



月報

1

缶詰

(44.1.31. No.25.VOL.3)

【巻頭言】 問屋パワーの確立 2
(会長 浅井二郎)

1月の行事 1

◇公正取引協議会常任理事連絡会 3

◇全国食品缶詰公正取引協議会規則第2号(案) 4

◇在京規格部会 8

◇製造工場缶マークの整理および簡素化について 10
(日缶協からの文書)

◇果実飲料の表示に関する公正競争規約(案)(全文) 16

◇果実飲料の表示に関する公正競争規約(案)問題点 23

◇果実飲料公正競争規約(案)関連団体打合せ 25

◇価格に関する不当表示防止法第4条運用基準(案)説明会 28

◇不当表示防止法第4条運用基準(案)(全文) 30

課題

◇統一伝票で事務合理化 36

◇食品缶詰の表示に関する説明会 39

◇缶詰業界新年名刺交換会 39

会員消息 40

事務局報知 41

全国缶詰問屋協会

Japan Canned Food Wholesalers Association

東京都中央区日本橋通3丁目8番地

八重洲通ビル7階

電話 東京(273)9289番

1 月 の 行 事 一 覧 表

行 事	日 日	時 間	場 所	出 席
缶詰業界名刺交換会	1月6日	10.30～12.30	パレスホテル	
食品卸同業会新年総会	1月6日	13.30～	帝国ホテル	
果実飲料規約打合会	1月8日	13.30～16.00	果汁協会	関係諸団体
価格表示に関する打合会	1月9日	14.00～	公取委	各業種・協議会
表示に関する規約説明会	1月11日	13.00～	カゴメ(株)本社ビル	
常任理事連絡会	1月14日	13.30～17.00	日 缶 協	3 常任理事 橋田規格部会長
大和講演会	1月24日	11.00～	大和製缶清水工場	浅井会長講演
在京規格部会	1月27日	13.30～15.30	北洋商会	17名
統一伝票促進懇話会	1月29日	14.00～	日本商工会議所	関係諸団体

2 月 の 行 事 予 定

果実部会	2月7日	11.00～	北洋商会	
蔬菜部会	"	13.00～	"	
規格部会	"	14.30～	"	
常任理事連絡会	2月10日	10.00～	"	
缶詰規格連絡協議会	2月12日	13.30～	日 缶 協	
規約説明会	2月12日	13.00～	富士銀行 仙吉支店	
"	2月14日	14.00～	函館市 共愛会館	

【 卷 頭 言 】

問屋パワーの確立

全国缶詰問屋協会

会長 浅井 二郎

わが国の缶詰産業界が抱えている諸問題を一つ一つ解決し発展への前進を図ることは缶詰業界人に課せられた責務である。業界はここ数年の間苦難の道を歩み続けであり、昨年は特に貿易面においては輸出まぐろ缶詰の採算割れと国内市場においては全糖表示問題によつて多大なる衝撃を受けたのであるが、また反面長い間の懸案であつた「食品かん詰の表示に関する公正競争規約」の制定によつて品質向上への途が開かれたことと缶詰共同宣伝長期計画の実現が図られたことは多難なる缶詰産業にとつて前進への道しるべとして業界人を鼓舞したのである。われわれ全国缶詰問屋協会は新しい年を迎え、何をなすべきかについて考察するとき業界の声は何故に、価値ある缶詰が価値どおりの価格で売れないのであろうかという疑問にあると思われる。事実生産者も販売業者も他の産業に比較して極めて低い利潤に甘んじているのであるが、われわれは一日も早くかかる環境から脱却せねばならない。今、問屋が当面する困難なる問題は賃金上昇と生産性上昇とがアンバランスにあることである。これ等の解決には販売効率と利益率の引上げがなされねばならない。利益率の低下は外部要因ばかりではなく、問屋間の過当競争による内面的要因も少くは無いのである。問屋が巨大なる生産者の力と小売部門における巨大なるビッグストアの力との間にあつて、これらと均衡を保つ問屋の権威と近代的問屋パワーを築成するためには、この際われわれは冷静に反省する時機に立たされていると思う。当協会は会員の団結によつて諸問題を解決するために需要供給量の調整と適正価格の位置付けについて努力して参つたのであるが本年は適正利益の確保を図るため(一)適正価格の形成、(二)共同宣伝に対応する販売、(三)品質の向上をスローガンとして努力し、もつて会員の置位の向上を図るとともに、わが国缶詰産業の健全なる発展に寄与したいと思うものである。

公正取引協議会常任理事連絡会

日 時 昭和44年1月16日 13.30～17.00時

場 所 日本缶詰協会 応接室

打合せ事項

1. 経過報告
2. 規則および内規事項について
3. 規則第2号（輸入缶詰の標示に関する規則）について
4. 3団体の経費分担について
5. その他

出席

日本製缶協	専務理事	阿江伸三氏
日本缶詰協	専務理事	隅野勇氏
’	常務理事	平野孝三郎氏
’		渡辺麟太郎氏
全国缶詰問屋協	規格部会長	橋田春男氏
’	専務理事	北田久雄氏
’		中沢和雄

※ 連絡会の概要

規則および内規で規定すべき事項については昨年7月18日、10月21日、11月22日の3回にわたり3団体事務局間での打合せ結果とさらに検討すべき事項の各条項について審議が行なわれたが、これは3事務局間の申し合せ事項として確認されたものである。この姿勢としては内規事項を細目にわたりいちいち拾い集めていてもきりがなく疑問が提起された時に当該関係者と話し合いつつ規定していくべきではないかとの見解であり要は消費者サイドから見て抵抗がなければよくごまかしのないという精神を基本にするという解釈であつた。

また表示の問題は個人的にそれぞれ見解の相違もあり、これを 3 常任理事に任
されるということではなく、問屋、パツカーの主なところ 3～4 社がオブザー
バーとして参加し円満な方法でまとめてゆくとの意見が出された。規則第 2 号
の（案）（輸入缶詰に関する規則）については原案をもとに輸入業者とさらに
協議し極力納得させるように努力するという話合いになった。

次いで隅野常任理事より協議会の経過報告、常任理事会の日程、3 団体会費負
担金、会員異動等について説明がなされた。

1. 全国食品缶詰公正取引協議会規則第 2 号（案）について

この規則 2 号の輸入缶詰に関しては公取委の認定を得なければならないが、
この案の大意はステツカーで示すといった現行の方法について製造年月日
をはじめ、ステツカーの大きさその他具体的問題点を原案にそつてまとめるべ
く輸入業者と協議したうえ決定することになった。

規則第 2 号案は次の通りである。

全国食品缶詰公正取引協議会規則第 2 号（案）

食品缶詰の表示に関する公正競争規約（以下「規約」という。）第 4 条、第 6
条及び第 12 条の規定にもとづき、輸入食品かん詰の標示に関する規則を次の
とおり定める。

（必要な標示事項）

食品かん詰の輸入業者は、輸入食品かん詰の容器又は包装に、次の表に掲げる
事項をそれぞれの基準に従つて邦文で外部から見易い場所に明瞭に標示しなけ
ればならない。ただし標示の方法は、ステツカー等により示すことができる。

事 項	基 準
1. 品 名	食品の性質を表わす名称が、邦文以外の文字で示されているものにあつては全国食品缶詰公正取引協議会規則第8号（以下「規則第8号」という。）に定める基準に従つて示すこと。
2. 原材料の種類名	主な原材料名（食品添加物を含む。）を示すこと。ただし品名で原材料の種類名が明らかなもの及び商品選択に当り社会通念上重要でない <u>と認められる原材料の種類名は省略し、又は簡略にして示すことができる。</u>
3. 内 容 量	(1) 内容量又は内容総量を示すこと。ただし野菜水煮かん詰にあつては固形量を示すこと。 (2) 内容量の標示単位は規約に定める基準に従つて示すこと。
4. 事業者の氏名又は名称	輸入業者の住所及び氏名（法人の場合はその名称）を示すこと。
5. 製造年月日	製造年月日を示すこと。ただし、製造年月日のわからないものにあつては、 <u>製造年月日は不明と記載したうゑ、輸入年月日である旨の文字を冠したその年月日の標示をもつてかえることができる。</u>
6. 原 産 国	原産国名を示すこと。

