

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

(平成26年 3月28日 消費者庁)

一部改定 平成26年12月 1日 消費者庁

第1 はじめに

景品表示法が禁止している不当な表示は、事業者が自己の供給する商品・役務の取引について、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある表示であり、後記第2のとおりその対象範囲は幅広い。また、景品表示法は、特定の事項の表示を義務付けて、それに反する表示を禁止するものではなく、対象とする商品・役務の範囲を限定していないため、ホテルや百貨店、レストラン等が提供するメニュー・料理等の表示は全て、同法の対象である。

昨今、ホテルや百貨店、レストラン等が提供するメニュー・料理等の食品表示について、実際に使われていた食材と異なる表示が行われていた事例が相次ぎ、表示に対する消費者の信頼が著しく損なわれる事態が生じている。この食品表示の問題が生じて以降、業界において表示の適正化に向けた自主的な取組の動きがみられることから、消費者庁としては、こうした業界の取組を更に促進するため、この度、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を、具体的な事例についてのQ&Aを含めて分かりやすく示すこととした。

なお、実際の表示が景品表示法に違反するかどうかについては、表示上の特定の文言等のみからだけでなく、メニュー・料理等の実際の表示全体から一般消費者が受ける印象と実際との差を個別に検討することとなる。

第2 景品表示法

1 目的

景品表示法は、「商品及び役務の取引に関連する不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止するため、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為の制限及び禁止について定めることにより、一般消費者の利益を保護すること」を目的としている（景品表示法第1条）。

2 対象となる者

景品表示法の規制の対象となる者は、商品・役務を供給する事業者である。

3 対象となる表示

景品表示法の対象となる表示は、同法第2条第4項に規定する「表示」であり、具

体的には、顧客を誘引するための手段として行う広告その他の表示であって、次に掲げるものをいう。

- ・ 商品、容器又は包装による広告その他の表示及びこれらに添付したものによる広告その他の表示
- ・ 見本、チラシ、パンフレット、説明書面その他これらに類似する物による広告その他の表示（ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。）及び口頭による広告その他の表示（電話によるものを含む。）
- ・ ポスター、看板（プラカード及び建物又は電車、自動車等に記載されたものを含む。）、ネオン・サイン、アドバルーン、その他これらに類似する物による広告及び陳列物又は実演による広告
- ・ 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送（有線電気通信設備又は拡声器による放送を含む。）、映写、演劇又は電光による広告
- ・ 情報処理の用に供する機器による広告その他の表示（インターネット、パソコン通信等によるものを含む。）

このように、事業者が商品・役務の供給の際に顧客を誘引するために利用するあらゆる表示が対象であり、容器・包装上のものだけではなく、パンフレット、説明書面、ポスター、看板、インターネットをはじめとして、対象範囲はあらゆるものに及ぶ。口頭によるものも表示に該当する。したがって、店内・店頭のメニューや料理名の表示、陳列物、説明も表示に該当し、景品表示法の対象となる。

4 不当な表示

商品・役務の広告等に記載される品質や価格についての情報は、一般消費者が商品・役務を選択する際の重要な判断材料であり、一般消費者に正しく伝わる必要がある。

しかし、商品・役務の品質や価格について、実際よりも著しく優良、又は有利であると誤認される表示が行われると、一般消費者の適正な商品・役務の選択が妨げられることになる。

このため、景品表示法では、一般消費者に誤認される不当な表示を禁止している（景品表示法第4条）。

不当な表示には、

- ① 商品・役務の品質、規格、その他の内容についての不当表示
（第4条第1項第1号／優良誤認表示¹⁾）

¹⁾ 「いいものですよ」と訴える表示をしているにもかかわらず、実際には表示されているほどいいものではない場合がこれに当たる。

痩身効果や空気清浄機能等のような効果、性能に関する表示について、消費者庁は、優良誤認を招く不当な表示に当たるかどうかを判断する材料として、その表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を事業者に求めることができる。その結果、当該資料が提出されないときは、不当表示とみなされる（不当景品類及び不当表示防止法第4条第2項の運用基準—不実証広告規制に関する指針（平成15年10月28日公正取引委員会））。

- ② 商品・役務の価格その他の取引条件についての不当表示
(第4条第1項第2号／有利誤認表示²⁾)
- ③ 特定の商品・役務について内閣総理大臣が指定(告示)した不当表示
(第4条第1項第3号／指定告示表示)

の3つがある。

メニュー・料理等の表示に関して、景品表示法上問題となるのは、通常、自己が供給する商品・役務(料理等)について、一般消費者に対して実際のものよりも著しく優良であると示す表示、つまり、景品表示法第4条第1項第1号に規定されている「優良誤認表示」に当たる場合である。

5 優良誤認表示(景品表示法第4条第1項第1号)

- (1) 商品・役務の品質、規格その他の内容(以下「商品・役務の内容」という。)について、一般消費者に対して実際のものよりも著しく優良であると示すこと、又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示すことにより、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められる表示は、不当表示(優良誤認表示)として禁止されている。

なお、この際に、不当な表示を行った者の故意・過失は問わない。

- (2) 景品表示法による不当表示の規制は、不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者の適正な商品・役務の選択を確保することを目的として行われるものである。このため、「著しく優良であると示す」表示に当たるか否かは、業界の慣行や表示を行う事業者の認識により判断するのではなく、表示の受け手である一般消費者に「著しく優良」と認識されるか否か(誤認されるか否か)という観点から判断される。この際、「優良」については、商品・役務の品質等について、科学的・客観的にみて、表示されたものよりも実際のものが上回っているか否かではなく、一般消費者にとって、実際のものと異なる当該表示によって、実際のものよりも「優良」として認識され、誘引されるか否かによって判断される。

また、広告・宣伝の要素を含む表示では、表示対象である商品・役務が消費者から選択されるように、ある程度の誇張がなされることもあるが、一般消費者もある程度の誇張があることを通常認識していることから、広告・宣伝に通常含まれる程度の誇張があっても、一般消費者の適切な選択を妨げるとはいえない。しかし、この許容される限度を超えるほどに実際のもの等よりも優良であると表示すれば、一般消費者は、広告・宣伝に通常含まれる程度の誇張を割り引いて判断しても、商品・役務の内容が実際のもの等よりも優良であると誤って認識し(誤認し)、その商品・

² 「お得ですよ」と訴える表示をしているにもかかわらず、実際には表示されているほどお得ではない場合がこれに当たる。

役務の選択に不当に影響を与えることとなる。このように「著しく」とは、当該表示の誇張の程度が、社会一般に許容される程度を超えて、一般消費者による商品・役務の選択に影響を与える場合をいう。

すなわち、商品・役務の内容について「実際のものよりも著しく優良であると示す」又は「事実に相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す」表示とは、一般消費者に対して、社会一般に許容される誇張の程度を超えて、商品・役務の内容が、実際のもの等よりも著しく優良であると示す表示である。このような表示が行われれば、一般消費者は、商品・役務の内容について誤認することになる。

