

平成27年度事業報告

概況

平成27年度のわが国経済は、いわゆるアベノミクスにより円安・株高が進行し、輸出産業を主体に企業業績が回復、更には雇用と所得環境の改善等もあり緩やかな景気回復基調にあるとの認識で経過するも、グローバル経済の下、混迷度を深める国際情勢の影響を受け、不確実性が高まり消費者マインドに足踏み感が見られ、年度後半は景気の減速感を強めた。こうした中で、未来の農林水産業・食料政策に大きな影響を与える「TPP交渉の大筋合意」がなされ、「農政新時代」ともいえる新たなステージを迎えることになった。また平成29年4月に先送りされた消費税率の再引き上げ時には軽減税率制度が導入される事が決定された。

食品流通業界は、縮小する市場構造の中で、成熟飽和状態となり、食品小売業関連の業態間競争も一層激化し、加えてIT化やネットワーク化の進展から購買行動の多様化も進展し、著しく流通環境は変化した。

こうした状況の中、弊協会は名称を一般社団法人日本加工食品卸協会に変更して4年目を迎え、制度改革の理念に基づき事業活動を行い、食品流通のサプライチェーンの協働体制の基盤整備と業界コストの合理化に優先的に取り組んだ。

こうした活動を行えたのは、例年の如く賛助会員各位の全面的なご協力や関連省庁である農林水産省をはじめとする諸官庁の適切なお指導とご協力、加えて(一財)流通システム開発センター、(公財)食品流通構造改善促進機構、(公社)日本缶詰びん詰レトルト食品協会、(一社)日本パインアップル缶詰協会、日本製罐協会、(一財)食品環境検査協会等の諸団体の皆様方の多方面にわたるご配慮があったからに他ならない。あらためて御礼を申し上げる。

以下、事業別に概観し、その後個別事業別に活動を報告する。

1. 調査研究事業

食品業界は、円安による原材料高を背景にした値上げの寄与と価値と価格のバランスを追求した新商品の開発から、多くの企業が最高益となるなど企業収益を大幅に改善した。基盤の国内事業の安定と、成長ドライバーである海外事業の進展から、業容を一段と拡大させた企業も少なくない。ただ相次いだ値上げは生活者の防衛意識を高め、それが個人消費足踏みの一因ともなった。人口減少社会の顕在化と合わせ市場は豊食の時代となり「モノ消費」から「コト消費」へと大きく変化した。食品流通の販売チャネルも多様化し、ドラッグの伸長や大手小売グループの多様な小売業態と電子商取引を組み合わせたオムニチャネルの推進など業際・業態を超えて市場の争奪戦に入り、大手集約を急加速化させた。こうした動きの中で食品卸売業は、中間流通機能の存在価値を高めるべく大手卸を核に流通再編・統合の動きを早め基盤強化と機能の高度化を図った。

平成28年度税制改正大綱の消費税の軽減税率に関する項目の決定を受け、商取引上これに混乱なく対応するために、影響範囲や課題を明らかにし、卸売業として対応すべき項目について整理することを目的に、弊協会として(一財)流通システム開発センターが事務局業務を行っている情報志向型研究会(通称:卸研)に研究会を設置して検討いただきたく要請を行った。この研究会で年度末において集中的に議論し「消費税軽減税率制度に関する対応について」<検討資料>をまとめた。加工食品

を含む食品は酒類を除いて全て軽減税率の対象となることから、加工食品卸、菓子卸はもちろん、日用品雑貨卸も健康食品やベビーフードの食品を取り扱っていることから卸の横断的組織で軽減税率制度について幅広く検討したほうが行政や小売業に対しより円滑な対応となりうると判断した。主要な検討テーマは、現状のJCA手順のEDIシステムやチェーンストア統一伝票には税率区分はなく（流通BMSには税率区分を設けてある）小売と卸間の受発注システムをどのように運用して混乱なく対応し、法律レベルでの区分記載請求書等保存方式に対応するか、また平成33年4月からのいわゆるインボイス制度にどのように業界として対応していくかである。軽減税率対応のポイントは、税率の異なる品目は異なる伝票番号で発注されるようにシステムの改修を行い、仕入伝票（チェーンストア統一伝票等）を用いている場合は、税率を印字する等の方法により、伝票ごとに軽減税率と標準税率を識別できるようにする。したがって取引伝票は同じ税率で分ける方式で対応し、伝票番号ごとの明細情報を税率別に合計し、区分記載請求書を作成できるようにすることが基本となる。

財務省から軽減税率制度関連の法案が成立後に出される各種資料やQ&A等から見直しを必要とされる部分もあるかと思われるので今後も継続した検討が必要となることから現状＜対策資料＞という位置づけとなる。＜対策資料＞では行政からの要請で行った日食協会員に対する軽減税率制度のアンケート調査で得られた疑問や質問等について全て情報の共有化が図られ検討をいただいた。その中で、代表的なものとして、

- ◆食品と酒類等の税率の違う商品のギフト商品の税率はどうなるのか
- ◆瓶や容器等の請求は軽減税率の対象外か
- ◆卸業者が外食サービスで提供される加工食品を販売した場合でも軽減税率を適用して良いのか
- ◆明らかに軽減税率対象の商品と結び付けられるリベートは8%を適用して良いのか

卸研の研究会は、経済産業省のご指導もえて進められたが、一方食品流通を所管する農林水産省も複数税率を導入する際の業界の円滑な対応を求めて、「食品流通事業者における複数税率を導入する際の課題と対応指針の検討」がなされた。卸研研究会との齟齬を来さないよう卸研研究会から2名の委員と弊協会が委員として参加した。この研究会は、メーカー、小売業も参加し食品流通業界全体で円滑な対応が図られるよう標準的取引システムの検討がなされた。

2008年に事故米や偽装表示の事案が発生した際に農林水産省に「食品の信頼確保・向上対策推進本部」が設置され、ここで「食品業界の信頼性向上自主行動計画」が作成され、それを素案として各食品業界団体がそれぞれ5つの基本原則を策定した経緯があります。弊協会も平成20年度事業として「加工食品卸売業の信頼性向上自主行動計画」をまとめ会員に配布・周知し、業界ガバナンスの共通認識としてきたが、今回発生した食品廃棄物の不適正な転売事案が発生したことから「5つの基本原則」を見直し、追加修正の要請があった。そのため平成20年度に策定した「5つの基本原則」に参画したメンバーを主体に改訂版を策定した。追加事項の内容としては、

- ◆食品への意図的な毒物等の異物混入に対する防御（食品防御）についての対策
- ◆「トレーサビリティ」に関する作成と保存について
- ◆個人情報の取得と管理を適正に行う事
- ◆食品事故対応としての製品回収は「健康被害の程度」と「事故拡大の可能性」から判断し、製品の回収の実施が食品ロスを発生させる事も認識し、事案ごとに検討し、対応する事
- ◆プライベートブランド製品の回収要件は、メーカーとプライベートブランドオーナーで事前に協議し、緊急時に円滑な対応が出来る体制を整備する事

- ◆ソーシャルメディア等情報発信の方法が発達しているので、それぞれの事案の発生状況に応じて適正な初動体制を行う事
- ◆食品表示を始めとする情報の開示の取り組みについては関係法令を遵守し、適切に行い、科学的な根拠に基づく表示を実施する

新型インフルエンザ等対策特別措置法の規定に基づく特定接種の登録に関する告示がなされたのを受けて、行政を交え新型インフルエンザ対応PJの会議を開催し、この対応を検討した。これは厚生労働大臣による対象事業者の登録に関する告示で、新型インフルエンザ等対策特別措置法により、我々飲食品卸売業は、国民生活・国民経済安定分野で接種順位④番手のその他登録事業者のグループに属しており、新型インフルエンザ等が発生した場合に、登録事業者は公費で特定接種が受けられる。登録事業者は、国民生活及び国民経済安定に寄与する業務を継続的に実施する努力義務が課せられている。

【事業者基準】

- ①産業医を選任していること
- ②業務継続計画(BCP)を作成していること
 - ・新型インフルエンザ等発生時の業務継続方針
 - ・新型インフルエンザ等発生時の重要業務、縮小業務及び休止業務の分類並びに重要業務の継続方針
 - ・その他必要事項(特定接種の実施に必要な、業務、接種人数、接種場所等)

尚、登録申請事業者の登録対象業務を受託している外部事業者の職員は、登録対象業務の従業員数に含むものとする。

対象事業者は、各自インターネット回線を通じて厚生労働省のHPからWeb申請をすることになるが、受付登録締切りは、平成28年6月30日。食料品製造業、飲食料品小売業も対象事業者であり、SCMからも食品卸売業の登録は不可欠となる。

市場・流通構造の変化に伴う新しい枠組みの協働体制と情報を共有化し優先的対応策の調査研究を行った。具体的には「生団連(国民生活産業・消費者団体連合会)における食品廃棄対策委員会、災害対策委員会、エネルギー問題対策委員会への参加、「食品ロス削減のための商慣習検討WT」への委員の推薦、「製・配・販連携協議会」との情報共有化などである。

「食品ロス削減のための商慣習検討WT」の4年間の討議を通じての取組成果としては、加工食品の食品ロスの現状や発生要因の把握、納品期限の見直しと賞味期限延長や年月表示化の推進等がある。今年度の総括として、大手スーパーやコンビニ13社が平成28年3月までに納品期限緩和を実施しないしは移行準備中である。また平成21年1月～平成27年10月の間で、賞味期限延長が1,320品目、賞味期限の年月表示化が324品目実現した。今後の取組として納品期限の緩和と賞味期限の見直しの一体推進を図る。

- ・消費者の安心・安全な食生活を守るため、安全性・リスク検証を行いながら「納品期限緩和」「賞味期限延長」「年月表示化」を三位一体で進める。納品期限の緩和による小売店舗での廃棄増等のリスクを抑えながら、食品ロス削減の効果を大きくすることにつながる。
- ・リスク分析の結果、加工食品では一部の品目等を除き、小売店舗での廃棄増等のリスクは少ないと

考えられることから、リスクの少ない加工食品についても「賞味期間の1/2残し」以下に緩和することを推奨し、各業界団体の協力を得て幅広い関係者に情報を共有し、各自の取組を促す。

・また、納品期限・賞味期限の見直しとともに、現在のところ業種・企業が限られている。卸売業が複数の小売業に納品を行う場合、納品期限を緩和した得意先以外にも納品期限緩和が広がらなければ、物流センターの業務が対応できない場合がある。

「製・配・販連携協議会」は、加盟企業が43社から55社に増加し、より充実が図られ、活動W・Gも従来の加工食品W・G、日用品W・Gに加えて商品情報多言語W・Gが新設され、訪日外国人旅行者に対する買い物需要を一層拡大するための仕組みを検討することになった。加工食品W・Gの活動成果として返品実態報告は、卸売業の調査では、卸売業からメーカーへの返品は低下傾向にあり、2014年度は前年比で僅かに減少しました。小売業から卸売業への返品率は前年比でほぼ横ばいであった。小売業から卸売業への返品率は小売業の調査では過去5年間ほぼ横ばいで推移しています。お互いの調査数値のギャップは、卸売業の調査は得意先小売業全部が対象となっているのに対し、小売業の調査は、製・配・販連携協議会に参加している小売業だけの数値となっている事によるもの。

農林水産省の平成27年度食品サプライチェーン強靱化総合対策事業である「震災時における連携・協力のための食品産業事業者のマッチングセミナー」に弊協会も委員として参加。今年は特に南海トラフ地震を意識して震災時における連携・協力のための食品産業事業者マッチングセミナーを関係する地域で開催(東京・静岡・名古屋・高知・大阪)した。セミナーでは農林水産省が作成した「災害時における食品産業事業者間の連携・協力のガイドライン」を配布し、具体的に連携・協力とはどういう内容かを周知した。

緊急時の通行車両の事前届出について、行政より検討依頼があり対応する。これは大規模災害発生時、応急対策を的確かつ円滑に実施するため、都道府県の公安委員会により緊急交通通路が指定され、交通規制により一般車両の運行が禁止、または制限されることが想定される。緊急交通路の通行には、緊急通行車両等確認証明書と確認標章が必要となるが、災害発生後に警察署等で交付手続きを行った場合、混雑等により手続きに非常な時間を要し、迅速な災害応急対策等に支障を来すことが懸念される。そのため平時に(災害発生前に)あらかじめ緊急通行車両の届出をして、災害時に優先して証明書等の交付を受けることができる事前届出制度を活用する。企業がその事前届出を行う際には、確認のため緊急交通路を通行して行う業務の内容を疎明する書類(国と協会団体間で取り交わす災害時応援協定の写し)が必要となる。この協定書の締結について理事会にて審議し、協会として機関決定し会員に周知した。

◆事前届出手続き

・届出者

緊急通行に係る業務の実施について責任を有する者(自社の車両を登録する場合)、又は食品企業から委託を受けている輸送業者

・事前届出の対象車両

- ア 災害対策基本法に定める災害応急対策に使用する計画のある車両
- イ 災害時の協定・契約を締結した民間車両

・必要書類

- ア 緊急通行車両等事前届出書(申請書)2通 *警察署の窓口で受領
- イ 車検証の写し
- ウ 輸送協定書その他の当該車両を使用して行う業務の内容を疎明する書類
(農林水産省と日食協間で締結した協定書)

・申請先

当該車両の使用の本拠の位置を管轄する都道府県の本部及び警察署

国策として攻めの農林水産業への取り組みが強化され、農林水産物・食品の国別品目別輸出戦略(目標輸出額は1兆円規模)が作成され公表されたが、その一環として弊協会は平成27年度輸出戦略実効委員会のハラール部会に参加し、ハラール食品の取組みにかかわる課題を整理・検討し、ハラール食品輸出に向けた課題・方向性の基礎情報をまとめた「ハラール食品輸出に向けた手引き」の改訂版の作成に参加した。

環境関連では、**食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律**では、概ね5年ごとに新たな基本方針を策定する事になっているが、この新基本方針が策定され、この方針に基づく新たな施策が展開される事になった。変更になった主な点は、食品循環資源の再生利用等の手法に関する優先順位及び手法ごとの取り組みの方向です。

◆再生利用等の優先順位を発生抑制、再生利用、熱回収、減量の順とする

◆再生利用手法の優先順位を飼料化、肥料化、メタン化等の再生利用とする

次に、食品循環資源の再生利用等の実施率について、平成31年度までの目標を食品製造業は85%から95%に、食品卸売業は変わらず70%、食品小売業は45%から55%に、外食産業は40%から50%にそれぞれ目標水準が高くなった。

食品循環資源の再生利用等の促進のための措置に関する事項では、食品関連事業者の取り組みの促進として、食品廃棄物等多量発生事業者は(年間100tを越える食品廃棄物を排出する事業者)食品廃棄物等の発生量及び食品循環資源の再生利用等の実施量を総量だけではなく、都道府県別にも新たに報告をすることになった。

農林水産分野における個人情報保護に関するガイドラインの改正が行われた。これは個人情報大量に漏えいする事件が発生した事を受けて各産業分野ごとにガイドラインの改正が行われ、各企業の個人情報に関する内部規定を見直す事になった。

主な改正事項としては、

◆適正な取得について

個人情報を取得する場合は、提供元の法の遵守状況を確認し、個人情報を適切に管理している者を提供元として選定すること

◆安全管理措置として

責任の所在の明確化のための体制整備として役員等の組織横断的に監督することのできる者を個人情報保護管理者に任命すること

◆委託先の監督について

委託先の選定に当たっては、委託先の安全管理を確認するため、委託先の体制、規模等の確認

に加え、必要に応じて個人情報データを取り扱う場所に赴くこと

II. 研修・普及・啓発・実践事業

本部として各支部の定時総会や研修会時に協会の事業活動報告を行い、情報の共有化に努めた。例年の如く情報システム研修会を全国卸売酒販中央会と共催して行い、「流通システム標準普及推進協議会の活動について」「製・配・販連携協議会の活動状況について」「データを制するものが、経済を制する～データサイエンティスト育成プログラム～について」「農林水産分野における個人情報保護に関するガイドラインの改正について」研修し、情報システム部門として共有すべき内容について知見を深めた。

商品開発研究会では、食品表示基準の変更内容と食品工場におけるGMP(Good Manufacturing Practice)の達成度を診断する(一財)食品環境検査協会の事業について研修会を開催し、安全でより良い品質の食品を製造するための知見を深めた。

卸業界の人材育成を目指して(一社)日本ボランタリーチェーン協会が認定する「スーパーバイザー養成講座」を後援し、協会会員は特別会費で受講できる体制となった。

「日本卸売学会」が7月に設立され、会長には東京経済大学名誉教授の宮下正房氏が就任。この学会には、日食協も参加し産学連携して卸業界の課題を研究していくことになった。発足記念シンポジウムが11月立教大学にて開催され、学会と実業界から社会構造変化をにらんだマーケティング機能の整備状況等について報告がなされた。

この他研修事業としては、定時総会時に中・四国支部、関東支部、近畿支部、東海支部、北海道支部、九州沖縄支部が研修会を行い、加えて関東支部、北海道支部、東北支部が経営実務研修会、交流会を行った。また東海支部と近畿支部は地域卸同業会との共催で研修会や商品研修会を開催した。

III. 本部活動

情報発信力を高めて、会員相互間の情報共有化を図り、業界の健全な発展と存在価値の向上に努めた。またマイナンバー制度対応や個人情報の適正な取扱い確保に向けて事務所内のセキュリティを強化した。

消費税軽減税率制度(案)に関する対応について

<検討資料>

平成28年3月

情報志向型卸売業研究会

消費税軽減税率制度(案)対応検討グループ

目 次

はじめに

消費税軽減税率制度(案)の概要(1)(2)

卸売業の理解と対応状況

卸売業にとっての課題とその対応策案

軽減税率の対象(案)

＜参考＞軽減税率の対象品目(案)

＜参考＞想定される卸業界のリベート対応(案)

税率の設定(案)

適格請求書等保存方式(インボイス制度)関連(案)

＜参考＞卸業界の請求書レスの実態と請求書の種類の例(案)

請求書、その他帳票関連(案)

流通BMS、EDI関連(案)

＜参考＞流通BMSにおける複数税率対応について

要望事項(案)

おわりに

検討の経緯

検討メンバー一覧

はじめに

当「消費税軽減税率制度(案)に関する対応について」は、平成28年度税制改正大綱の消費税の軽減税率に関する項目の決定を受け、商取引上これに混乱なく対応するために、影響範囲や課題を明らかにし、卸売業として対応すべき項目について整理することを目的に、情報志向型卸売業研究会の研究委員会において、4回の臨時ミーティングを通して、取りまとめられたものである。

当「消費税軽減税率制度(案)に関する対応について」における対応策案などは、これら検討を通して、各社の対応案事例や一般的に合理的な考え方としてまとめられたものであり、これを強制するものではない。

また、「消費税軽減税率制度(案)」については、平成27年末に公表された「平成28年度税制改正大綱」および、関連して財務省より公表されている「軽減税率制度の導入」「軽減税率制度関係資料」をベースに検討している。したがって、平成28年3月以降に決定すると思われる消費税の軽減税率制度の創設を柱とする税制改正の関連法案および、関連して財務省より公表されられると思われる各種資料の内容によっては、見直すべき箇所や、より具体的な対応策が考えられることもあると想定される。

こうした背景から、当「消費税軽減税率制度(案)に関する対応について」では、質問、課題、要望の列挙に留まっているものも多く、今後も継続して検討していくためのあくまで〈検討資料〉という位置づけである。

平成28年3月

情報志向型卸売業研究会 消費税軽減税率制度(案)対応検討グループ

消費税軽減税率制度(案)の概要(1)

<財務省公表資料より>

軽減税率制度(案)の概要

税制抜本改革法第7条に基づく消費税率引上げに伴う低所得者対策として、平成29年4月に、以下のとおり、軽減税率制度を導入する。

○ 軽減税率の対象品目

- ・ 飲食料品（飲食店営業等を営む事業者が、一定の飲食設備のある場所等において行う食事の提供を除く）
 - ※ 飲食料品は、食品表示法に規定する食品（酒税法に規定する酒類を除くものとする）
- ・ 週2回以上発行される新聞の購読料

○ 軽減税率 8%（国分：6.24%、地方分：1.76%）

標準税率 10%（国分：7.8%、地方分：2.2%）

○ 適格請求書等保存方式の導入

- ・ 平成33年4月から、適格請求書等保存方式を導入する。
- ・ 登録を受けた課税事業者が交付する適格請求書及び帳簿の保存を、仕入税額控除の要件とする。

※ 適格請求書の記載事項は、発行者の氏名又は名称及び登録番号、取引年月日、取引の内容（軽減税率対象である旨の記載を含む）、税率ごとに合計した対価の額及び適用税率、消費税額等、交付を受ける事業者の氏名又は名称とする。

- ・ 税額計算の方法は、適格請求書の税額の積上げ計算と、取引総額からの割戻し計算の選択制とする。

（適格請求書等保存方式導入までの経過措置）

- ・ 現行の請求書等保存方式を維持しつつ、区分経理に対応するための措置を講ずる。具体的には、請求書等の記載事項に、①軽減税率の対象品目である旨と、②税率ごとに合計した対価の額、を加える（区分記載請求書等保存方式）。

なお、上記①・②については、区分記載請求書の交付を受けた事業者が、事実に基づき追記することを認める。

- ・ 売上げ又は仕入れを税率ごとに区分することが困難な事業者に対し、売上税額又は仕入税額の計算の特例を設ける。

（適格請求書等保存方式導入後の経過措置）

- ・ 適格請求書等保存方式の導入後6年間、免税事業者からの仕入れについて、一定割合の仕入税額控除を認める。

消費税軽減税率制度（案）の概要（2）

関連する詳細な情報は、以下のホームページを参照されたい。

<平成 27 年 12 月 24 日閣議決定>

- 平成 28 年度税制改正の大綱

http://www.mof.go.jp/tax_policy/tax_reform/outline/fy2016/20151224taikou.pdf

<国税庁発表資料>

- 参考資料②-1（軽減税率制度の導入）：

http://www.mof.go.jp/tax_policy/publication/mail_magazine/20151216b.pdf

- 参考資料②-2（軽減税率制度関係参考資料）：

http://www.mof.go.jp/tax_policy/publication/mail_magazine/20151216c.pdf

<中小企業庁発表資料>

- 消費税軽減税率（案）への対応について

<http://www.chusho.meti.go.jp/zaimu/zeisei/2015/151225keigenzeiritsu.pdf>

<財務省発表資料 第 190 回国会における財務省関連法律>

- 所得税法等の一部を改正する法律案要綱

http://www.mof.go.jp/about_mof/bills/190diet/st280205y.pdf

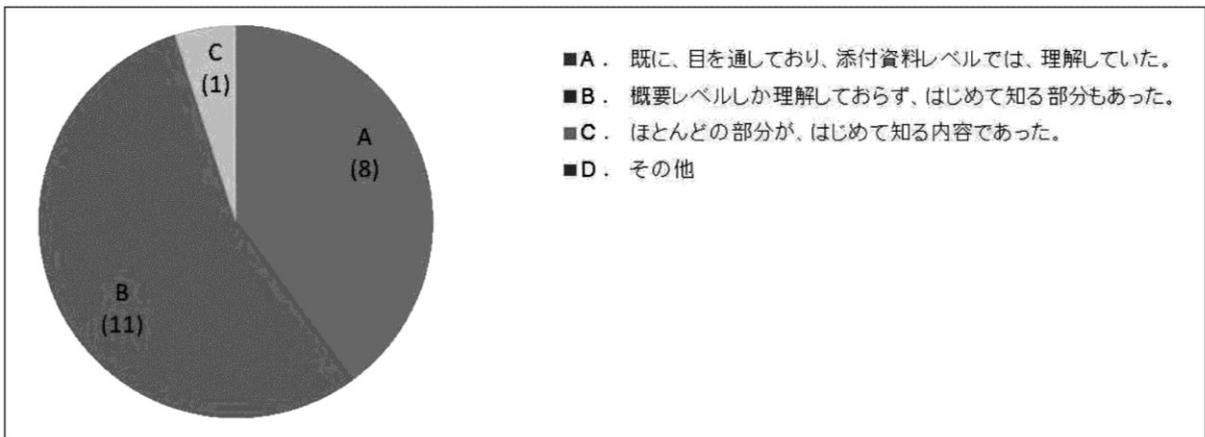
（五 消費税法の一部改正（第5条関係））

（注）上記URLは、3月17日現在のもの。

卸売業の理解と対応状況

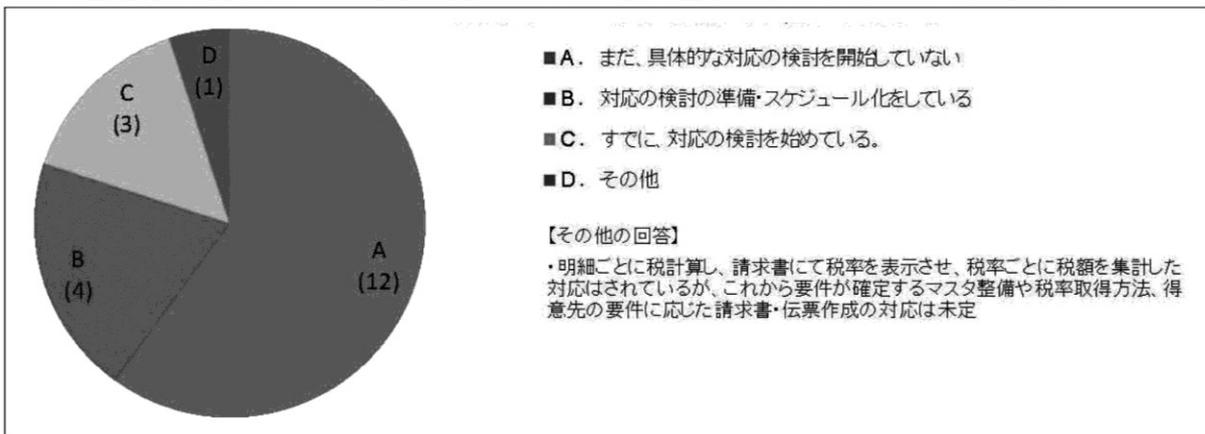
平成28年1月末時点での卸研正会員卸売業20社に、発表済み消費税軽減税率制度(案)に関する理解状況や対応状況について、アンケートを実施した結果は、以下の通り。

