

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)

平成25年12月9日  
消費者庁

11月11日の第1回食品表示等問題関係府省庁等会議で決定した対処方針(以下「対処方針」という)において、消費者庁が中心となり各府省庁等と連携して、所管する業界への働きかけを行い、その結果をとりまとめ第2回会議において報告を行うこととされた。

対処方針に基づき、総務省、財務省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省から消費者庁に対し報告がなされている。現時点における、各省庁からの報告を集計した概要は以下のとおり。

1. 消費者庁作成資料の周知状況

対処方針において、「所管する業界に対し、消費者庁の作成による『景品表示法の不当表示の考え方及びメニュー表示等の食品表示に係る過去の違反事例』について周知の徹底を図る。」とされているところ、周知状況は表1のとおり。

表1 周知を行った団体数・事業者数

	団体数	事業者数
総務省	1	1
財務省	14	64,390
厚生労働省	10	160,827
農林水産省	23	9,018
経済産業省	10	2,446
国土交通省	4	3,815

## 2. 所管業界における表示適正化に向けた取組

対処方針において、「所管する業界における表示の適正化に向けた取組状況について徹底した把握を行う。」とされているところ、取組状況は表2及び表3のとおり。

表2 従来より取組を行っていた団体数・事業者数

	団体数	事業者数
総務省	1	1
財務省	11	64,225
厚生労働省	5	108,305
農林水産省	18	7,550
経済産業省	6	1,117
国土交通省	3	79

表3 今般の問題に応じ取組・取組予定の団体数・事業者数

	団体数	事業者数
総務省	1	1
財務省	9	64,055
厚生労働省	10	160,827
農林水産省	23	9,018
経済産業省	10	2,446
国土交通省	4	3,815

### <取組の例>

●本社や施設長等による表示チェックやモニタリングの実施 ●従業員を対象とした研修や講習会の実施 ●HPや広報誌等による周知、注意喚起 ●業界団体から事業者への周知 ●マニュアル類、ガイドライン等の作成 ●自主行動計画の作成 ●定期的なメニューと食材のチェック ●信頼のおける業者の紹介や地方優良食材の情報提供 等

### 3. 食品表示の偽装・誤表示が見られた団体・事業者数

対処方針において、「所管する業界に係る食品表示の偽装・誤表示の状況の把握を行い、問題がある場合はその表示の是正及び適正化をただちに求める。」とされているところ、食品表示の偽装・誤表示の状況は表4のとおり。

表4 食品表示の偽装・誤表示が見られた団体数・事業者数

	団体数	事業者数
総務省	1	1
財務省	4	21
厚生労働省	2	8
農林水産省	10	85
経済産業省	4	61
国土交通省	4	124
消費者庁	—	64
計	25 (23)	364 (307)

※「消費者庁」の数字は、消費者庁に直接提出があった旅館・ホテル事業者。

同一の団体が2つの省庁に報告しているケースもあり、上表の数値の合計は必ずしも実際の団体数・事業者数とは一致しない。

消費者庁で確認できる限り、農林水産省及び経済産業省の両方に含まれるものが2団体・計57事業者ある。

これを除いた団体数の合計は23、事業者数の合計は307となる。

また、同一省庁の関係団体間でも、①会員として複数の団体に属している場合のほか、②外食等チェーンがテナントとして百貨店等の商業施設に入っている場合があり、更なる重複があることに留意する必要がある

※※食品表示の偽装・誤表示の主な具体例と対応状況については別紙参照。

#### 4. その他

総務省及び国土交通省より、いわゆるクール宅配便を取扱う4事業者及び全日本トラック協会からの調査及び取組の状況の報告がなされた。

一部の事業者より取扱方法の不備等があったことが報告された。また、各事業者において取組が行われていることが報告された。

さらに、各省庁から、業界への調査・指導の実施、団体等の自主点検の内容の検証、団体向けの表示に関する勉強会の開催等に取り組んでいることが報告された。

その他、関係団体からは、景表法のガイドラインの作成に係る関係者との意見交換や、わかりやすく実効性のあるガイドラインの作成、ガイドラインについての消費者庁による周知活動の実施、研修会・講習会の受講機会の増加等の意見・要望があった。

