

(写)

平成 19 年 6 月 20 日

特定保健用食品部  
会員各位

財団法人 日本健康・栄養食品協会  
理事長 林 裕 造  
(公印省略)

『「特定保健用食品」適正広告自主基準』の送付について

拝啓 時下ますますご清祥のこととお喜び申し上げます。

平素は当協会の事業推進に関し、格別のご高配を賜り厚くお礼申し上げます。

さて、標記の件につき、当協会特定保健用食品部技術部会では平成 15 年度より、トクホの適正な広告が消費者のトクホに対する理解を深め、健康の維持・増進に役立つものと考え、『「特定保健用食品」適正広告自主基準』作成に取り組んでまいりました。

このたび、厚生労働省新開発食品保健対策室と技術部会が意見交換を重ね、対策室から、業界の自主基準作成への賛同を得ましたので、当協会の自主基準を別紙のとおりご案内申し上げます。

この内容につきましては、『平成 19 年度第 1 回特定保健用食品講習会（主催：日健栄協、7 月 3 日開催）』において、対策室担当官による「特定保健用食品の表示・広告について」の講演でコメントをいただく予定です。

特定保健用食品（トクホ）が消費者にわかりやすく正しく理解され、健康の維持・増進に役立つものとして広告の役割は今後益々重要になると考えられます。

会員企業におかれましても、適切な許可表示範囲内での広告表現を遵守され、その結果、特定保健用食品の普及に役立つことを協会としても願っております。

この件に関してご意見等ございましたら、協会特定保健用食品部までご連絡ください。

敬具

特定保健用食品部

TEL 03-3268-3132

FAX 03-3268-3135

E-mail [tokuho@jhnfa.org](mailto:tokuho@jhnfa.org)

# 「特定保健用食品」適正広告自主基準

平成19年6月

財団法人 日本健康・栄養食品協会

# 「特定保健用食品」適正広告自主基準

## 1 ガイドライン作成の目的

特定保健用食品（以下「トクホ」という。）は健康の維持・増進の効果等に関連する「許可表示」を謳うことが、厚生労働省より許可・承認（以下「許可」という。）された食品であり、民間企業が国の健康増進政策に基づき、国民の健康維持・増進に寄与すべく開発されたものである。

従って、適切な範囲内での広告表現により国民へのトクホ普及を図ることは、国民の幸福に寄与すると考えられる。

その広告にあっては、法令を遵守し、消費者に正確な情報を伝達するとともに、健康の維持・増進の効果によるベネフィットをより消費者にわかりやすい表現で伝達することも重要である。

かかる状況に鑑み、当技術部会では、トクホの適切な広告が消費者のトクホに対する理解を深め、健康の維持・増進に役立つものと考え、本トクホ適正広告ガイドラインを作成した。今後、ガイドラインの普及を進めていきたいと考える。

## 2 対象者の範囲

トクホ許可取得者及び発売元を対象とする。対象者は、自らの責任において、広告の実施される流通・メディアに対して適切な情報を提供し、消費者に正確な情報が伝わるよう努める。

## 3 広告の範囲

広告の範囲は次の（１）～（３）の全てに該当することを消費者が認識できるものとする。

- （１）顧客を誘引する意図が明確であること
- （２）特定の商品名が明らかにされていること
- （３）一般人が認知できる状態であること

広告に該当するものの具体例

- 1) チラシ、パンフレット、DM等
- 2) インターネット上の広告
- 3) ファクシミリ、電子メール等を利用した送信
- 4) ポスター、看板、POP等
- 5) 新聞、雑誌等の刊行物
- 6) テレビ、ラジオ等によるコマーシャル
- 7) 映画、スライド、ビデオ、DVD等

## 8) 宣伝用頒布品

### 4 基本的な考え方

- (1) 健康増進法、食品衛生法、景表法などの法律や厚生労働省から出される通知等を遵守すること。
- (2) 許可表示等、申請資料に基づき取得した許可範囲内で行うこと。  
より消費者にわかりやすい情報を提供する等の目的で、広告表現において許可表示内容の省略・言い換え・追加説明を行うときは、許可表示を誤認させることのないよう留意すること。
- (3) 自社の広告に関しては、流通・メディアにも適切な情報を提供し、このガイドラインが守られるよう努めること。  
また、作成された広告については、自ら最終確認を行うこと。

### 5 留意事項

注：以下の項目中に、○：適切、×：不適切と考えられる例を示す。ただし、これはあくまでも考え方を示したものであり、○の例示でも前後の表現との関連、広告全体の中での見え方によっては不適切となることもあるので注意すること。

