

果汁・果実表示のある加工食品の  
表示に関する実態調査報告書

公正取引委員会事務総局

## 目 次

第1	調査の背景・目的	1
第2	調査の方法	1
1	表示事例の収集・分析	1
2	消費者モニターアンケート調査	1
3	ヒアリング調査	1
第3	果汁等の強調表示のある加工食品について	2
1	市場規模	2
2	製品特性	2
3	果汁等の強調表示のある加工食品に係る表示規制の概要	3
第4	果汁等の強調表示のある加工食品の表示の実態及び景品表示法上の考え方	5
1	果汁の使用の表示に加えて、具体的に果汁含有率を表示している商品	5
(1)	「××果汁 %」との表示について	5
ア	表示の実態	5
イ	表示上の問題点	6
ウ	ヒアリング調査の結果	7
エ	消費者モニター調査の結果	9
オ	景品表示法上の考え方	10
(2)	特色ある原材料を使用した「××果汁 %」との表示について	11
ア	表示の実態	11
イ	表示上の問題点	11
ウ	ヒアリング調査の結果	12
エ	消費者モニター調査の結果	12
オ	景品表示法上の考え方	13
2	果汁等を使用していない旨を明りょうに表示していない商品	14
(1)	無果汁の商品の表示について	14
(2)	実際に使用された果汁等とは異なる果実等を表示した商品について	17
ア	表示の実態	17
イ	表示上の問題点	17
ウ	ヒアリング調査の結果	17
エ	消費者モニター調査の結果	18
オ	景品表示法上の考え方	18
第5	まとめ	19
第6	今後の対応	19

## 第1 調査の背景・目的

果汁，果実及びこれらを粉末，ペースト状等にしたもの（以下「果汁等」という。）を原材料として使用した加工食品，あるいは，果汁等は使用せずに，香料，着色料等によって果汁の風味をつけた加工食品は，果実飲料，清涼飲料水のような飲用タイプの商品から，キャンデー，グミ等のようにほとんど水分を含まない固形タイプの商品まで広範囲にわたっている。

これらの商品の表示には，果実の写真，絵，名称等や，果汁の含有率等を強調した表示（以下「果汁等の強調表示」という。）が多くみられるが，その中には，果汁等の強調表示をしているにもかかわらず，実際には果汁等が使用されていない，あるいは，写真，絵，名称等で表示されている果実とは異なる果汁を使用している商品などもみられる。そのような商品の一部が不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）違反に問われたケースもある<sup>1</sup>。

そこで，本件調査では，一般消費者の適正な商品選択に資する観点から，果汁等の強調表示のある加工食品のうち，キャンデー，グミ等の固形タイプの商品を対象に表示の実態調査を行い，その景品表示法上の考え方等を整理した。

なお，清涼飲料水等の特定の商品<sup>2</sup>については，原材料に果汁等が使用されていない旨を明りょうに記載しない場合等を不当表示とすることを規定した「無果汁の清涼飲料水等についての表示」（昭和48年公正取引委員会告示第4号。以下「無果汁告示」という。）の規制を受けることから，調査の対象外とした。

## 第2 調査の方法

### 1 表示事例の収集・分析

平成18年6月以降，果汁等の強調表示のあるキャンデー，グミ等の固形タイプの加工食品132点の容器包装，商品に添付されたラベル等について，強調表示の態様を分析。

### 2 消費者モニターアンケート調査

平成18年6月，消費者モニター512名に対し，アンケート調査を実施（有効回答者数：501名 回収率98%）。

### 3 ヒアリング調査

平成18年8～9月，果汁等の強調表示のある加工食品を製造・販売する事業者等から，商品の製造方法，特性等についてヒアリングを実施。

---

<sup>1</sup> 平成18年（排）第1号（キャンデーの不当表示），平成16年（排）第17号（グミの不当表示），平成16年（排）第2号（清涼飲料水の不当表示）等

<sup>2</sup> 清涼飲料水，乳飲料，はっ酵乳，乳酸菌飲料，粉末飲料，アイスクリーム類又は氷菓の6品目（容器に入っているもの又は包装されているものに限る。）

### 第3 果汁等の強調表示のある加工食品について

果汁等の強調表示のある加工食品は多岐にわたるところ、果汁等の写真、絵のほか、果汁の含有率等の強調表示のある商品が比較的多いとみられるキャンデー、グミ等について、市場規模、製品特性等を見ると、以下のとおりである。

#### 1 市場規模

果汁等の強調表示のある加工食品に関する正確な市場規模は不明であるが、キャンデー、グミ等を含む飴菓子の市場規模を見ると、平成17年の生産額は1750億円（前年比101%）、販売額は2432億円（同101%）である（全日本菓子協会調べ）。このうちグミについてみると、同年の販売額は180億円程度とみられる。

#### 2 製品特性

##### （1）原材料として使用する果汁等の形態及び使用量

キャンデー、グミ等の水分量の少ない加工食品に原材料として使用される果汁等は、果実を搾汁したそのままの状態（ストレート果汁）で使用されることはほとんどなく、濃縮果汁、ペースト、粉末などの状態に加工された上で利用されている。

また、使用する濃縮果汁等の使用量は、ハードタイプ、ソフトタイプ等の製品の特性に応じて水分量の上限があることから<sup>3</sup>、キャンデーの場合でみると、多くても商品重量全体の1～2パーセント程度がその上限となる。果汁本来の味（酸味等）の強さ、商品のコンセプト（濃い味にするか、すっきりとした味にするか等）等に応じて、上記上限値の範囲で決定されている。

（商品規格例）ハードキャンデー（商品重量100g）の場合

区分	原材料名（多い順に記載）	重量割合（g）
原材料	水飴	48.27
	砂糖	48.27
	5倍濃縮ぶどう果汁	1.52
	エキス	0.28
添加物	酸味料、香料、色素等	1.66
		100.00

実際の例を基に配合比等のモデルを作成したもので、商品実例ではない。

##### （2）製造過程における原材料の品質変化

果汁飲料（ジュース）の場合は、濃縮果汁を原材料として還元利用した場合、果汁本来の風味<sup>4</sup>が損なわれるため、香料を使用するケースが多くみられる。

<sup>3</sup> ハードタイプのキャンデーの場合、商品全体の水分量は3%以下、ソフトタイプのもので水分量6～8%以下、グミの場合で18%～20%以下といわれている。

<sup>4</sup> 風味は、香り、甘味、酸味及び喉ごしの4つの要因から構成されるといわれている。

他方、キャンデー、グミ等の加工食品の場合は、製品化する製造工程の各段階(圧搾・加熱等)で果汁飲料(ジュース)の製造以上に原材料に様々な負荷が掛かることとなる。この点について菓子メーカーに確認したところ、製造過程において、果汁本来の香り、味(酸味等)、色等の成分が損なわれる場合(消失・減少・変質等)があるため、失われた色素・風味等を補うとともに、商品の開発コンセプトに近いものとするために、香料等の添加物が使用されているとのことである。

しかしながら、製品化する過程で香り、色等の損なわれる成分があるものの、当該果汁の特性である呈味物質(当該食品に特徴的な風味を構成する物質)がすべて失われてしまうことはないとのことである。

原材料の形態	製品化する過程で損なわれる成分等	主な原因	人工的に補う措置
果実(原型のまま)	形, 香り, 色	加熱・メイラード反応 <sup>5</sup>	香料, 酸味料, 着色料
ストレート果汁	香り, 色	加熱・メイラード反応	同上
濃縮果汁	香り, 色	加熱・メイラード反応	同上
粉末果汁	香り, 味, 色	加熱・乾燥・粉砕	同上

