

野菜果物等の一般的な特徴を表示するPOPに関する自主マニュアルの作成に関する実証

申請者

一般財団法人日本ヘルスケア協会
(野菜で健康推進部会)

認定日等

認定：2020年10月5日
(申請：2020年9月11日)

主務大臣

内閣総理大臣(消費者庁)【規制所管】
農林水産大臣【事業所管】

実証目的

- ・ 表示モデルを示し、現場における適切な広告活動を促すとともに、消費者の自主的かつ合理的な選択を促し、消費者の野菜の摂取量の増加や健康づくりに貢献。生産者の競争力や付加価値向上に資する。

実証計画 (実証期間：認定日～2021年8月)

申請者
一般財団法人
日本ヘルスケア協会

③確認
改善

参加者
小売店等

消費者

①マニユアル作成

②POP等表示

- ・ 申請者は、「直販所や量販店の野菜・果実の栄養素の一般的な機能性・特徴表示に関するPOP等表示マニュアル（以下「自主マニュアル」という。）」を作成。策定に当たり、消費者庁と意見交換、第三者委員会での検証も行う。
- ・ 表示対象は「野菜産地と量販店の栄養・機能性成分情報提供マニュアル」（平成19年11月農林水産省事業）記載の7種類を含む、一般的な季節の野菜・果実 25種類程度を予定。
- ・ 実証に参加する小売店（表示関係法令の義務対象者、10店舗以上を指す）は、申請者が主催する勉強会に参加した上で、参加に同意。自主マニュアルに従って、売り場に表示する。
- ・ 実証では、消費者ニーズ、優良誤認性の確認、売り上げの変化の確認を行う。また、保健所等の指摘、消費者からの質問があった場合には、小売店は申請者に伝え、申請者は、必要に応じて自主マニュアルを修正する等、継続的な改善を図る。

<表示内容>

①「特定の食品を指さ」ない、含有成分の一般的な機能性に関する表示内容

「特定の食品を指さず」、売り場に、「特定成分の含有の有無」のほか、**合理的根拠**（主に、以下を参照）をもって、「一般的な特徴」として、「**当該含有成分の一般的な機能性など**」について、「**POPや広告、店頭におけるQRコードと関連付けた情報紹介サイト等**（以下「ポップや広告等」）」に**表示**する。

- ・「野菜産地と量販店の栄養・機能性成分情報提供マニュアル」（平成19年11月／農林水産省「にっぽん食育推進事業」）
- ・「健康食品」の素材情報データベース（国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所 国立健康・栄養研究所）
- ・ナチュラルメディシン・データベース（日本版：（一社）日本健康食品・サプリメント情報センター編集・発行）

②(特定の食品を指さない)一般的な特徴としての野菜の活性酸素消去活性を測定する方法に関する表示

「特定の食品を指さず」、売り場に、栄養素、機能性関与成分含有成分の名称も表示した上で、これに関連する測定方法として、合理的根拠、**ヒト試験ではないことを明示した上で、「一般的な特徴」としての野菜の活性酸素消去活性を測定するDPPH法、ESR法について「ポップや広告等に表示」**する。

③特定の食品を指した成分含有量や測定値に関する表示

「特定の食品を指して」、成分の「含有量」、（量の）比較と合わせて、**DPPH法・ESR法測定値**を、「ポップや広告等に表示」する。あるいは、DPPH法・ESR法測定値のみを表示する。

