

表現・表示について

関係法令を参考にしてカタログ・チラシ・Web の

表現・表示の考え方をまとめたものです。

カタログ・チラシ・Web の表現・表示は、商品提供者の皆様が、

申込書に記載された内容・必要添付書類をもとに作成します。

記入に当たっては本冊子をご一読のうえ、

記入内容をご検討くださいますよう、お願いいたします。

ご提出いただいた内容が関係法令に抵触しそうな表現・表示については

修正する場合がございますので、ご承知おきください。

カタログ・チラシ・Webの表現・表示について

(1) 商品包装、品質表示及びリーフレット(しおり等)は関係法令を順守し、カタログ・チラシ・Web上の表現・表示と整合していること。

〔特に留意する点〕

- ①カタログ・チラシ・Web上の表現・表示は、景品表示法が基本となります。また、関係法律に基づき作成された商品包装・品質表示及びリーフレット(しおり等)が対象となりますので、下記の関係法令等に留意してください。
- ②各商品に関連する法令としては、各業界団体で取り決められた公正競争規約があります。「禁止表示」事項が多いため、関連する業界の公正競争規約がある場合には特に留意してください。
- ③商品名については、(5)を参照してください。

〔参考〕

◆全体に関連する法令

特定商取引に関する法律、食品表示法、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律(通称JAS法・品質表示基準)、不当景品類及び不当表示防止法(通称景表法)

◆商品ごとに関連する法令

公正競争規約、特定JAS法・都道府県地域食品認証基準(通称ミニJAS)、薬機法、健康増進法、酒税法・酒業法、乳及び乳製品の成分規格等に関する省令(通称乳等省令)、農薬取締法、容器包装リサイクル法、牛の固体識別のための情報管理及び伝達に関する特別措置法(通称牛肉トレーサビリティ法)、有害物質規制法、知的所有権、家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法、電気用品安全法、ワシントン条約・絶滅のおそれのある野生動物植物の種の保存に関する法律(通称種の保存法)、伝統的工芸品産業の復興に関する法律、文化財保護法

◆その他生産・製造・販売者に関する法律

計量法、製造物責任法(通称PL法)、消費者基本法

(2) 販売する商品がどんな商品なのかははっきりと分かり、消費者に誤解を与えない商品内容の表現・表示であること。

〔特に留意する点〕

- ①商品説明は、一般的に消費者に理解できない地方名・方言・業界用語・専門用語などで書かないように留意してください。
- ②商品写真については内容・色・形・サイズなどが誤解されないようにしてください。
- ③食品は原則として保存方法と賞味期間(消費期間)を記載します。また、生鮮食品は原産地、食品表示基準で指定された加工食品は原料原産地を記載します。
- ④特定原材料(アレルゲン)は「小麦・卵・そば・乳・落花生・えび・かに・くるみ」を表示します。
- ⑤原則商品の内容量表示について「約」の表記はしません。但し、一部補助表記として使用する場合があります。
- ⑥表示された材料が入っていない、もしくは少量しか使用されていないにもかかわらず相当量入っているかのような表現はしないでください。

〔 参考 〕

◆内容量は風袋量を除いた「最低保証量」を記載します。したがって「約」の表現は使いません。

※平均値を表すための「約」表記はしない：蒲鉾 300 g（約 30 g × 10）

- 1 枚 30 g を確保できる場合は「30 g × 10」と記載
- 総量で確保できる場合は「300 g（10 枚）」と記載
- 個装紙込みの場合は「30 g（個装紙込）× 10」と記載

（３）商品を過度に誇張したり、嘘やあいまいさが無い表現・表示であること。

〔 特に留意する点 〕

①特定商取引法、景表法・公正競争規約などにより、使用できない表現・表示があります。

②資料が添付されていなければ使用できない表現・表示があります。

③明確な根拠がなければ、使用できない表現・表示があります。

景表法により「合理的な根拠なく著しく優良品性を示す不当表示について、公正取引委員会は事業者に合理的な根拠の提出を求めることができ、事業者が合理的な根拠を提出しない場合には、不当表示として規制されること」になります。

〔 参考 〕

◆禁止表示として訂正削除を検討する表現例

- 最大級・最上級・最高等の優位性を意味する用語
「最高」「最大」「最小」「極上」「無尽蔵」「世界一」「日本一」「ナンバーワン」「世界初」「業界初」「究極」「天下一品」「逸品」 など
- 品質、機能、性能などが完全無比を意味する用語
「完全」「万能」「100%」「パーフェクト」「全くなし」「万全」「絶対」「皆無」「永遠」「永久」「拔群」「超」「絶妙」「理想的な」「健康になる」「美容効果」「栄養満点」 など
- 伝統や歴史的優位性を表現する際にその証明が困難と思われる用語
「秘蔵」「幻」「秘境」「伝説」「神話」「宝庫」「皇室御用達」「宮内庁御用達」「古来から」「中国四千年の」 など
- 医薬品的な効果・効能にあたる表現
- その他、誤認されるおそれのある用語
「話題の」「TV・ラジオでおなじみ」「選挙」「送料・消費税サービス」「格安」「環境に優しい」「世界が認めた」 など
- PB 商品と誤認されるおそれのある用語
「郵便局オリジナル」「頒布会オリジナル」 など
※PB 申請された商品のみ使用可能

