

《 2. 特定保健用食品の表示許可に係る調査審議 》

【新規審議品目】

(1) 「特茶カフェインゼロ a」「伊右衛門特茶 a」「特茶ジャスミン a」(サントリー食品インターナショナル株式会社)

○受田部会長 それでは、個別品目の表示許可に係る審議に入りたいと思います。

新規審議品目でサントリー食品インターナショナル株式会社の「特茶カフェインゼロ a」「伊右衛門特茶 a」「特茶ジャスミン a」の 3 点でございます。

3 品を一括で審議したいと思います。

それでは、ここからは、長田部会長代理に議事進行をお願いしたいと思います。

よろしくお願いいたします。

○長田部会長代理 皆様、どうぞ、よろしくお願いいたします。

それでは、消費者庁から説明をお願いいたします。

○消費者庁食品表示企画課 それでは、資料 1 を御覧ください。

1 品目目「特茶カフェインゼロ a」。食品形態は清涼飲料水、内容量は 600ml、許可を受けようとする表示の内容は、本品は脂肪分解酵素を活性化させるケルセチン配糖体の働きにより、体脂肪を減らすのを助けるので、体脂肪が多めの方に適しています。

関与する成分と量は、ケルセチン配糖体イソクエルシトリンとして 110mg、一日摂取目安量は 600ml となっております。

既許可品、右側との相違点ですけれども、一日摂取目安量、既許可品は 500ml であったところ、申請品は 600ml となっております。関与する成分と量については、同じく 110mg となっております。

続いて、2 品目目、資料 2 となります。

「伊右衛門 特茶 a」です。

食品形態は清涼飲料水、内容量は 600ml、許可を受けようとする表示の内容は、先ほどと同様ですが、本品は、脂肪分解酵素を活性化させるケルセチン配糖体の働きにより、体脂肪を減らすのを助けるので、体脂肪が多めの方に適していますというものです。

関与する成分と量は、同じくケルセチン配糖体イソクエルシトリンとして 110mg、一日摂取目安量は 600ml です。

既許可品との相違点は、関与成分の量は同一ですが、内容量は 100ml 増えているところとなっております。

続きまして、資料 3、3 品目目「特茶ジャスミン a」です。こちらも前 2 品目と同様となります。

食品形態は清涼飲料水、内容量は 600ml、許可を受けようとする表示の内容は、同じなので省略させていただきます。関与する成分と量はケルセチン配糖体イソクエルシトリンとして 110mg、一日摂取目安量は 600ml として設計されておまして、既許可品との相違点は、一日摂取目安量 500ml のところ、100ml 増やした 600ml となっております。

以上となります。

○長田部会長代理 ありがとうございます。

次に、調査会での審議状況を事務局からお願いします。

○消費者委員会事務局 続きまして、資料4を御覧ください。

この3品目は、ことしの4月26日に諮問されまして、5月14日に開催されました、第45回の新開発食品評価第一調査会で御審議いただいております。

審議結果といたしましては、この3品目に対しまして、延べで5項目の指摘事項が出され、座長預かりとなりました。

その後、申請者のほうから指摘事項に対する回答が提出されまして、座長の御了承をいただき、本日の部会で御審議いただくという運びになっております。

ここで3品目に対して5項目と書いておりますけれども、1つの指摘は、3品目に対して共通に出されておる指摘でございます。

したがって、それを除きますと、全部で3つの指摘が出されているということになります。

その下に調査会での指摘事項と回答の概要を示しておりますので、そちらを御覧ください。

まず「特茶カフェインゼロa」につきましての指摘事項ですが、指摘事項の(1)といたしまして、この申請書には、ヒト試験の資料として1-8、2-23という資料及び1-9、2-26という2つの資料が添付されております。

これらの試験につきまして、試験の確実性を高めるために、試験計画書を提出された上で、以下の点を明確にされたいという御指摘でございます。

以下の点ということに関しまして、①から④まででございます。

①は、ランダム化及び盲検化について試験方法の詳細を示されたい。

②は、キーオープンについて試験方法の詳細を示されたいという御指摘でございます。

これに関しましては、申請者のほうから、それぞれの試験実施計画書を添付して回答いたしてございまして、それで回答としては了承されております。

③と④についてですけれども、これにつきましては、皆様の資料に青い申請書が置いてあると思うので、こちらを御覧いただけますでしょうか。

この申請書に、1-8、2-23という耳がついた資料がございますので、そちらを御覧ください。

資料1-8、2-23の、ページで、右下に219という番号が振ってありますので、そちらを御覧いただけますでしょうか。

よろしいでしょうか。

この219ページの真ん中辺に表2としまして、腹部脂肪面積変化量の推移というものがございます。

一番上でございます、全脂肪面積という欄を見ていただきたいのですが、対照飲料の12週で、ゼロ週目に比べまして有意な増加が見られていると、こういう現象がございます。

指摘のほうは、対照飲料で有意に増加した、その理由は何なのかということを質問しているわけです。

これにつきまして、申請者のほうは、この論文の中で考察をしております。これは、223ページを御覧いただけますでしょうか。

223ページ、考察の左側の真ん中あたり「Kajimotoらの報告においても」という部分でございます。

Kajimotoらの報告においても、このような対照飲料群で全脂肪面積の有意な増加が認められており、この増加については、初秋から冬という季節的な変動によるものと考察されているということで、今回、申請者が行いました、この論文の試験も、同じように9月から12月にかけて実施しているものでございまして、この試験で見られました対照群での脂肪面積の増加というのは、Kajimotoらが言っているのと同じように、季節変動によるものであろうと考察しているわけでございます。