1. 軽減税率制度(案)について、添付資料のような内容について理解されているか、
(http://www.mof.go.jp/tax_policy/publication/mail_magazine/20151216b.pdf)
該当箇所にチェックしてください。



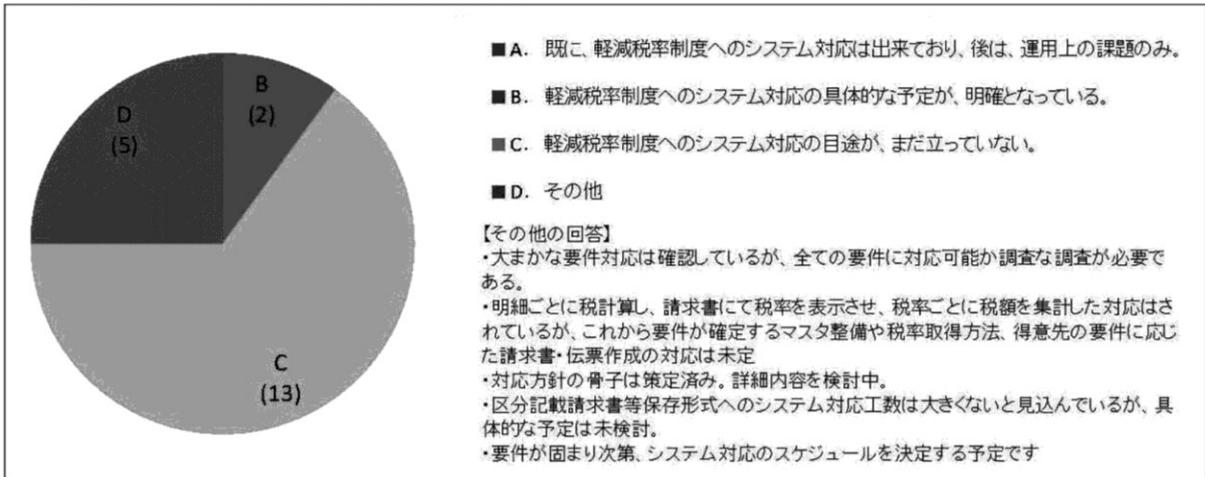
* 1月末時点で発表済みの内容の概要レベルでは、理解されている様子である。

2. 軽減税率制度(案)への対応状況について、該当箇所にチェックしてください。



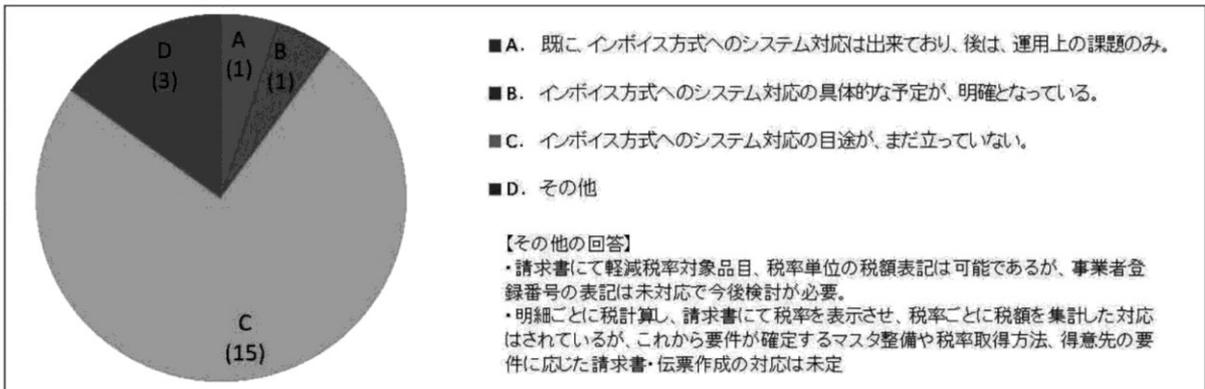
* 1月末時点では、4分の3以上の企業が、まだ準備段階で、具体的な対応の検討には入っていない状態である。

3. 現時点の軽減税率制度(案)内容を受けてのシステム対応状況について、
該当箇所にチェックしてください。



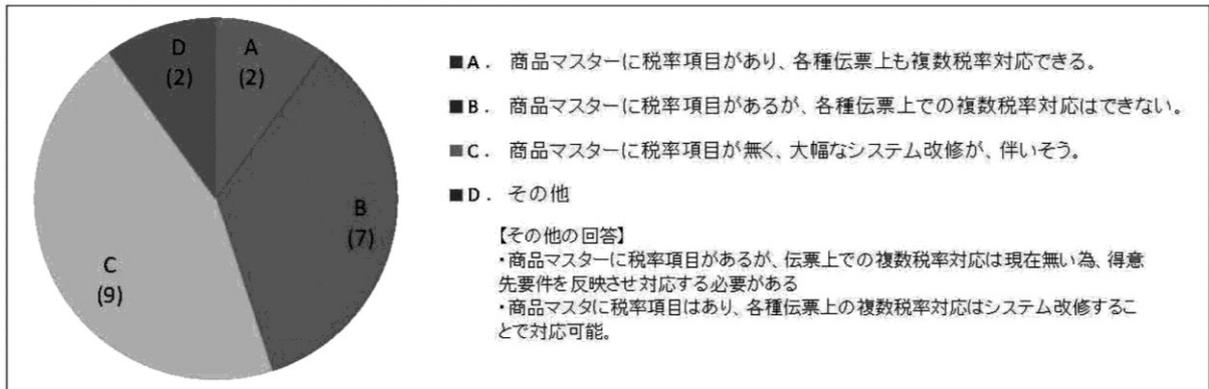
* 1月末時点では、過半数以上の企業が、システム対応の目的が、まだ立っていない状態である。

4. 適格請求書等保存方式（以下、インボイス制度）へのシステム対応状況について、
該当箇所にチェックしてください。



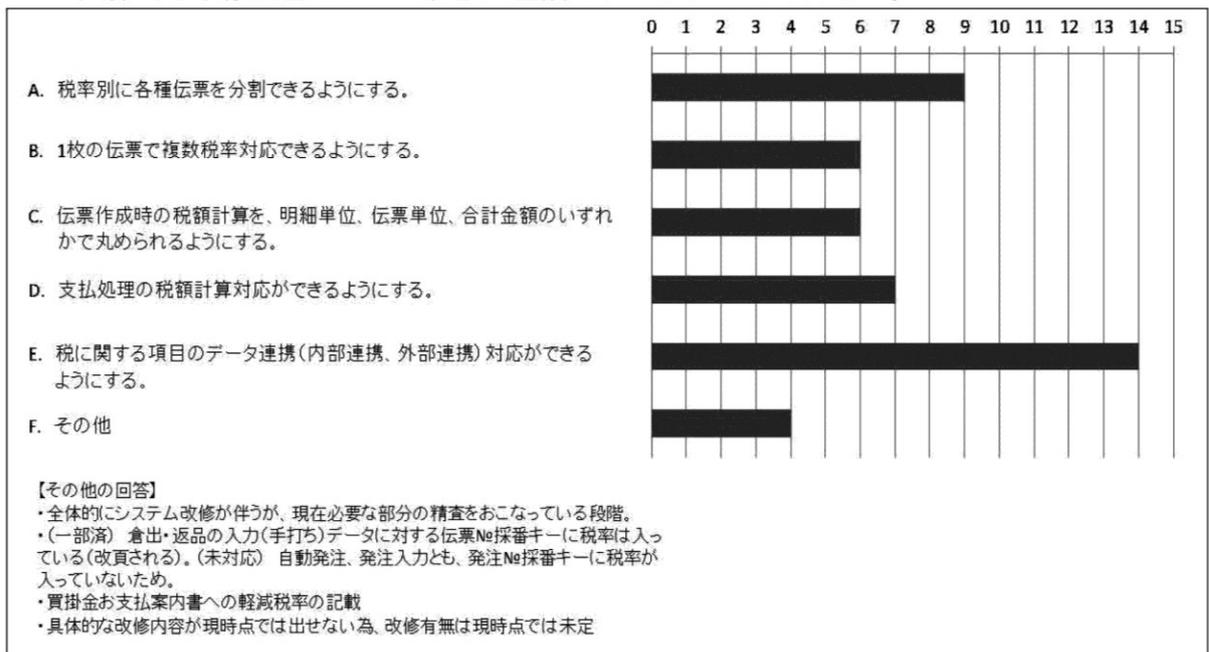
* 1月末時点では、4分の3以上の企業が、インボイス制度へのシステム対応の目的が、まだ立っていない状態である。

5. 商品別に複数税率管理ができるようにシステム対応済みか、
該当箇所にチェックしてください。



* 1月末時点では、約半数の企業が、商品マスターに税率項目が無く、大幅なシステム改修が伴いそうな状態である。

6. その他、軽減税率に対応したシステム改修が必要な場合、及び、既に対応した場合、
具体的な改修内容について、該当箇所にチェックしてください。



* 1月末時点のシステム改修状況及び、システムの改修予定状況は、上記の通り。

卸売業にとっての課題とその対応策案／軽減税率の対象（案）

平成28年1月末時点で、卸研正会員卸売業20社に、発表済み消費税軽減税率制度(案)への対応上の課題とその対応予定・対応策案について、アンケートを実施した結果と、その結果に基づき検討委員会にて検討した結果は、以下の通り。

軽減税率対象に関する疑問点については、以下の5つの質問事項にまとめられた。これらに関しては、財務省に質問事項として提出し、今後発表されると思われるQ&A結果を確認することとした。

【質問事項①】対象品目の範囲／飲食料品

- * おまけ付きの菓子などの食玩、景品付き食品などの税率はどのようになるのか？
具体的な基準を示してほしい。

【質問事項②】対象品目の範囲／一体商品

- * 食品と酒類など税率が違う商品の組み合わせ、中元、歳暮などの酒類、清涼飲料などのセット場合、税率がどうなるか？ 具体的な基準を示してほしい。

【質問事項③】対象品目の範囲／その他

- * 仕入はピン代込みであったとしても、返品でピン代返却請求時、ピン、クレート等の食品の容器代請求は、軽減税率対象外とって良いか？

【質問事項④】対象品目の範囲／その他

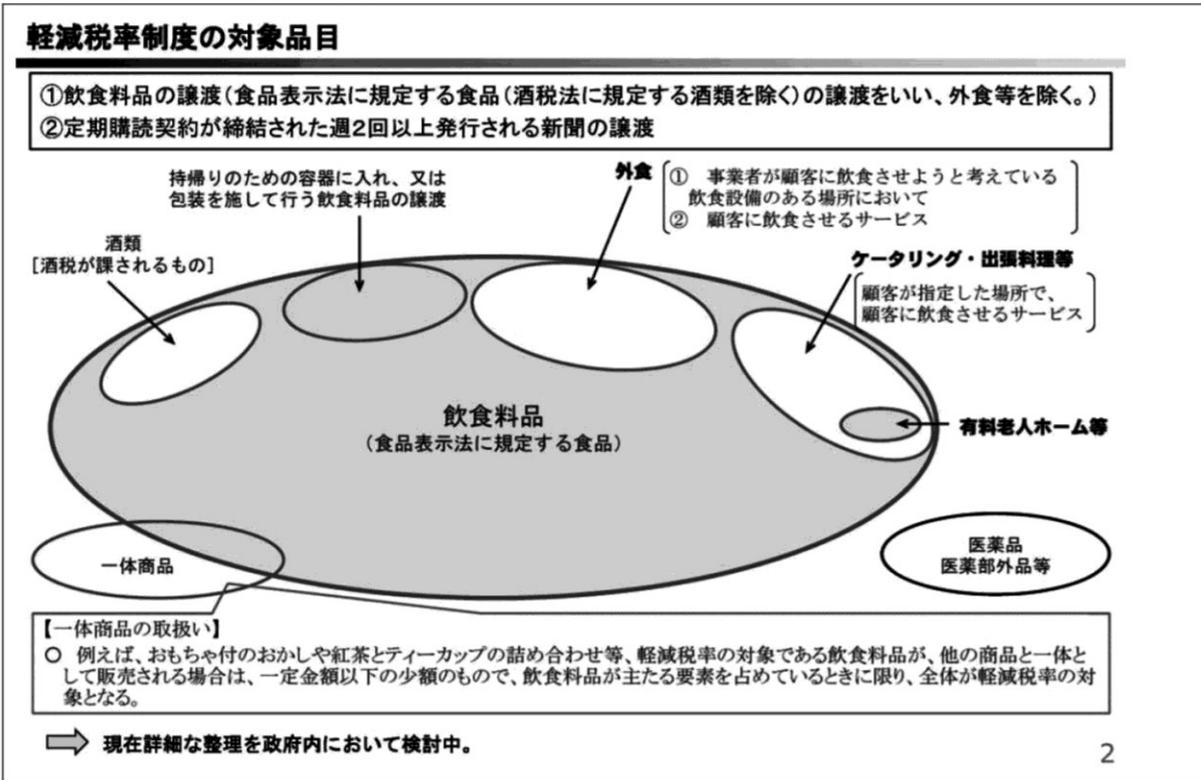
- * 卸売業者が外食サービスで提供される加工食品を販売した場合でも、軽減税率適用して良いか？（外食事業者との取引において、納品時点で店内飲食用かテイクアウト用かを確定することは困難、取扱商品によっては、小売事業者、外食事業者両者に販売されるものがあり、仕入時点では両者を区分することができない。卸売業者の段階では商品の最終提供方法は不明である為、食品かどうか（仕入先の請求税率）で税率を判断したい。）
- * 同一商品で、複数税率となることは無いとの理解で良いですか？

【質問事項⑤】対象品目の範囲／その他

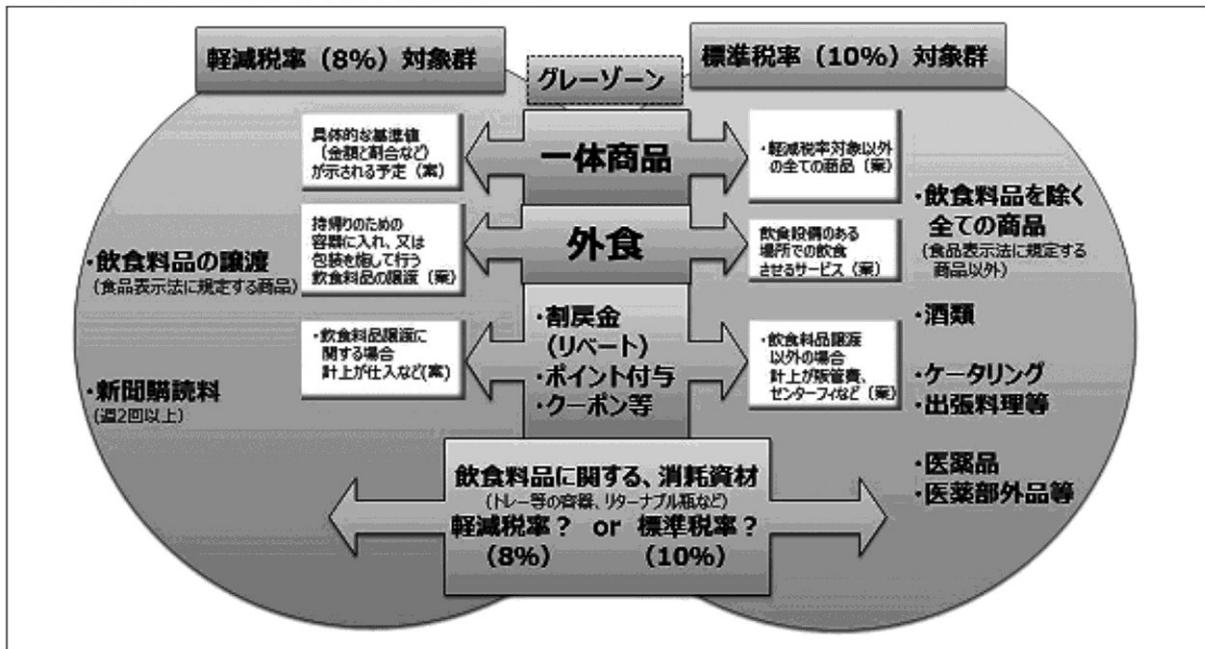
- * 明らかに軽減税率対象の商品と結び付けられる割戻金（リベート）、値引きなどは、8%を適用してよいか？（卸業界では、メーカー向け／小売業向け、卸請求／取引先請求など、様々なリベートが存在している。：詳細別表）
- * 軽減税率対象の特定商品と結び付けられないような割戻金（リベート）、販売促進費、販売手数料、センターフィ、物流サービスの補填金などは、10%として良いか？

＜参考＞ 軽減税率の対象品目(案)

＜中小企業庁発表資料より＞



＜課題整理：現段階での税率線引き図式＞



以下は、既存の発表資料より、解釈できそうなもの

<対象（8%）と解釈できそうなもの>

*加工メーカーへの納入の場合の税率は8%になるのか。

食品表示法に規定する食品（酒税法に規定する酒類を除く）の譲渡は軽減税率対象。

*食品添加物は8%か？

食品表示法第二条より、「食品」は、食品衛生法第四条第二項に規定する添加物を含む。

<対象外（10%）と解釈できそうなもの>

*消耗資材について商品別にどのような対応となるのか？

*店頭設置する販促物（POP・ディスプレイ等）や什器、マネキン代等の費用やその補填（宣伝拡売費、販促費）についての軽減税率の扱いは？

*物流サービスの補填金は10%？

*商品代金請求書の明細（伝票単位の明細行単位）にて請求される運賃代はどうなるのか？（直送分は運賃商品コードにて得意先への請求対象もあり）

前ページの軽減税率制度の対象品目①②以外は、軽減税率対象外。

<参考> 大手卸での各種リベート用語整理の事例(案)

	商品特定	定期 (月・年)	不定期	税率	特徴
販促費	可		○	8%/10%	商品に対する補てんで契約（企画書）が明確なもの（クーポン含む）
	不可			10%	チラシ代、カタログ代、写真代、什器代、販促物、商品移動運賃
価格訂正	可		○	8%/10%	販売時の税率での伝票価格に対する訂正値引伝票又は納品原価訂正
仕入割戻 リベート	可	○		8%	取引契約に基づき一定の期間・し売買実績に支払
	不可			10%	
制度費	—	○		10%	帳合維持・売上拡大に対して寄与した対価
協賛金 謝礼金 協賛金	—		○	10%	商品及び伝票特定できない商談
各種手数料	—	○		10%	データ処理料、センターフィ、EDI割引、車引き手数料

(注) 税率に関しては、想定であって、詳細確定後、確認が必要。

＜参考＞ 想定される卸業界の各種リベート対応(案)

※論理的に軽減税率対象であると明示（商品明細の証憑・データの提示など）できる場合のみ適用と考える

＜販売先：売上値引・支払リベート・売上割戻＞

凡例：●適用あり、⑩10%と思われる

	説 明	具体例・質問事項	適 用	対 応
値引 伝票	伝票に商品明細を記載し値引をす る（価格間違いなど、伝票訂正で はなく別伝票として）	値引伝票上に商品としての値引きを明 記（商品名、商品コード、数量など） したときは軽減税率適用か？ 商品が特定できないものは全て 10%？	●	軽減税率対象商品の明細が記載されて場合 は8%適用 商品明細が無い場合は10%
	卸が一括値引として、明細の表示 のない値引伝票を発行する	卸の実績で対象商品が明確になってお り、軽減税率対象として証憑を用意で きた時は適用されるか？	●	値引の対象の証憑・データを用意販売先に 渡すか、伝票に紐づけて提示できる場合は 8%適用 用意できない場合は10%
	販売先が明細の表示のない一括値 引伝票を発行する	販売先が値引伝票を発行したとき、卸 の実績で対象商品が明確にできる場 合、軽減税率対象として証憑を用意で きた時は適用されるか？ 販売先が発行した伝票の税率を修正で きるか？	⑩	販売先がどの商品に対してという提示がな い限り10% 卸が用意しても相手発行の伝票との紐づけ は難しい 修正もできないと思われる
売上 割戻・ 固定 リベート	売買金額に一定率をかけた金額を 特定期間ごとに支払う	売買実績があり、軽減税率対象の取引 を特定でき、その特定できたものだけ を対象商品に対する値引きとして8% 適用できるか？	●	卸が計算し、証憑・データを用意して支払 う場合は8%適用 ただし、販売先主導で計算されるものは、 販売先が区別したものを提示しないと適用 されないと思われる
物流 協力費・ センター フィー・ センター 手数料	物流センターに納品した商品の総 額に対して、一定率をかけた金額 を特定期間ごとに支払う	売買実績があり、軽減税率対象の取引 を特定できる。その特定できたものだ けを商品に対する値引きとして8%適 用できるか？ 物流手数料として考えると10%？	⑩	物流手数料であるので、該当商品があつて も10%
	物流センターに納品した梱数に対 して、一定額をかけた金額を特定 期間ごとに支払う	物流手数料として10%？	⑩	物流手数料であるので、該当商品があつて も10%

