食品表示に関する法
―最近の改正法を中心に―

昨今，表示にまつわる問題は直ちに社会的関心事となり，対応を誤った場合，企業に与える影響が甚大なものとなる傾向にある。企業法務に関わる弁護士は，表示に関する法の状況について熟知する必要が生じている。折しもメニューに関する偽表示問題等を受けて，平成 26 年に不当景品類及び不当表示防止法が改正され，監視指導体制が強化されたほか，課徴金制度については平成28年４月1日から施行されることとなった。また，平成 27 年 ４ 月には，食品表示法が施行されている。

そこで，今月号の特集では，表示に関する改正法の実務に対する影響を，食品事例を中心に検討する。表示に関する法について詳しい当会の食品安全関係法研究部の会員の方々に，一連の法改正の内容，事例解説並びに企業がとるべきリスク管理及び危機対応等について解説いただく。

（木村 容子）

CONTENTS

第１章　総論
第２章　食品表示法
第３章　景品表示法
第４章　企業コンプライアンスの視点から見た食品表示問題
第５章　食品表示に関する事例
第１　食品表示法違反事例（消費期限・製造日等改ざん事件）
第２　景品表示法違反事例（メニュー偽表示事件）
第３　不正競争防止法違反事例（外国産鶏肉偽装事件）
第４　悪質なコンプライアンス違反事例（牛肉偽装事件）

第1章　総 論

食品安全関係法研究部 部会長　中山 代志子（44 期）

1　食品産業と食品表示規制

平成28年2月3日のロイター通信によると，イタリア警察は，色を出すために硫酸銅を使ったオリーブや，シリア・トルコ産にもかかわらずイタリア産と表示したオリーブオイルを押収したという。すでにアメリカや日本に数千トン単位で販売されたということなので，今後，日本においても問題となる可能性がある。

こうした食品偽装の事例は枚挙にいとまがない。近年では食品の流通がグローバル化していることから，原材料を海外から調達する国内食品製造業者も多い。問題が発生したときに，法的な立ち位置を的確に把握し，迅速に適切な対応をとることが求められるが，その際に，依頼者に対して適切な法的支援を提供できるように，我々弁護士も，関係法令に精通しておく必要がある。たとえば仮に，偽装オリーブを「イタリア産」と表示して販売していたら，その販売店の経営者は，どのような法的問題に直面することになるのだろうか。健康被害をもたらしかねない事件であり，日本で販売されたとすれば，まず食品衛生法に抵触している可能性が高い。同時に，内容と表示の不一致によって，消費者の信頼を裏切っている点で，後述の食品表示法や不当景品類及び不当表示防止法（「景品表示法」），不正競争防止法にも抵触している可能性があり，行政規制，刑事罰，民事的な賠償など，様々な法的問題が発生することが考えられる。これらの法的結果の関係はどうなるのだろうか。このような問題をあらかじめ整理しておくことは，食品に関係するあらゆる当事者にとって有益である。

2　本特集の構成

本特集は，最近大きな改正が行われた食品表示に関する法令に焦点を当てて，食品をめぐる法律問題について情報を提供することを目的とする。

このためにまず，第2章から第4章において，食品表示をめぐる法令の状況を概観する。第2章では，三つの法律に散在していた規制を一つの法律へ統合するという大改正がなされた食品表示法について，次に第3章ではホテル・レストランのメニュー表示に関する事件を契機に大改正がなされ，平成28年4月から新たに改正法が施行される景品表示法について，第4章では悪質な偽装事件に関する法状況を，それぞれ概説する。食品表示法，景品表示法の運用は，いずれも消費者庁の所管であり，消費者庁の法解釈が実際の取締実務を主導する。したがって関係者とりわけ食品事業に従事する者は，消費者庁が指針，ガイドライン，Q&A等様々な形で公表している解釈基準を熟知した上で，法遵守のための具体的な方法について検証する必要がある。最後に，これらの法令の概説を踏まえて，第5章において具体的な事例を紹介し，第2章から第4章までで紹介した法令の適用関係と表示違反の結果生じる事態について考察する。

これらの情報が，食品表示問題について関心を深めていただくきっかけとなれば幸いである。

第2章　食品表示法

食品安全関係法研究部 部会員　八掛 順子（55期）
部会員　堤　世浩（61期）

本章では，昨年施行された食品表示法について，その概要と新たな実務の動向について，他法との関係も視野に入れて概観する。

1　成立経緯

平成27年4月1日，食品表示法（以下，本章において「法」という）が施行された。同法に定められている食品表示に関する基準は，従来，「食品衛生法」，「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）」及び「健康増進法」の三法で定められていた。しかし，これらの管轄官庁は分かれていたため，かねてより縦割り行政の弊害が指摘されていた。そこでまず，平成21年の消費者庁の設置とともに，三法の食品表示に関する規定の所管が消費者庁へ移管され，その後，統一的に表示問題を監督できるようにするため消費者庁所管の規定を一元化したのが食品表示法である（当初は食品表示に関するあらゆる規定を網羅する法制度づくりが構想されたが，結果的には主要な三法の統合にとどまった）。

従来から食品表示は，省令，告示等の形式で定められた多くの基準により規制されてきた。上記三法から食品表示法に移管された食品表示に関する基準は合計58本にのぼるが，その大半はJAS法所定の基準である。すなわち，JAS法の食品表示基準をベースに，食品衛生法及び健康増進法の食品表示に関する基準を追加・統合したのが，現行食品表示法の実態ともいえる。

もっとも，食品表示法は単に基準を一元化しただけでなく，「消費者の権利保護（安全確保，選択の機会確保，必要な情報の提供）」と「消費者の自立支援」という基本理念の下（法第3条），従来の食品表示ルールをより積極的に推し進める形での改正も行っている（栄養成分表示の義務化，栄養強調表示のルールを国際基準に沿って改正，加工食品・生鮮食品の区分統一に伴うアレルゲン等の表示義務追加，栄養機能食品のルール変更等。主要変更点について次頁別表参照）。

2　食品表示法の概要

食品表示ルールのイメージを掴めるよう，食品表示法の全体構造を示した上で，食品表示に関する基準の具体的内容を説明する。

(1)　条文構成

第1～3条　総則
第4～5条　食品表示基準
第6～10条　不適正な表示に対する措置
第11～12条　差止請求及び申出
第13～16条　雑則
第17～23条　罰則

(2)　食品表示基準

食品表示に関する基準について定めるのは食品表示法第4条であるが，同条は「食品及び食品関連事業者等の区分ごとに」食品表示に関する基準を定めるとするのみで，具体的な基準の定めは内閣府令「食品表示基準」（平成27年3月20日内閣府令第10号。以下「食品表示基準」という）に委ねている。

食品表示基準は「食品及び食品関連事業者等」を次のとおり3階層に区分する。まず「食品」を「加工食品」，「生鮮食品」，「添加物」の3つに区分する。これは，各食品の特性等の差異に応じて製造・流通過程で求められる情報が異なることに由来する（たとえば，製造・加工の工程を経る加工食品は，生鮮食

（別表）

名称	焼菓子
原材料名	小麦粉，砂糖，マーガリン，チョコレートチップ（乳成分を含む），卵，食塩／乳化剤，香料，カラメル色素，膨張剤
内容量	20 枚
賞味期限	20XX 年 X 月 Y 日
保存方法	直射日光・高温多湿を避けて保存してください。
原産国名	アメリカ合衆国
輸入者	㈱弁護士会　東京都千代田区霞ヶ関 1-1-3

栄養成分表示（100g あたり）

エネルギー	471kcal
たんぱく質	5.1g
脂質	23.0g
炭水化物	62.0g
食塩相当量	0.2g

※　**従来の表示方法からの主要変更点**

(1)「小麦粉，乳成分，卵」のようなアレルギー表示は，原材料の直後に表示する方法が原則となった。（最後にまとめて表示する場合は，小麦粉，卵など原材料名から明らかにわかるものも含めて，全てのアレルゲンを表示する）

(2) 原材料と添加物の区分を「／」などで明確にする。

(3) 任意表示だった栄養成分表示が義務化された。

(4) これまで「ナトリウム○mg」と表示していたのを，食塩相当量で表示することになった。

＊東京都福祉保健局健康安全部食品監視課発行リーフレット「食品表示をみてみよう」(2015年11月）より（一部変更して転載）

品と比べて一見して得られる情報が少ないため，より多くの表示事項が求められている）。

次に，上記食品区分ごとに，これを製造・加工・販売等する主体が「食品関連事業者」である場合と「食品関連事業者以外の販売者」である場合に区分する。「食品関連事業者」と「食品関連事業者以外の販売者」とは，当該食品の製造，加工，販売等を事業として行うかどうかで区別される（たとえば，食品関連事業者とは，食品メーカー，スーパー，魚屋，レストラン，ホテルを指し，食品関連事業者以外の販売者とは，小学校のバザーで販売する保護者を指す（食品表示基準Q&Aの総則11））。後者に適用される基準は，前者に比べて若干緩和されている。

