

「シボラナイト®ダイエットコーヒー」の 広告表現に関するレギュレーション

[前注]下記対象商品の広告において当該レギュレーションを逸脱した表現を行っていることが発覚した場合、当該提携プログラムの解除、発生成果を却下対象とさせていただく場合がございますのでご注意ください。

Part.1 基本的な考え方

I. 薬機法

明示的であること暗示的であることを問わず医薬品的な効果効能の標ぼうは認められません。

1) 肥満症、糖尿病、高脂血症、生活習慣病等に対する治療効果を示したり、治癒や疾患を有する者、予防を期待する者、好ましくない身体状態にある者を対象とする旨を記載しない。

2) 届出表示やその作用機序から逸脱した内容で、からだの構造や機能に作用がある表現はしない。

(a)【届出表示】本品にはチャカサポニンが含まれます。チャカサポニンには、食事に含まれる脂肪の吸収を抑えて、食後の血中中性脂肪の上昇を抑える機能、継続摂取により、肥満気味な方の体脂肪、お腹の脂肪(内臓脂肪、皮下脂肪)、ウエスト周囲径、体重の減少をサポートすることで、高めのBMIを改善させる機能が報告されています。

3) 届出表示やその作用機序から逸脱した内容で、特定部位の改善、増強ができる等の表現はしない。

4) 届出表示やその作用機序から逸脱した内容で、身体の部位や組織の名称は表現しない。

5) 上記1)~4)以外にも医薬品・医薬部外品的な効果効能を表現しない。

6) 医師・学者等の談話、推薦、経験談、新聞や雑誌の記事の引用をして上記1)~5)に関する表現、または暗示しない。

※単に医師や学者の推薦などを表現する場合は、本レギュレーションに記載の範囲までの表現とする。

7) ヒト試験又は動物実験等による臨床データを記載して、上記1)~5)に関する表現、または暗示しない。

8) 事実かどうかにかかわらず、医薬品や医療と比較する表現をしない(他社製品名を明らかにしない場合を含む)。

9) 事実かどうかにかかわらず、他社製品を誹謗する表現をしない(他社製品名を明らかにしない場合を含む)。

10) 医師の専門分野(専門科目)などの肩書を出し、専門家が推奨しているから効果があるような表現をすることは禁止されています。

NG例) 糖尿病専門医 推奨のサプリ

11) 用法用量の指定に関する表現をしない。1日の目安量のみを留めること。

12) 届出表示は、機能性関与成分の効果に基づき、届出が承認されたものです。

機能性関与成分以外の成分や商品の効果のように表現することは禁止されています。

II. 健康増進法

健康保持増進の効果などについて、虚偽・誇大広告を禁止しています。(一部景表法・食品表示法含む)

疾病の治療又は予防を目的とする効果、身体の組織機能の増強を主たる目的とする効果、栄養成分の効果、人の身体の美化に資する効果等の、暗示的又は間接的に表現するものも含み、承認されたものから逸脱した表現を禁止します。

- 1)「肥満症が治る」「糖尿病が治る」「高脂血症に効果」「生活習慣病に効果」等、疾病の治療目的とする効果の表記は禁止です。
- 2)届出表示やその作用機序から逸脱した内容で、身体の組織機能の一般的増強、増進を主たる目的とする効果の表記は禁止です。
- 3)「シボラナイト®ダイエットコーヒー」は機能性表示食品です。機能性表示食品は事業者の責任において特定の保健の目的が期待できる旨を表示するものとして、消費者庁長官に届出されたものです。ただし、特定保健用食品と異なり、消費者庁長官による個別審査を受けたものではありません。本品の届出内容は次の通りです。

届出番号「J683」

【届出表示】本品にはチャカサポニンが含まれます。チャカサポニンには、食事に含まれる脂肪の吸収を抑えて、食後の血中中性脂肪の上昇を抑える機能、継続摂取により、肥満気味な方の体脂肪、お腹の脂肪(内臓脂肪、皮下脂肪)、ウエスト周囲径、体重の減少をサポートすることで、高めのBMIを改善させる機能が報告されています。

