

食品表示法の概要

平成25年6月
消費者庁

食品を摂取する際の安全性及び一般消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を確保するため、

食品衛生法、JAS法及び健康増進法の食品の表示に関する規定を統合して食品の表示に関する包括的かつ一元的な制度を創設。

(現行、任意制度となっている栄養表示についても、義務化が可能な枠組みとする)

整合性の取れた表示基準の制定

消費者、事業者双方にとって分かりやすい表示

消費者の日々の栄養・食生活管理による健康増進に寄与

効果的・効率的な法執行

目的 消費者基本法の基本理念を踏まえて、表示義務付けの目的を統一・拡大

【新制度】

- ・食品を摂取する際の安全性
- ・一般消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会の確保

【現行】

- ・食品衛生法…衛生上の危害発生防止
- ・JAS法…品質に関する適正な表示
- ・健康増進法…国民の健康の増進

○ 基本理念 (3条)

- ・食品表示の適正確保のための施策は、消費者基本法に基づく消費者政策の一環として、消費者の権利(安全確保、選択の機会確保、必要な情報の提供)の尊重と消費者の自立の支援を基本
- ・食品の生産の現況等を踏まえ、小規模の食品関連事業者の事業活動に及ぼす影響等に配慮

食品表示基準 (4条)

- 内閣総理大臣は、食品を安全に摂取し、自主的かつ合理的に選択するため、食品表示基準を策定
 - ① 名称、アレルギー、保存の方法、消費期限、原材料、添加物、栄養成分の量及び熱量、原産地その他食品関連事業者等が表示すべき事項
 - ② 前号に掲げる事項を表示する際に食品関連事業者等が遵守すべき事項
- 食品表示基準の策定・変更
～厚生労働大臣・農林水産大臣・財務大臣に協議／消費者委員会の意見聴取

食品表示基準の遵守 (5条)

- 食品関連事業者等は、食品表示基準に従い、食品の表示をする義務

指示等 (6条・7条)

- 内閣総理大臣(食品全般)、農林水産大臣(酒類以外の食品)、財務大臣(酒類)～食品表示基準に違反した食品関連事業者に対し、表示事項を表示し、遵守事項を遵守すべき旨を指示
- 内閣総理大臣～指示を受けた者が、正当な理由なく指示に従わなかったときは、命令
- 内閣総理大臣～緊急の必要があるとき、食品の回収等や業務停止を命令
- 指示・命令時には、その旨を公表

立入検査等 (8条～10条)

- 違反調査のため必要がある場合
～立入検査、報告徴収、書類等の提出命令、質問、収去

内閣総理大臣等に対する申出等 (11条・12条)

- 何人も、食品の表示が適正でないため一般消費者の利益が害されていると認めるとき～内閣総理大臣等に申出可
→内閣総理大臣等は、必要な調査を行い、申出の内容が事実であれば、適切な措置
- 著しく事実に相違する表示行為・おそれへの差止請求権
(適格消費者団体～特定商取引法、景品表示法と同様の規定)

権限の委任 (15条)

- 内閣総理大臣の権限の一部を消費者庁長官に委任
- 内閣総理大臣・消費者庁長官の権限の一部を都道府県知事・保健所設置市等に委任(政令)

罰則 (17条～23条)

- 食品表示基準違反(安全性に関する表示、原産地・原料原産地表示の違反)、命令違反等について罰則を規定

附則

- 施行期日～公布の日から2年を超えない範囲内で政令で定める日から施行
- 施行から3年後に見直す旨規定を設けるほか、所要の規定を整備

(参考)表示基準(府令レベル)の取扱い

- 表示基準の整理・統合は、府令レベルで別途実施
(法律の一元化による表示義務の範囲の変更はない。)

【今後の検討課題】

- 中食・外食(アレルギー表示)、インターネット販売の取扱い～当面、実態調査等を実施
- 遺伝子組換え表示、添加物表示の取扱い～当面、国内外の表示ルールの調査等を実施
- 加工食品の原料原産地表示の取扱い
～当面、現行制度の下での拡充を図りつつ、表示ルールの調査等を実施
→上記課題のうち、準備が整ったものから、順次、新たな検討の場で検討を開始
- 食品表示の文字のポイント数の拡大の検討 等

(参考) 現行の食品表示に関する法律

平成25年6月
消費者庁

(現行法令に基づく表示例)

名 称	スナック菓子
原材料名	じゃがいも(遺伝子組換えでない)、植物油、食塩、デキストリン、乳糖、たんぱく加水分解物(小麦を含む)、酵母エキスパウダー、粉末しょうゆ、魚介エキスパウダー(かに・えびを含む)、香料、調味料(アミノ酸等)、卵殻カルシウム
内 容 量	81g
賞味期限	この面の右部に記載
保存方法	直射日光および高温多湿の場所を避けて保存してください。
販 売 者	39

