



TOKIO MARINE  
NICHIDO

## 消費者庁による「メニュー・料理等の食品表示に係る 景品表示法上の考え方について」ガイドラインの公表

2013年秋、ホテル・百貨店・レストラン等が、メニュー表示と異なる食材を使用して消費者に料理を提供していたとの事実が相次いで判明した<sup>1</sup>。これを受けて消費者庁は、国内外の消費者の日本の食に対する信頼を失墜させるおそれがあるとして、必要な対策を速やかに講じるとした。2014年3月に公表された「メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法上の考え方について」<sup>2</sup>（以下、「ガイドライン」という）はその対策の一つである。本稿では、「不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）」<sup>3</sup>及びガイドラインの概要を紹介するとともに、企業に求められる取組みについて解説する。

### 1. 景品表示法の概要

メニュー表示と異なる食材を使用して消費者に料理を提供することは、景品表示法で禁止されている「優良誤認表示」にあたる可能性がある。本章では、景品表示法による「表示」に関する規制の内容について解説する。

#### (1) 食品表示に関する主な法律

食品表示に関する主な法律には、「食品衛生法」、「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）」、「健康増進法」がある<sup>4</sup>。これらの法律に基づいて定められた、食品の具体的な表示基準の対象は、スーパー等で販売される生鮮食品や加工食品等である。惣菜等の中食や外食は、販売者や提供者が消費者に対面し、食品の詳細について消費者への説明が可能であることから、これらの法律に基づく表示基準の対象とされていない。なお、農林水産省が2005年に「外食における原産地表示のガイドライン」<sup>5</sup>を策定しているが、これは外食に原産地表示を義務付けるものではない。

#### (2) 景品表示法による表示規制

景品表示法は、消費者が自主的かつ合理的に商品やサービスを選択することができるよう、事業

<sup>1</sup> 消費者庁が関係各省庁を通じて行った関係諸団体に対する調査では、食品表示の偽装や誤表示が見られた事業者はのべ307あったとされている（一部重複があり、実数とは異なる）。（消費者庁「食品表示等問題への取組状況について（関係省庁からの報告）」（<http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131209src32.pdf>）

<sup>2</sup> 消費者庁「「メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法上の考え方について」の成案公表について」（[http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140328premiums\\_0.pdf](http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140328premiums_0.pdf)）

<sup>3</sup> 「不当景品類及び不当表示防止法」（<http://law.e-gov.go.jp/htmlldata/S37/S37HO134.html>）

<sup>4</sup> 2013年6月28日、「食品衛生法」「JAS法」「健康増進法」の食品表示に関する部分を一本化した「食品表示法」が公布され、公布の日から2年以内に施行されることとなっている。なお、これらの他に食品表示に関する法律としては、「計量法」「薬事法」「酒税法」「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（米トレーサビリティ法）」等がある。

<sup>5</sup> 農林水産省「外食の原産地表示ガイドライン」ページ（[http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gaisiyoku/gensanti\\_guide/](http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gaisiyoku/gensanti_guide/)）

者が商品やサービスの品質・内容・価格等を偽った表示（不当表示）をすることを禁止し、また、過大な景品類の提供を防ぐために景品類の最高額等を定めた法律である。ここでは、食品に限らず消費者が接する全ての商品やサービスが対象となる。なお、景品表示法上の「表示」とは、消費者を引き付けるための広告や表示全般を指す<sup>6</sup>。

不当表示には、「品質、規格、その他の内容について、著しく優良であると示す表示（優良誤認表示）」、「価格や取引条件に関して著しく有利であると誤認される表示（有利誤認表示）」、「その他誤認されるおそれのある製品やサービスの表示（消費者に誤認されるおそれがあるとして内閣総理大臣が指定する不当表示）」がある。景品表示法上は、消費者に誤認されるおそれがあるかどうかを不当表示の判断基準である。なお、メニュー表示においては、実際の料理の味、食材が科学的に同じかどうかや優れているかどうか、事業者間の慣習等は考慮されない。

