

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）

平成25年12月19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ので、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、メニューや料理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の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、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）
- 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

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あ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））。

(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」に当たるかどうかである。

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・過失は要しない。

- (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、客観的に見て、表示されたものよりも実際のものの方が上回っているかどうかではなく、一般消費者にとって、実際のものとは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、誘引されるかどう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言えない。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・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

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。

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」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、表示上の特定の文章、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7条の規定に基づき、行為の取りやめなどに必要な事項を指示することができる。さらに、違反者が指示に従わない場合などには、消費者庁長官に対して適当な措置を採ることを求めることができる。

第3 メニュー表示に関するQ&A

<目次>

1 肉類に関するQ&A (Q-1からQ-8まで)	P 5
2 魚介類に関するQ&A (Q-9からQ-22まで)	P11
3 農産物に関するQ&A (Q-23からQ-27まで)	P20
4 小麦製品、乳製品、飲料に関するQ&A (Q-28からQ-35まで)	P23

1 肉類に関するQ&A

Q-1

牛の成形肉(※1)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。

※1…牛の生肉、脂身、横隔膜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。成形肉、結着肉、圧着肉ともいわれる。

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、この表示に接した一般消費者は、「一枚の牛肉の切り身」を焼いた料理と認識すると考えられます。

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」、「〇〇ステーキ」、「ステーキ」のように、一枚の生肉を焼いた料理と認識される表現を用いると、景品表示法上問題(優良誤認表示)となります。したがって、一般消費者に誤認されないように、例えば、「成形肉使用」、「圧着肉を使用したものです。」というように、この料理の食材が成形肉であることを明瞭に記載する必要があります。

明瞭に記載するというのは、一般消費者に誤認を与えないようにするということであり、料理名の近傍又は同一視野内に明確に記載するなど、一般消費者が当該料理について「生鮮食品」の「肉類」に該当する「一枚の肉」を焼いたものと誤認しないように表示することをいいます。したがって、そのような記載を「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、一枚の生肉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言えません。

なお、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。)では、牛の生肉、脂身、横隔膜等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は言えません。また、食品衛生法(昭和22年法律第233号)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、いわゆる「一枚の牛肉の切り身」とはその取扱いが異なっています。

<参考違反事例>

平成17年11月15日、公正取引委員会は、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。

また、平成23年3月4日、消費者庁は、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。

Q-2

牛の成形肉を焼いた料理のことを「ステーキ」とは表示せず、「ビーフ」、「健康ビーフ」、「やわらかビーフ」、「ビーフ（やわらか加工）」と表示してもよいでしょうか。

A 問題となります。

<説明>

牛の成形肉を焼いた料理について、「ビーフステーキ」、「〇〇ステーキ」のように表示すると、景品表示法上問題となるとの考え方はQ-1で示したとおりです。

このような牛の成形肉を焼いた料理について、「ステーキ」の表現は使わないものの、「ビーフ」、「健康ビーフ」などと表示した場合、この表示に接した一般消費者は、成形等を行っていない牛の肉を用いた料理であると認識すると考えられます。

一方、Q-1で示した牛の成形肉は、牛の肉を加工したものであり、JAS法では「加工食品」としての「食肉製品」に該当し、「生鮮食品」の「肉類」ではありません。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、中心部まで過熱する必要があり、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、いわゆる「一枚の牛肉の切り身」とはその取扱いが異なります。

このため、このような牛の成形肉のことを「ビーフ」、「健康ビーフ」などと表現

する場合には、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。したがって、成形等を行っていない牛の肉を用いた料理であると一般消費者に誤認されないように、例えば、「成形肉使用」、「圧着肉を使用したものです。」というように、この料理の食材が成形肉であることを明瞭に記載する必要があります。

なお、「明瞭に記載する」については、Q-1も御参照ください。

また、「やわらかビーフ」という表示に接した一般消費者は、「やわらかく調理した牛の肉の料理である」と認識しますから、上記と同様に、この料理の食材が成形肉であることを明瞭に記載する必要があります。