### 3 果汁等の強調表示のある加工食品に係る表示規制の概要

#### (1) JAS法

果汁等の強調表示のある加工食品については、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律(以下「JAS法」という。)に基づく加工食品品質表示基準の規定が適用される<sup>6</sup>。

同基準では、商品の容器包装上の果実等の絵、写真について、「内容物を誤認させるような文字、絵、写真その他の表示」を行うこと等が禁止されている(同基準第6条第3号)。

また、「特色のある原材料」(特定の産地、特定の品種等<sup>7</sup>)を使用した旨表示する場合は、その使用割合について、商品に占める重量割合、又は同種の原材料に占める重量割合のいずれかを表示することとされている<sup>8</sup>。

<sup>5</sup> アミノ酸やたんぱく質をブドウ糖のような糖類と混ぜて加温すると生じる食物の褐色の変化。

<sup>6</sup> 加工食品品質表示基準(適用範囲)別表1 果実加工品、菓子類等

<sup>7</sup> 平成18年8月の同基準の改正において、「特色のある原材料」に該当するものとして、新たに、「特定の製造地のもの」、「特別な栽培方法により生産された農産物」、「品種等」、「銘柄名、ブランド名、商品名」が追加された。当該改正による移行期間は、平成20年7月31日までの2年間とされている。

<sup>8</sup> 「特色のある原材料」(例えば巨峰果汁)をA、「同種の原材料」(例えばぶどう果汁)をA'とすると、Aの使用割合を示す方法としては、 $A / \text{商品重量}$ 、あるいは、 $A / (A + A')$ のいずれかとなる。

なお、 を表示する場合には、同種の原材料に占める重量割合であることが分かるように表示する必要がある。

## (2) 景品表示法

景品表示法では、果汁等の強調表示が一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示すことにより、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場合に、同法第4条第1項第1号(優良誤認)の規定に違反するものとして規制される。

また、景品表示法第12条の規定に基づき、一定の業種については、表示又は景品に関する公正競争規約が制定されているところ、チューインガム、ビスケット、チョコレート、チョコレート利用食品、アイスクリーム類及び氷菓については、表示に関する公正競争規約において、果汁等の強調表示に関する規定が置かれている。

例えば、チューインガムの表示に関する公正競争規約では、「果汁入り」などと特に強調して表示する場合は、果汁等の使用量が公正競争規約施行規則(以下「施行規則」という。)で定める基準(重量比で3%)以上でなければならず、かつ、その使用量を併せて明示しなければならないなどと規定されている(同公正競争規約第4条第2項、施行規則第3条第1号ア)。

なお、キャンデー及びグミについては公正競争規約が設定されていない。

#### 第4 果汁等の強調表示のある加工食品の表示の実態及び景品表示法上の考え方

消費者モニター等から使用後の包装類の提供を受けたキャンデー、グミ、チューインガム等の固形タイプの商品(132点<sup>9</sup>)にみられた果実の写真、絵、名称等の表示内容について整理したところ、表示の態様は、果汁等の使用の有無により以下のように大別される。

果汁等の使用	表示の態様	商品数(%)
使用している	ア 果実の写真、絵、名称その他果汁を使用している旨を表示している商品	65(49%)
	イ アの表示に加えて、果汁含有率を表示している商品	32(24%)
使用していない	ウ 果実の写真、絵、名称等を表示しているが、果汁等を使用していない旨を明りょうに表示していない商品	23(17%)
	エ 果実の写真、絵、名称等を表示しているが、果汁等を使用していない旨を明りょうに表示している商品	12(9%)

上記ア～エの表示の態様のうち、アについては、果汁の使用量のような商品情報について、「たっぷり」、「豊富に」といった抽象的な表示をする場合がみられるが、このような場合には、併せてできるだけ具体的に果汁含有率を表示することが一般消費者に対する適正な情報提供の観点から望ましいことから、イのタイプに改善されることが望ましい。しかしながら、イのタイプについても、果汁含有率の計算方法によってはその数値が大きく異なったものとなるなどの問題点がみられる。

また、ウについては一般消費者に誤認を与えるおそれがあるケースであるが、エについては、景品表示法上の不当表示となるおそれは少ないものと思われる。

そこで、以下では、イ及びウのケースについて、表示上の問題点、事業者ヒアリング、一般消費者の認識及び景品表示法上の考え方について取りまとめた。

##### 1 果汁の使用の表示に加えて、具体的に果汁含有率を表示している商品

果汁の使用の表示に加えて、具体的に果汁含有率を表示している商品については、2つのタイプがあり、単に「りんご果汁 %」と表示するものと、「     県産りんご果汁 %」といった特定の産地(     は具体的な産地名)、あるいは「巨峰果汁 %」といった特定の品種の果汁を使用している旨を表示するもの(いわゆる「特色のある原材料表示」)がみられた。

##### (1)「××果汁 %」との表示について

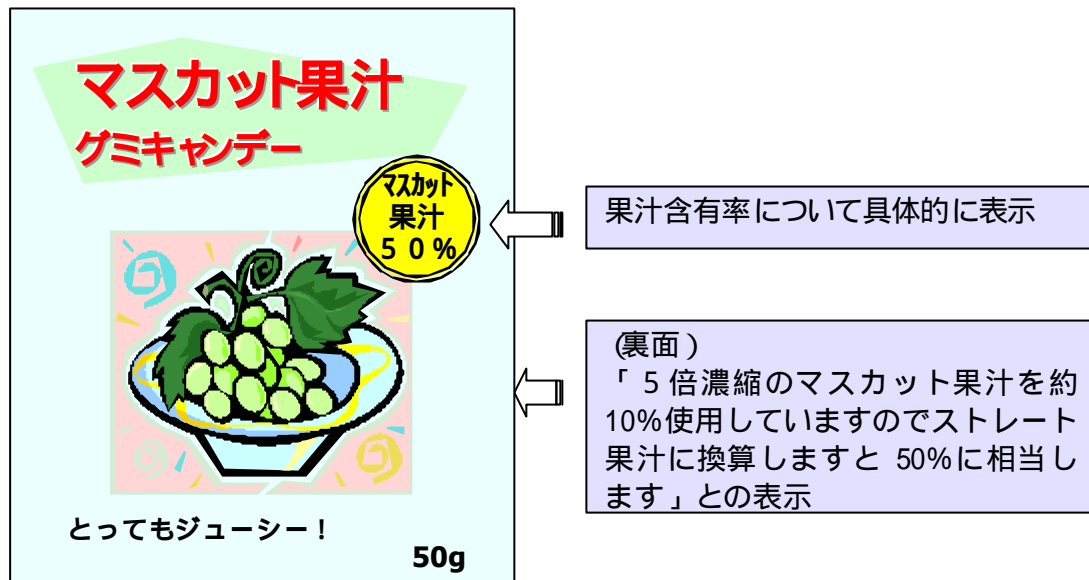
###### ア 表示の実態

果汁等を使用している旨の表示とともに、その使用量について「××果汁 %」などと具体的に果汁含有率を表示している商品がみられた。

<sup>9</sup> ハードキャンデー62点、ソフトキャンデー11点、グミ19点、ガム6点、その他34点

このような事例の中には、表示の意味について、「5倍濃縮のマスカット果汁を約10%使用していますのでストレート果汁に換算しますと50%に相当します」などと表示しているものもみられた。

