2025 年 6 月号

『2024 年 1～12 月に起きた食品表示違反を振り返って』

止まらない表示違反の事例から主な原因と対策を学ぶ②

文責：山口 廣治（一般社団法人全国スーパーマーケット協会 客員研究員）

＜はじめに＞

今月は本年4月号の続きとして、食品表示法の遵守の徹底を促すために、*令和6（2024）年1～12月までに全国で起きた食品表示違反（公表等を基に山口らが集計）の調査結果を基に表示違反の原因と対策を皆さんと考えます（*以下西暦で表示）。また、農林水産省および消費者庁からの事務連絡として、全国の会員食品事業者への緊急の周知徹底事案として、食品表示の適正化を推進するものです。

今月号は後を絶たない食品表示違反の中から、事業者別の表示違反の事例に焦点をあてて解説します。具体的には、表示違反を起こした主な原因や、なぜ表示違反を繰り返してしまうのか等、それぞれの事例を考えます。

様々な違反事例を基に、食品表示法にきちんと向き合う機会になればと思います。

＜食生活と食品表示＞

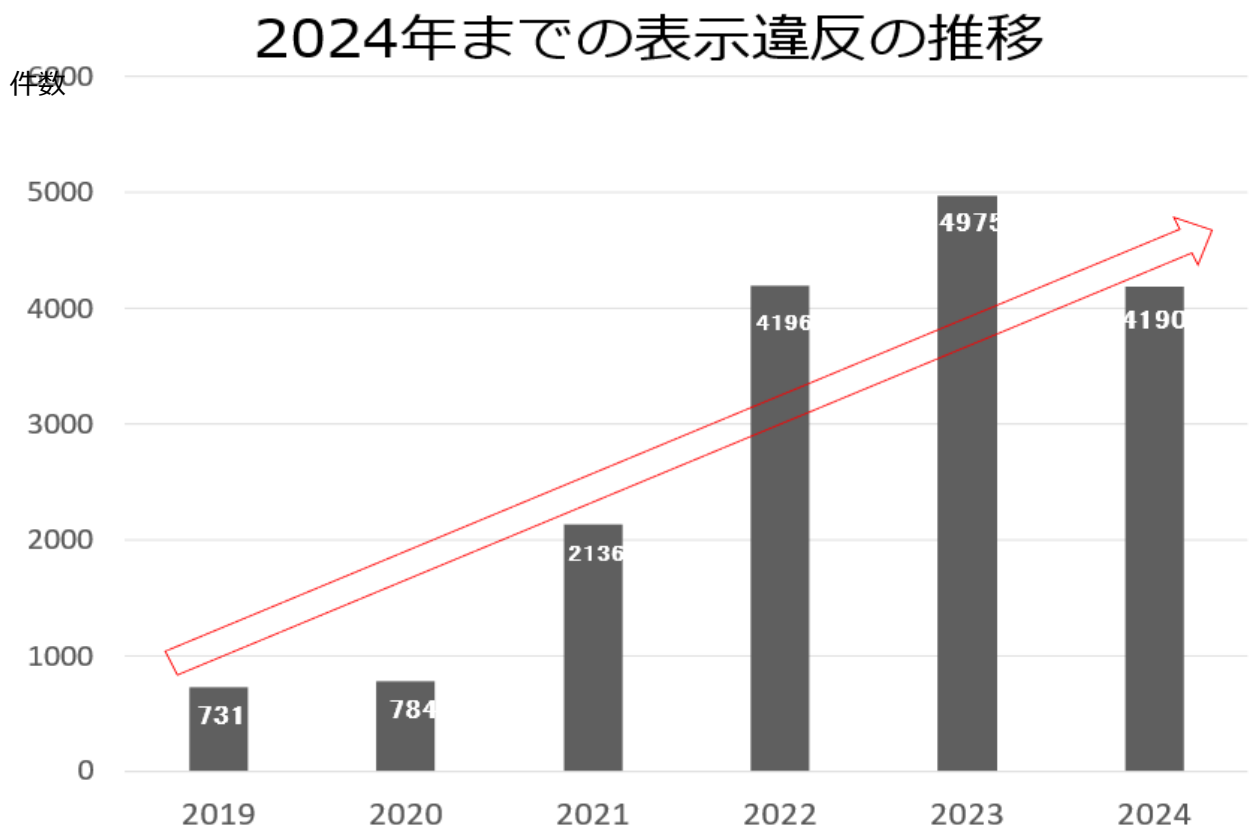
食品に記載されているすべての食品表示は、生活者が食品を手にする際に適正な判断のもとで食品を購入するための「ものさし」です。その「ものさし」は、生活者の健全な食生活のため、正しく表示されていることが必須となります。