さらに，「食品関連事業者」に係る基準の中において，対象食品が「一般用（一般消費者向け）」である場合と「業務用」である場合に区分する。後者（業務用）は，そのままでは一般消費者に販売されない食品をいい，前者（一般用）に比べ基準が若干緩和されている。

(3)　食品表示基準の具体例

食品表示基準は，上記(2)の区分に応じて，それぞれ義務表示事項，任意表示事項，表示方式，表示禁止事項という4つのルールを定める。以下，一例として，最もポピュラーといえる「加工食品」，「食品関連事業者」かつ「一般用」に関する食品表示基準（たとえばスーパーで販売される菓子類などを製造・販売する事業者に課される基準）を概観する（具体的な表示の実例は上記別表を参照されたい）。

ア　義務表示事項

義務表示事項は，横断的義務表示（すべての一般用加工食品に義務付けられる表示事項，及び，一定の一般用加工食品に義務付けられる表示事項）と個別的義務表示に分けられる。

すべての一般用加工食品に義務付けられる表示事項は，当該食品の名称，保存方法，消費期限又は賞味期限，原材料名，添加物，内容量又は固形量及び内容総量，栄養成分（たんぱく質，脂質，炭水化物及びナトリウム）の量及び熱量，食品関連事業者の氏名又は名称及び住所，製造所又は加工所の所在地及び製造者又は加工者の氏名又は名

称である（食品表示基準第3条1項）。

一定の一般用加工食品に義務付けられる表示事項は，たとえば，えび，かに，小麦，そば，卵，乳，落花生を原材料とする加工食品を販売する場合におけるアレルゲン表示や，豆腐・コーンスナック等を販売する場合における遺伝子組み換え食品に関する事項等である（食品表示基準第3条2項）。

個別的義務表示は，JAS法で定められていた特定の食品（食肉，乳製品等）に関する個別の義務表示事項をまとめたものである（食品表示基準第4条）。

イ　任意表示事項

任意表示事項は，ある事項を加工食品の容器包装に表示する場合には，所定の方法により表示しなければならないという形で定められている。たとえば，「国産大豆使用」などという特色のある原材料等に関する事項が容器包装に表示されている場合には，当該原材料（上記例では国産大豆）の使用割合等を表示しなければならない（食品表示基準第7条）。

ウ　表示方式

義務表示事項の表示様式，文字及び枠の色，文字の大きさ等についても食品表示基準で詳細に定めている（食品表示基準第8条）。

エ　表示禁止事項

表示事項に関して，実際のものより著しく優良又は有利であると誤認させる用語等を容器包装に表示することが禁じられている（食品表示基準第9条）。

(4)　食品表示基準の適用除外

飲食店のように店舗等の設備を設けて加工食品又は生鮮食品を飲食させる場合には，原則として食品表示基準は適用されない（食品表示基準第1条但書）。食品表示以外の方法（従業員への質問等）によって食品に関する情報を取得できるし，飲食店のメニュー表示において原材料等を表示させることは現実的でないからである。もっとも，景品表示法等による規制は及ぶ。

(5)　経過措置

前述のとおり，食品表示法は，消費者保護の立場から，従来の食品表示ルール（とくに加工食品）をより積極的に推し進める改正をした。紙幅の関係上詳細は割愛するが，前述の栄養成分表示，アレルゲン表示のほか，栄養強調表示，栄養機能食品の機能表示，表示のレイアウト様式，製造所固有記号の表示など多くの表示ルールが改正された。

その結果，多くの食品についてラベルを変更しなければならなくなった。そのため，一般用生鮮食品は1年6カ月の経過措置期間，一般用加工食品及び添加物は施行から5年の経過措置期間が置かれている。

3　不適切な食品表示に対する行政及び私人による是正のための手段

食品表示法及び食品表示基準に違反した不適切な表示がなされた場合に執られ得る手段として，次のような制度がある。

(1)　行政による是正措置

食品表示法では，表示事項が表示されていない食品の販売をし，又は遵守事項を遵守しない食品関連事業者に対し，行政上の措置として①指示（法第6条1項），②指示に係る措置命令（正当な理由なくその指示に係る措置を執らなかった場合。法第6条5項），③アレルゲン，消費期限等食品を摂取する際の安全性に重要な影響を及ぼす事項として内閣府で定めるものについて，食品表示基準に従った表示がされていない食品の販売者等に対する(i)回収命令又は(ii)期間

を定めた業務の全部若しくは一部停止（消費者の生命又は身体に対する危害の発生又は拡大の防止を図るため緊急の必要があると認めるとき。法第6条8項），④指示又は命令をした旨の公表（法第7条），⑤立入り検査等（法第8条）が規定されている。

⑵　適格消費者団体の差止請求権

食品表示法では，国，地方公共団体以外の民間人に食品関連事業者の食品表示違反に対する差止請求権が規定された（法第11条）。この制度の趣旨は，⑴で挙げた行政による措置だけでなく民間による差止請求権を認めることで，不適切な食品表示を重畳的に規制するところにある。食品衛生法やJAS法等，前身となる法律にはなかった制度である。

この差止請求権の権限行使主体は，消費者契約法2条4項に規定される適格消費者団体に限られる。

また，食品表示法に違反する全ての表示が差止の対象となるわけではなく，「販売の用に供する食品の名称，アレルゲン，保存の方法，消費期限，原材料，添加物，栄養成分の量若しくは熱量又は原産地」についての「著しく事実に相違する表示をする行為」に限定されている（法第11条）。

⑶　申出制度

何人も，販売の用に供する食品に関する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は，その旨を内閣総理大臣（食品全般），または農林水産大臣（酒類以外の食品）・財務大臣（酒類）に申し出て適切な措置を執るべきことを求めることができる。

申出があった場合，内閣総理大臣等は必要な調査を行い，その申出の内容が事実であると認めるときは，前述⑴記載の措置その他必要な措置を執らなければならないこととされている（法第12条）。

同様の申出制度はJAS法にも存在したが，食品表示法における申出制度は，新たに策定された食品表示基準によるものであり，JAS法よりも申出の対象が拡大された。

なお，⑵の適格消費者団体による差止請求権では，差止の対象となる違反の範囲が比較的重大なものに限定されているが，申出制度ではそのような限定はない。

⑷　罰則

食品表示法では，不適切な表示に対して刑事罰を科している（法第17条～23条）。特に，①アレルゲン，消費期限等食品を摂取する際の安全性に重要な影響を及ぼす事項として内閣府令で定めるもの（法第6条8項）について食品表示基準に従った表示がされていない食品の販売等をした者（法第18条）及び当該食品等の販売等に対する回収命令等に違反した場合（法第17条），②原産地（原材料の原産地を含む）についての虚偽の表示がされた食品の販売をした者（法第19条）に対する罰則は，行政による指示または指示に係る措置を待たずに刑事罰が科される直罰である。

法人については両罰規定があり，法人の科される罰金の最高額は3億円である（法第22条）。

4　その他の法

⑴　食品衛生法，JAS法及び健康増進法との関係

前述のとおり，食品表示法は食品衛生法，JAS法及び健康増進法のうち食品表示に関する規準を統合，一元化したものであるが，これらの三法の規準のうち食品表示法に移行しなかったものについては，食品表示法と並行して，従前どおり食品表示を規制する規定として機能していることに注意が必要である。

たとえば，平成28年3月1日，消費者庁は健康増

進法第32条1項に基づき，特定保健用食品（いわゆる「トクホ」）について健康保持増進効果を著しく誤認させる表示があるとして勧告を発した。これは健康増進法に関する表示規制の中で，食品表示法に移行しなかった規定による処分である。

⑵　景品表示法・不正競争防止法との関係

食品の安全性確保や消費者の選択の機会の確保のためには，食品に関する情報が正しく提供される必要がある。

食品表示法は，一定の表示を義務付けることにより，食品に関して必要な情報を提供させようとする法律である。他方，虚偽な表示や誤認される表示，誇大な表示等の不適切な表示を禁止することで正しい情報を提供させようとするのが不当景品類及び不当表示防止法（以下，本章において「景品表示法」という）である。つまり，食品表示法と景品表示法は，食品に関する正しい情報提供という同じ目的を達成するため，それぞれ表示の義務付け・表示の禁止という異なる側面からアプローチする，いわば表裏の関係にあるといえる。

不正競争防止法にも原産地等についての誤認惹起行為を禁止する規定がある（不正競争防止法第2条1項14号）。不適切な表示を禁止するという面で景品表示法と共通しているが，違反があった場合の行政措置は規定されていない点（民事上の差止請求権，損害賠償請求権が認められている外，違反者には刑事罰が科される），請求主体が営業上の利益を侵害された競業者に限られ，消費者団体による差止請求等は認められていない点等が異なる。