(商品例)



実際の商品を参考に作成したもので、商品事例ではない(以下商品例について同じ)。

## イ 表示上の問題点

「果汁 %」などと具体的に果汁含有率を表示するケースについては、以下のとおり、果汁含有率の計算方法によって数値が大きく異なり、それによって実際の原材料の使用率と表示される数値との間に大きな乖離が生じるといった表示上の問題がみられる。

### 果汁含有率の計算方法による問題

果汁含有率を表示する場合、その計算方法としては、

- a) 原材料として使用されている濃縮果汁の商品重量(全原材料)に占める割合から算出する方法【重量割合方式】
- b) 原材料として使用されている濃縮果汁を元の状態(ストレート果汁の状態)に戻したと仮定して、当該商品の果汁含有率(例:果汁 %)を算出する方法【生果汁換算方式】

の2つが考えられる。

ハードキャンデーのような水分量が少ない加工食品の場合、濃縮果汁のような水分量のある原材料の使用量は技術的に厳しい上限値があることから、a)のような商品重量割合による計算方法を採用すると、果汁含有率は高くても2%程度にしかならず、b)の方法を選択する方が果汁含有率は高くなる。

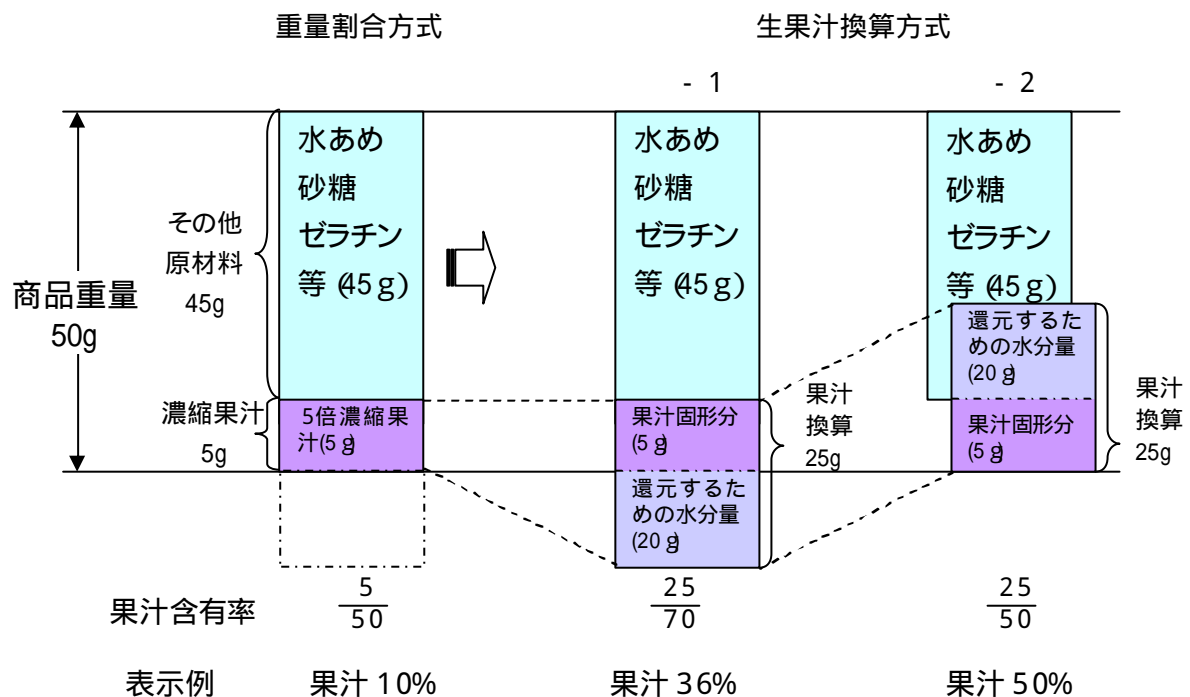


さらに、b)の生果汁換算方式の場合には、元の状態に還元するための水分量を濃縮果汁の重量(分子)と商品重量(分母)のそれぞれに加えて計算する方法(図1の - 1)(注1)と、濃縮果汁の重量(分子)のみに加えて計算する方法(図1の - 2)(注2)があるが、後者の場合には、果汁100%以上となるケースも生じるなど計算上の数値(百分率表示)は更に大きくなる<sup>10</sup>。

(注1) 果汁含有率 = (濃縮果汁の重量 + 還元するための水分量) / (商品重量 + 還元するための水分量)

(注2) 果汁含有率 = (濃縮果汁の重量 + 還元するための水分量) / 商品重量

図1 5倍濃縮果汁を5g使用した商品(1袋当り50g)の場合



### ウ ヒアリング調査の結果

果汁含有率を表示する場合、その計算がどのように行われているかについて、菓子メーカーからヒアリングを行ったところ、すべてのメーカーにおいて、生果汁換算して計算する方法(上記図1の - 2のケース)が採用されていた。

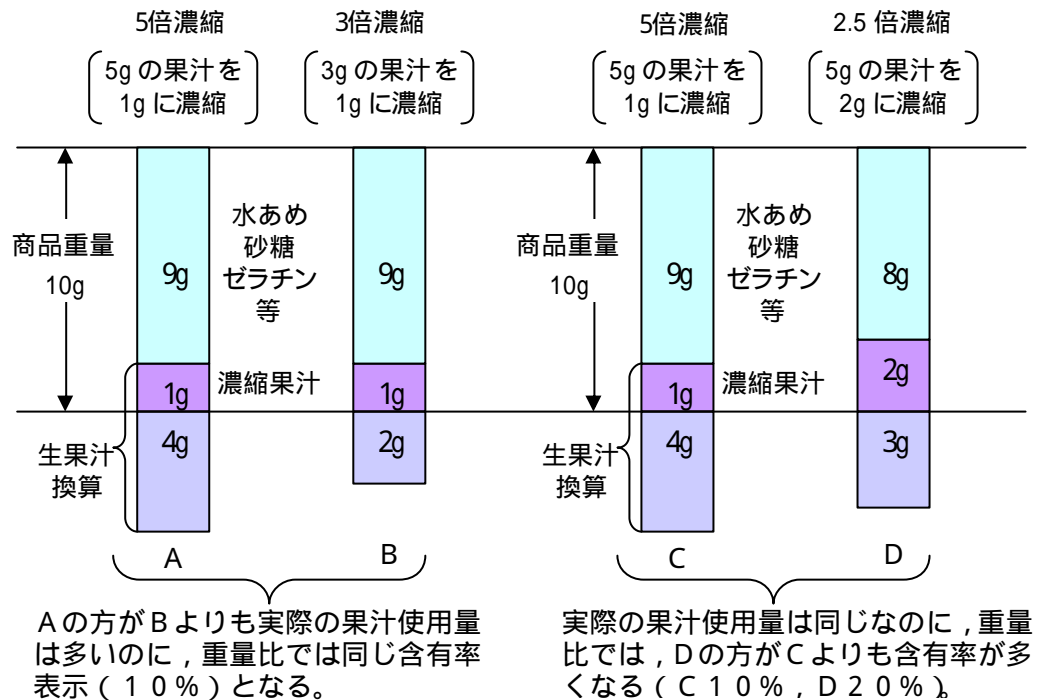
原材料の商品重量割合で計算する方法を採らない理由としてメーカー側は、「原材料の重量割合では、原料として使用する濃縮果汁の濃縮率の差によっては、使用した果汁の量を正確に一般消費者に伝えることが難しいので、生果汁換算で表示する