つまり、食品等事業者が食品表示法を含む食品関連法規を遵守することは、生活者のいのちと暮らしを守ることになります。そのため、食品関連法規は生活者の利益になるため

に改正・更新を続けています。そのような背景から、食品関連事業者は常に食品関連法規に注視し、義務を負う食品表示に関して適正な表示内容でなければなりません。

＜おさらい＞詳細は令和7年4月号を協会HPよりご参照ください。
https://www.super.or.jp/wp/wp-content/uploads/2025/04/NSAJ-anshin-anzen202504.pdf

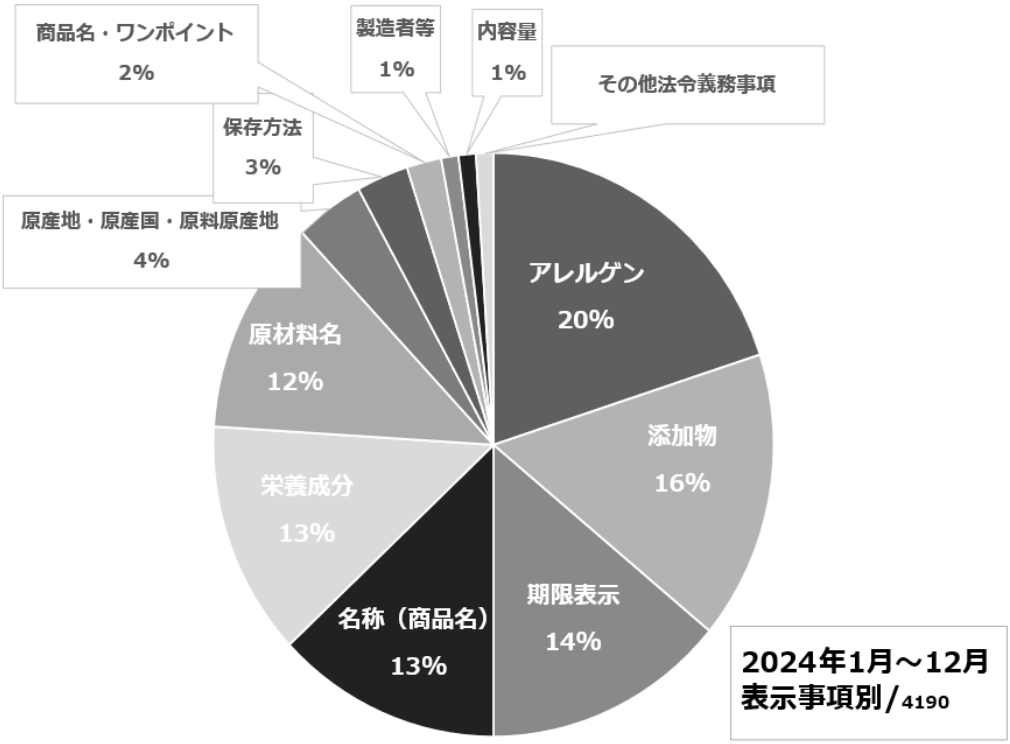
2024年1～12月の期間に起きた表示違反事件は4,190件で、約11.6件/日となり、表示違反の集計を始めて、二番目に多い違反件数の年でした（2002年から調査）。



＜事項別の表示違反から＞

令和 6（2024）年（1 月~12 月）の表示事項別違反では、アレルギー表示違反が 20%と一番多く、続いて添加物表示違反 16%、期限表示違反 14%、名称（商品名）13%、栄養成分表示違反 13%、原材料名違反 12%と続きました。