2. 協議会運営について

- 1) 常任理事連絡会の開催について仮に第2火曜日、月1回といったルールを一応決めるがそれも8常任理事が都合のよい日を選ぶ。会場は8団体の交代制がどうかと提案された。

2) 会員異動

協議会会員数は創立時278社、1月13日現在319社であり、従つて追加41社は理事会の承認を得ることになっている。

新規加入会員一覧表 44. 1. 13

府県別	社名	府県別	社名
製造業者	(8 2 社)	京 都	中 利 伍 詰 (株)
北海道	北 日 本 伍 詰 (株)	大 阪	佐 賀 加 工 農 協
'	(株)北海道漁業公社	島 根	花 太 刀 食 品 (株)
岩 手	大 船 渡 伍 詰 (株)	'	安 来 物 産 (株)
宮 城	白 石 フ ー ド (株)	広 島	島 田 加 工 農 協
'	山 ヨ 水 産 (株)	'	山 口 伍 詰 製 造 (株)
山 形	大 栄 食 品 (株)	愛 媛	(株)丸 二 商 会
群 馬	群馬畜産農協連	福 岡	長 浜 町 農 協
千 葉	高崎ハム工場	長 崎	徳 島 水 産 (株)
東 京	カレツヂヘルスフーズ		(株)長 崎 洋 行
'	三 楽 オ ー シ ャ ン (株)	販 売 及 び 輸 入 業 者 (7 社)	
'	全 販 連	東 京	正 栄 食 品 工 業 (株)
'	東 亜 食 糧 (株)	'	三 菱 商 事 (株)
新 潟	加 茂 屋 伍 詰 (株)	京 都	寿 産 業 (株)
'	日 東 伍 詰 (株)	大 阪	(株)祭 原
長 野	長 野 ト マ ト (株)	'	島 屋 商 事 (株)
'	浅 間 食 品 (株)	兵 庫	丸 中 商 事 (株)
'	長 野 興 農 (株)	福 岡	新 生 商 事 (株)
静 岡	(株)高 福	事 業 者 団 体	2 団 体
'	昭 和 水 産 工 業 (株)		日 本 鮭 蟹 伍 詰 輸 水 組
'	久 保 田 食 品 (株)		日 本 蜜 柑 伍 詰 工 組
愛 知	東 洋 ア ス パ ラ ガ ス (株)		
'	(株)鎌 倉 ハ ム		
滋 賀	サ ン 食 品 工 業 (株)	計	4 1 社

区 分	承認済	新規加入	現 在
製 造 業 者	210	32	242
販 売 輸 入 業 者	51	7	58
容 器 製 造 業 者	11		11
事 業 者 団 体	6	2	8
計	278	41	319

3) 規約説明会

- 7月22日 銚子東伍営業所 ○11月4日 大阪合同ビル
 ○11月8日 東洋食品工業短大 ○11月21日 東京都勤労福祉会館
 ○11月27日 門司中央公会堂 ○11月28日 尾道市公会堂
 ○12月21日 静岡伍詰協会 ○1月11日 カゴメ本社ビル
 (名古屋)

なお今後の予定として

- 2月12日 富士銀行仙台支店 ○2月14日 函館市共愛会館

4) 日常業務

文書起案の担当は日伍協庶務課にて統轄する。

また常任理事会は問題のあつたその都度に集まり協議する。

1人よがりはしないという見解が示された。

5) 経費分担

今期に限り予算800,000円は下記の通り決定。

日 伍 協 200,000円

全 伍 協 50,000円

製 伍 協 50,000円

6) 未加入者 勧 誘

日伍協、全伍協の会員に対しそれぞれ内部的に呼びかけることを申し合わせた。

在 京 規 格 部 会

日 時 昭和44年1月27日 13.30～15.30時

場 所 榊北洋商会 7階会議室

- 議 題
1. 製造工場伍マークの整理および簡素化について
 2. アスパラガスかん詰の日本農林規格一部改正又は追加について
 3. 筍大型かんかん詰農林規格(案)申請の経過報告
 4. 果実飲料の表示に関する公正競争規約(案)について
 5. その他

☆ ☆ ☆

ことし初の部会開催であり議事に先きだち浅井会長から次の挨拶が行なわれた。「本日はことし最初の部会でもあり私から一言ご挨拶を申し上げたい。全伍協もみなさんの協力で着々とその成果を挙げているが、44年度の伍詰業界は特に団結することによって改善しなければならない問題が山積している。本日も協議願う規格の面においても消費者保護基本法が成立し農林規格、食品衛生法も再検討される方向にある。全伍協としてはメーカー、問屋とも適正利潤が得

られる業界とするため果実部会、蔬菜部会等の品種別部会を中心に団結によつて可能なことは解決してきた訳であるが、最近メーカーの一部では全伍協が標榜する価格維持はよくわかるが品質の面で足を引張っている面があり、折角共同宣伝を実施し価格維持を図つていても、なかにはJAS規格を守つていないものがあり、それが同時に値崩れを招く原因となつており、全伍協の努力に逆行する例が往々見受けられると称しメーカー自体も相当自覚してきたようである。規格を設けたらその規格に沿つてやるといつた基本的姿勢が必要でこれは全伍協も前向きに取り組んでゆくべき問題であると思う。特に本日の議題となつている製造工場伍マークの整備、簡素化については各部会で全体的にも語らなければならぬ問題だが、製造工場伍マークは800工場程度で5,000種に達するといわれ、厚生省の出先機関もお手あげの状態であり、伍マークも製造工場単一にしてしまうという方向に進んでいる。われわれ手マークも登録により認められているが、現在の方法だと数が増える一方なのでここで割り切つた考えに立ち工場マークは一本化したいという方向でこのたび正式に日伍協から全伍協に申入れがあつた。この件に関しては厚生省も強い態度でのぞんでいる。製造工場伍マークについてはいろんな問題があり、従来通りでよいのかどうか、十分検討しなければならないが、こういった問題は共同宣伝をいかに問題、価格維持の問題等とともに伍詰業界をよくするための一環としての基礎工作である。ことしも伍詰産業のため特別にお骨折りいただきたく本年初の部会にあたりご挨拶申しあげたい。」

1. 製造工場伍マークの整理および簡素化について

先きに日伍協から提出された文書をもとに検討がなされたが、この問題は重要課題でもあり、正式に規格部会で検討したのち、理事会を開き問屋としての結論を出すことになつた。この在京部会での話し合は伍マークが3,000

種以上のほり混乱していることも事実であり、関係諸官庁の意向も製造工場伍マークを整理すべきであるとの見解が示され改正される方向にある。全伍協はあくまでも現行を固持するというよりも合理化の立場から前向き姿勢で進めるべきではないかとの意見がだされた。但し、印刷伍には販売者のみでよいことを明確にさせる必要があり工場名を併記するといったことはコストの面、能率の面等からみて、不可能に近い、またこのことは合理化とは逆の方向であり、業界が絶対に認めることのできないことである。これを条件に製造工場の伍マーク整理、簡素化についてはこの際ブランド的な伍マークは製造工場の番号制にして簡素化することが一番合理的方法であるとの見解であり問屋は、品質の向上を図りブランドそのもので販売を促進すべきであるとの意見がだされた。なお日伍協からの要望は次の通りである。