続きまして、その後の資料1-9のほうを御覧いただけますでしょうか。

資料1-9のほうは、233ページになります。

233ページに、表が横になっておりますけれども、横長の表がございます。

この表3が、腹部脂肪面積の推移を示した表でございますが、こちらの試験でも、前にお見せしたのと同じように、対照群で脂肪面積の増加ということが認められております。

このことにつきまして、この論文の著者らは、その少し後になりますけれども、238ページ、この部分の考察を御覧いただきたいと思うのですが、238ページに考察がございます。

この右の欄の真ん中あたりになります。ここにもKajimotoらの報告やケルセチン配糖体配合緑茶飲料継続摂取時に、腹部脂肪面積を測定した報告においてもということで考察をしているわけですが、こちらでも同様にKajimotoらの報告を引用して、季節変動によるものであろうと考察しているわけでございます。

ですが、資料1-9というのは、試験実施時期がKajimotoらの試験のように、秋から冬にかけての試験ではなく、夏に行われた試験だったわけです。

この2つの試験の報告を比べまして、調査会の委員のほうから試験実施時期が違うのに、季節変動によるものと、簡単に結論付けていいのかということで、季節変動以外の要因も含めて、なぜ、このような腹部脂肪面積の増加が起こったのか、それについて回答するよというの、指摘の内容でございます。

これに対しまして、申請者のほうは、秋から冬にかけて行った試験というのは、やはり季節変動によるものであろうと。

しかし、夏に行った試験で見られた脂肪面積の増加というのは、季節変動もあるかもしれないけれども、それ以外の食事、運動、そういった要因が総合的に影響して脂肪面積が増えたと思われると回答しております。

それが、指摘事項1の③に対する回答でございます。

続きまして、④についてでございます。

これも、今、御覧いただきました資料1-9の231ページを御覧いただけますでしょうか。

この231ページの上のほうに、被験者の流れということで、被験者はどのように割り振ったのか、それで何名ぐらいが中止、脱落したのかというようなことが記されております。

ここで、下のほうを見ていただきたいのですが、解析除外といたしまして、CT解析不適格というのが対照飲料群で5名、それから、試験飲料群で8名出ております。合計13名の人がCT解析不適格ということで除外されているわけです。

同じようなことを資料1の試験でも行っているわけですが、こちらのほうは、このような除外例とCT解析不適格ということで除外された例が一例もないという結果になっております。

それで、1つの試験では除外例が13人もいるのに、片方ではないということは何なのかというのが指摘の内容でございます。

これにつきまして、申請者のほうは、まず、除外例が13名出た試験、こちらは、試験を実施した施設が複数にわたっていたということがあると。ですから、判定者が何人もいたということ。

それから、この試験を行うときに、CT不適格画像の例を事前に示して、こういった画像は除外してくださいということをはっきり試験担当者に知らせていたということがあったと。

片や、もう一つ試験のほうでは、そういった除外例を例示するということがなされていなかったということがございまして、そういったことが片方の試験で除外例が多く出て、片方では出なかったということの原因ではないかと推察するというような回答になっております。

申請者も、今後は解析対象外、不適格な画像を例示するなど、判断基準を統一して試験を行うことが望ましいと考えているということを回答しております。

以上が、3品目に対して共通に出されました指摘の内容と、それに対する回答でございます。

それから、カフェインゼロに対する2番目の指摘になりますが、資料2-24を御覧いただけますでしょうか。

資料2-24の文献のタイトルの耳のついたページの裏側になります。もともとの小さなページで行きますと506ページ、右下についております大きなページ数で行きますと460ページというところになります。

ここに表2として、試験飲料の栄養成分組成というのが示されておりますけれども、ここで熱量が試験飲料は6.8キロとなっております。

ところが、この表示等を見ていただくと分かるのですが、製品の表示では、カロリーはゼロとなっております。この違いは何なのかという御指摘ございました。

回答といたしましては、資料2-24で用いた資料というのは、今回の申請品目「特茶カフェインゼロ」そのものではない、他の飲料を用いて行った試験であると。

それで、飲料が違うということ、それぞれの配合成分にも若干違いがありますので、その違いがエネルギー量の差を生んでいるものだと説明しております。

申請品目そのものではない資料を、なぜ付けているのかということにつきましては、資料2-24というものは、関与成分のイソクエルシトリンを4倍摂取しても問題ないということを説明するための資料として、今回の申請書に添付しましたということでございました。

以上が「特茶カフェインゼロ a」についての指摘と、その回答の概要でございます。

続きまして「伊右衛門 特茶 a」についての指摘を説明させていただきます。

これにつきましては、机の上でございます、緑のファイル、この概要を御覧いただけますでしよ

うか。

こちらの概要のアという耳のつきましたところの 4 枚目を御覧いただけますでしょうか。

ここに表 1 として「伊右衛門 特茶 a」と既許可品「伊右衛門 特茶」の比較表が載っております。

ここの中ほどにございます、天然緑茶カテキンというものの量を御覧ください。

既許可品の「伊右衛門 特茶」は、製品容量が500mlのものでございます。そのものに含まれるカテキンの量が230mgとなっております。同じようなお茶で、今回の申請品目は、製品容量が600ですので、同じお茶を使っているのであれば、カテキン量も230mgの1.2倍、概算で270から280mgになるはずではないかと。それが200mgと逆に減っている、これはなぜなのかという指摘でございました。