なお、不当表示は、故意・過失を問わず禁止されている。そのため、飲食店が故意にメニュー表示と異なる食材を使用した場合だけでなく、飲食店に食材を納入している業者が食材を偽装し、飲食店がその偽装に気付かずメニュー表示を誤った場合であっても、飲食店が景品表示法違反を問われることがある<sup>7</sup>。

不当表示の疑いがある場合は消費者庁によって調査が実施される。その結果、違反（または違反のおそれ）が認められた場合には、消費者庁長官は事業者に対し、不当表示により消費者に与えた誤認を除くこと、再発防止策を実施すること、今後同様の違反行為を行わないこと等を命ずることができる（措置命令）。また、措置命令が下った場合は、事業者名や違反内容等が公表される。なお、措置命令に従わない場合は、2年以下の懲役または300万円以下の罰金（併科あり）、法人は3億円以下の罰金が科せられる。

## 2. メニュー表示問題に係る消費者庁の対応

### (1) メニュー表示問題に係る消費者庁の対応

メニュー表示問題発覚後、消費者庁は、次の対策を講じた。

- メニュー表示と異なる食材を使用して消費者に料理を提供していた企業への措置命令の発令
- 関係業界団体に対する指導
- 関係業界団体を通じた事業者に対する指導
- ガイドラインの作成
- メニュー表示に対する監視体制の強化
- 景品表示法改正案の起案

次項では、ガイドライン作成の経過と景品表示法改正案について紹介する。

<sup>6</sup> メニュー表示のほか、チラシ、パンフレットや説明書、ポスターや看板、新聞や雑誌に掲載された広告、テレビCM、ウェブサイト等も含まれる。消費者庁「よくわかる景品表示法と公正競争規約」([http://www.caa.go.jp/representation/pdf/110329premiums\\_1.pdf](http://www.caa.go.jp/representation/pdf/110329premiums_1.pdf))、消費者庁「事例でわかる！景品表示法」(<http://www.caa.go.jp/representation/pdf/130208premiums.pdf>)を参照。

<sup>7</sup> 消費者庁「表示対策」ページ(<http://www.caa.go.jp/representation/keihyo/qa/hyoujiqa.html>)、「よくある質問コーナー（表示関係）」のQ2～Q6を参照。

## (2) メニューの表示に関するガイドラインの作成

2013 年秋以前にも、「優良誤認表示」のおそれがある外食のメニュー表示に対して措置命令が下った事例は複数存在した。それにもかかわらず同じ問題が発生したことから、消費者庁は、景品表示法の趣旨や内容を説明し、また、どのようなメニュー表示が「優良誤認表示」にあたるのかを示したガイドラインを作成することとした。

2013 年 12 月 19 日にガイドライン案<sup>8</sup>が公表され、パブリックコメントの募集や意見交換会<sup>9</sup>等を経て、2014 年 3 月 28 日にガイドライン<sup>10</sup>が公表された。

## (3) 景品表示法改正案

メニュー表示問題を受けて起案された景品表示法改正案<sup>11</sup>の中には、以下の内容が盛り込まれている<sup>12</sup>。

### a. 事業者のコンプライアンス体制の確立

- 「表示等の適正な管理のため必要な体制の整備その他の必要な措置等を講じなければならない」とし、事業者の表示管理体制の整備が義務化される。
- 消費者庁は、「事業者が講ずべき措置に関して必要な指針」を定め、その「指針」では、事業者の規模や業種に配慮し管理体制の内容や水準を定める。
- 消費者庁は、事業者に必要な措置に対し指導・助言することができ、また、事業者が必要な措置を講じていない場合は勧告することができる。事業者が勧告に従わない場合はその旨が公表される。

