

第1回 特定保健用食品公正取引協議会広告審査会 審査結果

1 日 時

2021年8月26日(木) 13時00分～17時50分

2 場 所

公益財団法人 日本健康・栄養食品協会 3階会議室 (Web併用)

3 審査対象

広告収集期間 2020年10月～2021年4月(7か月間)

4 収集件数

88件(内訳) テレビ42件、新聞24件、雑誌5件、Webランディングページ17件

5 審査要領

外部専門家(第三者委員)4名と特定保健用食品公正取引協議会(以下協議会)会員企業のメンバーで構成された広告研究会の代表(企業委員)3名で構成し、協議会会員企業が出稿した広告について、「特定保健用食品 公正競争規約」「同 施行規則」「同 運用基準(会員限定公開)」および関連法規への適合性を確認した。

6 審査結果

媒体 判定	A	B	C	問題なし	合計
テレビ	0	4	3	35	42
新聞	0	1	5	18	24
雑誌	0	0	0	5	5
Web	0	4	3	10	17
合計	0	9	11	68	88
会社数と商品数	0	7社7商品	6社6商品	8社19商品	20社31商品

* 適合性に疑問のある広告については、当該企業に連絡し改善を促した。

注)・A判定

「特定保健用食品 公正競争規約」「同 施行規則」「同 運用基準(会員限定公開)」(令和2年8月21日)に著しく抵触するものおよび虚偽、特定保健用食品の許可範囲を超える表現など。

・B判定

「特定保健用食品 公正競争規約」「同 施行規則」「同 運用基準(会員限定公開)」(令和2年8月21日)に抵触するもの。

・C判定

「特定保健用食品 公正競争規約」「同 施行規則」「同 運用基準(会員限定公開)」(令和2年8月21日)に抵触するおそれのあるものおよび消費者に誤認を与えるおそれのあるもの。

【関連法規等】

健康増進法、景品表示法、「特定保健用食品に関する質疑応答集について」(令和2年11月17日 消食表第437号 消費者庁食品表示企画課長通知)。

7 「特定保健用食品公正取引協議会広告審査会」（第1回）審査概評

特定保健用食品公正取引協議会広告審査会 委員長
林 功

1991年（平成3年）に制度化された特定保健用食品は、2021年6月現在で1077品目が許可・承認されている。

協議会では、専門部会として「広告審査会」を設置した。この「広告審査会」は、2013年度より公益財団法人 日本健康・栄養食品協会で、開催されてきた「特定保健用食品広告審査会」を引き継ぐとともに、広告表示の適正化のみでなく、推奨すべき広告表示についても広く周知することで、より一層の〈トクホ〉の広告表示の向上を目指している。

第1回「広告審査会」は、2021年8月26日に開催され、審査の対象としたテレビ、新聞、雑誌、ランディングページ（Web）の広告88件について審査を行った。

【審査結果と主な指摘事項】

- 「A」 判定0件、
- 「B」 判定9件、
 - ・ バランス文言の記載がない。
 - ・ 「許可表示」と明示されていない。
 - ・ 複数製品が掲載され、製品ごとの機能の区別が明確ではなく誤認させる内容である。
 - ・ 試験結果を説明するグラフに、対象者の属性、試験条件の記載がない。
 - ・ お客様の個人の感想表現で、誤認を与えるおそれがある。
 - ・ 関与成分の機能にもかかわらず、商品自体の機能と誤認されるおそれがある。
 - ・ 便秘改善効果があると誤認され、許可表示を逸脱しているおそれがある。
- 「C」 判定11件
 - ・ 疾病の予防ができるような誤認を与えるおそれがある。
 - ・ 「排便の促進・整腸作用」は関与成分のメカニズムを過大に強調しており、誤認のおそれがある。
 - ・ 商品を摂り始めた説明として「2年前骨のトラブルで体調を崩しダウン」は、商品で体調が回復したと誤認を与えるおそれがある。
 - ・ 試験結果として示されている画像は、実際の試験結果より過剰な効果の誤認を与えるおそれがある。
 - ・ 「〇〇初のトクホ」「〇〇No.1」という表現で、注釈があるものの、誤認を与える恐れがあるので、注釈の表現・表示を工夫することが望ましい。
 - ・ 特保が子どもにも効果があると誤認させるおそれがある。
 - ・ 一般的な健康食品との金額の比較について根拠が不明のため有利誤認となるおそれがある。

* 審査会で推奨された表示例

- ・ 「大切なのは食事のバランス」が、フォントと背景色を工夫して見やすく表示されている。
- ・ 必要表示事項の背景色（茶色）と文字色（白色）のコントラストが良く、分かりやすい。

適合性に疑問があると判定された広告と一推奨された広告表現について、協議会から当該企業に連絡し、判定のついた広告については改善・検討をお願いするとともに、協議会会員等にも会社名、商品名等を伏せた上で周知し、今後の〈トクホ〉広告を作成する際の参考としていただきたいと考えている。

公正競争規約に基づき事業者間の公正な競争を確保するとともに、消費者に定着した〈トクホ〉制度をより健全に維持、発展させるために、関連企業におかれては、〈トクホ〉の広告・表示が消費者にとってわかりやすいものとなるよう、より一層ご尽力いただきたい。

以上