※「39」は製造所固有記号

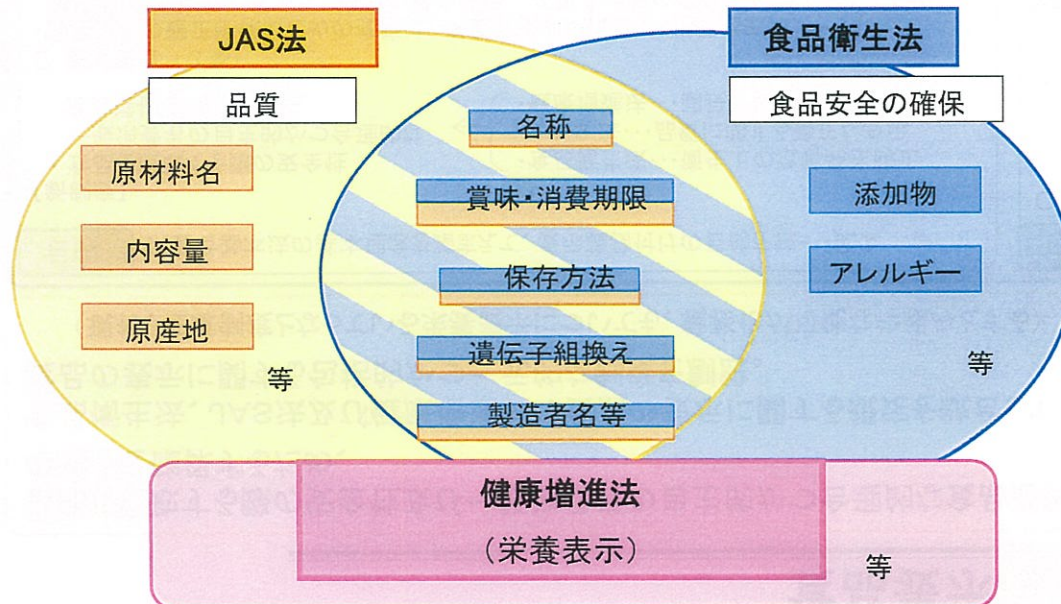
主要栄養成分 1袋(81g)当たり (当社分析値)	
エネルギー	483 kcal
たんぱく質	3.8 g
脂 質	35.3 g
炭水化物	37.6 g
ナトリウム	330 mg
食塩相当量	0.8 g

※栄養表示は任意

- 食品衛生法に基づく表示事項
- JAS法に基づく表示事項
- 食品衛生法、JAS法の両法に基づく表示事項
- 健康増進法に基づく表示事項

表示関係
(表示関係以外)

食品衛生法	JAS法	健康増進法
【目的】 ○飲食に起因する衛生上の危害発生を防止	【目的】 ○農林物資の品質の改善 ○品質に関する適正な表示により消費者の選択に資する	【目的】 ○栄養の改善その他の国民の健康の増進を図る
○販売の用に供する食品等に関する表示についての基準の策定及び当該基準の遵守(第19条)等	○製造業者が守るべき表示基準の策定(第19条の13) ○品質に関する表示の基準の遵守(第19条の13の2)等	○栄養表示基準の策定及び当該基準の遵守(第31条、第31条の2)等
○食品、添加物、容器包装等の規格基準の策定 ○規格基準に適合しない食品等の販売禁止 ○都道府県知事による営業の許可等	○日本農林規格の制定 ○日本農林規格による格付等	○基本方針の策定 ○国民健康・栄養調査の実施 ○受動喫煙の防止 ○特別用途食品に係る許可等



「食品表示等適正化対策」の概要

問題の所在

【事業者のコンプライアンス意識の欠如】

- ・事業者による表示の重要性の意識、コンプライアンス(法令・社会規範の遵守)意識が欠如。
- ・事業者内部の表示に関する管理責任体制が不明確である。

【景品表示法の趣旨・内容の不徹底】

- ・過去に同様の不正事案が発生しているにもかかわらず、景品表示法の趣旨・内容が十分に周知徹底されていない。
- ・景品表示法の禁止対象に関する具体的なルールが不明確。

【行政の監視指導体制の問題】

- ・多数の事業者を対象とした監視指導体制を消費者庁のみで行うには体制面で限界あり。
- ・悪質な事案に対する措置が不十分ではないか。

○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

基本課題

事業者のコンプライアンス意識の確立と景品表示法の周知徹底等

国・地方の消費者行政の体制強化等

対策パッケージ

1. 個別事案に対する厳正な措置

◎景品表示法による立入検査、指示、措置命令（行政処分）

- ・措置命令に従わない場合や虚偽報告・検査拒否は、刑事罰（法人は3億円以下の罰金）
- 不正競争防止法(虚偽の表示)に違反した者は、刑事罰（法人は3億円以下の罰金）

2. 関係業界における表示適正化とルール遵守の徹底

◎食品表示等のルールの明確化と遵守の徹底—消費者庁と関連省庁が連携した指導—

- 関係業界に対する指導（表示の状況把握と適正化に向けた取組の要請、必要な指導）
- 景品表示法の不当表示に関する分かりやすいガイドラインの作成とその周知・遵守徹底
- 消費者庁及び消費生活センター等の表示に関する相談体制の強化

3. 景品表示法の改正等—緊急に対応すべき事項は次期通常国会に法案を提出

(1) 事業者の表示管理体制の強化

◎食品表示等に関するコンプライアンス強化のため、事業者の表示管理体制を明確化

(2) 行政の監視指導体制の強化

①消費者庁を中心とする国における体制強化

1) 消費者庁・消費生活センターの監視指導体制の強化

- ・消費者庁・消費生活センターの監視指導体制の強化、「食品表示モニター(仮称)」の導入

2) 消費者庁を中心に関係省庁が連携し、国の表示監視指導を強化するための体制を確立

- ・消費者庁の措置命令の実効性を強化するための所要の措置を導入

②都道府県知事の権限強化（措置命令の導入）

- ・都道府県知事が、措置命令（行政処分）を行えるようにし、地域の監視指導体制を強化

(3) 違反事案に対する課徴金等の新たな措置の検討

◎景品表示法の不当表示事案に対する課徴金等の新たな措置について、総合的な観点から検討を行う（消費者委員会(消費者庁からの諮問)）。

「日本の食」に対する国内外の消費者の信頼を回復

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の概要 ～地方消費者行政の基盤強化等のために～

平成26年6月
消費者庁

消費者 安全・安心 をめぐる 問題

食品表示等の不正事案の多発

- ・ホテルや百貨店、レストラン等において、メニュー表示と異なった食材を使用して料理を提供していた事案
- ・「日本の食」に対する国内外の信頼が揺らぎかねない事態