<sup>10</sup> ハードキャンデーの場合は、水分量の上限が3%以下であるので、このような商品の実現は難しいが、グミの場合、水分量の上限が18%程度と高いため、計算上100%以上となるケースも可能と考えられている。

こととした」としている。

このメーカーの説明を図で示すと、次のとおりとなる。

図2 濃縮率の差によって果汁使用量が異なるケース



	A	B	C	D
実際の果汁使用量	5 g	3 g	5 g	5 g
濃縮果汁の重量	1 g	1 g	1 g	2 g
重量比率 (注1)	10 %	10 %	10 %	20 %
生果汁換算比率 (注2)	50 %	30 %	50 %	50 %

(注1) 重量比率 = 濃縮果汁の重量 / 商品重量

(注2) 生果汁換算比率 = (濃縮果汁の重量 + 還元するための水分量) / 商品重量

このように原材料として使用している濃縮果汁を元の状態に還元して果汁含有率を計算する場合に、分母となる商品重量に、還元計算の際に増量する還元用の水分相当量を計上せずに、当該還元後の果汁成分量が商品重量の何%に相当するかを計算する方法は、キャンデー、グミだけでなく、チョコレート、ガム等の他の加工食品においても広く採用されている方法とのことである。

このような計算方法では、生果汁換算する際に計算上増加する水分量を商品重量(総重量)に加えないため、グミ等の比較的水分量の多い商品については、濃縮果

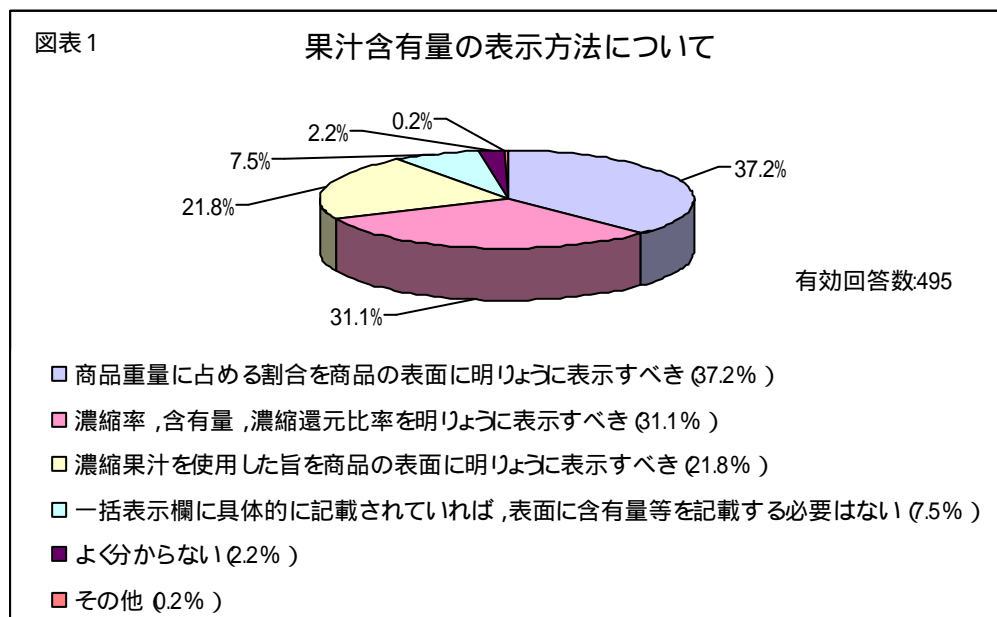
汁の使用量も多くなることから、生果汁換算すると100%以上の果汁含有率となるケースも想定される。

この点についてメーカー側は、「そのような場合の100%という表示については、原材料である濃縮果汁の全原材料に占める使用割合を表示したというよりも、原材料として使用した濃縮果汁の固形分を生果汁の状態に換算した場合の使用量を示した表示であり、生果汁換算でみるとその使用量が商品重量と同等であるということを示している。キャンデー、グミ等の固形物の場合は、ジュース等と異なり、果汁だけで作られた商品でないことは見れば明らかなので、100%という表示について一般消費者に誤認を与えるおそれはないと考えている。また、このような考え方で表示していることについて、一般消費者に十分理解してもらうために、商品の裏面には『 $n$ 倍濃縮果汁を $m$ %使用しているので、元の状態に換算すると100%に相当する成分が含まれています』などと説明書きを加えている。」とのことであった。

## エ 消費者モニター調査の結果

キャンデー、グミ等の加工食品について、濃縮した果汁を使用した場合、果汁含有量(率)は、どのように表示すべきであるか質問したところ、「商品重量に占める割合を商品の表面に明りょうに表示すべき」と回答した者は、37.2%であった。次いで、「濃縮率、含有量、濃縮還元比率を明りょうに表示すべき」とする、より詳しい情報を求める者が31.1%であった。

他方、「一括表示欄に記載されていれば商品の表面に含有量等を記載する必要はない」と回答した者は、7.5%であった。(図表1)



## オ 景品表示法上の考え方

果汁等の強調表示のある加工食品の果汁含有率が「たっぷり」、「豊富に」といった抽象的な表示だけでなく、具体的な数値として表示されている場合であっても、キャンペーン、グミ等の水分量の少ない固形タイプの商品であるのに非常に高い果汁含有率が表示された商品がみられるところ、このような表示は、商品重量割合に基づいて計算されたものではなく、使用した濃縮果汁を生果汁の状態に換算した上で、商品重量と比較したものであった。

他方、一般消費者の認識としては、商品重量に占める割合表示を求める者や、濃縮率、含有率、濃縮還元比率を明りょうに表示すべきと考える者など、より詳しい情報を求める者が多くみられた。

したがって、果汁含有率の表示を行う場合は、特に次の事項に留意して表示を行うことが、一般消費者に対する適正な情報提供の観点から望ましい。

商品重量に占める濃縮果汁の重量割合なのか、濃縮果汁を元の状態に還元した状態として算定した重量割合（生果汁換算）であるのか明りょうに表示すること

特に、原材料として使用している濃縮果汁を生果汁換算する場合であって、分母となる商品重量に、還元計算の際に増量する還元用の水分相当量を計上せずに、生果汁換算した数量が商品重量の何%に相当するかという計算を行う場合は、その旨が分かるように説明書きを明りょうに表示するとともに、実際の原材料の使用率と百分率によって表示される数値との乖離が大きいので、単にパーセント表示だけを行うのではなく、併せて濃縮果汁の重量を具体的に表示することが望ましい。

また、商品の表面で表示している果実等が複数の場合であって、それぞれの果汁等の配合率が異なる場合は、その旨を明りょうに表示することが望ましい。

### 望ましい表示例

商品表面に「××果汁 %」などと果汁含有量に関する強調表示を行う場合

表示例： 商品に占める重量割合で表示する場合

表面「××果汁 %」( \_\_g )