そして、「ビーフ」の真横に、「(成形肉使用)」の代わりに「(やわらか加工)」というように、何らかの加工を施したことを示すつもりで事業者が記載をしたとしても、この表示に接した一般消費者は、「牛の肉を何らかの方法でやわらかく調理した料理」と認識し、成形肉を用いた料理と認識することは困難です。したがって、成形肉を焼いた料理のことを「ビーフ（やわらか加工）」と表示しても、この料理の食材が成形肉であることを明瞭に記載したことにはならず、景品表示法上問題となります。

Q-3

牛脂注入加工肉（※2）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。

※2…牛脂や馬脂に、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、牛肉や馬肉に注入し、人工的に霜降り状の肉質に変質させ、形状を整えたもの。「インジェクション加工肉」等ともいわれ、牛肉に牛脂を注入した「牛脂注入加工肉」や馬肉に馬脂を注入した「馬脂注入加工肉」等がある。

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、当該料理のことを、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肉を焼いた料理であると認識すると考えられます。

一方、牛脂注入加工肉等は、牛脂や馬脂に、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、牛肉や馬肉に注入し、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あって、JAS法では「生鮮食品」の「肉類」では

なく、「加工食品」の「食肉製品」に該当し、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、その加工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、牛脂等を注入していない肉とはその取扱いが異なっています。

このため、「加工食品」の「食肉製品」に該当する牛脂注入加工肉のことを「霜降」、「霜降り肉」、「トロ肉」等と表現して、これ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（優良誤認表示）となります。したがって、一般消費者に誤認されないように、例えば、「インジェクション加工肉使用」等というように、この料理の食材が牛脂を注入する加工を行ったものであることを明瞭に記載する必要があります。

なお、「明瞭に記載する」については、Q-1も御参照ください。

<参考違反事例>

平成23年3月4日、消費者庁は、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、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。

Q-4

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」等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>

牛脂注入加工肉を焼いた料理について、「ビーフステーキ」、「ステーキ」と表示した場合、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肉を焼いた料理であると認識するものと考えられます。

一方、牛脂注入加工肉は、牛の肉を加工したものであり、JAS法では、「加工食品」としての「食肉製品」に該当し、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、その加工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、牛脂を注入していない肉とはその取扱いが異なっています。

このため、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」と表示すると、一般消費者に牛脂注入等の加工をしていない牛の肉を焼いた料理であると誤認され、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。したがって、例えば、「牛脂注入加工肉使用」、「インジェクション加工肉を使用したものです。」というように、この料理の食材が牛脂注入肉である旨を明瞭に記載する必要があります。

なお、「明瞭に記載する」については、Q-1も御参照ください。

Q-5

メニューや店内の表示において、当社が提供する料理は「安心・安全」、「徹底した品質管理」などと安全性や品質を強調した表示をした上で、牛の成形肉を焼いた料理を提供しています。このような場合にアレルギーに関する表示をしなかった場合に景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

「安心・安全」、「徹底した品質管理」などと安全性や品質を強調した表示から、一般消費者は、何の問題もない肉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、アレルギーを引き起こす可能性がある肉を使用しているにもかかわらず「安心・安全」、「徹底した品質管理」などと表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。

また、「安心・安全」、「徹底した品質管理」との表示をしている飲食店は、安全性や品質を強調することで顧客を誘引していると考えられますので、それが実際と異なる場合には、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。この考え方は、アレルギーに関する表示にも当てはまります。

一般的に、牛の生肉ではなく、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関わりなく、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。

Q-6

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。

そもそも規格上、和牛ではない牛肉を「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。

また、一般消費者は、普段の買い物先であるスーパーなどで接する「和牛」表示に馴染みがあると考えられますし、一般消費者の商品選択等を反映して、一般的に、和牛は、これに該当しない牛肉よりも、高価で取引されています。したがって、和牛でないものを「和牛」と表示すると、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

