

C F T ニュース & 息抜き（9月）

全日本コーヒー公正取引協議会（コーヒー公取協）に寄せられた問い合わせなどを、トピック形式で毎月リリースします。参考になれば幸いです。

1. 2023年8月の気になる問合せ

- (1) 島根県の柿製品を扱っている事業者である。柿の種を焙煎し「柿の種コーヒー」名称で販売することを考えている。県庁に聞いたところ景品表示法に触れないと思うが、念のため、コーヒー公正取引協議会に聞くように求められた。景品表示法に触れるとすると何条に触れるのか。

⇒ NHK が一昨年、柿の種を焙煎し「柿の種コーヒー」名称で販売した事例を紹介してから、麦・大豆・漢方薬原料などを焙煎しコーヒーとしたいとする紹介が毎月のようにあるが、コーヒー公正競争規約は定義において、「コーヒーとは、レギュラーコーヒー及びインスタントコーヒーであって、コーヒーノキの種実を精製したコーヒー生豆を焙煎したもの」と定めています。

日本政府は、今国会において「2022年国際コーヒー協定」を全会一致で批准しており、協定第29条(1)は「加盟国は、コーヒーとして商業的に再販売するため他の産物を、コーヒーに混合し、又はコーヒーとともに加工し、若しくは使用することを要求するいかなる規則も維持してはならない。加盟国は、基本的原料として含有されるコーヒーの生コーヒー相当重量が全重量の九十五パーセント未満であるような製品をコーヒーの名称によって販売し、及び宣伝することを禁止するよう努める。」としています。

外務省のホームページには、協定締結の必要性として、(1) コーヒー生産国の大半を占める開発途上国の発展の支援、(2) 加盟国との関係の強化に加え、持続可能な開発目標（SDGs）の達成、を上げています。

景品表示法の何条に触れるということは一概に言えませんが、消費者が疑義を抱けば問題になるでしょう。

柿の種を焙煎しコーヒー名称で販売するのは、コーヒーに名を借り

て販売しないと売れないということであり、疑問に感じます。

- (2) 受託でドリップバッグ製造を行う。委託先（販売者）の一括表示案を見たところ、一括表示枠外に販売者名、販売者住所、お客様相談室電話番号も記載されているが、余白が少ないため文字が2ミリ程度で小さい。問題にならないか心配である。表示責任者は当社である。

⇒ 一括表示責任者が御社で、消費者から相談があれば対応されるのは御社であるので、販売者の表示は消費者に対するサービス表示と位置付けて考えればよいのではないのでしょうか。

販売者のサービス表示は一括表示枠外でスペースがないため、2ミリ程度（6ポイント相当）とのことですが、消費者から文字サイズが8ポイントを下回ると指摘されれば、消費者庁やコーヒー公正競争規約施行規則は表示可能面積が乏しい場合は5.5ポイント以上の大きさであればよし、としているとお応えください。また、販売者の表示はあくまでサービス表示で、表示責任は製造者が負っている旨、説明されればいかがでしょうか。

2. そうだったのか！

先日、ジャニーズ事務所の性加害問題の再発防止特別チームの記者会見において、チームメンバーの元検事総長が「マスメディアの沈黙」を問題視されていました。それは多分、ジャニーズ事務所の代表が所属タレントに立場を利用して如何わしい行為をしていたことを報じた週刊誌と事務所が、報道内容に関して最高裁まで争い、最高裁で週刊誌側の主張が認められたものの、テレビなど報道機関は無視、大手新聞2紙と地方紙が1社しか裁判結果を報じず、問題が解決されずに今日まで過ぎたことを指摘されたのではないかと思慮しました。

パリ在の「国境なき記者団」の報道の自由度調査では、日本は68位でG7では最低、それでも2023年は前年の71位から上昇したとのことです。因みに、自由度のビリは北朝鮮でその上が中国で、これはCFT子にも理解できません。

この報道で、全日本コーヒー公正取引協議会にも思い当たることがあります。今から10年程前のことですが、N社の新製品名称で協議会の規約委員会

で喧々諤々の議論が続いていました。N社はかねてインスタントコーヒーは欧米同様にソリュブルコーヒーとすべき、と話していましたが、多くの委員は「日本は昔からインスタントコーヒーとしている」として反対していました。N社の新製品名称はレギュラーソリュブルコーヒーでレギュラーコーヒーの微粉末がミックスされ、微粉末は溶けずにカップに残るものでした。ソリュブル名称にはそぐわない製品でした。

N社の同種製品は英国や米国ではソリュブルコーヒーでなく、コーヒーの粉末がカップに残存するためインスタントコーヒー名称に変えられていました。ソリュブルとすると溶けないので、訴訟に持ち込まれるリスクがあるためとのことでした。

N社は全日本コーヒー公正取引協議会の大勢と合わず残念なことに脱退を選択され、メディアに「N社コーヒー業界団体を脱退」と報じられましたが、その時、メディアは一斉にインスタントコーヒーを「即席コーヒー」として報じました。CFT子には横の連絡が各社にあったとしか思えませんでした。ジャニーズ事務所の問題でCFT子は「そうだったんだ！」と思い知らされました。

なお、N社は「コーヒーと健康」、水不足の問題など食に関する環境や社会問題の知見が深く、業界にとり有難い存在でした。可能であれば再び一緒に仕事をしたいものです。