機能性表示食品の広告表現として、以下の点に注意してください。

A) 広告表現は、機能性表示食品届出に基づいた範囲内で行うこと。消費者に、よりわかりやすい情報を提供する等の目的で、広告表現において届出表示及びキャッチコピー内容の一部省略・簡略化・言い換え・追加説明をする場合は、届出表示を誤認させることのないよう、また、届出表示と大きく表現が逸脱しないようにしてください。

B) 摂取をする上での注意事項に基づいて「治療中の方は医師に相談してください」「多量摂取により疾病が治癒したり健康がより増進したりするものではありません」を記載する等、正しい摂取方法や目安量の範囲で適切な摂取がなされるよう十分に注意するとともに、医薬品や特定保健用食品と誤認されないように留意すること。

C) 広告には「機能性表示食品である旨」の表示、「届出表示」、「食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。」の表示、「国の許可を受けたものではない」旨の表示、「本品は、疾病の診断、治療、予防を目的としたものではありません。」の表示をおこなうこと。

Ⅲ. 景品表示法

虚偽・誇大な広告表示は禁止されています。

1. 有利誤認表示の禁止

自己の供給する商品・サービスの取引において、価格その他の取引条件について、一般消費者に対し、

- (1) 実際のものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認されるもの
- (2) 競争事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認されるもの

など、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禁止しています。

弊社が認めていないキャンペーン等の表示は有利誤認表示に該当します。

2. 優良誤認表示の禁止

自己の供給する商品・サービスの取引において、その品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、

- (1) 実際のものよりも著しく優良であると示すもの
- (2) 事実に相違して競争関係にある事業者に係るものよりも著しく優良であると示すもの

など、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禁止しています。

弊社が認めていない効果効能等の表示は、優良誤認表示に該当します。

※効果効能を修飾するような表現も禁止です。 ex:驚くほどの効果

3. 虚偽広告の禁止

- ・ 写真を加工し、実際の効果のように見せることは NG です。
- ・ 体験談を捏造することは NG です。
- ・ 体験談の内容を都合よく改変(抜き出す)表記は NG です。

4. その他

- (1) 届け出表示から逸脱するような効果の表現やその効果の保障を行うことはしないでください。必ず効く、誰でも効く、劇的な効果、確信的なサプリ、革命的な効果、使いすぎると効果抜群、悩みの根幹へ等)

また、効果発現までの期間を表現する場合、当社が認めた表現以外は表現しないでください。

- (2) 機能性表示食品の対象範囲外の方に向けた広告表現は禁止です。

身体の症状をチェックさせたり、自覚症状により商品を薦めて、機能性表示食品の対象外の方へ選択を誘導させるような表現をすることや、体験談で対象範囲外の方に対する効果を暗示させたりすることも禁止です。

また、届出表示に対象者の範囲が定められている場合、この範囲を逸脱する表記、またはその対象範囲を書かないことも禁止です。必ず届出表示に記載の対象範囲を明示すること。

ex)【届出表示】中高年の脂肪燃焼に役立つ

→ 広告で「脂肪燃焼に役立つ」「どんな方でも脂肪燃焼」は NG

※機能性表示食品の対象は以下の通り。(すべての要件を満たすこと)

- ① 疾病に罹患していない方(未成年者、妊産婦(妊娠を計画している方を含む。))及び授乳婦を除く。)
- ② SR(研究レビュー)の根拠となる論文などのエビデンスデータで認められた対象範囲(被験者の属性の範囲など)

- (3) 独立したヘルスクレームに条件が示されている場合、その条件を省いて表現をしない。

ex)【届出表示】軽い運動との併用で筋力がつく

⇒ 広告で「筋肉がつく」「これを飲めば筋肉がつく」「〇〇の成分で筋肉がつく」は NG

- (4) 本商品の届出表示や含有成分、その効果が、臨床試験の結果であるかのような表現をしない。

(5) 届出表示の根拠となる研究レビューを広告で表現する場合、最新の「機能性表示食品」広告自主規制基準に準じた内容で表記すること。

(6) 機能性関与成分データ(グラフ)を機能性関与成分以外の成分や商品自体のエビデンスデータとして表現しない。

(7)「届出表示」を広告で表現する場合、届出内容から逸脱しないこと。

届出表示の直接引用以外の広告表現について、消費者に、よりわかりやすい情報を提供する等の目的で、届出表示の内容を一部省略・簡略化・言い換え・追加説明をする場合には、届出表示の内容が強調・誤認されることのないよう、届出の表示の一部のみを表示したり、一部を強調したりしない。(切り出し表示の禁止)