EDI EOS 手数料	EDIのデータ件数に対して、一定金額をかけた金額を支払う	<p>売買実績があり、軽減税率対象の取引を特定できる。その特定できたものだけを商品に対する値引きとして8%適用できるか？</p> <p>通信手数料として考えると10%？</p>	⑩	通信手数料であるので、該当商品があっても10%
	EDI取引に対して、一定金額を支払う	通信手数料として考えると10%？	⑩	通信手数料であるので10%
チラシ・ 特売 協賛	チラシに出す代金として、または特売をする商品に対して一定額を支払う	<p>販促金として10%？</p> <p>商品を明記しているが数量に関係なく一定額を支払うときは？</p>	●	<p>一定額でも商品取引を明記した証憑・データに対しての支払であれば8%適用、無ければ10%</p> <p>チラシ代補てんの意味合いであれば10%</p>
	チラシに出す代金として、または特売をする商品に対しての売買金額に一定率、数量に対して一定額をかけた金額を支払う	<p>販促金として10%？</p> <p>商品を明記して販売金額に一定率、個数に一定額をかけた金額を支払う場合は？</p>	●	商品の売買実績明細を販売先から提示（証憑・データの提示）があるときは8%、無ければ10%
	特売で目標額に達成したとき、販売金額に対して一定率をかけた金額を支払う	<p>販促金として10%？</p> <p>商品を明記して販売金額に一定率、個数に一定額をかけた金額を支払う場合は？</p>	●	商品の売買実績明細を販売先から提示（証憑・データの提示）があるときは8%、無ければ10%
協賛金・ 謝礼金・ 奨励金	ある企画に対して一定額を支払う (フェアを行う、商品の写真を撮る、特別な什器を用意する、顧客に対して付加サービス(送料無料など)を与える・・・)	<p>販促金として10%？</p> <p>商品ではなく、イベントやサービスに対して支払う場合は販促費10%</p>	⑩	フェア参加費・コマ代、什器代や送料であれば経費負担として10%
	特定期間の商品売買実績に一定率をかけた金額を支払う	<p>売買実績があり、軽減税率対象の取引を特定でき、その特定できたものの商品に対する値引きとして8%適用できるか？</p> <p>販促金として考えると10%？</p>	●	販売先から商品取引を明記した証憑・データに対しての支払であれば8%適用、無ければ10%

販促費・協賛金・奨励金	ある企画に対して仕入先・メーカーが一定額を販売先に支払うが、卸が立替で支払う（チラシ・フェア・展示を行う、特別な什器を用意する、顧客に対して付加サービス（送料無料など）を与える、カタログ代、商品移動運賃など・・・）	仕入先・メーカーが販売先に支払金額を立て替える場合、販促金立替として10%？	⑩	販促費の立替であり、卸の商品取引とは関係ないため10%
クーポン	販売先が発行した食品に対してのクーポンで、顧客への販売実績に応じて値引いた金額を補填する 仕入先・メーカーの立替払い	特定商品に対して顧客へ値引いた実績の証憑であり、軽減税率対象になるか？	●	クーポン券自体が特定商品の取引の証憑として8%
	メーカーが発行した食品に対してのクーポンで、顧客への販売実績に応じて値引いた金額を補填する 仕入先・メーカーの立替払い	特定商品に対して顧客へ値引いた実績の証憑であり、軽減税率対象になるか？	●	クーポン券自体が特定商品の取引の証憑として8%
廃棄補填	商品を返品せず廃棄を販売先が行うとき、一定額を支払う、または商品の個数に一定額をかけた金額を支払う	返品をせずに、販売先が商品を廃棄したとき、商品金額として支払われる場合は適用されるか？	●	販売先から商品取引を明記した証憑・データに対しての支払であれば8%適用、無ければ10%
	商品廃棄にかかる費用を支払う	食品を廃棄する手数料であるので10%か？	⑩	廃棄手数料であるので10%

(注) 摘要欄の税率に関しては、想定であって、詳細確定後、確認が必要。

※論理的に軽減税率対象であると明示（商品明細の証憑・データの提示など）できる場合のみ適用と考える
 <仕入先：仕入値引・受取りレポート・仕入割戻・仕入諸掛> 凡例：●適用、⑩10%と思われる

	説明	具体例・質問事項	適用	対応
値引 伝票	対象商品に対して、伝票に商品明細を記載し値引をする（価格間違いなど、伝票訂正ではなく別伝票として）	値引伝票上に商品としての値引きを明記（商品名、商品コード、数量など）したときは軽減税率適用か？ 商品が特定できないものは全て10%？	●	軽減税率対象商品の明細が記載されて場合は8%適用 商品明細が無い場合は10%
	卸が一括値引として、明細の表示のない値引伝票を発行する	卸の実績で対象商品が明確になっており、軽減税率対象として証憑を用意できた時は適用されるか？	●	値引の対象の証憑・データを用意し卸が仕入先に渡すか、伝票に紐づけて提示する場合は8%適用 用意しない、できない場合は10%
	仕入先が明細の表示のない一括値引伝票を発行する	仕入先が値引伝票を発行したとき、仕入先の実績で対象商品が明確にして証憑を用意できた時は適用されるか？	●	値引の対象の証憑・データを用意し、仕入先が卸に渡すか、伝票に紐づけて提示する場合は8%適用、無い場合は10%
仕入 割戻・ 固定 レポート	売買金額に一定率をかけた金額を特定期間ごとに仕入先が支払う	売買実績があり、軽減税率対象の取引を特定できる商品に対するレポート・割戻は8%適用されるか？	●	レポート・割戻対象の商品取引の証憑・データを用意し、仕入先から卸に提示できる場合は8%適用 用意できない場合は10%
	請求書引き：請求金額に一定率をかけた金額を仕入先が値引く	請求書上で商品が特定できており、その商品に対しての値引であるため適用されるか？	●	請求書引き対象の商品取引の証憑・データを用意し、仕入先から卸に提示できる場合は8%適用 用意できない場合は10%。
	伝票引き：伝票金額に一定率をかけた金額を仕入先が値引く	伝票上で商品が特定できており、その商品に対しての値引であるため適用されるか？	●	伝票引きは伝票上での値引であるので、明細行に対して提示しているため該当商品は8%適用
達成 レポート	特定期間の売買金額に応じ一定金額を超過した場合に、売買金額に一定率をかけた金額を特定期間ごとに仕入先が支払う	売買実績があり、軽減税率対象の取引を特定できる。その特定できたものだけを商品に対する値引きとして8%適用できるか？	●	達成レポート対象の商品取引の証憑・データを用意し、仕入先から卸に提示できる場合は8%適用 用意できない場合は10%

物流 手数料・ センター 手数料・ 車引き	物流センターに納品した商品の総額に対して、一定率をかけた金額を特定期間ごとに仕入先が支払う	売買実績があり、軽減税率対象の取引を特定できる。その特定できたものだけを商品に対する値引きとして8%適用できるか？ 物流手数料として考えると10%？	⑩	物流手数料であるので、該当商品があっても10%
	仕入れる商品が指定する満載量（10t 車に満載になるケース数など）に達したとき、その取引に対して一定額または、該当仕入額に一定率をかけた金額を仕入先が値引く	売買実績があり、軽減税率対象の取引を特定できる。その特定できたものだけを商品に対する値引きとして8%適用できるか？ 物流手数料として考えると10%？	⑩	物流手数料であるので、該当商品があっても10%。
EDI 手数料	EDIのデータ件数に対して、一定金額をかけた金額を仕入先が支払う	売買実績があり、軽減税率対象の取引を特定できる。その特定できたものだけを商品に対する値引きとして8%適用できるか？ 通信手数料として考えると10%？	⑩	通信手数料であるので、該当商品があっても10%
価格 補償・ 粗利 補償	特定販売先に対し仕入先と合意し、特定商品に特別な販売価格条件を出し、販売個数に一定金額かけたり、販売金額に一定率をかけた金額を請求する	卸の販売実績で対象商品が明確にできる場合、軽減税率対象として、証憑を用意できた時は適用されるか？	●	補填・補償の対象の証憑・データを用意し仕入先に渡すか、伝票に紐づけて提示する場合は8%適用 用意できない場合は10%
販促費・ 協賛金・ 奨励金	ある企画に対して仕入先・メーカーが一定額を販売先に支払う立替を仕入先が支払う (チラシ・フェア・展示を行う、特別な什器を用意する、顧客に対して付加サービス(送料無料など)を与える、カタログ代、商品移動運賃など・・・)	メーカーが仕入先に支払金額を立て替える場合は？ 販促金として10%？	⑩	経費の立替であり、卸の商品取引とは関係ないため10%

クーポン	仕入先が発行したクーポンで顧客への販売実績に応じて値引いた金額を仕入先が補填する 仕入先・メーカーの立替払い	特定商品に対して顧客へ値引いた実績の証憑であり、軽減税率対象になる？	●	クーポン券自体が特定商品の取引の証憑として8%
	メーカーが発行したクーポンで顧客への販売実績に応じて値引いた金額や一定額を補填する 仕入先・メーカーの立替払い	特定商品に対して顧客へ値引いた実績の証憑であり、軽減税率対象になる？	●	クーポン券自体が特定商品の取引の証憑として8%
仕入諸掛	軽減税率対象の仕入伝票に運賃やその他経費が記載されている場合、商品の原価に算入する	原価に参入するときあるが適用する税率は？ 商品が特定できているが、対象の費用は軽減税率対象から外れるため対象外？	⑩	1伝票に複数税率になるため、伝票を分けるなどの処置が必要。
廃棄補填	商品を返品せず廃棄を卸が行うとき、一定額を支払う、または商品の個数に一定額をかけた金額を支払う	返品をせずに、卸が商品を廃棄したとき、商品金額として支払われる場合は適用されるか？	●	卸から商品取引を明記した証憑・データを提示した場合の支払であれば8%適用、無ければ10%
	廃棄費用を支払う	廃棄手数料であるので10%か？	⑩	廃棄手数料であるので10%

(注) 摘要欄の税率に関しては、想定であって、詳細確定後、確認が必要。

【質問事項⑤】の元となる具体的な質問事項

- * 割戻計算を選択した場合は、伝票については税率表記のみで良いのか？
(税額を表記した場合請求書で割戻した税額と異なる場合が発生する)
- * メーカーと小売の税率の認識違いによる差異が発生する可能性があるが、
リベートに対する消費税の扱いはどうなるのか？
- * リベート条件(仕入)は元となる取引(商品)の消費税率適用で良いか？
また謝礼金についてはどうか？
- * センター手数料や販売手数料(ボランティアチェーンの本部費や陳列手数料など)に
ついての軽減税率の扱いはどうなるのか？
- * 諸掛・リベート【支払・受入】・センターフィ等の軽減税率の扱いが分からない。
食品の金額、酒類の金額と分けて計算しなければならないのか？
- * 売上/仕入通常取引後にインセンティブとして発生する各種リベート条件(各割戻金や
拡売金の各種リベート、奨励金など)についての軽減税率の扱いはどうなるのか？
- * 商品売上に紐付かないリベート計算をどうするか。内容に応じて分けてエントリーする？
- * メーカーへのリベートについて、8%分をどのように特定できるか？(税率の条件を明
記して契約書を交わし、それに基づきシステム・又は運用で算出してよいか。)
- * 販売促進金のチラシ代、展示会コマ代は10%か？キャンペーン協力金は8%？
- * リベートの中には、商品に対する税と商品にかかる作業に対する税の区分けをする必要
あるのか？(社内と社外あり)リベートに対する税金のかけ方は？
(商品の対価にかけるリベートもあり。)
- * 小売のクーポンを企画を使用した際、クーポン企画対象品が複数税率の場合の社内処理
の税率。小売りにクーポン、リベートは税率を分けて請求してもらわなければならない。
- * 商品値引きと異なるリベートはどの範囲までが対象か明確になるのか(販促金請求書＝
物流補填、センターフィ、移動運賃代、写真代、カタログ代等の販促費用の請求)
- * 売掛金照合、買掛金照合、未収リベート照合において、消費税額をどのように取り扱うか？
- * リベート・雑収入(展示会小間代、実績代)入金時、仕入先・メーカーから頂く支払明
細表示は税別表記が徹底されるのか？
- * リベートの支払いについて、小売業者が区分別又は適格請求書を作成することとなるの
か？そもそもベンダーが計算して支払うので請求書は必要か？
- * 売上(売掛金)や仕入(買掛金)の減額に係わる処理(返品や請求時値引/即引き条件
含む値引)についての軽減税率の扱い。
- * 売掛金相殺・値引き項目/科目の判断について、取引先からの相殺税率に合わせて処理
でいいのか？(税率の判断がわかりづらいもの販促費/キャンペーン的なもの)
- * 売掛金相殺・値引き項目/科目の判断について、取引先の相殺税率と当社の税率が違う
場合が発生？値引扱い/販促費扱いで税率が違うのでは・・・？
(現状の調査・整理から、現状の相殺・値引き項目内容の理解が必要。)
- * 税率別の商品値引き対応(商品価格補償など)は、税率別の入力画面対応か値引き項目
入力で対応する。

卸売業にとっての課題とその対応策案／税率の設定（案）

税率の設定に関しては、混乱を避けるために、そもそも、軽減税率制度(案)の対象となるかどうかは、製造元の判断となるため、商品の製造元が設定し、その商品毎に設定された税率を流通各者が使用するという意見があった。下記対応策案は、各社案の例。

（注）軽減税率対象か否かをどこで決めるかを明確にしておかないと流通各層で混乱が生じる。

例） 卸から請求がなく、小売業から支払通知だけがかかる場合に、軽減税率の設定が誤っていたときなど。

→ 本体価格では違算が無いが、消費税額で違算が発生すると違算の特定ができないと考えられる。

例） 軽減税率対象と以外の口座を分けて取引する場合、軽減税率対象の口座に対象外商品の取引が発生したときなど。

→ ターンアラウンド伝票での取引であると、口座を分ける場合発注から分けられていないと伝票を分けられない、＝ 口座が分けられない。

伝票明細行を口座ごとに分けることは、違算が発生したり、個別のシステム改修が必要になるなどで対応が難しい。

【質問事項①】 その他

*得意先・仕入先と税率が異なった場合の対応方法について、どちらに合わせるべきなのか？ 対象品目の確認を行ったうえで、基本は、川上（仕入先）の決めた税率に合わせてよいか？

【質問事項②】 仕入税額の計算方法／その他

*税が8%の時に購入した酒類の返品は平成29年4月以降でも8%になるのか？今回も経過措置はあるのか？を教えて欲しい。（前回のように期限内の返品については旧税率にて計算する経過措置なら対応可能だが、追加措置がある場合は内容によってはプログラム改修が必要。）

【想定課題①】 税区分の決定方法と、製・配・販の連携体制について。

*税率判断の難しい商品もあるので、製造元から税率を明記し卸へ連絡が必要ではないか？

*決定はどこがするのか、川上と川下の連絡はどのようにするのか。

*商品マスターへの税率区分について。

⇒ [対応策案] (例) メーカーからの商品マスタ登録時に入力してもらう。

(例) メーカーより税率区分情報を収集し、各流通段階で維持・管理を行う。

(例) 基本J I Iと連携して社内商品マスターを登録する。

【想定課題②】 税率単位の伝票分類を指示される場合、小売側意図的に分類、部門を分けた発注を依頼したい。

⇒ [対応策案] (例) 得意先部門単位での変換により、税率単位での伝票分割を可能とする。

卸売業にとっての課題とその対応策案

／適格請求書等保存方式（インボイス制度）関連（案）

＜適格請求書等保存方式の導入は、平成33年4月から＞

インボイス制度などに関する疑問点については、以下の10の質問事項にまとめられた。これらに関しては、財務省に質問事項として提出し、今後発表されると思われるQ&A結果を確認することとした。

【質問事項①】 区分記載請求書／記載事項／軽減税率の対象品目である旨

* 「軽減税率の対象品目である旨」を記載することとなっているが、食品卸会社の場合、軽減税率対象品目に※印をつけるようにすると、ほぼ全部の行に※印がつくことになる。注意書き（※印がついている品目は標準税率対象、それ以外は軽減税率対象 など）をする前提で、表現を逆にしても良いか？

【質問事項②】 適格請求書／記載事項／請求書発行者の氏名・名称、登録番号

* インボイス制度には事業者番号の記載が義務化されているが事業者番号とは何か。マイナンバーの法人番号か。法人番号を持たない個人事業主の番号は、どうなるのか？
⇒ [対応策案] (例) 請求書の指定位置に事業者番号が出力されるようプログラムの改修が必要。

【質問事項③】 適格請求書／記載事項／請求書発行者の氏名・名称、登録番号

* リポート支払明細にも、事業者番号を入れて通知が必要か？

【質問事項④】 適格請求書／記載事項／取引年月日

* 事業者との売買において請求日基準の違い（出荷日請求≠入荷日支払）により、支払保留となった場合、インボイス制度ではどのような扱いとなるのか？
（インボイス制度と消費税申告との関係はどのようになるのか？）
* 事業者との売買において請求日基準の違い（出荷日請求≠入荷日支払）により、支払保留となった場合、仕入計上されていない取引について、取引先より品代＋消費税が請求された場合の消費税の処理はどうなるのか？

【質問事項⑤】 適格請求書／記載事項／取引の内容

* 適格請求書、区分記載請求書の対象は事業者間の取引におけるものと考えてよいのか？
消費者向けのもの（レシート）は対象ではないのか？

【質問事項⑥】 適格請求書／記載事項／消費税額等

*インボイス制度の導入にて、繰越残の扱いに触れられていない。繰越残も税率別に表記しなければならないのか。

⇒ [対応策案] (例) 売掛残も税率別に管理できるようにプログラムの改修が必要。
但しその場合取引先様からの入金も税率別に案内してもらえるのか
疑問。

【質問事項⑦】 適格請求書／記載事項／消費税額等

*インボイス制度が始まって、請求書単位で消費税の計算をしても良いか？

*伝票明細単位あるいは伝票単位で消費税計算する必要がある場合、円未満の端数処理方法を統一して欲しい。(消費税額アンマッチ防止の為)

【質問事項⑧】 適格請求書／記載事項／消費税額等

*請求書を発行しない請求 EDI でも、軽減税率の表記等が必要か？

【質問事項⑨】 請求書／交付義務

*計上支払の小売など請求書を送付していない得意先に対して、インボイス制度対応について扱いはどうなるのか？ 請求書を必ず発行しなければならないという事か？

請求書発行要不要の法整備を明確に出してもらいたい。

(現状の請求書レスの実態、現行のパターン例：詳細別表)

⇒ [対応策案] (例) CVS 等取り扱が多い企業へも請求書を出力が必要となるのか、
インボイス正式導入前までに確認。

【質問事項⑩】 適格請求書／交付義務

*1枚の伝票で複数税率すべきなのか、税率毎に伝票を分けていいかの判断が読み取れない。

1枚の伝票で複数税率すべきであればシステム改修が大きなものとなる。

以下は、既存の発表資料より、解釈できそうなもの。

*インボイス制度導入後、請求書等の交付義務ありとなっているが書面の出力が必要となるか。 ⇒ 電磁的記録も可

所得税法等の一部を改正する法律案要綱

五 消費税法の一部改正(第5条関係)

4 適格請求書等保存方式を次のとおり導入することとする。

(2) 適格請求書発行事業者の義務等(消費税法第57条の4関係)

- ③ 適格請求書発行事業者が、あらかじめ、課税資産の譲渡等を受ける他の事業者(免税事業者を除く。)の承諾を得たときは、適格請求書の交付に代えて適格請求書の記載事項に係る電磁的記録の提供をすることができる。

<参考> 卸業界の請求書レスの実態と請求書の種類の例(案)

(大手卸売業の2016年2月締め請求データ数の例)

		データ数	構成比	金額	構成比
一般請求先	自社既製請求書	587,592	8.60%	1,177,634,655	7.86%
専用請求先	紙での請求書(得意先対応)	87,710	1.28%	51,626,330	0.34%
	エクセル等での請求	846,845	12.39%	2,427,507,801	16.20%
	請求EDI	2,209,781	32.32%	4,854,442,716	32.39%
	請求なし	3,104,254	45.41%	6,474,367,573	43.20%
	合計	6,836,182		14,985,579,075	

(大手卸売業の請求書の種類の例)

No	請求書の種類	内容
①	鑑	当月のお買上額、消費税額、請求額の合計を表示 税率毎の税抜額、消費税額の合計を表示
②	明細(明細単位)	伝票明細単位のお買上額を表示
③	明細(伝票単位)	伝票単位のお買上額を表示
④	店別合計	店舗別のお買上額合計を表示
⑤	得意先指定請求書	得意先指定フォーマット
⑥	得意先指定請求データ	得意先指定フォーマット、流通BMS

(想定される請求書の記載事項)

現行	区分記載請求書保存方式	適格請求書保存方式 (インボイス制度)
請求書発行者の氏名又は名称 取引年月日 取引の内容 対価の額 請求書受領者の氏名又は名称	左記に追加して、 軽減税率の対象品目である旨 税率ごとに合計した対価の額	左記に追加して、 登録番号 消費税額 ※交付義務有

(大手卸売業の請求書パターンと想定対応の例)

No	請求のパターン	区分記載請求書保存方式 適用時の対応	適格請求書保存方式 適用時の対応	企業数	明細 行数
①	鑑+明細(明細単位)	鑑: 税率ごとに合計した対価の額が表示されているので変更無 明細: 軽減税率対象の明細に印をつけるよう変更	鑑: 税率ごとに合計した対価の額、消費税額が表示されているので 登録番号のみ表示するよう変更 明細: 区分記載請求書保存方式と同様	500	5万
②	鑑+明細(伝票単位)	鑑: 税率ごとに合計した対価の額が表示されているので変更無 明細: 軽減税率対象の明細に印をつけるよう変更 (確認事項1)	鑑: 税率ごとに合計した対価の額、消費税額が表示されているので 登録番号のみ表示するよう変更 明細: 区分記載請求書保存方式と同様	100	2万
③	鑑+明細(明細単位) +店別合計	①と同じ	①と同じ	200	58万
④	鑑+明細(伝票単位) +店別合計	②と同じ	②と同じ	30	42万
⑤	得意先指定請求書 ・鑑情報のみ ・鑑+明細情報 ・明細情報のみ	得意先からの指定書式変更要請に従い変更 (確認事項2)(確認事項3)	得意先からの指定書式変更要請に従い変更 (確認事項2)(確認事項3)	10	1千
⑥	得意先指定請求データ(伝票又は明細)	得意先からの指定書式変更要請に従い変更 (確認事項2)(確認事項3)	得意先からの指定書式変更要請に従い変更 (確認事項2)(確認事項3)	130	230万
⑦	得意先指定請求データ(伝票又は明細) +得意先指定請求書(鑑情報のみ)	得意先からの指定書式変更要請に従い変更 (確認事項2)(確認事項3)	得意先からの指定書式変更要請に従い変更 (確認事項2)(確認事項3)		
⑧	得意先指定請求データ(伝票又は明細) +鑑+店別合計	鑑: 税率ごとに合計した対価の額が表示されているので変更無 明細データ: 得意先からの変更要請に従い軽減税率対象の明細に印をつけるよう変更 (確認事項2)	鑑: 税率ごとに合計した対価の額、消費税額が表示されているので 登録番号のみ表示するよう変更 明細データ: 区分記載請求書保存方式と同様 (確認事項2)		
⑨	請求書、請求データなし	(確認事項4)	(確認事項4)	170	656万

(確認事項1) 伝票単位明細の場合、伝票内に1明細でも軽減税率対象品目があれば印をつける対応で問題ないか。

(確認事項2) 得意先の指定請求書(又はデータ)で要件を満たしていない場合、別途要件を満たした請求書の提出が追加が必要か。

(確認事項3) 現在明細情報の提出をしていない場合、軽減税率の対象品目である旨を記載した明細が新規が必要か。

(確認事項4) 現在請求書の提出をしていない場合、要件を満たした請求書の提出が新規が必要か。

(注1) 明細が無い取引: ②、④、⑥⑦⑧の一部。

(注2) ⑥⑦⑧は、区分記載請求書保存方式となった場合、EDIの変更が必要になる。

卸売業にとっての課題とその対応策案

／請求書、その他帳票、手続き関連（案）

出来るだけ混乱を避けるために、これまでの、税を意識しない処理方法に近い、税率毎に請求書（口座）を分けるという方式も、考えられる。但し、取引先より、異なる処理方式を指定された場合は、相対で取り決める。請求書、その他帳票、手続きに関する課題及び、対応策案は下記の通り。対応策案は、各社案の例。

