

.....

惣菜・弁当(持帰り)の 情報提供ガイドライン

.....

原材料名、原料原産地、アレルギー物質 編

.....

平成23年6月14日

社団法人 日本惣菜協会
惣菜・弁当(持帰り)の情報提供ガイドライン策定検討委員会

目 次

はじめに	2
------------	---

惣菜・弁当(持帰り)の情報提供ガイドライン

I 趣旨	4
II ガイドラインの位置づけ	4
III ガイドライン適用項目について	4
IV ガイドライン適用範囲について	5
V 対象事業者について	5
VI 原材料・原料原産地・アレルギー物質の情報提供	5
原材料・原料原産地・アレルギー物質の情報提供の考え方	
①原材料・原料原産地の情報提供	
②情報提供する原材料名・原料原産地の名称	
③情報提供するアレルギー物質	
VII 情報提供の方法(手段)	7
VIII 情報管理体制の整備	8
IX 留意事項	8
X ガイドラインの活用について	9
①社団法人日本惣菜協会の役割	
②事業者の役割	
③消費者の協力	
④行政の協力	
おわりに	10
別添 1 義務表示とガイドラインとの関係	11
別添 2 原材料名・原産地等の各種ガイドラインについて	12
別添 2 表示公正競争規約一覧 飲食料関係	13
参考 1 「惣菜・弁当(持帰り)の情報提供ガイドライン」策定検討委員会検討の経緯	14
参考 2 「惣菜・弁当(持帰り)の情報提供ガイドライン」策定検討委員会名簿	16

はじめに

私たちの日々の生活に必要不可欠な食品は、栄養素や美味しさとともに、安心や信頼を伝える情報とともに提供されるべきものである。特に、近年こだわりや由来さらには健康等に対する消費者の関心が高まる一方で、食品の生産から消費に至るいわゆるフードチェーンにおいて分業化・多段階化が進展したことから、消費者にとってこれら供給サイドが遠いところに位置づけられ、そのことが食品への不安や不信に繋がる傾向も見受けられる。

すなわち、こうした消費者ニーズに応え不安・不信を払拭するためには、食品に対する必要かつ適切な情報提供がますます重要となっている。

平成16年に制定された「消費者基本法」には消費者の8つの権利が規定されているが、「必要な情報を知ることができる権利」がその一つとして明記されている。また、「食品安全基本法」においては、食品の安全性確保に関する食品関連事業者の責務として一義的な責任を有するとともに、正確かつ適切な情報提供に努めることが規定されている。しかし、こうした法令に基づく以前に、食品供給サイドとして顧客の満足を得るための基本理念として、消費者が是非知りたい情報及び供給サイドから是非知ってもらいたい情報をきめ細かくかつ積極的に提供していくことが重要で、その結果両者の信頼関係が築かれることを認識する必要がある。

ところで、惣菜・弁当等の産業は、この半世紀で飛躍的に発展してきた。これは常に消費者ニーズを的確に把握し、それを日々たゆまぬイノベーションにつなげる努力をしてきた結果である。すなわち、家庭において食事を提供している母親が、大切な家族のために日々努力していることをその代替として務めてきたと言っても過言ではない。母親と家族の間に

は確固たる信頼が築かれているように、惣菜・弁当産業をはじめ食品を提供する者は常に顧客との間に強い信頼を築いておくことが大切であり、そのための手段としての必要かつ要望される情報を如何に伝えるかという重要性について常に認識しておくことが重要である。

現在、いわゆる外食や中食の分野は、情報伝達媒体としての表示制度において義務化が免除されている場合が多い。これは業態の特性からの措置であり、基本的には消費者から問われた場合には口頭等により正確な情報を適切に提供されることを前提としている。

当然のことながら、日常的に消費者(家族)への信頼確保の重要性を認識している企業(母親)は、法令に関わらず必要な情報の収集・管理及び提供についても的確になされていることも事実である。また、こうした情報提供システムが十分活用されるためには、消費者の理解と協力も不可欠となる。表示ルール等に対する学習の促進や、売り場等において提供される情報への関心度の向上、関心情報についての質問(一声運動)といった日常の取組を通じて事業者との一層のコミュニケーションを図ることが有効である。

本ガイドラインは、こうした消費者の理解と協力の下で、事業者が前向きの姿勢に基づき、表示等を通じて的確な情報提供を行うことにより、消費者に安心・信頼へ供与し、もって一層の信頼確保を得ることを期して作成したものであり、惣菜・弁当はもとより広範な分野において活用されることを願っている次第である。

