ」を作成・配布する。 (2) エコドライブの実践方法を広く情報提供する。 (3) その他、新聞広報、ホームページ、インターネット等による省エネルギー広報の強化を図る。 3. グリーン物流パートナーシップ会議の活動を通じ、物流の効率化等の取組みの普及・拡大を呼びかける。	 (財)建築環境・省エネルギー機構を通じ、省エネルギー基準やその計算方法等に関する講習会を開催するとともに、建築物の総合的な環境性能を評価できる仕組みであるCASBEBの普及を図る。 2. 鉄道事業者に対し、省エネルギーに関するポスターを掲示する等広報に努めるように要請する。 3. ホームページ掲載等により、ガソリン自動車の燃費一覧の情報提供を行う。 4. グリーン物流パートナーシップ会議の活動を通じ、物流の効率化等の取組みの普及・拡大を呼びかける。 5. 運輸事業者のグリーン経営(環境負荷の少ない事業経営)推進のための、グリーン経営推進マニュアル」(自動車、海事及び倉庫関係事業者向け)の配布、講習会の開催等を行う。 6. 交通渋滞の軽減に資するシステムとして、全国の高速道路上で開始されたITSスポットサービス等の普及促進を図る。
省庁	厚生労働	康 林	路 洛 維 米	国及文

ı			
	細	庁	実 施 す る 普 及 広 報 活 動
账	遊	細	1. 経済界をはじめとする各界と連携しながら、各種メディアを有機的に用いて、地球温暖化の危機的状況を伝えるとともに低炭素社会へ向けた様々な取り組みを共有し、具体的な温暖化防止の行動の実践を促す気候変動キャンペーン「Fun to Share」を推進する。
			2. 省エネルギー・省CO2につながる新しいライフスタイルへの転換や省エネルギー効果の高い製品への買換えなどを呼び掛ける。3. 5月1日から10月31日までの間、政府はもとより、自治体、民間企業、各家庭に対して、「クールビズ」の実践の呼びかけを実施し、政府及び民間は28℃の室温を目途にした、適切な冷房使用を普及する。
極	傑	上	「夏季の省エネルギー対策に、一の普及促進を図る。
			2.父通需要マインメント加束等、有ユイルギーに買する加承推進の胃及広報に劣める。 3.燃料消費量及び二酸化炭素排出量削減の観点から、エコドライブの広報啓発を促進する。
臣	6	₩	 本省及び地方支分部局並びに関係団体に対し「夏季の省エネルギー対策について」(連絡会議決定)の資料を配布し、その重要性及び省エネルギーの意義を周知徹底するとともに、ポスター、貼り紙の掲示等、省エネルギー対策の普及を図る。 当かの電話のもの転給、お店がおきるがよる。ボージが、対策が作り、相手にははます。これでは、時間に対し自知を図る。
			4. 当年の発現床主の収斂、多庭っておる自中イバイーが水寺につび、14日のお海が飲い酒戦りのころにより、戦員に対じ四が4名のの。 3. 庁舎内に設定温度等のポスターを掲示することにより省エネルギー対策を周知する。
倒	圖	佢	1. 「夏季の省エネルギー対策について」(連絡会議決定)について、本庁内、関係団体等に対し周知することにより、省エネルギーの普及促進を図る。
極	歐	土	 夏季の省エネルギー対策について」(連絡会議決定)について、本庁内及び各復興局等に対し、周知することにより、省エネルギーの普及促進を図る。

「不正改造車を排除する運動」への積極的な取組について(依頼)

-農林水産省-



26食産第681号 平成26年5月30日

一般社団法人 日本加工食品卸協会 会長 國分 勘兵衛 殿

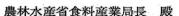


「不正改造車を排除する運動」への積極的な取組について(依頼)

このことについて、別紙のとおり国土交通省自動車局長から通知があったのでお知

なお、貴会員への周知方につき御協力をお願いする。







国自整第15号の7 国自環第5号の7 平成26年4月22日



「不正改造車を排除する運動」への積極的な取組みについて

不正改造車については、これまでも「不正改造車を排除する運動」を中心に、 街頭検査等のあらゆる機会をとらえ、その排除に努めてきたところです。

しかしながら、我が国の交通事故の発生件数や自動車交通による大気汚染の 現状を見ると、依然として改善を求められる状況であり、暴走行為、過積載等 を目的とした不正改造車は、安全を脅かし道路交通の秩序を乱すとともに排出 ガスによる大気汚染、騒音等の環境悪化の要因の一つとなっています。

また、最近では、自動車部品の取付けや取外しにより保安基準に適合しなくなっ ても、違法であるとの認識のないままに改造を行っている使用者も見受けられます。

このような状況に鑑み、国土交通省では、昨年の当該運動の結果を分析し、 より効果的に見直しつつ、平成26年度においても、関係省庁、自動車関係団 体等と協力して、別添の実施要領に基づく活動をはじめ、不正改造車の排除の ための諸活動をなお一層強力に取り組むこととしましたので、本運動の趣旨に ご賛同のうえ、本運動への支援及び自動車の不正改造防止について関係団体へ の指導徹底をお願いします。

別添.

「不正改造車を排除する運動」実施要領

平 成 26 年 4 月 国土交通省自動車局

第1 目 的

我が国の自動車保有台数は、平成25年12月末現在で8,041万台を超えており、自動車が国民 生活にとって欠かすことのできない移動・輸送手段となっている。一方、昨年の交通事故による死 者数は4,373人と13年連続して減少しており、負傷者数も77万人と9年連続で減少しているが、警 察庁の目標は平成27年までに死傷者数70万人以下であり、依然として厳しい状況が続いている。

このような状況の中、暴走行為、過積載等を目的とした不正改造車については、安全を脅かし 道路交通の秩序を乱すとともに、排出ガスによる大気汚染、騒音等の環境悪化の要因となってい ることから、社会的にもその排除が強く求められている。

また、最近では、部品の取付けや取外しによって保安基準に適合しなくなっても、違法であるとの認識のないままに改造を行っている使用者も見受けられる。

このため、「不正改造車を排除する運動」を全国的に展開することにより、不正改造についての認知度を高め、車両の安全確保・環境保全を図ることにより、国民の安全・安心の確保を確実に実現する。

第2 実施機関

国土交通省及び自動車関係32団体(別紙1)で構成する「不正改造防止推進協議会」(以下「協議会」という。)が中心となって、内閣府、警察庁、農林水産省、経済産業省及び環境省の後援並びに自動車検査独立行政法人、軽自動車検査協会の協力のもとに本運動を実施する。

第3 実施期間

「不正改造車を排除する運動」は、年間を通じた運動とするが、平成26年6月1日(日)から6月30日(月)までの1ヶ月間を「不正改造車排除強化月間」(以下「強化月間」という。)とし、特に重点をおいて運動を実施する。

第4 実施事項

1. 重点排除項目

次に掲げる不正改造等の事例の排除に重点をおいて「不正改造車を排除する運動」を実施するものとする。

また、自動車使用者へのアンケート結果等を踏まえ、不正改造に対する認知度が低く、使用者が違法であると認識せずに不正改造を行っているおそれのある(1)、(2)、(3)、(4)及び(7)については、年間を通じ、広報等において特に重点的に啓発に努めるものとする。一方、(5)については不正改造に対する認知度は高いが、社会的な排除の要請が大きいことから、これまで、強化月間に行う街頭検査等において重点的に排除に努めてきているところであるが、整備命令の発令件数が減少していない街頭検査の結果を踏まえ、今年度は、これまでの取組み以上に、年間を通じた街頭検査や広報等において積極的な排除を呼びかけていく。

- (1) 視認性、被視認性の低下を招く窓ガラスへの着色フィルム等の貼付
- (2) 前面ガラスへの装飾板の装着
- (3) 灯光の色が不適切な灯火器及び回転灯等の取付け
- (4) タイヤ及びホイール(回転部分)の車体外へのはみ出し
- (5) 騒音の増大を招くマフラーの切断・取外し及び基準不適合マフラーの装着
- (6) 土砂等を運搬するダンプ車の荷台さし枠の取付け及びリアバンパ(突入防止装置)の切断・取外し

- (7) 基準外のウイング (エア・スポイラ)の取付け
- (8) 不正な二次架装
- (9) 大型貨物自動車の速度抑制装置の取外し、解除又は不正な改造、変更等
- (10) ディーゼル黒煙を悪化させる燃料噴射ポンプの封印の取外し
- (11) 不正軽油燃料の使用

2. 重点実施事項

(1) 自動車使用者への啓発

年間を通じ、重点排除項目にあるような具体的な事例を紹介し、自動車使用者の不正改造等に関する認識の向上を図るとともに、積極的な排除を呼びかける。この際、1. (1)、(2)、(3)、(4)及び(7)について、特に重点的に認識の向上に努めるものとし、1. (5)については、特に積極的な排除を呼びかけていくこととする。加えて、自動車運転教習所においては関係者の緊密な連携の下、ポスターの掲示等により、10代、20代の教習生を中心に強力に啓発活動を展開する。