【想定課題①】インボイス制度への対応のタイミング

⇒ [対応策案] (例) 詳細が確定次第、対応の検討を行なう。

(例) 請求書発行システムの変更、平成33年からではなく平成29年の軽減税率導入時に変更。

【想定課題②】税率毎に請求書（口座）を分けるべきかどうか。

税率毎に口座（取引先コード）を分けるとなると、卸側の改修工数がかなり増えることが予想される。また例として取引先コードを分けると物流面での課題、オリコンの増加等も懸念される。

⇒ [対応策案] (例) 当面は、税率毎に伝票を分ける方式で対応する。

(例) インボイス制度の詳細が確定次第、対応の検討を行なう。

【想定課題③】自社発行分を行う返品伝票等の複数税率対応。

⇒ [対応策案] (例) 当面は、税率毎に伝票を分ける方式で対応する。

【想定課題④】税率の間違いにより発生した違算をどのように把握できるか。

⇒ [対応策案] (例) システムで税率違いによる違算を把握するのは難しいため、手作業による業務運用で見つける。

【想定課題⑤】税率の間違いにより発生した違算をどう処理するか。

⇒ [対応策案] (例) 当社が間違っている場合は当社訂正処理を行う、得意先が間違っていた場合は雑収・雑損扱いで対処する、など基本運用で対応する。

【想定課題⑥】支払明細先の売掛照合。

⇒ [対応策案] (例) 税抜き価格での照合にして税は別途照合が必要か検討、それに合わせ税の違いの処理方法（税調の範囲）を検討。

【想定課題⑦】得意先単位で対応が違うと思われる点（伝票、請求書、支払明細書ほか）
⇒ [対応策案]（例）最終的には、力仕事で行うしかないと思う。（前回の増税時同様
ぎりぎりにならないと判明しない得意先が出てくる恐れがある）

【想定課題⑧】小売店からのEOS発注データに同一番号に複数税率商品が混在した場合の
対応。

⇒ [対応策案]（例）10%（8%）対象商品をゼロ訂正をして、手入力伝票にて納品を行う。
小売店ごとに対応がある為確認必要。小売店、卸、メーカーの税率区分
に対し、チェックが必要。

【想定課題⑨】小売店発行の返品伝票について。

⇒ [対応策案]（例）10%（8%）対象商品をゼロ訂正をして、手入力伝票にて納品を行う。
小売店ごとに対応がある為確認必要。小売店、卸、メーカーの税率区分
に対し、チェックが必要。

【想定課題⑩】伝票、請求書など得意先要件をどのように保持するか。

⇒ [対応策案]（例）データ交換上の消費税率の項目の見直しに、改修工数を要する。

【想定課題⑪】売掛金請求書/請求明細書の表示について。

・軽減税率/標準税率毎の記載が必要。

⇒ [対応策案]（例）表示方法の変更<請求書（鑑）/請求明細書/売上传票>、取引先から
の処理（入金）パターンの確認も、相互で照合しやすい表示・請求形態に
する必要がある。

【想定課題⑫】請求書交付義務が出来る事により、特に内税先は色々な対応が必要になると
予測される。

⇒ [対応策案]（例）現場運用で伝票発行を行う、EDI先はEDIシステム変更が必要。
（難易度：高、工数：大、対応得意先数：多、が予測される）

卸売業にとっての課題とその対応策案／流通 BMS、EDI 関連（案）

流通 BMS、EDI に関する課題及び、対応策案は下記の通り。対応策案は、各社案の例。
流通 BMS に関しては、当面、現行通りとし、詳細が確定次第、検討を行なう予定。

【想定課題①】流通 BMS では現在どのデータ種も税率は任意項目となっている。必須になるのか。取引先様毎に任意、必須が分かれないうようにしてほしい。（変更内容に伴いプログラムの改修が必要だが、変更内容が未定のため、対応予定も未定。）

⇒ [対応策案]（例）いまのところ、必須にする予定はない。

（流通システム開発センターの見解）

⇒ [対応策案]（例）EDI 上の税率は使用せず当社商品マスター上の税率を使用している。

【想定課題②】流通 BMS で 1 伝票複数税率の対応ができないが、CR 等が間に合うのか？

⇒ [対応策案]（例）いまのところ、1 伝票複数税率対応ができるようにする予定はない。

開発時受発注時に取引番号単位で、税率／税区分／税額合計金額の記載が必要と整理した。（次ページ参照）

【想定課題③】（発注・入荷／直送・仕入・買掛）1 発注No.内で複数税率を混載させない制御が必要。

⇒ [対応策案]（例）自動一括発注の場合、発注No.採番キーに税率を追加する必要がある。

商品指定発注の場合、入力画面に税率チェックを追加する必要がある。

【想定課題④】発注時に、複数税率商品を同一番号に混在しないようにする。

⇒ [対応策案]（例）発注時に商品マスター税率区分単位で制御する。

【想定課題⑤】EOS外発注（追加発注）で受注入力を行う場合、1 伝票No.内に複数税率を混載させない制御が必要。

⇒ [対応策案]（例）伝票No.採番キーに税率、請求口座を入れる。

<参考> 流通 BMS における複数税率対応について

1. 複数税率対応を基にした設計

1-1. 開発時からの検討

- 流通 BMS では、検討開始時から税に関する様々な可能性を考慮。
 - 税率の桁数
 - ✓ 海外の状況も考えて、整数部2桁、小数点以下1桁、として税率のデータ項目定義を行った。
 - 税区分の内容
 - ✓ 新たな税区分が必要となった時点で、必要に応じて検討を行う。
 - 今回の軽減税率対応では、項目追加は無し。
 - 税率の数字で軽減か標準かを判断。
 - 複数税率
 - ✓ 実際の運用（発注する単位や請求書作成単位）を考慮し、メッセージ階層構造を定義した。

2. 流通 BMS のメッセージ構造

2-1. 流通 BMS メッセージの基本的構造について

- 流通ビジネスメッセージ標準の各メッセージは、5つの部分から構成される。
 - ①SBDH※、②宛先ヘッダー、③発注ヘッダー、④取引ヘッダー⑤明細
- ※STANDARD BUSINESS DOCUMENT HEADER の略

2-2. 発注メッセージ、出荷メッセージ、受領メッセージ

- 取引ヘッダーに、税率、税区分、税額合計金額
- 明細に、税額のみ

2-3. 請求メッセージ、支払案内メッセージ

- 明細に、税率、税区分、税額合計金額

3. 今後の課題

3-1. 請求書方式対応

- 請求時に要求されること（仮定）
 - 請求書の発行が義務付けられる？
 - 経理業務の作業平準化やキャッシュフローの早期把握などに大きな効果があったが、請求情報を起点とした処理に戻すことは作業負担増となる
 - 適格請求書発行事業者の登録番号の記載が必要となる？
 - 請求時に登録番号を記載して送る？
 - 受発注時にも登録番号の交換が必要か？

⇒ 詳細が確定次第、検討を行なう予定。

卸売業にとっての課題とその対応策案／要望事項（案）

<国に対する要望事項>

【要望事項①】 軽減税率制度の廃止又は施行日を延期できないか。

* 大幅なシステム改修が必要なうえ、ルールが曖昧で整備できていない状態でのスタートは、業務に大きな混乱をまねくりスクがあるため。

【要望事項②】 国で一般消費者に分かり易い伝え方を出してほしい。

* 食品の定義が不十分、健康機能食品や医薬外部品や指定医薬外部品等消費者に分かりづらい。

* 軽減税率対象が不明確、具体的な対象品目の決定と公表はいつ頃となるのか？

【要望事項③】 公式の相談窓口となる場所を設置してほしい。

* 取引先（食品加工業者及び小売事業者）と見解の相違が生じた場合など、また、そこでおきた内容をインターネット等で広く公開し、情報共有できる場を設けてほしい。

【要望事項④】 得意先からの不当値下げ要求に対し、厳格な処罰適用を望む。「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法」の延長をしてほしい。

* 法律改正が行われない限り、特別措置法は、平成30年9月30日限りでその効力を失う。

【要望事項⑤】 現在の総額表示義務の特例を恒久化してほしい。

* 平成30年9月30日までは、特別措置法（平成25年法律第41号）により、総額表示を要しないこととされているが期日経過後は総額表示が義務化されるのか。それとも廃止となるのか、義務化となれば総額でのデータ交換対応も必要となる。

【要望事項⑥】 返品の新税率適用期間を国で決めてほしい。

* 小売毎にバラバラで期間も長いことが前回の改定で大変混乱した。

【要望事項⑦】 軽減税率導入に伴う元帳レイアウトの変更については、電子帳簿保存の変更の届出手続きを免除してほしい。

<各業界団体などに対する要望事項>

【要望事項①】統一的な税率別表記のガイドラインが業界で作れないか。小売業からの支払案内が税率毎に分かれているか、費用相殺も含めてもらわないと預かり消費税の整合性が取れず国税への申告が歪む可能性がある。

【要望事項②】1 伝票内に複数税率の商品が混在しないように共通認識として挙げて欲しい。もし複数税率が混在する場合は納品伝票もインボイス制度対応を行わないといけないのか。後工程で問題がないか確認が必要。

【要望事項③】総額取引のセンターフィー込原価の対応は、本体取引に替えて欲しい。価格設定の業界ガイドラインがだせないか。

【要望事項④】小売毎の請求書フォーマットを適格請求書の名のもとに統一できないか、そのために、業界統一を作成し、各団体へ提案できないか。請求書、税額票等の標準となるフォームが必要。

【要望事項⑤】複数税率対応の為の、統一伝票のレイアウト変更はしてくれるのか？

【要望事項⑥】日食協標準EDIフォーマット（出荷案内）に消費税金額をセットして欲しい。メーカーとの企業間データ連携に改修の必要はあるか。場合によっては、日食協のフォーマットの見直しが必要。変更がある場合取引先様毎に内容が分かれないようにしてほしい。

【要望事項⑦】特引請求書もインボイスにするため対応が必要等を教えて欲しい。変更内容に伴いプログラムの改修が必要だが、変更内容が未定のため、対応予定も未定。

【要望事項⑧】卸・小売の取引を総額取引をなくし、取引原価提示の混乱とシステムをシンプルにしたい。システム対応の要件整理と価格設定の業界ガイドラインがだせないか。

【要望事項⑨】税率違いの支払が出た場合の商品特定が困難であり、差額の請求作業のルール化が必要。支払明細の表記ルール化と適格請求書を正とするルールを整備して欲しい。

【要望事項⑩】売上税額と仕入税額の計算方法が企業単位に違った場合の対応はどうか。全て積上げ計算に統一をしてほしい。

【要望事項⑪】リポートの税額計算方式の明確化が必要。売上値引補填にあたるもの(8%)と、そうでないもの(10%：キャンペーン・大陳代・マソ代など)、契約リポート・謝礼金は?)など、リポート/販促金請求・入金の税率判断について、まずは、現状のリポート内容の理解が必要。現状の調査・整理から、取引先との考え方/税率が一致することも必要。取引先は値引き扱い/当社は販促費扱い・・・等業界標準の取決め・指針があれば良い。

(リポート、クーポンの線引きを業界を統一して取り決める必要あり。卸・小売りの企業ごとに考えるのではなく、法律で決める方が好ましい。

【要望事項⑫】小売業からの対応の要求レベルが見えず、作業工数計算ができない。ヒヤリングを予定しているが、業界として統一フォーマットで各社に聞けるようにしたい。

【要望事項⑬】納品伝票に税率表記は必要か?統一の表記のガイドラインを出してほしい。

【要望事項⑭】伝票合計型請求書(商品明細印字なし)の場合、伝票No.に対して税率表記(印付け)を行うことが必要。1伝票No.で複数税率が混載していた場合どう取扱うべきか。ルールを統一して欲しい。(1伝票No.内に税率8%の商品が1つでも存在したら印をつける?)

おわりに

昨年末の平成28年度税制改正大綱の消費税の軽減税率に関する項目の決定を受け、急遽臨時の研究委員会を設置したにも関わらず、14社から委員登録があり、オブザーバー、支援者を含め、4回の委員会には、毎回ほぼ全員にご参加頂いた。また、卸研正会員には、短期間でのアンケートにも関わらず、正会員20社全てから回答を頂き、直接・間接のご協力に、感謝する次第である。

消費税の軽減税率制度の創設を柱とする税制改正の関連法案の成立前であったことから、疑問点も多く、詳細が不明な中では、課題もその対応策案も、明確に検討できないことも多かった。しかしながら、この検討委員会を通じて、「消費税軽減税率制度(案)」に対する関心を持ち、各社における具体的な検討のきっかけとなったことは、大きな効果であった。

この検討会を通じて、「税率の設定に関しては、商品の製造元が設定し、その商品毎に設定された税率を流通各者が使用する。」、「これまでの、税を意識しない処理方法に近い、税率毎に請求書(口座)を分けるという方式も、考えられる。」などの意見があった。

要望事項としては、国に対しては、業界が混乱なく早期に準備を行うために、「現状を踏まえた具体的な運用基準の明確化」を期待したい。また、各業界団体などに対しては、特に、流通の中間に位置する卸売業は、小売業から様々な方式を要求された場合の混乱は大きなものがあるため、小売業界と卸売業界が、共に混乱の無い効率的な方式で取り引きを行えるようになることが望みであるため、両業界にて、こうした方向性で、今後検討が進むことを期待する。

関連法案の成立後には、今回の検討を引き継いで、混乱なく早期に新しい制度への準備を行うために、流通業界全体の効率的な運用も視野に入れながら、検討を行なっていきたい。

平成28年3月

情報志向型卸売業研究会 消費税軽減税率制度(案)対応検討グループ

検討の経緯

（第1回検討委員会）

日時：平成28年1月27日（水）9：00～12：00

場所：流通システム開発センター2階会議室

内容：＊消費税軽減税率制度の共通認識
＊正会員向けアンケート内容の検討

（第2回検討委員会）

日時：平成28年2月19日（金）14：00～17：00

場所：TEPIA B1F-会議室B

内容：＊有識者から消費税軽減税率制度に関する概要説明
講師：野村総合研究所 制度戦略研究室長 梅屋真一郎氏
＊アンケート結果のまとめの報告
＊課題整理の方向性の検討

（第3回検討委員会）

日時：平成28年3月 3日（木）14：00～17：00

場所：TEPIA B1F-会議室B

内容：＊報告書の構成案の検討
＊課題とその対応策の検討（質問事項／想定課題／要望事項）

（第4回検討委員会）

日時：平成28年3月17日（木）14：00～17：00

場所：TEPIA B1F-会議室B

内容：＊報告書内容の検討
＊まとめ

（発表会）

日時：平成28年3月25日（金）13：00～17：00

場所：TEPIA 4F-ホール

内容：＊「2015年度卸研研究委員会研究成果発表会」にて各グループ別発表に加えて、
報告書「消費税軽減税率制度に関する対応について」の発表

検討メンバー一覧

<委員長>

フジモトHD(株) 情報システム室 室長 執行役員 松本 寿一

<委員>

伊藤忠食品(株) 情報システム本部 情報システム開発部
システム開発チーム 佐多 洋文

(株)大木 システム部 副部長 金田 好男

花王グループ 加タママーケティング(株) 流通システムコラボG 部長 三上 嘉一

加藤産業(株) 情報システム部 係長 富永 洋一

国分グループ本社(株) 情報システム部 上野 智也

(株)種清 経理部 次長 仙石 雅信

(株)トーカン 管理統括部流通システム部システム1課 課長 野田 能男

(株)日本アクセス 情報システム部基幹システム課 真保 喜彦

(株)ファイネット 企画部 大串 俊裕

フジモトHD(株) 情報システム室 企画・開発担当 平井 宏樹

(株)プラネット ネットワーク管理部 チーフプランナー 荻本 聖和

(株)マルイチ産商 情報システム部 システム運用チーム
ミドルマネジャー 小池 晃義

三井食品(株) 情報システム部管理系システム室 室長 松坂 史朗

三菱食品(株) 情報システム本部 ITユーザーヘルプグループ 課長 徳力 亮

<支援者(座長経験者)>

(株)トーカン シニアディレクター(管理統括部システム担当) 牧内 孝文

(株)ジャパソフオックス 商品情報管理部長 兼 流通企画部長 八十島 幹夫

<オブザーバー>

野村総合研究所 未来創発センター 制度戦略研究室長 梅屋 真一郎

(株)プラネット 営業部 橘 正剛

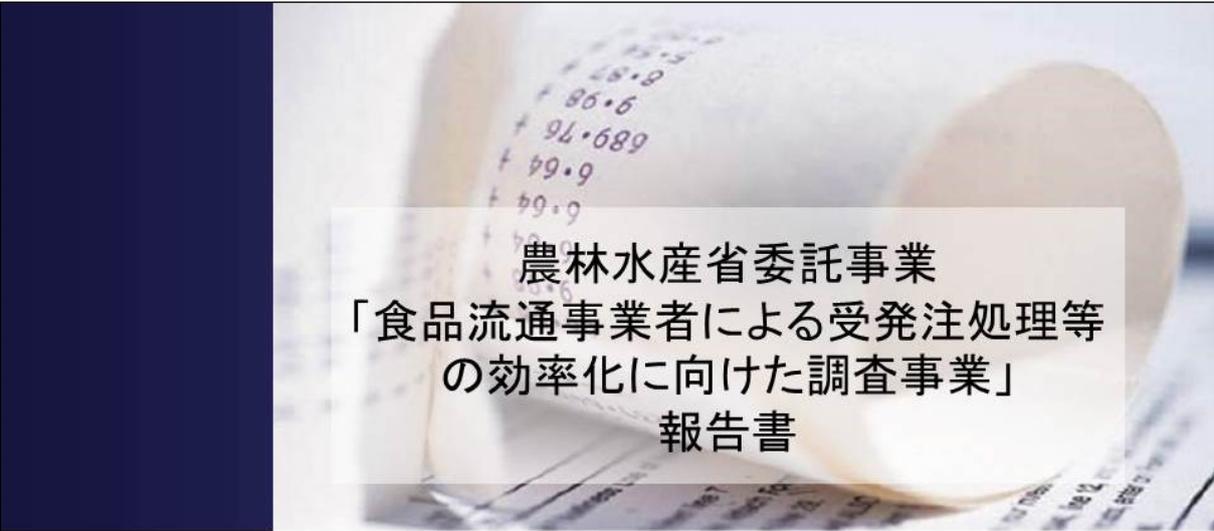
<事務局>

卸研事務局長 (一財)流通システム開発センター 西山 智章

卸研事務局 (一財)流通システム開発センター 上田 俊秀

卸研事務局 (一財)流通システム開発センター 梶田 瞳

卸研事務局 (一財)流通システム開発センター 高岡 大志



農林水産省委託事業
「食品流通事業者による受発注処理等
の効率化に向けた調査事業」
報告書

2016年3月25日

公益財団法人流通経済研究所

©2016 公益財団法人流通経済研究所

食品流通事業者における
複数税率を導入する際の課題と対応指針の検討

©2016 公益財団法人流通経済研究所

2

1 はじめに

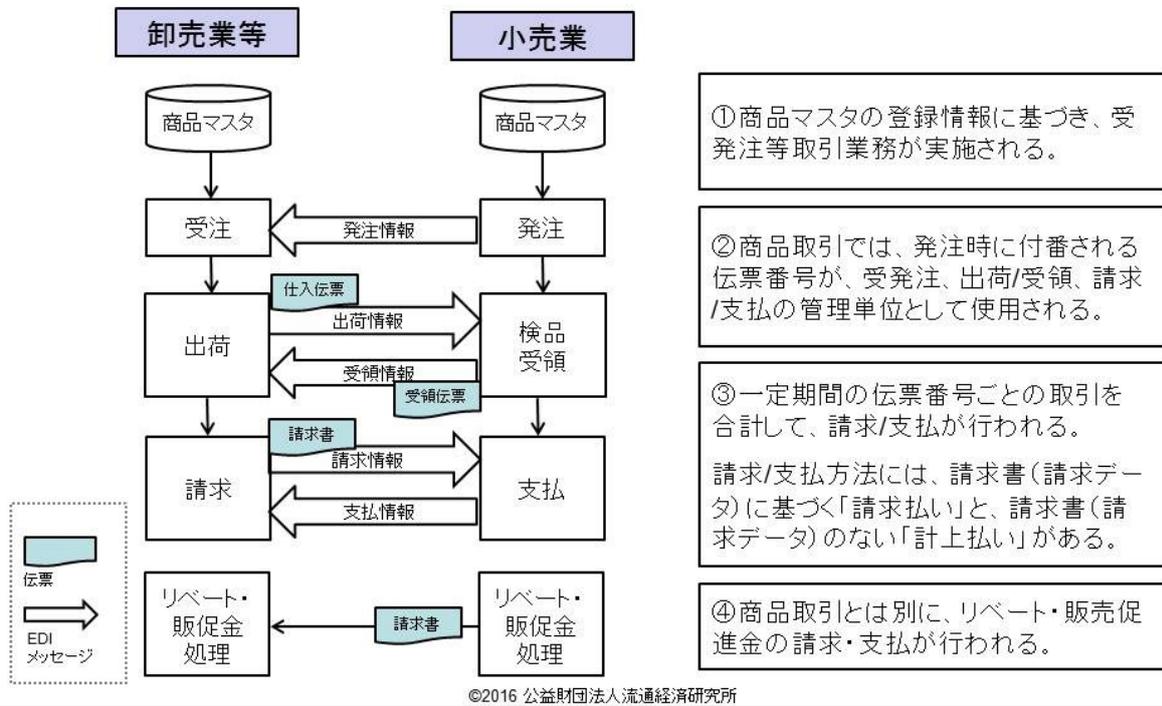
- 小売業者、卸売業者等の食品流通業者は、複数税率が導入された際には、事業者が使用するシステム等において税率コードを適切に設定し、区分経理処理を行う等の対応が必要である。
- そこで、食品流通事業者における取引業務のフローを確認・整理した上で、区分経理処理等を適切に行うための課題等を把握し、課題解決に向けた対応指針について検討する。

2 食品流通事業者における取引業務フロー

- 食品流通事業者における取引は、小売業と卸売業、卸売業と製造業の2段階で行われる場合が一般的である。
- そこで、食品流通事業者における取引業務フローを、各段階ごとに確認・整理する。
 - － 小売業—卸売業等の取引業務フロー
 - － 卸売業—製造業の取引業務フロー