昭和44年1月11日

全国伍詰問屋協会

会長 浅井二郎 殿

社団法人 日本伍詰協会

会長 田上東 稲

製造工場伍マークの整理および簡素化について

拝啓 いよいよご清栄のことおよろこび申し上げます。

ご高承のとおり、国内向製品については、食品衛生法にもとづいて製造工場伍マーク（製造所個有の記号）の届出を行なうことによつて、製造業者の住所氏名の表示を省略することがみとめられております。

現在、都道府県の保健所を通じて届出されている製造工場伍マークは

約3,000におよび、一方農林省輸出品検査所に登録されているものは4,676、(43年12月現在の延べ登録数を示し、輸出向専用のもの、およびすでに廃止されたものをふくむ。)にのぼっております。そのために、販売業者(販売業を営む大手製造業者をもふくむ)の中で、一社当り60以上の缶マークをもつもの、15社を数えることができる実情であります。

このように、複雑多岐に亘る系列関係と缶マークの乱用が原因となり、食品衛生上の事故等の発生の場合、当該製造所にたいし迅速適確な処置をとることに多くの困難を伴う事実が、しばしば指摘されてまいりました。

このたび、関係当局より、消費者保護基本法の附帯決議にもとづく法律の改正、整備に関連し、製造工場缶マークの整理および簡素化について検討するよう特に要請がありましたので、貴会におかれてもよろしくご考慮いただきたく存じます。

つきましては、業界をとりまく諸般の事情を十分ご了察の上、当局の要請に応えられるような方向にご検討いただき、よろしくご回示下さるようお願い申し上げます。

敬 具

2. アスパラガスかん詰の日本農林規格一部改正又は追加について

この件につき、日本農産缶工組から協力方の要請があり、その意向に添って検討されたものであるが、全缶協では、昭和42年3月30日付生産者団体に対して「アスパラガス缶詰に関する要望書」を提出し、その他の項として

- (1) 250g缶はカラーミックス一本にし生産能率を上げコスト低減を図っていたと存じます。

- (2) ベールは上物をホワイトに、その他はグリーンに格落ちさせ規格の単純化をも今後考慮して参るべき問題と存じます。

との要望を行なっており、従って選別詰の規格改正については異議なしとさ

れたが混合話の改正案は、A W Wは現行のサイズ8段階に更にJ . E . Pの3段階が加わり9段階となり、このいずれかを使用してもよく、A R WはJ . E . Pの3段階となる。日本農産缶工組ではA W Wも将来は3段階位に規制しようという意向を持っており、この混合話規格改正(案)については農林省の意見を求める意味において一応申請はしてみるのもよいのではないかという結論になつた。日本農産缶工組は全缶協の諒承を得られれば、今月中にも農林省に申請したいとの意向であり、全缶協も特に異議はなかつた。なおマツシユルーム缶話の3号缶追加申請することについても諒承した。日本農産缶工組の規格改正案は次の通りである。

43第573号

昭和44年1月20日

全国缶話問屋協会 殿

日本農産缶話工業組合

アスパラガスおよびマツシユルームかん話の

日本農林規格一部改正又は追加について

拝啓 益々御清祥の程お慶び申し上げます。

陳 者

現行アスパラガスおよびマツシユルームかん話の日本農林規格中一部を下記のように改正又は追加を行い度いので、貴協会のご賛同を賜わり度お願い申し上げます。

敬 具

記

1) アスパラガスかん詰の日本農林規格改正案

1. 第三条 選別詰の規格は次のとおりとする。

		現 行	改 正 案
標 示	標	<p>2. ホワイト（乳白色のアスパラガスのどん茎を使用したものをいう。以下同じ。）若しくはパールチップド（頭頂から全長の20パーセント未満の部分が紫色、若しくは淡緑色のアスパラガスのどん茎又はこれと乳白色のアスパラガスのどん茎の混合したものを使用したものをいう。以下同じ。）の別又はこれらの別の区分を表わす記号の読み方を明記してあること。</p>	<p>2. ホワイト（乳白色のアスパラガスのどん茎を使用したもの、又は頭長から全長の20パーセント未満の部分が淡緑色のアスパラガスのどん茎と乳白色のアスパラガスのどん茎の混合したものを使用したものをいう、以下同じ。）と明記してあること。</p>
	示	<p>4. 品名及びホワイト又はパールチップドの別を表わす記号として、ホワイトにあつてはA W W、パールチップドにあつてはA P W とかんに打出し、又はこれを印刷してあること。</p>	<p>4. 品名及びホワイトを表わす記号として、A W W とかんに打出し又はこれを印刷してあること。</p>

2. 2前項の規格における採点の基準は次のとおりとする。

		現 行	改 正 案
色 沢	色	<p>4. 固有の色沢が著しく劣るものは一点とする。</p>	<p>4. 固有の色沢が著しく劣るもの、又は頭長から全長の20パーセント未満の部分が淡緑色のものが本数で20パーセント以上混合されているものは一点とする。</p>
	沢		

3. 第四条 混合話の規格は次のとおりとする。

現 行		改 正 案	
標 示	2.グリーンチップド(頭頂から全長の50パーセント未満の部分が紫色、淡緑色若しくは緑色のアスパラガスのどん莖を使用したものをいう。以下同じ。)である旨、又はグリーンチップドを表わす記号の読み方を明記してあること。	標 示	2.ホワイト(乳白色のアスパラガスのどん莖を使用したもの、又は頭長から全長の20パーセント未満の部分が淡緑色のアスパラガスのどん莖と乳白色のアスパラガスのどん莖の混合したものを使用したものをいう。以下同じ。)若しくはグリーンチップド(頭頂から全長の50パーセント未満の部分が紫色、淡緑色、若しくは緑色のアスパラガスのどん莖を使用したものをいう。以下同じ。)の別又はこれらの別の区分を表わす記号の読み方を明記してあること。
	5.品名及びグリーンチップドを表わす記号として、ARWとかんに打出し、又はこれを印刷してあること。		5.品名及びホワイト又はグリーンチップドの別を表わす記号として、ホワイトにあつてはAWW、グリーンチップドにあつてはARWとかんに打出し、又はこれを印刷してあること。

4. 2 前項の規格における採点の基準は次のとおりとする。

現 行		改 正 案	
色 沢	4.固有の色沢が著しく劣るものは、一点とする。	色 沢	4.固有の色沢が著しく劣るもの及びホワイトにあつては、頭長から全長の20パーセント未満の部分が淡緑色のものが本数で20パーセント以上混合されているものは、一点とする。

2) マツシユルームかん詰の日本農林規格改正案

別表(一)に新たに次のものを追加する。

かん型	固形量
三号かん	290グラム以上

(註) 右の表に掲げてあるかん型とは、次の表に掲げる標準寸法のものを用いる。

かん型	内径(ミリメートル)	高さ(ミリメートル)
三号かん	83.5	113.0

3. 筒大型かんかん詰農林規格(案)申請の経過報告

12月25日付、3団体連盟(日缶協、日本農産缶工組、全缶協)で農林省、に申請を行なつたが、定義の「筒」「先」等の表現があいまいであり、これを日本農林規格に合った文言に訂正する必要があるという見解が示された。しかし規約そのものの内容については変わらず、先きに3団体で検討された採点基準、PH等の重要な事項についての変更は行なわない。またこの規格(案)は徳島県条例を基につくられたものであるがその形は崩さず農林省部内で検討を加え2月上旬にはその(案)が缶詰規格連絡協議会に示されるよう修正中である。いずれにしてもことしの新物筒缶詰から実施したい意向と農林省は伝えている。この大型かんかん詰の規格設定に伴い、従来の筒缶詰の規格は小型かんかん詰の規格となり、大型、小型かんの2本建で実施される。また小型かんにも「ホール」「割り」についてA、B、Cの等級を設けたいとの意向であると、専務理事から報告がなされた。