生果汁換算の割合を表示する場合

表面「××果汁 % ( 生果汁換算比 ) ( \_\_倍濃縮果汁 \_\_g )」

なお、表面に使用した濃縮果汁の重量が明記されない場合は、下記のような説明書きを表示すること

「 \_\_倍濃縮の××果汁を \_\_g使用していますので、生果汁（元の状態）に換算しますと商品重量の %に相当する量を使用しています。」

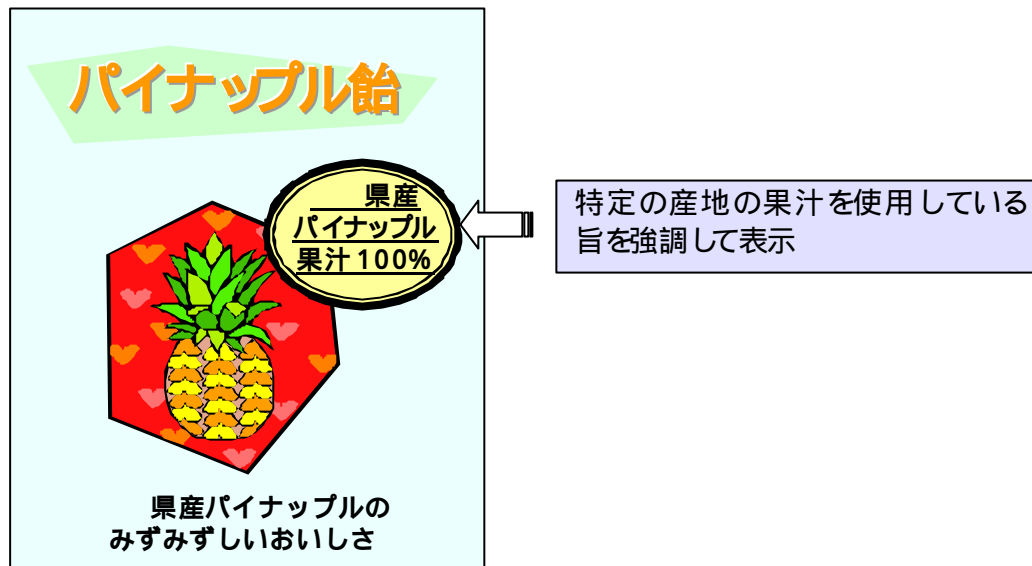
なお、「望ましい表示例」として示したものはあくまでも一例であり、情報提供の内容、その表現振りなどは、「景品表示法上の考え方」として示した趣旨を損なわない範囲で事業者が適切な表示を行うことが期待される。

(2) 特色ある原材料を使用した「××果汁 %」との表示について

ア 表示の実態

果汁等を使用している表示の中には、使用している果汁について、「県産りんご果汁 %」といった特定の産地あるいは「巨峰果汁 %」といった特定の品種の果汁を使用している旨を強調表示しているもの（いわゆる「特色のある原材料表示」）がみられた。

(商品例)



イ 表示上の問題点

特色のある原材料の含有率の計算方法については、加工食品品質表示基準において、以下の2つの方法のいずれかによることが明記されている。

特色のある原材料の重量 / 製品重量

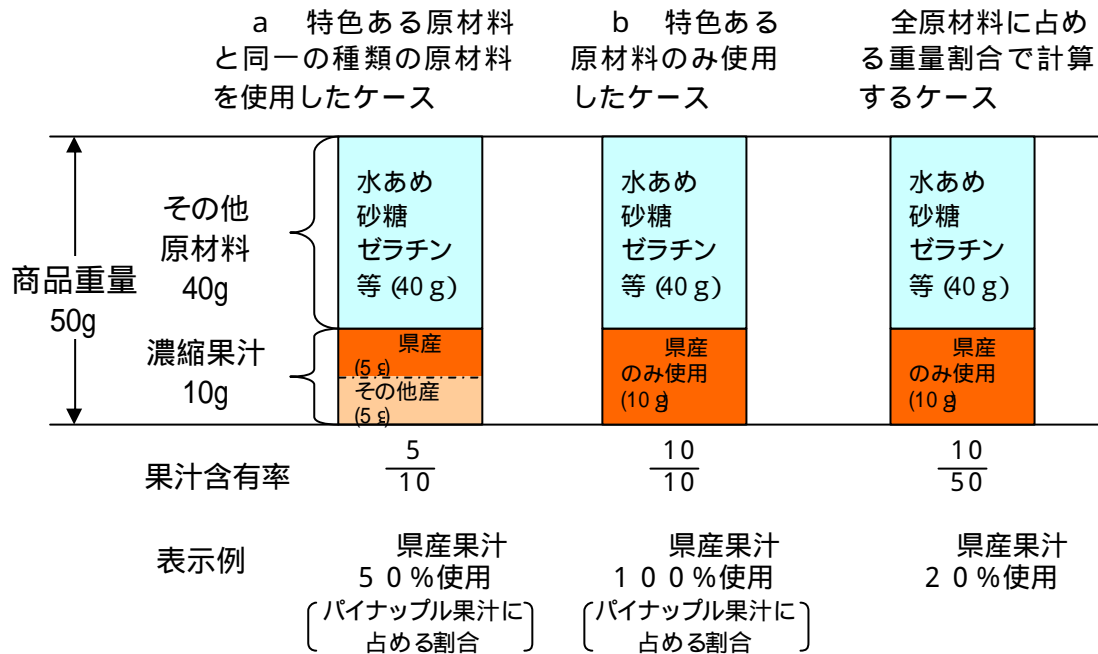
特色のある原材料の重量 / (特色のある原材料 + 同種の原材料) の重量

のケースは、ぶどう果汁のうち特定の品種である巨峰、マスカットなどの特色のある原材料を使用しているケースが想定されるが、実際には、特色のある原材料のみを使用している場合が多くみられる。このような場合、特色のある原材料が1種類であればその使用割合は使用量にかかわらず100%となる。加工食品品質表示基準においては、その割合が100%である場合にあっては割合表示を省略できると規定しているが、収集した表示例をみても、むしろ100%であることを強調表示している例がほとんどである。

加工食品品質表示基準においては、使用割合のみを表示することとされており、使用量についての併記が義務付けられていないことから、キャンデーのような原材料として実際に使用される果汁の使用量が商品重量全体の2%程度と僅少なケースであっても、特色のある原材料だけを使用した場合には「100%」と表示するこ

