

平成28年4月20日

消費者庁は、「食品として販売に供する物に関して行う健康増進効果等に関する虚偽誇大広告等の禁止及び広告適正化のための監視指導等に関する指針（ガイドライン）」及び「食品として販売に供する物に関して行う健康増進効果等に関する虚偽誇大広告等の禁止及び広告適正化のための監視指導等に関する指針（ガイドライン）」に係る留意事項の一部を改正しましたので、公表します。

## 1 概要

地域の自主性及び自立性を高めるための改革の推進を図るための関係法律の整備に関する法律（平成26年法律第15号）（第4次一括法）の施行により、平成28年4月1日に、健康増進法第32条第1項及び第2項の規定に基づく誇大表示の禁止に係る勧告・命令の権限が、都道府県知事、保健所設置市長及び特別区長（以下「都道府県知事等」といいます。）に移譲されました。

消費者庁では、消費者庁及び都道府県知事等による健康増進法に基づく適切な監視指導の運用等を図ることを目的として、「食品として販売に供する物に関して行う健康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）」（以下「本指針」といいます。）及び「食品として販売に供する物に関して行う健康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）」に係る留意事項（以下「本留意事項」といいます。）の一部を改正することとしました。

## 2 本指針について

### (1) パブリックコメント手続について

消費者庁は、平成28年2月19日、本指針の改正案を作成・公表し、広く一般の御意見を求めるため、パブリックコメント手続を行いました（意見提出の締切日は平成28年3月9日）。

その結果、別紙1のとおり、14件の意見が寄せられました。

### (2) 成案の公表について

パブリックコメント手続で寄せられた意見を踏まえ、本指針を定め、別紙2のとおり公表しました。

## 3 本留意事項について

本指針の改正を踏まえ、また、表示例の見直しを行うなど所要の改正を行い、本留意事項を定め、別紙3のとおり公表しました。

改正の箇所は、別紙 4 を御参照ください。

**【本件に対する問合せ先】**

消費者庁表示対策課食品表示対策室

電 話 03-3507-9126

ホームページ <http://www.caa.go.jp/>

担 当 田中（健）、田中（誠）

「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）改正案」に対する意見募集の結果  
について

平成 28 年 4 月 1 日  
消費者庁表示対策課  
食品表示対策室

## 1 意見募集方法の概要

### (1) 募集期間

平成 28 年 2 月 19 日（金）から 3 月 9 日（水）まで

### (2) 告知方法

消費者庁ウェブサイト、電子政府の総合窓口（e-Gov）ウェブサイト

### (3) 意見提出方法

電子メール、FAX 又は郵送

## 2 意見募集の結果

### (1) 意見提出総数：14 件

（内訳）

|        |     |
|--------|-----|
| 地方公共団体 | 1 件 |
| 団体     | 8 件 |
| 個人     | 5 件 |

### (2) 御意見の概要及び御意見に対する考え方

別添 1 のとおり。

### (3) 原案からの変更点

別添 2 のとおり。

以 上

「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）改正案」に対する御意見の概要及び御意見に対する考え方

| 原案<br>該当箇所 | 御意見の概要  | 御意見に対する考え方   |
|------------|---|--|
| 第2の1       | <p>健康増進法第31条第1項は、「何人も」と規定されているところ、本改正案は、広告を掲載又は放送する広告媒体事業者が、広告を出稿する食品等の製造業者及び販売業者と同等の責任を有するかのように示すものであり、反対する。（団体）</p> | <p>食品として販売に供する物について、広告その他の表示を行う際に、表示内容を決定するのは、通常、食品の製造業者、販売業者であることが一般的であり、これら製造・販売業者が一義的に表示の責任を負うのは当然であり、本改正案により、新たに広告媒体事業者に対し製造業者等と同等の責任を有すると示すものではありません。</p> <p>もっとも、広告その他の表示の内容が虚偽誇大なものであることを予見し、又は容易に予見し得た場合等特別な事情がある場合においては、広告媒体事業者であっても同項の適用を受けることがあり得ると考えられます。この点については、これまでも本指針の留意事項で示しているところですが、御指摘を踏まえ、本指針第2の1を下記のとおり修正します（修正点は二重下線部）。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>（修正前）</p> <p>健康増進法第31条第1項には「何人も」と規定されている。このため、同項が対象とする者は、食品等の製造業者、販売業者等に何ら限定されるものではなく、「食品として販売に供する物に関する広告その他の表示をする」者であれば、例えば、新聞社、雑誌社、放送事業者等の広告媒体事業者等も対象となり得ることに注意する必要がある。</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>（修正後）</p> <p>健康増進法第31条第1項には「何人も」と規定されている。このため、同項が対象とする者は、食品等の製造業者、販売業者等に</p> </div> |