高齢者等の消費者被害の深刻化

- ・高齢者からの消費生活相談は、高齢者人口の伸び以上に増加（年間約20万件（平成24年度））
- ・二次被害に遭う高齢者も増加（年間約9千件（平成24年度））

消費者被害の背景には社会的孤立、認知力の低下、生活困窮

基本的な 考え

【消費者庁及び消費者委員会設置法附則第4項】
政府は、消費者庁関連法三法施行後3年以内に、地方公共団体の消費者政策の実施に対し国が行う支援の在り方について所要の法改正を含む全般的な検討を加え、必要な措置を講ずる。

○地方をはじめとする消費者行政の体制整備

- 不当表示に対する監視指導体制の強化
- 消費者安全の確保及び持続可能な地域の見守りネットワークづくり
- どこに住んでいても質の高い相談が受けられる体制の整備
- 消費者行政職員・消費生活相談員の確保と資質向上

○事業者のコンプライアンスの確立（適確な表示）

- 事業者の表示管理体制を明確化

○消費者教育の推進

- 誰もが消費者教育を受けられる機会の確保、消費者からの情報の活用

【好循環実現のための経済対策（平成25年12月5日閣議決定）】食品表示の適正化に向けた取組や地域における身近な相談窓口を充実するなど消費者の安全・安心を確保するための取組を推進する。

【第2回食品表示等関係府省庁等会議（平成25年12月9日）】景品表示法の改正などの適正化対策を内容とする『食品表示等の適正化について』を決定。

【安倍内閣総理大臣施政方針演説（平成26年1月24日）】ホテルなどで表示と異なる食材が使用されていた偽装問題については、不正表示への監視指導体制を強化します。悪質商法による高齢者被害の防止にも取り組み、消費者の安全・安心を確保してまいります。

不当景品類及び不当表示防止法の改正

1. 行政の監視指導体制の強化

（情報提供等の協力）

景品表示法は消費者庁が中心となって法執行を行っているが、多数の事業者を対象とした監視指導を行うには体制面で限界

(1) 消費者庁を中心とする国における体制強化

- ・消費者庁を中心として関係省庁が連携し、表示に関する監視指導を強化するための体制を確立

(2) 都道府県知事の権限強化

- ・都道府県知事に対して、景品表示法に基づく措置命令権限を付与

2. 事業者の表示管理体制の強化

事業者による表示の重要性の意識、コンプライアンス（法令・社会規範の遵守）意識が欠如

- ・食品表示等に関するコンプライアンス強化のため、事業者における表示に関する管理体制の明確化

3. 課徴金制度の導入に係る検討規定

消費者安全法の改正

1. 地域の見守りネットワークの構築

- ・地方公共団体による「消費者安全確保地域協議会」の設置
- ・地域で活動する「消費生活協力員」「消費生活協力団体」を育成・確保

2. 消費生活相談等により得られた情報の活用に向けた基盤整備

- ・協議会の構成機関・構成員が消費生活相談等により得られた情報を「地域協議会」の活動等のために共有するとともに、秘密保持義務規定や情報管理等のルールを整備

3. 消費生活相談体制の強化

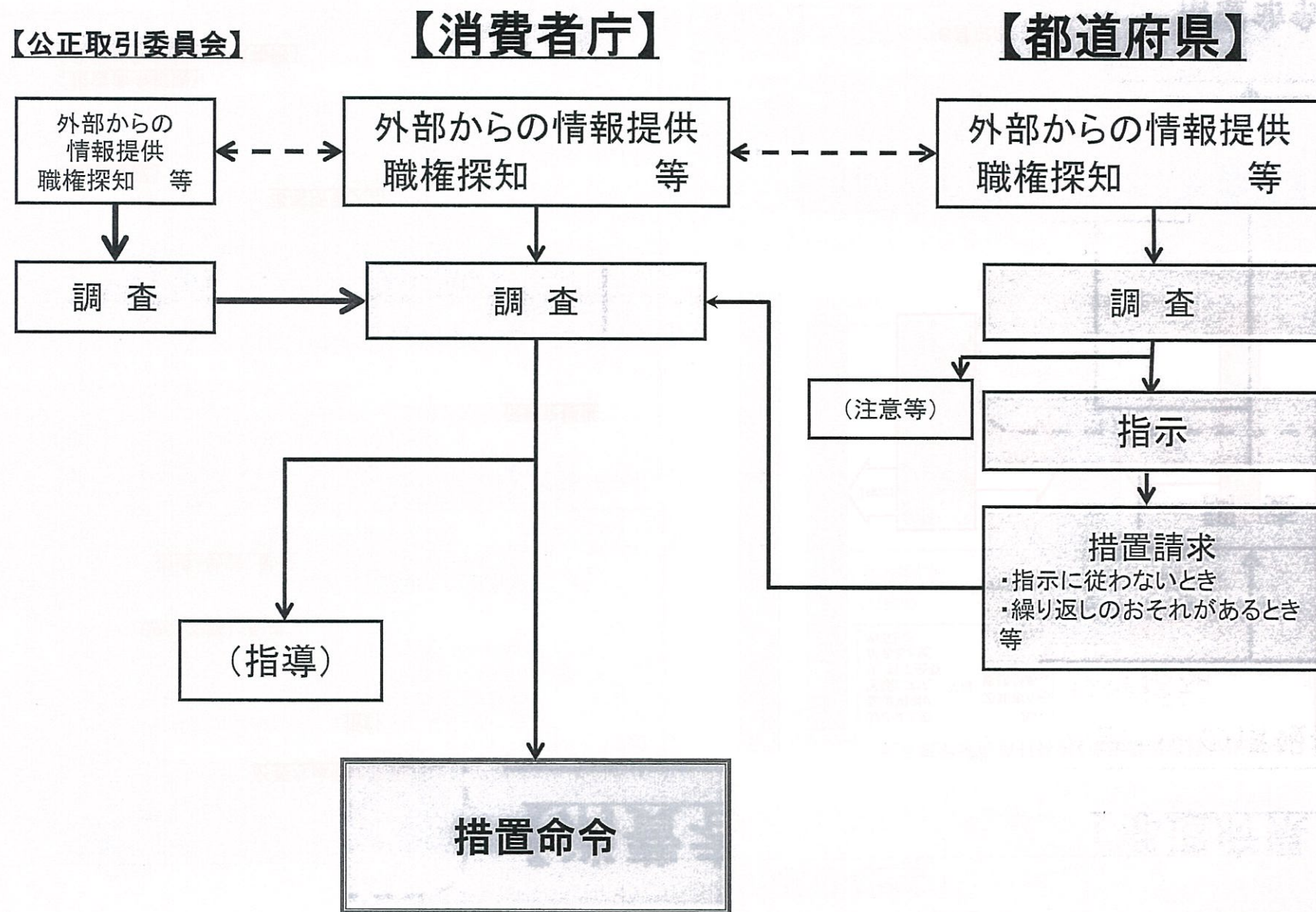
- ・都道府県の事務として、市町村に対する助言・協力、広域連携の調整
- ・民間委託受託者に対し、秘密保持義務、最低限求められる要件を課す