◆資料添付が必要な表現・表示用語例

- 「有機農産物」「有機畜産物」「有機加工食品」
（認定機関から認定された認定証と有機 JAS マークが添付されているものに限り掲載可能）
- 「特別栽培農産物にかかわる表現」
（農林水産省のガイドラインに沿った書類と表示ラベルが添付されているものに限り掲載可能）

- 「〇〇賞受賞など受賞についての用語」
(国または都道府県が主催・後援・許可した賞、もしくは業界団体等が主催し一定の実績がある賞で、掲載商品が受賞し、授与者が明確、且つ受賞確認ができるものに限り、5年以内の受賞に限り掲載可能) ※主催者側で受賞に関する制限があればそちらを優先する(5年未満)
- 「名水百選の」「名水」などの用語
(市町村等の証明があれば掲載可能)
- 「健康を強調した表現(いわゆる健康食品)」
(厚生労働省が認めるものは許可証とそのマーク、(公財)日本健康・栄養食品協会が認定しているものは認定証とそのマーク、その他、品質表示、商品パッケージ、リーフレット(しおり等)に栄養成分表示などを行っている場合には裏付けとなる検査データ等があり、適正なものに限り掲載可能)

◆客観的な根拠が必要な表現・表示用語例

- 公正競争規約、JAS規格、地域特産品認証基準など客観的な根拠がなければ使用できない用語例
「特選」「特上」「特級」「優選」「一級」「極上」「本物」「本場」「天然」「自然」「ナチュラル」「純」「純正」「無公害」「絶対」「特産」「名産」「大型」「特大」「極厚」「優良」「上質」「上品」「高品質」「秀品」「完熟」 など
- 主観的な表現であり、認識の相違が生じるおそれのある用語
「贅沢」「たっぷり」「ふんだん」「豊富」「大ぶり」「希少、稀少」「徳用」「得用」「お買い得」
(同一商品の数量違い品の提案等、比較・確認できる場合を除く) など
- 栄養成分などについて「食品表示基準 別表第9、第12」で決められている強調表示の基準値を順守していないと使用できない用語例
「豊富」「強化」「低」「ロー」「0(ゼロ)」 など
- 製法や使用原料についての客観的な根拠が必要な用語例
「手作り」「手造り」「手彫り」「手塗り」「無添加」「無着色」「不使用」 など
- その他明確な根拠が必要な用語
「〇〇を代表する」「全国有数」「全国で好評」「限定品」「生粋」「新鮮」「高級」「最新」「最先端」「伝統」「老舗」「匠」「初めての」「発祥の地」「元祖」「独特」「本格」「格別」「堪能」「秘伝」「伝承」 など ※「老舗」は一般的に創業100年以上
- 明確な根拠が必要、及び使用するにあたり明記すべき内容のある用語
「自家製」「オリジナル」「王様」「女王」 など
※カタログ・チラシ等媒体に記載する場合、「〇〇社オリジナル」等、社名などを明記すること

◆その他、全体にかかわる表現として掲載できないもの

- 当該商品の宣伝に関係ない表現
- 宗教・年中行事・習慣等について、史実として裏付けのないものや宗教色の強い表現
- 人種・民族・性別・障害・職業等に関する差別的な表現
- 個人や集団に対する偏見・非難(誹謗)・軽蔑・侮辱など他者を著しく傷つける表現
- 商品の内容物を誤解させるような絵・写真及び誤認させるような表現
- 「安心です」「安全です」など、断定した表現
- 「一切」「のみ」等、限定した表現

(4) おとり広告【表現】の禁止について

【特に留意する点】

①販売商品

- ・あたかも販売商品と誤認されるような形での表現
- ・実際に取引しないもの、実際に取引することができないもの
- ・取引対象となり得ないもの
- ・取引する意志がないもの

②販売数量

- ・販売見込み数に対して用意できる数量が半分以上の場合は販売数量を表示すること
(販売限定数を併記)
- ・販売数量が限定されていない場合、または売切れる見込みがない場合は販売限定数を表示しない
- ・販売数量が限定されているにも拘らず、その内容が不明瞭となる表現
※販売数量を「限定数量〇〇個」と商品名に併記する
※顧客1名あたりで数を限定するときは「お一人様〇個限り」と併記する
※先着制限をつける場合は「先着〇〇名限り（お一人様〇個限り）」と併記する
- ・少量の表示に関しては「一点または〇〇点限り」等、これに類する表現はしない