宮城大学 食産業学部長

池戸 重信

（惣菜・弁当（持帰り）の 情報提供ガイドライン）

I 趣旨

消費者の食に対する意識が高まる中、店舗で同じ惣菜でも容器包装されているものと、されていないものでは、その商品の情報量に差異がある。

このような状況に対し消費者サイドからみると、同じ商品なのになぜ情報量に差があるのか疑問が生まれてくるという指摘がある。

このため、情報提供の充実によって消費者の購買時の商品選択に役立ち、消費者と事業者との一層の信頼関係の確保を図るため、自主的取組の指針「惣菜・弁当（持帰り）の情報提供ガイドライン」を策定し、積極的に推進する。

II ガイドラインの位置づけ

本ガイドラインでの情報提供とは、店頭での法的な義務表示基準の適正表示を前提に、商品や売場の掲示物や、売場での販売員等による消費者対応等、様々な方法により商品の情報を提供することをいう。本ガイドラインは、消費者と事業者の一層の信頼確保を図るための、事業者の自主的な取組である。

なお、任意の情報提供であっても、表記方法も含め各法令の適用を受けることとなり、表記内容と商品との矛盾や、内容について誤認させるようなことが無いように努めるべきである。

III ガイドライン適用項目について

本ガイドラインについては、消費者の関心が高い以下の項目とする。

- ①原材料名
- ②原料原産地
- ③アレルギー物質

IV ガイドライン適用範囲について

消費者の購買時の商品選択に役立ち、消費者と事業者との一層の信頼関係の確保を図る趣旨に鑑み、現在、「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律(昭和25年5月11日法律第175号以下「JAS法」という。)」で定める「加工食品品質表示基準(平成12年3月31日農林水産省告示第513号)」や「食品衛生法(昭和22年12月24日法律第233号 以下「食衛法」という。)」で定める「食品衛生法施行規則(昭和23年7月13日厚生省令第23号)」が及ばない範囲においても情報提供に努めることとする。

(1)原材料名・原料原産地

同一施設での製造・販売の商品、ばら販売商品であっても、消費者にわかりやすい情報提供に努めることとする。(別添1 参照)

(2)アレルギー物質

ばら販売商品についても、消費者にわかりやすい情報提供に努めることとする。

V 対象事業者について

(社)日本惣菜協会の会員をはじめ、惣菜・弁当(持帰り)を取り扱う事業者を対象とする。

VI 原材料名・原料原産地・アレルギー物質の情報提供

原材料名・原料原産地・アレルギー物質の情報提供の考え方

商品の販売形態及び状況によっては、現行の表示制度では、商品の表示の義務付けが適用されないものもある。しかし、原材料やその原産地及びアレルギー物質に係る情報についての消費者の関心の高さや商品購入時の選択に資するという観点から、実行可能な方法による情報提供に努めるものとする。

自主的な取組としてのガイドラインの充実は、消費者の購買時の選択に役立ち、各事業者が消費者との良好な信頼関係の醸成を目指すためにも、できるところから取り組む姿勢が大切である。

また、本ガイドラインは義務表示事項に加えて、自主的な情報提供への取組をまとめたものであるため、ガイドラインのみならず、消費者が求める情報提供については、事業者として積極的な取組に心がけることが重要である。

① 原材料・原料原産地の情報提供

次の原材料名・原料原産地について、情報提供をする。

i 単一の主原材料を使った商品の原材料名・原料原産地名

例：「魚の照り焼き」の魚種名(ぶり)・原産地(日本海)

ii 商品名等に冠した原材料名・原料原産地名

例：「白身魚の唐揚げ弁当」の白身魚の魚種名(まだら)・原産地(アメリカ)

iii こだわりの食材の原材料名・原料原産地名

例：「シャキシャキ蓮根のサラダ」のこだわりの原材料(蓮根)・原産地(茨城県)

iv 販売店舗の人気商品の主原材料名・原料原産地名

例：「唐揚げ」の肉の種類(鶏)・原産地(ブラジル)

(注)平成23年7月1日より「米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律(平成21年4月24日法律第26号.)」に基づき米穀及び米飯などの米加工品の産地情報伝達の義務が開始。(取引記録の作成・保存の義務化については、平成22年10月1日より開始。)詳細は、農林水産省ホームページで照会。