#### 5. 報告された情報の公開

今回、各省庁より消費者庁に報告された内容は、消費者庁ウェブサイト等において公開することとする。

#### 6. 今後の調査について

今般の食品偽装等の問題の大きさに鑑み、問題の構造・背景などにつき調査を行い、再発防止につなげていくことが重要である。まずは消費者庁において関係業界へのヒアリングに着手しているところ、今後本格的に調査を行う。(ヒアリングの概要は別紙2)

(別紙1) 食品表示の偽装・誤表示の主な具体例と対応状況

偽装・誤表示の例	対応状況
牛脂等注入加工肉を使用したものを「ステーキ」等と表示	販売停止、メニュー表示の是正、食材変更等
牛サーロイン脂肪注入加工肉を牛ステーキとのみ表示	適正なメニュー表示の徹底、景品表示法・JAS法等関連法規の理解を深めるとともに、適正なメニュー表示の社内チェック体制を構築
牛脂注入肉を「サーロインステーキ」と表示。	販売を中止。
惣菜子会社の路面店にて牛脂注入肉を使用し「サーロインステーキ弁当」等として販売する3品目があった	飲食関連のテナントやギフト商品の納入先などに対しても、一層の注意喚起。
「加工肉」であることを表示していなかった。	メニュー表示を訂正 景品表示法講習会の開催
イリアンエビを車エビと表示	メニュー表示の修正、消費者へのお詫びと返金対応、本社にコンプライアンス部門を設置し、定期的に各店のメニュー表示をチェック
「芝海老の〇〇」と表示していたがバナメイエビを使用。	「海老の〇〇」と修正。
芝エビやクルマエビと表示しながらバナメイエビを使用していたこと等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メニュー等の表示内容を確認し、表示内容と実際の料理が異なるものは、表示を訂正するか、当該メニューを停止する。</li> <li>・食材の変更時や新規メニュー等の開</li> </ul>

	<p>発時にも適正なメニュー表示を確保する体制を整備する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・管理体制の強化・定期検査等の実施。</li> <li>・取引先との情報交換を密にし、コンプライアンス意識を共有する。</li> </ul>
「芝海老」と表示していたが、「バナマイエビ」を使用していた。	<p>メニュー表示を訂正 食材の変更</p>
ネットで販売したおせちのブラックタイガーを車海老と表示	<p>食品表記問題再発防止の構築と徹底、品質管理体制の再構築</p>
輸入食材を国産と誤認させるような表示	<p>メニュー表示の改善、食材チェック体制の強化、総支配人・支配人・料理長が月1回メニュー及び食材のチェックを実施、本社部門が定期的にチェック</p>
納入業者から米国産のオレンジを仕入れ、「米国産」と表示していたが豪州産に切り替えられていたことを把握せず「米国産」と表示。	<p>「豪州産」と修正。</p>
豪州産牛肉を「国産」と表示	<p>お詫びと再発防止策をHPで公表。</p>
但馬味どりを地鶏と表示	<p>メニュー表示の修正、消費者へのお詫びと返金、幹部会議・従業員教育の徹底</p>
青ネギを「九条ネギ」と表示	<p>「ネギ」と修正。</p>
「北海道産のホヤ」と表示していたが、「ロシア産のホヤ」を使用していた。	<p>メニュー表示を訂正 マニュアル等の作成検討</p>
「サーモントラウト」を「鮭」と表示。	<p>「ニジマス」と修正。</p>
「サーモン」と表示していたが、「トラウトサーモン」を使用していた。	<p>メニュー表示を訂正 従業員全体での研修、経営幹部とコック長と厨房従業員との研修</p>

<p>「生クリーム使用」（注：乳脂由来）と表示していたが、実際はホイップクリーム（注：植物脂由来）を使用。</p>	<p>「ホイップクリーム使用」と修正。</p>
<p>「生クリーム」表示が実際は「ホイップクリーム」と、「芝エビ」表示が実際は「バナマイエビ」であった等</p>	<p>表示の是正・確認</p>