また、強化月間においては、マスメディア等をあわせて活用しつつ、自動車使用者(特に10代、20代)に対し重点的かつ直接的に啓発活動を行う。

(2) 街頭検査の実施

警察等関係機関の協力を得ながら街頭検査を実施する。その際には、原動機付自転車も対象とし、不正改造をしていた場合には警告書を交付するとともに、改修結果の報告を求める。

また、強化月間においては、1. (5)の排除に特に重点を置いた街頭検査を実施するものとする。

(3) 構内検査の実施

申請や変更登録等のために運輸支局(兵庫陸運部及び沖縄総合事務局陸運事務所を含む。以下同じ。)及び自動車検査登録事務所(沖縄総合事務局運輸事務所を含む。以下同じ。)へ来所した車両について、特に強化月間に重点をおいて検査を行い、不正改造をしていた場合には整備命令書の交付等を行う。

(4) 迷惑改造車相談窓口(不正改造車110番)の設置・情報収集の充実

年間を通じ、各地方運輸局、沖縄総合事務局及び運輸支局に迷惑改造車相談窓口(以下「不正改造車110番」という。)を設置し、ウェブ上からも関係サイトからリンクを貼る等により、不正改造車に関する相談に応じるとともに、不正改造車に関する情報を収集する。また、ポスター等の広報資料において、警告ハガキを送付し、不正改造車を排除していくために必要な情報をわかりやすく掲載し、積極的な情報提供を呼びかけるとともに、不正改造車の追跡率向上に努める。さらに、強化月間においては、不正改造車110番の認知度向上のための広報活動をする。

- (5) 不正改造車の自動車使用者に対し警告ハガキを送付 年間を通じ、不正改造車110番に寄せられた相談・情報(以下「情報等」という。)を基に不 正改造車(疑わしい車両を含む。)の使用者に対して警告ハガキを送付し、不正改造部分の 改修を促すとともに、改修結果等の報告を求める。
- (6) アンケート調査の実施 強化月間に実施するイベント等の機会をとらえ、自動車使用者等に対し、不正改造等の 認識に関するアンケート調査を実施する。
- (7) 不正改造等に対する報告徴収及び立入検査 年間を通じ、不正改造等を行った者に対する報告徴収及び立入検査権限の規定を有効 に活用し、不正な二次架装の抑止・早期発見及び架装メーカー、販売会社、自動車使用者 に対する指導等を行う。

また、街頭検査における情報、不正改造車110番に寄せられた情報等、警告ハガキの報

告内容等を活用することにより、必要に応じて不正改造施工者に対する報告徴収及び立入 検査を行う。

(8) 整備事業者等による適正な整備・改造の推進

整備事業者等においては、自動車使用者等に対し、不正改造事例の紹介及び自動車部品・用品等の適切な取付方法等の周知を図るとともに、不正改造となるような整備・改造の依頼を受けないようにする等により、適正な整備・改造の推進を図る。

加えて、自動車整備士養成施設においては関係者の緊密な連携の下、ポスターの掲示や運輸支局の出前講座等により、10代、20代の生徒を中心に強力に啓発活動を展開する。

第5 実施運営

- 1. 自動車局は、本実施要領に基づき、各地方運輸局及び沖縄総合事務局に対して本運動の 実施等について指示するほか、協議会構成団体に対して本運動の目的、実施事項等を通知 する。
- 2. 各地方運輸局及び沖縄総合事務局は、各地方の実情を勘案して実施細目を定め、協議会構成団体の地方組織及び関係者に対して本運動の実施事項等について通知するとともに、本運動を積極的に推進する。

なお、運動における重点実施事項(第4)のうち1.(10)及び(11)に係る取組みについては、「ディーゼルクリーン・キャンペーン」と連携しつつ展開を図るものとする。

第6報告

各地方運輸局、沖縄総合事務局及び協議会構成団体は、強化月間終了後、速やかに実施結果を取りまとめ、自動車局に報告する。

(別紙1)

不正改造防止推進協議会構成団体(順不同)

- 1 一般社団法人 日本自動車整備振興会連合会
- 2 日本自動車車体整備協同組合連合会
- 3 全国自動車電装品整備商工組合連合会
- 4 全国タイヤ商工協同組合連合会
- 5 一般社団法人 日本自動車販売協会連合会
- 6 一般社団法人 日本中古自動車販売協会連合会
- 7 日本自動車輸入組合
- 8 一般社団法人 日本自動車工業会
- 9 一般社団法人 日本自動車部品工業会
- 10 一般社団法人 日本自動車車体工業会
- 11 公益社団法人 日本バス協会
- 12 一般社団法人 全国ハイヤー・タクシー連合会
- 13 一般社団法人 日本陸送協会
- 14 全日本自動車部品卸商協同組合
- 15 一般社団法人 日本自動車タイヤ協会
- 16 一般社団法人 全国軽自動車協会連合会
- 17 一般社団法人 全国自家用自動車協会
- 18 一般社団法人 日本自動車連盟
- 19 一般財団法人 自動車検査登録情報協会
- 20 一般社団法人 日本自動車会議所
- 21 一般社団法人 日本二輪車普及安全協会
- 22 一般社団法人 全国自動車標板協議会
- 23 全国石油商業組合連合会
- 24 一般社団法人 自動車用品小売業協会
- 25 日本ウインドウ・フィルム工業会
- 26 日本自動車マフラー協会
- 27 日本自動車用品・部品アフターマーケット振興会
- 28 一般社団法人 全国二輪車用品連合会
- 29 全国ディーゼルポンプ振興会連合会
- 30 全国自動車大学校·整備専門学校協会
- 31 全国自動車短期大学協会
- 32 全国オートバイ協同組合連合会

食品への意図的な毒物等の混入の未然防止等に関する検討会報告書について

一農林水産省一



26食産第1411号 平成26年6月27日

一般社団法人 日本加工食品卸協会会長 殿

農林水産省食料産業局食品製造卸売課長

食品への意図的な毒物等の混入の未然防止等に関する検討会報告書 について

食品への意図的な毒物等の混入の未然防止等に関する検討会報告書について、別添のとおり消費・安全局消費・安全政策課長から、平成26年6月27日付けでとりまとめられた旨の通知がありましたのでお知らせいたします。

つきましては、貴団体傘下会員へ周知いただきますようお願いいたします。



26消安第1864号 平成26年6月27日

食料産業局食品製造卸売課長 殿

消費・安全局消費・安全政策課長

食品への意図的な毒物等の混入の未然防止等に関する検討会報告書 について

消費・安全局では、昨年末に発生した冷凍食品への農薬混入事案を受けて本年3月にとりまとめられた再発防止に向けた政府全体の取組に沿い、事業者の食品防御等の取組を促進するため、4月より、「食品への意図的な毒物等の混入の未然防止等に関する検討会」を開催してきました。

このたび、同検討会の報告書を別添のとおりまとめましたので、お知らせします。 つきましては、貴課所管団体への周知方お願いします。



1 今般の食品への意図的なマラチオンの混入事案から得られる教訓

- (1) 食品事業者は、危機管理対応において、以下の点に留意することが重要。
 - ・苦情対応や商品回収等に関する手順を定め文書化しておく。
 - ・食品安全や関係法令に関する知識の習得に努める。
 - ・食品安全や関係法令に関する知識や経験、判断力を考慮した適材適所の人材 配置や、経営トップが早期から関与する体制を構築する。
 - ・危機管理マニュアルに、回収範囲の決定や回収の方法、公表、消費者への対応方法など具体的に記載する。
- (2) <u>食品事業者のガバナンス</u>に関し、経営や品質保証の体制について、危機管理の責任体制が明確かどうか、今般のような事案を想定して再点検する。
- (3) <u>食品防御の概念を理解し、取組の必要性を認識</u>するとともに、<u>訓練</u>など<u>危</u>機管理体制を整備しておく(食品防御の詳細は2のとおり)。

2 食品事業者が食品防御(※)に取り組むに当たり参考となる事項

- (1) 食品への意図的な混入は起こり得るものと想定し、従来の食品衛生の取組 に加え、食品防御に対する意識を向上させる。
- (2)消費者に安全で高品質な食品を届けるという食品事業者の使命を従業員に 浸透させるとともに、従業員との信頼関係や良好な人間関係の構築、また、 事件の予兆と考えられる事象への対応等を通して、<u>意図的な混入をしたいと</u> 思わせない職場の風土をつくる。
- (3) 各事業所において諸条件を勘案しながら、自身が弱いところや効果的な対策ができるところを優先して計画的な対策を講じ、悪意を持った者による<u>意</u>図的な混入が実行し難い環境をつくる。
- (4) 事業者が自主的に取り組むに当たり、厚生労働科学研究班作成・公表のガイドライン等が参考となる。
- (5) <u>食品安全や品質向上の取組が食品防御の基礎</u>となるほか、<u>万一に備えた危</u>機管理の訓練も重要。
- ※食品防御:公衆衛生への危害及び経済的な混乱を引き起こす意図的な異物混入から食品を 守る努力