4. 果実飲料の表示に関する公正競争規約(案)について

まず規約(案)の問題点につき専務理事から説明がなされた。

特に全缶協としてこの協議会に参加するかどうかについてはまだ会費、運営方法等の細目についての打合せが行なわれておらず、今後も日缶協を窓口とした缶詰サイトでまとめてゆくことになっているが、協議会の参加会社はそれぞれ果汁協会、日缶協、全缶協のメンバーでもあり、重複加入となるので缶詰ジュースは日缶協が代表して加入すればよいのではないかの意見もあった。また問題点として「ジュース」と表示できるものはJAS検査を受けることを前提条件としているがあまり業界自からが細かく規定してしまうことはかえって動きがとれなくなる恐れもあり、この点は十分注意すべきであるとの見解が示された。

規約(案)の全文は次の通り。

果実飲料の表示に関する公正競争規約(案)

(全 文)

(目 的)

第 1 条 この公正競争規約(以下「規約」という)は、不当景品類及び不当表示防止法第10条第1項の規定に基づき、果実飲料の取引について行なり表示に関する事項を定めることにより、一般消費者の適正な商品選択を保護し、果実飲料業における不当な顧客の誘引を防止し、もつて公正な競争を確保することを目的とする。

(定 義)

第 2 条 この規約で果実飲料とは、果汁、果実飲料、ジュース等果実の搾汁を原料とすることを表わす名称を使用する飲料、商品名中に

果実の名称を使用する飲料及び色等によつて果実の搾汁を使用すると印象づける飲料をいう。但し、次の各号に該当するものはこれを含まない。

- (1) 「牛乳、加工乳及び乳飲料の表示に関する公正競争規約」及び「合成レモンの表示に関する公正競争規約」の適用を受けるもの。
- (2) 食品衛生法に基づく乳及び乳製品の成分規格等に関する省令に規定された醗酵乳および乳酸菌飲料。
- (3) 粉末飲料
- (4) 酒税法に規定する酒類。

- 2 この規約で「事業者」とは、果実飲料を製造し、又は販売し、若しくは輸入して販売する事業者をいう。

(必要な標示事項)

第 8 条 事業者は、果実飲料の容器及び包装に次に掲げる、いずれかの名称を邦文で明瞭に標示しなければならない。

- (1) 直接飲用に供するものにあつては

イ) 天然果汁

果汁含有量が100パーセントであつて、農林物資規格法に基づく果実飲料の日本農林規格(以下「農林規格」という)による格付を受け、その標示のあるもの。

ロ) 果汁飲料

果汁の含有量が45パーセント以上100パーセント未満のものであつて、農林規格による格付をうけ、その標示のあるもの。

ハ) 果汁入り清涼飲料

果汁の含有量が10パーセント以上45パーセント未満

のものであつて、農林規格による格付を受け、その標示のあるもの。

ニ) 清涼飲料(炭酸ガスを含むものにあつては、炭酸飲料と示することができる。)

イ、ロ、ハに該当しないもの。

(2) き釈して飲用に供するものにあつては

イ) 果汁入り濃厚シラップ

果汁の含有量が35パーセント以上であつて、農林規格による格付を受け、その標示のあるもの。

ロ) 濃厚シラップ

イに該当しないもの。

- 2 前項の標示は4号活字以上の大きさ又は、商品名を標示した文字の3分の1以上の大きさの肉太活字で商品名に併記して標示しなければならない。
- 3 直接飲用に供するもののびん詰にあつては、この規約施行の際、現に流通している印刷びんに限り、王冠に標示することによつて、前項の表示にかえることができる。この場合その文字の大きさは7ポイント活字以上でなければならない。
- 4 同一の事業者であつて、名称の異なる2種類以上の直接飲用に供するものの印刷びんによるびん詰を製造するものは、施行規則の定めるところにより、果実飲料公正取引協議会(以下「公正取引協議会」という)に申し出で、その承認をうけ王冠に標示することによつて、第2項の標示にかえることができる。この場合その文字の大きさは前項に準ずる。

第 4 条 事業者は果実飲料の容器又は包装に次に掲げる事項をそれぞれ当該各号の基準に従ひ、邦文で外部から見易い方法により明瞭

に標示しなければならない。

(1) 原材料の名称

原材料の名称を使用量の多いものから順次標示する。但し直接飲用の印刷びんによるびん詰を除く。

(2) 果汁の含有量

農林規格の標示基準による。但し、清涼飲料及び濃厚シラップにあつては、果汁の含有量を標示してはならない。

(3) 事業者の氏名又は名称および住所は食品衛生法の標示基準による。

(4) 内容量、計量法の標示基準による。

(不当標示の禁止)

第 5 条 事業者は果実飲料の容器、包装又は説明書に次に掲げるような事項を記載又は掲載してはならない。

(1) 果汁飲料にあつては、果実の搾汁そのままのものと誤認されるような説明文、その他の文言。

(2) 果汁入り清涼飲料及び果汁入り濃厚シラップにあつては、果実の搾汁そのままのもの又は、それが主原料であると誤認されるような説明文、その他の文言。

(3) 清涼飲料及び濃厚シラップにあつては、果実の搾汁を相当量使用していると誤認されるような説明文、その他文言、

2 清涼飲料及び濃厚シラップであつて、果実の搾汁を使用しないものは、その商品名又は説明文等にジュースの名称を使用してはならない。

3 清涼飲料及び濃厚シラップであつてジュースの名称を使用しようとする者は、施行規則の定めるところにより、公正取引協議会に申し出て、果実の搾汁を使用していることの確認を受けな

ければならない。

- 4 事業者は、果実飲料の容器、包装又は説明書に当該商品の内容又は取引条件が実際のもよりも著しく優良又は、有利であると誤認されるような説明文、その他の文言、絵等を記載又は掲載してはならない。
- 5 事業者は果実飲料の容器、包装又は説明書に他の事業者又はその製品を中傷し、誹謗するような標示をしてはならない。

(不当広告の禁止)

第 6 条 事業者は果実飲料に関するポスター、新聞、雑誌、ラジオ、テレビジョン、看板等による広告に次に掲げる表示をしてはならない。

- (1) 果汁飲料にあつては、果実の搾汁そのままのものであると誤認されるような説明文、その他の文言。
 - (2) 果汁入り清涼飲料及び果汁入り濃厚シラップにあつては、果実の搾汁そのままのもの又は、それが主原料であると誤認されるような説明文、その他の文言。
 - (3) 清涼飲料及び濃厚シラップにあつては、果実の搾汁を相当量使用していると誤認されるような説明文、その他の文言、絵。
- 2 事業者は果実飲料に関するポスター、新聞、雑誌、ラジオ、テレビジョン、看板等による広告に当該商品の内容又は取引条件が実際のもよりも著しく優良又は有利であると誤認されるような説明文、その他の文言、絵等を表示してはならない。
 - 3 事業者は果実飲料に関するポスター、新聞、雑誌、ラジオ、テレビジョン、看板等による広告に他の事業者又は、その製品を中傷し、誹謗するような表示をしてはならない。

(果実飲料公正取引協議会の設置)

- 第 7 条 この規約の目的を達成するため、公正取引協議会を設置する。
- 2 公正取引協議会はこの規約に参加する事業者の団体および容器製造業者の団体をもつて構成する。
但し、事業者が直接参加することを妨げない。
 - 3 公正取引協議会に参加した団体の構成員である事業者および容器製造業者の団体は、公正取引協議会に参加したものとみなす。

(公正取引協議会の事業)

- 第 8 条 公正取引協議会は次の事業を行なう。
- (1) この規約の内容の周知徹底に関すること。
 - (2) この規約についての相談及び指導に関すること。
 - (3) この規約の規定に違反する疑いがある事実の調査に関すること。
 - (4) この規約の規定に違反する者に対する措置に関すること。
 - (5) 関係官庁との連絡に関すること。
 - (6) その他、この規約の施行に関すること。