なお、「著しく優良であると示す」表示か否かの判断に当たっては、表示上の特定の文言、図表、写真等から一般消費者が受ける印象・認識ではなく、表示内容全体から一般消費者が受ける印象・認識が基準となる。

6 違反行為に対する措置

消費者庁長官は、景品表示法違反被疑事件に対して調査を行い、違反する行為があるときは、その行為を行った事業者に対し、景品表示法第6条の規定に基づき、一般消費者に与えた誤認を排除すること、その行為の差止め、再発防止のために必要な事項などを命じること（措置命令）ができ、措置命令を行った際はその内容を公表する。

なお、措置命令を行うに当たっては、当該事業者に対し、あらかじめ、書面による弁明、証拠の提出の機会が与えられる。

また、各都道府県においても景品表示法が運用されている。都道府県知事は、景品表示法に違反する行為があると認めるときは、その行為を行った事業者に対し、景品表示法第6条の規定に基づき措置命令ができる。

第3 不当な表示の禁止に関する基本的な考え方

表示の規制には、大別すると、一定の事項の表示を義務付ける規制と不当な表示を禁止する規制とがある。

一定の事項の表示を義務付ける規制は、事業者の自主性に任せておくだけでは必ずしも表示されないが、消費者にとって商品・役務を選択する上で表示されるべき必要な事項（例えば、原材料、食品添加物、内容量、賞味期限、原産国など）をあらかじめ定め、一定の事業者について、一定の表示媒体にその表示を義務付けるもので、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年法律第175号。以下「JAS法」という。）や、今後施行される食品表示法による表示の規制はこれに当たる。

一定の事項の表示を義務付ける規制の場合、表示を義務付けられる事項、表示義務を遵守すべき事業者、表示すべき媒体等があらかじめ定められている。

一方、不当な表示を禁止する規制は、事業者が顧客に商品等を訴求するために積極

的に行う広告・宣伝などの表示は、原則は自由であるが、それが実際と異なり、それによって消費者に誤認を与える場合、すなわち、消費者がその表示から受けた印象・認識とは異なり、実際には、表示されているほどいいものでもお得でもなかったというような、消費者に誤認される表示を禁止するもので、前記第2で示した景品表示法による不当な表示の禁止は、これに当たる。

不当な表示を禁止する規制の場合、表示をするかどうか、どのような表示をするかは、事業者の任意であって、消費者と事業者の間には情報の質・量等に格差が存在するところ、自己の供給する商品・役務の内容を一番よく知っているのは、まさにその商品・役務を供給する事業者であるため、事業者は、その商品・役務の実際と異なる範囲で自由に表示をする（又は、表示をしない）ことが可能である。そして、景品表示法は、表示から受ける一般消費者の印象・認識を基準として、消費者の自主的・合理的な選択を阻害するおそれのある表示を不当な表示として禁止しているものであるから、事前に、どのような表示をすべきか、又はどのような表示をしてはいけないかを具体的・網羅的に明らかとすることはできない。このため、不当な表示にならないようにするためには、自己の供給する商品・役務の需要者と考えられる者（消費者）の立場に立って、自己の行う広告・表示の全体から一般消費者がどのような印象・認識を持つかを考えた上で、その商品・役務の実際の内容などと比べて、顧客に誤解されないようにする（顧客に誤解されるような誤った情報や大げさな情報は伝えない）ということが基本となる。

メニュー・料理等の表示については、事業者が任意に行うことができるものであり、上記の不当な表示を禁止する規制の観点から判断されるものであるが、できる限り、事業者の予見可能性を高めるため、本考え方を示すこととしたものである。

第4 メニュー表示に関するQ&A

<目次>

1	景品表示法の基本的な考え方に関するQ&A（Q-1）	P 6
2	肉類に関するQ&A（Q-2からQ-7まで）	P 8
3	魚介類に関するQ&A（Q-8からQ-22まで）	P 13
4	農産物に関するQ&A（Q-23からQ-27まで）	P 23
5	小麦製品、乳製品、飲料に関するQ&A（Q-28からQ-35まで）	P 26

1 景品表示法の基本的な考え方に関するQ & A

Q-1

飲食店等において提供される料理等に関するメニューや料理名の表示について、どのような場合に景品表示法上問題となるのでしょうか。

<説明>

景品表示法は、商品・役務の内容について、一般消費者に対して実際のものよりも著しく優良であると示すこと、又は事実と相違して当該事業者と同種・類似の商品・役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示すことにより、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められる表示を不当表示（優良誤認表示）として禁止しています。

優良誤認表示に当たるか否かについては、実際のものとその表示から受ける一般消費者の印象・認識との間に差が生じて、その表示が商品・役務の内容について著しく優良であると示すものといえるか否かによって判断されます。

実際のものとその表示から受ける一般消費者の印象・認識との間に差が生じるといえるか否かは、社会常識や、用語等の一般的意味、社会的に定着していると認められる他法令等における定義・基準・規格などを考慮し、実際のものとその表示から受ける一般消費者の印象・認識との間に差が生じる可能性が高いといえるかを個別の事案ごとに判断されます。

その表示が商品・役務の内容について著しく優良であると示す表示といえるか否かは、特定の文言、図表、写真等それぞれから一般消費者が受ける印象・認識ではなく、表示内容全体から一般消費者が受ける印象・認識を基準として³、実際のものとの表示から受ける一般消費者の印象・認識との間に差が生じていることを一般消費者が知っていたら、その商品・役務に惹きつけられることは通常ないだろうと認められる程度に達する誇大表示といえるか否かによって判断されます。そして、その表示を誤認して一般消費者がその商品・役務に惹きつけられるか否かは、商品・役務の性質、一般消費者の知識水準、取引の実態、表示の方法、表示の対象となる内容などを考慮して判断されます。

飲食店等において提供される料理等については、例えば、料理に特定の食材を使用している旨を表示する場合においても、上記のとおり、実際のものとの表示が

³ 一般消費者がどのような印象・認識を抱くかは、当該商品・役務を提供する事業者や店舗の形態、価格の高低等から、当該商品・役務の需要者と考えられる一般消費者を基準に判断します。

ら受ける一般消費者の印象・認識との間に差が生じて、その表示が商品・役務の内容について著しく優良であると示すものといえるか否かによって判断されます。

すなわち、当該飲食店で提供される料理において、実際には、その表示から受ける一般消費者の印象・認識と異なる食材を使用しているにもかかわらず、あたかも、当該料理に、実際のものよりも著しく優良である食材を使用しているかのように示す表示といえるか否かによって判断されることとなります。

具体的には、

- ① その料理や食材に関する社会常識や、用語等の一般的意味、社会的に定着していると認められるJAS法等を含めた他法令等における定義・基準・規格などを考慮し、表示された特定の食材（A）と実際に使用されている食材（B）とが異なるといえる場合において、
- ② その料理の性質、その料理や食材に関する一般消費者の知識水準、その料理や食材の取引の実態、メニュー等における表示の方法、表示の対象となる内容などを考慮し、表示された特定の食材（A）と実際に使用されている食材（B）が異なることを一般消費者が知っていたら、その料理に惹きつけられることは通常ないであろうと認められる程度に達する誇大表示といえるとき