農林水産省ホームページ

http://www.maff.go.jp/j/soushoku/keikaku/kome_toresa/index.html

② 情報提供する原材料名・原料原産地の名称

i 原材料名

「JAS法」で定める「生鮮食品品質表示基準(平成12年3月31日農林水産省告示第514号)」、「加工食品品質表示基準(平成12年3月31日農林水産省告示第513号)」に基づき情報提供を行う。
但し、「食肉の表示に関する公正競争規約(平成14年10月8日平成14年公正取引委員会告示第36号)」、「魚介類の名称のガイドライン(平成12年7月1日農林水産省)」等の各ガイドライン等との整合性を確認する。(別添2 参照)

ii 原料原産地

国産品にあっては「国産」である旨を、輸入品にあっては「原産国名」を情報提供。
但し、以下により表示することもできる。

(i) 農産物の場合

ア 国産品にあっては、国産である旨にかえて、都道府県名、その他一般に知られる地名

(ii) 畜産物の場合

ア 国産品にあっては、国産である旨にかえて、主たる飼養地*が属する都道府県名、その他一般に知られる地名

* 畜産物では、2ヵ所以上にわたって飼養された場合の原産地は、一番長い期間飼養されていた場所を主たる飼養地

(iii) 水産物の場合

- ア 国産品にあっては、国産である旨にかえて、生産(採取及び採捕を含む)した水域名称、水揚げした港名、水揚げした港又は主たる養殖地の属する都道府県名、その他一般に知られる地名
- イ 輸入品にあっては、原産国名に水域名を併記

(iv) 単一原材料が複数の原産地(原産国)の原材料を使用する場合

- ア 主な原材料の原産地が2ヶ所以上ある場合にあっては、原材料に占める重量の割合の多いものから順に記載
- イ 主な原材料の原産地が3ヶ所以上ある場合にあっては、原材料に占める重量の割合の多いものから順に2ヶ所以上記載し、その他の原産地を「その他」と記載

③ 情報提供するアレルギー物質

i アレルギー物質

特定アレルギー品目に推奨アレルギー品目を加えた品目を情報提供。

ii 同一施設内におけるアレルギー物質の混入

場所の制約等の理由によりアレルギー物質が混入する可能性が排除できない場合は、アレルギー物質に関することについて、店頭で対応できる旨を情報提供する。

例:アレルギー物質についてご不明な点がございましたら、売場販売員までおたずねください。

VII 情報提供の方法(手段)

店頭では、プライスカード、ボード、POP、商品ラベル等多くの情報提供の手段があり、その種類も業種・業態や店舗等により異なっている。このため、「消費者の見やすい場所に行うこと」及び「顧客の分かりやすい表現を使うこと」という考え方の下に、創意工夫を活かして以下の方法により情報提供を行う。

①プライスカードへの表記

②ボード、POP等の掲示

③商品ラベルへの表記

④お客様からの問い合わせに対する口頭による情報提供(周知するための掲示が必要)

⑤ホームページによる案内

なお、消費者は購入後においても商品情報を知りたい場合があることを想定し、上記方法に加えて、お客様相談窓口や問い合わせ先等を情報提供することは、消費者の一層の信頼確保の観点から見ても有効な一手段である。

VIII 情報管理体制の整備

消費者に正しい情報提供を行うためには、使用原材料のアレルギー物質等含めた商品情報は事前に仕入先事業者から規格書等の資料を適切に取り寄せ、さらにその情報を消費者に情報提供するための事業者組織の体制作りや情報管理の体制整備が重要である。

消費者と直接接する店舗では誠意をもって適正に消費者に対応するために商品情報資料(商品規格書等)をマニュアル等にして活用できるようにする。

IX 留意事項

① 原材料名・原料原産地の表記等を商品ラベルで一括方式による場合は、加工食品品質表示基準や各種ガイドラインに準拠し、適正な表現方法による情報提供を行う。(別添2 参照)