(違反に対する調査)

- 第 9 条 公正取引協議会は第 3 条から第 6 条までの規定に違反する事実があると思料するときは、関係者を招致し、事情を聴取し、関係者に必要な事項を照会し、参考人から意見を求め、その他その事実について必要な調査を行なう。
- 2 事業者は、前項の規定による公正取引協議会の調査に協力しなければならない。
 - 3 公正取引協議会は、前項の規定に違反して調査に協力しない事業者に対し、当該調査に協力すべき旨を文書をもつて警告し、従わないときは、3万円以下の違約金を課することができる。

（違反に対する措置）

- 第 1 0 条 公正取引協議会は、第 3 条から第 6 条までの規定に違反する行為があると認めるときは、当該違反行為を行なつた事業者に対し、当該違反行為を排除するために必要な措置をとるべき旨及び当該違反行為又は、これに類似する違反行為を再び行なつてはならない旨を文書をもつて警告することができる。
- 2 公正取引協議会は、前項の警告を受けた事業者が当該警告に従つていないと認めるときは、当該事業者に対し、30万円以下の違約金を課し、又は公正取引委員会に必要な措置を講ずるよう求めることができる。
- 3 公正取引協議会は、第 9 条第 3 項及び前 2 項の規定により、警告をし、又は違約金を課したときは、その旨を遅滞なく公正取引委員会に報告するものとする。

（施行規則）

- 第 1 1 条 公正取引協議会は、この規約の実施に関する規則を定めることができる。
- 2 前項の規則を設定又は変更しようとするときは、事前に公正取引委員会の承認を受けるものとする。

附 則

1. この規約は公正取引委員会の認定の告示があつた日から起算して 6 月を経過した日から施行する。
2. 果実飲料のうちこの規約の施行の日から 6 月を越えない範囲内において規則で定める日前に製造したもの又は規則で定める日前に製造した印刷缶を使用するものについては、前項の規定にかかわらず、第 3 条及び第 4 条の規定は適用しない。

3. 第7条及び第8条の規定は、公正取引委員会の認定のあつた日から施行する。

果実飲料の表示に関する公正競争規約(案) 問題点

日本果汁協会、全国清涼飲料工業会および日本缶詰協会の共同提案により規約(案)が示され、これに基づき、日缶協ではジュース委員会を開き検討し、問題点として提起された事項につき全缶協にも照会があり、これにつき在京部会で検討した結果、日缶協を窓口として更に具体的に煮めていくべきであることで意見の一致を見た。なお全清連あたりから10%未満の製品も「ジュース」を使用したいとの要望がありこれはあくまでも従来の缶詰ジュースという立場から缶詰サイドは検討を進めようとの意見がだされた。なお果実飲料の規約に関する問題点については次の各項が挙げられている。

第2条(定義) 果汁を添加使用してあつても、この規約の適用を除外する飲料は、牛乳、加工乳、乳飲料、醗酵乳、乳酸菌飲料、粉末飲料、酒精飲料等である。したがつて、合成香料、着色料等によつて果汁を使つたと印象づけるような飲料についても適用する。

第3条(必要な標示事項)

1. ジュース、ネクター等の名称は商品名として、表示することは差支えないが(ただし、ジュースの名称を使用することを認めるかどうかについては、公取委で検討中)、別に日本農林規格で定められた「天然果汁」、「果汁飲料」および「果汁入り清涼飲料」を品名として明記する。これらの品名は、JAS規格にもとづく検査を受けて合格したものに限り表示することをみとめる。JAS検査をうけないものは、単に「清涼飲料」と表示する。

○ 現在、免税点以下の製品であつて、果汁10%以上ふくんでいるものが流通しているが、これらの製品もJAS検査を受けて果汁含有量が確認されたものでなければ、「果汁入り清涼飲料」の品名を表示することは認められず、単に「清涼飲料」と表示しなければならない。

○ JAS検査を受けることを前提条件とすることについて異論もあるが、第三者による果汁含有量の検査は、JAS検査機関による以外に適当な方法が見当たらないことも事実である。

2. 品名の標示は4号活字以上の肉太活字で商品名に併記する。

○ JASでは品名は商品名の $\frac{2}{3}$ 以上と規定されているが、果実飲料の場合、商品名を特に大きく表示したものが多く、4号ゴシック活字以上の大きさに規定した。

第4条（その他の必要標示事項）

(1) 原材料の名称 使用量の多いものの順に表示する。

○ オレンジジュースの場合、原料としてみかん、なつみかんと表示するほかに、水、砂糖、クエン酸のような配合材料まで表示する必要はないという意見もある。

○ 合成着色料、合成甘味料などの添加物は別に表示する。

(2) 果汁含有量 果汁○○%と表示する。

○ 活字の大きさは、王冠の場合は4号ゴシック、缶の場合はそれ以上の大きさで表示すべきである。（公取委の見解）

第5条（不当標示の禁止）

3. 果汁含有量10%未満の清涼飲料であつて、ジュースという商品名を使用しようとするものは、公正取引協議会に申し出て、原果汁の受払いをチェックすることにより、果汁を使用していることの確認を受けなければならない。

○ 果汁10%以下の製品にジュースの商品名を表示することは妥当でないという意見もある。

第7条（果実飲料公正取引協議会の設置）

この公正取引協議会はこの規約に参加する事業者の団体をもつて構成する。

- 現在予定されている団体は、日本果汁協会、全国清涼飲料工業会、日本缶詰協会、日本農産缶詰工業組合、全国缶詰問屋協会、日本ココロラボトラーズ協会、日本製缶協会

5. そ の 他

公正取引協議会常任理事連絡会での確認事項についての報告がなされ、特に「フルーツ寒天」等のみつ豆類似品とみなされる製品については、その規格を設定し、規格にそつて製造するようにすべきであり、これからの缶詰業界は品質の向上を図るとともに表示、食品衛生法に適合した製品をつくり消費者の信頼を得るべきであるとの全缶協の姿勢が示された。

果実飲料の表示に関する公正競争規約（案）

（ 関 連 団 体 打 合 会 ）

日 時	昭和44年1月8日	13.30～16.00時
場 所	日本果汁協会	
議 案	果実飲料の表示に関する公正競争規約（案）について	
出 席	日本果汁協会	会 長 三 堀 参 郎 氏
	”	専務理事 渡 辺 熊 夫 氏
	全国清涼飲料工業会	” 小 川 忠 久 氏
	日本缶詰協会	常務理事 平 野 孝 三 郎 氏
	日本製缶協会	事務局長 山 崎 力 氏
	全国缶詰問屋協会	専務理事 北 田 久 雄 氏

[オブザーバー]

日本コカ・コーラボ
トラーズ協会

専務理事 河村尚平氏

☆ ☆ ☆

旧ろう17日、日本果汁協会において果実飲料の表示に関する公正競争規約(案)につき缶詰の関係団体事務局と日本果汁協会側との打合会が行なわれ、つづいて12月24日、缶詰協側としてはこの案、ならびに協議会への参加の可否などを中心に検討、その結果(案)の内容については缶詰3団体間で十分連絡をとりながら日本果汁協会側の意見を調整してゆく。また協議会加入については缶詰協という団体のかたちで加入することが好ましいとの意見があり、これらの意向をもとに1月8日の関連団体の打合会に臨んだものである。

協議の結果まとめられた規約(案)は別紙の通りであるが、特にこの日の打合会の概要を述べると次の通りである。

1. 果汁含有量について

日本果汁農協連、日園連の両団体が主張している100%果汁含有のみのものを「ジュース」とし、また「果汁飲料」は果汁含有量50%以上のもの。

10%以上50%未満を「果汁入り清涼飲料」10%未満のものは「合成果汁飲料」と表示する立場で案を作成しているが日本果汁協会側(缶詰業界4団体も含む)はあくまで農林規格を基準において案を作成した。