これの回答は、申請品目の「伊右衛門 特茶 a」、それから既許可品「伊右衛門 特茶」いずれも緑茶ベースの飲料ですけれども、最終的な製品での味、風味、そういったものを調整するために使っている緑茶の葉っぱ、これは違うものを使っていると、風味の違う茶葉を原料として製品をつくっているということでございます。

茶葉が違うので、最終的にカテキン量というのは、こうなっているという回答でございました。

「伊右衛門 特茶 a」につきましては、指摘事項としては、もう一点、先ほど申し上げました、3 品目共通の指摘もなされております。

3 品目目の「特茶ジャスミン a」につきましては、共通の指摘事項だけでございました。

以上が 3 品目に対します指摘事項と、その回答の概要でございます。

○長田部会長代理 ありがとうございます。

これらについて、委員の皆様から御意見をいただきたいと思いますが、まずは、調査会の座長でもいらっしゃる志村委員より、調査会の議論の状況などについてお話しいただければと思います。よろしく願います。

○志村委員 それでは、申し上げます。

まず、基本的には、今回の品目は、既許可品との同等性、これを認めていかどうかというところだったかと思えます。

既許可品との違いは、容量が500だったところが600になっているということ、このことについては、委員の間から、食品としては、500が600になったとしても、配合されている分量が同じであれば、同じような効果があらわれるだろうということ。そのような意見がありました。

もう一つは、申請者のほうで、吸収試験的なことをなさっていて、容量の違い、これが反映されていなくて、同じような動態、そういう結果があったということです。

既許可品との違いのもう一つは、表示内容です。体脂肪が気になる方というところを、体脂肪が多めの方ということで、ここは、これでよろしいかということでありました。

その上で、既許可品との同等性ということで、有効性に関しては、先ほど事務局から御説明がありましたように、指摘事項①②については、試験計画書等をお出しただいて、資料 4 というところですか、これのランダム化及び盲検化について試験方法の詳細を示されたい。キーオープンについて試験方法の詳細を示されたいというところで、座長預かりとさせていただいている中で、この

ような点については、妥当な資料を御提示いただいたという具合に、座長として判断いたしましたところであります。

それから、③番、腹部脂肪面積変化量の推移ということですが、これについても、基本的には、要は、当該品では初期値から低下が起り、また、群間差がついているところで、有効性に関しても認められるということですが、調査会としては、経時変化、対照群で脂肪面積が増えているのはどうしてかというところを指摘しました。これを後から説明するのは、なかなか難しいことであるけれども、季節変動だけでは説明できないでしょうと、そういう御回答をいただいたところで、これもよろしかったのではないかと判断させていただきました。

それから、CT等検査で欠測値が出ている。これは④ですね、どうしてかと。解析不適合ということがありますが、これについても、先ほどの御説明と同様に、不適切例が多く出たのは、事前に基準を例示して、不適合なものは除外するようにはしていただきたいと、こういうことがあったからでしょうと、これも妥当な説明であったかと思えます。

その他についても、座長としては、妥当であるという具合に判断し、こちらに挙げさせていただいたところですよ。

もう一つは、こちらで御審議していただいたほうがいいのかと思うことがございます。「特茶ジャスミン」というのがありますが、この表示見本を御覧いただいて、これは、ここで御提案しておきたいと思えます。

ジャスミンの表示見本で、ここの絵の中ほどに、特茶公式ヘルスケアアプリ始動と書いてある中に「楽しく、おトクに、スマートに！」というような表示があるということ。これについては、少し御審議いただいたほうがよろしいのかなということ御提案したいと思えます。

第一調査会からは、以上です。

○長田部会長代理 ありがとうございます。

それでは、今、最後に示された論点も確かにあって「楽しく、おトクに、スマートに!」、資料を御覧いただけましたでしょうか、イというところに表示見本が出ていると思えますけれども、それも含めて御意見をいただければと思えますが、いかがでしょうか。

では、戸部委員、お願いします。

○戸部委員 表示ではないですけれども、④のところのCT解析の不適合という部分なのですけれども、基準を明確にしたがために、不適合が出たということは理解したのですけれども、そうであれば、以前の結果に対して、同じ基準を用いたときに、どのくらい不適合になるのかというレビューはできると思うのですが、そこはいかがでしょうか。

○長田部会長代理 では、事務局からお願いします。

○消費者委員会事務局 もう既に全部終わってしまっている試験ですので、遡ってというのは難しいのではないかと考えます。ですから、申請者としても、そういう例示はしたほうが良いと考えているようで、回答の中で、今後は、その辺を統一していくということを回答しております。

○戸部委員 では、前のCT画像は残っていないということですかね。

○消費者委員会事務局 申し訳ありません。そこまでは確認しておりません。

○戸部委員　　そうですか、最近は、CT画像を残すことができると思うので、その基準を示すことによって、より精度が上がったということの確認もできると思います。基準が変わったことによる影響や効果の検証というのは、今回、これでしていただくかどうかは別として、そういう視点でのレビュー、検証も必要と思います。