上記のとおり，食品表示法と景品表示法・不正競争防止法は，理論上表示の義務付け及び表示の禁止という異なる制度趣旨を持つものではあるが，たとえば原産地の虚偽表示等，双方の適用対象となる事案も存在する（「正しい原産地が表示されていない」のと同時に「原産地について誤認させるような表示がされている」といえる）。実際，原産地偽装表示の事案（後述）で，食品表示法及び不正競争防止法の双方で立件されたものがある。

5　事例

食品表示法は施行からまだ間もなく，適用事例はさほど多くはないが，次のような摘発例・行政措置が執られた例がある。今後の事案の集積が待たれる。

⑴　平成27年8月，ハンガリー産の蜂蜜を「国産」と偽って表示・販売した大阪府の会社の代表者が食品表示法及び不正競争防止法違反の疑いで逮捕，書類送検されたとの報道があった。食品表示法違反による立件はこの件が初とみられる。

⑵　平成28年1月，中国産のアナゴを「国産」と偽って表示・販売した島根県の会社の代表者ら3名が不正競争防止法違反で逮捕されたが，この会社は，平成27年10月に島根県から食品表示法に基づき表示の是正と再発防止の指示を受けていたとの報道があった。

【参考資料等】

• 消費者庁ウェブサイト（食品表示一元化検討会情報）
• 石川直基他『基礎からわかる 新・食品表示の法律・実務ガイドブック』（レクシスネクシス・ジャパン，2014年）
• 垣田達哉『一冊で分かる！食品表示』（商業界2015年）
• 公益社団法人日本食品衛生協会編『改訂新版 早わかり食品表示法』（2015年）

第3章　景品表示法

食品安全関係法研究部 部会員　上田　啓子（62期）
部会員　河合 佑衣子（64期）

第1　景品表示法とは

1　意義及び目的

不当景品類及び不当表示防止法（以下，本章において「法」または「景品表示法」という）は，景品の規制と表示の規制から成る法律で，昭和37年に独占禁止法の特例として制定されたが，平成21年に消費者庁創設に伴い，所管が公正取引委員会から消費者庁に移管された。

同時に，景品表示法の目的が，「公正な競争を確保し，もって一般消費者の利益を保護すること」から「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」に変更された。目的規定が変更されたものの，実体規制（過大な景品類の提供及び不当な表示規制）に実質的な変更はない。

景品表示法は，過大な景品類の提供及び不当な表示規制の2本柱であるが，当研究部は食品の安全を確保するための法規制について研究していることから，主に不当表示規制について，食品に関する事例を取り上げつつ解説したい。

2　不当表示

(1)　禁止される表示

事業者は，その供給する商品や役務の取引について，一般消費者に対して，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があると認められる表示を行ってはならない（法第5条（旧第4条1項）（平成28年4月1日施行の法改正後の条文を示す。旧条文は同年3月末までのもの））。

不当表示は，①優良誤認表示（同条同項第1号），②有利誤認表示（同条同項第2号），③その他の不当表示（同条同項第3号）の3つに分類される。

表示とは，顧客を誘引するための手段として，商品又は役務の内容や取引条件等について行う広告その他の表示で内閣総理大臣が告示で指定するもの（法第2条第4項）と定義され，具体的には，チラシ，パンフレットやカタログ，商品パッケージ，新聞や雑誌広告，ポスターや看板，インターネット上の広告，テレビコマーシャル，セールストークなど（昭和37年公取委告示第3号が，内閣総理大臣が指定したものとみなされている），極めて広範な内容となっている。

(2)　優良誤認表示（法第5条1号（旧第4条1項1号））

優良誤認表示とは，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」である。品質とは，原材料，純度，添加物，効果，性能，安全性，栄養価，味，鮮度などを言う。規格とは，品質その他について，公的機関や民間団体等が定めた等級，基準などを言う。その他の内容として，原産地や製造方法，製造年月日，賞味期限などがある。

優良誤認表示の具体例として，タラバガニでないのに「タラバガニ」と商品名を表示する，カニを使用していない蒲鉾にカニの絵や「カニかまぼこ」と表示する，はちみつに水飴が混合された商品に「PURE HONEY」と表示する，合成甘味料を使用したたくあんに「無添加」と表示する，牛脂や添加物を注入・加工した整形・加工肉に「霜降り牛」と表示する，製造工程に機械が使用されているのに「手造りソーセージ」「手打ちそば」と表示する，鹿児島県産でない豚肉に「鹿児島県産の黒豚」と表示する，ダイエット

効果の裏付けとなる合理的根拠が認められないダイエット食品について「食べてもドンドンやせる」と表示する等々がある。

こういった「内容」について，実際のものよりも著しく優良であるとか，事実と異なっ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が禁止されている。

⑶　有利誤認表示（法第5条2号（旧第4条1項2号））

有利誤認表示とは，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」である。取引条件とは，内容以外の取引に関わる条件のことで，価格・料金，数量，支払条件，景品，アフターサービス等，幅広く含まれる。

たとえば，当店通常価格の半額という特売チラシ価格の通常時の販売価格が一旦引き上げられた価格で，通常時の販売価格とはいえなかった場合や，実際の内容量が80gなのに100gと表示する，包装箱の大きさに見合った量の内容物が入っているかの包装だが，実際には箱の総容量の30％相当の量しか入っていない，豪華賞品があたると表示したが実際には商品の価値がない場合，閉店予定がないのに「閉店セール」の用語で安価と見せかける表示等がある。

⑷　その他の不当表示（法第5条3号（旧第4条1項3号））

優良誤認や有利誤認に当たらない表示であっても，著しく優良又は有利と「誤認されるおそれ」がある表示を，内閣総理大臣は不当表示であると指定することができる。これを指定告示と言う。現在，6つの表示が指定されているが，そのうち食品に関するものとしては，以下の2つがある。

① 無果汁・無果肉の清涼飲料又は使用されていてもわずかな量しか使用されてない清涼飲料水，乳飲料，アイスクリーム類等の容器包装に，果実名を用いた商品名等を表示したり，果実の絵や写真を表示したりすること

② 国産品に外国の地名や国旗等を表示したり，外国製品に原産国以外の国の国名や国旗等を表示すること

⑸　解釈基準

後述のメニュー表示事件をきっかけとして，事業者に対して消費者庁の法解釈を具体的な例によって周知徹底させるため，「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・同年12月1日一部改正）が公表されている。

3　違反行為に対する措置

⑴　措置命令

内閣総理大臣（消費者庁長官に委任されているため，消費者庁長官名で行われる）は，法第5条（旧第4条1項）に違反する行為があるときは，その行為の事業者に対し，行為の差し止め，再発防止に必要な事項などを命ずることができる（措置命令。法第7条（旧第6条）柱書前段）。措置命令は，違反行為が既になくなっている場合にも行うことができる（同条柱書後段）。

⑵　措置命令違反に対する制裁

措置命令に従わない者には，2年以下の懲役または300万円以下の罰金が科され，情状により，懲役と罰金が併科されることもある（法第36条2項）。措置命令の主文に従わない事業者（法人，自然人又は法人でない団体）にも3億円以下の罰金刑が科される（両罰規定。法第38条1項1号，同条第2項1号）。

さらに，措置命令違反の計画を知り，その防止に必要な措置を講ぜず，またはその違反行為を知り，その防止に必要な措置を講じなかった当該法人の代表者に対して300万円以下の罰金刑が科される（三罰規定。法第39条）。

第2　平成26年景品表示法の改正について

1　改正の経緯

平成25年10月に発覚した，後に詳述するメニュー偽表示事件を発端とするホテル・レストランなどにおけるメニュー表示問題を契機として，平成26年6月及び11月に景品表示法の一部が改正された。

2　平成26年6月改正（平成26年法律第71号）の内容

(1)　内容

①　事業者のコンプライアンス体制の確立

ア　事業者が講ずべき表示等の管理措置（法第26条（旧第7条）関係）

事業者は表示等の適正な管理のため必要な体制の整備その他の必要な措置を講じなければならない（法第26条1項）。

内閣総理大臣は，事業者が講ずべき措置に関して必要な指針を定めるものとする（法第26条2項）。

内閣総理大臣が指針を定めようとするときは，あらかじめ，事業所管大臣と協議し，消費者委員会の意見を聴取する（法第26条3項）。

イ　指導・助言・勧告（法第26条から28条（旧第7条及び第8条）関係）

内閣総理大臣が，法第26条の措置に関して，適切かつ有効な実施を図るため必要があると認めるときには，当該事業者に対して，その措置について必要な指導・助言，勧告を行うことができる（法第27条，法第28条1項）。勧告に従わない時には公表できる（同条2項）。