には、優良誤認表示に該当することになります。

他方、表示された特定の食材（A）と実際に使用されている食材（B）が異なることを一般消費者が知っていたとしても、その料理の選択において、その差異に通常影響されないと認められるのであれば、優良誤認表示には該当しません。

また、メニュー等における表示が優良誤認表示に該当するか否かは、上記のとおり、メニュー等における料理名だけでなく、そのほかの文言、写真等表示媒体としてのメニュー等全体から一般消費者が受ける印象・認識を基準に判断します。この場合、その料理等が提供される飲食店等の種類や料理等の価格の高低等の事情も考慮して、一般消費者がどのような印象・認識を抱くかを個別事案ごとに判断されることとなります。

上記のとおり、景品表示法は、特定の用語、文言等の使用を一律に義務付けたり、禁止したりするものではなく、景品表示法上問題となるか否かは、あくまで個別の事案ごと、具体的な表示ごとに判断されます。Q-2以下では、ある特定の表示ごとに、分かりやすさの観点から景品表示法上問題となり得るかを端的に回答していますが、個々の表示が景品表示法違反となるか否かは、上記の基本的な考え方に基づいて個別の事案ごと、具体的な表示ごとに判断されることとなります。事業者等の方がこれから行おうとする個別の表示に関して景品表示法上問題となるか否かの判断に迷われた場合には、下記の間合せ先に御相談ください。

また、景品表示法上問題となるか否かの判断に当たっては、過去の違反事例を参

考にすることが有益であると考えられますので、Q-2以下では、参考となり得る過去の違反事例がある場合、それぞれの回答の末尾に参考違反事例を掲載していません。その他の過去の事例は、消費者庁のウェブサイトに掲載されていますので、これらも参考にしてください。

【問合せ先】

消費者庁表示対策課指導係 電話03-3507-8800（代表）

本考え方の内容に関する問合せ 内線2363又は2367

事業者等がこれから行おうとする具体的な表示に関する事前相談 内線2364

2 肉類に関するQ&A

Q-2

飲食店において、牛の成形肉（※）を焼いた料理のことを「ビーフステーキ」、「ステーキ」と表示してもよいでしょうか。

※・・・牛の生肉、脂身、内臓等に酵素添加物や植物たん白等を加えるなどして人工的に結着し、形状を整えたもの。結着肉、圧着肉ともいわれる。

A 問題となります。

<説明>

料理名として「ビーフステーキ」、「ステーキ」と表示した場合、この表示に接した一般消費者は、牛の生肉の切り身を焼いた料理と認識すると考えられます⁴。

このため、牛の成形肉を焼いた料理について、「ビーフステーキ」、「ステーキ」と表示することは、一般消費者を誤認させるおそれがあるものといえます。

したがって、実際には、牛の成形肉を使用しているにもかかわらず、あたかも、牛の生肉の切り身を焼いた料理であるかのように示す表示は、景品表示法上問題となります。

このため、牛の成形肉を焼いた料理を「ビーフステーキ」、「ステーキ」と表示する場合には、あわせて、例えば、「成形肉使用」、「圧着肉を使用したものです。」等

⁴ 「ステーキ」とは、一般に、肉や魚の厚めの切り身を焼いた料理、特にビーフステーキの略称とされています（新村出編『広辞苑（第六版）』1508頁（平成23年、岩波書店）（以下『『広辞苑』』といえます。）。JAS法では、牛の生肉、脂身、内臓に酵素添加物や植物たん白等を加えるなどして肉質を変化させ、人工的に結着し、形状を整えたような成形肉については、牛の生肉の切り身と区別されています。また、食品衛生法では、その処理により病原微生物による汚染が内部に拡大するおそれがあることから、中心部まで加熱する必要があり、成形された生肉が容器包装されている場合は、その全体について十分な加熱を要する旨などを表示することとしており、牛の生肉の切り身とは、その取扱いを異にしています。なお、Q-2は牛の成形肉を焼いた料理についての「ステーキ」等の表示について景品表示法上の問題を示すものです。ポークなど牛肉以外の肉であって生肉の切り身を焼いたもの以外のものを「ステーキ」と表示することについては、個別事案ごとに景品表示法上の問題が判断されます。

と料理名の近傍又は同一視野内に明瞭に記載するなど、この料理の食材が成形肉ではない牛の生肉の切り身であると一般消費者に誤認されないような表示にする必要があります。

そのような表示を「ビーフステーキ」、「ステーキ」との文字と同一視野にない掛け離れたところに記載したり、極端に小さい文字で記載したりするなどの場合は、牛の生肉の切り身を焼いた料理であると一般消費者が誤認するおそれがありますので、明瞭に記載したとはいえません。

一方、「ハンバーグステーキ」など、その表示内容全体から、一般消費者が、その料理が牛の生肉の切り身を焼いた料理であると認識することはないと考えられる場合には、その料理に牛の成形肉を使用していたとしても、景品表示法上問題となるものではありません。

なお、一般的に、牛の成形肉については、使用する結着剤によってはアレルギー反応を引き起こす素材が含まれているものもあり、食品衛生法では、スーパー等の小売店で容器包装されて販売される成形肉及び成形肉を使用した加工食品には特定のアレルゲンについて表示を義務付けています。

この義務付けは、飲食店等のメニュー表示には直接適用されるものではないものの、アレルギー表示といった食品を摂取する際の安全性に関する情報を適切に消費者に伝えることは極めて重要です。これらを考慮して、景品表示法上問題となるかどうかにかかわらず、飲食店等においても、アレルギーを含む原材料の把握に努めるとともに、調理現場におけるコンタミネーション（意図せざる混入）の状況を踏まえた上で、積極的に、アレルギー表示を行ったり、料理の注文を受ける際にアレルギーの有無を確認するなど、食物アレルギー疾患を有する方に対する情報提供を充実することが求められます。

<参考違反事例①>

公正取引委員会は、平成 17 年 11 月 15 日、料理の写真を掲載するとともに、「ビーフステーキ焼肉ソースランチ」等と表示することにより、あたかも、当該料理に用いている牛肉は牛の生肉の切り身であると認識される表示について、実際には、牛の成形肉であったとして、飲食店を営む事業者に対して景品表示法の規定に基づく排除命令を行っています。

(<http://www.caa.go.jp/representation/keihyo/kouhyou/05.11/05111502.html>)

<参考違反事例②>

消費者庁は、平成 23 年 3 月 4 日、料理の写真を掲載するとともに、「健康ステーキ」等と表示することにより、あたかも、当該料理に用いている牛肉は牛の生肉の切り身であると認識される表示について、実際には、牛の横隔膜の部分の肉

を食用のりで貼り合わせる加工を行ったものであったとして、飲食店を営む事業者に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行っています。

(http://www.caa.go.jp/representation/pdf/110304premiums_1s.pdf)