○長田部会長代理　先生、お願いします。

○志村委員　　確かに、今後のこととしては、それは大変妥当な方向だと思いますが、このデータについては、この部会でも既に認めているところですから、そういう中で、過去のデータを改めて見て、そういうレビューを、どういう形で進めていくかというところは、また、別の形で考えていかなければいけないのではないかと思います。

○長田部会長代理　それでは、今後の課題として御提示いただいたということによろしいでしょうか。

他に御意見は、いかがでしょうか。

この「楽しく、おトクに、スマートに！」は、アプリについてのキャッチフレーズのようにも見えますけれども、御意見をお出しいただければと思います。

清水委員、お願いいたします。

○清水委員　　少し話が違うかもしれませんが、この場合「おトクに、スマートに」というところに二次元バーコードがついていて、それを読んでもっと情報を集めるということになっていきますね。こういうスタイルが、これから増えてくると思うのですが、そうすると、我々としては、この二次元バーコードの中に、一体どんなことが出てくるかということまで目を配らなければいけなくなるのかなど、ちょっと思いましたので、それだけです。

○長田部会長代理　これは、この先のアプリの中身を確認はしていないですかね。

○消費者委員会事務局　してありません。

○長田部会長代理　今、ちょっと読み込んでいただいて、では、お願いします。

○消費者委員会事務局　さらに奥に入っていないかと、ちょっと簡単に見られない形で、今、見た形だと、健康管理という項目があって「体重・歩数・食事まとめて管理！」「だれでもカンタン！」といったものと、「歩数をためて おトクなポイントGET！」という文言が、開いた画面では見られません。

ですので、健康管理に関するスマートアプリであるように、画面からは見受けられます。

○長田部会長代理　ありがとうございます。

加えて、特茶に対しての情報提供というよりは、また、新たなヘルスケアアプリということ。

○消費者委員会事務局　はい、そういう形に思います。

○長田部会長代理　清水先生、お願いします。

○清水委員　　ありがとうございました。

そういうことだったら、余り問題はないかもしれないのですが、ここを見た時に、少し行き過ぎた表現での宣伝文句などがあつたら、我々は、それについても注意を払う必要があるかなと思います。

○長田部会長代理 お願いします。

○志村委員 この中で、赤く示された特茶公式というあたりが若干気になるころではあります。

○長田部会長代理 特茶公式という言葉もついでのヘルスケアアプリ。

清水委員からもお話がありましたように、今後は、やはり、そこはきちんと確認をしていかないといけないということですね。ここで何の情報提供されるのかということからは、食品表示のそのものが、ついているものだけではないことになっていく、この先のことを考えれば、それは非常に大切な課題だと思います。

松永委員、お願いします。

○松永委員 特茶公式ヘルスケアアプリだと、他の製品にも入っていても不思議ではないと思うのですが、なぜ、このジャスミン a だけ入っているのかというのは、何か説明がありましたか。

多分、特茶というブランド全体でのキャンペーンという意味ですね。

○長田部会長代理 では、今、資料を探していただきます。

○消費者委員会事務局 申請者のほうに確認はしておりません。ただ、今ある資料を見ていますと、例えば、特茶などは、きょうは一括で御審議をいただいていますけれども、申請が平成30年の6月なのです。それに対しまして、ジャスミンのほうは、31年の2月、8カ月遅く申請されているわけです。ですから、その間に、こういうものがサントリーのほうで準備したのかなとも思われます。

○松永委員 そうすると、パッケージ変えのときに、こういうのが特保のパッケージの中に、この後、入ってくるというときには、それは、どういう手続で、このパッケージでいいですよというようなことになるのでしょうか。

多分、キャンペーンだと、企業にしてみると、いろんな製品で一体化したキャンペーンをやりたいはずですね。そういうときの手続は、今後、どうなっていくのでしょうか。

○長田部会長代理 消費者庁さんから、何かありますか。

○消費者庁食品表示企画課 消費者庁で許可後に変更ということで、申請者から製品のパッケージを変えたいということ申出があるものについて確認をしているということになりますので、例えば、今後、カフェインゼロ、特茶 a についても同じように許可された場合に変更をしたいという申請が来る可能性はございます。

○長田部会長代理 どうぞ。

○松永委員 そうすると、そうしたキャンペーンが、この場合には、たまたまここで、私たちは見る機会を与えられたので審査ということになるのですけれども、今後は、そういうキャンペーンで、こういう二次元バーコードでスマートみたいな言葉を入れてやりますよみたいなことは、この場では諮られず、単なるパッケージ変更ですよということで消費者庁段階で検討して、結論を出して、もうオーケーを出すという手続になるということになりますか。

○長田部会長代理 消費者庁、お願いします。

○消費者庁食品表示企画課 申請者から出された場合には、それが許可を受けた表示の範囲内かどうかということで確認をさせていただきますので、超えているようであれば、改めて何かしら手続が必要になりますということで、そこは事業者の中で、恐らく超えない範囲内での変更というの

を目指してやるのだと思います。

○松永委員 ありがとうございます。

○長田部会長代理 その場合には、アプリの中身も見るということでよろしいでしょうか。

○消費者庁食品表示企画課 今回、そういうことがございましたので、少しその部分は確認させていただきたいと思っております。

○長田部会長代理 石見委員、お願いします。

○石見委員 今、アプリを見ているのですけれども、さらに、このアプリを起動するには、APPストアからアプリをダウンロードしてとか、いろんなことが発生しているのですね。