Q-7

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することがあります。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。

また、「××地鶏のグリル」との表示をしている飲食店は、××地鶏という特定の鶏肉を使用していることを強調することで顧客を誘引していると考えられますので、それが実際と異なる場合には、通常、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

<参考違反事例>

平成22年12月9日、消費者庁は、「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”」等と表示することにより、あたかも、当該料理には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。

Q-8

飲食店のメニューに「合鴨煮」と表示していますが、実際には、「マグレ・ド・カナル」という肉を使用した料理を提供しています。景品表示法上の問題がありますか。

A 問題となります。

<説明>

『食材図典Ⅱ』（小学館）によれば、「マグレ・ド・カナル」とは、「フォワグラをとるために肥育した鴨の胸肉で、抱き身ともいわれる部分」です。

「合鴨煮」との表示から、一般消費者は、一般的には、鴨とアヒルを交配した「合鴨」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、合鴨以外の鴨肉を使用しているにもかかわらず、「合鴨煮」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。

また、「合鴨煮」との表示をしている飲食店は、合鴨という特定の鴨肉を使用していることを強調することで顧客を誘引していると考えられますので、それが実際と異なる場合には、通常、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

2 魚介類に関するQ & A

Q-9

飲食店のメニューに「ブラックタイガー」を「車エビ」と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>

生鮮食品及び加工食品が小売店等で商品として販売される場合、JAS法では、「名称」等の必要表示項目を記載することが義務付けられています。魚介類の名称

は、「魚介類の名称のガイドライン」（平成19年7月水産庁）により、原則として種毎の名称（標準和名）を表示する（標準和名より広く一般に使用されている和名があれば、この名称を表示することも可能）ことが推奨されており、それを前提に市場で取引がなされています。

「ブラックタイガー」の標準和名は、「ウシエビ」であり、標準和名が「クルマエビ」とは異なる魚介類とされていますので、そもそもクルマエビではないブラックタイガーを「車エビ」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。また、現状においては、一般消費者の商品選択等を反映して、クルマエビよりもブラックタイガーが安価で取引される実態にあると認識されています。

したがって、クルマエビではないブラックタイガーを「車エビ」と表示すると、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

なお、ブラックタイガーの表示については、日本中国料理協会のガイドラインでは、「学名に基づく正しい表記例」として「エビ、ブラックタイガーエビ、ウシエビ」が挙げられており、一方、「不適切な表記例」として「車えび、天然エビ」が挙げられています。

Q-10

飲食店のメニューに「ロブスター」を「伊勢エビ」と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>

生鮮食品及び加工食品が小売店等で商品として販売される場合、JAS法では、「名称」等の必要表示項目を記載することが義務付けられています。魚介類の名称は、「魚介類の名称のガイドライン」により、原則として種毎の名称（標準和名）を表示する（標準和名より広く一般に使用されている和名があれば、この名称を表示することも可能）ことが推奨されており、それを前提に市場で取引がなされています。

例えば、一般的名称が「アメリカンロブスター」であるものは、標準和名が「イセエビ」とは異なる魚介類とされていますので、そもそもイセエビではないアメリカンロブスターを「伊勢エビ」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。また、現状においては、一般消費者の商品選択等を反映して、イセエビよりもアメリカンロブスターが安価で取引される実態にあると認識されています。

したがって、イセエビではないアメリカンロブスターを「伊勢エビ」と表示する

と、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

なお、日本中国料理協会のガイドラインでは、ロブスターの表示について、「学名に基づく正しい表記例」として「オーストラリアイセエビ、ロブスター」、「アメリカイセエビ、ロブスター」等が挙げられており、一方、「不適切な表記例」として「単に『イセエビ』」が挙げられています。

