

包装基準 3 (1) 各号とただし書きの関係

< 詰め合わせ商品による検討例 >

1 外箱の共通化により、内容品単価の関係で個数削減し空間発生 (極端な事例)

オ = × (イ ~ エ = ○) & ア = ○

(3 つの考え方)

→ オ = × だが、ア = ○ なので受容されるべき範囲・・・この考え方は不可*

* 「包装基準の説明」20%以下ならば無条件に容認されるということではない

→ オ = × なので、当然、やむを得ない事情は判断しない。

(一旦、必要以上と判断した以上、やむを得ない事情は無い)

オの「必要以上」の判断 = 総合的な判断

→ オ = × だが、やむを得ない事情で判断する。

オの「必要以上」の判断 = 目前の商品自体のみでの判断

やむを得ない事情の判断 = 商品自体 + α の要素を含めての判断

α = 外箱の共通化による省資源の主張の適否が争点

事例 (便宜上、高さ 3cm)

5cm × 2cm	5cm × 2cm	5cm × 2cm
5cm × 2cm	5cm × 2cm	5cm × 2cm
5cm × 2cm	5cm × 2cm	5cm × 2cm
5cm × 2cm	5cm × 2cm	5cm × 2cm

外箱 $15\text{cm} \times 8\text{cm} \times 3\text{cm} = 360 \text{ c m}^3$

内容品 A $5\text{cm} \times 2\text{cm} \times 3\text{cm} = 30 \text{ c m}^3$

12 個入りで空間容積 0 %

5cm × 2cm	5cm × 2cm	5cm × 2cm
5cm × 2cm	5cm × 2cm	5cm × 2cm
5cm × 2cm	5cm × 2cm	
5cm × 2cm	5cm × 2cm	

外箱 $15\text{cm} \times 8\text{cm} \times 3\text{cm} = 360 \text{ c m}^3$

内容品 B $5\text{cm} \times 2\text{cm} \times 3\text{cm} = 30 \text{ c m}^3$

10 個入りで内容品 300cm^3

空間容積

$(360-300) \div 360 \times 100 = 16.7\%$

緩衝材、若しくは広告冊子を入れるスペース。「めがね」とならないよう内容品が無いことは視覚的に分かるようにしている、若しくは内容品個数を明記している。

2 高さの異なる商品を平面的に配置し空間が基準を超える（よく見られる例）

オ = ○（イ～エ = ○） & ア = ×

（2つの考え方）

→ オ = ○なので，ア = ×でも，本来良いはず。

オ = ○なので，当然，やむを得ない事情は判断しない。

オの「必要以上」の判断 = 総合的な判断

（基準の見直しが必要）

（一旦，必要以上でない判断した以上，やむを得ない事情は無い）

→ オ = ○なので，アについて，やむを得ない事情を判断する。

オの「必要以上」の判断 = 詰め合わせ商品として商品自体での判断

やむを得ない事情の判断 = 商品自体 + αの要素を含めての判断

包装基準3(1)

(1) 2(1)の過大包装とは，次のいずれかに該当する包装とする。ただし，商品群の特性等により次のいずれかに該当することについてやむを得ない事情があると認められるときは，この限りでない。

ア 空間容積(包装容積から内容品体積を控除した容積をいう。)が包装容積の20パーセント以上であるもの

イ 包装経費(商品の販売価格から内容品の販売価格を控除した額をいう。)が内容品の販売価格の15パーセント以上であるもの

ウ 「あげぞこ」，「がくぶち」，「めがね」，「あんこ」，「えんとつ」，「十二単衣」等の方法により内容品を実質以上に見せかけているもの

エ 二次使用機能(内容品の保護，内容品の品質の保全等の一次的機能を果たした後の使用機能をいう。)を偽装したもの

オ 商品の詰め合わせ，抱き合わせ等により空間容積又は包装経費が必要以上であるもの