### b. 情報提供・連携の確保

- 消費生活協力団体や消費生活協力員<sup>13</sup>が、景品表示法違反行為に対し差し止め請求権をもつ適格消費者団体<sup>14</sup>へ不当表示等の情報を提供できるようになり、民間でも問題への対処が可能となる。

### c. 行政の監視指導體制の強化

- 消費者庁の調査権限を他関係省庁に委任することができるようになり、また、消費者庁長官にある措置命令権限を都道府県知事にも付与する。これにより、地方支局を持たない消費者庁のみでは実現できない、全国的な監視指導體制が構築できることになる。

<sup>8</sup> パブリックコメント募集の詳細については、イーガブを参照。<http://search.e-gov.go.jp/servlet/Public?CLASSNAME=PCMMSTDETAIL&id=235070014&Mode=1>

<sup>9</sup> 消費者庁「『メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法上の考え方について（案）』に関する意見交換会 発言者御意見概要」[http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140122\\_ikengaiyou.pdf](http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140122_ikengaiyou.pdf)

<sup>10</sup> 消費者庁「メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法上の考え方について」[http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140328premiums\\_4.pdf](http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140328premiums_4.pdf)

<sup>11</sup> 2014 年 3 月 11 日に 186 回国会に提出されている。

<sup>12</sup> 消費者庁「不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律案の概要」を参照。<http://www.caa.go.jp/planning/pdf/140311-0.pdf>

<sup>13</sup> 景品表示法改正案と同時に提出された消費者安全法改正案に記載されている。地方公共団体の長から委嘱をうけた、消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う民間の団体又は個人。

<sup>14</sup> 消費者契約法に基づき、消費者全体の利益擁護のために差し止め請求権を適切に行使することができる適格性を備えた消費者団体として、内閣総理大臣の認定を受けた団体。

#### d. 違反事例に対する課徴金制度の検討

- 課徴金制度の整備について、法改正後 1 年以内に検討し措置を講じる。なお、課徴金制度は、現在、内閣府の「景品表示法における不当表示に係る課徴金制度等に関する専門調査会」で審議中である<sup>15</sup>。

### 3. ガイドラインの概要

2014 年 3 月 28 日に公表されたガイドラインの構成は表 1 の通りである。

■表 1 ガイドラインの構成

第 1 はじめに
第 2 景品表示法
第 3 不当な表示の禁止に関する基本的な考え方
第 4 メニュー表示に関する Q & A
1 景品表示法の基本的な考え方に関する Q & A (Q-1)
2 肉類に関する Q & A (Q-2 から Q-7 まで)
3 魚介類に関する Q & A (Q-8 から Q-22 まで)
4 農産物に関する Q & A (Q-23 から Q-27 まで)
5 小麦製品、乳製品、飲料に関する Q & A (Q-28 から Q-35 まで)

出典：消費者庁「メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法上の考え方（ガイドライン）について」<sup>16</sup>より抜粋

本章では、「第 4 メニュー表示に関する Q & A」の概要を紹介する。

#### (1) メニュー表示における「優良誤認表示」

個々の表示が「優良誤認表示」に該当するかどうかは、料理名だけではなくその他の文言や写真などを含め、メニュー全体から消費者が受ける印象や認識が基準となる。ただし、消費者がその表示にどのような印象や認識を抱くかは、その料理が提供される飲食店の種類や料理の価格の高低等によって異なる。そのため、優良誤認表示に該当するかどうかは、個別事案ごとに判断される（Q-1）。本ガイドラインでは、事業者が個別の表示に関して景品表示法上問題となるかどうか判断に迷った場合は、消費者庁に相談をするよう促している。

#### (2) メニュー表示例

「第 4 メニュー表示に関する Q & A」で、景品表示法上問題となるとされた表示例は、表 2 の通りである。

<sup>15</sup> 内閣府「景品表示法における不当表示に係る課徴金制度等に関する専門調査会」ページ (<http://www.cao.go.jp/consumer/kabusoshiki/kachoukin/index.html>)

