

「〇〇牛」「〇〇豚」「〇〇鶏」等の銘柄やブランドをつけた食肉が多くみられる。

銘柄等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もってうけと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る。

■産地等の生産・出荷・販売等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)のガイドラインが中央畜産会において定められている。

■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

1. 表示の内容
 - ①上記生産者等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
2. 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、ラベル等で行う。なお、推進母体の作成したパンフレット、ポスター等上記事項が含まれていれば、商品カード、ラベル等に替えることができる。
 - ②消費者の目のつく場所に表示する。



- ◆産地等表示食肉の生産・出荷等適正化に関する指針▶(P152)
- ◆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▶(P154)
- ◆不正競争防止法第2条1▶(P148)