また、同ガイドラインでは、イセエビの表示について、国産伊勢えびであれば「伊勢えび」と、オーストラリア等伊勢えびであれば「オーストラリア産（産地を入れて）伊勢えび」と呼ぶこととされており、はさみのあるロブスターやオマールは「伊勢えび」とは呼ばないこととされています。

Q-11

飲食店のメニューに「バナメイエビ」を「芝エビ」と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>

生鮮食品及び加工食品が小売店等で商品として販売される場合、JAS法では、「名称」等の必要表示項目を記載することが義務付けられています。魚介類の名称は、「魚介類の名称のガイドライン」により、原則として種毎の名称（標準和名）を表示する（標準和名より広く一般に使用されている和名があれば、この名称を表示することも可能）ことが推奨されており、それを前提に市場で取引がなされています。

「バナメイエビ」の標準和名は、「シロアシエビ」であり、標準和名が「シバエビ」とは異なる魚介類とされていますので、そもそもシバエビではないバナメイエビを「芝エビ」と表示することは、実際のもとは異なるものを表示していることになります（この場合、単に「エビ」と表示すれば、問題は生じません。）。また、現状においては、一般消費者の商品選択等を反映して、シバエビよりもバナメイエビが安価で取引される実態があると認識されています。

したがって、シバエビではないバナメイエビを「芝エビ」と表示すると、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

なお、バナメイエビの表示については、日本中国料理協会のガイドラインでは、「学名に基づく正しい表記例」として「エビ、バナメイエビ」が挙げられており、一方、「不適切な表記例」として「シバエビ、天然エビ」が挙げられています。

Q-12

飲食店のメニューに「赤西貝」を「サザエ」と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>

生鮮食品及び加工食品が小売店等で商品として販売される場合、JAS法では、「名称」等の必要表示項目を記載することが義務付けられています。魚介類の名称は、「魚介類の名称のガイドライン」により、原則として種毎の名称（標準和名）を表示する（標準和名より広く一般に使用されている和名があれば、この名称を表示することも可能）ことが推奨されており、それを前提に市場で取引がなされています。

「赤西貝」の標準和名は、「アカニシ」であり、標準和名が「サザエ」とは異なる魚介類とされていますので、そもそもサザエではないアカニシを「サザエ」と表示することは、実際のものと異なるものを表示していることとなります。また、サザエではないアカニシを「サザエ」と表示している飲食店は、そのように表示することで顧客を誘引しようとしていると考えられますので、それが実際と異なる場合には、通常、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

Q-13

飲食店のメニューに「ロコ貝」を「鮑」と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>

生鮮食品及び加工食品が小売店等で商品として販売される場合、JAS法では、「名称」等の必要表示項目を記載することが義務付けられています。魚介類の名称は、「魚介類の名称のガイドライン」により、原則として種毎の名称（標準和名）を表示する（標準和名より広く一般に使用されている和名があれば、この名称を表示することも可能）ことが推奨されており、それを前提に市場で取引がなされています。

「ロコ貝」の標準和名は、「アワビモドキ」（この標準和名に代わる一般的名称例は「ロコガイ」）であり、標準和名に代わる一般的名称例で「アワビ」といえる「クロアワビ」や「エゾアワビ」等の標準和名で呼ばれる魚介類とは異なる魚介類とされていますので、そもそもアワビではないロコガイを「鮑」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。また、現状においては、一般消費者の商品選択等を反映して、アワビよりもロコガイが安価で取引される実態にあると認識されています。

したがって、アワビではないロコガイを「鮑」と表示すると、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

<参考違反事例>

平成 18 年 3 月 29 日、公正取引委員会は、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（平成 18 年（排）第 14 号～第 16 号）。

Q-14

飲食店のメニューに「房総あわび」と表示していますが、実際には、蝦夷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>