<sup>16</sup> 消費者庁「メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法上の考え方（ガイドライン）について」 ([http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140331premiums\\_1.pdf](http://www.caa.go.jp/representation/pdf/140331premiums_1.pdf))

■表2 ガイドラインで景品表示法上問題となるとされた表示例

記載箇所	使用する食材等	問題となる表示例
Q-2	牛の成形肉	ビーフステーキ、ステーキ
Q-3	牛脂注入加工肉	霜降りビーフステーキ、さし入りビーフステーキ
Q-4	牛脂注入加工肉	ビーフステーキ、ステーキ
Q-5	オーストラリア産牛肉	国産和牛のステーキ
Q-6	単なる国産鶏肉	××地鶏のグリル
Q-8	ブラックタイガー	クルマエビ
Q-9	アメリカンロブスター	イセエビ
Q-10	外国産オーストラリアミナミイセエビ	(伊勢志摩地方の風景写真とともに)イセエビ
Q-11	バナメイエビ	シバエビ
Q-12	赤西貝	サザエ
Q-13	ロコ貝	アワビ
Q-14	北海道産のエゾアワビ	(房総地方の風景写真とともに)房総アワビ
Q-15	サーモントラウト	キングサーモン
Q-16	ニュージーランド産キングサーモン	日高産キングサーモン
Q-17	駿河湾産の魚だけではなく、駿河湾産以外の魚を使用	駿河湾の魚
Q-19	ランプフィッシュ卵の塩漬け	キャビア
Q-20	サメやタラの卵を使用したいわゆるカラスミ風の食材	カラスミ
Q-21	人工フカヒレを使用したいわゆるフカヒレ風の食材	フカヒレ
Q-22	養殖した黒海苔	岩海苔
Q-23	△△(地域名)野菜だけではなく、それ以外の野菜を多く使用	△△(地域名)野菜使用
Q-24	一般的なねぎ	九条ねぎ
Q-25	中国産の栗	フランス産の栗
Q-26	山形県産の品種ブレンド米	山形県産はえぬき
Q-27	(サラダの材料として)一部に有機野菜ではない野菜を使用	(サラダの材料として)有機野菜使用
Q-28	市販品のパン	自家製パン
Q-29	手作業が加わっていない機械打ち麺	手打ち麺
Q-30	(牛の乳を原料としておらず、植物油を泡立ててクリームと似たような形状と色にした)ホイップクリーム	生クリーム
Q-31	(カマンベールチーズと)カマンベール以外のチーズも使用	カマンベールチーズ
Q-32	低脂肪乳	牛乳
Q-33	醸造アルコール等を使用して製造された清酒	純米酒
Q-34	スパークリングワイン	シャンパン
Q-35	既製品のオレンジジュースや紙パックのジュース	フレッシュジュース

出典：消費者庁「メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法上の考え方について」より弊社作成

一方、「第4 メニュー表示に関するQ&A」では、消費者が誤認をしないような表示が必要とされる例も示された。また、消費者にとっては一般的な料理の名称であり、かつ、その料理にその食材が使われていることが広く知られている場合には、その料理の名称を単に表示するだけでは直ちに景品表示法上問題とはならないとされる表示例も示された（表3）。

■表3 ガイドラインで景品表示法上直ちに問題とならないとされた表示例

記載箇所	使用する食材等	消費者が誤認しないような表示が必要とされる例	直ちに問題とならないとされる表示例
Q-2	牛の成形肉	ビーフステーキ ステーキ ※「成形肉使用」等を料理名の近傍又は同一視野内に記載する。	ハンバーグステーキ ※料理名から一枚肉を使用していないことが明らか。
Q-3	牛脂注入加工肉	霜降りビーフステーキ さし入りビーフステーキ ※「インジェクション加工肉使用」等を料理名の近傍又は同一視野内に記載する。	—
Q-7	合鴨肉	—	鴨南蛮
Q-15	サーモントラウト	—	サケ弁 サケにぎり サケ茶漬け
Q-18	解凍魚	—	鮮魚 ※ただし、「港でとれたて」「今朝市場で買い付けた」など「鮮魚」を強調した表示をし、それが事実と異なる場合は景品表示法上問題となる。

