

# 「トクホと誤解のおそれ」で行政指導

5月15日 5時32分



大手飲料メーカーの日本コカ・コーラが先月発売した炭酸飲料の宣伝について、特定保健用食品、いわゆる「トクホ」ではないのに「トクホ」だと誤解させるおそれがあるとして、消費者庁が改善を求める行政指導をしました。

消費者庁が改善を求めたのは、日本コカ・コーラが発売した炭酸飲料「カナダドライ ジンジャーエール FIBER 8000」の宣伝です。

この炭酸飲料は、国の許可を受けて健康への効果を表示できる「トクホ」ではありませんが「トクホ」の飲料などに使われている食物繊維を多く配合したとPRして先月下旬から販売が始まりました。

宣伝では、商品の新発売を「トクホ」などと表現し、テレビコマーシャルではその文字を画面に表示して読み上げていますが、消費者庁によりますと、注意をしていないとそれが「トクホ」に聞こえるということです。

このため、消費者庁はこの商品の宣伝について「トクホ」ではないのに「トクホ」だと誤解させるおそれがあるとして、15日までに改善を求める行政指導をしました。日本コカ・コーラは「食物繊維を豊富に含む新しい飲み物としてインパクトを与えようとコマーシャルの企画をしたが、結果として誤解したお客様がいたことは真摯（しんし）に受け止めたい」と話しています。

このテレビコマーシャルの放送は今月7日に終了したということです。

## 健康志向で関心高まる

特定保健用食品「トクホ」の制度は「脂肪の吸収を抑える」「おなかの調子を整えるのに役立つ」など特定の用途を表示できるもので、有効性や安全性、それに表示の内容について国の審査や許可を受ける必要があります。

消費者の健康志向を受けて「トクホ」への関心は高まっており、炭酸飲料では去年、脂肪の吸収を抑えるという「トクホ」のコーラが発売されて売り上げを伸ばして以降、飲料メーカー各社から新商品の発売が相次ぎ、販売競争が激しくなっています。