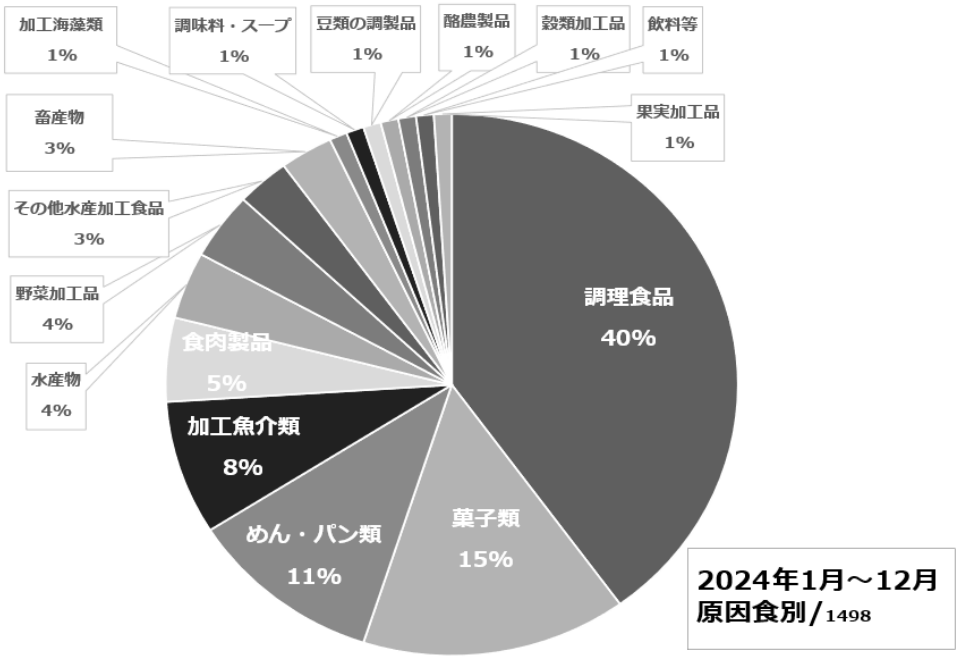
【2024 年 1 月~12 月/表示事項別の違反割合】

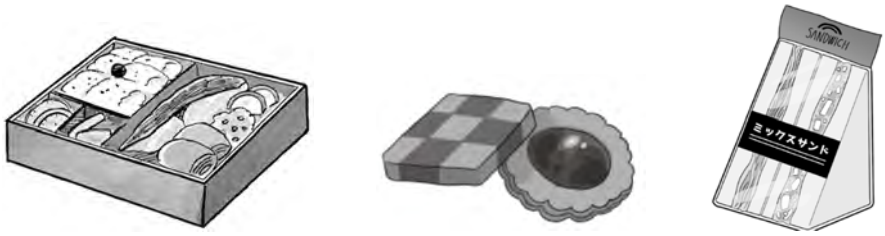


＜原因食別の表示違反から＞

原因食別では、調理食品 40%、菓子類 15%、めん類・パン類 11%、加工魚介類 8%、食肉製品 5%となり、これらの食品群で 79%を占めています。また、調理食品、菓子類、めん類・パン類の 3 種類（66%）は過去からの調査結果でも三種類で高い割合を示しています。