「房総あわび」については、南房総地域観光圏整備推進協議会（南房総市観光プロモーション協議会）の公式サイトによれば、「伊勢海老やサザエとならび高級食材として珍重されているあわびは、昔から海女漁が盛んな南房総最南端の白浜地区での漁獲量が高く、古くから南房総の特産品として南房総名物に数えられます。中でも、内房の岩井地区で育てられる『黒あわび』は、市場では高値で取り引きされるほどの特選素材。」とされています。

また、生鮮食品及び加工食品が小売店等で商品として販売される場合、JAS法では、「名称」等の必要表示項目を記載することが義務付けられています。魚介類の名称は、「魚介類の名称のガイドライン」により、原則として種毎の名称（標準和名）を表示する（標準和名より広く一般に使用されている和名があれば、この名称を表示することも可能）ことが推奨されており、それを前提に市場で取引がなされています。

「蝦夷アワビ」の標準和名は、「エゾアワビ」であり、標準和名が「クロアワビ」とは異なる魚介類とされていますので、そもそも房総地域で採れたクロアワビではないエゾアワビを「房総あわび」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。

また、房総地域で採れたクロアワビではないエゾアワビを「房総あわび」と表示

している飲食店は、そのように表示することで顧客を誘引しようとしていると考えられますので、それが実際と異なる場合には、通常、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

<参考違反事例>

平成 24 年 10 月 18 日、消費者庁は、「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ぽ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、ぽ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。

Q-15

飲食店のメニューに「サーモントラウト」を「サーモン」と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>

生鮮食品及び加工食品が小売店等で商品として販売される場合、JAS法では、「名称」等の必要表示項目を記載することが義務付けられています。魚介類の名称は、「魚介類の名称のガイドライン」により、原則として種毎の名称（標準和名）を表示する（標準和名より広く一般に使用されている和名があれば、この名称を表示することも可能）ことが推奨されており、それを前提に市場で取引がなされています。

このガイドラインにおいて、「サーモントラウト」の標準和名は、「ニジマス」であり、標準和名が「サケ」とは異なる魚介類とされています。

「サーモン」との表示から、一般消費者は、「鮭（サケ）」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、標準和名が「ニジマス」であるにもかかわらず「サーモン」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。また、サケではないサーモントラウト（ニジマス）を「サーモン」と表示している飲食店は、そのように表示することで顧客を誘引しようとしていると考えられますので、それが実際と異なる場合には、通常、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

Q-16

飲食店のメニューに「日高産キングサーモン」と表示していますが、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>

「日高産キングサーモン」との表示から、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と考えられます。このため、そもそも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」と表示することは、実際のもものと異なる表示をしていることとなります（この場合、単に「キングサーモン」と表示すれば、問題は生じません。）。

また、「日高産キングサーモン」との表示をしている飲食店は、日高地方という特定の産地の魚を使用していることを強調することで顧客を誘引していると考えられますので、それが実際と異なる場合には、通常、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

<食品の産地表示に係る参考違反事例>

平成 20 年 12 月 16 日、公正取引委員会は、「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（平成 20 年（排）第 54 号）。

Q-17

飲食店のメニューに「駿河湾産鮮魚マリネ」と表示していますが、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>

「駿河湾産鮮魚マリネ」との表示から、一般消費者は、駿河湾で水揚げされた魚だけ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、「駿河湾産鮮魚マリネ」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。

また、「駿河湾産鮮魚マリネ」との表示をしている飲食店は、駿河湾という特定の産地の魚を使用していることを強調することで顧客を誘引していると考えられますので、それが実際と異なる場合には、通常、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

「鮮魚」との表示については、次のQ-18も御参照ください。

Q-18

飲食店のメニューに「鮮魚のムニエル」と表示していますが、実際には、解凍した魚を使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 表示の仕方によっては問題となります。

<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、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」などと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（優良誤認表示）となります。