4. 消費者行政職員及び消費生活相談員の確保と資質向上

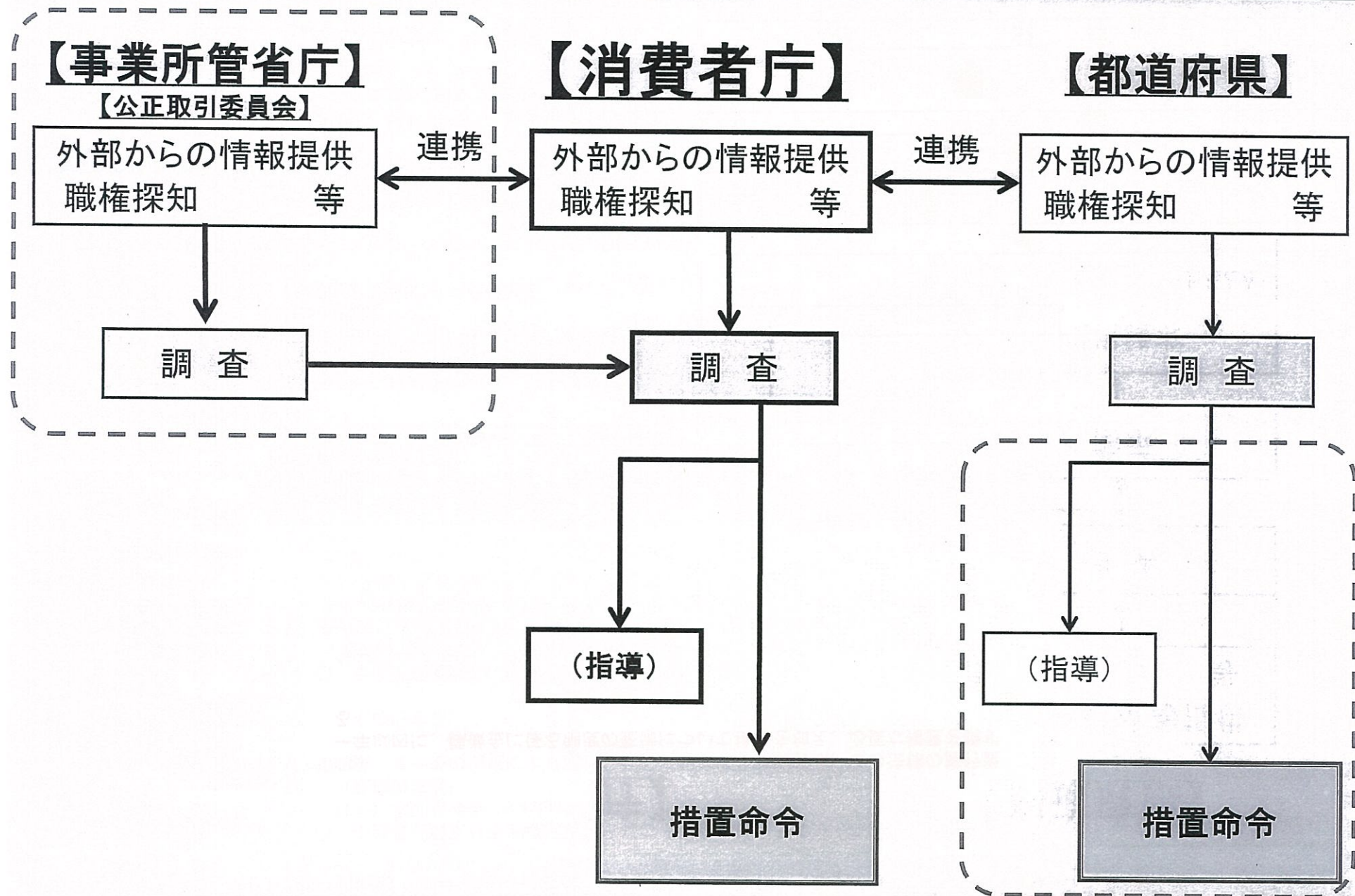
- ・消費者行政職員及び消費生活相談員に対する研修の実施等
- ・「消費生活相談員」の職を法律に位置付け
- ・資格試験制度を法定化し、消費生活相談員を、資格試験の合格者及びこれと同等以上の知識・技術を有する者から任用（所要の経過措置）。
- ・要件を満たし、内閣総理大臣の登録を受けた法人が試験を実施
- ・都道府県は、消費生活相談員の中から「指定消費生活相談員」を指定