## (別紙2) 食品表示に関する関係業界の状況について

消費者庁が現時点までに関係業界団体から聴取した概要は以下のとおり。

- ・ 総じて、業界の認識不足、テナントへの周知不徹底が背景としてあるが、他方で、個々の事業者の規模、社内体制、経営判断に関連する部分もあり、一概に論じられないとの意見であった。
- ・ 今後とも、ベストプラクティスの参考例となる個別事業者も含めたヒアリングを引き続き実施していく予定。

### 【事業者のコンプライアンス】

- ・ テナントとして入居している飲食店の中には、入居の経緯等から独立性が高いものもあり、その場合には経営側によるメニューのチェック体制が十分でなかった可能性がある。
- ・ 評価されている有名飲食店が偽装表示をするはずがないという甘さもあった。
- ・ いい食材でなくても美味しくするのが技術だという感覚が飲食店にはあり、味は各店のノウハウであり専門性が高く、経営側が踏み込みづらい分野である。
- ・ 以前は飲食店を直営でやっていた事業者も多く、職員が飲食を理解していたが、現在はテナント任せになっている場合が多い。また人員削減でチェックできる職員も減っている。
- ・ 経費節減努力の一環として原価率を下げるため、仕入れの現場が原価の安い代用品を使う場合が考えられるが、他方、赤字であっても表示の問題のない事業者もあり、必ずしも構造的な問題とは言えないのではないかと。
- ・ 調理師が地元の仕入れ業者と結託しているケースもあると聞くが、調理師の世界は横のつながりが強く、口出しするとスタッフ全員引き上げてしまうこともあり得るため、飲食の現場を知らない経営側が物を言えないケースもある。
- ・ 新しいメニューが出来た段階でチェックしても、当初は正しく表示されていたものが途中で中身が変わることもあり、継続性も重要である。
- ・ 仕入れ業者も大手から零細まで様々、ルートも様々であり、品薄のため当初契約していた食材が納入できずやむを得ず代用品を納入することも往々にしてあるが、こうした場合に表示を整合させることが必要。
- ・ 調理師には、表示と異なっても客にはわからないだろうという意識もあると思われる。
- ・ 改善策として、衣料等で見られる既存の品質管理部の対象に飲食も加えると

いった取組を勧奨する、業界内でしっかりした取組がなされているベストプラクティスを紹介していくといった取組を検討中。

- ・調理師が役員として経営に参画することで、現場に対する経営陣の理解が進むという良い事例もある。

#### 【景品表示法の趣旨の徹底】

- ・飲食業界内の慣行と消費者の意識のずれを認識していなかった。
- ・景品表示法に関する消費者庁のQ & Aなどについて業界として不勉強、知識不足であり、消費者庁からも周知の働きかけはなかった。
- ・景品表示法が「消費者に誤解を与えたかどうか」を基準としているため、グレーゾーンの部分があり判断に迷うものが多い。
- ・表示にコストをかけすぎると価格に転嫁され、かえって消費者の利益を損なうことにもなりかねない。
- ・業界での説明会、セミナー等を通じて趣旨の徹底を図る必要がある。
- ・経営者団体だけでなく、調理師の団体を通じた周知も効果があると考えられる。
- ・全てをメニューに表示する必要はないと思うが、聞かれた際に答えられるようにしておくなど、サービスする職員一人一人の知識の向上も必要。
- ・米トレーサビリティ法施行の際には、事前に農水省より意見聴取の機会があり、また施行に当たって業界団体がQ & Aを作成した際にも、農水省がチェックしてくれた。こういう丁寧なプロセスが必要。
- ・個別分野ではグレーな表示も多く、行政でガイドラインを作ってもらえるとありがたい。

#### 【行政の監視指導体制】

- ・法的に問題となるおそれがある事例が発見された際に、行政の早めの指導、注意喚起を期待する。