② 原材料の原産地を情報提供するに当たっては、原材料の原産地情報の管理を徹底し、誤った表示を行わないようにしなければならない。また、常に消費者の視点に立ち、

i 産地が特定できない曖昧な表示

ii 複数の原産地のものを使用するときの特定の産地のみを強調する表示

iii 加工品において原料原産地が不詳であるにもかかわらず、同種の生鮮品の産地表示により誤認を招く表示

など、消費者を誤認させるような表示を行わないようにしなければならない。

③ 原料原産地の情報提供にあたっては、優良誤認や風評被害等の誤ったイメージを与えることのないように特に注意する必要があり、事実と異なった情報提供により、消費者が実際のものよりも著しく優良であると誤認する場合には「不当景品類及び不当表示防止法」(昭和37年5月15日法律第134号)による措置の対象となる。

④ アレルギー物質の表記等については、食品衛生法に準拠し、「アレルギー物質を含む加工食品の表示ハンドブック」(事業者向け:消費者庁刊)等を参考にし、適正な表現方法による情報提供を行う。ハンドブックについては、<http://www.caa.go.jp/foods/index8.html> で参照。

X ガイドラインの活用について

消費者の惣菜事業者への一層の信頼確保を図っていくためには、本ガイドラインの普及推進が不可欠である。このため、(社)日本惣菜協会は、協会会員はもちろんのこと、本ガイドラインに関係する団体等に理解と協力をもとめる。

特に産地や仕入先等の関係事業者の適確な情報伝達の協力を得ることは、本ガイドラインを実施する上で大変重要である。

従って、協会、事業者、消費者、行政等、関係分野が協力のもとに実効ある本ガイドラインの普及啓発を図っていく。

①(社)日本惣菜協会の役割

- ガイドラインの普及(会員企業、関係団体への働きかけ、情報提供資料、HP等)
- 実施企業の状況・意見等の把握と整理(情報共有化、ガイドラインの補強)
- 「惣菜管理士のいる店」店頭表示実施事業者と連携、店頭で集約した情報によるガイドラインの補強
- 取組状況や事業者から行政への情報提供
- 社会状況に沿ったガイドラインの見直し

②事業者の役割

- 消費者と直接的なコミュニケーションの機会を増やし、意見や要望の集約、活用
- ガイドラインを活用し、マニュアルの整備と研修の実施
- 「惣菜管理士のいる店」店頭表示事業の積極的な取組
- 消費者の意見・要望につき(社)日本惣菜協会への情報提供を行う

③消費者の協力

- ガイドラインへの理解(学習会等への参加)
- 事業者とのコミュニケーションの促進(売場等の提供情報への注目、一声運動)

④行政の協力

- 各種の情報提供
- ガイドラインに係る相談対応
- ガイドラインの普及・啓発の支援

おわりに

平素は協会事業へのご協力に感謝申し上げます。

近年の相次ぐ食品に関する事案の発生により、消費者の食に関する安全・安心に関わる情報の提供を求める声が強くなっています。そこで当協会としては消費者からより一層の信頼を確保する目的で、本ガイドラインを策定しました。池戸座長はじめ各委員の方々にはご多忙の中ご協力賜わり厚く御礼申し上げます。

さて、本ガイドラインの策定の目的については池戸座長により詳しく述べられていますが、若干の経緯を述べます。当初は「惣菜・弁当(持帰り)の表示ガイドライン」としてスタートしました。検討の中で「表示」という言葉はラベルによる表示のイメージが強く、消費者の商品選択の為に、多様に対応をしなければならない惣菜の販売形態の実情にはそぐわないとの判断で「情報提供」に変更しました。

協会は本ガイドラインをもとに情報提供を業界に広める活動をスタートしますが、特に消費者にとって便利な購入形態である、対面形式やバイキング形式における販売形態での情報提供について、各企業の積極的な取り組みをお願いします。また、本ガイドが食の安心につながり、消費者の健全な食生活に寄与することを期待します。

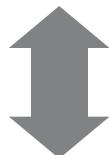
今後、協会では栄養成分表示ガイドラインの策定にも取り組む予定をしていますので、ご案内方々ご協力をお願いします。

(社)日本惣菜協会 会長

石田 強

義務表示とガイドラインとの関係

販売時の義務表示(現状)				
販売条件／販売形態	容器包装されていないもの (ばら販売・対面販売・量り売等)		容器包装されているもの	
適用項目	食品衛生法	JAS法	食品衛生法	JAS法
販売と同一施設内にて製造	×	×	○	×
販売と同一施設以外にて製造	×	×	○	○