○「野菜産地と量販店の栄養・機能性成分情報提供マニュアル」（平成19年11月農林水産省事業）におけるポップの例

真っ赤に熟したトマトは
リコペン（赤色）とカロテン（黄色）
を多く含んでいます。

土壌する内容が
客観的に測定さ
れていること
（4頁・留意点1）
を考慮しました。

リコペンとは
トマトの赤みをつくっている色素で、抗酸化作用が
あり、活性酸素の働きをおさえると言われています。

カロテンとは
体内でビタミンAに変化します。目と一緒に摂取すると吸収率が
高まります。

測定値は、個々の
バラツキを考慮し、10
検体の平均値を用いま
した。

栄養・機能性成分	測定値(100gあたり)*
リコペン	2.5mg
カロテン	631 μg
水分	95.0g

※ この測定値(平均値)は、「以下野菜産地」管内で生産されたトマトを
平成19年11月31日に測定した値です。

POP、ラベル
に表示する測定
値に際して「日
付」「産地名」の
情報提示をしな
した。

1日5皿分(350g)以上の
野菜を食べましょう！
1皿70g × 5皿分 = 350g

※ この測定値(平均値)は、「以下野菜産地」管内で生産されたトマトを
平成19年11月31日に測定した値です。

※ 真っ赤に熟したトマトは
リコペン(赤色)と
カロテン(黄色)を
多く含んでいます。
1日5皿分(350g)
以上の野菜を
食べましょう

または……………
『食事バランスガイド』では1日の野菜は
5〜6つが目安。
「1つ」=小鉢の野菜料理、「2つ」=中鉢の
野菜料理を目安にしっかり食べましょう！

課題となった規制について

サンドボックス実証を申請する背景

- 平成25年の食品表示法の制定により、**機能性表示食品、栄養機能食品表示等の表示ルールに、野菜を含む生鮮品も含まれる**ようになった。その影響として、**野菜が持つ機能性を表示するには、個別の分析データやエビデンスが必要ではないかとの認識**が広がり、野菜売り場で保健所職員の査察でPOP撤去が命じられるケースが増えて、**小売店が野菜の機能性の表示に慎重**になる傾向にあった。
- こうした実態を踏まえて、平成30年には、「機能性表示食品に関する質疑応答集」（平成29年9月29日消食表第463号 消費者庁食品表示企画課長通知）において、**特定の商品をささなければ、生鮮食品について、機能性表示食品の届出を行わなくても、一般的な特徴（特定成分の含有の有無や当該含有成分の一般的な機能性など）については、ポップや広告等に表示することができる**ことが明確にされた。
- こうした背景のもと、小売りの現場における**適切な広告活動に資する**ため、野菜が持つ含有成分やその**一般的な機能性**についての**表示モデルを明確に示す**ための実証を行う。

新技術等関係規定に違反しないことの方

（一般的な機能性に関する表示内容について）

○食品表示法

本件実証は、**特定の食品を指さずに、生鮮食品の一般的な特徴（特定成分の含有の有無や当該含有成分の一般的な機能性など）をポップや広告等に表示**するものであり、食品表示基準第23条第1項各号（表示禁止事項）に違反するものではないと考える。

○健康増進法

健康増進法に定める「健康保持増進効果等」に該当するものを含む表示に関して、本件は、合理的根拠をもって表示するものであり、表示内容から認識することとなる健康保持増進効果等の印象や期待感と実際に得られる効果にも相違なく表示するため、**著しく事実に相違する表示ではなく、著しく人を誤認させるような表示ではない**。このことから、健康増進法第65条第1項に違反するものではないと考える。

○景品表示法

表示内容は、**合理的な根拠**を示す資料を基にして、表示内容全体から一般消費者が受ける印象・認識にも留意した上で作成されるものであり、景品表示法第5条第1号に違反するものではないと考える。

(参考) 関係法令等 (主なもの)

法律、省令 食品表示法、食品表示基準

- 食品表示法第5条 (食品表示基準に従った表示がなされていない食品の販売をしてはならない。)
- 食品表示基準第23条第1項 (第18条、第19条及び第21条に掲げる表示事項に関して次に掲げる事項を一般用生鮮食品の容器包装又は製品に近接した掲示その他の見やすい場所に表示してはならない)
 - 実際のものよりも優良又は有利であると誤認させる用語 (同条第1項第1号)、そのほか製品の品質を誤認させるような文字、絵、写真その他の表示 (同項第9号) 機能性表示食品にあつては、疾病の治療効果又は予防効果を標榜する用語 (同項第6号イ)、消費者庁長官に届け出た機能性関与成分以外の成分を強調する用語 (同号ロ)
 - 保健機能食品以外の食品にあつては、保健機能食品と紛らわしい名称、栄養成分の機能及び特定の保健の目的が期待できる旨を示す用語 (同項第8号)