従つて「必要な標示事項」の第3条ならびに第4条の内容はすべて現行の農林規格に準ずる姿勢でまとめられている。

なお現在農林規格自体も全体にわたり手直しされる段階にあるが、まずその方向が確定するまでさきばしつた規約にならないよう要請した。このことに関し日本果汁協会側は農林省側とも十分連繫を図りつつ進めていると語つた。

2. 果実飲料の定義について

果実飲料の定義については現行(案)によると第2条に「この規約で果実飲料とは果汁、果実飲料、ジュース等果実の搾汁を原料とすることを表す名称を使用する飲料、商品名中に果実の名称を使用する飲料及び色等によつて果実の搾汁を使用すると印象づける飲料をいう。」と謳われ、但し書きて①「牛乳、加工乳及び乳飲料の表示に関する公正競争規約」及び「合成レモンの表示に関する公正競争規約」の適用を受けるもの②食品衛生法に基づく乳及び乳製品の成分規格等に関する省令に規定された酸酵乳および乳酸菌飲料③粉末飲料④酒税法に規定する酒類。以上の項目が挙げられているがトマトジュースは独立して規約が設けられるため除外されるものの「いちご」などと同様これは「果実飲料」には入らない。そのほか「乳入り清涼飲料」は乳飲料からはずれているが、フルーツミルク系の製品はこの規約の対象となるなどの問題があり、もつと定義を明確にする必要があるのではないかとこの意見に対し協議の結果原案通りでゆくことになった。

3. 協議会への団体加入について

協議会への加入は団体加入を建前としているが、予想されている加入団体は日本果汁協会、全国清涼飲料工業会、日本缶詰協会、日本製缶協会、全国缶詰問屋協会など6~7団体程度あり、缶詰業界各団体も団体加入するかたちを取っている。

なおこの規約(案)について日缶協、製缶協、全缶協の3団体いずれもが提案者になるかどうかについてはさらに3事務局で打合せたうえ態度を明らかにすることになった。

また団体加入に関しても協議会の会則等は全く検討がなされておらず、その規模、会費負担など具体的話し合いが行なわれていないため次回打合せにはその点を煮詰めてゆく。

4. そ の 他

日本果汁協会側ではこの原案をもとに1月20日～23日をめぐとして公聴会を開きたい意向であるが、その前に関係団体代表者が消費者団体を訪れあらかじめ根回しをしておくことになった。

価格に関する不当表示防止法第4条運用基準（案）

説 明 会

日 時	昭和44年1月9日 14.00～15.30時
場 所	公正取引委員会 3階会議室
議 題	『価格に関する不当な表示についての不当景品類及び不当表示防止法第4条の運用基準（案）』について
主 催	公正取引委員会
出 席	〔公取委側〕 伊従景品表示課長、川井同課々長補佐、沢口、佐野、鈴木事務官 〔業者側〕 真珠、ラーメン、製麦、缶詰、チョコレート、トマト加工品、グル曹、写真機卸業、写真機製造業、マーガリンの各公正取引協議会事務局。

※ 説 明 会 の 概 要

公取委側では価格に関する不当表示について運用基準（案）を作成したが、この案の作成までの経緯について川井課長補佐は大要次のように説明した。

『流通革命の進行が激しくなつてくるとともに大型スーパーなども競争の激化から利巾も縮小し、安いものを実際に安く売ることが困難となり、安くないものをいかにも安く売つているという印象を消費者に与える傾向が強くなつて来ている。85年以降の物価の値上げが顕著となつてくるとともにこうした問題に対する消費者の感覚は強まり、安い安いの宣伝がその実安くはないではないかという不満と反感の声が高まり、そうしたかたちで問題が提起され、公取委としても昭和34年に実施された第4条に基づき法律判断をせざるを得ない状況となつて来た。昨年は不当な二重価格表示で排除命令を適用したものにふとん、万年筆、家庭電機製品等があるが、不当な二重価格の表示は市町村など比較的小規模な範囲で行なわれる例が多く、公取委としても迅速な措置が取れない。また業者としても知らず知らずのうちにどいうものが不当な価格表示であるのか判らないままに宣伝していると言つたケースも多い。

公取委ではこれらのことも考え合わせ直接個々に排除命令を出してゆくより、不当な価格の表示についてどいうものが不当になりますよといつたルールをつくれれば業者側からどいう不当なものもある。おかしいではないかと報告することもできるし、公取委としても迅速な措置が取れる訳である。

従つて考え方としては一つ一つのケースについて排除命令を出してゆくことより、条件をつくり、それによつて消費者の目をそらせてもらう。そうした意味合いにより昨年(案)の作成に着手した。この(案)はすべて第4条の解釈として行なわれている訳だが、この運用基準は官報告示といつたかたちを取らず地方事務所公開通達することにしてゐる。このルールが設けられることによつてどいうものが不当であると公取委が見ているかが判断出来、不当であるという報告があつた時でも合法的措置を取ることが可能であり、細則的機能が果される訳だ。この(案)を作成するに当つては昨年度婦連に対し委託調査させその結果を基準とするとともにアメリカの運用基準、昨年5月に設けられたイギリスの表示規制等、諸外国の資料をも参考とした。

この(案)に対する協議は 1月8日に直接関係のある団体、すなわち、日本商工会議所、東京商工会議所、全商連、中央会、百貨店協会、日本チェーンストア協会、新聞協会(広告関係)、全広連および消費者5団体と連絡会を開き、この(案)が具体的に妥当か、あるいは厳しすぎるか、また欠けている点はないか等を打合わせた。

今後の予定としては今月一杯中に内部的にまとめあげたり 来月中旬(2月中)に正式基準として公表したい。』

以上のような説明を行なった。

価格に関する不当な表示についての不当景品類及び不当表示防止法第4条の運用基準 (案)

第1 小売業者の行なり不当な二重価格表示

1 二重価格標示の考え方について

二重価格表とは、小売業者が一般消費者に商品を販売するに当つて、その商品について、実際に販売する価格(以下「実売価格」という。)と、これと比較対照したこれよりも高い価格(以下「比較対照価格」という。)を併記その他の方法により合せ行なり広告その他の表示をいう。

二重価格表示は、それが正確、かつ、明瞭に行なわれているならば、一般消費者に対し、価格についての正しい情報を提供するものであり、その適正な商品選択に役立つものであるので、それ自体不当なものでない。

しかしながら、二重価格表示が不正確または不明瞭に行なわれる場合には、一般消費者に価格についての誤つた情報を提供するものであつて、その正しい商品選択を妨げることとなる。したがつて、この場合の二重価格表示は、実売価格が実際のもまたは競争業者の販売価格よりも著しく有

利であると一般消費者に誤認され、公正な競争を阻害するおそれがあるため、不当景品類及び不当表示防止法第四条第二号で禁止する不当表示である。

2 不当表示である二重価格表示について

不当表示である二重価格表示の主要な例をあげれば、次のとおりである。

(1) 比較対象価格が架空である二重価格表示

1. 市価について

「市価」とは、当該商品と同一の商品について、当該小売業者の属する取引地域内に店舗をもつ小売業者の大部分が販売している価格をいう。したがって、これと異なる価格を市価として比較対照価格とすることは、不当表示である。