※切り出し表示の当社規定について以下の通り当社規定を示す。

a) 届出表示の一部を切り出して強調することは、医薬品的な効果効能表現を暗示させる可能性があるため禁止する。ただし、下記例を参考にこの内容から逸脱しない表現は可能とする。

例)届出表示の内容が「血圧が高めの方の血圧を下げる機能」に対し、「高めの方の血圧を下げる」と切り出して強調する場合など。例えば、補完用語(サポート、助ける、役立つ等)を付記するなど医薬品的な効果効能表現を回避すること。

b) 届出表示の一部を切り出して強調した表現をしない。

※1)ただし複数の独立したヘルスクレームをもつ商品において、片方(1つ)の独立したヘルスクレームのみを広告で訴求することは可能。

※2)また複数の独立したヘルスクレームを持つ商品において、2 つ以上の独立したヘルスクレームを広告で表現する際は、それぞれを必ず同じボリュームで表現しなければならない。

※3)独立したヘルスクレームの構成要素が複数あった場合、その構成要素の一部のみを切り出して表現してはならない。

下記例の通りです。

例)届け出表示が ①「血圧が高めの方に」 ②「認知機能※をサポート」(※記憶力・空間認知力)の2つの独立したヘルスクレームをもつ(A)という機能性表示食品があるとします。

①②どちらかを広告で訴求することは可能です。

また①②を両方広告で訴求することも可能です。ただし、両方広告で訴求する場合は、その表現のボリュームが同じ比率でなければなりません。

つまり、

片方の独立したヘルスクレームを表現する場合は(0:100)の比率で表現するか、

両方の独立したヘルスクレームを表現する場合は(50:50)の比率で表現する必要があります。

また、②の独立したヘルスクレームの構成要素である(※記憶力・空間認知力)をどちらかを切り出して「記憶力をサポート」のように表現することは禁止されています。

必ず、構成要素のすべてがセットとして、②の独立したヘルスクレームが成り立ちます。

5. 本品について

本品はチャカサポニンを配合した機能性表示食品です。

届出番号「J683」

【届出表示】本品にはチャカサポニンが含まれます。チャカサポニンには、食事に含まれる脂肪の吸収を抑えて、食後の血中中性脂肪の上昇を抑える機能、継続摂取により、肥満気味な方の体脂肪、お腹の脂肪(内臓脂肪、皮下脂肪)、ウエスト周囲径、体重の減少をサポートすることで、高め BMI を改善させる機能が報告されています。

一般的に機能性表示食品は、事業者の責任において、科学的根拠に基づいた機能性を表示した食品です。販売前に安全性及び機能性の根拠に関する情報などが消費者庁長官へ届け出られたものです。ただし、特定保健用食品とは異なり、消費者庁長官の個別の許可を受けたものではありません。

届出表示以外の身体構造や機能に影響を与える効能効果を表示することは法律上認められていません。本品のような「いわゆる健康食品」は、食事を基本として特定の栄養素を補うということが基本の考え方となります。

概念はⅠ．Ⅱ．Ⅲで記載の通りです。

本品の特徴である「チャカサポニン」は、医薬品や医薬部外品の有効成分ではありませんので、誤解されるような表記をしないようご注意ください。

また、本品の届出表示は機能性関与成分「チャカサポニン」でのエビデンスデータを元に承認されたものです。本品のエビデンスデータを元に承認されたものではありません。

誤解される表現はしないように注意してください。

6. ステルスマーケティングの禁止

実質は広告であるにもかかわらず、第三者の記事や個人的意見のように装うことを禁止しています。

一見、情報提供のみで広告に見えない場合も対象となります。

また、過去の制作物や投稿なども、現在閲覧可能であれば対象となります。

6-1. 自らの発信

1) 記事や SNS 投稿などにおいて、同ページ内に購入ページ(LP など)へのリンクが無く、当社以外が発信したように見えるもの(容易に当社の依頼があると分からないものを含む)については、同ページ内に広告と分かる表記を、8ポイント以上で容易に判読できるよう記載して下さい。