とが可能となる（下記図3の b）など、実際の原材料の使用率と計算上の数値（百分率（%）表示）との間に大きな乖離が生じるといった表示上の問題がみられる。

図3 県産のパイナップル濃縮果汁を使用した商品（1袋当り50g）の場合



### ウ ヒアリング調査の結果

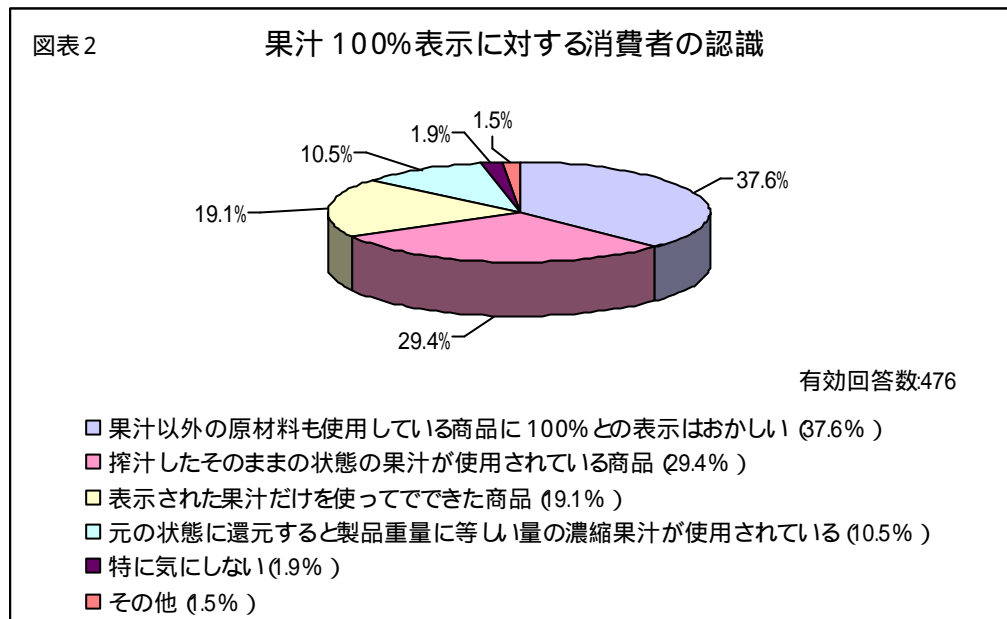
食品メーカー等からヒアリングを行ったところ、特定の産地、品種を使用している旨を表示することについて、ジュース等のように、産地、品種の違いによる味の差異を強調するためというよりも、一般消費者に商品の特性に関する明確なイメージを伝えるという観点から有効であるので表示しているとの意見がみられた。

また、「県産りんご果汁100%」等の表示について、メーカー側は、「レトルトカレー、ハンバーガーなどで『牛肉100%カレー』、『牛肉100%バーガー』などと表示した商品と同様に、使用している原材料が当該特色のある原材料だけであることを強調した表示であって、果汁の使用量の多寡を強調した表示ではない」との意見もみられた。

### エ 消費者モニター調査の結果

キャンデー、グミ等の加工食品について、「果汁100%使用」との表示がある場合、どのように思うか質問したところ、「果汁以外の原材料（水あめ、香料、酸化防止剤等）も使用している商品に100%との表示はおかしい」と回答した者が最も多く（37.6%）、次いで、「搾汁したそのままの状態の果汁が使用されている商品」と回答した者が29.4%、「表示された果汁だけを使ってできた商品」と

回答した者は19.1%であった。(図表2)



#### オ 景品表示法上の考え方

このような「 県産りんご果汁100%」等の表示について、一部には、「牛肉100%カレー」などと表示した商品と同様に、使用している原材料が当該特色のある原材料であることを強調した表示であって、果汁の使用量の多寡を強調した表示ではない」との意見もみられるが、カレーやハンバーガーなどの主要な原材料に関する表現としては適当であっても、多くの副次的な原材料の一つとして使用される濃縮果汁などにおいては適当な表示であるとはいえない。

また、前記(1)のとおり、グミなどでは、メーカー側の努力によって濃縮果汁の利用技術を向上させ、商品重量割合で20%程度まで濃縮果汁の使用限量を高めた結果、生果汁換算では商品重量に相当する果汁成分が使用可能となり、このことを「果汁100%」と表示しているケースがみられたが、このようなケースと比べて、特色のある原材料を使用した場合は、その使用割合は濃縮果汁の使用量にかかわらず(仮にその使用量が商品重量割合で0.1%未満であったとしても)、「100%」と表示することができる。

したがって、特色のある原材料を使用し、当該特色ある原材料の含有率表示を行う場合は、商品重量に占める濃縮果汁の重量比率であるのか、使用している同一種類の果汁に占める当該特定の果汁の比率であるのかについて明りょうに表示するとともに、実際の原材料の使用率と百分率によって表示される数値との乖離が大きいので、単にパーセント表示だけを行うのではなく、併せて濃縮果汁の重量を具体的に表示することが望ましい。

## 望ましい表示例

商品表面に「      県産パイナップル果汁        %」などと強調表示を行う場合

表示例： 商品に占める重量割合で表示する場合

表面「      県産パイナップル果汁        %」(      g)

同種の原材料に占める重量割合で表示する場合

表面「      県産パイナップル果汁        % (×倍濃縮果汁      g)(パイナップル果汁に占める割合)」

生果汁換算の割合を表示する場合

表面「パイナップル果汁        % (生果汁換算比)(×倍濃縮果汁      g)」

なお、表面に使用した濃縮果汁の重量が明記されない場合は、下記のような説明書きを表示すること

の場合「この商品に使用されているパイナップル果汁(×倍濃縮果汁)のうち、      県産の使用量は      gです。」

の場合「×倍濃縮のパイナップル果汁を      g使用していますので、生果汁(元の状態)に換算しますと商品重量の        %に相当する量を使用しています。」

なお、「望ましい表示例」として示したものはあくまでも一例であり、の表示に加え、についても表示するなど、情報提供の内容、その表現振りなどは、「景品表示法上の考え方」として示した趣旨を損なわない範囲で事業者が適切な表示を行うことが期待される。

## 2 果汁等を使用していない旨を明りょうに表示していない商品

キャンデー、グミ等の商品の中には、果実等の写真、絵、名称等の表示をしながら、果汁等を使用していない商品でその旨を明りょうに表示していない商品がみられた。また、複数の果実等の写真、絵、名称等の表示をしているが、実際には一部の果汁等しか使用していない商品などもみられた。

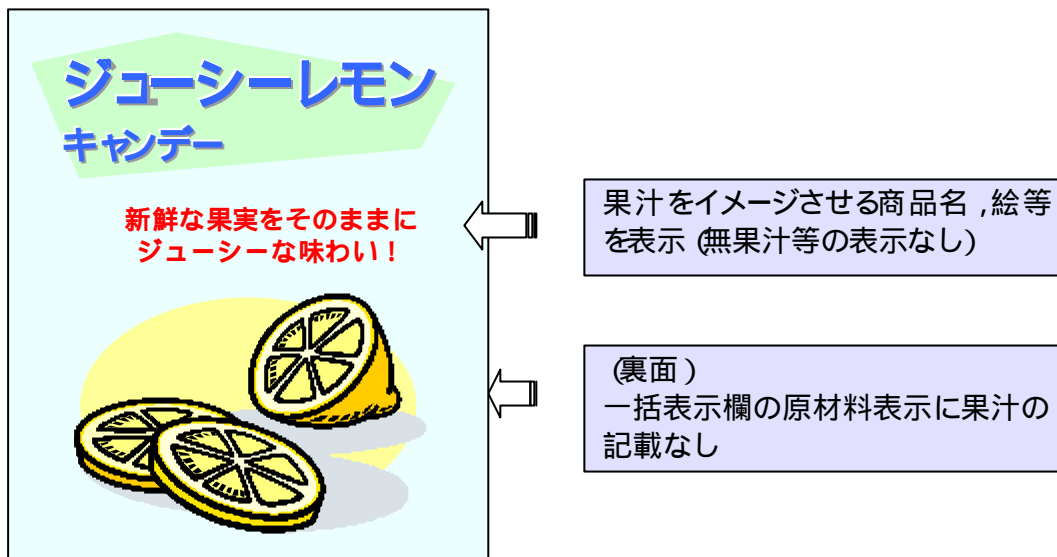
### (1) 無果汁の商品の表示について

#### ア 表示例

原材料として実際に果汁等を使用せずに、香料、着色料等によって果汁等の風味をつけた無果汁の商品(以下「無果汁商品」という。)については、商品名に特定の果実(果汁)を使用し、商品の表面には特定の果実(果汁)をイメージさせる写真、絵等を表示した上で、「ジューシー果実とのおいしい関係」などのキャッチフレーズを表示している商品がみられた。