2-1 小売業－卸売業等の取引業務フロー

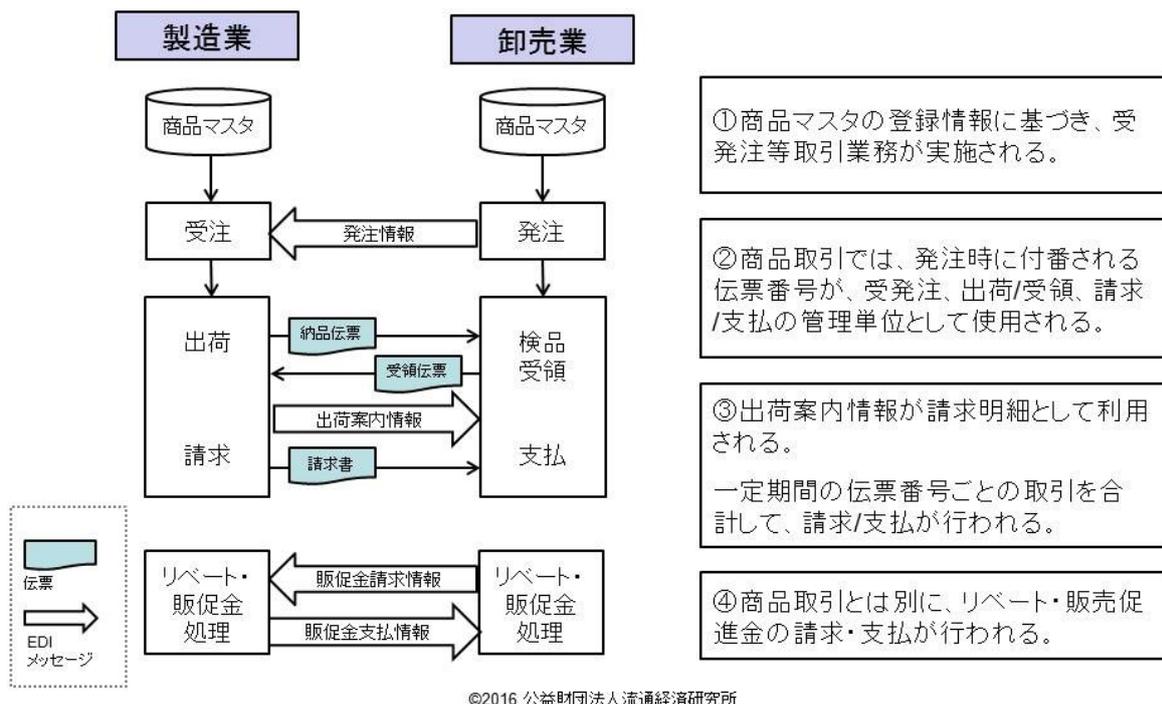
- 小売業－卸売業等の取引業務と、その特徴は次のようにまとめることができる。



5

2-2 卸売業－製造業の取引業務フロー

- 卸売業－製造業の取引業務と、その特徴は次のようにまとめることができる。



6

3-1 複数税率導入時に想定される課題 「区分記載請求書等保存方式」の導入に向けて

- 「区分記載請求書等保存方式」(2017年4月～)の導入対応
 - 「区分記載請求書等保存方式」では、現行制度の事項に加え、請求書に次の事項を記載しなくてはならない
 - ・ 軽減税率の対象品目である旨
 - ・ 税率ごとに合計した対価の額

- 「適格請求書等保存方式」(2021年4月～)の導入対応
 - 「適格請求書等保存方式」では、上記に加え、請求書に次の事項を記載しなくてはならない
 - ・ 登録番号
 - ・ 消費税額等及び適用税率(適格簡易請求書にあつては、消費税額等又は適用税率)

→食品流通事業者は、当面、「区分記載請求書等保存方式」を導入できるよう準備することが重要である。

3-2 複数税率導入時に想定される課題 取引業務段階別の課題整理

- 「区分記載請求書等保存方式」を導入するためには、取引業務の各段階において、次の対応が課題となる。
 1. 商品マスタにおいて商品別の税率区分を正しく管理すること
 2. 商品取引の諸活動(受発注、出荷/受領、請求/支払)において、税率区分を正しく管理すること
 - 現状は、伝票番号が受発注、出荷/受領、請求/支払の管理単位となっているため、伝票番号単位に税率区分をまとめる(同一の伝票番号に複数の税率区分の商品明細を混在させない)方法について検討
 3. 上記に基づき「区分記載請求書等」を正しく作成すること。特に、請求書(請求データ)のない「計上払い」等の証憑についても適正に対処すること
 4. リベート・販売促進金の請求・支払においても税率区分を正しく管理すること

3-3 複数税率導入時に想定される課題 取引業務段階別の課題整理 — 具体的な課題内容

■ 各課題の具体的な課題内容は次のように想定される

課題項目		具体的な課題内容
1	商品マスタにおいて商品別の税率区分を正しく管理すること	軽減税率対象品目を正しく認識すること
		取引先間で税率関連情報の登録・修正方法を調整すること
		商品マスタ上で商品別の税率区分を識別できる仕組みを構築すること
2	商品取引の諸活動(受発注、出荷/受領、請求/支払)において、税率区分を正しく管理すること	税率の異なる品目は異なる伝票番号で発注されるようにすること
		伝票番号ごとの税率区分を識別できるようにすること
		伝票番号単位でなく、取引明細単位で税率区分を管理する方法についても検討すること
3	「区分記載請求書等」を正しく作成すること。計上払い等への対応	伝票番号ごとの明細情報を税率別に合計し、区分記載請求書を作成できるようにすること
		「計上払い」方式の証憑を正しく作成・保存すること
4	リベート・販売促進金の請求・支払においても税率区分を正しく管理すること	リベート・販促金処理の税率区分を正しく認識すること
		商品代金との相殺処理を行う場合に、税率区分管理を正しく行うこと

©2016 公益財団法人流通経済研究所

9

4-1 課題解決のための対応指針の方向性

■ 複数税率導入時に想定される以下の課題別に、具体的な課題内容に対する課題解決の方向性について検討し、とりまとめた。

- 課題1 商品マスタにおいて商品別の税率区分を正しく管理すること
- 課題2 商品取引の諸活動(受発注、出荷/受領、請求/支払)において、税率区分を正しく管理すること
- 課題3 上記に基づき「区分記載請求書等」を正しく作成すること。特に、請求書(請求データ)のない「計上払い」等の証憑についても適正に対処すること
- 課題4 リベート・販売促進金の請求・支払においても税率区分を正しく管理すること

©2016 公益財団法人流通経済研究所

10

4-1 課題解決のための対応指針の方向性

■ 課題1＝商品マスタにおいて商品別の税率区分を正しく管理すること

具体的な課題内容	課題解決の方向性
軽減税率対象品目を正しく認識すること	今後、政府から提示される詳細な整理を確認し、社内・業界内で正しい理解に努める
取引先間で税率関連情報の登録・修正方法を調整すること	製・配・販の取引先間で、商品別の税率区分のための情報管理をどのように行うのかを予め検討する
商品マスタ上で商品別の税率区分を識別できる仕組みを構築すること	商品マスタ管理において次の①又は②のような対応を講ずる ①商品マスタ上に税率項目を設ける (流通BMSの商品マスタでは、商品管理情報の中に消費税率の項目を設けている) ②商品分類で軽減税率品と標準税率品を区分する

©2016 公益財団法人流通経済研究所

11

4-2 課題解決のための対応指針の方向性

■ 課題2＝商品取引の諸活動において、税率区分を正しく管理すること

具体的な課題内容	課題解決の方向性
税率の異なる品目は異なる伝票番号で発注されるようにすること	発注システムにおいて、次の①～③の手順のような対応を講ずる ①(商品部門別に異なる伝票番号が付番される場合)軽減税率商品と標準税率商品を別の部門に登録する ②軽減税率商品と標準税率商品が異なる伝票番号で発注されるようにシステム改修する ③軽減税率商品と標準税率商品とで取引先コードを別に設定し、異なる伝票番号で発注を行う 一方、受注システム側では、異なる税率の商品が同一の伝票番号で発注された場合にそれを識別できるようにする。またその場合の伝票番号修正ルールを取引先間で決定しておく。
伝票番号ごとの税率区分を識別できるようにすること	①流通BMSを利用している場合、発注、出荷、受領、請求、支払の各メッセージにおいて、取引番号(伝票番号)ごとに税率・税額を登録する。 ②仕入伝票(チェーンストア統一伝票等)を用いている場合は、税率を印字するなどの方法により、伝票ごとに軽減税率と標準税率を識別できるようにする。 ③JCA手順など税率区分のないEDIフォーマットを利用している場合、商品分類コードや事業者コード等によって伝票番号ごとの税率区分を識別できるように取引先間で調整を行う。
伝票番号単位でなく、取引明細単位で税率区分を管理する方法の検討	商品マスタで商品単品別の税率を管理し、伝票番号単位でなく取引明細単位で税率を区分し、請求・支払を行う方法についても必要に応じて検討する。

©2016 公益財団法人流通経済研究所

12

4-3 課題解決のための対応指針の方向性

■ 課題3＝「区分記載請求書等」を正しく作成すること。「計上払い」への対応等

具体的な課題内容	課題解決の方向性
伝票番号ごとの明細情報を税率別に合計し、区分記載請求書を作成できるようにすること	<ul style="list-style-type: none"> ○従来に近い処理方法で運用するには、税率ごとに請求書を分けて発行する方法が有効。 ○一つの請求書に複数税率の取引を記載する方法についても必要に応じて検討する。 ○流通BMS等で取引番号(伝票番号)ごとに税額算定する等、税額計算の方法を従来から変更する場合、取引企業間で齟齬が生じないよう事前に協議すること。
「計上払い」方式の証憑を正しく作成・保存すること	「計上払い」時の証憑の作成・保存方法を理解し、ペーパーレスの効率的な運用を損なうことのないような、対応を講ずる

■ 課題4＝リベート・販売促進金の請求・支払における税率区分管理

具体的な課題内容	課題解決の方向性
リベート・販促金処理の税率区分を正しく認識すること	リベート・販促金が軽減税率対象となるか否かを正確に理解し、取引先間で共通認識を持った上で、適切に処理する。
商品代金との相殺処理を行う場合に、税率区分管理を正しく行うこと	相殺処理を行う場合の税率区分や税額計算、証憑の作成・保存方法を正しく理解して対応する。

加工食品卸売業の
「信頼性向上自主行動計画」
～5つの基本原則～
(改定版)



一般社団法人 **日本加工食品卸協会**

はじめに

食品業界では、相次いで食品の偽装表示や不正転売等消費者の信頼を揺るがすような不祥事が起こっています。消費者の生命・健康に直接関わる食品を取り扱う企業としてあってはならないことです。

基本的には、法令の遵守に向けた対応や消費者の信頼を確保し、向上させていく取り組みは、各食品企業が取り組むべき性質のものであります。

しかしながら、食品企業の不祥事が連鎖的に発生し、食品業界全体に対して消費者の不信が増幅しかねない現状を鑑みれば、業界を挙げての積極的な取り組みは極めて重要です。

平成20年3月に、農林水産省「食品の信頼確保・向上対策推進本部」において食品事業者がコンプライアンス意識を高めるための道しるべとして「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～（以下「食品事業者の5つの基本原則」という。）が策定され、以降食品業界・食品事業者の信頼確保の取組についての指針としての役割を果たしてきました。

弊協会も、平成20年度事業として農林水産省の「食品事業者の5つの基本原則」を素案として『加工食品卸売業の「信頼性向上自主行動計画」～5つの基本原則』をとりまとめ業界の共通のコンプライアンス認識としてきました。

このたび農林水産省より、昨今の食品に関する事件を踏まえて新たな課題と取組について追記・整理された「食品事業者の5つの基本原則」の改訂版が作成されました。

つきましては弊協会もこの改訂版を参考に、『加工食品卸売業の「信頼性向上自主行動計画」～5つの基本原則～』を見直し改訂版を策定いたしました。各会員卸売業の皆様におかれましては、社内の点検・検証を行い、不十分な取り組みがあれば、適宜、各基本原則にある「取組方針」を参考に「具体的な取組事項」を可能なところから実行していただきたいと思います。

平成28年3月

一般社団法人 日本加工食品卸協会 「信頼性向上自主行動計画」策定プロジェクト

菅原 則吉（伊藤忠食品株式会社）

入江 幸徳（加藤産業株式会社）

山本 栄二（国分グループ本社株式会社）

新網 博信（株式会社サンヨー堂）

阿久津 昭（株式会社日本アクセス）

篠田 博（三井食品株式会社）

松本 大介（三菱食品株式会社）

一般社団法人日本加工食品卸協会事務局

「信頼性向上自主行動計画」

1. 基本骨子

一般社団法人 日本加工食品卸協会は、業界全体として、食品の安全や品質を確保し、消費者から信頼され続けるよう、次の通り必要な情報の提供・発信、相談対応、行政機関との連携等を行う役割を果たします。

2. 概 要

(1) 会員卸企業に対し「食品事業者の5つの基本原則」

1. 消費者基点の明確化
2. コンプライアンス意識の確立
3. 適切な衛生管理・品質管理の基本
4. 適切な衛生管理・品質管理の体制整備
5. 情報の収集・伝達・開示等の取り組み

の周知を図るとともに、基本原則に基づいて会員卸企業が消費者の信頼を確保・向上するために行う各種取り組みについて、相談対応します。

(2) 会員卸企業に対して、表示の適正化に向けて必要な支援を行います。

(3) 会員卸企業に対して、コンプライアンス体制の構築の必要性について継続して周知徹底を図ります。

(4) 消費者等に対して、業界としての取り組みや食品に関する正しい情報について協会のホームページなどを通して提供します。

(5) 業界として信頼性向上に向けた取り組みの中で明らかになってきた諸問題については、農林水産省等の行政機関と緊密な情報を共有し、連携しつつ、解決に向けて取り組みます。

消費者に信頼していただき、安心して食品を買い続けていただくことが、企業が成長し、存続していくための必須条件です。なぜなら、信頼は日々の積み重ねであるため、一度消費者の信頼を失ってしまうと、信頼の回復は極めて困難で、企業が成長し、存続し続けることも難しくなるからです。

消費者の信頼を得るためには、常に消費者を基点（消費者の視点から考えること）として、商品の仕入、保管、配送について検証し、適切に対応して、消費者に安心を与え、信頼を確保することが大切です。

1. 取組方針

消費者を基点として、消費者に対して安全で信頼される食品を提供することを基本方針とします。

2. 具体的な取組事項

- 消費者を基点とした経営を行い、消費者に対して安全で信頼される食品を提供することを明確にします。
- 食品流通の中間段階に位置する卸売業者としての役割を認識し、その為に必要な教育や研修を実施し、役員及び従業員一丸となって安全な食品を消費者に提供していきます。
- 消費者に食品を安心して買っていただくために、食品の安全に関する情報を提供していきます。
- 消費者に対して安全で信頼される食品を提供していくために、商品の仕入、保管、配送に至るプロセスにおいて、安全と品質を確保し続ける必要があることをしっかり社内に浸透させていきます。
- 5つの基本原則に基づいて、社内の取り組みの点検・検証を行い、継続的に改善していきます。

法令遵守や社会倫理に適合した行動を行っていくことが、事業活動を継続する大前提となります。なぜなら、法令を逸脱したり、社会倫理に反する行動を行うことは、企業が社会的存在として成り立たないからです。

また、社会環境の変化に適切に対応していくことも重要なことです。

法令遵守を含め、企業を取り巻く社会環境の変化を的確に把握し、消費者や取引先などに対し、社会的責任を果たしていくための組織体制の構築など取り組みを強化し、活動することが強く求められます。また、市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体に対しては、一切の関係を遮断するとともに反社会的勢力からの不当な要求に対しては、毅然とした態度で対応することが肝要です。

1. 取組方針

取り巻く社会環境の変化に適切に対応し、法令や条例、公正なルールや社会規範を遵守し、社会倫理に沿った健全な企業活動を進める上で必要な企業行動規範等の策定や社内体制を構築し、経営者及び管理者が率先して従業員（パート・アルバイト含む）への意識浸透、日常的な行動への定着を図って行きます。

2. 具体的な取組事項

- 法令遵守を含め、社会環境の変化に的確に対応していくために、コンプライアンス（法令遵守及び社会倫理に適合した行動）に関する方針（企業行動規範）を策定します。

【補足資料】「1 コンプライアンスに関する方針（企業行動規範）の策定手順について」
(13～14 ページ参照)

- 全ての役員や従業員（パート・アルバイト含む）がこのコンプライアンスに関する方針に従い行動できるように、経営者及び管理者が先頭に立って組織体制を整備します。
- コンプライアンスの周知徹底が経営者及び管理者自らの役割であることを認識し、あらゆる機会をとらえて強い意思を内外に表明していくことにより、関係者への理解促進を図ります。
- コンプライアンスに関する担当者（専任または兼任、企業規模等を踏まえ検討）を設置し、本担当者を中心にコンプライアンスの徹底について社内に浸透を図り、必要な教育訓練や研修を行います。
- コンプライアンスに関する方針等自ら策定したルールを遵守します。
- 企業においてコンプライアンスの徹底が図られているかどうかを検証し、改善していくため、可能な限り定期的な監査を実施します。
- 常日頃から従業員が意見を表明しやすい環境作りに努めるとともに、内部通報体制を整備して、その周知徹底を行います。

【補足資料】「2 内部通報体制の構築手順について」 (15～16 ページ参照)

食品の販売に携わるものにとって、安全な食品を販売することの大切さは誰もが十分に理解していることと思います。

不衛生な作業場で食品を取り扱っていると、食中毒の発生や異物混入の原因になるなど、消費者の期待にそぐわない食品を提供することになります。つまり、適切な衛生・品質管理を怠ると消費者・取引先の信用を無くすことにつながります。

安全で信頼される食品の提供は、消費者・取引先の信頼を育てる積極的な投資としてとらえ、それを続けられるように、衛生的な仕入、保管、配送の環境を整え、商品の仕入から、保管、配送に至るまでの全ての過程において、経験や勘による対応にとどまらない科学的な取り組みによって、衛生・品質管理を行っていくことが不可欠です。

また、食品への意図的な毒物等の異物混入に対する防御（食品防御）についても、意識を向上させ、事業者の状況に応じて対策をすすめることが重要です。

1. 取組方針

人の生命と健康の維持、楽しみに大きく関わる仕事に携わっているという自覚を持ち、安全で信頼される食品を消費者に提供するために、適切な衛生・品質管理をしていきます。

2. 具体的な取組事項

- 商品を仕入れる際には、消費者の健康を第一に考え、原材料や表示内容が法令に適しているか、誤解を与えないか、その商品にあった包装形態かどうか等を仕入先からの情報に基づき確認します。
- 仕入先は、事前に調査を行って、信用のおける場所を選びます。
- 温度管理が必要な商品の保管を行う冷蔵庫・冷凍庫の温度等の設備の稼動状況を確認するために必要な記録を確実に言い、設備が適切に稼動しているかの確認を行います。
- 出荷にあたっては、商品に日付等の必要な情報が記載されており、また商品が衛生・品質上問題ない状態で保管されていたかを確認し、問題が明らかになった場合には出荷はしません。
- 出荷する際には、その配送方法や納入先での販売方法、正しく商品を取り扱ってもらえる納入先かどうかの確認もしっかりと行います。
- 作業場を常に清潔に保ち、また、機材や器具などの整理・整頓・清掃をしっかり行います。
- 商品の安全を脅かす有害要因の混入を防止するために、仕入、保管、配送に係る作業や施設の状況を勘案し、以下の取り組みを行います。
 - ・ 生物学的な有害要因（微生物の増殖など）：微生物の基礎的な知識を学び、商品を衛生的に取り扱います。

- ・ 化学的な危害要因（作業場で使用する洗浄剤、殺虫剤などの製品への混入など）：有害化学物質の使用方法を定め、使用や保管時の取り扱いに十分注意を払います。
- ・ 物理的な危害要因（金属やガラスのような異物の製品への混入など）：保管状況のチェックや目視などによる検査を行います。
- 上記のことを実行するためのルールやマニュアル等を作成し、その内容が着実に実施されるよう、必要な教育訓練や研修を行います。
- ルールやマニュアル等の内容が守れなかったり、形骸化したり、問題が発生した場合には、放置せず、見直しを行い改善します。
- 食品防御は、悪意のある者から消費者やフードチェーンを守るだけでなく、善意の従業員等の関係者を守るものでもあるということを認識して、以下の対策を講じていきます。ただし、具体的な対策は、それぞれの事業所の状況等によって異なるので、できるところ、対策効果の高いところから取り組むことが望まれます。
 - ① 仮に何者かが意図的に毒物等の異物混入をしようと思った場合であっても、販売、物流管理の工夫や設備等により混入が実行し難い環境をつくること
 - ② 日頃から社内での信頼関係や良好な人間関係を構築するなどにより、意図的な混入をしようと思わせない職場の風土をつくること
- なお、食品防御の対策によって従業員と管理者の良好な関係を損ねることのないよう、例えば、モニターカメラは、従業員の適正な行動を証明できるものであることなど、取組の目的と効果について従業員と認識を共有しながら行うことが重要です。

【補足資料】 「3 衛生・品質管理に必要な基本項目（例）について」（17 ページ参照）

消費者に安全で信頼される食品を提供するために、取り扱う食品の安全性に影響する課題、表示その他の伝達すべき食品情報や賞味期限（消費期限）の管理上の課題を特定した上で、適切なマニュアルや管理基準の制定、施設等の整備が必要です。

そのためにも、食品衛生法等の関係法令を正確に理解し、適切な衛生・品質管理体制を構築した上で、正しく対応できる人材を育成・確保する必要があります。また、可能な限り定期的な監査を実施して法令やマニュアル、基準等が守られているかどうかをチェックし、商品、施設等を点検することにより適切に体制が整備・機能しているかを検証することが必要です。そして、これらの仕組みを維持し、定着させる体制を構築する必要があります。

1. 取組方針

消費者に安全で信頼される食品を提供するために、適切な衛生・品質管理を行う体制を整備し、それが形骸化しないよう改善を行っていきます。

2. 具体的な取組事項

- 商品の仕入、保管、配送等の各種のプロセス毎に、衛生上の問題や異物混入等の可能性がないかどうかを調査、分析、評価し必要な対応を講じます。

「トレーサビリティ」は農産物や加工食品等の食品が、どこから来て、どこへ行ったか「移動を把握できる」ことをいいます。食品の生産、加工、流通等の各段階で、個々の生産者・事業所が、商品・原材料の入荷と出荷に関する記録等を作成・保存しておくことにより、結果として、食品の移動の経路を把握することが可能になり、食品事故等の問題があった際の迅速な回収、早期の原因究明等に役立ちます。

- 商品の販売先がわかるよう、それぞれの事業者が出荷データを管理する仕組みを整備します。また、緊急時に迅速な対応が出来るよう、日頃から流通業者とコミュニケーションをとることも大切です。
- 回収の場合も想定し、回収の範囲をどのように決定するか、どのように回収するかをあらかじめ考えてトレーサビリティの点検を行うことも必要です。
- 商品を開発する際には、科学的・合理的な根拠に基づいて賞味期限（消費期限）を設定するなど食品の安全性を確認する手法を整備します。
- 衛生・品質を全般的に統括し、出荷の継続・停止を判断できる能力と権限を有する独立した品質保証部門（担当者）を設置し、品質管理水準の向上を目指します。

- 教育訓練や研修により、品質保証部門や仕入、保管、配送に至る作業に関わる従業員の能力向上を目指します。
- 法令・社内基準が遵守されているか、施設・設備が適切に維持されているか、品質管理や表示、情報提供の手順・記録が適切か等を確認するため、可能な限り自社の品質保証部門や仕入、保管、配送に至る作業に関わる監査を実施します。
- 加工品を含めた食品の細菌検査、衛生管理が適切に行われているかを検証するための手段を、品質保証部門の強化などにより整備します。
- 商品の賞味期限（消費期限）の遵守のために、賞味期限（消費期限）別在庫管理を行い、より正確な先入先出しを実施します。
- 経営者は、適切な衛生・品質管理の体制の整備、検証、継続的な改善について、責任を持って必要なマネジメントを行うことを社内に宣言します。

消費者や取引先などから入手する情報の中には、企業にとって有益な情報があります。また、企業が行う商品の表示や発行する宣伝物は、消費者や取引先への必要な情報の発信です。そうしたことへの認識を高め、常日頃から情報の双方向のコミュニケーションを行うことが必要です。

特に消費者の苦情や提言など経営やリスクに関する情報は、企業としての対応を速やかにかつ適切に判断できるよう、経営者や管理者に報告がなされることが重要です。また、その内容を検討し、経営や品質改善等に生かすことが出来るよう、必要な体制を構築することが大切です。特に、ソーシャルメディアなどの発達により、情報の伝達や拡散が格段に早くなっています。こうしたメディアには、特定の商品の安全や品質に関する指摘も含め様々な意見が発信されますが、ケースに応じて適切な初動対応を行い、お客様に適切に情報を提供することが求められます。