それで、ポイントをためて、さらにお得にとは、結局、販促のようなことですね。そういうところまで、この委員会で責任が持てるのかというと、私は、そこまで、その先、先とどんどん進んでいきますので、どこまで見たらいいのかということになると思うのです。

ですので、このような余分なものはつけないでいただきたいというのが、私の意見です。

○長田部会長代理 余分なものはつけないと、そうすると、このジャスミン a のところも、このアプリ部分は、削除を依頼するという御意見がありました。いかがでしょうか。

過去に、こういう表示がついていたものとかは、何かありますか。もしくは、表示の変更で、こういうアプリの紹介みたいなものがついた例とか。

特にないでしょうか。

ちょっとここで、他の先生方の御意見もお伺いしたいのですが。

山田委員、お願いします。

○山田委員 質問なのですけれども、こういう特茶公式ヘルスケアのマークは、特保以外のものにはつけることはできないものですか。他の製品でついていて、それをそのまま流用したとか、言葉が、特茶と、これは特保になっているのですけれども、お茶とか、いわゆるどこどこ会社公式ヘルスケアアプリ始動とか、そういうものは、普通の食品の場合にはつけられることができるものであれば、これにつけていても問題はないのではないかと思います。そこら辺が、私はよく理解していない、知らないのです。

○長田部会長代理 現在、目の前のサントリーの天然水には、ウェブサイトのURLコードが載っていますね、アプリではないのですけれども。

○山田委員 これをぱっと見れば、水の宣伝みたいなものが、同時に出てくるというわけではないのですか。

○長田部会長代理 お願いします。

○消費者委員会事務局 この天然水の二次元バーコードを確認したところ、水についての直接の宣伝というよりは、水と生きるデジタルミュージアムとはですとか、何か水に関する情報が 1 ページ目には載っています。

ただ、下のほうに行くと、サントリーの水と生きるとはですとか、そういった販売促進につながるような文言は見られます。

○長田部会長代理 ありがとうございます。

なかなか、その先まで見ていくことが非常に難しいということかなと思いますが。

他に、何か御意見は、いかがですか。

松永委員、お願いします。

○松永委員 表面上、この容器で見える文言と、それから、ネット上の情報と、少し分けて考えたほうがいいのではないかと思うのです。

まず、容器として、スマートという、スマート農業とか、いろんな形でスマートという言葉が、英語的には賢いというような意味合いがあって、ダイエットのスマートとはまた少し違う意味もあるわけですが、そういう意味でスマート農業というのを使われているのですけれども、普通の日本人が見たときに、スマートと言うと、やはり、ダイエット、体脂肪みたいなところに直結して考える方も出てくると思うので、そういうパッケージの文言としてどう考えたらいいか、どこまで許されるかということと、それから、二次元バーコードの中でネットの情報をどう考えるかというのを分けて整理して、順番に考えていったらどうかと思うのですけれども、どうでしょうか。

○長田部会長代理 ありがとうございます。

それでは、今、御提案いただきましたように、まず「特茶ジャスミン a」の表示としての文言から御意見をいただければと思います。特茶公式ヘルスケアアプリ始動で「楽しく、おトクに、スマートに！」という言葉はどう考えるか。

松永委員、お願いします。

○松永委員 口火を切ったので、私の意見を申し上げますと、やはり、スマートというのは、少し誤解を招くのではないかなと思いますので、少なくともスマートという言葉は外していただいたほうがよいかと思います。

○長田部会長代理 スマートという言葉を外してはという御提案がありましたけれども、いかがでしょうか。

石見委員、お願いします。

○石見委員 その下の特茶スマートというのがローマ字で書いてありますけれども、このアプリ名なのですね。ですので、もし、スマートというところに着目すると、この特茶スマートのキャンペーンのほうもまずいということになると思います。

私も同感で「スマート」とか「おトク」とか、全く特保に関係ないことを書いているので、これはよろしくないと思います。

○長田部会長代理 このアプリ自体の正式名称は、特茶スマートアプリという名前のようなのです。それがローマ字とか、英語で書いてあって、その上に書いてある「楽しく、おトクに、スマートに！」のところ、この特茶スマートアプリのキャッチフレーズのように一応なっていて、その上に赤く白抜きで書いてある、特茶公式ヘルスケアアプリ始動という言葉は、ホームページの宣伝のところには、その言葉は、あえてそこからはスマートアプリのスマートを外したのかもしれないのですけれども、まず、アプリ名にスマートが入っていること、それから、キャッチフレーズに「おトクに」と「スマートに」が入っているというところで、今、御指摘がありましたけれども。

この場合、このアプリの紹介は載せてもいいけれども、文言を変えるという考え方と、全体を削

除してもらおうという考え方があるのかなと思うのですけれども、そちらについて、もし、御意見が
おありでしたら。

松永委員、お願いします。

○松永委員 食品表示部会でも、このeラベリング、ネットでの表示に関する情報提供というのは、
少し議論した経緯があって、やはり、これ自体はメリットもあるだろうということで、今後のいろ
んな段階を追って表示として取り入れていくかどうかを考えるということになっています。