【2024 年 1 月~12 月/原因食品別の違反割合】





©ｍｉｚｕｈｏ.デザインオフィス

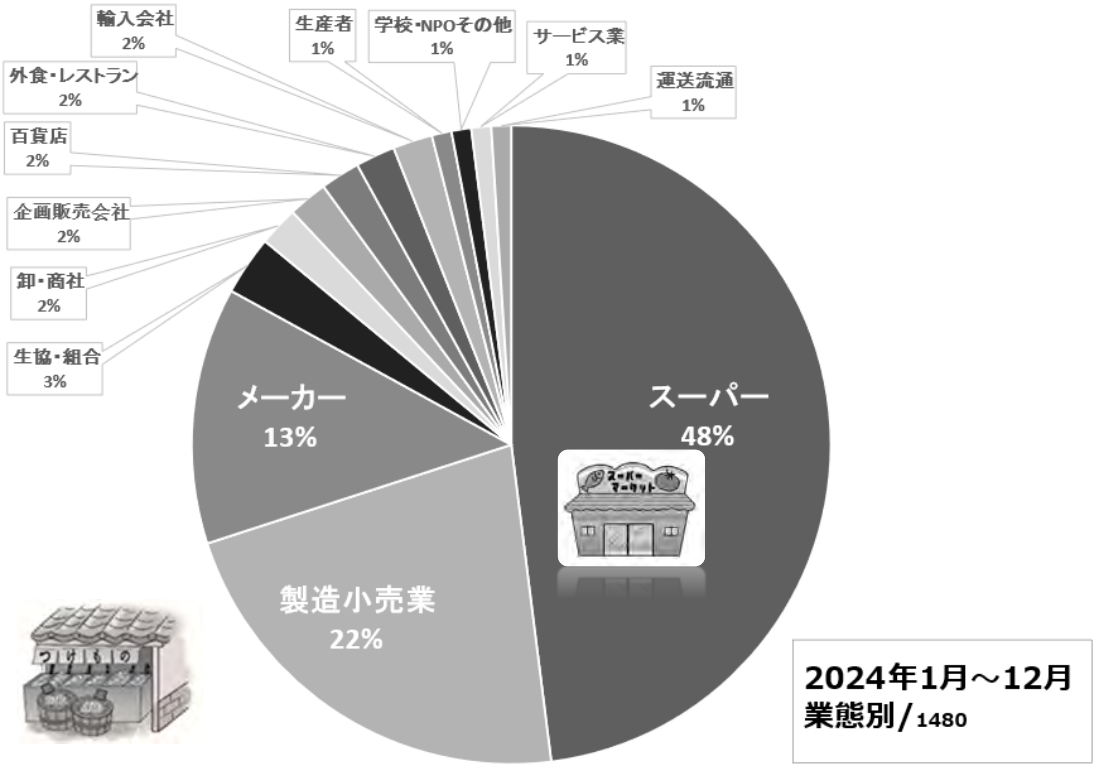
＜事業者の業態別表示違反から＞

事業者の業態別では、食品スーパーマーケット業 48%、製造小売業 22%、食品メーカー＝製造業者 13%となっていて、三業態で 83%も占めています。中でも、食品スーパーマーケットについては、全体の弱 5 割近くの違反を起こしていますが、以前より高い傾向で推移しています。また、違反原因の多くが一括表示ラベルの貼り間違えに集中していることが分かりました。

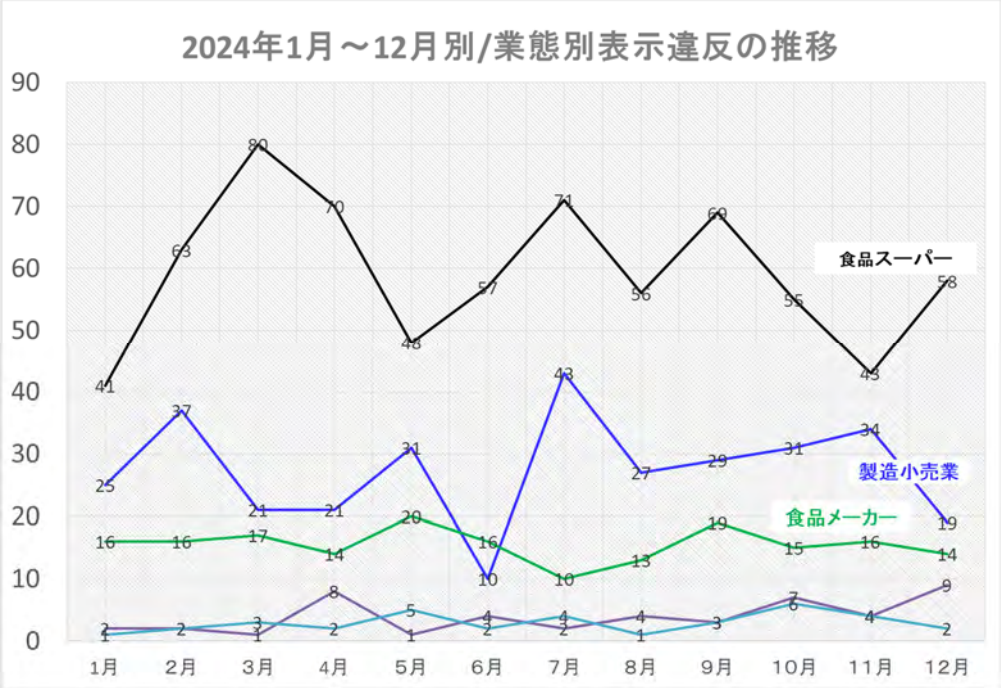
その他、製造小売業 22%は増加傾向にあり、食品メーカー14%は前年と同傾向を示し、生協・組合 3%、卸商社、企画販売会社、百貨店、外食・レストラン、輸入会社が 2 %と続いています。月別の業態別の表示違反の推移から、食品スーパーマーケットは 2 月、3 月、4 月、7 月、9 月、12 月に、製造小売業は 2 月、5 月、7 月、11 月、食品メーカーは 5 月、9 月に表示違反が他の月よりも多く発生しています。