1. 取組方針

消費者などの信頼や満足感を確保するため、常に誠実で透明性の高い双方向のコミュニケーションを行います。また、そのために必要な情報の収集・管理を行います。

2. 具体的な取組事項

- 消費者の立場を最優先して行動することを周知徹底します。
- 消費者や取引先などの声に誠実に耳を傾け、その意見や不満を把握し、的確なコミュニケーションを行っていきます。また、商品情報やサービス、企業活動など、消費者や取引先が必要とする情報を正確でわかりやすく提供していきます。
- 常に最新の情報を把握・提供するため、行政機関・食品業界各社・他の業界との連携方法の構築を目指します。
- 個人情報の取得と管理を適正に行います。特に情報システムからの漏えい等を防止するための適切な対策をとります。
- 商品の表示、広報・宣伝活動など情報伝達にあたっては、関連法令や社会通念を遵守し、誤認や誤解のおそれがない表現を行い、消費者や取引先に迅速で正確な情報を伝達するため、さまざまな媒体を活用し、積極的な情報公開を行います。
- 食品を提供する企業として最も深刻な問題は、健康被害につながる食品を市場に供給してしまうことです。このため、人の健康を損なうおそれがあるかどうかの判断をするための基本的な知識を習得する体制を整備します。
- 収集した情報から人の健康を損なうおそれがあるかどうかを確認して食品事故に該当するか判断します。

【補足資料】 「4 食品表示を始めとする情報の開示の取り組みについて」 (18 ページ参照)

【食品事故対応】

- 正しい情報をもとにした事実確認を行います。
- 食品事故が発生した場合は、直ちに製品回収の是非や回収範囲の判断・決定を行い、消費者が受ける被害を最小限にとどめます。
- 所轄の保健所等の行政への対応
事故の発生を確認した時点で、できるだけ速やかにその情報を保健所に届け出ます。また、製品回収を実施すると判断した場合も、その旨を保健所だけでなく、回収実施の報告を求めている自治体を含む関係行政機関にも連絡します。なお、毒物混入等を把握した場合は、警察にも届けます。
- 関係者に連絡をとり、連携して適切な対応を実施します。
- 製品回収の基本的な考え方
 - ① 製品回収は、「健康被害の程度」と「事故拡大の可能性」の視点から判断され、健康被害の程度が大きく、かつ、事故拡大の可能性が大きいほど、広く告知をする必要性が高くなります。行政機関からの回収命令等が出された場合を除き、それぞれの事案に応じて、企業の経営者が自己責任において適切な方法で決定します。検討の際に必要な応じ、関係行政機関に相談します。
 - ② 回収を検討する必要が生じた場合、どのような方法や範囲を選択するか、健康への影響、食品の販売形態、流通状況等を勘案し、事案ごとに判断します。
 - ③ 委託を受けて製造するプライベートブランド（PB）製品の製品回収要件については、製造者であるメーカーと販売者であるプライベートブランドオーナーで事前に協議し、緊急時に円滑な対応ができるよう体制を整備します。
 - ④ 人の健康を損なうおそれがなく、法令違反でもないものについては、基本的に回収の必要はありません。ただし、企業の経営判断で回収を行う場合には、必要以上の製品回収の実施が食品ロスが発生させることを認識し、事案ごとに検討し、対応を決定します。
- 対応窓口を設け、消費者や取引先など外部からの声を、プラス・マイナスの内容に関わらず、これら情報を早期に取り込み、経営者等の社内関係者にタイムリーに伝え、食品事故の防止等に反映させます。
個人情報につきましては、個人情報保護責任者と連携し、厳重な管理のもとに取り扱うことを周知徹底します。
- 万一、食品事故が発生した場合には、消費者に対応する危害を最小限に留めることを最優先事項とすることを周知徹底し、必要に応じ利害関係者、行政等と連携をとり、事実確認と原因究明、再発防止対策を行う等適切な対応を実施します。また、その被害の拡大防止のため、事故の内容、規模、拡大の可能性等消費者の健康と安全・信頼を確保する観点から判断し、消費者や取引先、マスコミに対する告知や回収など迅速に必要な措置をとります。
この措置が迅速かつ適切に行われるよう、平時より、事故対応マニュアルを整備するほか、必要な基準や体制を整備します。

【補足資料】 「5 報道機関への対応に当たっての留意事項（例）について」 (19 ページ参照)

【補足資料】 「6 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について」 (20～21 ページ参照)

【補足資料】

～目次～

- 補足資料 1 コンプライアンスに関する方針（企業行動規範）の策定手順について
- 補足資料 2 内部通報体制の構築手順について
- 補足資料 3 衛生・品質管理に必要な基本項目（例）について
- 補足資料 4 食品表示を始めとする情報の開示の取組について
- 補足資料 5 報道機関への対応に当たっての留意事項（例）について
- 補足資料 6 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について

補足資料1 コンプライアンスに関する方針（企業行動規範）の策定手順について

（ステップ1）（企業理念・経営理念の明確化・文書化）

まず、企業が何を目指して事業活動をしているのか、将来どのような会社になりたいのかと
いうことを明確にし、文書化します。

企業理念・経営理念が制定されているなら、それをベースに明確化します。

（ステップ2）（コンプライアンス方針の宣言）

（ステップ1）をベースに、コンプライアンスに関する方針を明確にし、これを経営者が全
従業員に対して宣言します。宣言文は印刷し、事務所の入口など誰もがすぐに目にできる場
所に掲示します。

（ステップ3）（コンプライアンス担当者の設置）

コンプライアンスに関する担当者（専任または兼任、企業規模等を踏まえ検討）を設けます。

（ステップ4）（リスクの把握と具体的対応策の文書化）

（ステップ1）、（ステップ2）をもとに、社内各職場の代表者（できれば若手、中堅）を
集め、経営者が動機付けをした上で会社が内包するリスクを洗い出して重要性を検討し、そ
のリスクに対する会社としての具体的対応策を決定して文書化します。

（ステップ5）（企業行動規範の制定）

（ステップ1）、（ステップ2）、（ステップ4）を経営陣や各職場で議論し、その結果を
まとめることにより、企業独自の行動規範を完成させます。

※ 役員、従業員全員に当事者意識を持ってもらうことが大切です。

（ステップ6）（企業行動規範の社内浸透）

（ステップ5）の行動規範を印刷し配布するなど、従業員に共有させるとともに計画的に社
内に浸透させます。また、経営者及び管理者は機会があるごとに、従業員に企業が目指す姿

やコンプライアンスについて説明し伝え続けることが重要です。

(ステップ7) (企業行動規範研修活動の実施)

コンプライアンスに関する担当者は、コンプライアンスを軸とした従業員同士のコミュニケーションの場(研修等)を計画的に設定します。経営者及び管理者は、これをしっかりと支援します。

<留意事項>

- コンプライアンスの取り組みを表面的な形だけのものにしてしまうと、リスクの把握が遅れ、かえってリスクを高める可能性があるということを肝に銘じてください。
- 最近、言行が一致する「誠実さ」が不足する事例が多く見られます。たとえば、食品の場合、表示と中身が一致していなければ、その製品の「誠実さ」を問われるのみならず重大な法令違反となります。
- 「法令遵守」は、単に食品関連の法令だけを遵守することを意味するものではなく、労働関連、情報関連の法令など他法令の遵守も含まれます。
- “昔からやっている”、“他社もやっている”、“やらなければ利益が出ない”、“コンプライアンスか会社の存続か・・・”という議論には、経営者が毅然とした態度を示さなければなりません。
- 取引先などから、取引の開始や継続と引き換えに、不正の強要、示唆、あるいは論外な要求(産地や種類、日付の限定など元来物理的あるいは価格的に無理な要求、人的応援、書類の改ざん等)を受けた場合は、直ちに所轄行政機関、所属団体や弁護士等に相談し、毅然とした対応をとる勇気を持ちましょう。
- 反社会的勢力との関係は一切遮断し、いかなる要求にも屈しないよう毅然とした態度で臨むことが肝要です。
- コンプライアンスの取り組みにあたり、それ以前の状態を確認する総点検活動や、従業員自ら問題行為を会社に届け出る機会を設けることも、その後のコンプライアンス活動を有効にする手段です。

補足資料2 内部通報体制の構築手順について

企業が消費者や取引先など社会（ステークホルダー）の信頼を得て、発展していくためには、企業で生じた諸問題やコンプライアンスに関する方針に反した問題をまず社内でキャッチし、適切に調査・是正し、消費者の安全を第一に考え、ステークホルダーに適正な情報開示を行った上で再発防止に努めなければなりません。

そのために、問題・疑問があれば、従業員や関係者から積極的に質問や相談、指摘が行われる風通しのよい職場づくりが重要です。また、それを有効に活用する内部通報や相談の仕組みが必要です。

（ステップ1）（通報・相談窓口の開設）

コンプライアンス担当者、または経営者や管理者自らが担当者となって、通報・相談窓口を開設します。開設に当たっては、通報者・相談者に関する匿名性を確保すること（秘密を保持すること）と不利益な扱いをしないことを明確に示してください。

（ステップ2）（通報・相談方法の確立）

窓口は、電話（フリーダイヤル）、ファックス、メール、手紙、目安箱の設置等、複数の手段から通報者・相談者が選択できるように工夫しましょう。（通報・相談内容が直属の上司に筒抜けになると思うと誰も利用しません。適切な対処の実績を地道に積み重ねることが重要です。）

弁護士事務所や、専門会社など外部窓口を社内窓口に併せて設置することも有効です。

（ステップ3）（通報者・相談者への対応）

通報・相談を受け付けた場合、まずは担当者が本人から直接話を聞き、通報者・相談者の目線でその問題を考えてみるのが重要です。事実調査、認定、評価をする前に、通報者・相談者の話をなかつたことにしたり、我慢を強いたり、黙るよう圧力をかけることを決して行ってはなりません。

（ステップ4）（危機管理の事前準備）

通報・相談内容が重要であったり、リスクが高い場合には、特に迅速な事実調査、対策を行う必要があります。そのために、事前に危機管理体制を整備しておくことが重要です。

<留意事項>

- 従業員の目から見て、利用しにくい窓口は、外部への告発など逆にリスクを高めることがあります。
- 公益通報者保護法や個人情報保護法などについても、十分理解するように心がけてください。（参考）農林水産省で社、食品の偽装表示や不審な食品表示に関する情報などを受けるためのホットラインを設置しています。
 - ・「食品表示110番について」（農林水産省ホームページを参照）

<http://www.maff.go.jp/j/jas/kansi/110ban.html>

補足資料3 衛生管理・品質管理に必要な基本項目（例）について

（ステップ1）（仕入段階）

法令に沿った規格書（規格、品質、賞味期限、消費期限、表示、保存方法等）の入手と確認、入荷検品、異常の場合の措置、適切な表示と情報管理、入荷記録の作成

（ステップ2）（保管段階）

保管場所の設置、保管方法の設定、作業手順書の作成、保管記録の作成、良品と不良品との区分けと措置、衛生的な取り扱い、清掃・洗浄・消毒、適切な温度管理及び在庫管理

（ステップ3）（配送段階）

作業手順書の作成、出荷検品、輸送方法（輸送手段、温度、湿度、日時）の確認、出荷許容、賞味期限、消費期限、汚損、破損のチェックと確認

（ステップ4）（施設について）

清潔な環境（床、壁、天井、窓、ロッカー、トイレ、食堂、照明、換気等）、防虫・防そ、水の管理（給水、排水）

（ステップ5）（設備について）

清掃・洗浄・消毒、定期的な保守点検

（ステップ6）（管理方法）

仕入マニュアル、保管マニュアル、配送マニュアル、社内規則の作成、各種記録の作成と保管、従業員教育、人材育成、従業員の健康管理（日々の健康状態、定期的な健康診断）、清潔な服装、清掃・整理・整頓、防虫・防そ対策、廃棄物の処理、仕入先のチェック、日付管理等担当者 の設置及び権限付与、企業内部の上下及び横のコミュニケーション（報告・連絡・相談）の確立

補足資料4 食品表示を始めとする情報の開示の取組について

食品表示を始めとする情報の開示の取組みにあたっては、次のような考え方が必要です。

- (1) 商品に関する正しい情報を、消費者や取引先に正確に伝えるために、「偽り」や「隠し事」のない正しい表示、情報提供を行います。
正しい表示は信頼の醸成の第一歩であり、誤解の生じない表示であることを基本にします。
- (2) 商品に関する情報を取引先に伝える手段としては、容器包装への印刷、納品書への記載等があり、消費者に対しては容器包装への印刷のほか、ホームページへの掲載、新聞や雑誌などへの掲載など多くの媒体があります。
これらの媒体を活用し、適正な情報の開示に努めます。
- (3) 表示等による情報開示にあたっては、食品表示法、米トレーサビリティ法（米穀等の取引等に係る情報の管理及び伝達に関する特別措置法）、景表法（不当景品類及び不当表示防止法）などの関係法令を遵守し、適切に行います。
商品への表示としては、誤解を与えず、消費者に必要とする情報を正確に伝えるために、関係者と協力して科学的な根拠に基づく表示の実施に努めます。
- (4) 新たな商品の販売や容器包装の変更などで、新たに表示を行う場合や表示が変わる場合には、自社内での十分な検討に加え、仕入先への照会、必要に応じて分析機関への科学的な分析依頼などにより、表示に必要な事項の正確な把握に努めるとともに、さらに、第三者による表示事項の確認を実施するなどにより、誤った表示をしないように努めます。
- (5) 消費者や取引先からの表示に関する問い合わせに対しては、誠実に対応するとともに、問題が発生した場合には、経営者の率先した取組みにより、適切な情報開示と速やかな対策を実施します。

補足資料5 報道機関への対応に当たっての留意事項（例）について

これまで社会的に大きな問題となった事案の中には、問題となった事案の内容だけでなく、記者会見における適切でない対応が主な原因となり、その企業の社会的信用を失墜させ、事故だけでなく「事件」に変えてしまったケースもあります。報道機関への対応に当たっては、以下の点に留意する必要があります。

- (1) 一貫性ある説明をするため、広報窓口を責任ある立場の者に一本化
- (2) 発生した事故の情報を整理し、正確な情報を公表。その際、専門用語についての解説や想定される質問への準備を行う
- (3) 報道発表資料だけでは正確な内容が伝えきれない可能性がある場合には、タイミングを逸せず記者会見を実施
- (4) メディアの向こう側に多数の消費者がいることを常に考慮し、消費者視点による真摯な姿勢で対応
- (5) ソーシャルメディアで話題になった事案が報道で取り上げられる場合もあるので、出来る範囲でソーシャルメディアにおける自社製品の動向を把握

補足資料6 食品事故対応マニュアルへの記載項目（例）について

取り扱っている食品の特性を踏まえ、想定される食品事故を洗い出し、起こりやすく、被害が大きい食品事故等を対象にマニュアルを作成していくことになります。

- (1) 本マニュアルの目的
事故の拡大と事故発生時の混乱を最小限に抑えることなどを記載
- (2) 食品事故の定義
微生物の混入の場合、化学物質の混入の場合、異物の混入の場合、表示の誤記等に区分して記載
- (3) 基本方針
人の健康を損なうおそれがあるため、事故発生時には直ちに回収の要否、範囲の判断を行うとともに、速やかに対応し、消費者に対する危害を最小限に留めることなどを記載
- (4) 食品事故対応チームと関係部署の責務
通常の組織体制による対応と重大事故の場合の臨時的な組織体制による対応などを記載
- (5) 食品事故対応の手順
仕入先からの情報に基づき、事実確認、原因究明、被害想定、製品回収の判断と回収計画、仕入先及び行政機関との連絡・協議、広報・消費者への対応、回収等の手順などを記載
- (6) 類似食品事故情報等の収集
出来る限り事故が発生するリスクを低減するために行う類似食品事故情報等の収集及び活用などを記載
- (7) 従業員への情報伝達
直接関わる従業員以外の者に対しても、事故に関わる確認事実や対応方針・進め方を周知することなどを記載
- (8) 教育・訓練
事故発生時に迅速に対応できるように従業員の教育・訓練などを記載
- (9) その他
実態に合わせて適時適切に本マニュアルの見直しを行うことなどを記載

(参考) 重大事故の場合の対応の手順

(1) 重大事故であるかどうかの判断基準の設定

(2) 重大事故に発展するおそれがあると判断された場合の対応事項

- ① 経営判断を行える責任者をトップに、危機管理体制の整備、事故情報の一元化
- ② 健康被害の有無、拡大・反復発生の可能性等の事実の正確な把握と原因究明の徹底
- ③ 事故の態様に応じた操業（出荷・販売）停止、製品回収等の対応策の検討（回収を行う場合の対象範囲、方法等の手順）
- ④ 保健所等行政機関との連絡・協議
- ⑤ 記者会見、社告、HP掲載などによる報道機関、消費者への対応

* 食品のリコール社告の記載例については、農林水産省ホームページの「食品のリコール社告」を参考にしてください

http://www.maff.go.jp/j/syouan/hyoji/recall_syakoku.html

- ⑥ 謝罪を含む被害者への対応
- ⑦ 再発防止策の検討及び実行

食品の安全性に関するURLは以下を参照して下さい

- ・ ビジュアル版「食品の安全性に関する用語集（平成25年7月版）」（PDF版）
「食品の安全性に関する用語集（第5版）」

食品安全委員会ホームページ : <http://www.fsc.go.jp/yougoshu.html>

- ・ 「食品関係用語集」

厚生労働省ホームページ :

<http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/glossary.html>

27食産第4687号
平成28年2月4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



新型インフルエンザ等対策特別措置法の規定に基づく特定接種の登録に係る告示の一部改正及び特定接種（国民生活・国民経済安定分野）の登録要領等の周知について

このことについて、新型インフルエンザ等対策特別措置法第28条第1項第1号に基づき、厚生労働大臣による対象事業者の登録に係る告示等が発出され、厚生労働省から特定接種（国民生活・国民経済安定分野）の登録手続が別添のとおり示されましたのでお知らせします。

貴団体から、傘下事業者等に対しては、周知頂きますようお願いいたします。

事務連絡
平成28年2月4日

一般社団法人 日本加工食品卸協会 御中

農林水産省
食料産業局企画課

新型インフルエンザ等対策特別措置法の規定に基づく特定接種（国民生活・国民経済安定分野）の登録について

日頃より、農林水産・食品行政につきまして、御理解と御協力を賜り、厚く御礼を申し上げます。

新型インフルエンザ等対策特別措置法（平成24年法律第31号）に基づく特定接種は、新型インフルエンザ等が発生した場合に、医療の提供又は国民生活・国民経済の安定に寄与する業務を行う事業者の従業員や、新型インフルエンザ等対策の実施に携わる公務員に対して行う予防接種です。（参考資料参照）

今般、新型インフルエンザ等対策特別措置法第28条第1項第1号に基づき、厚生労働大臣による対象事業者の登録に係る告示等が発出され、厚生労働省から特定接種（国民生活・国民経済安定分野）の登録手続が示されました。

つきましては、登録を希望する事業者におかれましては、登録申請について、別紙1「特定接種登録申請書（国民生活・国民経済安定分野）の入力に関する手引き」を参照の上、特定接種管理システム（以下「管理システム」という。）において登録申請を行い、農林水産省及び厚生労働省による申請内容の確認、申請事業者に対する疑義照会を経た後、管理システム上で登録が行われますので、傘下事業者等への周知を図って頂きますようお願いいたします。

また、別紙2「特定接種（国民生活・国民経済安定分野）の登録申請Q&A」及び別紙3「各業種ごとの登録申請Q&A」を添付しますので併せて周知をお願いいたします。

（備考1）

当該管理システムにアクセスするためのURLは以下の通りです。

<https://tokuteisessyu.jp/Vaccine2/adminLogin>

特定接種登録申請書など登録に係る資料は、厚生労働省ホームページにおいて公表しております。URLは以下の通りです。

<http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000108661.html>

（備考2）

今後の登録申請スケジュールについては、以下の予定です。

平成28年3月頃 : 登録申請受付開始

① 事業者が「管理システム」上で登録申請を行う。

② 担当省庁関係課が申請内容の確認を行う。

6月30日 : 事業者からの登録申請の受付締切

8月31日 : 担当省庁関係課の申請内容の確認締切

9月以降 : 登録の実施

（問い合わせ先）

農林水産省食料産業局企画課企画第2班 担当：菅原、那須

・Tel: 03-6744-2064

※各業種ごとの申請に関する問い合わせは別紙3の連絡先を参照下さい。

新型インフルエンザ等対策について

参考資料1

新型インフルエンザとは 新たに人から人に伝染する能力を有することとなったウイルスを病原体とするインフルエンザであって、一般に国民が当該感染症に対する免疫を獲得していないことから、全国的かつ急速なまん延により国民の生命及び健康に重大な影響を与えるおそれがあると認められるもの。

新型インフルエンザ等対策特別措置法とは 新型インフルエンザ及び全国的かつ急速なまん延のおそれのある新感染症に対する対策の強化を図り、国民の命及び健康を保護し、国民生活及び国民経済に及ぼす影響が最小となるようにすることを目的。

1. 特措法上の新型インフルエンザ等対策の体制整備等

- (1) 行動計画等の作成
 - ① 国、地方公共団体の行動計画の作成、物資・資材の備蓄、訓練、国民への知識の普及
 - ② 指定公共機関(医療、医薬品・医療機器の製造・販売、電力、ガス、輸送等を営む法人)の指定・業務計画の作成
- (2) 権利に制限が加えられるときであっても、当該制限は必要最小限のものとする
- (3) 発生時に国、都道府県の対策本部を設置、新型インフルエンザ等緊急事態に市町村の対策本部を設置
- (4) 発生時における特定接種(登録事業者(※)の従業員等に対する先行的予防接種)の実施
※医療提供業務又は国民生活・国民経済の安定に寄与する業務を行う事業者であって、厚生労働大臣の定めるところにより厚生労働大臣の登録を受けているもの
- (5) 海外発生時の水際対策の的確な実施

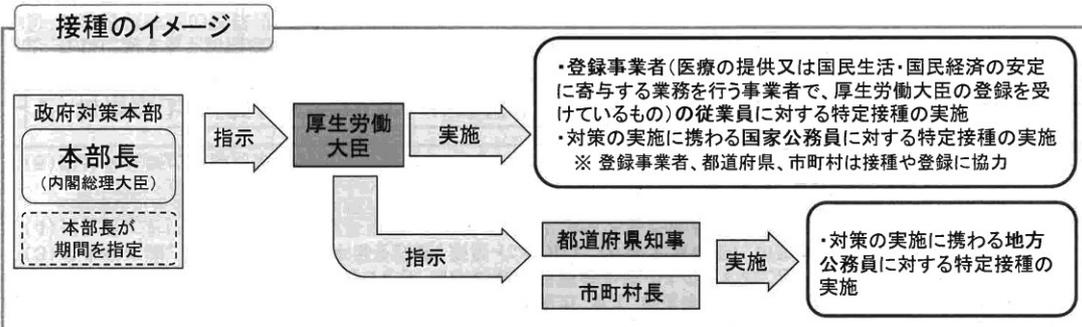
2. 特措法上の「新型インフルエンザ等緊急事態」発生の際の措置

- ① 外出自粛要請、興行場、催物等の制限等の要請・指示(潜伏期間、治癒するまでの期間等を考慮)
- ② 住民に対する予防接種の実施(国による必要な財政負担)
- ③ 医療提供体制の確保(臨時的医療施設等)
- ④ 緊急物資の運送の要請・指示
- ⑤ 政令で定める特定物資の売渡しの要請・収付
- ⑥ 埋葬・火葬の特例
- ⑦ 生活関連物資等の価格の安定(国民生活安定緊急措置法等の的確な運用)
- ⑧ 行政上の申請期限の延長等
- ⑨ 政府関係金融機関等による融資 等

特定接種について

参考資料2

新型インフルエンザ等が発生した場合に、医療の提供又は国民生活・国民経済の安定に寄与する業務を行う事業者の従業員や、新型インフルエンザ等対策の実施に携わる公務員に対して行う予防接種