#### (1) 許可表示について

- 1) 広告文中で許可表示を使用する場合は、許可書に記載された文言どおり正確に表示すること。

<例>

許可表示：本品は、◇◇◇の働きにより、糖の吸収を穏やかにするので、食後の血糖値が気になる方に適しています。  
キャッチコピー：表示見本に「血糖値が気になる方へ」と表示

- ：この製品は、厚生労働省より「本品は、◇◇◇の働きにより、糖の吸収を穏やかにするので、食後の血糖値が気になる方に適しています。」の許可を得ています。
- ×：この製品は、厚生労働省より「本品は、◇◇◇が△△△の働きを示し、糖の吸収を穏やかにするので、食後の血糖値が気になる方に適しています。」の許可を得ています。

- 2) 審査申請書に添付した表示見本に記載されたコピーは、そのまま使用して差し支えない。

<例> 1) 項の例示で

○：血糖値が気になる方へ

- 3) 許可表示の一部を省略あるいは言い換えをしてコピーとして使用する場合、内容が誤認されるおそれのないよう留意すること。

<例> 1) 項の例示で

- ：糖の吸収を穏やかにする◇◇◇配合
- ：食後の血糖値が気になる方に（◇◇◇配合）
- ×：食後の血糖値が高い方に

(2) 許可表示以外の広告表現について

- 1) 特定保健用食品の許可表示の根拠となった資料に基づいて広告する場合は、許可表示の根拠となった事実が正しく消費者に伝わるよう留意すること。

<例>

- ：食品の作用メカニズムなどについて消費者の理解を助けるような絵を使ってあらかわす
- ×：効能について誤解させるようなイメージ（美麗・痩身等）を、絵や写真を使ってあらかわす

- 2) 一般的な栄養成分の情報、食感などの製品特徴等を広告する場合は、それらが許可表示と誤認されないよう留意すること。

<例>

- ：関与成分以外のものについて、「△△配合」と広告する場合は、△△が関与成分であると誤認されないようにする。
- ×：トクホマークの近傍に「△△配合」とだけ表示することは、「△△」が関与成分であるかのような誤認を与えるので避ける。

(3) データ（グラフ等）の取扱いについて

許可表示を受けた効果を示すデータ（グラフ等）を広告に使用する場合は、以下の点に留意すること。

- 1) 広告に使用するデータの出典（引用元資料）は以下の2要件を満たすこと。

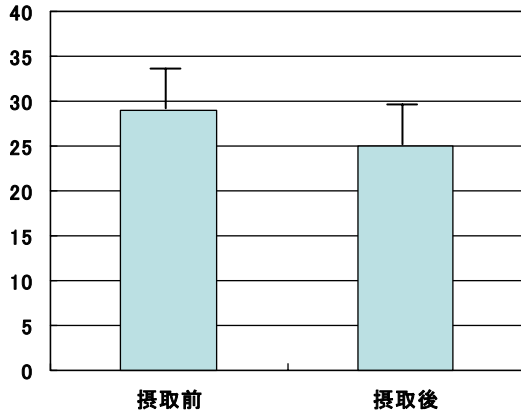
- ① 審査申請書内の添付資料であること。
- ② 学術誌に掲載されていること。
- 2) 広告にデータを使用する際は、必ず、データの出典を明記すること。
- 3) データやグラフに説明や解説を付加することは、消費者へのより分かりやすい伝達を目的としたものであっても、内容を誇大解釈させたり、誤認させる可能性が高いので、そのようなことがないように、十分に配慮すること。

<例>

グラフ使用時の注意事項（詳細は例示図を参照）

- ① 消費者に誤認を与えるような極端な軸のスケール変更やトリミングを避ける。
- ② 見やすさに配慮して、目盛単位の変更、エラーバーの削除、色の変更等を行ってもよい。
- ③ 消費者の理解を助けるために、時間経過を表す矢印や事実に基づく解説を加えてもよい。