なお、比較対照価格に「定価」、「自店旧価格」等の名称が付されていない場合は、その比較対照価格は、市価をいうものとみなす。

2. 定価等について

「定価等」とは、定価、現金正価、標準小売価格、基準小売価格、希望小売価格その他名称の如何を問わず、製造業者、卸売業者など小売業者以外のものがつけた価格をいう。

したがって、これと異なる価格または小売業者自身でつけた価格を定価等と称して比較対照価格とすることは、不当表示である。

3. 自店旧価格について

「自店旧価格」とは、当該小売業者が当該商品を、かつて相当期間にわたって販売していた場合におけるその商品の価格をいう。

したがって、これと異なる価格、たとえば、かつて販売したことのない価格、または、ある期間だけ作為的につけた高い価格を自店旧価格と称して比較対照価格とすることは、不当表示である。

4. 他の地域又は第三者が販売している価格等について

第三者が販売している価格又は他の地域において販売されている価格

であると称して、これを比較対照価格とする場合において、その比較対照価格が事実と反しているときは、その二重価格表示は不当表示である。

(2) 当該商品と異なる商品の価格を比較対照価格とする二重価格表示

1. 当該商品と内容、品質、量、規格、等級等が異なる商品の価格を比較対照価格とする二重価格表示は、不当表示である。

特売用として製造された商品に特売用でない一般商品の価格を比較対照価格とする二重価格表示も同様に不当表示である。

2. 当該商品が中古品、汚れ物、キズ物、半端物等である場合において、これらの事項を明示しないで行なつた二重価格表示は、不当表示である。
3. 当該商品が旧型、旧式、流行遅れ品等である場合において、これらの事項を明示しないで行なつた二重価格表示は、不当表示である。

(3) 当該商品の実際の販売条件（現金販売、月賦販売等をいう。）と異なつた販売条件における価格を比較対照価格とする二重価格表示

例えば、月賦定価と現金定価が異なる場合において、当該商品を現金で販売するときに、月賦定価を比較対照価格とする二重価格表示などをいう。

(4) 実売価格が虚偽の価格である二重価格表示

第2 小売業者の行なり不当な割引率あるいは割引額の表示

「第1 小売業者の行なり不当な二重価格表示」の場合に準ずる。

第3 小売業者の行なりその他の不当な価格表示

1. 実売価格が虚偽の価格であるもの
2. 商品を販売するに当たり、他の経済上の利益（たとえば、旅行の費用など）を併せて提供する場合において、その経済上の利益の対価の全部又は相当部分はその商品の販売価格中に含まれているにもかかわらず、その経済上の利益を景品として、無償で提供するものであるかのように誤認される表示。

第4 小売業者の行なり「超販売」等の表示

客観的事実または合理的理由がないにもかかわらず、または、一部商品のみ実施されているにもかかわらず、全部の商品が大幅な割引販売を行なっているかのような印象を与える「超販売」等の用語の表示は、不当表示である。

第5 製造業者等の行なり不当な価格表示

1. 製造業者、卸売業者等小売業者以外の者が行なり二重価格表示
2. 小売業者に二重価格表示、割引率、割引額の表示を行なわせるために、市場の状況からみてとりてい販売することができない価格を定価等とする表示。

各 条 項 の 概 要

※ 二重価格表示の考え方について

この条項においては表示さえ不当でなければ二重価格は認めるという前提に立っている。

※ 不当表示である二重価格表示について

比較対照価格が架空である場合の二重価格表示は不当となる。

※ 市価について

市価が例えば1万円のものであつて、それが8,000円に下げられたあと長期間たち、どこも1万円の価格表示をしなくなつたのにその店だけが1万円を表示していると不当表示となる。

なお「定価」「自店旧価格」等の名称が付されていない場合、比較対照価格は、「市価」と解釈される。

※ 定価について

電器製品の場合にあてはまる条項で例えばカラーテレビなど定価として 198,000円などと表示され実際にはどこの店でも2割程度は値引きされそれが常識となつており、198,000円の表示は不当となりメーカー、卸業者はその定価の表示を改めなければ違反となる。

※ 自店旧販売価格について

自分の店がかつて相当期間にわたつて販売しているものを作為的に高くしそれを自店旧価格と称して比較対象価格とするのは不当表示となる。
なおイギリスでは「相当期間」を過去半年以内としている。

※ 他の地域又は第三者が販売している価格について

他の地域又は第三者すなわち競争相手の他の店が販売している価格であると称して販売する場合、事実と相違しているとなれば不当表示となる。

※ 当該商品と異なる商品の価格を比較対照価格とする二重価格表示について
この条項は架空の二重価格ではないが不当表示となるものの具体的条項があげられている。

※ 小売業者の行なりその他の不当な価格表示について

この条項は二重価格表示ではないが不当表示となる具体的条項がうたわれている。

※ 小売業者の行なり「超廉売」等の表示について

どの商品、どの場所で売られているものが超廉売されるのか明らかにせずその店全体が超廉売しているような印象を与える用語の表示は不当表示となる。

※ 製造業者等の行なり不当な価格表示について

- (1) メーカー、卸業者がはじめから二重価格表示をして一方を斜線で引くような行為は不当となる。
- (2) はじめから定価の架空を表示、例えば全国標準小売価格等と表示する行為は不当である。

☆ ☆ ☆

各条項のうち概要は以上の通りであるが、公取委ではこの基準設定の次におとり商品、目玉商品の広告についても同様な基準を設けたいとしており、また、その次の段階として実態としてのおとり商品を取りあげると語っていた。実態の判断は非常に困難であり、まずおとり広告から手づけてゆくとのことである。

市販缶詰開缶リサーチ

日 時 昭和44年1月22日 13,00～16,00時
 場 所 日本缶詰協会 会議室
 主 催 日本缶詰協会
 対象品目 かに缶詰(工船フアンシー製品を除く)45点

※ 開缶リサーチの概要

審査対象品は、一般市販品をデパート小売店などで無作為に購入したものであり審査結果は次の通り。

第29回 開缶リサーチ審査結果

品 名	点数	品質判定		計器判定		総合判定	
		合格	不合格	合格	不合格	合格	不合格
たらばがに	19	2	17	4	15	0	19
ずわいがに	22	14	8	17	5	11	11
はなさきがに	2	2	0	1	1	1	1
け が に	2	2	0	2	0	2	0
計	45	20	25	24	21	14	31

「課題」

統一伝票で事務合理化

企業における事務の合理化はすべての企業の共通課題であり、産業が高度成長すればするほどますます重要な問題として積極的に推進してゆかなければならない事柄ともなっている。

その経営の合理化の一つとして統一販売伝票制度の実現化が各業界間で話題となり、すでに東京織物卸商業組合などではその業界内において売り手の立場の卸商が揃って統一様式の伝票を使用することによつて従来からの取引先きの専用（仕入）伝票を廃止するといった方向ですでに実施しているところも見受けられる。通産省当局もこの統一伝票の推進には積極的姿勢でのぞんでおり、44年度以降は流通近代化政策の一環として各業界の協力を呼びかけている。

通産省当局は専用伝票を用いることは①転写のために余分の労働力を要し②転写に際してのミスを生じ易く、それにともなつてトラブルが起る③全体の事務処理のスピードアップを妨げひいては配送等にも影響を与える④社内事務の機械化を妨げる等の弊害をあげ、これを統一化することによつて中小企業などの専用伝票を持たない受け取り手においては自動的に統一化がすすみ、事務合理化となり、卸売商が共同計算機構に参加する際でも便利で積極的利益も期待できるとしている。

通産省ではこの事業をさらに具体的に推進するため織物卸業界、食品、金物業界等にも呼びかけ、このほど「統一伝票促進懇話会」を結成、旧ろう13日に第1回の懇話会を開催、各業態別に統一伝票のモデル案を作成するなどの話合いが行なわれた。