3 検討内容の食品事業者への普及等

関係団体や地方自治体の協力を得て、研修会や参考資料の提供等を通じて事業者への普及を図る。

食品への意図的な毒物等の混入の未然防止等に関する検討会報告書

平成 26 年 6 月 27 日

目次

はじめに

- 1 本検討会において検討した事項
- 2 今般の食品への意図的なマラチオンの混入事案から得られる教訓
- (1) 危機管理に関する問題
- (2) 食品事業者のガバナンス
- (3) 従業員によると思われる農薬混入を未然に防げなかった点(食品防御)
- 3 食品事業者が食品防御に取り組むに当たり参考となる事項
- (1) 食品防御に対する意識を向上させる
- (2) 意図的な混入をしたいと思わせない職場の風土をつくる
- (3) 意図的な混入が実行し難い環境をつくる
- (4) 食品防御の取組に参考となる資料
- (5) その他
- 4 検討内容の食品事業者への普及等
- (1) 個々の食品事業者の取組
- (2) 関係業界等の取組
- (3)農林水産省の取組
- (4)消費者の皆様へ

おわりに

はじめに

平成25年12月29日、株式会社マルハニチロホールディングス(以下「㈱マルハニチロH」という。) (注) のグループ企業である株式会社アクリフーズ(以下「㈱アクリフーズ」という。) は、同社群馬工場が製造した数種類の冷凍食品から極めて高濃度(最大15,000 ppm) のマラチオンが検出されたことから、群馬工場が製造する全製品を自主回収すると記者会見で公表した。

その後、同工場の準社員が群馬工場内で冷凍食品の製造中にマラチオンを故意に混入した容疑で平成26年1月25日に逮捕されたことを受けて、㈱マルハニチロHは、食品安全管理、危機管理対応に関するグループの抜本的対応策について検討するため第三者検証委員会を設置し、同委員会が5月29日にとりまとめた最終報告(提言)に基づき、対策を進めることとしている。

(㈱アクリフーズで起こった食品への意図的なマラチオンの混入事案(以下「今般の事案」という。)は、食に対する消費者の信頼を揺るがすものであり、同様の事案の発生防止及び被害の拡大防止に当たり、事業者自らが消費者からの信頼を維持・確保するための措置を講じることができるよう、関係府省庁は3月14日に消費者安全情報総括官会議を開催し、政府としての今後の対応方針をとりまとめた。この中で、農林水産省は、「事業者による食品防御等の取組について検討する」こととした。

これを受け、農林水産省は、外部有識者からなる「食品への意図的な毒物等の混入の未然防止等に関する検討会」(以下「本検討会」という。)を平成26年4月に設置し、今般の事案から得られる食品事業者に対する教訓について検討するとともに、この中で指摘された食品事業者による食品防御の取組の促進について検討し、これらの検討結果について広く関係者への共有を図ることとした。

本検討会では、食品防御の考え方を確認するとともに、㈱アクリフーズの一連の事案から食品事業者が教訓とすべき事柄や課題について議論を行った。その結果、㈱アクリフーズの事案はかなりの特殊性を持った事案ではあるが、他の食品事業者は、本事案を他山の石として自社の取組を再点検し、類似の事象が発生しないよう取り組むことが重要であるとした。意図的な混入は、食品衛生対策だけで防止することは困難であり、また、どのような対策をしたとしても完全に防ぐことはできない。本検討会では、「食品中に意図的に異物が混入されるようなことがあり得る」という意識を持って、食品事業者が日々のリスク管理を行うことや、日ごろからの従業員との信頼関係を構築することの重要性とともに、併せて危機管理への対応が重要であることを改めて認識した。

以上のような観点から、本報告書のとりまとめを行った。本報告書が食品事業者にとって有益なものとなることを期待する。

⁽注) ㈱マルハニチロHは、本年4月より、傘下の企業5社(㈱アクリフーズを含む)と合併し、 マルハニチロ株式会社(以下「マルハニチロ㈱」という。)となった。

1 本検討会において検討した事項

今般の事案は、㈱アクリフーズの特殊事情が大きく影響した、一企業において発生した問題であるが、他の食品事業者や関係業界も、これを他人事とせず、今般発生した事案の背景と当該企業の対応から、自身の今後の対応について学べるところは学んでいただくことが重要である。 本検討会では、

- ① マルハニチロ㈱の第三者検証委員会による本事案の検証結果等を参考として、食品業界全体で共有すべき発生防止に向けた教訓
- ② 既存の食品防御のガイドライン等を踏まえ、食品事業者が食品防御に取り 組むに当たり参考となる事項等

について検討するとともに、

③ これらの検討結果の食品事業者等への普及方策について検討した。

これらの検討を進めるに当たり、検討対象とする業態については、今般の事 案が発生した食品製造業を中心とした。また、フードチェーン全体で食品の安 全を考える際に、その各段階における食品安全の取組が、次の段階における食 品の安全の基礎となると考えられ、検討結果は、セントラルキッチン方式をと っている外食、店舗内製造を行っている中食等の他の業態に応用できるほか、 フードチェーン全体にわたる全ての関係者が共有できるものとすることを念 頭に検討を進めた。

2 今般の食品への意図的なマラチオンの混入事案から得られる教訓

マルハニチロ㈱の第三者検証委員会は、本事案の検証と同社に対する再発防止のための提言を目的として、平成26年2月から同社への調査や関係者へのヒアリング等を行い、4月30日に検証結果に関する中間報告を、5月29日に最終報告を、それぞれ公表した。同第三者検証委員会は、本事件に対するマルハニチログループの対応について、4月30日に公表した中間報告の中で、(1)事案発生時の被害拡大防止のための初動体制の確保、(2)同社のガバナンスの強化、及び(3)食品防御の考え方の導入の3点が重要であると評価した。また、消費者重視の視点が何より重要であり、食品提供者として消費者への責任を果たすべきであると総括した。

5月29日に公表した最終報告の中では、今回の事件の背景にはマルハニチログループが抱える本質的な課題として(1)企業としてのミッションの欠如、(2)ガバナンスの弱さ、(3)コンプライアンス能力の不足が指摘され、マルハニチロ㈱への提言がとりまとめられている。

さらに、第三者検証委員会の最終報告では、「社会への提案」として(1) プライベートブランド商品に付随する問題、(2)食品防御についての社会の 備え、(3)危機管理時の食品分析について、(4)第三者検証委員会からの 消費者へのお願い、の4点がまとめられている。

第三者検証委員会による今般の事案の評価

(1)被害拡大防止のため の初動体制の確保

- ① 苦情を事件として把握するまでの遅れ
- ② 事態の重要性に対する誤認
- ③ 消費者への責任感の不足に よる商品回収の対応の失敗

(3)食品防御の考え 方の導入

(2)ガバナンスの強化

消費者重視の視点

中間報告・最終報告はマルハニチログループ独自の課題が多く含まれていることから、本検討会では、これらの報告を参考としつつ、他の食品事業者にとって参考となる事項を抽出するとの観点から検討を行った。

以下、その取りまとめについて、(1)危機管理に関する問題、(2)事業者のガバナンスの問題、(3)従業員によると思われる農薬混入を未然に防げなかった問題の3点について、整理して示すこととする。

(1) 危機管理に関する問題

第三者検証委員会は、今般の事案に対する当該企業の対応について、3つの点を指摘している。すなわち、①消費者から最初の苦情を11月に受け取ってから、事件として認識し、公表や製品の回収を行うまでに1か月半の遅れを生じたこと、②事態の重要性を誤認したこと、及び③食品提供者として消費者への責任感の不足により商品回収の対応が不十分であったことである。

① 多くの苦情を事件として認識するまでの遅れ等

(第三者検証委員会中間報告 p. 7~19,32頁)

第三者検証委員会は、(㈱マルハニチロH及び(㈱アクリフーズが消費者から11月に最初の異臭苦情を受け取り、また、同様の苦情がその後も続いたが、これを有害な事象と認識し、さらに公表・回収に着手するまで1か月半を要したことについて、「最初の苦情が来てから、これが有害な事象であることを認識するまでに1か月半かかった。特に組織間の危機意識の共有の失敗などにより原因究明のための外部検査の実施決定が遅れたことは問題である。」、「有機溶媒や高濃度農薬の混入が判明してから事件の公表や回収開始、行政への報告までに時間がかかった。特に最初の農薬混入の報告から発表まで、2日以上かかったことは問題である。」と評価している。