※4 県域を超える場合には消費者庁が調整を行う。

景品表示法違反の事件処理手続【～平成26年11月】



景品表示法違反の事件処理手続【平成26年12月～】



不当景品類及び不当表示防止法の一部を改正する法律 概要

～不当な表示を防止するために課徴金制度を導入～

平成26年11月
消費者庁

不当表示規制の抑止力を高める必要

・「食品表示等の適正化について」（平成25年12月9日食品表示等問題関係府省庁等会議）

→同日、内閣総理大臣から内閣府消費者委員会に対し課徴金制度等の在り方について諮問

→平成26年6月10日答申

・新たなメニュー表示偽装の発覚

○ 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（平成26年法律第71号）本則第4条（※本条は平成26年7月2日施行）（政府の措置）

第四条 第一条の規定により講じられる措置のほか、政府は、この法律の施行後一年以内に、課徴金に係る制度の整備について検討を加え、必要な措置を講ずるものとする。

○ 衆参消費者問題に関する特別委員会附帯決議

「課徴金制度の導入に当たっては、透明性・公平性の確保のための主観的要素の在り方など賦課要件の明確化及び加算・減算・減免措置等について検討し、事業者の経済活動を委縮させることがないように配慮するとともに、消費者の被害回復という観点も含め検討し、速やかに法案を提出すること。」

これまでの検討の経緯

・不当表示に対する課徴金制度の導入を含む景品表示法改正法案提出（平成20年3月）
→審議されないまま廃案

・景品表示法の消費者庁移管
→被害者救済制度の総合的な検討を実施する際にあわせて検討

・消費者の財産被害に係る行政手法研究会等において検討

目的

不当な表示による顧客の誘引を防止するため、不当な表示を行った事業者に対する課徴金制度を導入するとともに、被害回復を促進する観点から返金による課徴金額の減額等の措置を講ずる。

課徴金納付命令（第8条）

- ・対象行為：優良誤認表示、有利誤認表示を対象とする。
不実証広告規制に係る表示行為について、一定の期間内に当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出がない場合には、当該表示を不当表示と推定して課徴金を賦課する。
- ・賦課金額の算定：対象商品・役務の売上額に3%を乗じる。
- ・対象期間：3年間を上限とする。
- ・主観的要素：違反事業者が相当の注意を怠った者でないと認められるときは、課徴金を賦課しない。
- ・規模基準：課徴金額が150万円未満となる場合は、課徴金を賦課しない。

課徴金額の減額（第9条）

- ・違反行為を自主申告した事業者に対し、課徴金額の2分の1を減額する。

除外期間（第12条第7項）

- ・違反行為をやめた日から5年を経過したときは、課徴金を賦課しない。

賦課手続（第13条）

- ・違反事業者に対する手続保障として、弁明の機会を付与する。

被害回復（第10条・第11条）

事業者が所定の手続に沿って自主返金を行った場合（返金措置を実施した場合）は、課徴金を命じない又は減額する。

1: 実施予定返金措置計画の作成・認定

自主返金により課徴金の減額を受けようとする事業者は、実施予定返金措置計画を作成し、内閣総理大臣の認定を受ける。

2: 返金措置(返金)の実施

事業者は、実施予定返金措置計画に沿って適正に返金を実施する。

3: 報告期限までに報告

返金合計額が
課徴金額未満の場合

課徴金の減額

返金合計額が
課徴金額以上の場合

課徴金の納付を命じない

施行期日（附則第1条）

- ・公布日から1年6月以内に施行



不当景品類及び不当表示防止法上の不当表示規制の実効性を確保するための課徴金制度の導入等の違反行為に対する措置の在り方について（答申）【概要】

平成26年6月 消費者委員会

論点等		答申
①制度導入の必要性		○違反行為者に経済的不利益を賦課し、違反行為に対する <u>インセンティブを削ぐ課徴金制度を導入する必要性は高い</u>
②制度の趣旨・目的		○消費者の利益擁護のため、 <u>不当表示を事前に抑止</u> することにある
③対象事案	(1)対象行為	○ <u>優良誤認表示・有利誤認表示は、対象とすべき</u> ○ <u>指定告示に係る表示は、現状において対象とする必要はない</u> ○ <u>不実証広告規制に係る表示は、合理的根拠資料の提出がなければ課徴金を賦課することとした上で、被処分者がその後の訴訟において合理的根拠資料を提出して不当表示でないことを立証することにより、賦課処分について争うことができる</u> とする手続規定を設けるべき
	(2)主観的要素	○不当表示がなされた場合には、 <u>原則として課徴金を賦課することとし</u> 、違反行為者から、 <u>不当表示を意図的に行ったものでなく、かつ、一定の注意義務を尽くしたことについて合理的な反証がなされた場合を、例外的に対象外とする</u>
	(3)規模基準	○一定の <u>裾切りは必要</u> である
	(4)除斥期間	○一定の <u>合理的期間を設けるべき</u>
④賦課金額の算定	(1)基本的な考え方	○事業者の得た不当な利得相当額を基準とし、一定の算定式により <u>一律に算定すべき</u>
	(2)加算措置、減算・減免措置	○ <u>加算措置については、今後の制度設計において、その必要性を検証しつつ、検討が行われるべき</u> ○ <u>減算・減免措置についても、検討する価値を有する</u>
	(3)対象期間	○一定の <u>合理的期間に限定すべき</u>
⑤裁量性の採否		○ <u>裁量を認めるような制度設計とすべきではない</u>
⑥課徴金の賦課手続		○ <u>措置命令に係る手続と同様の手続保障を検討すべき</u> ○ <u>徴収手続については、既存の課徴金制度に倣って定められるべき</u>
⑦被害回復の在り方		○消費者の被害回復を促進する仕組みを導入すべき ○違反行為者がとった消費者への返金等の <u>自主的対応を勧奨して、課徴金額から一定額を控除する制度を採用すべき</u> ○ <u>「自主的対応」は、対象商品・役務の購入等をした消費者への返金を原則とすべき</u> ○ <u>返金を補完するものとして寄附の仕組みを認めるべきであるが、寄附先や寄附金の使途については、控除制度が被害回復促進のための仕組みであること等を踏まえ、限定的に定められるべき</u>