<参考違反事例③>

消費者庁は、平成 25 年 12 月 19 日、「牛フィレ肉のステーキ」等と記載することにより、あたかも、記載された料理に牛の生肉の切り身を使用しているかのように示す表示について、実際には、生鮮食品に該当しない加工食肉製品（成形肉）を使用していたものであったとして、ホテル内の飲食店を営む事業者に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行っています。

(http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf)

Q-3

飲食店において、牛脂注入加工肉を焼いた料理のことを「霜降りビーフステーキ」、「さし入りビーフステーキ」と表示してもよいでしょうか。

A 問題となります。

<説明>

「霜降りビーフステーキ」、「さし入りビーフステーキ」と表示した場合、この表示に接した一般消費者は、その料理のことを、一定の飼育方法により脂肪が細かく交雑した状態になった牛の生肉の切り身を焼いた料理であると認識すると考えられます。

一方、牛脂注入加工肉は、牛脂に、水、水あめ、コラーゲン、植物性たん白、pH調整剤、酸化防止剤、増粘多糖類等を混ぜ合わせたものを「インジェクション」という注射針が針山になったような機械により、牛肉に注入し、人工的に霜降り状の肉質に変質させ、形状を整えたものであり、「インジェクション加工肉」等ともいわれるものです。

このため、牛脂注入加工肉を焼いた料理について、「霜降りビーフステーキ」、「さし入りビーフステーキ」と表示すると、景品表示法上問題となります。

したがって、インジェクション加工肉を焼いた料理を「霜降りビーフステーキ」、「さし入りビーフステーキ」と表示する場合には、あわせて、例えば、「インジェクション加工肉使用」等と料理名の近傍又は同一視野内に明瞭に記載するなど、この料理が一定の飼育方法により脂肪が細かく交雑した状態になった牛の生肉の切り身を焼いたものであると一般消費者に誤認されないような表示にする必要があります。

<参考違反事例>

消費者庁は、平成 23 年 3 月 4 日、料理の写真を掲載するとともに、「霜降サーロインステーキ」等と記載することにより、あたかも、当該料理に用いている牛肉は、霜降りといわれる一定の飼育方法により脂肪が細かく交雑した状態になった牛肉であると認識される表示について、実際には、霜降ステーキ料理に用いた牛肉は、牛脂を注入する加工を行ったものであったとして、飲食店を営む事業者に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行っています。

(http://www.caa.go.jp/representation/pdf/110304premiums_1s.pdf)

Q-4

飲食店において、牛脂注入加工肉を焼いた料理のことを「ビーフステーキ」、「ステーキ」と表示することは景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

「ビーフステーキ」、「ステーキ」と表示した場合、Q-2 の説明のとおり、この表示に接した一般消費者は、牛脂注入等の加工をしていない牛の生肉の切り身を焼いた料理であると認識するものと考えられます。したがって、実際には、牛脂注入加工肉を使用しているにもかかわらず、あたかも、牛の生肉の切り身を焼いた料理であるかのように示す表示は、景品表示法上問題となります。

<参考違反事例>

消費者庁は、平成 25 年 12 月 19 日、「牛ロース肉のステーキ」等と記載することにより、あたかも、記載された料理に牛の生肉の切り身を使用しているかのように示す表示について、実際には、生鮮食品に該当しない牛脂その他の添加物を注入した加工食肉製品を使用していたものであったとして、ホテル業等を営む事業者に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行っています。

(http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf)

Q-5

飲食店のメニューに「国産和牛のステーキ」と表示していますが、実際には、国産和牛ではなく、オーストラリア産の牛肉を使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

和牛⁵ではない牛肉を「和牛」と表示することや、国産でないオーストラリア産の牛肉を「国産」と表示することは、実際のものとは異なるものを表示していることとなります。

したがって、和牛でないものを「和牛」と表示したり、国産でないものを「国産」と表示したりすると、景品表示法上問題となります。

Q-6

飲食店のメニューに「××地鶏のグリル」と表示していますが、実際には、××地鶏ではなく、単なる国産鶏肉を使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

「××地鶏のグリル」との表示から、一般消費者は、「××地鶏」を使用した料理が提供されると認識するものと考えられます。このため、××地鶏以外の鶏肉を使用しているにもかかわらず、「××地鶏のグリル」と表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

<参考違反事例①>

消費者庁は、平成22年12月9日、「よく味の染みた京地鶏と京豆腐に、とろとろ半熟卵を乗せた“鶏すき焼き”」等と記載することにより、あたかも、京地鶏の肉及び半熟卵を用いているかのような表示について、実際には、当該料理に用いられた鶏肉は京地鶏の肉ではなくブロイラーの肉であった、また、一定期間だけは半熟卵は用いられていなかったとして、飲食店を営む事業者に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行っています。

(http://www.caa.go.jp/representation/pdf/101209premiums_1.pdf)

<参考違反事例②>

消費者庁は、平成25年12月19日、「大和地鶏の唐揚げ」等と記載することにより、あたかも、記載された料理に「大和地鶏」と称する地鶏の肉を使用しているかのように示す表示について、実際には、地鶏の定義に該当しない鶏肉を使用していたものであったとして、旅館を運営する事業者に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行っています。

⁵ 和牛については、「和牛等特色ある食肉の表示に関するガイドライン（和牛・黒豚）」（平成19年3月26日 18生畜第2676号 農林水産省生産局長通知）及び「食肉の表示に関する公正競争規約」において、規格が定められています。

(http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf)

<参考違反事例③>

消費者庁は、平成 25 年 12 月 19 日、「津軽地鶏のマリネ胡麻風味」、「柔らか地鶏のバンバンジー」等と記載することにより、あたかも、記載された料理に「津軽地鶏」と称する地鶏の肉を使用しているかのように示す表示について、実際には、地鶏の定義に該当しない鶏肉を使用していたものであったとして、ホテルを運営する事業者に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行っています。

(http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf)

Q-7

飲食店のメニューに「鴨南蛮」と表示していますが、実際には、合鴨肉を使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となりません。

<説明>

一般的な料理の名称として確立しているものであって、かつ、その食材がその料理に現に広く使われていることが社会的に定着している場合など、一般消費者が、その料理等の選択において、それらの食材の違いに通常影響されないと認められる場合には、その料理の名称を単に表示するだけで直ちに景品表示法上問題となるものではありません。したがって、この場合には、料理の名称として、単に「鴨南蛮」と表示することで、直ちに景品表示法上問題となるものではありません。

一方、例えば、「鴨南蛮」との表示に加えて、メニューや店内の表示において、「マガモを使った」、「希少な鴨肉を使用」、「高級鴨肉を使用」などと使用している材料を強調した表示をしているにもかかわらず、これらが実際とは異なる場合には、景品表示法上問題となります。