②　情報提供・連携の確保

消費者生活協力団体，消費生活協力員から適格消費者団体に対して差止請求等を行うため不当表示等の情報を提供することができる（法第30条2項（旧第10条2項））。

国，地方公共団体，国民生活センター等の関係者相互の密接な連携の確保に努める（法第35条（旧15条））。

③　監視指導体制の強化

消費者庁長官の権限の一部を事業所所管大臣等に委任することができる（法第33条3項）。

消費者庁長官の権限の一部を都道府県知事に委任することができる（法第33条11項）。

なお，具体的な監視指導の強化策としては，平成26年2月から，各都道府県に配属された，旧JAS法違反等の摘発に熟練した農林水産省の専門職員（表示・規格指導官及び米穀流通監視官。いわゆる表示Gメン）を消費者庁併任とし，景品表示法違反の摘発を委ねている。

(2)　施行日，解釈基準

改正法は，平成26年12月1日から施行されている。26条2項の指針としては，「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」（平成26年11月14日内閣府告示第276号）が公表されており，Q&Aも公表されている。

（別表）

課徴金納付命令	対象行為	優良誤認表示，有利誤認表示
	課徴金額の算定	対象商品・役務の売上額の 3%
	対象期間	3 年間を上限
	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額を賦課しない。（消費者庁が「相当な注意」についてガイドライン策定予定）
	規模基準	課徴金額が 150 万円未満（対象商品・役務の売上額が 5000 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		違反行為を自主申告すると，課徴金額の 2 分の 1 を減額。
除斥期間		違反行為をやめた日から 5 年経過により，課徴金を賦課しない。
賦課手続き		自主返金を行った場合は，課徴金を命じない又は減額。

（「景品表示法ガイドブック 平成 27 年 2 月改訂版」公益財団法人 公正取引協会 34 頁）

3　平成26年11月改正（平成26年法律第118号）の内容

(1)　内容

メニュー表示事件により生じた消費者の不信に対処するため，独占禁止法，金融商品取引法において導入され，法遵守を確保するための行政制裁措置として有効に機能している課徴金制度を導入することとなった。課徴金賦課の手続は概要以下のとおりである。

対象行為が確認されると，内閣総理大臣は，当該表示行為をした事業者に対し，弁明の機会を付与した上で課徴金納付命令を発しなければならない。この時，優良誤認表示に該当するかを判断するため必要があれば，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を求めることができ，提出がない場合には，当該表示を優良誤認表示と「推定」して課徴金を賦課する（不実証広告規制。法第8条3項）。

また，不当表示による消費者の被害回復を促進する観点から，消費者に所定の手続に沿って自主返金を行った場合，返金相当額を課徴金額から減額する，または返金相当額が課徴金額を上回る時は課徴金納付を命じないこととされた（法第11条2項）。この，返金による減額制度は，課徴金制度を導入している他法にはなく，初めて取り入れられたものである。以上をまとめると上記別表のとおりである。

(2)　施行日，解釈基準

平成28年4月1日施行（平成27年政令第422号）。課徴金の「不当景品類及び不当表示防止法第8条（課徴金納付命令の基本的要件）に関する考え方」（平成28年1月29日）が公表されており，課徴金対象行為の認定や課徴金算定の具体的方法が示されている。

【参考資料等】

- 「景品表示法ガイドブック 平成27年2月改訂版」公益財団法人公正取引協会
- 黒田岳士・加納克利・松本博明 編『逐条解説 平成26年11月改正景品表示法　課徴金制度の解説』（商事法務，2015年）
- 真淵博 編著『景品表示法 第4版』（商事法務，2015年）
- 消費者庁 改正景品表示法に基づく政令・指針専用ページ
- 平成26年「消費者白書」

第4章　企業コンプライアンスの視点から見た食品表示問題

食品安全関係法研究部 部会長　中山 代志子（44期）
部会員　岩月　泰頼（58期）

1　食品会社のコンプライアンス違反としての偽装

日本で最近起こった食品偽装事件として，廃棄カツ転売事件がある。食品会社が不良品として廃棄を依頼した冷凍カツを預かった廃棄物処理業者が，廃棄物であることを隠して別の食品会社に転売した事件である。2014年に中国等で発生して話題になった廃油ラード事件を彷彿とさせる事件だが，このような事件の歴史は古く，食品の歴史は，古くから偽装との闘いの歴史といっても過言ではない。食品表示の適正も，偽装対策のために発達してきた背景を持つ（ビー・ウィルソン著（高儀進訳）『食品偽装の歴史』（白水社，2009年）によれば，現在世界各地で散発する偽装事件の類似例が，すでに数世紀にもわたり，地域を問わず繰り返されてきたことがわかる）。

前章までで扱った食品表示問題には，規制内容を知らず，あるいは誤解していた結果，違反となるケースも含まれた。これは，表示に対する信頼を高めることにより，平常時における消費生活を保護する意義がある。これに対して，違反であることを承知で，あえて内容をごまかすために行う表示違反を，ここでは「偽装」と呼ぶことにしよう。こうした悪質なケースに対しては，形式的な表示ミスの取締りのみでは足りず，類似例が発生しないような抑止効果を高める必要がある。

2　偽装を取り締まる現行法

悪質ケースに対して最も強力な抑止効果を持つ制裁といえば，刑事罰である。食品偽装が発覚した際，直ちに罰則が科される可能性のある法令として，食品表示法違反（アレルゲン表示，原産地表示），食品衛生法違反（公衆衛生に危害を及ぼすおそれがある虚偽または誇大な表示・広告）などもあるが，もっとも適用しやすいとされるのが不正競争防止法である（岩月泰頼「食品偽装表示における刑事処分の運用」日本台湾法律家協会雑誌第12号91頁（2015年）に述べたとおり，表示偽装の刑事事件においてもっとも利用されている法令は不正競争防止法である）。

不正競争防止法によれば，商品の原産地，品質，内容，製造方法，用途若しくは数量について誤認させる表示をして商品を譲渡等することにより（同法第2条1項14号），5年以下の懲役または500万円以下の罰金（または併科）に処される（同法第21条2項1号）。これはアレルギー表示を行わなかった食品表示法違反の罪（同法第18条。2年以下の懲役または200万円以下の罰金）や，公衆衛生に危害を及ぼすおそれがある虚偽または誇大な表示・広告をした罪（食品衛生法第20条違反。2年以下の懲役または200万円以下の罰金）よりも重い罪であり，しかもその要件は比較的単純で立証にも便宜である。両罰規定もある（後述「外国産鶏肉偽装事件」の解説で，実際の適用例を示している）。

さらに悪質なケースの場合には，懲役10年以下の法定刑が定められている詐欺罪（刑法第246条）の適用もありうる（後述の「牛肉偽装事件」では詐欺罪が適用された）。

刑事罰と並行して，事業活動に対する行政上の措置としては，現実に有害食品の販売を伴う場合に食品衛生法，食品表示法等に基づく営業停止，許可等の取消処分がなされる。事業に対する影響という意味では，こうした処分の効果は甚大である（後述「牛肉偽装事件」参照）。

3　偽装の発見・予防・早期処理

では会社のコンプライアンス違反防止の観点から，いかにすれば不祥事に至る前に問題を発見でき，あるい

は不祥事となった場合に早期に収束できるだろうか。その鍵は，病気の予防・治療と同様に考えることができる。

(1) 予防（不正のトライアングル排除）

まず，予防から考えれば，日頃から病気になりにくい体を作ることが大切であるように，不祥事に至りやすい要因を排除することが重要である。不正リスクの要因として「不正のトライアングル」があることはすでに人口に膾炙していると思われる。すなわち，①不正を行う動機（借金などの経済的問題や過剰なプレッシャーなど），②不正の機会（異動や監督がないなど，発覚リスクが少ないと感じさせる要因），③正当化の理由（不公平な扱いを受けたのだから，不正も許される，といった正当化を許す要因）を，極力排除することが肝要である。

たとえば，産地偽装事件であれば，①売上を上げたいという経済的な動機を発端とし，②産地を偽っても品質に問題はないという自己正当化要素（健康被害が生じるわけはなく，品質も良いという認識）に後押しされ，③さらに社内的な食品表示への意識の低さにより見過ごされる（見て見ぬふりをする）という背景も加わって，結果，偽装表示が敢行されることがほとんどである。このような偽装事件を予防するためには，すなわち，従業員だけでなく経営陣も含めた食品表示規制の理解を深める研修等の実施，食品表示を主眼にした内部監査の強化などが求められる。実際に多くの食品会社においては，違反予防のための自主的な取組み（たとえばワーキンググループ，食品安全委員会などの設置）を行っている。