(商品例)



#### イ 表示上の問題点

無果汁商品の中には、一括表示欄の原材料表示に果汁の記載がないことから、果汁等を使用していないことはうかがえるものの、それ以外には、「無果汁」、「フルーツ香料使用」等、原材料として実際に果汁等を使用していない旨を明りょうに表示していないものがみられる。このような表示は、当該商品の原材料として果汁等を用いているかのように誤認されるおそれがある。

#### ウ ヒアリング調査の結果

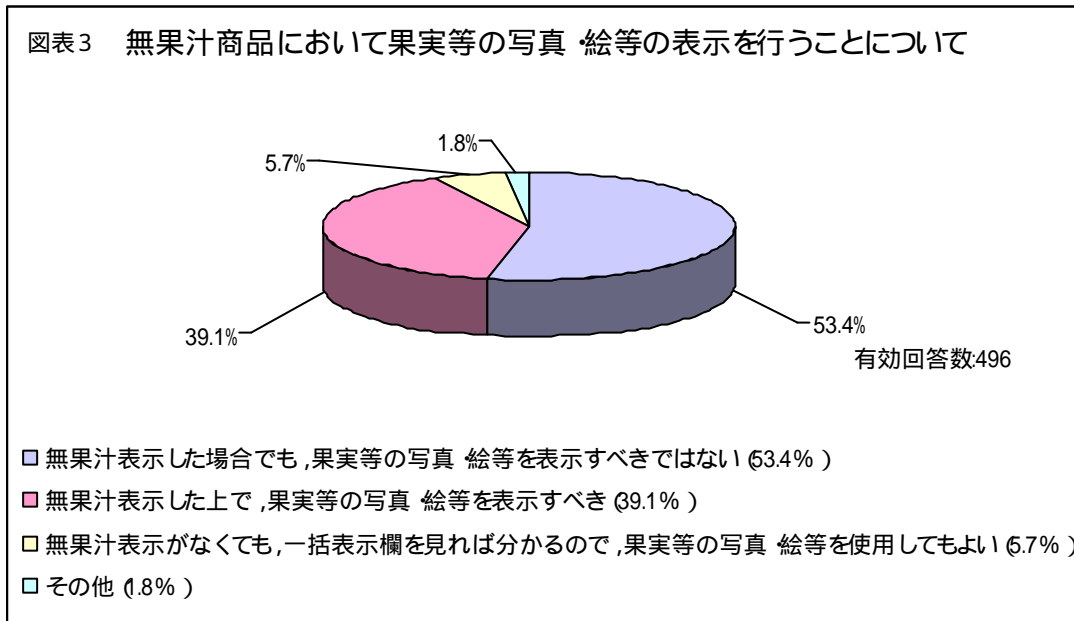
無果汁商品に果実の写真、絵、名称等を使用することについて、一部のメーカーでは、原材料として一定以上の果汁含有率のある商品については、使用した果実の写真、絵等を使用することとし、それ以下の果汁含有率の商品及び無果汁商品については、写真及びリアルなイラストを使用しない、また、無果汁商品については、一定ポイント数以上の文字で「フルーツ香料使用」との表示を商品表面に必ず行うなどの表示基準を有しているところが見られた。

なお、主に中小の飴菓子製造業者からなる業界団体である全国飴菓子工業協同組合では、業界全体の表示の適正化への取組の一環として、無果汁商品の表示方法等について検討を行っている。

#### エ 消費者モニター調査の結果

キャンデー、グミ等の加工食品について、特定の果実(果汁)をイメージさせる写真、絵、名称等の表示が使用されている場合、どのように思うか質問したところ、「値段にかかわらず、表示された果汁が使用された商品だと思う」と回答した者が最も多かった(48.0%)。

また、キャンデー、グミ等の加工食品において、無果汁商品に特定の果実（果汁）をイメージさせる写真、絵等を表示することについて、どのように考えるか質問したところ、「無果汁表示をした場合でも、果実（果汁）の写真、絵等を表示すべきではないと思う」と回答した者が53.4%と最も多かった。また、「無果汁表示がなくても、一括表示欄を見れば分かるので、果実（果汁）の写真、絵等を使用してもよいと思う」と回答した者は5.7%であった。（図表3）



#### オ 景品表示法上の考え方

無果汁商品の場合で、商品の表面で表示している特定の果実（果汁）をイメージさせる写真、絵、名称等を表示するときには、一括表示欄の原材料情報だけでは一般消費者の誤認を払拭するには十分とはいえず、果汁等を使用していない旨を商品表面に明りょうに表示していない場合には、景品表示法上問題となるおそれがある。

#### 望ましい表示例

無果汁商品の場合

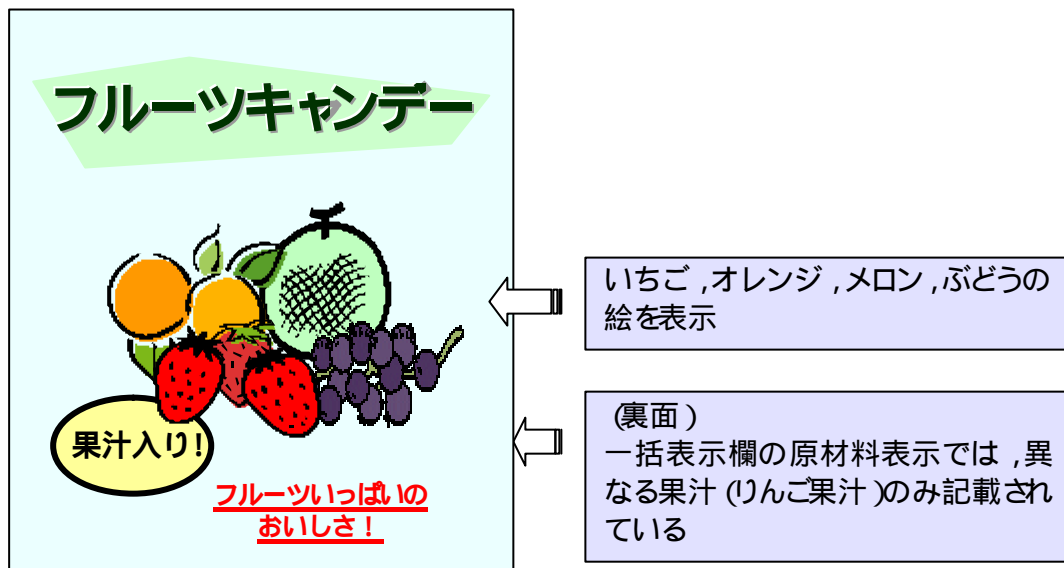
表示例： 表面「無果汁」、「フルーツ香料のみを使用した商品です」

(2) 実際に使用された果汁等とは異なる果実等を表示した商品について

ア 表示の実態

商品表面では特定の果実をイメージさせる写真，絵，名称等を用いているにもかかわらず，表示された果実とは異なる果汁等を使用するなど，表示している特定の果実（果汁）と実際に使用した果汁等が異なる商品がみられた。このような商品の中には，商品裏面に記載されている一括表示欄の原材料表示以外にその旨を示す表示がないものもみられた。

(商品例)



イ 表示上の問題点

一括表示欄の原材料表示に特定の果汁の記載がないことから，当該果汁を使用していないことはうかがえるものの，それ以外には，表示された果実とは異なる果汁を使用している旨を表示していないものがみられる。このような商品は，表示されているすべての果実の果汁等が用いられているかのように誤認されるおそれがある。