根拠等

- 特定接種は、新型インフルエンザ等対策特別措置法第28条に基づいて実施されるものである。また、政府行動計画やガイドラインに、接種対象となる業種、接種順位的基本的な考え方、登録の要件・基準などが定められている。これらを踏まえて、厚生労働大臣は、登録の基準、方法を告示で定めることになる。

留意点

- 登録事業者には、新型インフルエンザ等発生時においても、医療の提供・国民生活及び国民経済の安定に寄与する業務を継続的に実施する努力義務が課される。(特措法第4条第3項)
- 実際の特定接種の対象、接種総数、接種順位は、新型インフルエンザ等発生後に政府対策本部において判断し、基本的対処方針によって決定される。そのため、厚生労働大臣の登録を受けたからといって、必ずしも特定接種の実施対象となるわけではない。

特定接種の接種対象業種と接種順位の考え方

参考資料3

○ 政府行動計画において、特定接種の登録対象となる業種等を下表のとおりとするともに、接種順位は、下表のグループ①(医療分野)からの順とすることを基本とされている。

※ 実際の特定接種対象者の範囲や接種順位等については、新型インフルエンザ等発生時に、政府対策本部において、発生状況等に応じて柔軟に決定することとされている。

類型		事業の種類	接種順位
医療分野	新型インフルエンザ等医療型	新型インフルエンザ等医療	グループ①
	重大・緊急医療型	重大緊急医療	
新型インフルエンザ等対策の実施に携わる公務員		新型インフルエンザ等の発生により対応が必要となる業務に従事する者 国民の緊急の生命保護と秩序の維持を目的とする業務や国家の危機管理に関する業務に従事する者	グループ②
国民生活・国民経済安定分野	介護・福祉型	サービスの停止等が利用者の生命維持に重大・緊急の影響がある介護・福祉事業所	グループ③
	指定公共機関型	医薬品・化粧品等卸売業、医薬品製造業、医療機器修理業・医療機器販売業・医療機器賃貸業、医療機器製造業、ガス業、銀行業、空港管理者、航空運輸業、水運業、通信業、鉄道業、電気業、道路貨物運送業、道路旅客運送業、放送業、郵便業	
	指定同類型(業務同類系)	医薬品・化粧品等卸売業、医薬品製造業、医療機器修理業・医療機器販売業・医療機器賃貸業、医療機器製造業、映像・音声・文字情報制作業、ガス業、銀行業、空港管理者、航空運輸業、水運業、通信業、鉄道業、電気業、道路貨物運送業、道路旅客運送業、放送業、郵便業	
	指定同類型(社会インフラ系)	金融証券決済事業者、石油・鉱物卸売業、石油製品・石炭製品製造業、熱供給業、	
その他の登録事業者		飲食料品卸売業、飲食料品小売業、各種商品小売業、食料品製造業、石油事業者、その他の生活関連サービス業、その他小売業、廃棄物処理業	グループ④

(注)

※ 指定公共機関型の事業者と同様の業務を行う公務員については、指定公共機関型と同順位とする。

※ 上下水道、河川管理・用水供給、工業用水道の業務を行う公務員については、公共性・公益性から整理し、指定公共機関型と同順位とする。

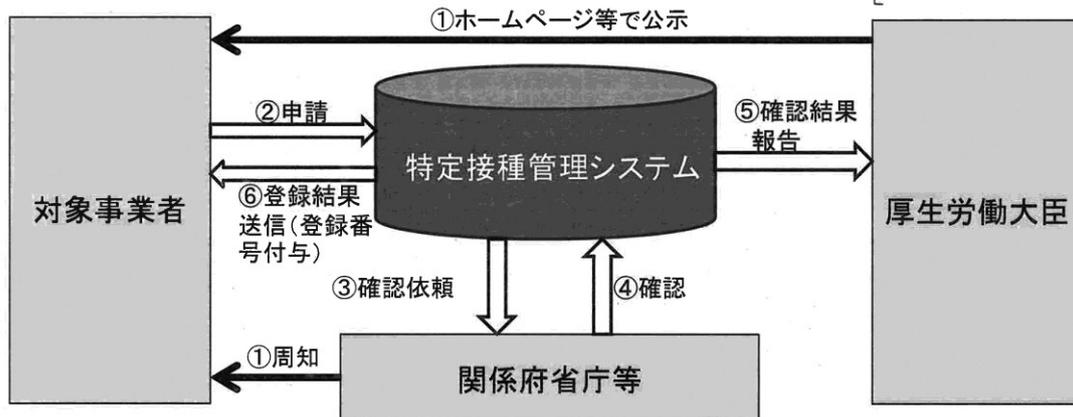
※ 医療分野、介護福祉型、その他の登録事業者と同様の業務を行う公務員についてはそれぞれ民間の事業者と同順位とする。

特定接種管理システムの概要

参考資料4

【事業者登録業務】

注) 白の矢印は、システムによる連絡



※ 関係府省庁等の管理者(申請内容の確認を行う者)に、各々の業種分類を管轄するIDを交付。

① ホームページ等で特定接種管理システムへの登録申請要件等を公示。

② 対象事業者が各自インターネット回線を通じ、Webで必要事項(事業者の名称、所在地、登録対象業務、従業員数、業務継続計画の作成の有無、接種実施医療機関など)を登録申請する。

③ 対象事業者から登録申請があった旨、関係府省庁等の担当者に通知。

④ 関係府省庁等は特定接種管理システムへログインし、登録申請があった事業者の登録可否について確認、必要に応じて申請事業者へ疑義照会・差し戻し等を行う。

⑤ 関係府省庁は、厚生労働大臣へ確認した旨を通知。

⑥ 厚生労働大臣は、対象事業者へ登録した旨を通知。対象事業者へ登録番号を付与。

特定接種の接種体制に関する覚書

〇〇〇〇府省庁の長〇〇〇〇（以下「甲」という。）と医療法人〇〇〇〇代表者〇〇〇〇（以下「乙」という。）は、新型インフルエンザ等対策特別措置法（平成24年法律第31号）第28条の規定に基づき実施される特定接種の接種体制に関して、下記の事項について合意したので、ここに覚書を締結する。

記

接種実施医療機関である乙は、新型インフルエンザ等対策特別措置法第6条の規定に基づく新型インフルエンザ等対策政府行動計画（平成25年6月7日閣議決定）の別添の（2）に定める職務に従事する甲の職員〇〇人分の特定接種を行うこと。

以上

以上の合意の証として、本書2通を作成し、甲乙記名押印のうえ、甲乙各1通を保有する。

平成〇〇年〇〇月〇〇日

甲 〇〇県〇〇市〇〇〇丁目〇番地〇号
〇〇〇〇府省庁
 〇〇〇〇の長

〇 〇 〇 〇

乙 〇〇県〇〇市〇〇〇丁目〇番地〇号
医療法人〇〇〇〇
 代表者

〇 〇 〇 〇

注）府省庁、医療法人は一例である。

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム総括

1. 基本的考え方

- ・世界の食料生産量の1/3にあたる13億トンの食料が毎年廃棄され、世界の穀物需給が逼迫する中、2013(平成25)年8月にはアジア・太平洋地域における「SAVE FOOD」キャンペーンが開始され、2014(平成26)年は「ヨーロッパ反食品廃棄物年」とされるなど、世界的に食品ロス削減に向けた取組が進んでいる。
- ・「もったいない」という言葉の発祥の地である我が国においても、その食料の6割を海外からの輸入に依存しているながら、我が国でも食べられるにもかかわらず廃棄される「食品ロス」は642万トン発生していると推計されており、食品ロス削減は喫緊の課題といえる。
- ・食品ロス発生の実態は、規格外品、返品、売れ残り、新製品多発化、食べ残し、過剰除去、直接廃棄などと多様であり、それぞれの関係者が食品ロス削減に向けた取組を進めていくことが必要である。
- ・このうち、本ワーキングチーム(以下WT)では、個別企業等の取組だけでは解決が難しく、フードチェーン全体で解決していく必要のある課題として、製造業・卸売業・小売業による商慣習を中心に、製・配・販の垣根を越えて先行的に検討を行ってきた。
- ・現在、食品の流通現場で食品ロス発生の原因となりうる商慣習が存在するが、食品ロス削減という観点からは可能な限りこれを見直し、経済的ロスを経済成長につなげていく必要があり、製・配・販各社の壁を越えつつ、消費者の理解を得ながら、優先順位をつけた取組を引き続き進めていくことが必要である。
- ・WTは、こうした問題意識から、実態調査、実証実験、および実運用における商慣習見直し等、各般の取組を4年間進めてきた。今後、業界団体の会員企業に取組の輪を広げ、食品業界全体に普及推進していくために、活動成果を総括し、今後の方向性を整理する。
- ・なお、食品ロス(642万トン)は、メーカー141万トン、卸13万トン、小売58万トン、外食119万トン、家庭312万トンで構成される。WTの検討対象は主としてメーカー・卸・小売の部分である。

2. 取組内容

(1)実態調査の結果

商品・業務特性の違いを考慮し、加工食品・日配品に分け、実態調査により、それぞれの食品ロスの現状や発生要因を調べた。

①加工食品

- ・メーカー・卸・小売業を対象に、加工食品の返品やメーカーでの未出荷廃棄を調査した結果、返品発生理由は、商品の汚損・破損、店舗での納品・販売期限切れ、定番カットによる商品入れ替え等であった。
- ・小売業調査の結果、店舗への納品期限は、賞味期限の3分の1の場合が多い。
- ・メーカー調査の結果、メーカーの未出荷廃棄は、飲料・菓子で発生割合が高い。また、未出荷廃棄の発生理由は、出荷予測精度の低さ、納品期限切れ等であった。

②日配品

- ・日配品の実態調査からは、小売業での廃棄ロス、メーカーでの余剰生産が相当程度^(※)存在する

ことを確認するとともに、廃棄ロス率や余剰生産への影響要因、企業の取組・意見などの把握を進めた。

(※)【メーカー】約25億円／6,500トン、対象:パン、豆腐、乳製品、納豆

【小売業】約76億円／18,600トン、対象:パン、豆腐、納豆、牛乳、ヨーグルト、洋菓子、魚肉加工品

(注)推計の対象は、メーカー・小売業とも、主にスーパーと生協の販売分である。

- ・その結果、例えばパンではメーカーでの余剰生産発生率が0.40%、小売段階での廃棄ロス率が0.61%など、商品別にそれぞれ一定程度の食品ロスが発生している現状を確認した。
- ・日配品メーカーでは、売上が小規模であるほど、余剰生産発生率が高まる傾向が見られた。
- ・小売業では、発注リードタイムにバラつきが見られ、一定の発注リードタイム内(～36時間未満まで)では、リードタイムと廃棄ロス率の相互影響は明確には確認できなかった。
- ・また、食品ロス削減に向けて、メーカーや小売業では、販売実績・特売計画の共有、需要予測の精度向上、売場でのかみ細かい売価調整等が取り組まれていることを確認した。

(2)加工食品の納品期限の見直し

①製・配・販35社での実証実験実施と食品ロス削減効果の公表

- ・返品や未出荷廃棄の発生理由の一つが納品期限であり、飲料・菓子でメーカーでの未出荷廃棄割合が高かったことから、清涼飲料と菓子を対象に、納品期限緩和の実証実験を実施した。製・配・販35社が参加した。
- ・その結果、清涼飲料と賞味期間180日以上の子は、納品期限緩和による小売店舗での廃棄増等のリスクが少ない上、納品期限緩和による食品ロス削減効果は約4万トンとなることを明らかにした。
- ・この結果を踏まえ、清涼飲料と賞味期間180日以上の子の納品期限を「賞味期間の1/2残り」以下に緩和することを推奨・提言した。

②大手スーパー・コンビニ等での納品期限緩和の実現

- ・WTの提言を受け、大手スーパー・コンビニが実運用において納品期限緩和を実施した。2016年3月現在、清涼飲料と賞味期間180日以上の子を対象に、13社で納品期限緩和が実施済み、ないしは移行準備中である。

<清涼飲料>

－11社・・・納品期限緩和実施済み

(株)セブンイレブン・ジャパン、(株)ローソン、(株)ファミリーマート、(株)サークルKサンクス、(株)スリーエフ、デイリーヤマザキ(山崎製パン(株) デイリーヤマザキ事業統括本部)、ミニストップ(株)、イオンリテール(株)、(株)イトーヨーカ堂(株)ヨークマート含む)、(株)東急ストア、ユニー(株)

－1社・・・2016年4月開始

(株)ポプラ

<賞味期間180日以上の子>

－3社・・・納品期限緩和実施済み

(株)セブンイレブン・ジャパン、イオンリテール(株)、(株)イトーヨーカ堂(株)ヨークマート含む)

③納品期限緩和の対象となりうる品目条件の分析・公表

- ・加工食品を対象に、一定期間の販売実績等を用いて、納品期限の緩和による小売店舗での廃

棄増等のリスクを分析した。

- ・その結果、清涼飲料と賞味期間180日以上菓子以外の加工食品についても、一部の品目等を除きリスクは少ないと考えられることを確認した。

(3) 賞味期限延長や年月表示化の推進・進捗公表

- ・小売業の納品期限の緩和と合わせて、メーカーは、食品ロスの発生につながる場合がある「過度に短い賞味期限の見直し」、品質劣化速度が遅く、消費段階で日付管理する意味が乏しい反面、日付順に納入される流通段階で食品ロスの発生につながる場合がある「賞味期限の年月日表示の見直し」を進め、業界団体の協力により、取組状況を公表した。
- ・その結果、賞味期限延長は、2009年1月～2015年10月に1320品目で、また、賞味期限の年月表示化は、2009年1月～2015年10月に324品目で、それぞれ実施された。また、今後、賞味期限延長が587品目(菓子、飲料、カレー、風味調味料、豆腐、納豆等)、賞味期限の年月表示化が107品目、それぞれ予定されている。
- ・また、食品ロス削減の重要性や食品の期限表示に関する消費者理解を広げるため、全日本菓子協会・全日本カレー工業協同組合と加盟企業は、賞味期限設定の考え方を公表した。

(4) 実証実験として「もったいないキャンペーン」の実施

- ・(株)ウジェスーパーの取組を参考に、実証実験として、独自シールやPOPを使い「食品ロスの重要性」を消費者の心理に訴えかける「もったいないキャンペーン」をイオンリテール(株)、(株)イトーヨーカ堂、(株)東急ストアの6店舗で実施した。
- ・消費期限の近い日配品の購買を押し上げたと思われ、10～20日のキャンペーンながら、購入者の4割にキャンペーンが認知され、その大部分から共感的な反応を得た。

(5) 日配品の食品ロス削減事例の把握

日配品の食品ロス削減において効果を上げている事例を把握し、内容や成果をまとめた。

<イオンリテール(株)の日配品の定番・特売の週間発注>

イオンリテール(株)では、翌日販売する商品を、毎日ゼロから考えて発注するのではなく、1週間分の計画を立て、その計画をメーカーと共有した上で、日々その数量を調整していく「週間発注」を導入。メーカーは発注計画を数量予測に組み入れることができるようになっている。

<(株)ファミリーマートとパンメーカーでの新商品の発注数量の共有早期化>

(株)ファミリーマートとパンメーカーとの間で、新商品の注文数量の情報共有を早めることで、メーカーでの食品ロス発生の抑制、コンビニ側にとっての新商品の安定確保を図る取組が成果を上げている。

<スーパーと中堅豆腐メーカーとの納品期限緩和・賞味期限延長>

地域中堅豆腐メーカーが木綿豆腐等の賞味期限を7日から10日に延長し、それを受けて、取引先の大手スーパー、地域中堅・中小スーパー、ドラッグストア等との間で納品期限の製造当日(D+0)から製造翌日(D+1)への延長が取組まれ、メーカーで出荷金額2%の廃棄削減が実現している。

(6) フードバンク活用事例の共有

- ・加工食品の食品ロス削減の取組として、フードバンク活用事例を共有した。
- ・商慣習の見直しを行ってもなお生じる食品ロス削減策の1つとしてフードバンクの活用があるが、まずはフードバンクが事業者からの信頼を得られる状況を実現していくことが重要との意見が多かった。

<サントリーグループ>

サントリーグループでは、寄贈品の安全性の担保、配達記録の発行、問題発生時の対応、ブランド毀損防止や既存流通の妨げにならないようにする等の対策をフードバンク団体と構築し、フードバンク団体へ食品(清涼飲料)の寄贈を実施している。

<西友>

(合)西友では、フードバンク団体(セカンドハーベスト・ジャパン)へ加工食品の寄贈を実施している。店頭から撤去した商品を物流センターに移送し、フードバンクの物流と接続するなど、組織的な取組を行っている。対象店舗は2015年末時点で115店舗である。

(7) 食品ロス削減シンポジウムの開催

- ・事業者と消費者を集めたシンポジウムを開き、WTの活動報告やパネルディスカッション等を通じて、食品ロス削減の重要性や事業者の取組に対する事業者・消費者の理解拡大に努めた。

<食品ロス削減シンポジウムへの参加状況>

2012年度:東京530名 大阪180名

2013年度:東京300名

2014年度:東京170名 大阪56名

3. 今後の取組推進について

- ・WTでは食品業界の商慣習について、製・配・販の垣根を越え、先行的に検討・取組を進めてきた。食品ロスの要因は規格外品、返品、売れ残り、新製品多発化、食べ残し、過剰除去、直接廃棄など多様な要因で構成されており、個別企業等の取組だけでは解決が難しく、フードチェーン全体で解決していく必要がある。食品ロス削減の重要性や緊急性からみて、引き続き、製・配・販の垣根を越えて、継続的に検討を進める必要がある。
- ・特に、食の安全や食料廃棄に関する消費者の企業に対する関心や期待が高まる中、食品産業の持続的な発展に向け、事業者の活動が求められている。
- ・以上を踏まえ、食品業界全体への食品ロス削減活動の普及推進に向けて、次年度以降、次の事項を検討する必要がある。

<WTの取組成果の普及>

－WTでの検討成果に基づいて、商慣習の見直し等によって廃棄コストが軽減された取組等を分析・整理し、その内容を広く普及していく。

<商慣習の見直し等の進捗把握と関係者間での情報共有>

－検討会等を開き、食品関連事業者における食品ロス発生の状況や、WTで取り組んできた商慣習見直し等の進捗を関係者が集まってフォローアップを行い、フードチェーンにおける商慣

習見直し等の業界全体の動向を把握していく。

- －その際、消費者に食品業界の主体的な食品ロス削減の取組に理解を求めため、消費者を含め問題を共有し、議論を進めていく必要がある。

<納品期限緩和と賞味期限の見直しの一体推進>

- －消費者の安心・安全な食生活を守るため、安全性・リスク検証を行いながら「納品期限緩和」「賞味期限延長」「年月表示化」を三位一体で進める。納品期限の緩和による小売店舗での廃棄増等のリスクを抑えながら、食品ロス削減の効果を大きくすることにつながる。
- －リスク分析の結果、加工食品では一部の品目等を除き、小売店舗での廃棄増等のリスクは少ないと考えられることから、リスクの少ない加工食品についても「賞味期間の1/2残し」以下に緩和することを推奨し、各業界団体の協力を得て幅広い関係者に情報を共有し、各自の取組を促す。
- －また、納品期限・賞味期限の見直しともに、現在のところ業種・企業が限られている。卸売業が複数の小売業に納品を行う場合、納品期限を緩和した得意先以外にも納品期限緩和が広がらなければ、物流センターの業務が対応できない場合がある。日本乳業協会からチーズの取り上げの提案もあった。これらを踏まえ、引き続き、商品・業種・企業の拡大に取組むことも必要である。

<消費者理解促進の継続、関係省庁・組織との連携等>

- －食品ロス削減には消費者の理解と協力が鍵となることから、食品ロス削減の重要性や食品の期限表示(消費期限・賞味期限)、食品ロス削減に向けた事業者の取組について十分理解してもらえよう、食品ロス削減に関する消費者理解を進める。
- －食品ロス削減国民運動(NO-FOODLOSS PROJECT)を推進する関係府省庁(内閣府、消費者庁、農林水産省、経済産業省、環境省、文部科学省)と引き続き連携し、ロゴマーク「ろすのん」を活用した取組、食品の期限表示の意味のわかりやすい説明など、消費者理解の促進を図る。
- －関係省庁と連携を図るとともに、共通課題の解決のため組織された民間企業の取組(製・配・販連携協議会、国民生活産業・消費者団体連合会、日本TCGF)とも連携して、WTの取組との相乗効果を目指す。

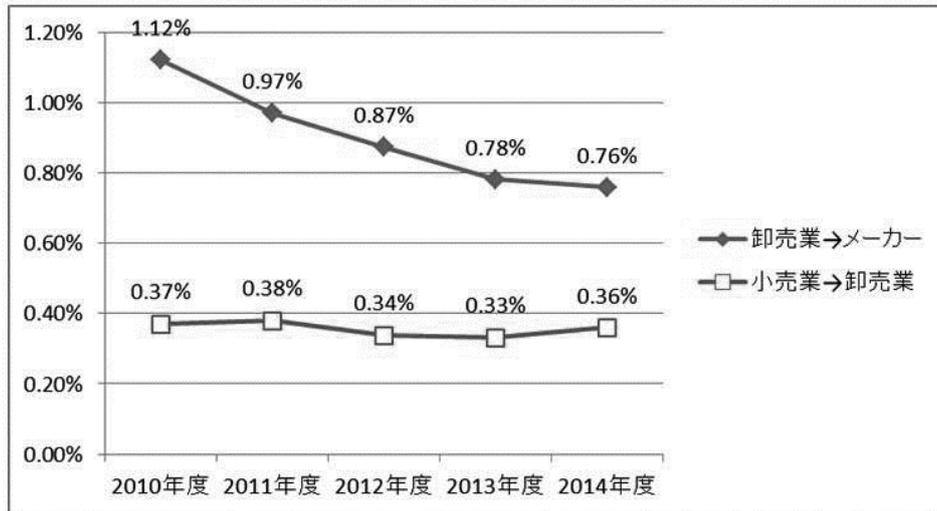
以上

3. 加工食品の返品実態報告

(2) 返品の実態(卸売業調査)－①返品率

- 「卸売業→メーカー」の返品率は低下傾向にあり、2014年度は前年比でわずかに減少(0.02ポイント減)した。
 - 「小売業→卸売業」の返品率は、前年比でほぼ横ばい(0.03ポイント増)であった。
- 小売業・卸売業センターからの返品は、ペースは鈍化したものの改善が進んでいる。

加工食品の返品率の推移(2010年度～2014年度)



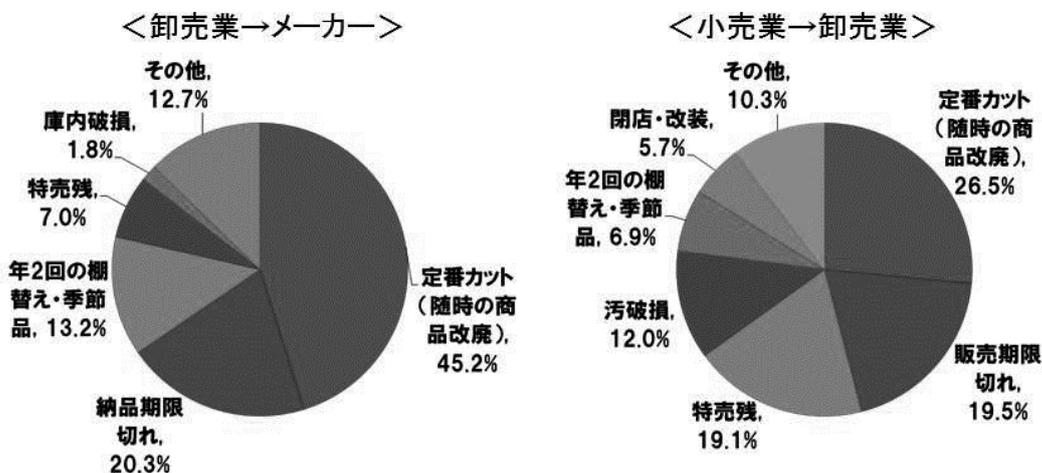
©2015公益財団法人流通経済研究所

3. 加工食品の返品実態報告

(2) 返品の実態(卸売業調査)－②返品の原因

- 「卸売業→メーカー」の返品の原因は、「定番カット」(45.2%)が最も多く、「納品期限切れ」(20.3%)、「年2回の棚替え・季節品」(13.2%)が続いている。
- 「小売業→卸売業」の返品では、「定番カット」(26.5%)が最も多く、「販売期限切れ」(19.5%)、「特売残」(19.1%)が続いている。