このことを踏まえ、食品事業者には以下の点が参考になるものと考える。

○ 苦情への対応や、商品回収等を含む危機対応については、予め対応手順を定めておくことにより、事故や事件が起きたときに慌てず、的確かつ迅速に対応することが重要である。これらの苦情対応や商品回収等に関する手順は文書化しておくことが望ましい。その際、特に、以下に留意すれば、いざというときに判断に迷うことなく、適切かつ迅速な対応に役立つ。ア)苦情を受けた際の調査や問題製品の回収等を判断する責任者とその権限を予め明確にする。その際、食品事業者(経営者)は、安全な食品を

供給するという自らの社会的責任を踏まえて、当該責任者には、高位の 者をもってあて、十分な権限を付与するとともに、日頃より十分な意思 疎通を図ることが重要である。

- イ) 苦情への対応や回収等の判断について、予め社内基準を明確化してお く。例えば、具体的にどのような苦情を受けたら分析結果が出る前でも 回収を決断するか等を明記する。
- ウ) 責任者への報告手順を明確にし、判断をする者に必要な情報を集中させる体制を作っておく。
- エ)経営陣や品質管理部門の責任者・担当者等は、危機管理マニュアルに 即して対応できるよう日頃から訓練しておく。

② 事態の重要性に対する誤認

(第三者検証委員会中間報告 p. 17~22, 32頁)

第三者検証委員会は、(㈱マルハニチロが本事態の重要性を誤認したこと、特に当該製品の摂取者への健康影響について、急性参照量 (ARfD) ではなく半数致死量 (LD50) を用いて、当初「1度に60個のコーンクリームコロッケを食べないと発症しない量」等と誤って過小に評価したことについて、「原因が故意、事故に関わらず、健康に関する危害には迅速な対応が必要であるがそのスピードが非常に遅かった。特にその背景として、健康への影響を過小評価したことは致命的な問題である。この点が自ら是正されなかったことも極めて根が深い問題と考える。マルハニチログループの危機管理対応には大きな不備があった。」と評価している。

このことを踏まえ、食品事業者には以下の点が参考になるものと考える。

- O 品質管理の責任者及び担当者は、急性参照量(ARfD)等の食品安全や、関係法令に関する知識をはじめ、食品安全に係るリスク管理について平時から習得する努力をすることが必要である。
- O 特に、危機管理に関する組織体制では、食品安全や関係法令に関する知識や経験、判断力を考慮した適材適所の人材配置や、経営トップが早期から関与する体制を構築しておけば、問題の発生・拡大を最小限にとどめることが期待できる。
- 危機管理マニュアル等において、消費者の視点から、健康への被害を想 定し、迅速に判断し、対応する手順を予め定めるとともに、危機管理マニ ュアルに即して対応できるよう日頃から訓練しておけば、いざというとき

に慌てず、的確に対応することができる。その際、マニュアルで規定していないことには対応できないため、定期的に、新たな情報に基づき見直していく必要がある。

- 消費者重視(自社製品による健康被害発生の可能性)の視点の不足や、 商品の回収範囲や食品事業者への影響がなるべく少なければよいという 安易な期待が判断を誤らせ、事案をかえって大きくしてしまう結果につな がる場合があることも再認識する必要がある。
- ③ 食品提供者としての消費者への責任感の不足による商品回収の対応の 失敗

(第三者検証委員会中間報告 p. 22~24, 32頁)

第三者検証委員会は、㈱マルハニチロによる消費者への商品回収に係る情報提供について、「当初、消費者に回収対象商品名を正確に伝えなかった。 年末最終営業日に回収の必要性が判明しているにも関わらず休みに入ってから対応したために、広報や必要な問い合わせ電話の設置等対応に時間がかかった。また不正確な数字を根拠に回収率を情報提供したのは適切ではなかった。」と評価している。

第三者検証委員会の中間報告では、商品回収への対応に関し、以下のよう に指摘している。

- ア) 消費者への回収働きかけについては、最も重要な回収対象の「商品名」を、当初は正確に消費者に伝えなかったほか、消費者が多数の回収対象商品を認知するために必要な商品写真などの告知手段も公表前に準備していなかった。また、ウェブサイトや新聞社告は企業が消費者に直接情報を届けることができる極めて重要な手段であるという認識に欠け、情報提供が不十分であった。更に、回収対象物量の想定に関する根拠が不足しており、あやふやな推定により数字を出すべきではなかった。
- イ) 消費者からの問い合わせ対応については、コールセンター設置の 初動が遅れ、また、10万件を超える入電数を想定していなかったた め、受電体制(回線数と要員)を早期に整えられなかった。ある程 度安定するまでには10日以上を要した。
- ウ) 消費者との重要な接点である流通企業に対して、情報提供やコミュニケーションが不足し、店頭告知や商品回収に向けた組織的な連携ができなかった。また、プライベートブランドオーナーへの情報

提供を早期に均一に行うべきであった。

- エ) 年末年始9連休や深夜におけるマスメディアへの緊急連絡体制が十分に構築できていなかった。また、報道資料に対する事前チェック機能が不十分であり、内容に不備があるまま公表された。
- オ) 消費者、メディア、流通企業等に対する情報提供を統轄している 組織がなく、それぞれへの提供のタイミングや内容にばらつきがあ った。

行政への商品回収に対する報告が遅れ、また、回収をスムーズに 行うためのシミュレーションなどの実践的な準備ができていなかった。

以上のとおり、工場の全商品を回収することへの準備、また、商品回収を 年末年始休暇中に発表及び実施することへの準備の不足により、消費者が家 庭等に保有する商品の回収に当たって混乱を生じることとなった。

以上を踏まえ、食品事業者には以下の点が参考になるものと考える。

- 食品事業者が定める回収に係る危機管理マニュアルに、回収範囲の決定 や回収の方法、公表や消費者等への対応方法など、必要な事項を具体的に 網羅することにより実際の対応に役立つ。
- 回収等に際しては、プライベートブランド商品の製造委託元である流通 事業者や商品の販売事業者・製造事業者等及び行政との連携が重要となり、平時から情報を交換・共有するとともに、休日・夜間等も含めた連絡 先を準備すること等、食品の安全の確保に責任を有する製造事業者と流通 事業者が、連携して対応できるように検討しておくことが、緊急時の円滑 な対応に不可欠である。
- 当該事業者が回収する可能性のある範囲を想定した回収のシミュレーションを行い、マニュアルに即して対応できるよう訓練しておくことにより、回収商品の保管や消費者からの問い合わせへの対応、流通事業者への対応等、予め具体的な課題を洗い出すことができ、いざというときにも的確に対応することに役立つ。
- O 管理者は、従業員に対し、日頃の業務にあたって、商品の向こう側には 消費者がいることを意識付けし、消費者への責任感を醸成していくことに より、いざというとき消費者の安全を考えた対応をとることに役立ち、食 品事業者にとっても消費者からの信頼獲得につながる。
- 自社製品の事故情報は食品事業者にとってネガティブな情報だが、消費

者の安全を考え、積極的に発信するなど、事故後の対応が食品事業者に対する消費者の信頼を左右すると考える。

(2) 食品事業者のガバナンス

第三者検証委員会は、マルハニチログループの組織構造についての問題として、「マルハニチログループの組織が巨大で複雑であるため、責任の所在が明らかでなく、情報の共有化も不十分であった。そのため意思決定と実行に大きな支障が出たことは問題である。」と評価している。

(第三者検証委員会中間報告 p. 5~7, 24~25, 32 頁)

(㈱マルハニチロHの子会社に㈱マルハニチロ食品、その子会社に㈱アクリフーズが連なるという三層構造の経営体制になっている中、㈱アクリフーズは独自の経営理念を掲げて独立的な経営路線を堅持していた。一方、親会社である㈱マルハニチロHと㈱マルハニチロ食品も、㈱アクリフーズの経営に対して積極的に関与しておらず、㈱アクリフーズの独立的な経営を容認し、ホールディングスとしてのコントロールは行わなかった。また、直近の顧客対応は三社共同分担とはいうものの、その実態は㈱アクリフーズの本社と群馬工場の品質保証室を含めた4部署で顧客苦情処理を分担する結果、迂遠で時間のかかるシステムとなっていた。

また、新人事制度の導入を、準社員たちは賃金引き下げ策と理解した。人事評価について準社員に十分な説明がされず、また、評価者たる係長・班長が製造現場にいないことから評価に疑問を抱き、不満が強まった。準社員と上司や経営層との間で納得感のあるコミュニケーションはとられなかった。