義務表示とガイドライン(任意表示)との関係						
販売条件／販売形態	容器包装されていないもの (ばら販売・対面販売・量り売等)			容器包装されているもの		
適用項目	食品衛生法	JAS法	ガイドライン	食品衛生法	JAS法	ガイドライン
販売と同一施設内にて製造	×	×	○	○	×	○+○
販売と同一施設以外にて製造	×	×	○	○	○	○+○

○…ラベル等による一括表示及びそれに準ずる義務表示適用

○…ラベル表示以外の手段でも任意にガイドライン適用項目を消費者へ情報提供する

原材料名・原産地等の各種ガイドラインについて

参考 表示ガイドライン等(平成23年4月現在)

各ガイドライン等の名称	主管
1. 名称に関するガイドライン等	
1 魚介類の名称のガイドラインについて	水産庁
2 生鮮魚介類の生産水域名の表示のガイドライン	水産庁
2. 品質情報に関するガイドライン等	
3 特別栽培農産物に係る表示ガイドライン	農林水産省
4 和牛等特色ある食肉の表示に関するガイドライン	食肉の表示に関する検討会
5 国産銘柄鶏の定義及び表示 ガイドライン	(社)日本食鳥協会
6 米穀の品質表示ガイドライン	米穀公正取引推進協議会
3. 原料原産地に関するガイドライン等	
7 外食の原産地表示ガイドライン	農林水産省
8 豆腐・納豆の原料大豆原産地表示に関するガイドライン	農林水産省
9 刺身盛り合わせの原料原産地等表示自主指針	水産庁
10 調理冷凍食品を対象とした原料原産地表示制度	東京都条例
11 容器詰加熱殺菌食品の原料原産地表示に関する業界自主ガイドライン	(社)日本缶詰協会
4. その他のガイドライン等	
12 食品として販売に供する物に関して行う健康保持増進効果等に関する虚偽誇大広告等の禁止及び広告等適正化のための監視指導等に関する指針(ガイドライン)について	消費者庁
13 消費者への食品情報の提供のあり方について	農林水産省
14 食品表示に係る自主的取組み	日本チェーンストア協会

*社団法人日本惣菜協会ホームページ <http://www.souzai.or.jp/> に、各関係団体のホームページが掲示されています。
なお、詳細のお問い合わせは、(社)日本惣菜協会TEL03-3263-0957 担当 二瓶、大隅まで

表示の公正競争規約一覧 飲食料関係

参考 表示ガイドライン等(平成23年4月現在)

コード	業種	規約名
A-1	(食品) (牛乳・乳製品)	飲用乳
A-2	(食品) (牛乳・乳製品)	はつ酵乳・乳酸菌飲料
A-3	(食品) (牛乳・乳製品)	殺菌乳酸菌飲料
A-4	(食品) (牛乳・乳製品)	ナチュラルチーズ・プロセスチーズ・チーズフード
A-5	(食品) (牛乳・乳製品)	アイスクリーム類
A-6	(食品) はちみつ類	はちみつ類
A-7	(食品) はちみつ類	ローヤルゼリー
A-8	(食品) 水産物加工食品-	辛子めんたいこ食品
A-9	(食品) 水産物加工食品-	削りぶし
A-10	(食品) 水産物加工食品-	食品のり
A-11	(食品) 農水産物加工食品	食品缶詰
A-12	(食品) 農産物加工食品	トマト加工品
A-13	(食品) 農産物加工食品	粉わさび
A-14	(食品) 農産物加工食品	生めん類
A-15	(食品) 菓子類	ビスケット類
A-16	(食品) 菓子類	チョコレート類
A-17	(食品) 菓子類	チョコレート利用食品
A-18	(食品) 菓子類	チューインガム
A-19	(食品) 農産物加工食品	凍豆腐
A-20	(食品) 調味料	食酢
A-21	(食品) 飲料	果実飲料等
A-22	(食品) 飲料	コーヒー飲料等
A-23	(食品) 飲料	レギュラーコーヒー・インスタントコーヒー
A-24	(食品) 調味料	合成レモン
A-25	(食品) 農産物加工食品、飲料	豆乳類
A-26	(食品) 調味料	マーガリン類
A-27	(食品) 菓子類	観光土産品
A-28	(食品) 畜肉加工食品	ハム・ソーセージ類
A-29	(食品) 農産物加工食品	包装食パン
A-30	(食品) 農産物加工食品	即席めん類
A-31	(食品) 農産物加工食品	みそ
A-32	(食品) 調味料	ドレッシング類
A-33	(食品) 調味料	しょうゆ
A-34	(食品) 飲料	もろみ酢
A-35	(食品) 調味料	食用塩
B-1	(食品) 生鮮食品	食肉
B-2	(食品) 生鮮食品	鶏卵
C-1	(食品) 酒類	ビール
C-2	(食品) 酒類	輸入ビール
C-3	(食品) 酒類	ウイスキー
C-4	(食品) 酒類	輸入ウイスキー
C-5	(食品) 酒類	単式蒸留しうちゅう
C-6	(食品) 酒類	泡盛
C-7	(食品) 酒類	酒類小売業