(2) 問題発見，早期処理

次に，問題が大事件となる前に収束させるためには，早期発見・対処が重要である。

前述の廃棄カツ転売事件では，問題のカツを購入した中間取引業者である食品業者数社が，激安カツの素性に疑いを持たず，調査することもなく購入し転売している。もしも商品の安さや取引業者の実績に疑問を持つ中間取引業者があれば，市場に出回る前に問題が発覚していた可能性もあっただろう。中間取引業者にとっても，結果的には商品の回収や賠償，行政庁からの調査や刑事事件の捜査に巻き込まれずに済むことになる。中間取引業者として，このような偽装表示のある食品の購入を防ぐためには，取扱商品に偽装表示のないことを保証する表明保証条項や同条項違反に基づく違約金条項等を定めた取引基本契約の締結などが有効な場合もあるであろうし，万が一，偽装表示問題が発覚した際には，問題拡大の懸念にひるむことなく，迅速かつ積極的に早期処理を目指すべきである。表示偽装の予兆を発見する感度を鍛えるべく，日頃から，食品偽装や食品表示規制への理解を深めておくことも重要である。実際に，取引事業者が自らの信用を維持するために，相手先業者を調査した結果，偽装事件が発覚したケースもある（後述「外国産鶏肉偽装事件」参照）。

また，問題の予兆は，内部者がもっとも発見しやすい。内部者の通報に真摯に耳を傾けることが，企業経営者にとっては転ばぬ先の杖である。ところが，現実の不祥事例をみると，内部通報が放置されたり，もみ消されたりして，大事件に発展していく様子がうかがえる（後述「牛肉偽装事件」参照）。個人情報や企業秘密の保護に関する法制度との関係も考慮しながら，内部通報制度の整備とともに，複数の多角的な目によるチェック体制を構築することが必要であり，弁護士の役割も期待されるところである。

【参考資料等】

・山口利昭『不正リスク管理・有事対応：経営戦略に活かすリスクマネジメント』（有斐閣，2014年）

第5章　食品表示に関する事例

食品安全関係法研究部 部会員　山口 陽子（34 期）
部会員　岩月 泰頼（58 期）

はじめに

前章まででは，改正法を中心に，食品表示に関する法制度を概観してきた。本章では，弁護士の業務としてこれらの法令を駆使する方法について検討するために，実際に発生した以下の事例において，具体的に諸法令が適用され，事案が解決されてきた経緯を紹介する。

第１　食品表示法違反事例
（消費期限・製造日等改ざん事件）

第２　景品表示法違反事例
（メニュー偽表示事件）

第３　不正競争防止法違反事例
（外国産鶏肉偽装事件）

第４　悪質なコンプライアンス違反事例
（牛肉偽装事件）

最初の２つの事例は，それぞれ食品表示法（旧食品衛生法，旧JAS法），不当景品類及び不当表示法（「景品表示法」）違反の例として紹介する。これら二法は，定められた基準に反した表示がなされた時点で，悪質な意図の有無や健康被害の恐れに関わらず違反となる。最初の事例は，おみやげとして全国的に愛好されている菓子製品について，売れ残り商品の再利用が行われ，それをごまかすために消費期限等が改ざんされていた事件である。現場での「もったいない」という意識や，「このくらいなら食べても大丈夫だろう」という意識が，時にこうした事件を惹き起こすことがある。２番目のメニュー偽表示事件も，法令に関する知識の不足も相まって「この程度の表示ならば問題ないだろう」という判断が原因となったといわれている。しかし実際には，非常に大きな社会的反響があったことは記憶に新しい。特に，メニュー偽表示事件では大バッシングが起こり，過剰バッシングではないかとの意見も見られたほどであった。こうした反応は，食品の表示に対する消費者の信頼の大きさを物語るものと受け止めるべきだろう。食品の表示が正しいという消費者の信頼は大きく，とりわけブランドへの信頼が大きい場合には，より大きな失望につながることを，この２件の事例は教えている。

第３，第４で紹介する事例は，いずれも利益を極大化するためにあえて食品の安全を犠牲にして表示を偽装した例であり，特に４番目の事件は，健康被害にもつながる可能性のある極端な例といえる。３番目の外国産鶏肉偽装事件で着目すべき点としては，取引業者であったＨ社が，取引相手の偽装の疑いについて放置せず，徹底調査を行った結果，問題が暴露した点であろう。こうした事業者間の自浄努力によって事業者の信用も維持され，業界全体の信頼も早期に回復するものと思われる。第４の事件は，逆に，こうした自浄作用が適切に作動しなかった結果，最悪の事態にまで発展した事例ということができる。

第３，第４の事例は典型的な「偽装」事件ということができるが，こうした悪質ケースの前段階として，正しい表示により正しい情報を提供するという当たり前のことが，求められている。その意味で，第１，第２の事例を防止することが，食品業界への信頼を確保するために必要なのである。現に食品事業に携わる誠実な事業者は，日々，詳細な食品表示法の基準や景表法のガイドライン等に向き合って厳格な遵守に努めているのであり，そうした努力の重要性を，これらの事例から学ぶことができる。

第1　食品表示法違反に関する事例【消費期限・製造日等改ざん事件】（旧食品衛生法・旧JAS法違反）

1　事実関係

(1)　発覚の経緯

従業員の農林水産省に対する情報提供を機に，平成19年10月以降，農林水産省や保健所による立入検査が行われ，A社において，その主力製品である餅菓子の消費期限や製造年月日の改ざん等が日常的に行われていたことが発覚した。

(2)　事件の態様

A社による不適切な行為の概要は，以下のとおりである。

①　冷凍・解凍・再包装の実施

A社では冷凍保管した商品を解凍し出荷・販売していたが，冷凍前に設定された製造年月日・消費期限が付された商品の包装紙を，解凍後に破棄・再包装し，新たな包装紙には解凍日を製造年月日，解凍日を起点として計算した消費期限を再表示し，出荷・販売していた。

②　製造年月日及び消費期限表示の改ざん

店頭売れ残り品や未出荷品について，包装紙を破棄・再包装し，再包装日の翌日を製造年月日，再包装日の翌日を起点として計算した新たな消費期限を表示し，出荷・販売することが行われていた。

③　不適切な原材料表示

- 原材料は重い順に「砂糖，小豆，餅米」と表示しなければならないところ，「小豆，餅米，砂糖」と表示していた。
- 餅の硬化を防止するために使用していたトレハロース（添加物）について，表示を行っていなかった。

④　店頭回収商品の再利用

店頭から回収した餅（消費期限切れのものを含む）について，餡と餅を分離し，それらの一部を再利用していた。

2　法令の適用

A社による不適切な行為のうち表示の偽装が問題となったものは以下のとおりである（次頁別表参照）。なお，A社は旧食品衛生法及び旧JAS法違反に問われたが，本稿においては，新しく施行された食品表示法の条項も引用して説明する。

(1)　消費期限の改ざん

食品表示基準第3条（旧JAS法第19条の13，旧JAS法に基づく加工食品品質表示基準第3条第4項，旧食品衛生法施行規則第21条第1項第1号ロ）では，一般加工食品について，品質が急速に劣化しやすい食品にあっては消費期限である旨の文字を冠したその年月日を表示することを義務付けており，食品関連事業者はこの基準に従った表示のされていない食品を販売してはならないものとされている（食品表示法第5条，旧JAS法第19条の13の2，旧食品衛生法第19条第2項）。

ここに「消費期限」とは，「定められた方法により保存した場合において，腐敗，変敗その他の品質の劣化に伴い安全性を欠くこととなるおそれがないと認められる期限を示す年月日」をいい（食品表示基準第2条第1項第7号，加工食品品質表示基準第2条，旧食品衛生法施行規則第21条第1項第1号ロ），こ

（別表）

【表示例】

名称	和生菓子	
原材料名	小豆（北海道産），もち米（国産），砂糖	← ①原材料に占める重量の割合の高いものから順に「砂糖，小豆，もち米」と表示しなければならない（食品表示法第５条，食品表示基準第３条違反）。 ②トレハロース（添加物）を使用していたが，表示なし（食品表示法第５条，食品表示基準第３条違反）。
内容量	８個入り	
消費期限	平成 19 年８月２日	← 解凍日または再包装日の翌日を起点として計算した新たな消費期限を再表示（食品表示法第 5 条，食品表示基準第３条違反）。
保存方法	直射日光，高温を避けて保存してください	
製造者	A 社 ○○県△△市□□町3番地	

【枠外】

製造年月日	平成 19 年８月１日	← 解凍日または再包装日の翌日を製造年月日として再表示（食品表示法第５条，食品表示基準第９条第１項第１号違反）。

＊執筆者作成

の定義に沿ってなされなければ，適切な表示ということはできない。そして，消費期限の設定方法については，「食品の特性等を十分に考慮した上で，客観的な試験・検査を行い，科学的・合理的に設定すること」（「食品の表示について」（平成27年12月24日消食表第655号）），「製造業者等において，客観的な期限の設定のために，微生物試験，理化学試験，官能試験等を含め，これまで商品の開発・営業等により蓄積した経験や知識等を有効に活用することにより，科学的・合理的な根拠に基づいて期限を設定すること」（「加工食品の表示に関する共通Q&A（第2集：消費期限又は賞味期限について）」（消費者庁食品表示課））が求められている。