共通要素として、子どもたちのお休み、お花見、催事、行楽シーズンと年末需要による調理、加工、製造の増産による調理・製造工程と出荷・陳列管理の問題が考えられました。

【2024 年 1 月~12 月/業態別違反の割合】



©ｍｉｚｕｈｏ.デザインオフィス



＜業態別の表示違反の事例から考える＞

食品関連事業者の業態別として、食品スーパーマーケット、製造小売業、製造業者、生協・組合、卸商社、企画会社等に分けて、表示違反を起こした主な原因とその背景について考えます。業態別実際の違反事例は元より、筆者のこれまでの店頭表示点検および表示相談等も参考にしています。事例の違反事業者は全て公表内容（一部抜粋・加工）をもとにしていますが、当該事業者を決して非難するものではなく、同業他者を含め、すべての食品等事業者が「他山の石」として、表示違反防止のための参考にしていただきたいと考えます。

（ケース 1）食品専門卸業者・大手商社の例

洋生菓子商品の消費期限表示の一部が欠けている表示として、「年月日」が判読不可の商品が販売されました。当商品は冷凍流通し、2024 年 X 月 1 日に大手低温物流センターで冷凍から冷蔵に温度帯変更（温度帯変更者）を行い、翌 X 月 2 日に大手食品 SM 9 店舗に納品、販売したもの。ただし、一部商品において消費期限表示の一部が欠け年月日が読めないものがあることが判明した為、当該商品の自主回収を行い、返金交換しました。2024 年 X 月 6 日までの健康被害の報告はありませんでした。

●考察

温度帯変更の対象品は多く流通されていますので、変更時のラベルおよびその材質については定期的に確認が必要なケースがあります。また、流通途中での表示変更についてはうっかり見落としやすい背景があります。また、凍結→解凍時は中身だけではなく、容器包装全体に負

荷がかかりますので、破袋も含めて出荷時、入荷時、陳列時の一括表示・温度帯変更ラベルを含めた食品表示内容について定点各側と目視確認をタブルもしくは同一の方の場合は複数回行い、確認記録に残すことをお勧めします。今回のケースは、すぐに回収されましたので事故を制御できたと思います。

（ケース 2）食品製造業者（有名ブランドメーカー）の例

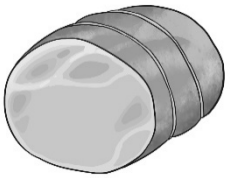
販売した食肉製品（味付け豚肉等）、特定加熱食肉（ローストビーフ等）、野菜加工品（農産物漬物等）の製品の食品表示内容を欠落して販売しました。具体的には、①すべての製品の原材料表示の欠落した　②食肉製品は「中心部まで充分な加熱が必要である旨」の表示を欠落した　③豚ロース味噌漬けについては原材料表示の欠落をした　④ローストビーフ及びローストポークについては原材料表示の欠落をした　⑤梅干し類については表示ラベルを貼付しないまま販売してしまい、自主回収しました。

●考察

製造工程上と工場出荷時の食品表示ラベルの内容チェックは記録を含めて必要な確認ポイントです。食肉製品については、健康危害を起こさないために厳格な営業許可（食肉販売業、食肉製品製造業等）と施設許可はもとより、製品毎の成分規格が厳しく定められています。

具体的には、一般規格として、食肉製品は、基準を超える量の亜硝酸根を含有するものであってはいけません。さらに、個別の規格では「乾燥食肉製品」、「非加熱食肉製品」、「特定加熱食肉製品」、「加熱食肉製品」は、それぞれ微生物規格の基準に適合することが条件です。具体的には、ローストビーフ製品は、「Ｅ．Coli」、「クロストリジウム属菌」、「黄色ブドウ球菌」、「サルモネラ属菌」の規格に適合するものでなければいけません。それだけに、食品衛生上の規格基準を満たすことと、食品表示内容が適正であることが求められます。

また、「梅干し類」製品についても、漬物製造業許可もしくは食品の小分け業等の基準と施設基準、製品規格にも留意する必要があります。



©ｍｉｚｕｈｏ.デザインオフィス

（ケース 3）製造小売業（ブランドベーカリーメーカー）の例

パン類（クロワッサン、タルトフランベハーフ、ナポパン、ブリオッシュアテットの全て個包装（袋入り）製品のすべての商品の消費期限表示を間違えて販売し、返金交換をしました。具体的には、正しくは、「2024 年」のところを「2043 年」と 19 年先の不適正な年表示で記載していました。 （正）2024 年 X 月 5 日 →（誤）2043 年 X 月 5 日または 2043 年 X 月 6 日