本件は、以上の要因が重畳して発生したものであり、食品防御体制の脆弱性や商品回収に当たっての失敗もこうしたガバナンス不全のもたらしたものと言えよう。

以上を踏まえ、食品事業者には以下の点が参考になるものと考える。

- 経営体制や品質保証(顧客対応)の体制は、食品安全問題等を的確に把握し、回収等の判断を行う上で責任体制が明確となっているか、今般のような事案が自社で発生した等の想定の下で見直してみることが役立つ。
- 企業統合等によりグループ経営を行っている食品事業者は、グループ内の特定部門や子会社を聖域化することなく、食品の安全についてグループ全体に食品事業者の使命を徹底することが必要である。また、グループ全

体の品質管理を統括する品質管理責任者や、消費者の「監視の眼」を活か す社外・独立役員の設置等を行っている事業者の例も参考となる。

- O また、苦情対応や商品回収、従業員への各種説明などの手続きについて、 自社の体制を見直すことも同様である。
- (3) 従業員によると思われる農薬混入を未然に防げなかった点(食品防御) 第三者検証委員会は、「給料の減少や新人事評価システムへの従業員の不 満の把握や、それを和らげるための施策も打たなかった。食品防御体制も不 備が多く、容易に農薬の混入が可能だったことも問題である。」と評価して いる。

(第三者検証委員会中間報告 p. 24~32 頁)

中間報告は、食品防御に関し、具体的に以下の4点を指摘している。

ア) 新人事制度の導入と社員への説明

新人事制度の導入に対して準社員の不満が強まったが、準社員と上司や 経営層との間で納得感のあるコミュニケーションはとられなかった。

イ) 特異な異物苦情の多発や問題行動の発生

2013年4月~12月に、ボールペンのシール、つまようじ、結束バンド等の食品への混入苦情が多発。外部から異物を持ち込み、意図的に混入させた可能性は否定できないにもかかわらず、従業員を含めた具体的な調査と対策を実施していなかった。また、同年7~8月、従業員の自転車、車のタイヤの空気が抜かれたり、便器にものを捨てる悪戯が発生し、更衣室への掲示や、朝礼等で注意喚起した。

これらについて、事件との関連性は不明であるが、従業員による悪戯や 不満の表れと見る意識がなかった。明らかな悪戯に対して、警察への相談 や夜間警備の強化などの対応を行わなかった。

- ウ) ㈱アクリフーズ群馬工場の食品防御体制
 - ① (㈱アクリフーズ本社役員および工場長以下の社員は、従業員による意図的な混入の可能性について意識していなかった。
 - ② カメラや定期巡回はあったが、外部からの不審者侵入のみを意識したものであり、悪意を持った従業員の発見や、その行為を抑制するような監視体制をとっていなかった。
 - ③ 正規の出入り口・非常口以外に複数の外部との出入り口があり、鍵が

あるものの工場の内側から鍵をあけて出入りすることは事実上制限されておらず、侵入防止・異物持ち込み防止体制は脆弱であった。原材料搬入口のシートシャッターは夜間も施錠しておらず、内部の状況を把握している人であれば、容易に侵入可能であった。

④ 容易に危険物を誰にも気づかれずに工場製造エリアに持ち込める環境だった。

また、製造棟内への正規の出入り口からの入場時の私物持ち込みチェック体制は機能しておらず、単独での入場が可能であり、危険物の持ち込みは正規の出入り口からでも十分に可能な状況であった。

- ⑤ 薬剤の管理、鍵の管理、入室者管理を徹底していなかった。工場内の 防虫作業はルーチン化しており、作業者が農薬を使用しているとの意識 は低かった。
- ⑥ 原料や製品に容易に触れることができ、異物を混入させることが可能であったり、工場製造エリア内に危険物と成り得るものがあり、容易に使用できる環境であった。工場製造エリアは異物持ち込み対策が不十分な状況であり、死角になる場所が複数あり、日常的に製品への接触が容易な環境であったにもかかわらず、カバーやカメラ、相互監視等の食品防御対策を取っていなかった。

エ)品質保証関連の規程の遵守

「グループ重大事故対応マニュアル」の周知を徹底しておらず、㈱アクリフーズはこれを認識していなかった。また、㈱アクリフーズ独自の「重大事故処理基準」も遵守しなかった。

以上を踏まえ、食品事業者には以下の点が参考になるものと考える。 それぞれの項目については、改めて、次の「3 食品事業者が食品防御に 取り組むに当たり参考となる事項」で詳述する。

- 〇 従業員など内部の者による意図的な混入についても現実に発生しうる 問題であると考え、食品防御の概念を理解し、取組の必要性を意識する。
- O 食品事業者は、普段からのコミュニケーションなどを通して、従業員との信頼関係を築き協力し合い、適切なリスク管理を行う事で、従業員等の不満や、事件の予兆と考えられる事象の把握、及びそれらに適切に対応することにより、意図的な混入をしたいと思わせない職場の風土をつくることが重要である。

- 加えて、仮に何者かが意図的に混入しようと思った場合であっても、混入が実行し難い環境をつくることが重要である。それぞれの食品事業者が、規模や製造工程など各事業所が置かれている条件等を踏まえ、自らの弱いところや、対策の効果が高いところなど、できるところから対策に取り組むことが望まれる。
- O 食品防御は意図的な混入のリスクを下げる効果が期待できるが、事案の 発生を完全に防ぐことはできないので、併せて危機発生時における被害拡 大防止のための初動体制の確保と訓練等の危機管理体制を整備しておく ことが重要である。

3 食品事業者が食品防御に取り組むに当たり参考となる事項

ここでは、「2 今般の食品への意図的なマラチオンの混入事案から得られる教訓」を踏まえ、第三者検証委員会の報告では事業者のガバナンスなどの他の項目で整理された事項も含め、意図的な異物の混入に対して食品事業者が取組を進める際に参考となる事項について整理した。

食品防御は、「公衆衛生への危害及び経済的な混乱を引き起こす意図的な異物混入から、食品を守る努力」と定義できる。

この場合、食品への意図的な異物混入は、様々な場所、手法、目的で行われることに留意が必要である。

場所:食品製造工場のほか、生産現場から、流通、小売、消費者の手に届くまでのフードチェーンの全工程

手法:殺虫剤、医薬品等の化学物質のほか、微生物、針・ガラス片等

目的:・従業員や元従業員等による職場への不満のはけ口

・脅迫による金銭等の利益

• 食品事業者の経済的 • 社会的損害、嫌がらせ

・世間の騒乱、愉快犯、いたずら(店頭での異物混入等)

・思想・政治的背景等による大量破壊活動(テロ) 等

これら全ての攻撃を想定して各事業者が一様に対応することは現実的でも 効果的でもなく、食品事業者や食品事業所ごとに健康被害に対する脅威や脆弱 と考えられる工程を分析し、食品防御に計画的に取り組むことが重要である。

(1) 食品防御に対する意識を向上させる

我が国では、従来、食中毒等の防止といった食品衛生の観点から食品安全対策が進められてきた。一方、今般の事案のように意図的な混入が疑われる事案に対しては食品衛生対策のみでは対応できず、食品防御の考え方が必要となることを食品業界全体で改めて認識する必要がある。

本検討会では、食品事業者が食品防御に自主的に取り組むための第1歩として、食品防御の概念を理解し、取組の必要性に気づくことが重要と考えた。 食品事業者の食品防御に対する意識は向上しているが、悪意を持つ内部 又は外部の者による食品への意図的な混入は、我が国においても発生し得 る問題となっている。食品事業者には、安全な食品を消費者に提供するた め、従来から取り組んできた食品衛生の取組に加え、意図的な混入は起こり得るものであるということを想定し、食品防御の必要性を改めて意識すること、そして、第三者検証委員会の最終報告においても指摘されているように、ガバナンス(組織のマネジメント等)が最も重要な課題であることを認識することが期待される。

食品事業者が食品防御を意識することにより、内部又は外部の者が当該 事業所で意図的な混入をしたいと思わせないようにすることが期待され る。

また、万一、意図的な混入が発生した場合においても、危機管理のための体制の構築や訓練がなされていれば、当該食品による消費者の健康被害や、食品事業者の経済的・社会的な損失を最小限に抑えることが期待できる。

(2) 意図的な混入をしたいと思わせない職場の風土をつくる

マルハニチロ㈱の第三者検証委員会の中間報告では、従業員によると思われる農薬の混入を未然に防げなかったことに対し、「給料の減少や新人事評価システムへの従業員の不満の把握や、それを和らげるための施策も打たなかった」ことを第一に挙げている。

(株アクリフーズは、2012年4月に準社員(一般に契約社員のこと。以下同じ。)を対象とした新人事制度を導入した。これは、準社員の能力・役割を重視し、労働意欲を高めることを目的とすることを標榜したものであったが、新人事制度の一部として家族手当等を廃止したことにより、準社員の3分の2は賃金がダウンし、準社員たちは新人事制度を賃金引き下げ策と理解したとされている。また、準社員を評価すべき係長・班長が製造現場にいないことが多く、人事評価結果の説明等も十分でなかったほか、準社員の不満の声を管理職が把握し切れていなかった。また、準社員の不満を経営層が吸い上げる仕組みもなかった。したがって、準社員と上司や経営層との間で納得感のあるコミュニケーションはとられなかったとされている。