3 魚介類に関する Q & A

Q-8

飲食店で提供する料理の材料としてブラックタイガーを使用していますが、クルマエビを使用している旨をメニュー等に表示しても景品表示法上問題ありませんか。

A 問題となります。

<説明>

ブラックタイガーとクルマエビとは異なる魚介類であり⁶、ブラックタイガーとクルマエビが同じものであるとは一般消費者に認識されていないと考えられますので、クルマエビではないブラックタイガーを料理の材料として使用しているにもかかわらず、クルマエビを使用している旨をメニュー等に表示することは、実際のものとは異なるものを表示していることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

<参考違反事例>

消費者庁は、平成 25 年 12 月 19 日、「車海老」と記載することにより、あたかも、記載された料理にクルマエビを使用しているかのように示す表示について、実際には、クルマエビよりも安価で取引されているブラックタイガーを使用していたものであったとして、旅館を運営する事業者に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行っています。

(http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf)

Q-9

飲食店で提供する料理の材料としてアメリカンロブスター（ザリガニのような大きなはさみのあるもの）を使用していますが、イセエビを使用している旨をメニュー等に表示しても景品表示法上問題ありませんか。

A 問題となります。

<説明>

アメリカンロブスターとイセエビとは異なる魚介類であり⁷、アメリカンロブスターとイセエビが同じものであるとは一般消費者に認識されていないと考えられますので、イセエビではないアメリカンロブスターを料理の材料として使用しているにもかかわらず、イセエビを使用している旨をメニュー等に表示することは、実際のものとは異なるものを表示していることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が実際にはアメリカンロブスターを使用しているにもかかわらず、あえてイセエビを使用している旨の表示をしているのは、その飲食店が、実際のもをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考え

⁶ 生鮮食品を小売店等で販売する場合、JAS法では「名称」等の表示事項を記載することが義務付けられています。魚介類の名称については、一般的な名称を記載することになります。「魚介類の名称のガイドライン」（平成 19 年 7 月水産庁策定）別記注では、参考文献として『日本産魚名大辞典』（日本魚類学会編）、『日本産魚類検索（第 3 版）』（中坊徹次）、『日本近海貝類図鑑』（三宅貞祥）が紹介されるとともに、国語辞典、百科事典、公的機関による刊行物等での使用例も活用できる旨が記載されています。

⁷ 前掲注 6 参照。

られます。

Q-10

飲食店で提供する料理の材料として外国産のオーストラリアミナミイセエビ（ザリガニのような大きなはさみのないもの）を使用していますが、伊勢志摩地方の風景写真とともに、イセエビを使用している旨をメニュー等に表示しても景品表示法上問題ありませんか。

A 問題となります。

<説明>

飲食店において、伊勢志摩地方の風景写真とともに、イセエビを使用している旨の表示から、一般消費者は、その飲食店において提供される料理には、伊勢志摩産のイセエビが使用されているものと認識すると考えられます。

したがって、伊勢志摩産のイセエビではない外国産のオーストラリアミナミイセエビを料理の材料として使用しているにもかかわらず、このような表示をすると、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が実際には外国産のオーストラリアミナミイセエビを使用しているにもかかわらず、あえて伊勢志摩産のイセエビを使用しているかのような表示をしているのは、その飲食店が、実際のもをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。

Q-11

飲食店で提供する料理の材料としてバナメイエビを使用していますが、シバエビを使用している旨をメニュー等に表示しても景品表示法上問題ありませんか。

A 問題となります。

<説明>

バナメイエビとシバエビとは異なる魚介類であり⁸、バナメイエビとシバエビが同じものであるとは一般消費者に認識されていないと考えられますので、シバエビではないバナメイエビを料理の材料として使用しているにもかかわらず、シバエビを使用している旨をメニュー等に表示することは、実際のもとは異なるものを表示していることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

⁸ 前掲注6参照。

<参考違反事例>

消費者庁は、平成 25 年 12 月 19 日、「芝海老とイカの炒め物」と記載することにより、あたかも、記載された料理にシバエビを使用しているかのように示す表示について、実際には、シバエビよりも安価で取引されているバナメイエビを使用していたものであったとして、ホテル業等を営む事業者に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行っています。

(http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf)

Q-12

飲食店で提供する料理の材料として赤西貝を使用していますが、サザエを使用している旨をメニュー等に表示しても景品表示法上問題ありませんか。

A 問題となります。

<説明>

赤西貝とサザエとは異なる魚介類であり⁹、赤西貝とサザエが同じものであるとは一般消費者に認識されていないと考えられますので、サザエではない赤西貝を料理の材料として使用しているにもかかわらず、サザエを使用している旨をメニュー等に表示することは、実際のもものと異なるものを表示していることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が、実際には赤西貝を使用しているにもかかわらず、あえてサザエを使用している旨の表示をしているのは、その飲食店が、実際のもものをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。

Q-13

飲食店で提供する料理の材料としてロコ貝を使用していますが、アワビを使用している旨をメニュー等に表示しても景品表示法上問題ありませんか。

A 問題となります。

<説明>

ロコ貝とアワビとは異なる魚介類であり¹⁰、ロコ貝とアワビが同じものであるとは一般消費者に認識されていないと考えられますので、アワビではないロコ貝を料理の材料として使用しているにもかかわらず、アワビを使用している旨をメニュー等に表示することは、実際のもものと異なるものを表示していることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

⁹ 前掲注 6 参照。

¹⁰ 前掲注 6 参照。

<参考違反事例>

公正取引委員会は、平成 18 年 3 月 29 日、あたかも、水産加工品の原材料としてあわびが用いられているかのような表示について、実際には、原材料としてあわびは用いられておらず、ロコ貝等が用いられていたとして、水産加工食品の製造販売業者に対して景品表示法の規定に基づく排除命令を行っています。

(<http://www.caa.go.jp/representation/keihyo/kouhyou/06.3/060329.html>)

Q-14

飲食店で提供する料理の材料として、房総地方の風景写真とともに、房総あわびを使用している旨をメニュー等に表示していますが、実際には、北海道産のエゾアワビを使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

房総地方の風景写真とともに、房総あわびを使用している旨の表示から、一般消費者は、房総地域で採れたアワビを使用した料理が提供されると認識するものと考えられます。このため、北海道産のエゾアワビを使用しているにもかかわらず、房総あわびを使用している旨をメニュー等に表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が、実際には北海道産のエゾアワビを使用しているにもかかわらず、あえて房総地方の風景写真とともに、房総あわびを使用している旨の表示をしているのは、その飲食店が、実際のもをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。

<参考違反事例>

消費者庁は、平成 24 年 10 月 18 日、宿泊プランの表示において、「ブランド食材を堪能♪媛っ子地鶏+坊ちゃん島あわび★」等と表示することにより、あたかも、当該宿泊プランでは、エゾアワビという高級品に分類される品種のあわびであり、松山市の島しょ部で養殖されている「ぼっちゃん島あわび」を用いているかのような表示について、実際には、当該宿泊プランで用いられたあわびは、ぼっちゃん島あわびではなく、交雑種の外国産養殖あわびであったとして、旅館業を営む事業者に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行っています。

(http://www.caa.go.jp/representation/pdf/121018premiums_1.pdf)