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

ガイドラインの目的

- 本ガイドラインは、事業者の予見可能性を高めるとともに、事業者における表示の適正化の取組を促進するため、メニュー・料理等の食品表示に関する景品表示法上の考え方を、Q&A形式で分かりやすく示すものです。

景品表示法の基本的な考え方

- 景品表示法が禁止する優良誤認表示に当たるかどうかについては、
①実際のも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、②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
との点から個別具体的に判断されます。

上記のうち①については、

- 社会常識
- 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

などを考慮して判断されます。

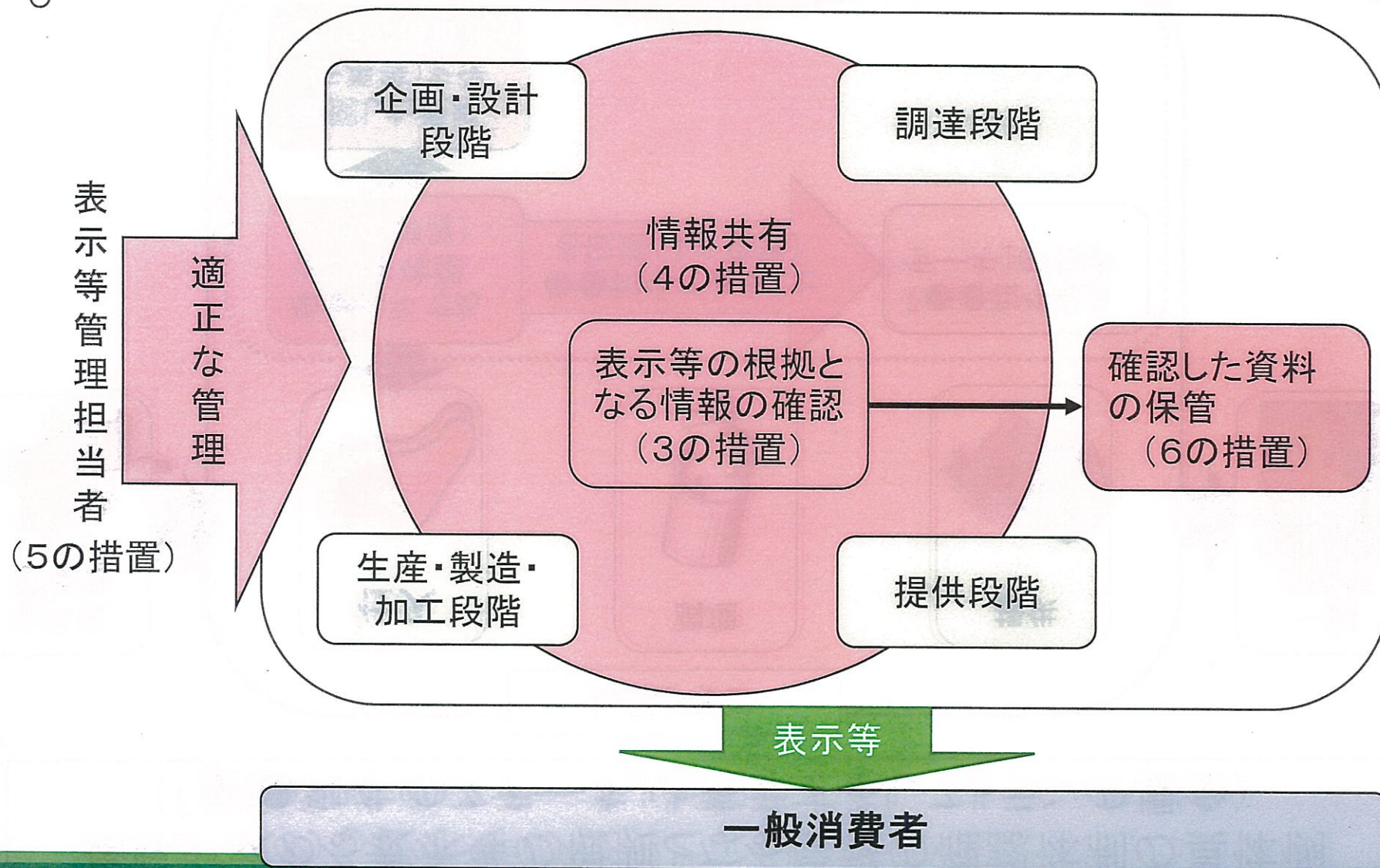
上記のうち②については、表示内容全体から一般消費者(※)が受ける印象・認識を基準として

