

「〇〇牛」「〇〇豚」「〇〇鶏」等の銘柄食肉あるいはブランド食肉といわれるものが多数存在し、今後益々増える傾向にある。

銘柄が付くことによって、実際には他の食肉と品質差がない場合でも、消費者には差別化商品、高級又は特別な品質を備えたものとのイメージをもって受けとめられる恐れがあるので、その名称の定義や仕入れの証明などには、万全を期する必要がある。

そこで、平成元年度から2年度にかけて、中央畜産会においてガイドライン「産地等表示食肉の生産・出荷等の適正化に関する指針」（生産者向け）と「食肉販売店等における食肉の産地等表示販売に関する指針」（販売店向け）が定められた。

ガイドラインにおける生産団体、販売店それぞれのポイントは次のとおり。

☆生産者団体等におけるポイント

1. 産地等表示食肉の推進主体の体制が整っていることが必要

- ①組織体制が明確
- ②常設の連絡場所を有する
- ③責任者が指名されている

2. 産地等表示食肉の規約の設定が必要

- ①生産・出荷の目的
- ②推進主体
- ③名称
- ④対象食肉の概要
 - ・種類、品種
 - ・生産地域
 - ・飼育管理（出荷月齢の目安、出荷時体重の目安、飼料給与の指針）
 - ・処理出荷等（処理機関又は場所、品質の範囲、部位名、産地等表示の具体的方法）

→表示のマークと表示方法

表示のマークを付与する場所及び実施者

指定店等の設置の手続・基準

☆食肉販売店におけるポイント

1. 推進主体において命名された名称を使用
2. プライスカードやカード、シール、ラベル等で個別に表示。又、陳列の区分を明確化
3. 指定店の看板等を常時陳列しても可だが、表示は上記2のとおり個別に
4. 消費者に次の事項を表示又は陳列（パンフレット、ポスターでも可）
 - ①推進主体の名称・所在地・連絡先
 - ②種類・品種
 - ③生産地域
 - ④特徴
5. 表示と相違ないものであることを実証しうる体制を整えておく
 - ①仕入伝票
 - ②証明し得る資料
6. 流通、卸売業者の協力が必要
 - ①推進主体は流通ルートを把握
 - ②流通業者に包装、伝票等に名称の記載を求める

なお、食肉の産地、銘柄について虚偽の表示をすることは、不当表示に該当する。
(54ページ参照)

他者の確立した銘柄名を勝手に使用すると、不正競争防止法違反（類似表示の禁止）に該当し、損害賠償を求められたり、罰金を課せられる。

時々、松阪牛と他の牛との混合スライスの場合、何%松阪牛ならば「松阪牛」と表示してよいかという質問を受けることがあるが、100%松阪牛の時しか、「松阪牛」と表示することはできない。

また、銘柄食肉と類似した表示を行った場合、一般消費者に当該食肉を銘柄食肉と誤認させることから、このような表示を行った場合、不当表示になるおそれがある。

- 事例
- ✕ 近江和牛（銘柄名は近江牛）⇒○ 和牛（近江産）とする。
 - ✕ 米沢和牛（銘柄名は米沢牛）⇒○ 黒毛和牛（米沢・山形県産）とする。



- ➡産地等表示食肉の生産・出荷等の適正化に関する指針▶(164ページ)
- ➡食肉販売店等における食肉の産地等表示販売に関する指針▶(166ページ)
- ➡不正競争防止法第2条1▶(159ページ)