Q-15

飲食店で提供する料理の材料としてサーモントラウトを使用していますが、キングサーモンを使用している旨をメニュー等に表示しても景品表示法上問題ありませんか。

A 問題となります。

<説明>

料理の材料としてキングサーモンを使用している旨のメニュー等の表示から、一般消費者は、その料理にはキングサーモンが使用されているものと認識すると考えられます。また、キングサーモンとサーモントラウトは、いずれもサケ科サケ属に分類される魚ですが、それぞれ異なる魚介類であり¹¹、一般消費者においても、キングサーモンとサーモントラウトとは異なるものと認識しているものと考えられます。

したがって、料理の材料としてキングサーモンを使用している旨を表示しながら、実際には、サーモントラウトを使用している場合には、景品表示法上問題となります。

一方、Q-7のとおり、一般的な料理の名称として確立しているものであって、かつ、その食材がその料理に現に広く使われていることが社会的に定着している場合など、一般消費者が、その料理等の選択において、それらの食材の違いに通常影響されないと認められる場合には、その料理等の名称を単に表示するだけで直ちに景品表示法上問題となるものではありません。

したがって、一般的な料理の名称として確立している「サケ弁当」、「サケおにぎり」、「サケ茶漬け」の材料として、一般に「さけ」、「サーモン」として販売されているもの¹²を使用している場合には、単に「サケ弁当」、「サケおにぎり」、「サケ茶漬け」と表示することで、直ちに景品表示法上問題となるものではありません。

Q-16

飲食店で提供する料理の材料として日高産キングサーモンを使用している旨をメニュー等に表示していますが、実際には、ニュージーランド産のキングサーモンを使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

¹¹ 前掲注6参照。

¹² 「アレルギー物質を含む食品に関する表示について」（平成25年9月20日、消食表第257号 別添2の20頁）では、いわゆる一般に「さけ」として販売されているものは、サケ科のサケ属、サルモ属に属するもので、陸封性を除いたものとしています。

日高産キングサーモンを使用している旨の表示から、一般消費者は、北海道日高地域で採れたキングサーモンを使用した料理が提供されると認識するものと考えられます。このため、ニュージーランド産のキングサーモンであるにもかかわらず、日高産キングサーモンを使用している旨をメニュー等に表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が、実際にはニュージーランド産のキングサーモンを使用しているにもかかわらず、あえて日高産キングサーモンを使用している旨の表示をしているのは、その飲食店が、実際のもをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。

<参考違反事例>

公正取引委員会は、平成 20 年 12 月 16 日、「北海道産ボタン海老のマリネ 紫蘇とジンジャーの香り」と記載することにより、あたかも、当該料理に用いているボタンエビは、外国産のものに比べ良質なものとして一般消費者に好まれる傾向にある北海道産のものであるかのような表示について、実際には、当該料理に用いられたボタンエビはすべてカナダ産のものであったとして、飲食店を営む事業者に対して景品表示法の規定に基づく排除命令を行っています。

(<http://www.caa.go.jp/representation/keihyo/kouhyou/08.12/08121601.pdf>)

Q-17

飲食店で提供する料理の材料として駿河湾産の魚を使用している旨をメニュー等に表示していますが、実際には、駿河湾産の魚だけでなく、駿河湾産以外の魚も使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

駿河湾産の魚を使用している旨の表示から、一般消費者は、駿河湾で水揚げされた魚のみを使用した料理が提供されると認識するものと考えられます。このため、駿河湾産以外の魚も使用しているにもかかわらず、駿河湾産の魚を使用している旨をメニュー等に表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が、実際には駿河湾産以外の魚を使用しているにもかかわらず、あえて駿河湾産の魚を使用している旨の表示をしているのは、その飲食店が、実際のもをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。

Q-18

飲食店のメニューとして「鮮魚のムニエル」と表示していますが、このほか特に使用している魚の新鮮さを強調した表示はしていません。実際には、解凍した魚を使用していますが、景品表示法上問題となりますか。

A 問題となりません。

<説明>

「鮮魚」との表示から一般消費者が抱く認識・期待は様々であると考えられますが、一般的には、単に「鮮魚」との表示から、一般消費者はその飲食店において提供される料理において使用される魚が新鮮なものであると認識するものと考えられますので¹³、解凍した魚をその料理に使用している場合に「鮮魚」と表示しても、このことによって直ちに景品表示法上問題となるものではありません。

しかしながら、例えば、「鮮魚」という文言に加えて、又はこれに替えて、メニューや店内の表示において、「港で採れたて」、「今朝市場で買い付けた」などを使用している魚の新鮮さについて強調した表示をすると、あたかも、通常の方法で鮮度が維持された魚よりも新鮮な魚を使用しているかのように一般消費者に認識されると考えられます。

したがって、このような表示をしていながら、実際には、表示された事実とは異なる場合（例えば、「港で採れたて」や「今朝市場で買い付けた」ではない場合）には、景品表示法上問題となります。

Q-19

飲食店で提供する料理の材料としてキャビアを使用している旨をメニュー等に表示していますが、実際には、ランプフィッシュ卵の塩漬けを使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

キャビアは、一般的に、チョウザメ類の卵巣から薄膜を取り除き、卵を粒に分離して洗浄した上で塩蔵するなどの加工を施した食品であるとされています。料理の材料としてキャビアを使用している旨の表示から、一般消費者は、このような食品が使用されていると認識するか、少なくとも「キャビア」とは呼べないものが使用されているとは認識しないものと考えられます。このため、ランプフィッシュ卵を使用しているにもかかわらず、キャビアを使用している旨をメニュー

¹³ 「鮮魚」とは、一般に、新しい魚、いきのよい魚とされています（『広辞苑』1591頁）。

等に表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

<参考違反事例①>

消費者庁は、平成 23 年 2 月 22 日、「キャビア」と記載することにより、あたかも、おせち料理の食材にキャビアを使用しているかのような表示について、実際には、キャビアではなく、ランプフィッシュの卵であったとして、飲食業を営む事業者に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行っています。

(http://www.caa.go.jp/representation/pdf/110222premiums_1.pdf)

<参考違反事例②>

消費者庁は、平成 25 年 12 月 19 日、「キャビア」と記載することにより、あたかも、記載された料理にキャビアを使用しているかのように示す表示について、実際には、キャビアではなく、キャビアよりも安価で取引されているランプフィッシュ卵の塩漬けを使用していたとして、旅館業等を営む事業者に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行っています。

(http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf)

Q-20

飲食店で提供する料理の材料としてカラスミを使用している旨をメニュー等に表示していますが、実際には、サメやタラの卵を使用したいわゆるカラスミ風の食材を使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

カラスミを使用している旨の表示から、一般消費者は、ボラの卵巣から作られたカラスミを使用した料理が提供されるものと認識するか、少なくとも使用されているものがいわゆるカラスミ風の食材であるとは認識しないと考えられます。このため、カラスミ風の食材を使用しているにもかかわらず、カラスミを使用している旨をメニュー等に表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