| 原案<br>該当箇所 | 御意見の概要   | 御意見に対する考え方  |
|------------|--|---|
|            | <p>改正案では、「例えば、新聞社、雑誌社、放送事業者等の広告媒体事業者等も対象となり得る」との記載が追加されているが、近年、インターネットを活用した広告が多く見られるところ、インターネット媒体社も同法の規制対象者となる旨を明記すべきである。(個人)</p> <p>健康増進法第31条第1項は、「何人も」と規定されているところ、具体的に同項の対象となる広告媒体を明記することで、当該事業者に対する注意喚起にもなり、評価する。(団体)</p> | <p>何ら限定されるものではなく、「食品として販売に供する物に関する広告その他の表示をする」者であれば、例えば、新聞社、雑誌社、放送事業者、<u>インターネット媒体社</u>等の広告媒体事業者等も対象となり得ることに注意する必要がある。</p> <p><u>もつとも、虚偽誇大広告について第一義的に規制の対象となるのは健康食品の製造業者、販売業者であるから、直ちに、広告媒体事業者等に対して健康増進法を適用することはない。しかしながら、当該表示の内容が虚偽誇大なものであることを予見し、又は容易に予見し得た場合等特別な事情がある場合には、同法の適用があり得る。</u></p> <p>原案においても、「インターネット媒体社」を排除するものではありませんが、御指摘を踏まえ、本指針第2の1における「例えば、新聞社、雑誌社、放送事業者等の広告媒体事業者等も対象となり得る」を、「例えば、新聞社、雑誌社、放送事業者、インターネット媒体社等の広告媒体事業者等も対象となり得る」に修正します。</p> <p>賛同の御意見として承ります。</p> |
| 第2の2(1)    | レストラン等の外食産業において、健康保持増進効果等を標ぼうしたメニュー表示が見受けられる。外食は食品表示法の適用対象外であるところ、「食品として販売に供する物」には外食が含まれることを明確に示して欲しい。(個人)   | 健康増進法第31条第1項の「食品として販売に供する物」における「食品」とは、そのままで飲食できる物又は加工若しくは調理することによって飲食できる物とされていますので、レストラン等で提供される食事同項の「食品として販売に供する物」に該当します。   |
| 第2の2(3)③   | 健康食品の広告の中には、管理栄養士や栄養士が推奨しているかのように示す広告も見受けられるところ、このような専門家の推奨につ  | 健康保持増進効果等については、明示的又は直接的に表示しているものだけでなく、医師や学者等の談話やアンケート結果、学説、経験   |

| 原案<br>該当箇所 | 御意見の概要   | 御意見に対する考え方  |
|------------|--|---|
|            | <p>いては、消費者に誤認を与える可能性があることから厳しく取締りをするべきである。(個人)</p> <p>現在、特許庁において、食品の用途発明の審査基準について見直しが行われているところ、今後、食品の新たな用途について特許が可能となった場合に、「特許取得」と表示することで健康保持増進効果等について誤認を与えることも考えられることから、広告の監視を強化すべきである。(団体)</p> | <p>談などを引用又は掲載することにより、暗示的又は間接的に健康保持増進効果等を表示するものも、健康保持増進効果等の表示に該当します。</p> <p>したがって、当該表示が「著しく事実に相違する表示」又は「著しく人を誤認させるような表示」に該当する場合、健康増進法第31条第1項の規定に違反することとなりますので、このような一般消費者に誤認を与える虚偽誇大広告に対しては、引き続き、厳正に対処してまいります。</p> <p>健康保持増進効果等については、明示的又は直接的に表示しているものだけでなく、国民の健康の増進に関連する事務を所掌する行政機関や研究機関等により、健康保持増進効果等に関して認められている旨を表示することにより、暗示的又は間接的に健康保持増進効果等を表示するものも、健康保持増進効果等の表示に該当します。</p> <p>したがって、当該表示が「著しく事実に相違する表示」又は「著しく人を誤認させるような表示」に該当する場合、健康増進法第31条第1項の規定に違反することとなりますので、そのような一般消費者に誤認を与える虚偽誇大広告に対しては、引き続き、厳正に対処してまいります。</p> |
| 第2の3(1)    | <p>「著しく」の判断基準をもっと分かりやすく示すべきである。(個人)</p> <p>「著しく事実に相違する表示」又は「著しく人を誤認させるような表示」の具体例を示すべきである。(団体、個人)</p>   | <p>食品の健康保持増進効果等に関する広告その他の表示が、「著しく事実に相違する表示」又は「著しく人を誤認させるような表示」に該当するか否かは、表示された一部の用語や文言のみで判断されるものではなく、当該用語等のほか周辺に記載されているその他の表現、掲載された写真、イラストのみならず、時にはコントラストも含め、表示全体で判断することとなります。</p>   |

