

景品表示法の正しい知識

気をつけたい メニュー・料理等 の食品表示



このパンフレットは、不当表示となる事例等を解説し、事業者の皆さんが、メニュー・料理等の食品表示をする際に留意してほしいポイントを分かりやすくまとめたものです。



東京都

※このパンフレットは景品表示法の表示規制についてのみ解説しています。

景品表示法の概要

景品表示法（正式名称：不当景品類及び不当表示防止法）とは

- 景品表示法は、消費者が商品・サービスを選択するときに、判断を誤らせるような表示を禁止する法律です。

景品表示法で禁止している不当表示

◆優良誤認表示（第4条第1項第1号）

- 商品・サービスの品質や内容等について、実際よりも、著しく優良であると示す表示
(例) ・添加物を使用した食品に「無添加」と表示
・合理的な根拠なく「最高」と表示

◆有利誤認表示（第4条第1項第2号）

- 価格や取引条件に関して、実際よりも著しく有利であると示す表示
(例) ・合理的な根拠なく「どこよりも安い」と表示
・いつもの価格を「今だけこの価格」と表示

◆内閣総理大臣が指定する表示（第4条第1項第3号）

- 無果汁の清涼飲料水等についての不当な表示
- 商品の原産国に関する不当な表示 など



景品表示法の対象となる表示

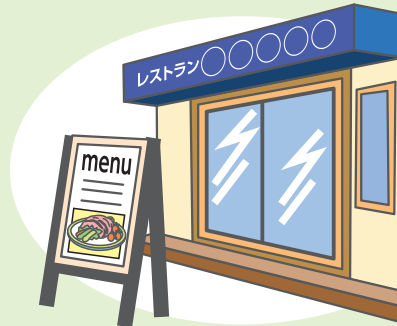
商品・サービスを提供する事業者が、消費者を誘引するために行うあらゆる表示

■表示の例

◎店内メニュー、チラシ



◎ポスターや看板、写真



◎ディスプレイ



◎口頭による説明



◎インターネット広告・表示



◎テレビ・ラジオCM



景品表示法に違反するか否かの判断は・・・

- 業界の慣行や表示を行う事業者の認識ではなく、消費者（表示の受け手）にとって著しく優良・有利と認識（誤認）されるか否かという観点から違反が判断されます。
- 表示上の特定の文言等のみからだけでなく、実際の表示全体から消費者が受ける印象と実際との差を事案ごとに検討して違反が判断されます。

不当な表示につながりやすい事例

(1) 使用する食材についての表示

メニューや料理名の説明等として、産地や品種など特色ある食材を使用しているかのように表示していたにもかかわらず、実際には、そのような優良品のある食材を使用していなかった、あるいは、別の食材を使用していたなど、事実と異なる表示を行っていた場合には、消費者を「優良誤認」させる不当表示にあたるおそれがあります。

■不当表示例

● 特定の産地に関するもの

「北海道産ボタン海老のマリネ」と表示

➡ 実際には、北海道産ではなく
外国産の安価なものを使用



● 有機食品に関するもの

「有機野菜のプチサラダと前菜二種の盛合せ」と表示

➡ 実際には、「有機農産物」の定義に該当しない
野菜を使用

● 銘柄名やブランド名に関するもの

「特選前沢牛サーロインステーキのグリエ」と表示

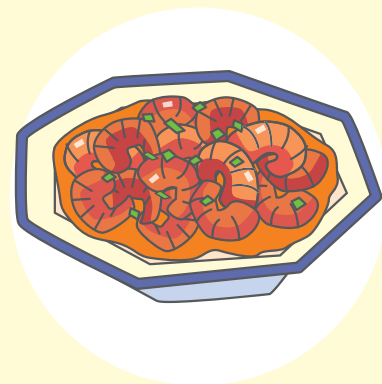
➡ 実際には、大部分は前沢牛の肉ではない
牛肉を使用



● 品種名等に関するもの

「車海老のチリソース煮」と表示

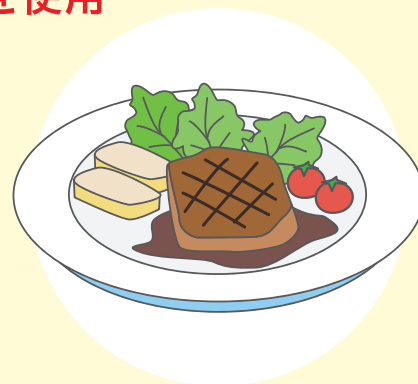
➔ 実際には、「クルマエビ」よりも安価な
「ブラックタイガー」を使用



● 食肉に関するもの

「牛フィレ肉のステーキ」と表示

➔ 実際には、牛フィレの一枚肉ではなく、添加物等
を使い、人工で結着させた肉（成形肉）を使用



■ 表示する際の注意点

- 使用する食材とメニューや料理名の説明に矛盾が生じていないか、誇大な表現となっていないかを十分に検討すること
- 消費者には想定できない加工や調理がされている場合には、同一視野内にその内容などをわかりやすく記載すること