**良い例**

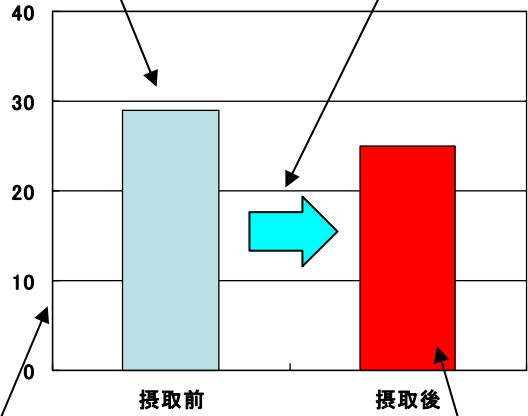


出典：健康・栄養研究 Vol. 通巻, ページ, 発行年

許可表示を受けたデータ

エラーバー省略...○

時間経過を表す矢印...○



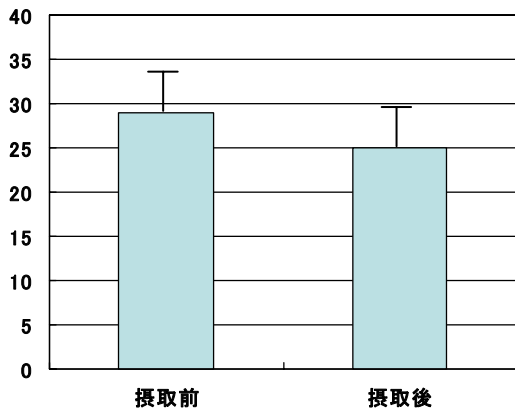
出典：健康・栄養研究 Vol. 通巻, ページ, 発行年

広告のグラフ

目盛単位変更...○

色変更...○

**悪い例**



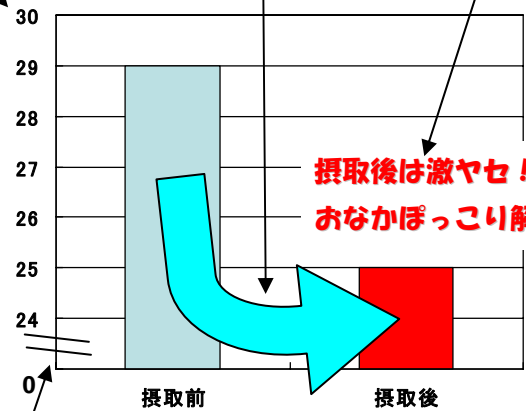
出典：健康・栄養研究 Vol. 通巻, ページ, 発行年

許可表示を受けたデータ

極端な軸スケール変更...×

極端な形の矢印  
図と重なる矢印...×

関係のない記載...×



広告のグラフ

極端な軸のトリミング...×

(4) 複数商品の同時広告について

トクホとトクホではない一般食品を並べて広告する場合は、トクホと一般食品の区別を明確にし、誤認されないことがないよう配慮すること。

<誤認を避けるための表現例>

- ：一般食品の広告、商品写真の傍に「…はトクホではありません」と表示する
- ：トクホと一般食品とを明確に区切る線、あるいはトクホと一般食品とを上下に配置する等して、分ける。
- ×：トクホと一般食品とを明確に区切る線などが無い状態で、効果の表現が両製品の上部にかかるように表記されている。

(5) 比較広告について

- 1) 比較広告を行う場合は、トクホの許可内容に基づき、かつ、景表法や不正競争防止法等の関連法規に従う必要がある。
- 2) 他社製品を誹謗する広告は行わないこと。