A社の餅菓子は，品質が急速に劣化しやすい一般加工食品に該当するものであるため，旧JAS法及び旧食品衛生法に基づき消費期限を表示しなければならなかった（食品表示法においても同様）。この点，A社は，「もったいない」という意識や当日製造・当日販売のイメージへの強いこだわり等から，解凍日や再包装日の翌日を起点として計算し，新たに消費期限を表示し直していたものである。確かに，かかる消費期限を設けたからといって直ちに健康被害が発生するとまでは言い難い。しかしながら，A社においては，特段客観的な試験や検査を行ったわけではなく，新たな消費期限を科学的・合理的な根拠に基づいて設定したものではないのであるから，食品表示法，旧JAS法及び旧食品衛生法の求める消費期限の適切な表示には該当しない。よって，食品表示法第5条（旧JAS法第19条の13の2，旧食品衛生法第19条第2項），食品表示基準第3条（食品表示基準第2条第1項第7号，加工食品品質表示基準第2条，旧食品衛生法施行規則第21条第1項第1号ロ）に違反することになる。

(2) 製造年月日の改ざん

平成7年4月1日施行の改正食品衛生法施行規則等により，製造年月日に代えて賞味期限または消費期限を表示することが義務付けられたことから，製造年月日についての表示義務は存しない。

もっとも，製造年月日を一括表示の枠外に任意で表示することはできるとされており，A社においても，一括表示の枠外に製造年月日を表示していた。この点，食品表示基準第9条第1項第1号は「実際のものより著しく優良又は有利であると誤認させる用語」の表示を禁止しているところ，解凍日や再包装日の翌日を製造年月日として表示した行為は，これに違反することになる。また，製造年月日の偽装表示は，景品表示法第5条（旧第4条1項）1号で禁止される優良誤認表示にも該当すると解される。

(3)　原材料の表示の順番

食品表示法に基づく食品表示基準第3条（旧JAS法に基づく加工食品品質表示基準第4条(2)ア）では，一般用加工食品の原材料名は，原材料に占める重量の割合の高いものから順に表示することが要求されている。この点，餅菓子の原材料については，その重量の割合の高いものから「砂糖，小豆，餅米」と表示しなければならないところ，「小豆，餅米，砂糖」と表示していた。

(4)　添加物の非表示

食品表示基準第3条（旧食品衛生法施行規則第21条第1項第1号ホ）は，原則として加工食品に使用された全ての添加物について，その物質名を表示することを義務付けている。この点，A社においては，餅の硬化を防止するためトレハロース（添加物）を含む糖類加工品を使用していたが，当該添加物について，原材料名の欄への表示を行っていなかった。

3　処分等の結果

事件発覚後，平成19年10月12日，A社は農林水産省からJAS法第19条の14第1項に基づく改善報告書提出の指示を受けるとともに，平成19年10月19日，保健所から，A社本社工場について，食品衛生法第55条第1項に基づく無期限の営業禁止命令が発せられた。営業禁止命令は平成20年1月30日に解除されている。

【参考資料等】

- 平成20年1月31日　A社コンプライアンス諮問委員会報告書

第2　景品表示法違反事件【メニュー偽表示事件】

1　事実関係

(1)　発覚の経緯

平成25年10月22日，B社は，社内調査に基づいて，グループ内の複数のホテルにおいてメニュー表記と異なる食材を提供していることを公表した。この食品偽装問題に端を発し，全国各地でホテル，百貨店，レストランにおいても同様の食品偽装が発覚することとなり社会問題化した。このような背景を受け，景品表示法にも課徴金制度が導入され，平成28年4月1日施行となった。

(2)　事件の態様

B社は，平成24年7月1日から平成25年7月4日までの間，次頁一覧表のとおり，メニューなどの表示媒体に記載した表示内容とは異なる食べ物を提供し，食品偽装表示を行った（なお，同種の偽装は省略する）。

2　法令の適用

消費者庁長官は，前述の食品偽装表示が平成26年11月27日号外法律第118号による改正前の不当景品類及び不当表示法（以下「旧景品表示法」という）第4条1項1号（同第118号による改正後の景品表示法（以下「新景品表示法」という）第5条1項1号）に該当するとして，株式会社B社に対し，同法第6条に基づいて措置命令を行った。

旧景品表示法第4条1項1号（新景品表示法第5

（一覧表）

	料理名	表示媒体	表示内容	実際の提供物
1	特選飲茶コース	メニュー	「有機野菜のプチサラダと前菜2種盛合せ」と記載し，あたかもプチサラダには有機野菜を使用しているかのような表示	プチサラダには，有機農産物の定義*1に該当しない野菜を使用
2	中国料理ランチ	パンフレット	「芝海老とイカの炒め物」と記載し，あたかも芝海老を使用しているかのように表示	芝海老よりも安価なバナメイエビを使用
3	パーティープラン PlanB 及び C	チラシ	「ビーフステーキ　フライドポテト添」と記載し，あたかも牛の生肉の切り身を使用しているかのように表示	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
4	土・日・祝限定同窓会プラン	同上	「津軽地鶏のマリネ　胡麻風味」と記載し，あたかも津軽地鶏の肉を使用しているかのように表示	地鶏の定義*2に該当しない鶏肉を使用
5	同上	同上	「若鶏の照り焼き　九条ねぎのロティと共に」と記載し，あたかも九条ねぎを使用しているかのように表示	九条ねぎよりも安価で取引されている青ネギ・白ネギを使用
6	苺とチョコのシューア・ラ・モード	メニュー	「手作りチョコソースとあわせてどうぞ。」と記載し，あたかも手作りチョコレートソースを使用しているかのように表示	市販の業務用チョコレートソースを使用
7	DrinkPlan　A DrinkPlan　B	リーフレット	「シャンパン」と記載し，あたかも「シャンパン」と称する発泡性ワインを使用しているかのように表示	「シャンパン」よりも安価で取引されている発泡性ワインを使用

＊出典：平成25年12月19日付け消費者庁長官作成の「不当景品類及び不当表示法第6条の規定に基づく措置命令」

COLUMN
＊1　有機農産物の定義

「有機農産物の日本農林規格」において，次の方法で生産された農産物とされている。

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，禁止された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
④ 遺伝子組み換え技術を使用しない

COLUMN
＊2　地鶏の定義

「地鶏肉の日本農林規格」（平成11年農林水産省告示第844号）において，次の方法で飼育された鶏とされている。

① 指定された在来種由来の血液百分率が50％以上
② 孵化日からの飼育期間が80日以上
③ 28日齢以降は平飼いでかつ1平方メートル当たり10羽以下で飼育されたもの

条1項1号）では，事業者は，自己の供給する商品又は役務の取引について，「商品又は役務の品質，規格その他の内容について，一般消費者に対し，実際のものよりも著しく優良であると示す…表示であって，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があると認められる」表示をしてはならないと規定する。

この点，「商品又は役務の品質，規格その他の内容」について，品質と規格は，商品又は役務の内容に関する例示であり，商品又は役務の内容に関するものであれば幅広く対象となりうると解されている。また，「品質」とは，商品に関する成分や属性のことであり，「規格」とは，国，公的機関，民間団体等が定めた一定の要件を満たすことで自動的にまたは認証等を経て特定のマーク等でその旨を表示できるものをいうと解されている。そして，「その他の内容」には，品質や規格のように商品又は役務そのものに直接関わるものに限られず，品質や規格に間接的に影響を及ぼす，原産地，製造方法，考案者，受賞の有無，保証の有無，有効期限等も含まれると解されている。

前述の食品偽装表示のうち，番号1と4は，日本農林規格をクリアすることでJASマークを付けることが

COLUMN
＊3　カンキョー事件（東京高判H14.6.7判タ1099号88頁）

旧景品表示法第４条１号の「著しく」の解釈について東京高裁は，以下のとおり判示した。

「およそ広告であって自己の商品等について大なり小なり賛辞を語らないものはほとんどなく，広告にある程度の誇張・誇大が含まれることはやむを得ないと社会一般に受け止められていて，一般消費者の側も商品選択の上でそのことを考慮に入れているが，その誇張・誇大の程度が一般に許容されている限度を超え，一般消費者に誤認を与える程度に至ると，不当に顧客を誘引し，公正な競争を阻害するおそれが生ずる。そこで，旧景品表示法４条１号は『著しく優良であると一般消費者に誤認されるため，不当に顧客を誘引し，公正な競争を阻害するおそれがあると認められる表示』を禁止したもので，ここにいう『著しく』とは，誇張・誇大の程度が社会一般に許容されている程度を超えていることを指しているものであり，誇張・誇大が社会一般に許容される程度を超えるものであるかどうかは，当該表示を誤認して顧客が誘引されるかどうかで判断され，その誤認がなければ顧客が誘引さ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であれば『著しく優良であると一般消費者に誤認される』表示にあたると解される。」

できることからいずれも「規格」に関する表示，番号３は肉の「品質」に関する表示，番号２，５，６，７は品種や製造方法に関わることから「その他の内容」に関する表示と解される（なお，番号２及び５のような品種については，「品質」に関する表示とも考えうる）。