通知

- 食品表示基準Q&A (平成27年3月30日消食表第140号) 第3章生鮮食品 第23条関係 (表示禁止事項) (生鮮-46)
【要旨】生鮮食品の表示禁止事項は、食品表示基準第18条、第19条及び第21条 (名称、原産地等) に関連するものに限定される。これらに関連していないものは、景品表示法等他法令により措置される。
- 食品表示基準について (平成27年3月30日消食表第139号) (生鮮食品) 4 表示禁止事項
特定保健用食品、機能性表示食品及び栄養機能食品の表示ルールは容器包装に入れられた生鮮食品についてのみ規定されているため、食品表示基準第23条第1項第8号の「保健機能食品以外の食品にあつては、保健機能食品と紛らわしい名称、栄養成分の機能及び特定の保健の目的が期待できる旨を示す用語」の表示の禁止も、容器包装に入れられた生鮮食品の容器包装についてのみ適用される。
- 機能性表示食品に関する質疑応答集 (平成29年9月29日消食表第463号) (消費者庁食品表示企画課長通知)
生鮮食品について、機能性表示食品の届出を行わなくても、一般的な特徴 (特定成分の含有の有無や当該含有成分の一般的な機能性など) については、ポップや広告等に表示することができる。
ただし、当該ポップや広告等が、特定の食品をささないこと、優良誤認、虚偽・誇大広告に関する景品表示法及び健康増進法等の規定に抵触しないよう留意する必要がある。

○健康増進法第65条第1項

何人も、食品として販売に供する物に関して広告その他の表示をするときは、健康の保持増進の効果その他内閣府令で定める事項（中略）について、著しく事実に相違する表示をし、又は著しく人を誤認させるような表示をしてはならない。

○食品として販売に供する物に関して行う健康保持増進効果等に関する虚偽誇大広告等の禁止及び広告等適正化のための監視指導等に関する指針（ガイドライン）（消費者庁）

3 禁止の対象となる「著しく事実に相違する表示」及び「著しく人を誤認させるような表示」

- 著しく事実に相違する表示、著しく人を誤認させる表示であるか否かの判断に当たっては、表示内容全体から一般消費者が受ける印象・認識が基準となる。
- 「著しく」：誇張・誇大の程度が社会一般に許容されている程度を超えていること。表示を誤認して顧客が誘引されるかどうかで判断。
- 「事実に相違する」：表示されている健康保持増進効果等と実際の健康保持増進効果等が異なること。
- 「人を誤認させる」：表示から認識することとなる健康保持増進効果等の「印象」や「期待感」と健康の保持増進の実際の効果等に相違があること。社会常識や用語等などの一般的な意味などを基準に判断。

○健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項について（消費者庁）

「健康保持増進効果等」を表示したことをもって直ちに虚偽誇大表示に該当するものではなく、健康保持増進効果等について、著しく事実に相違する表示や著しく人を誤認させる表示をする場合に虚偽誇大表示に該当することになる。

○不当景品類及び不当表示防止法第5条第1号

商品又は役務の品質、規格その他の内容について、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し、又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示**であつて、**不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められる表示をしてはならない。**

○同法第7条第2項

内閣総理大臣は、（中略）必要があると認めるときは、当該表示をした事業者に対し、（中略）当該表示の裏付けとなる**合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。**（以下略）

○不当景品類及び不当表示防止法第7条第2項の運用指針—不実証広告規制に関する指針—

第3 「合理的な根拠」の判断基準

2 提出資料が客観的に実証された内容のものであること

(1) 試験・調査によって得られた結果

ア 試験・調査によって得られた結果を表示の裏付けとなる根拠として提出する場合、当該試験・調査の方法は、表示された商品・サービスの効果、性能に関連する学术界又は産業界において一般的に認められた方法又は関連分野の専門家多数が認める方法によって実施する必要がある。

イ 学术界又は産業界において一般的に認められた方法又は関連分野の専門家多数が認める方法が存在しない場合には、当該試験・調査は、社会通念上及び経験則上妥当と認められる方法で実施する必要がある。社会通念上及び経験則上妥当と認められる方法が具体的にどのようなものかについては、表示の内容、商品・サービスの特性、関連分野の専門家が妥当と判断するか否か等を総合的に勘案して判断する。

ウ **試験・調査を行った機関が商品・サービスの効果、性能に関する表示を行った事業者とは関係のない第三者**（例えば、国公立の試験研究機関等の公的機関、中立的な立場で調査、研究を行う民間機関等）である場合には、**一般的に、その試験・調査は、客観的なものである**と考えられるが、上記ア又はイの方法で実施されている限り、当該事業者（その関係機関を含む。）が行った試験・調査であっても、当該表示の裏付けとなる根拠として提出することも可能である。

工 省略