以上

平成 19 年 6 月 20 日

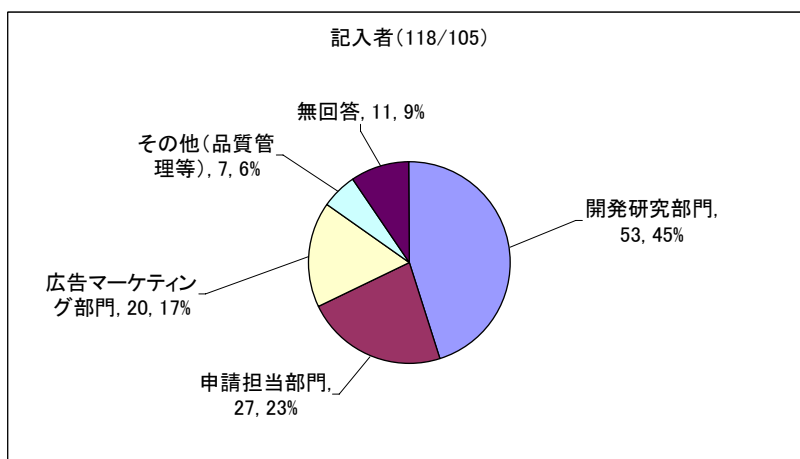
財団法人 日本健康・栄養食品協会

## 『「特定保健用食品」適正広告自主基準』アンケート〈集計結果概要〉

アンケート配布数：366社（特定保健用食品部）

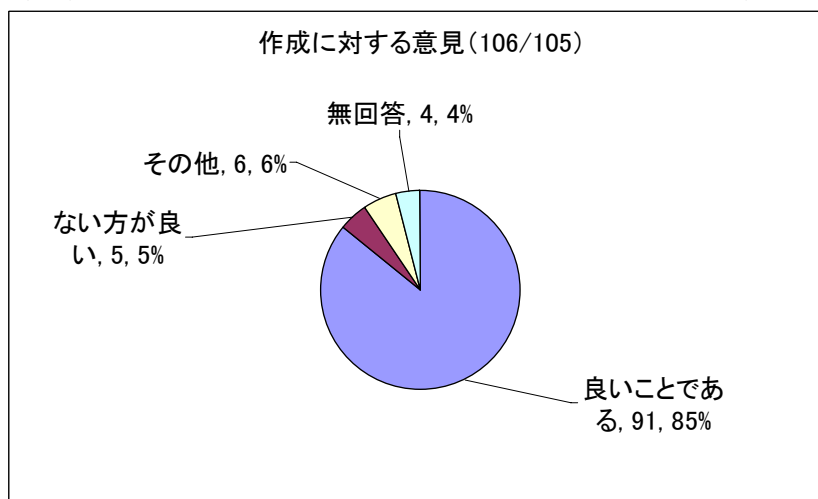
回収：105社（回収率：約28.7%）

【記入者】開発研究部門・申請担当部門・広告マーケティング部門・その他（ ）  
（複数回答有）



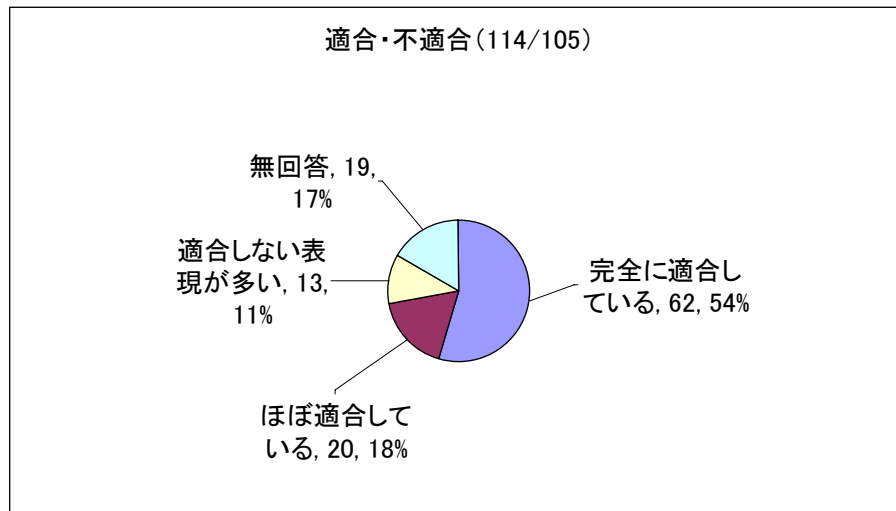
質問1：自主基準としてこのような広告の基準を作成したことについてどのようにお考えになりますか？（複数回答有）

- 1 適切な広告表現を広めることになるので、トクホにとって良いことである。
- 2 各社の広告活動に制約を加えることになるので、ない方が良い。
- 3 その他（ ）



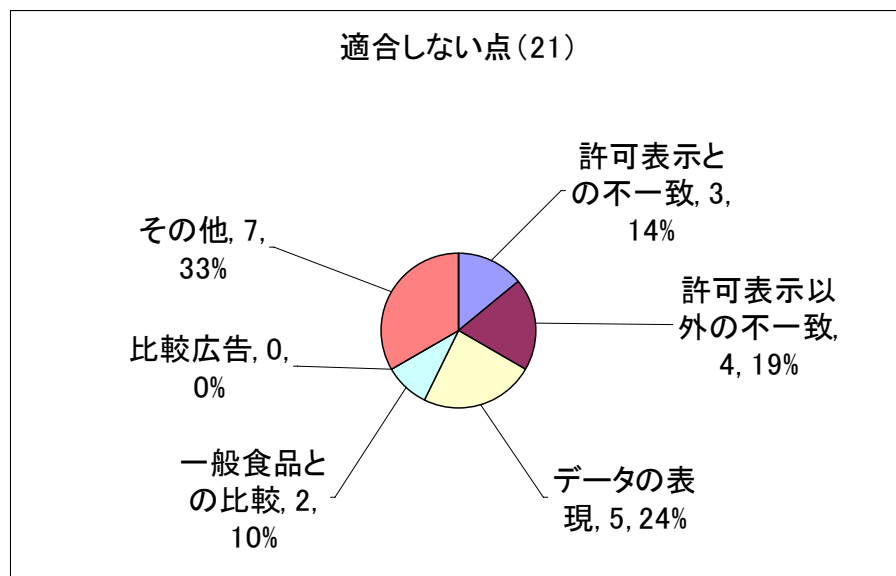
質問2-1：御社におけるトクホ製品の広告と本基準を比較した場合、どの程度適合していますか？（複数回答有）