●考察

後を絶たない期限表示違反の中で、数日先から 400 年先までの未来日付表示が表示違反調査を始めた十数年前から毎年、発生しています。中には、誤った期限を表示した原因が不明確なケースも多くみられますが、当該違反の改善は現場の製造後の表示ラベル貼付時と出荷時の表示点検の見直しと強化しかありません。

一般的には、期限表示は健康危害と密接な表示情報です。食品表示法の再確認と期限表示のチェックの強化が望まれます。

（ケース 4）製造業者（食品メーカー）の例

お弁当類、お惣菜、フレッシュ野菜、カットフルーツ、各種ソース類、ビーフン加工品等の製品を製造する専門メーカーが、添加物表示違反をしてしまい、製品の自主回収をしました。添加物の表示漏れをしてしまった製品は、都内を含めて有名店で取り扱いされていました。添加物表示の間違いは、麺の製造時に使用されている添加物である「糊料（ポリアクリル酸Ｎａ、ＣＭＣ－Ｎａ）」の表示が原材料名欄内で欠落していたものです。

●考察

使用原材料の欠落については、添加物を含めて、出荷先の流通業者や販売業者、消費者は商品の表示ラベルから判断することは困難です。それだけに製造業者は工場工程上の原材料確認の定点観測と工場出荷時の製品とダブルもしくは複数回の表示ラベルの内容確認と記録の徹底が望まれます。

（補足解説）

「ポリアクリル酸 Na」と「CMC-Na」は様々な製品に使用されています。「めん類」でのポリアクリル酸 Na と CMC-Na の用途は、主に製品の品質安定化と増粘が目的です。ポリアクリル酸 Na は吸水性と保水性を持ち、麺類を乾燥から守り、モチモチとした食感を維持します。CMC-Na は、水溶性の高い増粘剤で、麺類をこねやすくし、調理後の麺の粘りも向上させます。

当該食品メーカーさんは、「HACCP の理念を基本に、原材料の調達、仕込、調理、盛付、出荷の各工程においてゾーニング等交差防止を徹底した衛生管理に加え、 各工程においては、厳格な温度と時間の管理で食品の安全性を確実にしております。」という立派な企業姿勢を公表されています。

（ケース 5）食品スーパーマーケットチェーンの例

食品スーパーマーケットチェーン店が販売していた商品である調理パンの表示ラベルに、貼付間違いが発覚し、返金・回収をしました。きっかけは、商品である調理食品（パン類）を当該店舗で購入し、喫食した消費者からアレルギー発症の連絡（表示確認）があったため、当該品の表示内容の確認をしたところ表示違反が発覚しました。

具体的には、該当商品のラベル表示を確認した所、裏面のラベル内容に他商品のラベル内容が記載されている事が判明し、その結果、特定原材料の「卵」、準特定原材料の「牛肉、ゼラチン、鶏肉、豚肉」の表示がすべて欠落したまま、2023 年から 2024 年の約 5 カ月の期間にて、当該食品スーパーチェーンの複数店舗にて約 2,400 商品を販売していたことが分かりました。

●考察

消費者（保護者）からのアレルギー発症による問い合わせがあり、判明した事例ですが、筆者のこれまでの知見と経験では、製品および商品の表示ラベルを確認してから、また料理者、調理者、製造者に直接、口頭でその場でアレルゲン確認をした上で、喫食したにも関わらずアレルギー発症してしまったケースは毎年のように発生しています。特に、食品スーパーマーケットの調理者、製造小売業の製造者は少量多品種の品目を毎日、扱いますので、人、時間、スペースに余裕がないことから、食品表示の管理と確認作業に漏れが生じてしまいやすいようです。ただし、正しい表示ラベルは消費者と食品事業者の信頼の絆です。

食品表示の間違いは健康危害を引き起こすことを再認識することが求められますので、貼付時、陳列時の表示ラベルチェックの強化が望ましい、と考えます。

（ケース 6）食品スーパーマーケットチェーンの例

食品スーパーマーケットが販売した「かつ丼弁当」の製造工程上の逸脱があり、「デミカツ弁当」には「ハンバーグソースデミグラス」を使用するところを誤って「ソースかつ丼のたれ」を使用して製造し、販売したことが判明し、返金しました。ソースの使用間違いの結果、原材料名表示と添加物表示、さらにアレルギー表示の違反をしたまま販売してしまった。