*社団法人日本惣菜協会ホームページ <http://www.souzai.or.jp/> に、各関係団体のホームページが掲示されています。

なお、詳細のお問い合わせは、(社)日本惣菜協会TEL03-3263-0957 担当 二瓶、大隅まで

「惣菜・弁当(持帰り)の情報提供ガイドライン」 策定検討委員会検討の経緯

1

2010年12月9日(木曜日)

第1回策定検討委員会

議事内容

表示の現状と課題

- ・消費者団体の委員等から「消費者の食に対する意識が高まる中、店舗で同じ惣菜でも容器包装されているものと、されていないものでは、その商品の情報量に差異がある。このような状況を消費者サイドからみると、同じ商品なのになぜ情報量に差があるのか疑問が生まれてくる。」と意見があった。

2

2011年1月13日(木曜日)

第2回策定検討委員会

議事内容

委員発表(任意表示の現状と課題)

- ・事業者委員より「情報提供の充実によって消費者の購買時の商品選択に役立ち、消費者と事業者との一層の信頼関係の確保を図るため自主的取組として、積極的に取り組みたい。」と発言があった。
- ・このように各委員からガイドライン作成の必要性を認める意見が出された。

3

2011年2月10日(木曜日)

第3回策定検討委員会

議事内容

ガイドラインの骨子

- ・学識経験者より「大手はいいが中小がどこまでできるのか課題。」「アレルゲンに関してもそうだが、情報提供は大手、中小に関係なくやらなくてはいけない。消費者に正確な情報を与えることが必要。しかし、ガイドラインは任意をどこまでやるかということ。情報提供は消費者へのサービスという概念。」という意見が出された。
- ・このため、惣菜協会会員企業のみならず、惣菜・弁当(持帰り)事業者全体への対象者とする方向で検討が行われた。
- ・原材料・原料原産地・アレルギー物質の3項目について策定することを協議決定した。

4

2011年2月24日(木曜日)

第4回策定検討委員会

議事内容

- ガイドライン概要(案)
- ガイドライン本文(案)

- ・一部文言他訂正

5

2011年4月26日(火曜日)

第5回策定検討委員会

議事内容

- ガイドライン概要(最終版)
- ガイドライン本文(最終版)

- ・各委員総意によりガイドラインを策定

「惣菜・弁当(持帰り)の情報提供ガイドライン」 策定検討委員名簿

座 長

池 戸 重 信 宮城大学 食産業学部長

委 員

阿 南 久	全国消費者団体連絡会 事務局長
伊 藤 友 子	社団法人 日本べんとう振興協会 技術顧問
井 戸 幹 生	株式会社 ロック・フィールド 品質保証部 部長
大 木 美 智 子	消費科学連合会 会長
根 本 純 一	株式会社 若菜 生産業務改革担当部長兼品質管理担当
星 良 雄	日本スーパー マーケット協会
柳 瀬 光	株式会社 ハライ 品質管理課長
藤 木 吉 紀	社団法人 日本惣菜協会 専務理事

(委員 五十音順 敬称略)

オブザーバー

宮 瀬 良 江	農林水産省総合食料局 食品産業振興課外食産業室 調整係長
信 太 英 治	財団法人 食品産業センター 企画調査部長
江 口 法 生	日本スーパー マーケット協会 事務局長

事 務 局

川 中 肇	社団法人 日本惣菜協会 事務局長
二 瓶 勉	社団法人 日本惣菜協会 顧問
大 隅 和 昭	社団法人 日本惣菜協会 技術部

*所属部署・役職等は2011年3月31現在のものです。



お問い合わせ

社団法人 日本惣菜協会

〒102-0083 東京都千代田区麹町 4-5-10 麹町アネックス 6F

TEL.03-3263-0957 FAX.03-3263-1325

HP <http://www.souzai.or.jp>