次に，「実際のものよりも著しく優良であると示す」表示か否かは，表示を行う側である業界の慣行や表示を行う事業者の認識によって判断するのではなく，一般消費者の誤認を招くか否かという観点から判断される。したがって，たとえ表示内容と実際のものが科学的に等価であるとか，いずれが優良か判断できない場合であっても，一般消費者にとって実際のものよりも著しく優良であると認識される表示が行われれば不当表示となる。「著しく」がどの程度をいうのかについては，数量的な多・少の問題ではなく，その誤認がなければ誘引されることがほとんどなかったであろうということが客観的に認められる程度の誇大表示を指す，と解されている*3。

しかし，このような基準で「実際のものよりも著しく優良であると示す」表示か否かを判断するとしても，ある飲食物を購入するか否かの判断基準は個人差も大きくその判断には難しい側面があることは否めない。上記食品偽装表示のうち，番号１～４及び７については，メインの材料の規格・品種・製造方法を偽装しており一般消費者にとって誤認がなければ誘引されることがほとんどなかったと比較的認められやすいと考えられるが，番号５及び６については，添え野菜の種類あるいはチョコレートソースの製造方法の誤認がなければ誘引されることがほとんどなかったとまで認められるのか疑問なしとしない。このように，消費者庁による優良誤認の認定が果たして司法判断としても追認しうる内容であるのか否か実務の集積を待ちたい。

３　処分等の結果

旧景品表示法第６条（新景品表示法第７条）は，「内閣総理大臣は，…同法第４条の規定に違反する行為があるときは，当該事業者に対し，その行為の差止め若しくはその行為が再び行われることを防止するために必要な事項又はこれらの実施に関連する公示その他必要な事項を命ずることができる」と規定する（なお，同法第12条により，内閣総理大臣の権限は消費者庁長官に委任されている）。

そこで，消費者庁長官は，平成25年12月19日，前述の食品偽装表示について，旧景品表示法第４条１項１号に違反する不当な表示を行っていたとして，Ｂ社に対し，同法第６条に基づき，下記の命令をした。

①　上記食品偽装表示を行っていたこと，当該表示は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ものであり景品表示法に違反するものであることを，速やかに一般消費者に周知徹底しなければならない。この周知徹底の方法については，あらかじめ消費者庁長官の承認を受けなければならない。

② 上記料理又は同種料理の取引に関し，上記食品偽装表示と同様の表示が行われることを防止するために必要な措置を講じ，これを役員及び従業員に周知徹底しなければならない。

③ 今後，上記料理又は同種料理の取引に関し，上記食品偽装表示と同様の表示を行うことにより，一般消費者に対し，実際のものよりも著しく優良であると示す表示をしてはならない。

④ 上記1の周知徹底及び上記2の措置について，速やかに文書をもって消費者庁長官に報告しなければならない。

【参考資料等】

- 真渕博『景品表示法（第4版）』（商事法務，2015年）
- 丸橋透・松嶋隆弘編著『景品・表示の法実務』（三協法規出版，2014年）
- B社メニュー表示の適正化に関する第三者委員会作成に係る平成26年1月31日付け「調査報告書」

第3　不正競争防止法違反事件【外国産鶏肉偽装事件】

1　事実関係

平成14年，C社による輸入鶏肉の偽装表示事件（以下「本件」という）が発覚し，農林水産省や公正取引委員会による行政処分にとどまらず，不正競争防止法違反として刑事判決が言い渡された。本稿では，原産地等偽装表示に関する不正競争防止法違反を中心に紹介する。

(1)　発覚の経緯

C社は，H社に完全無薬鶏の各種鶏肉製品を販売していたところ，平成14年2月23日及び同年3月2日にH社に対し鶏肉偽装表示を行っている旨の匿名電話が寄せられ，H社の調査により，同月4日，スペアリブにタイや中国から輸入した外国鶏肉を国産として約7トン混入させていたことが発覚した。

そして，同年4月22日，埼玉県警と鹿児島県警は，埼玉県戸田市のC社フーズ本社や鹿児島の工場などを捜索し，同年6月10日，C社首都圏支店長ら7名が不正競争防止法によって逮捕され，C社，同支店長A，同支店企画管理部長B，同支店営業部長Cが不正競争防止法違反によりさいたま地方裁判所に公判請求された。

(2)　判決

さいたま地方裁判所は，同年12月4日，C社を罰金1800万円に，Aを懲役1年6月に，B及びCを懲役1年に処し，A・B・Cについて3年間それぞれ刑の執行を猶予した（さいたま地判平成14年12月4日裁判所ウェブサイト）。

2　法令の適用

(1)　罪となるべき事実の概要

C社は，家禽肉の販売等を目的とする株式会社であり，鹿児島県産無薬飼料飼育産直若鶏を使用した商品をH社に販売していた。

A・B・Cらは，共謀の上，不正の目的をもって，平成13年11月17日から同年12月1日までの間，中国及びタイ産の輸入鶏肉を使用した手羽中ハーフを「薩摩無薬飼料飼育産直若鶏手羽中スペアリブ」，「若鶏手羽中スペアリブ（国産）」等と記載されたポリエ

チレン製包材に詰め，その原材料が鹿児島県産無薬飼料飼育産直若鶏であるかのような表示をした冷凍食肉商品合計約1万1425パック（内容量合計約4570キログラム）を製造して，同商品につき原産地，品質及び内容について誤認させるような表示をした上，同年11月21日から同年12月5日までの間，埼玉県内にあるＩ株式会社物流サービスセンターにおいて，Ｈ社から商品の保管及び入出庫等の委託を受けた同サービスセンター担当員に対し，上記数量に係る冷凍食肉商品を納品して，上記表示をした同商品を引き渡したものである。

⑵　適用法条

上記判決では，Ｃ社について，刑法第60条，平成13年法律第81号附則2条により同法による改正前の不正競争防止法（以下「旧法」という）第14条，第13条1号，第2条1項12号を適用し，Ａ・Ｂ・Ｃについて，刑法第60条，旧法第14条，第13条1号，第2条1項12号を適用した。

なお，改正により条文番号がずれているところ，旧法と現行不正競争防止法（平成27年7月10日号外法律第54号による改正後の不正競争防止法。以下「現行法」という）の対応関係は以下のとおりである。

- 旧法第２条第１項12号 → 現行法第２条14号
- 旧法第13条１号 → 現行法第21条第２項１号
- 旧法第14条 → 現行法第22条３号

本件では，旧法と現行法でその条文内容がほとんど変わらないことから，以下では，現行法の条文番号で論ずることとする。

3　不正競争防止法

⑴　産地等偽装表示に関する不正競争防止法の規定

現行法第2条14号では，不正競争として，「商品…にその商品の原産地，品質，内容…について誤認させるような…表示をした商品を…引き渡（す）行為」（誤認惹起表示行為）を挙げ，同法21条第2項1号によって，「不正な目的をもって」このような不正競争を行った者は，5年以下の懲役又は500万円以下の罰金に処する，と規定されている（なお，事件当時の法定刑は3年以下の懲役又は300万円以下の罰金）。

また，現行法第21条第2項2号では，「商品…にその商品の原産地，品質，内容…について誤認させるような虚偽の表示をした者」（虚偽表示行為）は，5年以下の懲役又は500万円以下の罰金に処する，と規定されている（同上）。

そして，いずれの罰則規定についても，現行法第22条3号によって法人の両罰規定が存在する。

⑵　誤認惹起表示行為と虚偽表示

上記のとおり，現行法第21条第2項1号では，「不正な目的」をもって産地等について「誤認させるような表示」（誤認惹起表示行為）に罰則を科し，同項2号では，産地等について「誤認させるような虚偽の表示」に罰則を科する。

この点，現行法第2条14号の「誤認させるような…表示」について，誤認を生じさせる表示の典型は，虚偽手段による欺罔であるが，そのほか，「誇張」，「権威」，「暗示」，「反復」などが含まれると考えられている。

このうち，虚偽の表示は特に競業秩序の破壊行為として悪質であり，公衆の利益が害されることが大きいので誤認惹起表示行為と一部重複するが特に別に

掲げられ，かつ「不正の目的」がなくても故意があれば処罰されることにされたものである。

⑶　誤認惹起表示行為

上記判例は，誤認惹起表示行為（現行法第2条14号）として罪となるべき事実を構成していることから，以下では，当該表示行為の構成要件を検討する。

ア　不正の目的

「不正の目的」とは，従前の規定である「不正競争の目的」と同義と考えられているところ，「公序良俗，信義衡平に反する手段によって，他人の営業と同種又は類似の行為をなし，その者と営業上の競争をする意図をいう」（最大判昭和35年4月6日刑集14巻5号525頁）とされている。

本件では，安価な中国及びタイ産の輸入鶏肉をブランド品である鹿児島県産無薬飼料飼育産直若鶏として販売しようとしたもので，「不正の目的」が認められることにそれほど異論はないであろう。