この懇話会の委員構成は次の通りである。

団 体	委 員	住所、電話番号
東京織物卸商業組合	西 村 清 (マダエ西村(株)社長)	中央区日本橋富沢町 8 (662)2251
東京金物連合商工協同組合	藤 井 吉兵衛 ((株)藤井商店社長)	中央区日本橋小伝馬町 2 の 3 大和ビル 3 階 (662)7671
東京都菓子卸商業組合	長谷川 武 ((株)ハセガワ社長)	台東区入谷 1 の 18 の 7 (874)9500
酒類食品事務合理化研究会	鈴 木 崇 ((株)鈴木洋酒店社長)	中央区日本橋室町 3 の 2 鈴木洋酒店内 (270)7611
全国罐詰問屋協会	竹 崎 知 美 ((株)北洋商会 常務取締役)	中央区日本橋通 3 の 8 八重洲通ビル (273)9289
日本チェーンストア協会	宮 沢 洸 (事 務 局)	港区西久保明舟町 1 1 第 11 森ビル 605 号室 (503)2826
事務局 中央区日本橋富沢町 8 東京織物卸商業組合内 電話(662)2251 責任者 雨宮芳夫		

全缶協としては事務局を代表する立場で(株)北洋商会常務取締役竹崎知美氏が出席、また東部政策調査部会部会長の鈴木 崇氏(株)鈴木洋酒店取締役社長)は酒類食品事務合理化研究会のメンバーとして一応参加されているが、東部政策調査部会の立場も兼ねておられるので全缶協としては酒類食品事務合理化研究会とも歩調を合わせ、また東京都食品卸同業会等とも連携を取りつゝ統一伝票実施の方向に努力してゆく方針である。

なお第2回統一伝票促進懇話会は1月29日午後2時から日本商工会議所4階役員室で、通産省企業局商務第一課事務官大野隆夫氏出席のもと、①統一伝票モデルについて、②統一化可能範囲の検討がなされたが、この日、各団体から参考提出されたモデル伝票は期せずしてB4版 $\frac{1}{3}$ およびA5版(別掲見本参照のこと)の二種の様式が示されたため、このいずれにメリットがあるかを中心に意見の交換が行なわれた。

第2回懇話会開催に先きだち、大野事務官は44年度予算と、伝票統一化施策のすゝめ方について大要次のように挨拶した。

「伝票統一化普及指導費として44年度予算で585千円認められたので4月

1日以前からでも普及活動を開始したいと思つている。今後はさらに伝票に精通した専門家に委嘱することを考え産業能率短大の三沢教授を予定しているが、伝票を統一する目的を充分諒解している方があればご推薦願いたい。」と語つた。

※ 第2回想話会の問題点

検討の資料として織商連、金物、酒類食品、菓子卸の各業界よりそれぞれに作成した別掲のような伝票ホームが呈示された。

すなわち織商連および菓子卸はB $\frac{1}{4}$ 版8分の1の大きさ、食品と金物、業界からはA5版の大きさのものが示された。しかし統一伝票を使用する目的の第1は専用伝票を廃止することであり、従つて二種以上あることは問屋として相手方に統一伝票を承認させる説得力が弱く、できる限り1種類にする方向で検討が行なわれた。

しかし各業種それぞれに業態の内容が異なつており、たゞちに結論的なものを出すことは危険であり、一応各団体で持ち帰り検討したうえ2月下旬第8回の懇話会を開き、具体的話し合いを行なうことになつた。

全缶協としてはまだ内部的に協議する場合は正式に設けていなかつたが、第8回想話会の開催以前に何らかのかたちで打合わせを行なう予定であり、会員各位におかれてもA・B見本ご検討のうえご意見を事務局までお寄せいたゞきたくご協力お願い申しあげたい。

食品缶詰の表示に関する説明会

食品かん詰の表示に関する公正競争規約は、昭和43年9月2日付告示となり（全国食品缶詰公正取引協議会は昭和43年11月26日設立）昭和44年3月2日から施行となるがこれに伴い協議会ではこの規約の要点、表示に関する具体的内容につき周知徹底を図るため昨年11月から東京をはじめ大阪、門司、尾道、静岡、銚子等全国主要都市で説明会を開催。引きつづいて本年は1月11日名古屋市中区錦3～14～15カゴメ(株)本社ビルで、愛知、三重、岐阜、各県のメーカー、問屋、その他関係業者が多数参加して開催したのをはじめさらに次の通り仙台、函館でも開催されることになった。

- 2月12日 富士銀行仙台支店（仙台市東2番町68）
- 2月14日 共愛会館（函館市新川町14）

缶詰業界新年名刺交換会

恒例の缶詰業界各団体主催による「缶詰全業界の新年名刺交換会」は、昭和44年1月6日千代田区パレスホテルのローズルームにおいて盛大に開かれた。この日業界各団体を代表して次の各氏が年頭の挨拶を行なった。

1. 日本缶詰協会副会長 西村健次郎氏
1. 全国缶詰問屋協会会長 浅井二郎氏
1. 農林省農林経済局々長 亀長友義氏

次いで日本缶詰輸出組合顧問の吉田駒三氏の音頭で乾杯、日魯漁業(株)平塚常次郎氏、日本缶詰輸出組合理事長西島東氏から挨拶があり、東洋製缶(株)会長佐藤栄治氏の音頭で新しい年に向つての万歳三唱が行なわれた。

なお当日の出席者は、招待者として官庁78名、新聞社15名、計93名とメー

カー123名、問屋79名、商社60名、関連業者94名、団体、その他46名、合計402名であつた。

東京都食品卸同業会総会、新年会

同業会では創立一周年を祝して昭和44年1月6日帝国ホテルに於いて総会及新年賀詞交換の宴を開催した。総会は

1. 開会の辞 (株)鈴木洋酒店 鈴木 崇氏
1. 会長挨拶 (株)国分商店 国分貫一氏
1. 経過報告及会計報告 (株)逸見山陽堂 中山良助氏
1. 祝 詞 日清製油(株) 社長坂口幸雄氏
日本水産(株) 社長中井春雄氏
1. 閉会の辞 (株)矢口屋商会 萩原弥重氏

次いで6.00時からレストランシアターにおいて新年宴会に移り、(株)北洋商会社長浅井二郎氏の音頭で乾杯、盛だくさんのショーを観賞、7時30分終宴となつた。

会 員 消 息

役 員 増 員

(株)鈴木洋酒店では1月4日の臨時株主総会で進藤正典食品部長、橋本英雄酒類部長、大洞光雄食品次長、3氏の取締役就任をきめた。

〔 人 事 異 動 〕

〔~~保原~~〕原、取締役業務部長宮軒治兵衛氏はこのほど同社サンフラワーチェーン本部長に転属となりその後任には取締役広瀬清氏が就任した。

※ 三井物産(株)食品第1部の機構改革

三井物産(株)では12月1日付で、食品第1部の機構改革を行なった。従来輸入および内販関係は缶詰第3課及び同第4課に分れていたが、この2課を統合して新に缶詰第8課を編成した。なお缶詰第3課長は石川禎勇氏。

〔 電 話 番 号 変 更 〕

※ (株)大平商店(岸和田市沼町454)の電話局番が1月25日から、下記番号に変更となつた。

岸和田貝塚局(0724) 39-0123 代表

加 藤 に ゑ さ ん

加藤産業(株)取締役社長加藤弥三二氏の母堂加藤にゑさんは1月7日午後6時老衰のため死去された享年88。葬儀は1月9日正午、告別式は午後1時から姫路市飾東町佐郎和の吉祥寺において執り行なわれた。

事 務 局 報 知

浅井会長大和会で講演

全缶協浅井会長は、大和製缶の要望により、去る1月25日10時～13.00

時まで大和製缶(株)清水工場会議室において、パツカー経営者多数出席のもと「44年度の内販缶話の見通し」についてと題し講演を行なった。その内容は

1. 内販缶話の概況
2. 流通経路の変革
3. 公正競争規約の制定
4. 缶話の共同宣伝
5. かん缶話の動向

等にわたり業界は品質向上を図り、適正利潤の確保に努めるべきであることを力説した。