- 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

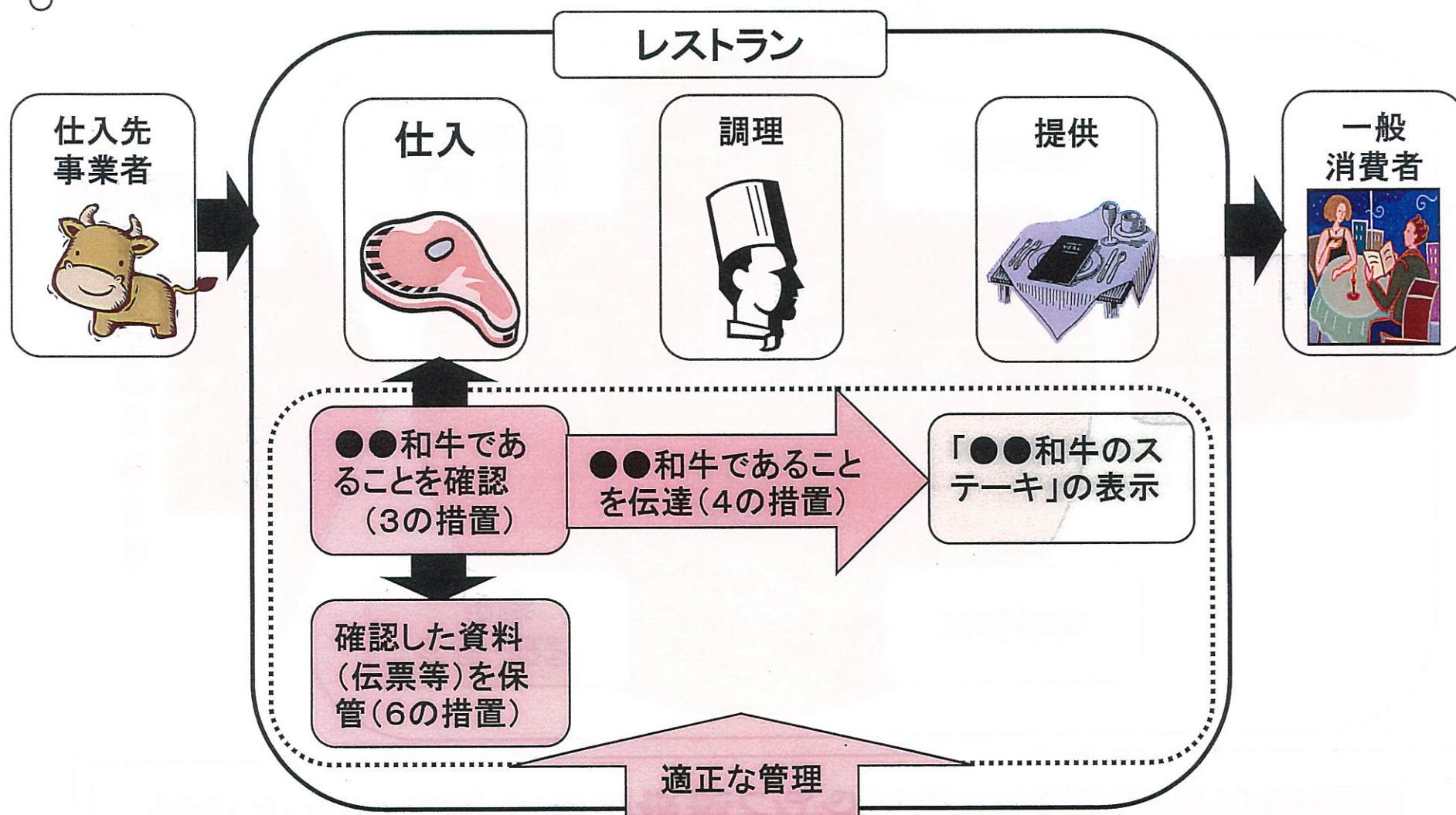
などを考慮して、実際のもものを一般消費者が正しく認識していたら、その商品・役務に誘引されることは通常ないと認められる程の誇大表示といえるかによって判断されます。

※ 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、その商品・役務の需要者と考えられる消費者

指針が求める表示等の根拠となる情報の確認体制の概念図



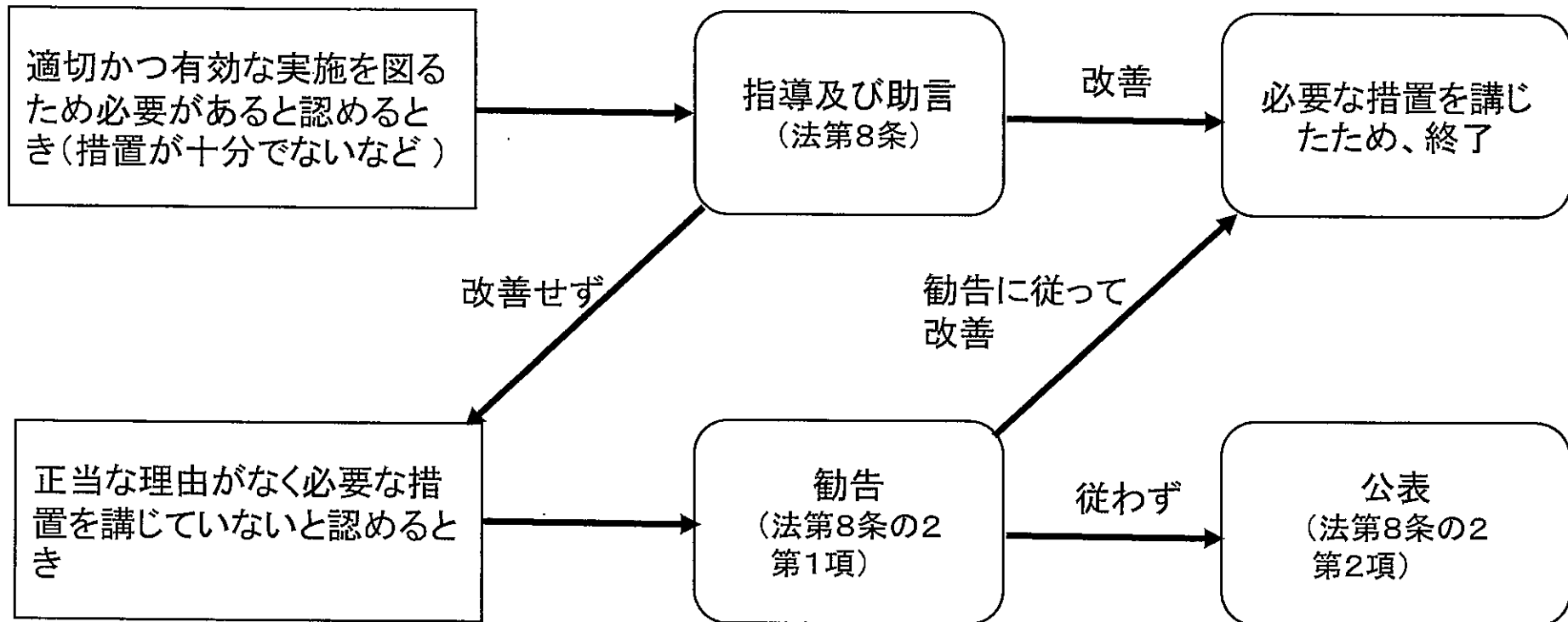
指針が求める表示等の根拠となる情報の確認体制の具体例 (「●●和牛のステーキ」と表示するレストランの場合)