2) 他社商品と当社商品が混在する、ランキングサイト、比較サイトなどにおいては、同ページ内に広告と分かる表記を、8ポイント以上で容易に判読できるよう記載して下さい。

3) 専門家によるコメントに対しては、必ず当該コメントの近傍に、広告と分かる表記を、8ポイント以上で容易に判読できるよう記載して下さい。

4) 現在閲覧可能な過去の制作物や投稿に対しても、上記1)~3)をサーバーから削除して閲覧できないようにして下さい。

5) フィード投稿だけでなくハイライト内に格納しているストーリーズについても4)のチェックを実行して下さい。

6-2. 他社口コミへの書き込み

一般消費者を装って(当社との関係が分からないようにして)、他社商品や当社商品に関する口コミを投稿することは禁止です。

6-3. PR 表記

広告と分かる表記とは、下記のような表記を指します。

- a) PR
- b) 広告
- c) ad
- d) promotion
- e) sponsored
- f) タイアップ
- g) tie-up
- h) at request

- i) (人に対して)contractor
- j) (人に対して)契約者
- k)(人に対して)ambassador

6-4.「声」の使い方

chocoZAP に対する措置命令(2024 年 8 月 9 日)では、依頼して行われたインスタへの投稿を LP に「お客様の声」として使用したことがステマに該当する、と判断されました。そのため今後、①依頼して収集した「声」については(モニター等も含む)、②それぞれの「声」の直下か、「お客様の声」といった見出しの直下に、③「PR」「タイアップ」「依頼により頂いたお声です」といった注記を行ってください。

Part.2 具体的な事例について

I. 表現

■OK 表現

1. チャカサポニンは継続摂取により肥満気味な方の、体重・体脂肪・お腹の脂肪・ウエスト周囲径の減少をサポートし、高めの BMI 値を改善させる機能が報告されています。
2. チャカサポニンは、食事に含まれる脂肪の吸収を抑え、食後の血中中性脂肪の上昇を抑える機能が報告されています。
3. BMI が高めの方にチャカサポニンがサポート
4. BMI が高めの方の腹部の脂肪にチャカサポニンが働きかける
5. 肥満気味な方のお腹の脂肪を落とす成分配合のコーヒー
6. バターコーヒー風味でおいしい
7. おいしく続けられる
8. 毎日の習慣でおいしく続けられる

■NG 表現

1. 肥満症改善、糖尿病改善
2. 生活習慣病改善
3. 医者いらず(薬いらず)
4. 食事制限なし！これを飲むだけで OK
5. 代謝を改善する
6. メタボ予防にオススメ
7. 機能性関与成分の効果と届出範囲から逸脱する表現(商品自体の機能として表現することは NG)
8. 100 歳でも実感(対象範囲外の効果を示す表現)
9. 1 日たった 1 杯で(用法用量の指定に関わる内容)
10. 健康診断で引っかからない
11. ●ヶ月で●kg 体重が落ちる

※特定保健用食品(トクホ)や、薬と誤認させるような表現、有効成分、国等に承認や許可された、用法用量の指定はしないでください。

※医薬品・医薬部外品のような、効果効能を示すような表現や、機能性表示食品の届け出内容に逸脱する効果を示す表現はしないでください。

II. オファー等に関する表現

1. 権利関連について

- 1) 当社が契約していない、もしくは使用許諾をしていないタレント、医師、モデル(国内、国外を問わず)等の画像や名前の使用はしないこと。
- 2) 「マツコ」のように芸能人の氏名の一部や特定の芸能人をイメージさせるもの