※メニュー・料理名等に関して、景品表示法は、表示内容を具体的に義務づけていませんが、表示内容を検討するにあたっては、食品の規格等を定めたJAS法や食品衛生法などの法令や表示に関する業界の自主ルールである公正競争規約等を参考にしてください。

(2) その他 気をつけたい表示

以下のような表示についても、表示と実際の違いが著しい場合、消費者を誤認させる不当表示にあたるおそれがあります。

■品質の優良性を強調する表示

●「フレッシュ」「生」「鮮」等

鮮度が高く、作りたての食品であるかのように表示しているが、実際には、鮮度が高いと言える食品ではない場合

●「自家製」等

自社製造の食材や自社独自の製法等を用いた食品であるかのように表示しているが、実際には、市販品の食材や一般的な製法を使用している場合

●「特選(撰)」「極上」等

使用されている原材料の品質、製造方法等が同種の食品に比べて優れているかのように表示しているが、実際には、優良性を示す客観的な根拠がなく表示している場合

→「優良誤認」のおそれ

■価格等の取引条件に関する表示

●「〇月限定のお得なディナープラン」、「平成〇年〇月末まで」等

期間限定の割引であるかのように表示しているが、実際には、表示された期限を過ぎても、期限を変えて記載し、継続して適用されている価格である場合

→「有利誤認」のおそれ



コンプライアンスを重視しましょう

メニュー・料理等の食品表示を行う事業者の皆さんは、表示責任者としてコンプライアンス意識を持ち、表示する内容について常に自主的チェックを行うようにしましょう。正しい情報を分かりやすく消費者に届けることを心がけて表示してください。

- ◆ 広告表示の全ての内容に責任を持つこと
- ◆ 一般消費者の視点に立ち、消費者が誤認することのないよう、分かりやすく記載すること
- ◆ 事実関係が不確かな内容は、安易に表示しないこと
- ◆ 景品表示法に限らず、自社の提供する商品・サービスに関係する法令や業界団体の規約等の規定を十分に確認すること
- ◆ 表示責任者としての自覚を持ち、社内のコンプライアンスや表示の管理体制を十分に整えること

景品表示法違反行為があったときは

- 東京都では、景品表示法に違反する不当表示が行われている疑いがある場合、資料の収集、事業者からの報告徴収等の調査を実施します。
- 調査の結果、違反行為を確認した場合、表示の改善などの指導等を行い、事業者名等の公表を行う場合があります。

※景品表示法に基づく指導等は、既にその違反行為がなくなっている場合であっても、対象になります。

参考となるホームページや窓口

◆参考となるホームページ

■東京都生活文化局 消費生活の情報サイト「東京暮らしWEB」(適正表示の推進:景品表示法)
<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/torihiki/hyoji/keihyo/>

■消費者庁ホームページ(表示対策)
<http://www.caa.go.jp/representation/index.html>

「よくある質問コーナー(景品表示法Q&A)」
<http://www.caa.go.jp/representation/keihyo/qa/index.html>

「食品表示等問題対策専用ページ」
<http://www.caa.go.jp/representation/syokuhyou/index.html>

■東京都福祉保健局「食品衛生の窓」
「食品の適正表示推進者向け情報提供サイト(食品の表示制度)」
<http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/shokuhin/hyouji/index.html>

■一般社団法人 全国公正取引協議会連合会ホームページ
<http://www.jfftc.org/index.html>

◆景品表示法に関する窓口

■東京都生活文化局消費生活部取引指導課 表示指導係
住 所 〒163-8001 東京都新宿区西新宿2-8-1 都庁第一本庁舎27階
電 話 03-5388-3066・3068 FAX 03-5388-1332
※ 広告表示に関する事業者相談(面談)は、まず電話で予約をしてください。

■消費者庁表示対策課
住 所 〒100-6178 東京都千代田区永田町2-11-1 山王パークタワー5階
電 話 03-3507-8800(代表)

『景品表示法の正しい知識』

「一気をつけたい「メニュー・料理等の食品表示」」

平成26年3月発行

編集・発行 東京都生活文化局消費生活部取引指導課

東京都新宿区西新宿二丁目8番1号

電話 03-5388-3066

登録番号25(75)

このパンフレットは、ホームページ「東京暮らしWEB」からご覧いただけます。
URL:<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/>