こういう二次元バーコードを使って、例えば、アレルギー表示をもっと詳しく説明するとか、原
材料とか、消費者が気になるようなところを、ラベルでは書き切れないところをもっと詳しくとい
うような形の事業者さんたちもたくさんいらっしゃるので、これ自体をだめということは、消費者
への情報提供をだめということにもなりかねない話なので、これ自体を外してくださいということ
は、私はできないし、するべきではないのではないかと思います。やはり、より詳しく適切な情
報を消費者に伝えたいという事業者の意欲がきちんと反映されるべきだと思います。

ですので、こういう形で情報提供自体は、別に妨げるものではないけれども、やはり、その中
身が問題で、今までの特保の考え方というところから逸脱しないような見せ方であり、その中身に
してほしいということなのだと思います。

ですので、そこから先が難しいので、少し迷うところではありますが、少なくとも、これですと、
このアプリ自体が特茶キャンペーン用のアプリなので、特茶というのは、サントリーさんは、たし
か特定保健用食品のブランドとして特茶というのをつくっておられますので、この特茶に限ったこ
とで言えば、例えば、スマートという言葉は、パッケージには出さないでくださいねとか、アプリ
の名前も、少し誤認を生むのではないのでしょうかというようなことは言えるのではないかと思
うのです。

そこから先は、中見の情報提供については、特保の考え方を逸脱しない範囲で、適正な情報を提
供してくださいというような整理になるのではないかと思います。いかがでしょうか。

○長田部会長代理 ありがとうございます。

とても整理をしていただいたように思うのですけれども、どうぞ。

○石見委員 今、どんどん進んで見えていますけれども、サイトマップに行くと、お酒の宣伝まで行
きますね。いろんなサントリーの商品の宣伝になっています。だから、そこを見れば、そっちなほ
うに行く人もたくさんいると思います。

○長田部会長代理 そのアプリの中身については、特定保健用食品の考え方をきちんと、消費
者庁、お願いします。

○消費者庁食品表示企画課 今、御審査いただいているのは、特定保健用食品の表示の許可に係
る審査ということでございます。ある意味では、ほかの特保もそうですけれども、いろんな宣伝文句
をして、広告とかを打っていくわけですけれども、では、広告に対して、この場で全て審査をして
いくかということ、そういうわけでもございません。二次元バーコードの中で言われているものが、
表示に当たるかということ、今、審査をすべき表示とは少し違うところにありますので、そういう意
味で言えば、広告の一環みたいなものですから、そういったものとは、少し今回の審議事項とは切

り分けて御審議いただいたほうが混乱なく行けるのではないかと考えておりますけれども、いかがでしょうか。

○長田部会長代理　お願いします。

○志村委員　この公式という言葉ですが、これは、公に定めたというような意味合いとして、普通は捉えると思うのですが、このサイトは、国が定めたことになるのですか。

○消費者庁食品表示企画課　今回のものは、表示の文言になりますので、それは、そういう誤認を与えるということでしたら、その公式というものは、ここではやめてほしいという御指摘になるのだらうと思いますけれども、あくまで、これは表示のお話と、その先の広告のものと、広告というか、そういうものとの切り分けはしていただければよろしいかなと思います。

○長田部会長代理　どうぞ、お願いします。

○松崎委員　今後のことだと思うのですが、このパッケージを見たときに、どこの部分は特保としてオーケーを出したのかというのが分かる形にしていかないと、全てをチェックして、全てを確認して、これ全体がよいのだと思われているというふうには、今、過渡的な時期なので、そうなのかもしれませんけれども、この部分だけは特保で確認したところですよというのが分かるような、表示の問題でもあると思いますが、表示にしていく方向で進むということが必要なのではないかと思います。

○長田部会長代理　ありがとうございます。

消費者庁、お願いします。

○消費者庁食品表示企画課　一応、消費者庁のほうで許可をしているのは、許可をする表示として、許可の表示の文言を許可書として出しておりますので、表示のパッケージの全体のものについては、その許可をしている表示を逸脱するような、もしくは、さらに期待させるようなものになっている場合、少なくとも、許可表示を超えるものをパッケージにしているので、少しそれは抑えてもらうという観点なのではないかと考えております。

ですので、消費者庁として出すのは、こういう表示をしていいですよという許可の文言のところ、この文言を許可していますよということになります。

○長田部会長代理　ということは、このジャスミン a の表示のところのアプリに関しての表示に、まず、公式という言葉、それから、スマートという言葉が、今回の特保としての許可文言には合わないのではないかとということ指摘できるということですね。

加えて、その表示の先、アプリの中身については、こちらから、そのことについて、公式に何か申し上げることはできないけれども、今後の表示のあり方としては、非常に大事な指摘をいただいたということにもなりますので、サントリーさんには、特茶の、今回の許可表示の範囲内でのアプリの運営も、是非ということは、希望として申し上げることが、もし、できればいいのかなと思うのですけれども、いかがでしょうか。

そういう懸念があったとか、課題として指摘されたというような表現でお伝えできればと思うのですが。

では、この点、少し置いておいて、他に何か、今回の 3 件について、御意見がありましたら、承

りたいと思いますが、では、山田委員からお願いします。

○山田委員 許可文言が、これは資料1のところで見ただけであればいいのですけれども、今まで体脂肪が気になる方に適していますに対して、よりサイエンティフィックにということで、体脂肪が多めの方に適していますということで、たしか前回、BMIを幾らくらいということであったと思います。