(ex マ●コ) はパブリシティ権侵害の対象になりますので使用はしないこと。

3) 許可されていないテレビキャプチャ NG

4) 実在及び実在すると誤認するような TV 番組に取上げられたと示唆することも NG

2. ランキング NO.1 調査等について

1) ランキングを行う場合は、客観的な基準を明確にし、かつ、比較の相手方も明確にして行ってください。

記事制作者の独断でのランキングは、客観的な基準とは認められませんので使用しないでください

2) 「美容ライターK 子の評価」のような虚偽の基準は絶対に用いないで下さい。

3) 「NO.1」「日本初」「日本 1」「世界 1」などは公式サイトに使用されているものを使用し、必ず調査概要も記載して下さい。

3. 口コミ・体験談

3-1. 依頼せず寄せられた声(自主的な投稿も含む)

1) 実際のある口コミ内容でも、本レギュレーションに記載されているような NG 表現は使用しないで下さい。

2) 口コミや体験談等は、事実に基づき掲載すること。写真(イラストを除く)を掲載するときは、本人写真が入手できる場合は原則として本人の写真に掲載して下さい。

3) 本人写真が入手できない場合、愛用者のリアリティを出す目的で別人の写真を掲載する際は、イメージ写真であることを明記して下さい。ただし、例えばヘアケア商品などの場合、頭部や毛髪のアップや奇抜な髪型など、毛髪や頭皮に注目させるような写真を掲載する場合は、本人以外の写真を使用しないで下さい。

4) 写真を加工し、架空の人物を作り上げ、口コミや体験談に使用することは NG です。

5) インフルエンサーなどが広告としてInstagramなどの SNS に投稿する場合、投稿の冒頭に「タイアップ投稿」などのように広告であることが分かるような表記を記載して下さい。

3-2. 依頼して集めた声(投稿も含む)

chocoZAP に対する措置命令(2024 年 8 月 9 日)では、依頼して行われたインスタへの投稿を LP に「お客様の声」として使用したことがステマに該当する、と判断されました。そのため今後、①依頼して収集した「声」については(モニター等も含む)、②それぞれの「声」の直下か、「お客様の声」といった見出しの直下に、③「PR」「タイアップ」「依頼により頂いたお声です」といった注記を行ってください。

4. オファー関係

1) 実施するキャンペーンなどに対して、今だけ、このページだけ、あなただけ、WEB 限定、二度とチャンスは無い、数量限定、先着〇〇名限り、抽選で〇〇名、30 分以内、期間限定、今月限り、などと限定するような表現は、事実でない場合は NG です。

2) 実施するキャンペーンなどに対して、アンケート回答者全員、クリックした人全員、などと全員が対象となるような表現は、事実でない場合は NG です。

3) 二重価格表記は、弊社公式サイトでの販売価格を参照価格としてください。架空ないし実績のない販売価格を参照価格とすることは NG です。

5. 定期コースに関して

1) いつでも解約できる旨の表現は NG です。事実に沿った表現をしてください。

2) 定期コースであるにもかかわらず、定期ではないと誤認させるような表現は NG です。(たとえば、実際には定期初回の特別価格なのに、単に「お試し価格 500 円」と示すなど)

3) 1 回限りで解約することを推奨するような表現は NG です。

6. 特定商取引法にかかる表記

遷移先は、特定商取引法の要件を満たす表記があるページ (LP など) としてください。カートやチャットボットに直接遷移させる場合、注文入力を開始する前に当該表記を掲示する仕様のカートやチャットボットに遷移させてください。

7. サイトの運営者情報

媒体(サイト)の運営者(広告制作者)が弊社であるかのような表現は NG です。必ず切り分けて区別できるような表記にしてください。

Part.3 規程

1. 上記で NG とされている表現及び、以上の説明から NG であることが指摘できる表現を用いている場合は、その表現を含むサイトに関する報酬の支払を拒絶することがあります。さらに、アフィリエイト契約自体を解除することもありますのでご注意ください。
2. 不明な点は、(株)フューチャーラボまでご連絡ください。

改訂履歴
2025.1.23