イ　原産地，品質及び内容

「原産地」は，商品の産地であり，その商品の産出，加工などした場所であり，一定の場所，すなわち市，地方，行政区画もすべて含み，過去に名付けられた地名も妨げない。

「品質」と「内容」は，区別して論ずる実益はないと考えられている。「品質」は，中古品を新品と表示したり，低級品を超一流品と称することが本号の典型と言われている。

ウ　誤認させるような表示

上記のとおり，現行法第2条14号の「誤認させるような…表示」には，虚偽手段による欺罔のほか，「誇張」，「権威」，「暗示」，「反復」などが含まれるところ，結果として「誤認させた」事実の存在を要せず，当該表示そのものから，表示の送り手，受け手・媒体を考慮の上，客観的に誤認を表示させるに足りるものであればよいと考えられている。

本件では，中国及びタイ産の輸入鶏肉を「薩摩無薬飼料飼育産直若鶏手羽中スペアリブ」等と記載されたポリエチレン製包材に詰め，その原材料が鹿児島県産無薬飼料飼育産直若鶏であるかのような表示をしたものであり，客観的に誤認を表示させるに足りるものといえる。

エ　虚偽表示行為（現行法第21条第2項2号）に該当しないのか

「誤認させるような虚偽の表示」（現行法第21条第2項2号）の「虚偽」とは客観的な事実に反することをいうところ，同表示は，本号に記載された「商品の原産地，品質，内容，製造方法，用途若しくは数量」等のいずれかの要素について客観的な事実に反する表示をすることをいう。

本件は，中国及びタイ産の輸入鶏肉を「薩摩無薬飼料飼育産直若鶏手羽中スペアリブ」等と偽っており，誤認させるような「虚偽」の表示であると言え，虚偽表示での起訴及び判決で良いようにも思える。

しかし，立証の点で考えてみると，原産地，品質及び内容について「虚偽」と認定するには客観的な事実に反することの立証が必要であることから，「薩摩無薬飼料飼育産直若鶏手羽中スペアリブ」等と偽った当該鶏肉が中国あるいはタイ産の鶏肉であり（正確には，鹿児島県薩摩産でない鶏肉であり），無薬飼料飼育をしておらず，かつ産直（産地直送）でなく若鶏でもないことを厳格に立証する必要が出てくる。しかし，海外からの輸入鶏肉について，これらの立証をするには海外捜査が必要となって非常に手間がかかる。他方，誤認惹起表示行為であれば，虚偽によらない方法での誤認も含むのでありその立証は比較的容易と考えられ，かつその法

定刑も虚偽表示の場合と同じであることから，誤認惹起表示行為の訴因で起訴をして裁判の審判対象とされたと思われる。

【参考資料等】

- 全国農業協同組合連合会作成「C社の表示違反等に係る対応について」報告書
- 農林水産省「食肉等の主な品質表示違反事件に係るプレスリリース」（平成14年3月29日付け「C社に対する処分について」）
- 松村信夫『不正競業訴訟の法理と実務（第4版）』（民事法研究会，2014年）
- 小野昌延・松村信夫『新・不正競争防止法概説（第2版）』（青林書院，2015年）

第4　悪質なコンプライアンス違反の事例【牛肉偽装事件】

1　事実関係

平成19年6月，元幹部らの内部告発により，北海道にある食肉卸売業者D社が，豚肉等の混入された挽肉を牛挽肉と表示して販売するなどの偽装表示を行っていたことが発覚した。

次々と明らかになったD社による偽装行為は，史上最悪の食品偽装事件とも言われるほど悪質極まりなく，当時，食品関連事業者のみならず消費者に対しても大きな衝撃を与えたものである。また，事件発覚後，D社は，従業員全員を解雇し自己破産するという結末を迎えており，企業におけるコンプライアンス・危機管理の観点からも，参考になる事案といえる。

(1)　発覚の経緯

D社による偽装行為は，創業者である同社社長がこれらの行為を不正であると認識した上，その指示・命令により，長年にわたり常態的に行っていたものである。従業員らは，職を失うことを恐れ，社長の指示・命令に反対することもできず，偽装行為を重ねていった。このような中，不正を質そうとした一部の者が，保健所，学校給食センター，農林水産省北海道農政事務所，北海道庁，警察等いくつもの公的機関に対し内部告発を試みたが，いずれの機関もこれに取り合わなかった。

平成19年6月20日，退職した幹部らの内部告発を受けたO新聞社が，加工食品の製造・販売業を営むQ社がD社から納入した牛挽肉を利用して製造したR社ブランドの冷凍牛肉コロッケから豚肉が検出されたとの記事を掲載した。この報道を機に，ようやく，D社による偽装行為が明るみになっていった。

(2)　発覚後の対応

報道直後，D社社長は，牛挽肉への豚肉混入は過失であったと主張していたが，元従業員らの証言によって，社長の指示があったことが明らかになった。すると，社長は，その後開かれた記者会見において，工場長の提案により行ったとして，工場長に責任を転嫁するようになった。もっとも，取締役であった長男に説き伏せられ，結局は，自ら指示し関与していたことを認めるに至った。このように，社長が保身や責任回避のために虚偽の発言を繰り返したことは，D社のダメージをより大きなものとした。

平成19年6月26日，D社は，事業継続は不可能として従業員を全員解雇し，同年7月18日，自己破産を申し立て，同日破産手続開始決定を受けた。

2　法令の適用

(1)　JAS法違反

平成19年6月22日～24日，農林水産省によりJAS法に基づく立入検査が行われた。その結果，D社による数多くの偽装行為が明らかになったが，その一例を挙げるだけでも，①牛挽肉に豚挽肉，鶏挽肉，豚内臓肉又は鴨挽肉を混入し，牛挽肉と表示して，Q社など18社に販売した，②外国産牛肉を混入していたにもかかわらず，国産又は北海道産と表示して販売した，③牛脂に豚脂を混入し，牛脂と表示して販売した，④牛挽肉及び牛脂について，科学的・客観的根拠がないにもかかわらず，賞味期限を1日延長して販売した，⑤国産と表示された牛スライスに外国産牛肉を混入して販売した（国産と表示された牛スライス商品には，個体識別番号の表示・伝達が行われておらず，また，帳簿に個体識別番号の記録がなかった），⑥豚挽肉の発色が悪い時には，原材料に牛の心臓を日常的に混入して販売した，⑦冷凍食品の賞味期限を改ざんして販売した，など極めて悪質かつ多岐にわたる。

また，後述する刑事裁判では，牛肉に他の畜肉を加えたばかりか，赤身と脂身を混ぜたり豚の血液製剤を用いたりして色調整をし，さらには「二度挽き」と称する手法を用いるなどして挽肉に偽装を加えていたことも白日の下に晒された。

加えて，内部告発をした元幹部の著書等により，肉に水を入れて増量した，くず肉，骨，古くなったパンなどを混ぜた，腐った肉を塩素水につけ再利用した，雨水で冷凍肉を解凍した，サルモネラ菌が検出されたソーセージのデータを改ざんした上で小中学校向けの学校給食に納入していたなどといった健康被害をも引き起こしかねない偽装の事実も明かされている。

もっとも，当時のJAS法は，一般消費者へ販売する生鮮食品及び加工食品の最終製品の製造販売業者に対してのみ表示義務を課していたため，食品卸業者であったD社はJAS法の適用対象外であった。その結果，農林水産省は，JAS法に基づく立入検査をしたものの，行政処分は行っていない。こうした事態を受け，平成20年4月1日施行のJAS法に基づく生鮮食品品質表示基準及び加工食品品質表示基準改正により，業者間取引される業務用生鮮食品及び業務用加工食品も，表示義務の対象となった。

(2)　刑事事件

D社社長は，牛肉に豚肉等の他の畜肉を加えるなどして製造した挽肉等を梱包した段ボール箱に，牛肉のみを原料とするかのようなシールを貼付した上，商品の品質及び内容を誤認させるような表示をして，これを取引業者に引き渡した事実につき不正競争防止法違反に問われた。加えて，取引業者に対し，同様の偽装牛挽肉等を引き渡したにもかかわらず，この事情を秘して代金請求をし，販売代金合計約4000万円を詐取したという事実について詐欺罪が認定され，懲役4年の実刑判決を受けた（札幌地判平成20年3月19日）。なお，公判の中で，D社社長は，「取引業者が求める安い単価に応えるためには，牛挽肉等に他の畜肉を混ぜるほかなく，その要望を断りがたかった」などと供述している。

【参考資料等】

- 「牛ミンチ」事案に係る立入検査の結果概要について（平成19年6月25日　農林水産省　プレスリリース）
- 農林水産省D社問題に関する検証チーム「『牛ミンチ』事案の事実関係及び今後の改善策に関する調査報告書」（平成19年7月6日）
- 赤羽喜六・軸丸靖子『告発は終わらない ミートホープ事件の真相』（長崎出版，2010年）