Q-19

トビウオの卵を使用した料理なのですが、「レッドキャビア」と表示しても問題ありませんか。

A 表示の仕方によっては問題となります。

<説明>

「レッドキャビア」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、例えば、「レッドキャビア」という文言に加えて、メニューや店内の表示において、「高級」、「ロシアからの贈り物」などと高級感を期待させる表示をすると、あたかも、チョウザメの卵である「キャビア」を使用した料理が提供されると認識するか、少なくとも使用されているものが「キャビア」とは呼べず、「キャビア」のような高級感が期待できるものでないとは認識しないものと

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、チョウザメではなく、トビウオの卵を使用している場合には、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

Q-20

飲食店のメニューに「カラスミ」と表示していますが、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」との表示に接した一般消費者は、鰻（ぼら）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。

したがって、「カラスミ」と表示しながら、実際には、カラスミではない、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る場合には、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

Q-21

飲食店のメニューに「フカヒレ」と表示していますが、実際には、フカヒレタッチ（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」との表示に接した一般消費者は、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。

したがって、「フカヒレ」と表示しながら、実際には、フカヒレではない、フカヒレタッチ（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る場合には、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

Q-22

飲食店のメニューに養殖した「黒海苔」を「岩海苔」と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>

「岩海苔」との表示から、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。

したがって、「岩海苔」と表示しながら、実際には、原材料として養殖のりを使用していた場合には、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

なお、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」において、原料であるのりに関し、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。

<参考違反事例>

平成 18 年 3 月 23 日、公正取引委員会は、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（平成 18 年（排）第 4 号～12 号）。

3 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、それ以外の野菜も使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 表示の仕方によっては問題となります。

<説明>

「△△（地域名）野菜使用」との表示から一般消費者が抱く認識・期待は様々であると考えられますが、例えば、「△△（地域名）野菜」というブランドで売られている野菜について、仮にそのブランドが全国的には著名なものではない場合であっても、特に、△△（地域名）に所在する店舗や△△（地域名）の属する

都道府県の物産展等で「△△（地域名）野菜使用」と表示すると、一般消費者は、あたかも、「△△（地域名）野菜」だけが使用されている、または△△（地域名）で生育・収穫された野菜だけ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し、このような認識に基づいて商品を選択すると考えられます。

したがって、このような表示をしていながら、実際には、「△△（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る場合には、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

Q-24

飲食店のメニューに「九条ねぎ」と表示していますが、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。

A 問題となります。

<説明>

「九条ねぎ」との表示から、一般消費者は、一般的な「ねぎ」とは異なる「九条ねぎ」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。

したがって、「九条ねぎ」と表示しながら、実際には、一般的な「ねぎ」を使用していた場合には、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

Q-25

飲食店のメニューに「フランス産の栗」と表示していますが、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」との表示に接した一般消費者は、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、そもそも中国産の栗であるにもかかわらず「フランス産の栗」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（この場合、単に「栗」と表示すれば、問題は生じません。）。

また、「フランス産の栗」との表示をしている飲食店は、フランスという特定の産地の栗を使用していることを強調することで顧客を誘引していると考えられますので、それが実際と異なる場合には、通常、景品表示法上問題（優良誤認表示）

となります。

Q-26

飲食店のメニューに「国産ブレンド米」を「山形県産はえぬき」と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>

「山形県産はえぬき」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。

したがって、「山形県産はえぬき」と表示しながら、実際には、山形県で生産された「はえぬき」という品種のお米以外のお米を使用していた場合には、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

さらに、この場合、飲食店は他法令（「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」（平成 21 年法律第 26 号））に規定される、一般消費者へ産地情報を伝達する義務に違反する可能性があります。

Q-27

飲食店のメニューに「有機野菜のサラダ」と表示していますが、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>

「有機野菜のサラダ」との表示から、一般消費者は、当該サラダには有機野菜だけを使用した料理が提供されると認識すると考えられます。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、「有機野菜のサラダ」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。

また、「有機野菜のサラダ」との表示をしている飲食店は、有機野菜という特定の野菜を使用していることを強調することで顧客を誘引していると考えられますので、それが実際と異なる場合には、通常、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