<参考違反事例>

消費者庁は、平成 25 年 12 月 19 日、「からすみ松葉」、「烏賊からすみ」と記載することにより、あたかも、記載された料理にボラの卵巣で作られるカラスミを使用しているかのように示す表示について、実際には、カラスミよりも安価で取引され

ているタラ及びサメの卵等から作られる加工食品を使用していたものであったとして、旅館業等を営む事業者に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行っています。

(http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf)

Q-21

飲食店で提供する料理の材料としてフカヒレを使用している旨をメニュー等に表示していますが、実際には、人工フカヒレを使用したいわゆるフカヒレ風の食材を使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

フカヒレを使用している旨の表示から、一般消費者は、サメのヒレから作られたフカヒレを使用した料理が提供されるものと認識するか、少なくとも使用されているものがいわゆるフカヒレ風の食材であるとは認識しないと考えられます。このため、フカヒレ風の食材を使用しているにもかかわらず、フカヒレを使用している旨をメニュー等に表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が、実際には人工フカヒレを使用しているにもかかわらず、あえてフカヒレを使用している旨の表示をしているのは、その飲食店が、実際のもをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。

Q-22

飲食店で提供する料理の材料として岩海苔を使用している旨をメニュー等に表示していますが、実際には、養殖した黒海苔を使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

岩海苔を使用している旨の表示から、一般消費者は、岩礁等に自生するのりを原材料とした食品のりを使用した料理が提供されると認識するものと考えられます。このため、養殖した黒海苔を使用しているにもかかわらず、岩海苔を使用しているかのように表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります¹⁴。

¹⁴ 食品のりについては、「食品のりの表示に関する公正競争規約」第7条第4号において、原料であるの

<参考違反事例>

公正取引委員会は、平成18年3月23日、あたかも、食品のりの原材料として岩のりが用いられているかのような表示について、実際には、原材料として岩のりは用いられておらず、養殖ののりが用いられていたとして、食品のり等の製造販売業者に対して景品表示法の規定に基づく排除命令を行っています。

(<http://www.caa.go.jp/representation/keihyo/kouhyou/06.3/06032303.html>)

4 農産物に関するQ & A

Q-23

飲食店のメニューに「△△（地域名）野菜使用」と表示していますが、実際には、△△（地域名）野菜だけでなく、それ以外の野菜を多く使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

「△△（地域名）野菜使用」との表示から、一般消費者は、△△（地域名）野菜のみが使用されている、又は△△（地域名）で生育・収穫された野菜のみが使用されていると認識するか、少なくとも使用している野菜の多くが△△（地域名）野菜か△△（地域名）で生育・収穫された野菜であると認識するものと考えられます。

したがって、「△△（地域名）野菜使用」との表示をしていながら、実際には、△△（地域名）野菜や△△（地域名）で生育・収穫された野菜を使用していなかったり、使用している野菜の多くがこれら以外の野菜であったりする場合には、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が、実際には、△△（地域名）野菜以外の野菜を多く使用しているにもかかわらず、あえて「△△（地域名）野菜使用」との表示をしているのは、その飲食店が、実際のもをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。

Q-24

飲食店で提供する料理の材料として九条ねぎを使用している旨をメニュー等に表示していますが、実際には、一般的なねぎを使用しています。景品表示法上問題となりますか。

りに関し、岩礁等に自生するのりであるとの履歴の明確でないものについて、岩礁等に自生するのりであるかのように誤認を与えるおそれのある表示（養殖生産品への、岩のりとの表示）を禁止しています。

A 問題となります。

<説明>

九条ねぎを使用している旨の表示から、一般消費者は、一般的なねぎとは異なる「九条ねぎ」という種類・品種のねぎを使用した料理が提供されると認識するものと考えられます。このため、一般的なねぎを使用しているにもかかわらず、九条ねぎを使用している旨をメニュー等に表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

<参考違反事例>

消費者庁は、平成 25 年 12 月 19 日、「若鶏の照り焼き 九条ねぎのロティと共に」と記載することにより、あたかも、記載された料理に九条ねぎを使用しているかのように示す表示について、実際には、九条ねぎよりも安価で取引されている青ねぎ又は白ねぎを使用していたものであったとして、ホテル業等を営む事業者に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行っています。

(http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf)

Q-25

飲食店で提供する料理の材料としてフランス産の栗を使用している旨をメニュー等に表示していますが、実際には、中国産の栗を使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

フランス産の栗を使用している旨の表示から、一般消費者は、フランスで採れた栗を使用した料理が提供されると認識するものと考えられます。このため、中国産の栗であるにもかかわらず、フランス産の栗を使用している旨をメニュー等に表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が、実際には中国産の栗を使用しているにもかかわらず、あえてフランス産の栗を使用している旨の表示をしているのは、その飲食店が、実際のもをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。

Q-26

飲食店で提供する御飯について「山形県産はえぬき使用」とメニュー等に表示していますが、実際には、山形県産の品種のブレンド米を使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

「山形県産はえぬき使用」との表示から、一般消費者は、山形県で生産された「はえぬき」という品種のお米のみを使用した御飯が提供されると認識するものと考えられます。このため、山形県産の品種のブレンド米を使用しているにもかかわらず、「山形県産はえぬき使用」と表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が、実際には山形県産の品種のブレンド米を使用しているにもかかわらず、あえて「山形県産のはえぬき使用」との表示をしているのは、その飲食店が、実際のもをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。

Q-27

飲食店で提供するサラダの材料として有機野菜を使用している旨をメニュー等に表示していますが、実際には、一部の野菜は有機野菜ではありません。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

サラダの材料として有機野菜を使用している旨の表示から、一般消費者は、有機野菜のみを使用したサラダが提供されると認識すると考えられます¹⁵。このため、有機野菜以外の野菜も使用しているにもかかわらず、サラダの材料として有機野菜を使用している旨をメニュー等に表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

¹⁵ 有機農産物とは、登録認定機関から認定を受けた生産者が、「有機農産物の日本農林規格」で定める次の方法により生産した農産物とされています。

- ①たい肥等で土作りを行い、種まき又は植え付けの前2年以上(多年生作物の場合は収穫前3年以上)、同規格で使用が認められている一部の農薬以外の農薬や化学肥料を使用しない
- ②土壌の性質に由来する農地の生産力を発揮させる
- ③農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減させる
- ④遺伝子組換え技術を使用しない

<参考違反事例>

消費者庁は、平成 25 年 12 月 19 日、「有機野菜のプチサラダと前菜二種盛合せ」と記載することにより、あたかも、記載された料理のうち、プチサラダには有機野菜を使用しているかのように示す表示について、実際には、プチサラダには、有機農産物の定義に該当しない野菜を使用していたものであったとして、ホテル内の飲食店を営む事業者に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行っています。

(http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf)

5 小麦製品、乳製品、飲料に関する Q & A

Q-28

飲食店で提供する料理として「自家製パン」と表示していますが、実際には、市販品のパンを提供しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