③販売期間

- ・販売期間や取扱期間を限定する場合は、その期間を明示する

(5) 商標（登録商標・意匠権・著作権・肖像権）について

【特に留意する点】

①登録商標などの無断掲載の禁止

- ・他社が登録している商標やサービスマークは権利者の許可なく使用しない
※一般名称または普通名称のようであっても権利者がいる場合があります
- ・世界的に有名なブランド名及びマークは、登録がなくても保護されているので使用できない
※輸入商品に付されている商標は、その国で登録していても同じ名称を日本の第三者が登録している場合がある
- ・商品の形態・模様の特徴がある場合は、意匠登録されている場合がある
- ・新製品等で、特に形状がある商品に類似する場合は形態模倣（デッドコピー）に該当するので、モノマネはしないこと
- ・商品名については、登録商標等に抵触していないこと
登録または使用許諾している場合、裏付けとなる資料が必要（地域団体商標は除く）

②権利者の許諾なく著作権、肖像権を犯す表現の禁止

③許諾なく著名人の写真掲載の禁止

④制作者、著作権管理者等の許諾なく絵画、写真を広告宣伝媒体の掲載禁止

主な商品ジャンル・品目の表現・表示に関する個別留意事項

景品表示法による表示規制の統一ルールとは別に個別の業種ごとに規制している「公正競争規約」があります。特に表示においては、各公正競争規約が定める禁止用語や規制に反する場合、不当表示として判断される場合がありますので、カタログ・チラシ・Web などでの表現も原則、各公正競争規約に順守願います。

表示に関する公正競争規約

1) 食品 35 規約

●マーガリン類 ●飲用乳 ●ナチュラルチーズ・プロセスチーズ及びチーズフード
●アイスクリーム類及び氷菓 ●発酵乳、乳酸菌飲料 ●果実飲料等 ●トマト加工品
●コーヒー飲料等 ●豆乳類 ●レギュラーコーヒー及びインスタントコーヒー ●もろみ酢
●食品缶詰 ●粉わさび ●削り節 ●凍り豆腐 ●生めん類 ●辛子めんたいこ食品
●ハム・ソーセージ類 ●食肉 ●即席めん ●包装食パン ●鶏卵 ●食酢 ●みそ
●ドレッシング類 ●しょうゆ ●食用塩 ●観光土産品 ●はちみつ類 ●ビスケット類
●チョコレート類 ●チョコレート利用食品 ●ローヤルゼリー ●チューインガム
●特定保健用食品

2) 酒類 7 規約

●ビール ●輸入ビール ●ウイスキー ●輸入ウイスキー ●泡盛 ●酒類小売業
●単式蒸留焼酎

3) 家電・家庭用品等 10 規約

●ペットフード ●帯締め及び羽織ひも ●家庭電気製品製造業 ●家庭電気製品小売業
●釣竿 ●ピアノ ●電子鍵盤楽器 ●眼鏡類 ●スポーツ用品 ●仏壇

4) 化粧品等 5 規約

●防虫剤 ●化粧品 ●化粧石けん ●歯みがき類 ●家庭用合成洗剤及び家庭用石けん

など

食品表示法で定義する名称や原材料名に該当しないものに同様の名称や原材料名の使用、ここに定める禁止用語や規制に反する場合、食品表示法違反として判断されますので、同様に順守願います。

個別に禁止用語や規制が定められている食品群

●農産物缶詰及び農産物瓶詰 ●トマト加工品 ●乾しいたけ ●農産物漬物 ●ジャム類 ●乾めん類 ●即席めん ●マカロニ類 ●凍り豆腐 ●ハム類 ●プレスハム ●混合プレスハム ●ソーセージ ●混合ソーセージ ●ベーコン類 ●畜産物缶詰及び畜産物瓶詰 ●煮干魚類 ●魚肉ハム類及び魚肉ソーセージ ●削り節 ●うに加工品 ●うにあえもの ●乾燥わかめ ●塩蔵わかめ ●みそ ●しょうゆ ●ウスターソース類 ●ドレッシング及びドレッシング調味料 ●食酢 ●風味調味料 ●乾燥スープ ●食用植物油脂 ●調理冷凍食品（冷凍フライ類、冷凍しゅうまい、冷凍ぎょうざ、冷凍春巻、冷凍ハンバーグステーキ、冷凍ミートボール、冷凍フィッシュハンバーグ、冷凍フィッシュボール、冷凍米飯類及び冷凍めん類） ●チルドハンバーグステーキ ●チルドミートボール ●チルドぎょうざ類 ●レトルトパウチ食品（植物性たんぱく食品（コンビーフスタイル）を除く） ●調理食品缶詰及び調理食品瓶詰 ●炭酸飲料 ●果実飲料 ●豆乳類 ●にんじんジュース及びにんじんミックスジュース

同様に酒類においても個別に規制があるものがありますのでご留意願います。

●清酒の製法品質表示基準 ●果実酒等の製法品質表示基準