4 小麦製品、乳製品、飲料に関するQ & A

Q-28

飲食店のメニューに「自家製パン」と表示していますが、実際には、市販品を使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

「自家製」との表示に接した一般消費者は、料理等にもよりますが、一般的には、当該店舗で一から丁寧に作り上げ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、市販品が使用されているにもかかわらず「自家製」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。

また、「自家製」との表示をしている飲食店は、市販品ではなく「自家製」であるということを強調することで顧客を誘引していると考えられますので、それが実際と異なる場合には、通常、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

Q-29

飲食店のメニューに「手打ち麺」と表示していますが、実際には、当店では機械打ちによるものを使用しています。景品表示法上問題となりますか。

A 問題となります。

<説明>

「手打ち」との表示に接した一般消費者は、一般的には、機械を使わないで手で打って作った麺類が提供されると認識するものと考えられます。このため、機械打ちによるものが使用されているにもかかわらず「手打ち麺」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。

また、「手打ち」との表示をしている飲食店は、「手打ち」であるということを強調することで顧客を誘引していると考えられますので、それが実際と異なる場合には、通常、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

Q-30

飲食店のメニューに、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「生クリーム」と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>

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。

「生クリーム」との表示に接した一般消費者は、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、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」であるにもかかわらず「生クリーム」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。

また、「生クリーム」との表示をしている飲食店は、そのように表示することで顧客を誘引しようとしていると考えられますので、それが実際と異なる場合には、通常、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

Q-31

飲食店のメニューに「カマンベールチーズ」と表示していますが、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」との表示から、一般消費者は、カマンベールチーズだけ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」とのみ表示することは、実際のものとは異なる表示をしていることとなります。

また、「カマンベールチーズ」との表示をしている飲食店は、カマンベールチーズという特定のチーズを使用していることを強調することで顧客を誘引していると考えられますので、それが実際と異なる場合には、通常、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

Q-32

レストランの飲料メニューに「牛乳」と表示していますが、実際には、「低脂肪乳」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」とは「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、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。

一方、「低脂肪牛乳」とは同省令において、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。

このため、そもそも規格上、牛乳ではない低脂肪乳を「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。

また、一般消費者は、普段の買い物先であるスーパーなどで接する容器・包装の牛乳の表示に馴染みがあると考えられますし、一般的には、牛乳よりも低脂肪乳が安価で取引される実態にあると認識されています。

したがって、牛乳ではない低脂肪乳を「牛乳」と表示すると、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

Q-33

飲食店のメニューに、「純米酒」に該当しない清酒を「純米酒」と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>

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。

「純米酒」との表示に接した一般消費者は、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。

また、「純米酒」との表示をしている飲食店は、「純米酒」であるということを強調することで顧客を誘引していると考えられますので、それが実際と異なる場合には、通常、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

Q-34

レストランの飲料メニューに「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のことであり、「シャンパン」との表示に接した一

般消費者は、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しているものと考えられます。

したがって、「シャンパン」と表示をしていながら、実際には、「シャンパン」とは呼べないもの（スパークリングワイン）である場合には、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

Q-35

飲食店のメニューに「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、解凍した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 表示の仕方によっては問題となります。

<説明>

「フレッシュ」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、例えば、「フレッシュジュース」や「ジュース」という文言に加えて、メニューや店内の表示において、「しぼりたて」、「生搾り」などと、あたかも、提供されるジュースが果物そのものを絞って作られたかのように一般消費者に認識される表示をしていながら、実際には、既製品のジュースや紙パックのジュース、解凍したジュースを使用している場合には、景品表示法上問題（優良誤認表示）となります。

なお、「果実飲料の表示に関する公正競争規約」では、客観的根拠に基づかないフレッシュ等の表示は不当表示に該当する（公正競争規約施行規則第4条第2号ア）とされています。