さらに、2013 年の4月から 12 月にかけて、群馬工場のピザラインで、ボールペンのシール、つまようじなどの特異な異物苦情が多発した。同工場は不要物の工場内への持ち込みを禁止しており、通常の製造工程でこれらが混入する可能性は低い。しかし、外部から異物を持ち込み、意図的に混入させた可能性が否定できないにもかかわらず、従業員を含めた具体的な原因の調査と対策は実施されなかったとされている。また、7月から8

月には従業員の自転車や車のタイヤの空気が抜かれるなどの悪戯が発生 し、対応策として、更衣室への掲示や朝礼などを通じて工場従業員に注意 が喚起された。これらの事象と事件との関連性は不明であるが、従業員に よる悪戯や不満の表れとみる意識がなかったとされている。

悪意の者による食品への意図的な混入を完全に防ぐことはできない。したがって、

- 〇 「消費者に安全で高品質な食品を届ける」といった食品事業者の使命を従業員に浸透させることが重要である。
- 〇 日常のリスク管理の一環として、異物混入等が発生した場合は全従 業員に対する注意喚起は行われているが、それらの取組を通じて、意 図的な異物混入に対する従業員の意識向上を図ることも重要である。
- 〇 従業員からの提案を業務改善に活かす取組によるモチベーションの向上や、定期的な面談等で従業員の不満を吸い上げる仕組による従業員との良好な人間関係や信頼関係の構築が重要である。経営幹部や工場のライン管理職が日頃から従業員に目配りとコミュニケーションをとって、職場環境の改善に協力し合うことが望ましい。
- 意図的な混入や犯罪を防止する意識と環境を醸成するために、例えば 企業等で用いられているような各種の問題に対する内部通報システムや 責任者へのホットライン等の活用も検討することが望ましい。

これらの取組を通じて、自分の職場、自社製品への愛情を深め、意図的な混入の原因をつくらないようにするとともに、事件への予兆と考えられる事象を把握し、調査等によって適切に対応することにより、次の事件の発生を未然に抑制することが期待できる。この様な取組により、意図的な混入をしたいと思わせない職場の風土をつくることが大切である。

(3) 意図的な混入が実行し難い環境をつくる

マルハニチロ㈱の第三者検証委員会の中間報告では、食品防御に関し、外部からの不審者侵入に対しての防御意識は持っていたが、従業員による意図的な混入の可能性は意識していなかったとしている。さらに、危険物を誰にも気づかれずに容易に工場製造エリアに持ち込める環境だった、薬剤等の管理を徹底していなかった、原料や製品に対して容易に触れることができ異物を混入可能な環境であった、製品のカバーや監視カメラ、相互監視対策等がとられていなかったなど、実際の食品防御体制も不備が多く、

内部又は外部の者が、万一悪意を持ったとしても、ソフト又はハードの対策により異物の混入が実行し難い環境をつくることが大切である。これにより、意図的な混入のリスクを低減することができると考えられる。その際、上述の個々の対策は㈱マルハニチロの群馬工場に対する分析の結果であり、全ての事業所で同じ対策が有効とは限らない。

それぞれの食品事業者や事業所は、規模や立地、人的資源等の他、扱う食品や製造工程等が異なり、意図的な混入を受けやすい場所や混入物、時間等も異なる。また、個別の対策を講じるに当たっては、食品事業者と従業員が常に協力し合って意図的な混入、犯罪を防止する意識を醸成し、意図的な混入が実行し難い環境を整備していくことが肝要である。例えば、工場への立入者を記録することなどは、不自然な立入や、意図的な混入に対する牽制にもなり、また、万が一意図的な混入が発生した場合には不審者の特定にも役立つことが期待される。

各事業所において諸条件を勘案しながら、意図的な攻撃に対する脆弱性 や対策の効果等を分析し、自身が弱いところや効果的な対策ができるとこ ろを優先して、計画的に対策を講じることが重要となる。なお、食品防御 は食品事業者の規模や施設の状況、扱う製品によって適切な対策が異なる ことから、カメラの設置数などによって一概に達成状況が判断できるもの ではないということに留意が必要である。また、第三者検証委員会の最終 報告においても記されたように従業員との信頼関係を構築することが基本 であり、その上にそれぞれの食品事業者に最適な技術的対策を講じること、 また、教育などを進めることが大切である。こうした取組を進めるに当た り食品防御の対策には一定のコストの問題があることや食品事業者ごとの 状況によって適切な対応が異なることについて、消費者や流通をはじめ、 全てのステークホルダーの理解を得ることが重要である。

(4) 食品防御の取組に参考となる資料

各食品事業者が食品防御に自主的に取り組むに当たり、食品防御に対する理解を深め、実際の対策を検討する際の参考として、厚生労働科学研究班(主任研究者;今村知明・奈良県立医科大学健康政策医学講座教授)が作成した食品防御対策のガイドライン等が公表されている(一連の資料を巻末に参考資料として添付)。同ガイドライン等は、新たな情報等を踏まえ、引き続き改訂が進められている。

また、意図的な混入への対策である食品防御は、非意図的な混入等を対象にHACCP等の取組により実現される食品衛生とは異なるものである。一方、既に総合衛生管理製造過程承認制度実施要領に基づき食品衛生の取組を行っている食品事業者が、新たに食品防御に取り組む際の参考として、同研究班では「総合衛生管理製造過程承認制度実施要領における留意事項」を公表している。食品衛生への取組を進めている食品事業者が、どこを工夫すれば食品防御にも取り組めるかを検討する際に、参考となるものと考える。

(5) その他

- ① 食品防御の前に、まず、食品安全、品質向上にしっかり取り組むことが 重要である。そのことが、安全な食品を提供することで社会に貢献すると いう従業員の意識の向上にもつながり、食品防御の基礎になると考える。
- ② 意図的な混入による事件の発生を完全に防ぐことはできないので、平時における危機への備え(関係事業者との協議、行政関係者との関係の構築、回収、消費者への周知等に関する備え)として、さまざまなテーマの下に食品の事故・事件を想定した訓練を定期的に実施することも重要である。

4 検討内容の食品事業者への普及等

以上、第三者検証委員会の中間報告及び最終報告等を参考に、今般の事案から得られる教訓を整理するとともに、この中で指摘のあった食品防御に食品事業者が取り組むに当たり参考となる事項を整理した。これらの情報については広く食品事業者が共有し、各食品事業者の実情に応じて、以下のように取組まれることが望まれる。

また、関係業界団体及び農林水産省には、以下のとおり、本報告書の普及等を進めることを期待する。

(1) 個々の食品事業者の取組

食品事業者は、提供する食品の安全を確保するため、自らの責任で各種の対策を講じてきているところであるが、一方、今般の冷凍食品への農薬混入事案のような従業員による混入が疑われる事案を含め、意図的な混入については、従来からの食品衛生対策だけでは防止することは難しい。

意図的な混入等の事案の発生防止及び被害の拡大防止のため、食品事業者は、本報告書で整理された教訓や、食品防御に取り組むに当たり参考となる事項等を踏まえて、自らに課された安全な食品を提供する社会的な責務と、食品防御の必要性について、今一度検討いただきたい。

万一混入が起こってしまった際の危機管理体制について、平時から訓練を 行っておく等の危機管理対策の構築と実行に加え、食品防御を理解し、意識 することが取組の第一歩となる。意図的な混入をしたいと思わせない職場の 風土づくりや、意図的な混入が実行し難い環境づくりの具体的な方法は、そ れぞれの事業所の条件等により異なる。したがって、本報告書で示した事項 等を参考に、自らでチェックするところから始めていただきたい。

実際の対策は、自らが扱う食品の特性や、事業所の規模、施設等の実情に応じ、自らの弱いところや、現実的に対応可能なところから対策を進めることが重要である。これらの実行により、消費者の健康被害や事業者の経済的・社会的被害を最小限に食い止めることにつながると考えられる。

(2) 関係業界等の取組

関係業界等は、危機管理(今般の事案から得られる具体的な教訓としては、特にプライベートブランド商品に関して、製造事業者と製造委託元である流通事業者等が緊急時に円滑な商品回収ができるよう平時から情報を交換・共有等することの重要性など)、ガバナンス、食品防御への取組等本報告書の

内容について関係食品事業者へ周知いただきたい。

また、各業界が扱う商品の特性や製造工程等の実情に応じ、それぞれの業界における具体的な危機管理や食品防御対策の必要性、個々の食品事業者がどのように取組を進めていくのかについて検討することが重要である。

その際、例えば食品安全に関する科学的な知識についての参考資料、危機管理や食品防御に関する事例集やヒヤリハット集など、各食品事業者が具体的な取組を進める際に参考となる情報の収集・普及等を行うことが有益と考えられる。