「自家製パン」との表示から、一般消費者は、一般的には、その店舗で一から丁寧に作り上げたパンが提供されていると認識するものと考えられます。このため、市販品のパンが使用されているにもかかわらず、「自家製パン」と表示することは、実際と異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が、実際には、市販品のパンを提供しているにもかかわらず、あえて「自家製パン」との表示をしているのは、その飲食店が、実際のものをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。

Q-29

飲食店で提供する料理の材料として手打ち麺を使用している旨をメニュー等に表示していますが、実際に使用しているのは、機械打ちによる麺で、手作業は加わっていません。このような表示は景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

手打ち麺¹⁶を使用している旨の表示から、一般消費者は、機械打ちによる麺で、

¹⁶ 「手打ち麺」については、「生めん類の表示に関する公正競争規約」第4条第1項第1号において「手

手作業の加わっていないものが提供されるとは認識しないものと考えられます。このため、機械打ちによる麺で、手作業が加わっていないものが使用されているにもかかわらず、手打ち麺を使用している旨をメニュー等に表示することは、実際と異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が、実際には、手作業が加わっていないものを使用しているにもかかわらず、あえて手打ち麺を使用している旨の表示をしているのは、その飲食店が、実際のもをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。

Q-30

飲食店で提供する料理の材料として生クリームを使用している旨をメニュー等に表示していますが、実際には、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を使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

生クリームを使用している旨の表示から、一般消費者は、生乳、牛乳又は特別牛乳から乳脂肪分以外の成分を除去したもの¹⁷、又は少なくとも牛の乳を原料として作られたものが提供されると認識するものと考えられます。このため、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を使用しているにもかかわらず、生クリームを使用している旨をメニュー等に表示することは、実際のものとは異なるものを表示していることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が、実際にはホイップクリームを使用しているにもかかわらず、あえて生クリームを使用している旨の表示をしているのは、その飲食店が、実際のもをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。

打」の定義が定められています。それによれば、「製めんの際し、原料に加水して麩質（グルテン）が形成するように混練し、熟成させた後、延棒で圧延し、包丁でめん線状に裁断すること及び熟成させた後、手作業によりめん線状に伸ばし一定の長さに切断することであって、その工程をすべて手作業により行うことをいう。ただし、混練工程のみ機械で行うことができる。」こととされています。

¹⁷ クリームについては、「乳及び乳製品の成分規格等に関する省令」（昭和26年12月27日厚生省令第52号）において定義や成分規格等が定められています。

Q-31

飲食店で提供する料理の材料としてカマンベールチーズを使用している旨をメニュー等に表示していますが、実際には、カマンベールチーズ以外のチーズも使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

カマンベールチーズを使用している旨の表示から、一般消費者は、カマンベールチーズのみを使用した料理が提供されると認識するものと考えられます。このため、カマンベールチーズ以外のチーズも使用しているにもかかわらず、カマンベールチーズを使用している旨をメニュー等に表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が、実際にはカマンベールチーズ以外のチーズも使用しているにもかかわらず、あえてカマンベールチーズを使用している旨の表示をしているのは、その飲食店が、実際のもをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。

Q-32

レストランで提供する飲料として「牛乳」と表示していますが、実際には、低脂肪牛乳を提供しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

「牛乳」との表示から、一般消費者は、一般的には、スーパー等の小売店で販売されている牛乳¹⁸と同規格のものが提供されると認識するものと考えられます。このため、低脂肪牛乳¹⁹を提供しているにもかかわらず、「牛乳」と表示することは、実際のものとは異なるものを表示していることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が、実際には低脂肪牛乳を提供しているにもかかわらず、あえて「牛乳」との表示をしているのは、その飲食店が、実際のもをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。

¹⁸ 「乳及び乳製品の成分規格等に関する省令」において定義や成分規格等が定められており、「牛乳」は、重量百分率で無脂乳固形分が8.0%以上、乳脂肪分が3.0%以上等とされています。

¹⁹ 「乳及び乳製品の成分規格等に関する省令」において、「低脂肪牛乳」は、重量百分率で無脂乳固形分が8.0%以上、乳脂肪分0.5%以上1.5%以下等とされています。

Q-33

飲食店で提供するアルコール飲料として「純米酒」と表示していますが、実際には、醸造アルコールなどを使用して製造された清酒を提供しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

「純米酒」との表示から、一般消費者は、醸造アルコールなどを使用せずに製造された清酒²⁰が提供されると認識するものと考えられます。このため、醸造アルコールなどを使用して製造された清酒にもかかわらず、「純米酒」と表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が、実際には醸造アルコールなどを使用して製造された清酒を提供しているにもかかわらず、あえて「純米酒」との表示をしているのは、その飲食店が、実際のもをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。

Q-34

レストランで提供する飲料として「シャンパン」と表示していますが、実際には、スパークリングワインをコップに注いで提供しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

「シャンパン」との表示から、一般消費者は、フランスのシャンパーニュ地方において、特定の基準に沿って製造された発泡性のワインであって、一般的に他の発泡性のワイン（スパークリングワイン）と比較して、高級感が期待できるものと認識するものと考えられます。このため、一般的な発泡性のワインを提供しているにもかかわらず、「シャンパン」と表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

<参考違反事例>

消費者庁は、平成 25 年 12 月 19 日、「シャンパン」と記載することにより、あた

²⁰ 純米酒については、「清酒の製法品質表示基準」（平成元年 11 月 22 日国税庁告示第 8 号）において、規格が定められています。

かも、「シャンパン」と称する発泡性ワインを提供しているかのように示す表示について、実際には、「シャンパン」と称する発泡性ワインよりも安価で取引されているものを提供していたものであったとして、ホテル業等を営む事業者に対して景品表示法の規定に基づく措置命令を行っています。

(http://www.caa.go.jp/representation/pdf/131219premiums_1.pdf)

Q-35

飲食店で提供する飲料として「フレッシュジュース」と表示していますが、実際には、既製品のオレンジジュースや紙パックのジュースをコップに注いで提供しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

「フレッシュジュース」との表示から、一般消費者は、その場で果物が搾られて作られたものといった新鮮感のある果実飲料が提供されると認識するか、少なくとも既製品のオレンジジュースや紙パックのジュース²¹が提供されるとは認識しないものと考えられます。このため、既製品のオレンジジュースや紙パックのジュースを使用しているにもかかわらず、「フレッシュジュース」と表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。したがって、このような表示は、景品表示法上問題となります。

なお、飲食店が、実際には既製品のオレンジジュースや紙パックのジュースを使用しているにもかかわらず、あえて「フレッシュジュース」との表示をしているのは、その飲食店が、実際のもをそのまま表示するよりも、その方が売上げが伸びると期待しているからと考えられます。

²¹ 生鮮食品を小売店等で販売する場合、JAS法では、「名称」等の表示事項を記載することが義務付けられています。また、「果実飲料品質表示基準」では、果実飲料（容器に入れ、又は包装されたものに限る。）の品質に関する表示が定められており、第6条において、「生、フレッシュ、その他新鮮であることを示す用語」を表示してはならないこととされています。