加工食品の返品の原因(2014年度)



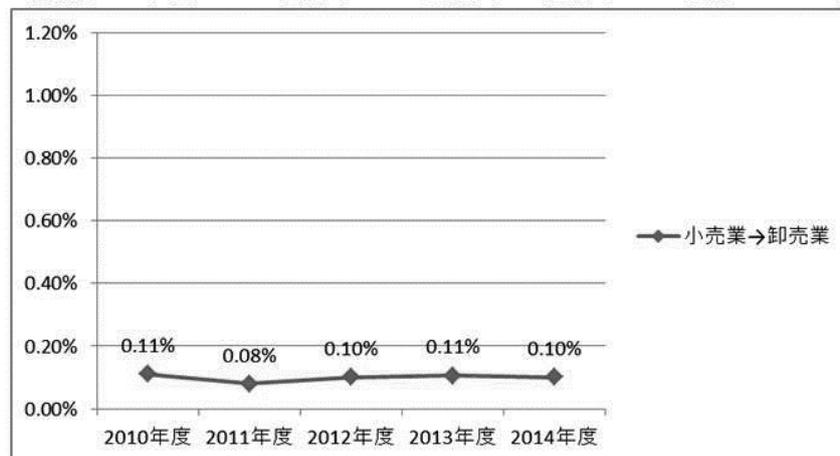
©2015公益財団法人流通経済研究所

3. 加工食品の返品実態報告

(3) 返品の実態(小売業調査)－①返品率

- 「小売業→卸売業」の返品率は、小売業調査では、過去5年間でほぼ横ばいで推移しており、2014年度は0.10%であった。

加工食品の小売業から卸売業への返品率の推移(2010年度～2014年度)



(注)年度によって集計対象企業が異なる。

(注)上記の小売業調査結果と卸売業調査結果の違いについて、小売業調査の対象は製・配・販連携協議会加盟小売業であるのに対し、卸売業調査には協議会非加盟の多数の小売業との取引が含まれているために一致しない。

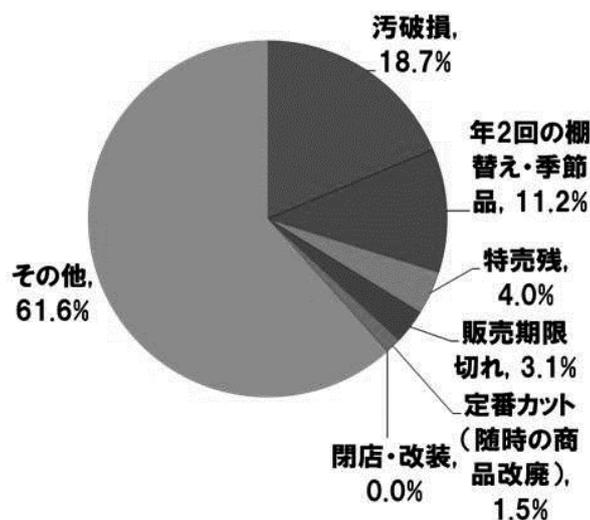
©2015公益財団法人流通経済研究所

3. 加工食品の返品実態報告

(3) 返品の実態(小売業調査)－②返品が発生理由

- 「小売業→卸売業」の返品が発生理由は、「汚破損」(18.7%)が最も多かったが、メーカー起因等による「その他」が大半を占めている。

加工食品の小売業から卸売業へ返品が発生理由(2014年度)

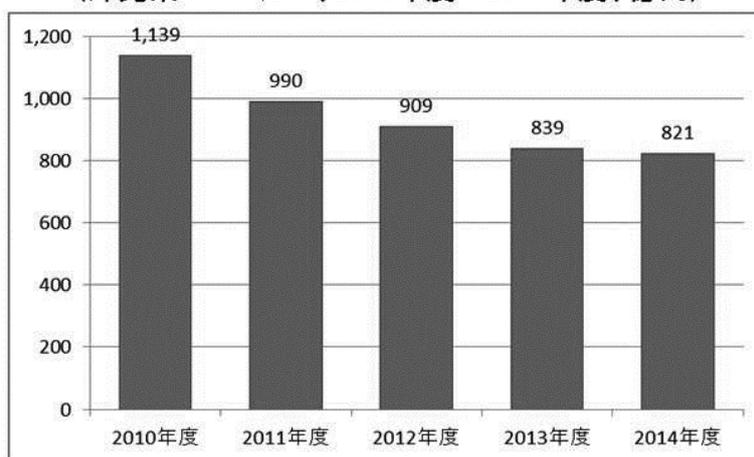


©2015公益財団法人流通経済研究所

3. 加工食品の返品実態報告 (4) 業界全体の返品額推計

- 業界全体の「卸売業→メーカー」の返品額を推計した。
- 業界全体の返品額は、2014年度が821億円と推計され、過去5年間で減少傾向にある。

加工食品の業界全体の返品額推計
(卸売業→メーカー、2010年度～2014年度、億円)



©2015公益財団法人流通経済研究所

3. 加工食品の返品実態報告 (5) 小括

■ 定量目標及び2014年度までの実績進捗

メーカー←卸売業 : 前年実績に対し ▲7削減
 卸売業→メーカー : // ▲7削減
卸売業←小売業 : // +11増加
 小売業→卸売業 : // ▲14削減

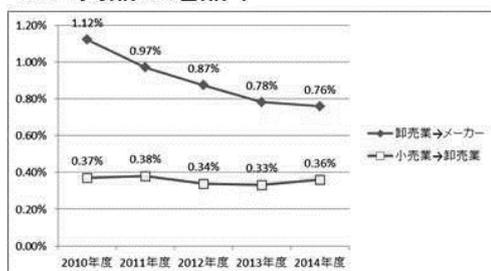
→協議会加盟企業の返品削減は前年に比べ改善傾向であるが、非加盟小売業からの返品率が増加している。

加工食品の返品率の計画と実績(2012年度を100とした指数)

		加工食品					
		2012年度 実績	2013年度		2014年度		計画-実績
		計画	実績	計画	実績		
メーカー	卸売業・小売業からの返品	100	90	76	81	69	▲12
卸売業	メーカーへの返品	100	89	94	79	87	8
	小売業からの返品	100	87	95	75	106	31
小売業	卸売業・メーカーへの返品	100	91	86	81	72	▲9

(注)卸売業の「メーカーへの返品」について、2014年度実績から、返品実績の集計対象を変更した企業があるため、2012-2013年度と単純に比較することはできない。

■ 加工食品の返品率



■ 加工食品の返品の発生理由(2014年度)

	卸売業→メーカー	小売業→卸売業
定番カット	45.2%	26.5%
納品期限切れ /販売期限切れ	20.3%	19.5%
その他 (棚替え・季節品、特 売残、汚破損等)	34.6%	54.0%

卸売業実態: 最も大きな原因は定番カットである
 小売業実態: 最も大きな原因は定番カットである

2014年度の返品総額(推計)は、821億円。2015年度以降、定番カットなどの返品削減を進め、返品率を1/3削減できれば270億円強に相当する改善効果が見られる。

©2015公益財団法人流通経済研究所

平成28年3月7日

一般社団法人日本加工食品卸協会 担当者様

農林水産省食料産業局
企画課企画第2班

緊急時通行車両の事前届出について

大規模災害発生時、応急対策を的確かつ円滑に実施するため、都道府県の公安委員会により緊急交通路が指定され、交通規制により一般車両の通行が禁止、又は制限されることが想定されます。緊急交通路の通行には、緊急通行車両等確認証明書と確認標章が必要となりますが、災害発生後に警察署等で交付手続きを行った場合、混雑等により手続きに非常な時間を要し、迅速な災害応急対策等に支障を来すことが懸念されます。

このため、平時（災害発生前）にあらかじめ緊急通行車両の届出をしておくことにより、災害時に優先して証明書等の交付を受けることができる事前届出制度の活用について、今後、貴団体を通じて会員企業に周知していただくことを予定しております。ただし、企業が事前届出を行う際には、確認のため緊急交通路を通行して行う業務の内容を疎明する書類（国一団体間で取り交わす災害時応援協定の写し）が必要となります。

つきましては、貴団体において、国一団体間の協定締結に関する下記事項についてご検討くださいますようお願いいたします。

記

○依頼事項・・・締め切り：別添様式により3月11日（金）15時まで（①②とも）

① 事前届出の際の確認書類として、農林水産省と食品関係団体との災害時の応援協定（災害時の応急用食料調達・運送への協力等を明記）の締結が必要となりますので、本協定を締結することの可否についてご検討のうえお知らせくださいますようお願いいたします。また、不可の場合は、その理由について記載願います。

② 災害時における応援に関する協定書（案）の内容についてご確認いただき、質問等ございましたら提出をお願いします。

※ 協定については、あくまでも災害発生時に「協力を要請する」という趣旨のものであり、内容としてはこれまでの災害時対応と変わる部分はありませんので、協定締結についてご理解くださいますようお願いいたします。

※ 事前届出の手続きは、企業毎に行っていただく必要があります（他の都道府県に所在する工場・支店等の車両について届出を行う場合は、それぞれの工場・支店ごとに届出が必要です）。企業への周知については、協定締結にご協力をいただける団体に対し、改めて依頼をさせていただきます。

○参考（事前届出手続き）

・ 届出者

緊急通行に係る業務の実施について責任を有する者（食品企業等（自社の車両を登録する場合）又は食品企業等から委託を受けている輸送業者）

・ 事前届出の対象車両

ア 災害対策基本法第50条第1項に定める災害応急対策に使用する計画のある車両

イ 指定行政機関等が保有・調達する車両又は指定行政機関等と災害時の協定・契約を締結した民間車両

ウ 当該所在地域に使用の本拠を有する車両

・ 必要書類

ア 緊急通行車両等事前届出書（申請書）2通 ※警察署の窓口で受領。

イ 車検証の写し

ウ 輸送協定書その他の当該車両を使用して行う業務の内容を疎明する書類（指定行政機関等と災害時の協定・契約を締結した民間車両の場合、協定書・契約書等の写し）

・ 申請先

当該車両の使用の本拠の位置を管轄する都道府県警察の本部及び警察署

○問合せ先

担当：食料産業局企画課企画第2班
災害業務係長 長谷川 豊

電話：03-6744-2064

FAX：03-3508-2417

Mail：yutaka_hasegawa840@maff.go.jp

災害時における応援に関する協定書

農林水産省食料産業局長（以下「甲」という。）と一般社団法人日本加工食品卸協会会長（以下「乙」という。）は、災害時における応急対策活動の実施に関し、次のとおり協定を締結する。

（協力要請）

第1条 甲は、農林水産省に緊急自然災害対策本部が設置された場合において、災害時における応急対策を実施するため、乙の協力が必要であると認めたときは、電話及び物資調整シートにより次の各号に掲げる事項を明らかにして乙の応援を要請することとする。

- （1）応急用食料の品目、必要量
- （2）応急用食料を輸送する都道府県、市町村の物流拠点の所在地
- （3）物流拠点までの輸送情報

（協力の実施）

第2条 乙は、前条の要請があったときは、乙の会員である丙の斡旋その他可能な限り甲に協力するものとする。乙の斡旋をうけた丙は、甲の指示に従い、応急対策活動に協力するものとする。

（協力の範囲）

第3条 乙及び丙が実施する応急対策活動への協力の範囲は、次に掲げるとおりとする。

- （1）応急用食料の調達
- （2）応急用食料の都道府県、市町村の物流拠点への輸送
- （3）上記にかかる輸送手段の確保（自車及び備車）

（実施報告）

第4条 丙は、第3条に定める活動が完了したときは、応急対策活動の実施場所及び内容を甲に報告するものとする。

（連絡）

第5条 乙は、本協定に係る乙に加盟する会員の名簿を、本協定書に添付するものとし、会員に異動があった場合は、甲に報告するものとする。

（協議）

第6条 この協定に定めのない事項又は疑義が生じたときは、その都度甲乙協議して定めるものとする。

(実施時期等)

第7条 本協定は、平成28年 月 日から適用するものとする。

この協定を証するため、本書2通を作成し、甲乙記名押印のうえ、各1通を保有する。

平成28年 月 日

甲 東京都千代田区霞が関1-2-1

農林水産省

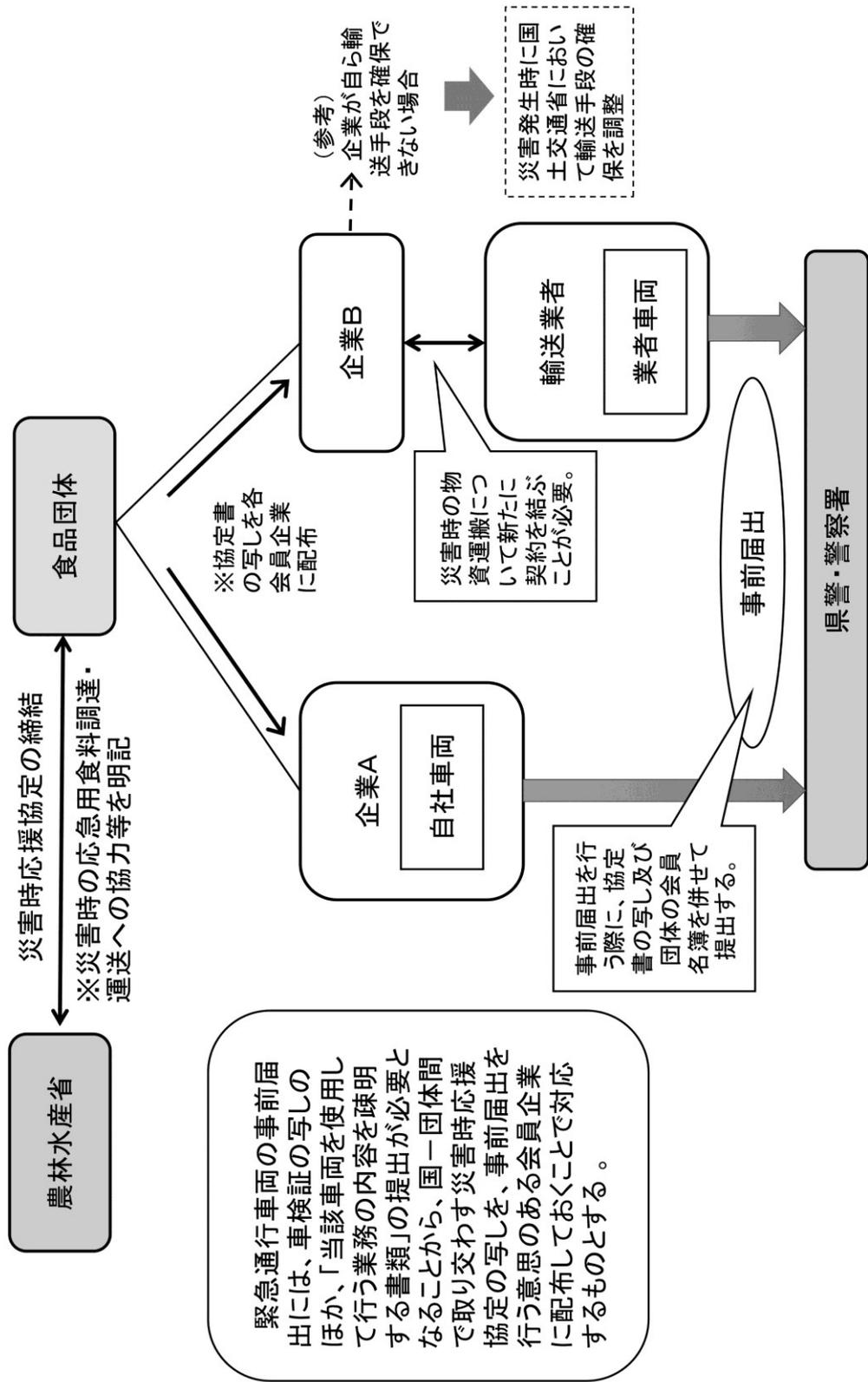
食料産業局長 櫻庭 英悦

乙 東京都中央区日本橋本町2-3-4 江戸ビル4階

一般社団法人 日本加工食品卸協会

会長 國分 勘兵衛

○緊急通行車両の事前届出に必要な国一団体間で取り交わす災害時応援協定について

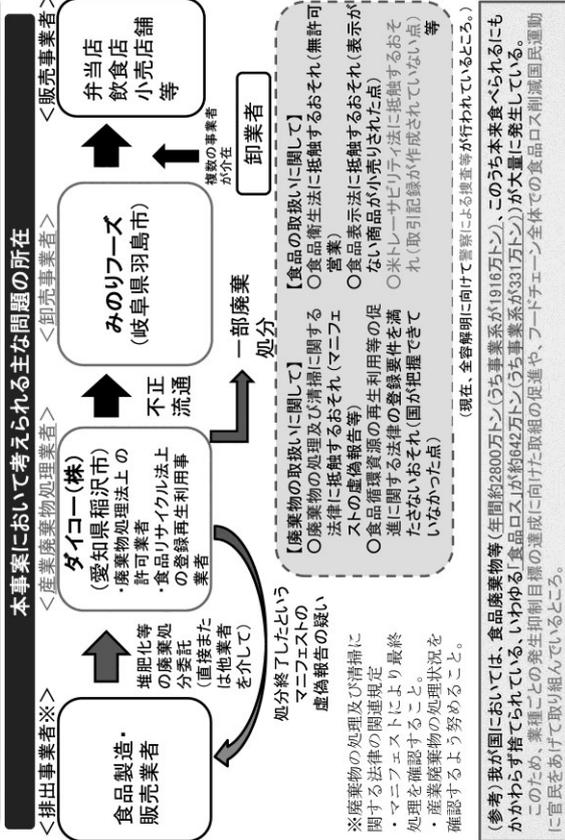


食品廃棄物の不適正な転売事案の再発防止のための対応についてのポイント(廃棄物・リサイクル関係)

※食品リサイクル法に基づく取組について、農林水産省等と共同の取組は(※)を付記。
平成28年3月14日
環境省

1. 事案の概要

- 食品製造業者等から処分委託を受けた食品廃棄物が、愛知県産廃業者により、食品として売却された事案。
- 本事案は、廃棄物処理法(マニフェストの虚偽報告等)、食品衛生法(無許可営業)違反の疑いで調査中。



2. 本事案に対する政府全体の取組

～「廃棄物の不適流通に関する今後の対応」平成28年2月26日食品安全行政に関する関係府省連絡会議申合せ～

現状認識

- 食品廃棄物が最終処理されずに不正転売
- ⇒食品として販売され、消費者の不安を招いた(健康被害は確認されていない)
- ⇒消費者の信頼の確保が必要

廃棄物処理に係る課題

- 廃棄食品が不正転売された疑い
- 全国の処理業者等に立入検査を実施
- ⇒本事案以外の転売事例はなかった

食品の取扱いに係る課題

- 関係法令に違反する不適切な食品の取扱いが行われた疑い

同種事案発生時の対応

- ①関係機関の緊密な連携
- ②消費者への注意喚起等(※・準)
- ③健康被害の早期把握(※・準)

基本的な考え方

- 再発防止等に向けて、現時点で対応可能な対策を取りまとめ
- 本事案の全容説明に向けた迅速かつ適切な調査
- ⇒法令違反が確認された事業者には厳正に対処
- ⇒今後、必要に応じて更なる対応を検討 ※食品ロス削減も必要

対策

- ①電子マニフェストの機能強化(※)
- ②廃棄物処理業者の透明性と信頼性の強化(※・準)
- ③排出事業者による転売防止対策の強化(※・準)

対策

- ①食品等事業者の監視指導の徹底(※)
- ②食品表示の適正化(※)

3. 環境省としての本事案への対応～違反事業者に対しては厳正に対応～

- 問題となった事業者に対しては、食品リサイクル法に基づく登録を3月10日付けで取り消した。
- また、廃棄物処理法の権限を有する関係自治体と連携を密にして、同法に基づき厳正に対応。

4. 環境省としての再発防止策～食品廃棄物の排出から処理に至るフロー管理の強化～

- 動植物性残さを取り扱う全国の産業廃棄物処理業者を対象とした都道府県等の立入検査の結果、本事案以外に廃棄物の転売を行った事例の報告はなかった。このため、本事案はごく一部の悪質な事業者によるものと考えられるが、今回の事案を未然に防げなかったことを踏まえ、現時点で対応可能な再発防止策に速やかに着手。
- また、本件については、警察による捜査等が行われているところであり、全容が明らかとなった段階で、現行の関係法令についてどのような問題があるか、その運用も含めて、改めて検証を行い、必要に応じて、今後の対応を検討。併せて、食品廃棄物の処理に係る対策と、食品関係事業者による食品の適正な取扱いに係る対策の両面から、隙間のない対策を講ずることを検討。

【電子マニフェストの機能強化】

- 電子マニフェストの虚偽記載防止のため、記載内容に不自然な点があった場合に、不正を検知できる情報処理システムの導入を検討。
- また、排出事業者において、委託契約に沿った廃棄物の適正処理の実施状況を具体的に把握するため、例えば、廃棄物処理業者が実際行った処分方法を記載事項に追加する等、必要な措置を検討。

【廃棄物処理業者に係る対策:透明性と信頼性の強化】

- 都道府県に対して、産業廃棄物処理業者への抜き打ちの立入検査など、監視強化の取組について改めて通知。併せて、食品廃棄物の不正転売に係る立入検査マニュアルの策定を検討
- 地方公共団体と連携しつつ、食品リサイクル法の登録審査及び登録業者に対する国の指導監督を強化(※)
- 不正転売の未然防止に向けた一層の取組強化を廃棄物処理業者者に求め、環境省としてその取組状況をフォローアップ

・処理状況の積極的な公開

- 排出事業者による現地確認の積極的受入れとそれと併せてのインターネットを通じた積極的な情報公開
- ・優良事業者の育成・拡大

- 優良な食品リサイクル業者育成・評価のための自主基準の策定や評価制度の構築
- 廃棄物処理法に基づく優良産業廃棄物事業者認定(注)の取得の推進
- 食品リサイクル法の処理業者に対する研修の実施や民間資格制度の創設
- (注)通常の許可基準よりも厳しい基準をクリアした産廃処理業者を認定する制度

【排出事業者に係る対策:食品廃棄物の転売防止対策の強化】

- 排出事業者責任の徹底のため、排出事業者を対象として廃棄物処理法で規定されている、同責任に基づく必要な措置(処理状況の確認や適正な処理料金による委託等)についてチェックリストを作成し、当該措置の適正な実施について、都道府県に通知し、関係事業者への指導に当たり、その活用を推進。
- 食品関連事業者に対して、食品ロスの削減を要請するとともに、やむを得ず食品を廃棄する場合には、そのまま連帯して転売することが困難となるよう適切な措置を講ずることを要請(併せて、廃棄食品の処理について適正な料金で委託することも改めて要請)。(※)
- 食品廃棄物をそのまま商品として販売することが困難となるよう適切な措置を講ずる等、食品リサイクル法における食品関連事業者が取り組むべき措置の指針(判断基準等)の見直しを検討
- 食品廃棄物の不正転売防止のための措置に関するガイドラインの策定(※)