(3)農林水産省の取組

農林水産省は、本報告書で整理した今般の事案から得られる教訓や、食品 事業者が食品防御に取り組むに当たり参考となる事項について、関係業界や 地方自治体等を通じて、食品事業者への周知を図るべきである。

加えて、関係業界等が行う研修会への専門家の派遣等を通して、本報告書の内容を含め危機管理の重要性や食品防御等の考え方に関する食品事業者の理解の促進を図り、自主的な取組を支援していくべきである。また、食品防御については、今般の事案を教訓・参考として、改めてその概念や内容について浸透に努め、意識の向上を図るところから取り組むことが適当である。

また、農林水産省は関係府省庁と連携し、情報提供等の取組により消費者の意識の一層の向上を図っていくべきである。

(4)消費者の皆様へ

消費者の皆様におかれては、食品防御の取組により意図的な混入を完全には防ぐことができないことを理解し、また、自らがフードチェーンの最終段階に位置していることを自覚して、食品の安全について関心を持ち、食品事業者や行政が提供する食品安全に関する情報(リコール情報を含む)をはじめとする各種の情報に注意していただくことを期待する。

また、消費者の皆様自身が健康被害を防ぐために、異臭や異味を感じたり、 外見や包装に普段と異なる点があることに気づいた場合には、当該製品を食 べないことが大変重要である。消費者の皆様自身にもそうした自己防衛能力 を身につけていただくことを期待する。

おわりに

従来、食品安全対策は主として食品衛生の観点から進められてきたが、今般のような意図的な混入が強く疑われる事案に対しても意識していくことが必要となっている。

今般の事案は一事業所で発生した犯罪行為を原因とするものであると考えられるが、将来に向けて、広く食品事業者への教訓とし、風化させないことが望まれる。

食品事業者に対しては、まず消費者視点を重視し、安全で高品質な食品を提供するという食品事業者としての社会的使命を再認識していただくことを期待する。その上で、食品防御や危機管理に適切に対応できるように、食品事業者のガバナンス(組織のマネジメント等)の強化の重要性や、コンプライアンスについての意識と能力を高めることの必要性について考えていただきたい。

食品防御対策により意図的な混入のリスクを下げることは重要だが、これを完全に防ぐことはできない。意図的な混入は、カメラ等の設備投資だけで防止できる問題ではなく、日常の業務を通じた従業員との信頼関係や、企業風土が大きく関係すること、また、緊急事態発生時の危機管理体制の整備と訓練が重要であることも忘れてはならない。

加えて、消費者に対しては、自らがフードチェーンの最終段階に位置していることを自覚し、食品の安全について関心を持ち、注意することの重要性を再認識いただくことを期待する。

本報告書が広く食品事業者及び関係業界に共有され、食品事業者の意識の向上や取組を通し、国民への安全な食品の供給体制が一層強化されることを強く期待する。

以上

参考資料は大部のため、割愛させていただきました。以下に公表しておりますので、お 手数ですが参照いただきますようお願いいたします。

○報告書とりまとめに関するプレスリリース http://www.maff.go.jp/j/press/syouan/seisaku/140627.html

○参考資料1~7について

1 冷凍食品への農薬混入事案を受けた今後の対応パッケージ(平成 26 年 3 月 17 日、 関係府省庁局長申合せ)

http://www.maff.go.jp/j/press/syouan/seisaku/pdf/140627-05.pdf

- 2 アクリフーズ「農薬混入事件に関する第三者検証委員会」最終報告報告(2014年5月29日、同中間報告を含む)(3つのファイルに分割しております) http://www.maff.go.jp/j/press/syouan/seisaku/pdf/140627-06.pdf http://www.maff.go.jp/j/press/syouan/seisaku/pdf/140627-07.pdf http://www.maff.go.jp/j/press/syouan/seisaku/pdf/140627-08.pdf
- 3 平成 21 年度「食品産業構造調査(第 1 回)」食品産業におけるフードディフェンスへの取組状況等調査(抄) http://www.maff.go.jp/j/press/syouan/seisaku/pdf/140627-09.pdf
- 4 「食品工場における人為的な食品汚染防止に関するチェックリスト」について http://www.maff.go.jp/j/press/syouan/seisaku/pdf/140627-10.pdf
- 5 「食品に係る物流施設における人為的な食品汚染防止に関するチェックリスト」 について

http://www.maff.go.jp/j/press/syouan/seisaku/pdf/140627-11.pdf

6 『食品防御対策ガイドライン(食品製造工場向け)』(平成 25 年度改訂版) について

http://www.maff.go.jp/j/press/syouan/seisaku/pdf/140627-12.pdf

7 食品防御の観点を取り入れた場合の、総合衛生管理製造過程承認制度実施要領における留意事項

http://www.maff.go.jp/j/press/syouan/seisaku/pdf/140627-13.pdf

※4~7は厚生労働科学研究班作成

2013年缶詰、びん詰、レトルト食品の生産動向の概要

- (公社) 日本缶詰びん詰レトルト食品協会 -

2013年1月~12月の飲料を除く缶詰、びん詰の生産量は32万7,486トンで前年対比95.5%。このうち丸缶合計は23万1,036トン(3,303万1,000箱)で前年対比95.4%。飲料缶は292万1,467トン(4億8,029万6,000箱)で前年対比97.2%。大缶は3万2,627トン(174万9,000箱)で前年対比100.4%。びん詰は6万3,823トン(1,203万3,000箱)で前年対比93.6%。レトルト食品は36万562トンで前年対比101.7%、2012年から7年連続最高生産量となった。

『缶 詰』

2013年は円安による原料価格の高騰に伴い食品業界全体で値上げが実施された. 缶詰においてもこの影響により生産、販売面において厳しい状況となった。

水産缶詰は「かつお」、「さば」など大きな割合を占める分野で生産の減少が目立ち、全体を引き下げる形となった。また、「食肉」は微増となったものの、「野菜」、「調理・特殊」の分野では減少幅が大きかった。

『びん詰』

ジャムびん詰は前年対比90.9%と大きく減少に転じた.輸入原料が大きいため原料価格の高騰、製品価格の値上げによる影響に伴い、また、近年増えてきているコンフィチュールなどジャムと類似したJAS規定外の製品に関してはこれに含まれていない。

『レトルト食品』

レトルト食品は前年対比1.7%の増加で、昨年に続き7年連続で最高生産量を更新した。

[水産缶詰の生産]

水産缶詰全体をけん引している、「カツオ」が前年対比86.3%、「サバ」が前年対比92.9% と大きく減少し、全体を引き下げた。しかし、「サバ」に関してはメディアによるダイエット効果の影響で2012年の生産量が大きかったため、その反動もあり減少に転じたと考える。

「カニ」は減少しているが震災前の水準と比べると高い。「サケ」の増加においては、中骨を使った製品が増加しているが、水煮等は減少している。「イカ」は増加傾向であるが震災前の水準には戻っていない。「ホタテ」はほぐし身などの小型化に伴い箱数は増えているが、全体の重量としては減少している。

[果実缶詰の生産]

「みかん」は前年対比89.8%と大きく減少した。2013年は表年であったが、2012年の裏年に比べて大きく減少している事から、暦年でみて特殊な傾向と言える。「その他果実」の増加は、「夏みかん」が多くの割合を占めている。「さくらんぼ」、「フルーツみつ豆」に関しては毎年減少を続けている。全体として、丸缶の減少分を大缶の増加分がカバーした形となり、「果実合計」では前年対比99.2%となった。

[野菜缶詰の生産]

全体として前年対比93.4%と減少した。主にスイートコーンの減少が大きい。北海道産、輸入品共に減少しており、とくに北海道産が前年対比83%と大きく減少している。

[食肉缶詰の生産]

食肉缶詰全体としては前年対比100.7%と微増。「ヤキトリ」においては、前年比116.7%と 顕著な伸率となっており、3年連続10%以上の伸び率となっている。「コンビーフ」に関しては 昨年同様に主力メーカーが缶からカップ容器に移行した事に伴い、大きな減少となっている。

[調理・特殊缶詰の生産]

全体として前年対比93.4%と微減.主力の「デミグラスソース」、「ホワイトソース」の減 少幅が大きく、レトルト食品やチルド食品にシフトしている傾向にある事が大きな要因と考え る。

「飲料の生産」

全体として前年対比97.2%と微減。主力の「コーヒードリンク」が前年対比98.8%と減少しており、飲料全体を引き下げた形となった。

「レトルト食品」

全体として前年対比101.7%と微増。生産量も36万562トンで、昨年に引き続き過去最高を更新した。これまで堅調であった「パスタソース」は、「冷凍パスタ」市場が増えてきた関係で前年対比94.9%と大きな減少となった。