- 1 完全に適合している。 (→質問4へ)
- 2 ほぼ適合している。 (→質問3-2へ)
- 3 適合しない表現が多い (→質問3-2へ)



質問2-2：適合しないのは、具体的にどの点ですか？（複数回答有）

- 1 許可表示を許可書に記載された文言どおりに正確に広告には表示していない。
- 2 許可表示以外の広告表現に適合しない表現があると思われる。
- 3 データ（グラフ等）の取扱いについて適合しない表現があると思われる。
- 4 トクホ製品とトクホではない一般食品を並べた広告において、トクホ製品と一般食品の区別について配慮していないと思われる。
- 5 比較広告の表現に適合しない表現があると思われる。
- 6 その他 ( )



質問3：今後、本基準の見直しを行う予定ですが、その際に追加すべき内容（項目）など、ご意見があればご記入ください。

省略

以上

参考；

平成 19 年 9 月 20 日

特定保健用食品部 会員各位

財団法人 日本健康・栄養食品協会  
特定保健用食品部

『「特定保健用食品」適正広告自主基準』アンケートご協力のお願い

拝啓 時下ますますご清祥のこととお喜び申し上げます。

平素は当協会の事業推進に関し、格別のご高配を賜り厚くお礼申し上げます。

さて、標記の件につき、6月20日付で『「特定保健用食品」適正広告自主基準』をお送りし、適切な許可表示の範囲内での広告表現のために本基準の活用をお願いしたところ です。

この内容につきましては、『平成 19 年度第 1 回特定保健用食品講習会（主催：日健栄協、7 月 3 日開催）』において、対策室担当官から「特定保健用食品の表示・広告について」の講演でコメントをいただくことができました。

特定保健用食品（トクホ）が消費者にわかりやすく正しく理解され、健康の維持・増進に役立つものとして広告の役割は今後益々重要になると考えられます。会員企業におかれましても、適切な許可表示範囲内での広告表現を遵守され、その結果、特定保健用食品の普及に役立つことを協会としても願っております。

今後本基準が会員各位にとってより役立つものとなるように、厚生労働省新開発食品保健対策室と当協会特定保健用食品部技術部会で継続して意見交換を行い、内容の見直しと充実化に取り組んでまいりたいと考えております。

つきましては、本基準につきまして、会員各位のご意見を伺いたく、別添のアンケートを10月5日（金）までにFAXでご回答ください。

ご多忙のところ誠に恐縮ですが、ご協力をお願い申し上げます。

敬具

お問い合わせ先：特定保健用食品部

TEL 03-3268-3132

FAX 03-3268-3135

E-mail [tokuho@jhnfa.org](mailto:tokuho@jhnfa.org)

FAX 03-3268-3135

(財) 日本健康・栄養食品協会  
特定保健用食品部 宛

『「特定保健用食品」適正広告自主基準』アンケート  
(10月5日(金)までにFAXでご回答ください。)

(該当No.等に○または、ご意見・ご感想など、何でも結構ですのご自由にお書きください。)

【記入者】 開発研究部門・申請担当部門・広告マーケティング部門・その他 ( )

質問1：自主基準としてこのような広告の基準を作成したことについてどのようにお考えになりますか？

- 1 適切な広告表現を広めることになるので、トクホにとって良いことである。
- 2 各社の広告活動に制約を加えることになるので、ない方が良い。
- 3 その他 ( )

質問2-1：御社におけるトクホ製品の広告と本基準を比較した場合、どの程度適合していますか？

- 1 完全に適合している。 (→質問4へ)
- 2 ほぼ適合している。 (→質問3-2へ)
- 3 適合しない表現が多い (→質問3-2へ)

質問2-2：適合しないのは、具体的にどの点ですか？(複数回答可)

- 1 許可表示を許可書に記載された文言どおりに正確に広告には表示していない。
- 2 許可表示以外の広告表現に適合しない表現があると思われる。
- 3 データ(グラフ等)の取扱いについて適合しない表現があると思われる。
- 4 トクホ製品とトクホではない一般食品を並べた広告において、トクホ製品と一般食品の区別について配慮していないと思われる。
- 5 比較広告の表現に適合しない表現があると思われる。
- 6 その他 ( )

質問3：今後、本基準の見直しを行う予定ですが、その際に追加すべき内容(項目)など、ご意見があればご記入ください。