

○「〇〇牛」「〇〇豚」「〇〇鶏」などの銘柄やブランドをつけた食肉が多くみられます。銘柄などがつくことによって、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のイメージを受け取られる恐れがあるので、その名称の定義を確実にし、販売・仕入の際にはその確認に万全を期す必要があります。

○産地などの生産・出荷・販売などについてのガイドライン

「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)

「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)

のガイドラインが(公社)中央畜産会において定められています。

生産者団体などにおけるポイント

1. 産地等表示食肉の推進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 推進体制 ③ 名称 ④ 対象食肉の概要

- ・種類、品種 ・生産地域 ・飼養管理(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
(ア. 表示マークと表示方法 イ. 表示マークを付与する場所及び実施者 ウ. 指定店の設置の手続き・基準)

食肉販売店における表示のポイント

表示の内容

- ① 上記生産者などの推進主体の使用した「産地等表示食肉の名称」。
② 対象食肉の種類・品種、推進主体の名称、所在地及び連絡先、生産地域、特徴。

表示の方法

- ① 食肉ごとに区分して陳列し、上記事項を商品カード、ラベルなどで行います。なお、推進母体の作成したパンフレット、ポスターなどに上記事項が含まれていれば、商品カード、ラベルなどに替えることができます。
② 消費者の目につく場所に表示します。