「マーボ豆腐の素」、「料理用調味ソース」は昨年同様に微増。「つゆ・たれ」に関しても、 鍋つゆがけん引し微増となっている。

2013年の缶詰, びん詰, レトルト食品生産数量

		2013年		201	2012年		2004年		2013/2004	
	品名		内容重量	箱数	内容重量	箱 数	内容重量	箱 数	2013/2012 (%)	(%)
	(丸缶)									
水		産	103,782	17,953	107,250	18,134	121,281	20,707	96.8	85.6
果		実	33,046	3,278	34,341	3,480	40,368	3,876	96.2	81.9
野		菜	44,409	4,657	48,211	5,094	61,918	6,322	92.1	71.7
ジ	ヤ	ム	419	23	394	22	2,205	112	106.3	19.0
食		肉	7,132	1,470	6,962	1,482	8,574	1,657	102.4	83.2
調	理・特	殊	42,247	5,649	45,028	6,213	65,897	8,477	93.8	64.1
飲		料	2,921,467	480,296	3,005,180	493,446	3,571,942	552,918	97.2	81.8
丸	缶	計	3,152,503	513,327	3,247,367	527,871	3,872,185	594,069	97.1	81.4
飲料	トを除く丸	缶計	231,036	33,031	242,187	34,425	300,243	41,150	95.4	76.9
	(大缶)									
た	けの	ح	2,245	204	2,367	215	2,839	259	94.8	79.1
۲	マ	ト	2,406	130	2,642	143	4,101	222	91.1	58.7
ジ	ヤ	٨	6,364	283	6,518	290	10,065	447	97.6	63.2
そ	の	他	21,612	1,132	20,985	1,113	26,431	1,418	103.0	81.8
大	缶	計	32,627	1,749	32,513	1,761	43,436	2,346	100.4	75.1
	(びん詰)									
の		り	5;938	748	5,935	756	5,914	734	100.1	100.4
ジ	Þ	4	27,869	6,348	30,659	7,014	29,362	6,694	90.9	94.9
そ	の	他	30,016	4,937	31,621	5,261	43,161	7,109	94.9	69.5
び	ん詰	計	63,823	12,033	68,215	13,031	78,437	14,537	93.6	81.4
総	合	計	3,248,953	527,110	3,348,095	542,664	3,994,057	610,951	97.0	81.3
飲料	を除く総合	合計	327,486	46,814	342,915	49,218	422,115	58,033	95.5	77.6
ν	トルト食	品	360,562	52,477	354,697	52,096	300,431	46,110	101.7	120:0
~	ットフー	- F	5,311	891	7,736	1,479	13,531	2,183	68.7	39.3

注:1. 箱数は実箱. 2. 前年対比は内容重量による. 3. 内容重量はトン未満, 箱数は千箱未満を四捨五入.

清涼飲料の賞味期限の「年月表示」への移行に関するご案内(続報) ~2014年6月以降、対象品種を順次拡大~

- 日本TCGFサステナビリティプロジェクト委員会 -

2013年2月25日に、サステナビリティプロジェクトによる清涼飲料の賞味期限の「年月表示」への移行について概要をお知らせしました。2013年の展開結果及び今後の進め方について、以下の通りご案内申し上げます。

記

1 0010年の展開針用	
1. 2013年の展開結果	
(1)賞味期限の表示方法	[移行前] YYYYMMDD または YYYY.MM.DD(例)20131231 または 2013.12.31
(2)対象品種	[移行後] YYYY 年 MM 月 ※漢字表記 (例)2013 年 12 月
	国産水、国産ミネラルウォーター 2L ペットボトル
(3)対象アイテム	各社*1主要商品
	*1 アサヒ飲料、伊藤園、キリンビバレンジ、サントリー食品インターナショナル、日本コカ・コーラ
(4)スケジュール	2013年5月以降メーカー製造分より順次切り替え済み
(5)エリア	全国
(6)評価	<評価の目的>
	対象品種を順次拡大するうえで、本取組みに対するお客様のご反応を確認するため
	<評価手法>
	展開後、プロジェクト参加各社に寄せられたお客様(消費者)の声を収集
	<評価結果>
	お客様には取り組みの意義を概ねご理解いただけたものと考えています。
	お客様からのお問合せは、表示の変更理由と賞味期限の読み方に関するご質問が中心
	でした。また、お問い合わせは移行直後の数ヶ月に集中しており、その後は減少して現在
	はほとんどありません。
	□実際に頂戴した代表的な声
	「賞味期限の表示が年月に変更になったのはなぜですか?」
	「5月と書いてあった場合は、末日が期限ということですか?」
	(参考)なお、小売店舗における定点観測により、在庫商品の賞味期限パターン数をカウ
	ントしました。在庫商品の賞味期限のパターン数は大きく減少しており、製配販各層にお
	ける商品の管理効率も改善されたことがうかがえます。
2. 今後の進め方	・「国産水・国産ミネラルウォーター小容量(500ml 前後)の移行を次に検討する」としていまし
	た(2013年2月25日ニュースリリース)が、上記結果を踏まえて、国産水・国産ミネラルウォータ
	ーに限定せず、賞味期限が1年以上*2の商品について「年月表示」へ順次移行します。
	・なお、本表示方法の採否や具体的な移行アイテム等は、各社の判断により決定します。
	・なお、本表示方法の採否や具体的な移行アイテム等は、各社の判断により決定します。

	・また、広く加工食品業界に採用されることを期待して、業界団体等を通じてオープンに情				
	報提供していきます。この取組みが食品業界に広がっていくことにより、サプライチェーン上				
	の環境負荷(物流拠点間の転送および転送に由来する CO ₂ 排出等)や非効率(物流倉庫の				
	保管スペース、店頭の先入先出作業等)の軽減につながっていくことを期待しています。				
	*2検討の幅を広くするため、今回以下の通り変更した。				
	(変更前)「賞味期限が1年を超える商品」→(変更後)「賞味期限が1年以上の商品」				
3. 具体的な展開	現時点で移行が決定している商品群は以下の通りです。				
(1)対象アイ〒ム	キリンビバレンジ 缶コーヒー「ファイア」など(ギフト商品を除く)				
	サントリー食品インターナショナル 缶コーヒー「ボス」、「サントリーウーロン茶」など				
(2)スケジュール	2014年6月製造以降順次				
(3)補足事項	上記2社以外について、各社内で検討中です。				
4. 問い合わせ先	商品に関するお問い合わせは各社広報担当までお願いいたします。				
	標準表示に関するお問い合わせはプロジェクトの委員長社までお願いいたします。				
	<委員長社>				
	キリン株式会社 コーポレートコミュニケーション部 TEL:03-6837-7028				

〈補足説明資料〉

日本TCGFとは

- ・日本TCGFは、消費財流通業界の企業が主体となり、日本国内での非競争分野における共通 課題の解決に向けて、製・配・販の協働取り組みをおこなう組織です。東日本大震災からの 一刻も早い復旧・復興と新しい日本のかたちづくりのために、2011年3月より発足に向けて 着手し、2011年8月に設立しました。
- ・なお、日本TCGFはグローバルな消費財流通業界の組織体であるThe Consumer Goods Forum の理事会に参加している日本企業のメンバーが発起人となっています。

サステナビリティプロジェクトとは

- ・日本TCGFの3つのプロジェクトのひとつであるサステナビリティプロジェクトは、消費財 流通業界の15社が主体となって2010年10月に立ち上げたカートンプロジェクトに参加した 企業が中心となり、その活動範囲やテーマを発展させたものです。カートンプロジェクトで は、環境サステナビリティへの貢献とサプライチエーンの作業効率向上を目指し、非競争分 野の共通課題について製・配・販3層による協働取り組みを推進してまいりました。具体的 なテーマとして、飲料市場の梱包資材(ダンボールカートン)の標準化・規格化を取り上げ ました。
- ・この活動をベースとしながら、サステナビリティプロジェクトは、震災後の資材調達をめぐる諸課題をひとつのきっかけとして、原料・資材および原料・資材に関連するプロセスの標準化を検討しています。また、原料資材調達から消費・リサイクルという一連のバリューチェーンにおける環境課題(地球温暖化防止、廃棄物削減等)を整理し、解決することを目指しています。

<参加企業>*3委員長社、*4副委員長社

【メーカー】11社

アサヒグループホールディングス株式会社(アサヒ飲料株式会社)、味の素株式会社、株式会社伊藤園、花王株式会社、キューピー株式会社、キリンホールディングス株式会社(キリンビバレッジ株式会社)*3サッポロビール株式会社(ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社)、サントリー食品インターナショナル株式会社、日清食品ホールディングス株式会社、日本コカ・コーラ株式会社*4、ライオン株式会社

【卸】2社

国分株式会社*4、三菱食品株式会社

【小売】5社

イオン株式会社、イズミヤ株式会社、合同会社西友、株式会社ローソン、株式会社ライフコーポレーション*4