いろんな広告や表示のことにとも関係するかとは思いますが、一般の消費者が、体脂肪が多めの方ということで、BMIが幾つか、以下などというのは、多分、理解できないのではないかなと思いますので、私たちが他の人に説明する場合に、消費者庁のパンフレットか何かで、この多めの方というのは、こういう意味ですよということを、どこか説明していくほうがいいのかなと思います。これは、今までの議論とは少し違いますけれども、その点、どうかなと思ひまして、発言しました。

○長田部会長代理 ありがとうございます。

気になる方へで、勝手に思ってしまうのと同じようなことで理解がなければいけないということですね。

大野委員、お願いします。

○大野委員 この表示に関して、気になるところがございまして、それは「特茶カフェインゼロa」というところですが、600ml当たり、エネルギーがゼロキロカロリーとなっているのですが、これは、実際はゼロではないわけですね。単純に計算すると、10キロカロリーぐらいあるのです。ところが、10キロカロリーで書かないでいいというのは、100ml当たり5キロカロリーを割ってあげれば、表示はゼロとして良いのだということです。食品の表示規定から言えば、その濃度であれば、600mlであってもゼロとしても良いと思われるのです。しかし、この製品は600mlを全部飲むということを前提にしているわけですね。また、「600ml当たり」何キロカロリーと表示してある。そのような製品について、トータルとしては基準値が5キロカロリーを超えているのに、ゼロとするというのはどうも納得できないのです。食品の表示の今までのやり方で、そうなっているから、今のところは仕方がないのかもしれませんが、こういうふうには、600mlを全部飲むということを推奨しているものに関しても、基準値の100ml当たりで基準値を超えていなければ、どんな量でもゼロとしていいのだというのは、どうもすっきりしない。

そういう意味では、将来の問題かもしれませんが、こういう意見があったということを記録に残していただきたいと思います。

○長田部会長代理 御意見をいただきました。何か、この点については、御意見、いかがでしょうか。

では、そういう御発言があったということで、次期への課題ということで、また、記録をさせていただければと思いますが、よろしいでしょうか。

お願いします。

○志村委員 特保に限ってということになりますか、一般食品まで含めて？

○大野委員 特保に限ってですね。一般食品には、それを全部飲むとか、そういう推奨は、書いていませんし、この場合でも100ml当たりの表示になっていけば、まだ良いのです。しかし、今回の場

合とは違うのです。

○長田部会長代理 特保に限って、そういう視点が必要であるという御指摘だったと思います。

他に、今回の 3 品目について、御意見はいかがでしょうか。

先ほどの多目の方のところのBMIの基準についての考え方、少し分かりやすく消費者庁のほうで一般の方に向けて御説明ができればという御提案ですけれども、いかがでしょうか。

○消費者庁食品表示企画課 ここは、どういうふうに表現できるか、厚生労働省のほうでも栄養政策の観点から、そういった肥満の予防みたいなこともやられていると思いますが、どういうことができるか、少しこちらのほうでも検討をさせていただければと思います。

○長田部会長代理 それでは、ぜひ、御検討をよろしくをお願いします。

では、先ほどのアプリのところとか、ジャスミンティーのほうの表示については、少し幾つか、先ほど整理をさせていただいたように、特茶公式とスマートという言葉を除いていただくというところで、何か事務局から意見はありますか。

事務局、お願いします。

○消費者委員会事務局 公式のところの文言なのでございますけれども、一般的に英語でオフィシャルということもあって、オフィシャルサイトとかというのも一般的に企業さんも使っていると思いますので、それが日本語で公式になったところで、特に政府が公認という形には、一般的にはなりづらいかなというところがございます。

○長田部会長代理 先生、いかがでしょうか。

○志村委員 了解いたしました。

○長田部会長代理 そこは、公式は残して、では、スマートという言葉は外していただくというところでいかがでしょうか。

それでよろしいですか。

どうぞ。

○竹内委員 質問なのですが、特茶スマートというアプリ名称の、このスマートもやめていただくということでしょうか。

○長田部会長代理 とりあえず、私の理解の中では、もうそこに文言として書くことはやめていただくと思ったのですけれども。

お願いします。

○久代委員 この二次元バーコードの先の表示ですけれども、これは電車の中の宣伝とか、ウェブでの表示と同様に過大、誇大なことがあれば、注意喚起をしていくという、今までどおりでいいと思うのです。

ラベルに関して、食品の効果と紛らわしいような表現は避けてほしいということで、アプリの宣伝として片仮名でスマートと書いてあるのは、肥満を改善するための食品なので、紛らわしいと思います。これは避けていただいたほうがいいと思いますけれども、アルファベットのスマートは特茶スマートというアプリの名称だということであれば、食品の効果との誤認を招くような可能性は少ないと思います。このアプリの名前としてはいいかもしれませんが、そのアプリの宣伝と

して「スマートに！」という表現は、食品の効能と紛らわしいので外していただく方がいいのではないのでしょうか。

○長田部会長代理 新たな御示唆、お願いします。

○竹内委員 今の御意見と同じでして、アプリ名称としては、片仮名でもないですし、このままでもいいかなと。ただ、キャッチフレーズに入っている、片仮名の「スマートに！」のほうは、やはり、再検討いただいたほうが良いと思います。