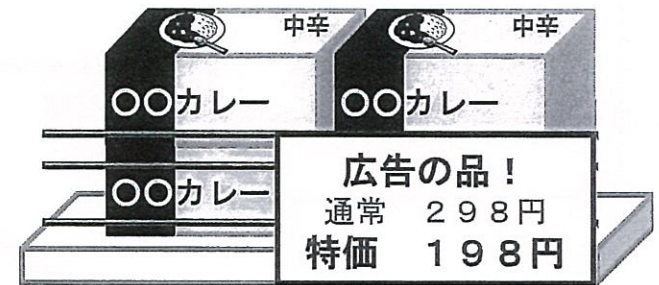
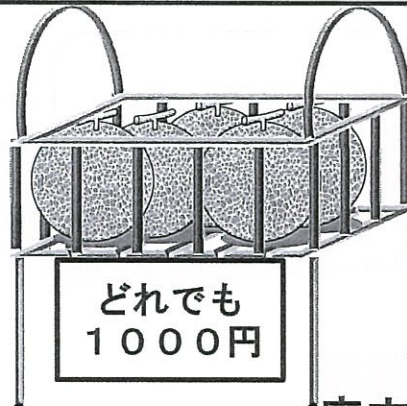
表示等管理担当者 (5の措置)

必要な措置を講じなかった場合

事業者が必要な措置を講じなかった場合、景品表示法に基づく指導及び助言、勧告、公表を受けることがあります。手続きの流れは以下のとおりです。



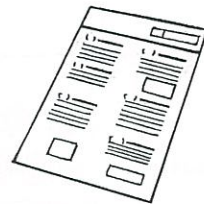
表示とは



店内ディスプレイ



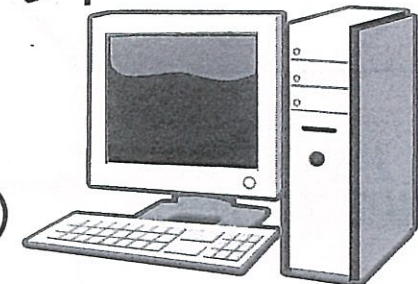
パンフレット



チラシ



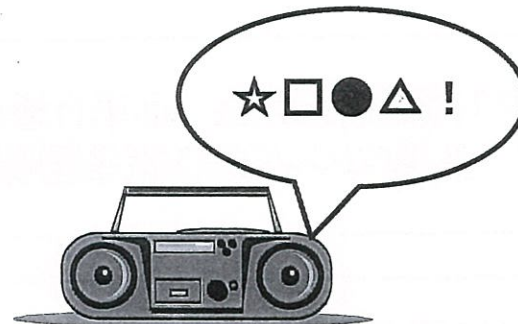
新聞広告



インターネット広告



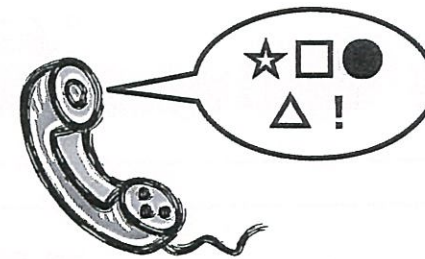
テレビ
コマーシャル



ラジオ



訪問販売
セールストーク



電話

不当表示の概要

○優良誤認表示（４条１項１号）

商品又は役務の品質、規格その他の内容についての不当表示

①内容について、実際のものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示

②内容について、事実と相違して競争事業者に係るものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示

○有利誤認表示（４条１項２号）

商品又は役務の価格その他の取引条件についての不当表示

①取引条件について、実際のものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示

②取引条件について、競争事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示

○商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがあると認められ内閣総理大臣が指定する表示（４条１項３号）

①無果汁の清涼飲料水等についての表示

②商品の原産国に関する不当な表示

③消費者信用の融資費用に関する不当な表示

④不動産のおとり広告に関する表示

⑤おとり広告に関する表示

⑥有料老人ホームに関する表示

優良誤認表示

不実証広告規制(ふじっしょうこうこくきせい)②

資料の提出期限 ⇨ 消費者庁長官が資料の提出を求める文書を交付した日から15日を経過するまでの期間(正当な事由(※)があると認められる場合を除く。)

※ 個別の事案ごとに判断されることになるが、新たな又は追加的な試験・調査を実施する必要があるなどの理由は正当な事由とは認められない。

「合理的な根拠」⇨ 以下の二つの要件を満たす必要がある。
の判断基準

①提出資料が客観的に実証された内容のものであること
(次のいずれかに該当するもの)

- a. 試験・調査によって得られた結果
- b. 専門家、専門家団体若しくは専門機関の見解又は学術文献

②表示された効果、性能と提出資料によって実証された内容が適切に対応していること

(参照) 不当景品類及び不当表示防止法第四条第二項の規定による資料の提出要求の手続に関する内閣府令
不当景品類及び不当表示防止法第4条第2項の運用指針—不実証広告規制に関する指針—
東京高判平成22年11月26日(平成21年(行ケ)第45号)

優良誤認表示

不実証広告規制(ふじっしょうこうこくきせい)①

消費者庁は、商品・サービスの効果や性能に優良誤認表示の疑いがある場合、その事業者に表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができます。



事業者

この桶をお風呂場に置けば
カビ知らずのピッカピカ！

ならばその裏付けとなる
根拠を出しなさい！



消費者庁

期限を定めて資料提出を要求

- ・ 期限までに資料が提出されない。
- ・ 合理的なものとは認められない。



不当表示と認定