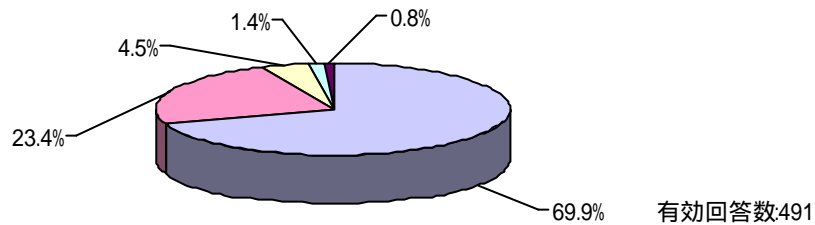
ウ ヒアリング調査の結果

食品メーカー等によると，キャンデー，グミ，チューインガムなどの商品において，写真，絵，名称等で表示されている果実以外の果汁等を利用するケースとしては，商品表面に表示した特定の果実の果汁等が割高である場合に，比較的安価な果汁等を使用してコスト低減を図る場合，人工的な甘味料ではなく自然な甘さを出すために使用する場合などがあるとのことであった。

## エ 消費者モニター調査の結果

キャンデー、グミ等の加工食品について、実際に使用した果汁等とは異なる果実（果汁）の写真、絵等を表示すること（例：りんご果汁しか使用していないにもかかわらず、いちご、オレンジ、メロン、ぶどうの写真、絵等を表示）についてどのように考えるか質問したところ、「実際に使用した果汁とは異なる果実（果汁）の写真、絵等は表示すべきではないと思う」と回答した者が最も多かった（69.9%）。他方、「商品の外装裏面の一括表示欄の原材料として、使用した果汁と香料、着色料が具体的に記載されていれば、表面にまで記載する必要はないと思う」と回答した者は4.5%であった。（図表4）

図表4 実際に使用した果汁と異なる果実等の写真、絵等の表示を行うことについて



- 実際に使用した果汁と異なる果実等の写真、絵等は表示すべきでない (69.9%)
- 異なる果汁を使用している旨を明りょうに表示した上で果実等の写真、絵等を表示すべき (23.4%)
- 外装裏面の一括表示欄に使用した果汁等が記載されていれば表面に記載する必要はない (4.5%)
- よく分からない (1.4%)
- その他 (0.8%)

## オ 景品表示法上の考え方

商品の表面で表示している特定の果実（果汁）をイメージさせる写真、絵、名称等と実際に使用した果汁等が異なる場合は、一括表示欄の原材料情報だけでは一般消費者の誤認を払拭するには十分とはいえず、その旨を商品表面に明りょうに表示していない場合には、景品表示法上問題となるおそれがある。

### 望ましい表示例

いちご、オレンジ、メロン、ぶどうの写真等を表示しているが、りんご果汁のみを使用している商品の場合

表示例： 表面「表示された果汁は使用していません。りんご果汁のみを使用した商品です。」

## 第5 まとめ

本件調査の結果、果汁・果実表示のある加工食品のうち、キャンデー、グミ等の固形タイプの商品には、果実の写真、絵、名称等のほか、果汁等の含有率表示など様々な強調表示が行われているが、こうした表示の中には、実際の果汁等の使用率と表示された果汁含有率表示との関係について一般消費者に分かりにくいものがみられた。また、実際には果汁等が使用されていないが果実の写真、絵、名称等を使用した商品、あるいは、写真、絵、名称等で表示されている果実とは異なる果汁を使用している商品などで、その旨が明りょうに表示されていないものもみられた。

したがって、果汁、果実表示のある加工食品を生産・販売する事業者は、一般消費者に誤認される表示や誤認されるおそれのある表示を行わないよう、本実態調査で例示した表示例を参考に適切な表示を行うことが必要であり、さらに、一般消費者の適正な商品選択に資する観点から、商品の内容に関する情報については一般消費者に容易に認識されるよう明りょうに表示することが望ましい。

## 第6 今後の対応

### 1 表示適正化への取組の要望

公正取引委員会は、関係業界における果汁等の強調表示のある商品の表示適正化への自主的な取組について、公正競争規約の設定につなげていくため、必要な情報提供を行うなど、積極的に支援していく。

また、今回の調査において、「県産りんご果汁100%」などと特色ある原材料を使用している旨表示している商品の一部に、実際の原材料の使用率と果汁等の含有率表示の数値が著しく乖離するなど、適正表示の観点から問題のあるケースがみられたことから、加工食品品質表示基準の所管省庁である農林水産省に対して、本実態調査に示した景品表示法上の考え方を踏まえ、同基準に基づく適正な表示がなされるよう要望した。

### 2 不当表示への厳正な対処

公正取引委員会は、今後とも、果汁等の強調表示のある加工食品の表示について、景品表示法に違反する事案に接した場合には、本実態調査で示された考え方に基づき、厳正に対処することとする。

加工食品品質表示基準・公正競争規約の抜粋

加工食品品質表示基準	チューインガム表示規約
<p>(特色のある原材料等の表示)</p> <p>第5条 特定の出産地のも、有機農産物、有機農産物加工食品その他の使用した原材料が特色のあるものである旨を表示する場合又は製品の名称が特色のある原材料を使用した旨を示すものである場合にあっては、第4条第1項第8号及び第3項の規定により表示する場合を除き、次の各号に掲げるいずれかの割合を当該表示に近接した箇所又は第3条第1項第2号の原材料名の次に括弧を付して記載すること。ただし、その割合が100%である場合にあっては、割合の表示を省略することができる。</p> <p>(1) 特色のある原材料の製品の原材料に占める重量の割合</p> <p>(2) 特色のある原材料の特色のある原材料及び特色のある原材料と同一の種類の原材料を合わせたものに占める重量の割合(この場合において、特色のある原材料の特色のある原材料及び特色のある原材料と同一の種類の原材料を合わせたものに占める重量の割合である旨の表示を記載すること。)</p>	<p>(特定事項の表示基準)</p> <p>第4条 チューインガムに、果物、木の実等の名称を用いた商品名又は果物、木の実等の絵若しくは写真を表示する場合は、次の条件に合致していなければならない。</p> <p>(1) その果実等の表示がそのチューインガムの風味の特徴を示すものであること。</p> <p>(2) 果実等の使用量が施行規則で定める量以下であり、かつ、香料を使用しているときは、当該果物の香料を使用した旨、すなわち「香料使用」(は果物の名称)と商品名と同一視野に入るところに明示すること。ただし、果物の名称が長く表示が困難な場合、あるいは、2種類以上の果物の香料を使用したものについては、「果物香料使用」又は「フルーツ香料使用」と表示することができる。</p> <p>2 チューインガムに「果汁入り」、「コーヒー使用」など特に表示する場合は、果汁等の使用量が施行規則で定める基準以上でなければならない。かつ、その使用量を併せて明示しなければならない。</p> <p>3 (略)</p>
<p>2 (略)</p>	<p>施行規則</p> <p>(特定事項の表示基準)</p> <p>第3条 規約第4条の規定による表示(チューインガムに果物類その他の原材料を使用している旨を商品名、絵、写真、説明文等に表示する場合は、次に掲げる基準による。</p> <p>(1) 規約第4条第1項第2号及び第2項にいう果汁等の使用量</p> <p>ア 果物類等にあつては、全重量の3パーセント以上</p> <p>(略)</p>