○長田部会長代理 という御提案が出ました。アプリの名称のほうは、そのままでもいいけれども、その上の「楽しく、おトクに、スマートに！」の「スマートに」については、特保の表示としてはふさわしくないのではないかとこのことを指摘するということによろしいのでしょうか。御賛同いただいたということによろしいのでしょうか。

石見委員、どうでしょうか。

○石見委員 アプリ名のほうも、スマートと同じ文言なので、これはどう説明するのですかということなのですか。

○長田部会長代理 どうぞ。

○久代委員 アプリの宣伝が食品の効果のような誤解を招く表現であれば避けていただく方がよいと私も思います。

○長田部会長代理 という御整理をいただいたのですけれども、よろしいですか。

それでは、大体意見は、そんなところでよろしいのでしょうか。

松永委員、お願いします。

○松永委員 特茶スマートとアルファベットで書いてあるのですけれども、ここで二次元バーコードに行くと、スマートアプリと片仮名で書いてあるのです。ですので、やはり、少し整理がつかない。石見先生のおっしゃるように、アルファベットだからいい、片仮名だからダメというのは、何というか、整理がつかないのではないかとと思うのですが。

多分、片仮名でとか、アルファベットで、ということ意識していたら、多分、ここにでかかど、二次元バーコードで行った先に平仮名でスマートアプリと書くというようなことはしないですね。だから、行ったら、瞬間的に片仮名のスマートが目に入って、やはり、消費者は混乱するのではないかとと思うのですが、いかがでしょうか。

○久代委員 あくまでも、これはアプリの個別の名称なので、そこまで私たちは干渉しないほうがいいのではないかと思います。

例えば、今までも、健やか何々、しなやか何々などの食品が商品名として既に認可されていますので、アプリの個別の名称に関しては、余りこの委員会で干渉しないほうが良いかなと思います。

○長田部会長代理 この委員会が、どこまで意見が言えるかということもあると思うのですけれども、他の委員、いかがでしょうか。

スマートという言葉が与える印象について、ここで非常に意見が出されたということも含めて伝えつつ、とりあえず、キャッチフレーズのところの変更を求めるといって、特茶そのものが、やはり特保の製品ということで、その公式アプリということであれば、そこまで含めて、できれば、サ

ントリーさんとしては検討していただくのが一番だと思いますけれども、そこまでなかなか難しいということであれば、その気持ちは伝えていくということで、御対応をお願いするということになるのかと思いますけれども。

それでは、とりあえず、審議結果について、少し事務局で整理をしていただいて、まず、頭の中を整理したいと思いますので、よろしくお願いします。

○消費者委員会事務局 本日の審議結果ですけれども「特茶カフェインゼロ a」「伊右衛門 特茶 a」、この2品については、部会として了承ということで、よろしいでしょうか。

残る1品の「特茶ジャスミン a」につきましては、今、ここで御議論いただきました、このラベルの公式サイトのところの説明の「楽しく、おトクに、スマートに！」と、この「スマートに」という言葉は、他の言葉に変えるようにという指摘を出すということでよろしいでしょうか。

○長田部会長代理 今のところは、そういう整理になっていると思います。

○消費者委員会事務局 それ以外、この「スマートに」という言葉を変えれば、製品としては、部会としては了承するということがよろしいですか。

○長田部会長代理 石見委員、どうぞ。

○石見委員 「変えること」とまで言う必要はあるかどうかということですが、変えると、また、他の文言も審議しなければいけなくなってしまうかもしれないので、あくまでも不適切ということですね。

○長田部会長代理 不適切と言うと。

○消費者委員会事務局 そうしますと「スマートに」という言葉は、この製品が体脂肪訴求の製品であるということもあわせて考えると、消費者に誤認を与える可能性があるので、変更することを検討されたいということを伝えてよろしいでしょうか。

○長田部会長代理 こちらから出す場合、そういう表現しかないということですね。

○消費者委員会事務局 明らかに間違っているということでなければ、一般的には、変更なり、修正を検討されたいというところで、あとは企業さんに検討いただくというようなことが一般的なやり方になっております。

○長田部会長代理 石見委員、よろしいでしょうか。

○石見委員 はい。

○長田部会長代理 今の事務局の整理でよろしいでしょうか。

何か御質問等、よろしいでしょうか。

それでは、ここからは、部会長にお戻ししてよろしいでしょうか。

事務局、お願いします。

○消費者委員会事務局 今の文言については、御指摘事項という形で、修正について検討いただくということで、指摘事項の詳細な文言は御調整させていただければと思うのですけれども、その後の扱いは、いかがいたしますでしょうか。

○長田部会長代理 もう一回審議をするか、預かりにさせていただくか。

事務局、お願いします。

○消費者委員会事務局 もし、皆様の御同意が得られればということになりますけれども、私どもと、事務局と、あと、部会長代理とも御相談というか、御確認をさせていただく形で、いかがでございますでしょうか。

○長田部会長代理 という事務局からの御提案なのですけれども、いかがでしょうか。

よろしいでしょうか。では、そうさせていただきます。よろしく申し上げます。

では、受田部会長、お願いします。

○受田部会長 長田部会長代理、ありがとうございました。

また、御審議賜りまして、ありがとうございました。

本日、個別審議は以上でございます。