●考察

考えられた主な違反の原因のひとつに、製造工程上の製品規格書と原材料情報の定点観測と記録の不備が考えられた。また、誤使用の場合、デミソースとかつソースは目視上の色調が類似しているため、調理担当者以外は目視では判別できないことが考えられ、風味で判断するこ

とがあるが開封は難しい。

つまり、外観から中身と表示ラベルを判断することは現場では難しいと思われるので、再発防止策として、調理・製造担当者と担当者以外の工程管理者による工程上の製品規格書と原料の使用確認と調理記録のチェックの導入と強化がある。

（ケース７）製造小売業の例

A 県は、アサリの産地を偽装して販売していたとして、県内の魚介類販売会社「○○水産」に対して食品表示法に基づく表示の是正を指示した。 原産地・原産国・原料原産地の表示違反に関する主な内容は、 （1）生鮮あさりについて、原産地が「中国産」又は「韓国産」であるにもかかわらず、「熊本産」と事実と異なる表示を行い、一般消費者に販売していた。 （2）あさり加工品（商品名「冷凍あさり貝（蒸し）」）について、輸入品であるにもかかわらず「原産国名　中国」を表示せず、「熊本産」と事実と異なる表示を行い、一般消費者に販売していた。 （3）アサリとアサリの加工品２００キロ以上を産地偽装していたこと。

（注釈）

A 県によると、同社は少なくとも３～９月、中国または韓国産の生鮮アサリ１１５キロや、中国産の加工アサリ１０４・５キロをいずれも「熊本産」と表示して販売していました。近県から情報提供があり、９～１０月に県が立ち入り検査を実施して事実の確認をしました。
あさり販売会社は「しばらくは輸入品として販売していたが、売れ行きが悪かったので・・・」とのことです。

A 県は○○水産に対しての措置内容として、

（１）不適正な表示の食品については、速やかに、基準に従って適正な表示に正したうえで販売すること。

（２）主たる原因として、消費者に対し正しい表示を行うという意識及び食品表示に関する認識の著しい欠如並びに表示内容の確認とその管理体制に不備があると考えざるを得ないことから、これを含めた原因の究明・分析を徹底すること。

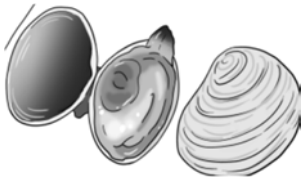
（３）食品表示に関する責任の所在を明確にし、社内における品質表示のチェック体制の強化、拡充等の再発防止対策を実施するとともに、当該対策によるチェック体制等が有効に機能していることを定期的に検証し、必要な改善を行うこと。今後、販売する食品について、基準

に違反する表示を行わないこと。

（４）全従業員に対して、食品表示制度についての啓発を行い、その遵守を徹底すること。

（５）A 県知事あての報告書を提出すること。

としています。



©ｍｉｚｕｈｏ.デザインオフィス

●考察

原産地表示違反の問題は「あさり」のみならず、ブランドとしての他の水産物や農産物、畜産物やそれらの加工品への信頼にも影響を与えかねません。今回の産地偽装問題は近県からの情報提供で実態が明らかになったとのことです。

（これまでのあさり問題）

令和 4 年(2022 年)2 月に発覚した「熊本県産あさりの原産地表示違反＝偽装表示問題」は、大きな社会問題になりました。この問題を受け、熊本県として、あさりの原産地表示違反＝産地偽装の根絶に全面的に取り組むこととし､同年 6 月には｢熊本県産あさりを守り育てる条例」を制定し、現在まで地道に活動されてきています。

このようなことから、多様な品目における原産地違反＝産地偽装対策につなげるため、令和 7 年度(2025 年度)から「産地偽装 110 番」として、あさりを含むあらゆる農林水産物の偽装情報を受け付ける活動も行っています。

つづく

参考文献：農林水産省、厚生労働省、内閣府食品安全委員会、消費者庁、国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構、新版第二版「いのちを守る食品表示」中央法規出版株式会社 出版日:2019.5.15　イラスト：©ｍｉｚｕｈｏ.デザインオフィス（イラストは転載禁止）

©2025 応用栄養学食品研究所