出典：消費者庁「メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法上の考え方について」より弊社作成

「鴨南蛮」（Q-7）、「サケ弁」「サケにぎり」「サケ茶漬け」（Q-15）、「鮮魚」（Q-18）については、ガイドライン案では「景品表示法上問題となる」とされていたが、業界団体や事業者の意見、ガイドライン案に対するパブリックコメント等が反映され、「直ちに問題とならない」と変更された。なお、ガイドライン案では、既製品のオレンジジュースや紙パックのジュースに「フレッシュジュース」と表示した場合「表示の仕方によっては問題となる」とされていたが、明確に「問題となる」と変更された。

外国産オーストラリアミナミイセエビを、単に「イセエビ」と表示することについては言及されておらず（Q-10）、事業者に判断が求められている。また、「△△（地域名）野菜だけでなく、それ以外の野菜を一部少量使用」した場合に「△△（地域名）野菜使用」と表示することが景品表示法上問題となるのかどうかは不明確であり（Q-23）、これも事業者に判断が求められている。

なお、景品表示法上問題となるかどうかにかかわらず、アレルギー表示や、来店した消費者へのアレルギーの有無の確認等を推奨している（Q-2）点に、注意が必要である。

## 4. 企業がとるべき対応

今回公表されたガイドラインは、景品表示法の考え方を示し、景品表示法上問題となる表示を例示したものである。しかし、その例示はごく一部の食材についてのものであり、飲食店が提供するメニューや食材を網羅していない。また、適正な表示をするために企業がどのような取組みをすべきかを示したものでもない。そのため企業は自ら、「自社にとっての適正なメニュー表示」や「その適正なメニュー表示を行うために必要な体制や仕組み」を検討し、それらを実行しなければならない。

なお、飲食店経営に関わる企業が、適正な表示をするためには、表4に示したような取組みが必要である。

■表4 適正な表示のために必要な取組み（弊社作成）

- メニュー表示に関する企業の方針や行動計画の策定
- メニュー表示を作成する際に必要な情報の収集・整備、自主基準の策定
- メニュー考案時の食材の選定や確保に係る基準の策定
- メニュー表示の作成フローと役割分担の明確化
- メニュー表示を作成する担当者や部門の責任と権限の明確化
- メニュー表示をチェックする担当者や部門の責任と権限の明確化
- メニュー表示や食材のモニタリング
- 階層別、役割別の従業員教育計画の策定と実施
- 上記内容の文書化と文書の定期的な見直し

さらに飲食店を抱える企業の統括部門では、上記の取組みが行われていることを文書等で確認した上で、定期または不定期に統括部門自らが飲食店のメニュー表示を確認することが必要である。

景品表示法違反の防止対策として新たに取組みを実施しようとする場合、企業も従業員も負担を感じるものと思われる。しかし、飲食店に関わる企業は、日頃から食中毒を防止するための食品衛生に関する取組みや、顧客満足度を向上させるための接客サービスに関する取組みを行っている。そこで企業には、それらの取組みの中に景品表示法違反の防止対策を織り込み、効率的な取組みを実施することを提案する。

本稿が、飲食店経営に関わる企業における適正な表示のための取組みの一助となれば幸いである。

[2014年4月25日発行]

### 東京海上日動リスクコンサルティング株式会社

製品安全・環境事業部 製品安全マネジメント第一/第二グループ  
〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-2-1 東京海上日動ビル新館8階  
Tel.03-5288-6583 Fax.03-5288-6596