| 原案<br>該当箇所 | 御意見の概要  | 御意見に対する考え方   |
|------------|---|--|
|            |   | <p>具体的に何が「著しく」に該当するかの判断は、個々の広告その他の表示に即してなされるべきですが、例えば、一般消費者が、その食品を摂取した場合に実際に得られる真の効果が広告等に書かれたとおりではないことを知っていれば、その食品に誘引されることは通常ないと判断される場合は、「著しく」に該当します。</p> <p>このため、虚偽誇大広告に該当する例及び虚偽誇大広告に該当しない例を一律に示すことは容易ではありませんが、これまでの健康増進法の運用を踏まえ、本指針の留意事項及び「いわゆる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」において、健康増進法に違反するおそれのある表示例を明示していますので、御参照ください。</p> |
| その他        | <p>健康増進法の権限移譲により、都道府県、保健所設置市及び特別区でも勧告することができるようになったことは歓迎するが、行政機関によって法律の解釈や運用に差が生じることがないようにしてもらいたい。(団体、個人)</p> | <p>貴重な御意見として承ります。</p> <p>健康増進法の執行及び運用に当たっては、行政庁によって解釈に差が生じないよう、都道府県、保健所設置市及び特別区の職員を対象とした研修を実施するなど、健康増進法の統一的な執行及び運用の確保に努めてまいります。</p>  |

## 原案からの変更点

(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))

※修正部分は下線部

| 該当箇所 | 原案(変更前)   | 変更後   |
|------|---|---|
| 第2の1 | <p>第2 健康増進法第31条第1項の規定により禁止される広告その他の表示</p> <p>1 同項の適用を受ける対象者</p> <p>健康増進法第31条第1項には「何人も」と規定されている。このため、同項が対象とする者は、食品等の製造業者、販売業者等に何ら限定されるものではなく、「食品として販売に供する物に関する広告その他の表示をする」者であれば、例えば、新聞社、雑誌社、放送事業者等の広告媒体事業者等も対象となり得ることに注意する必要がある。</p> | <p>第2 健康増進法第31条第1項の規定により禁止される広告その他の表示</p> <p>1 同項の適用を受ける対象者</p> <p>健康増進法第31条第1項には「何人も」と規定されている。このため、同項が対象とする者は、食品等の製造業者、販売業者等に何ら限定されるものではなく、「食品として販売に供する物に関する広告その他の表示をする」者であれば、例えば、新聞社、雑誌社、放送事業者、<u>インターネット媒体社等の広告媒体事業者等も対象となり得ることに注意する必要がある。</u></p> <p><u>もつとも、虚偽誇大広告について第一義的に規制の対象となるのは健康食品の製造業者、販売業者であるから、直ちに、広告媒体事業者等に対して健康増進法を適用することはない。しかしながら、当該表示の内容が虚偽誇大なものであることを予見し、又は容易に予見し得た場合等特別な事情がある場合には、同法の適用があり得る。</u></p> |



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）

## 第1 本指針の趣旨

### 1 はじめに

食品として販売に供される物について、健康の保持増進の効果等が必ずしも実証されていないにもかかわらず、当該効果を期待させる虚偽又は誇大と思われる広告が、インターネットの普及等と相まって様々な媒体に数多く掲載され、販売の促進に用いられている。また、これらの食品については、期待される健康の保持増進の効果等を享受するため、当該食品の長期的かつ継続的な摂取が推奨される傾向が一般に認められる。こうした状況の下、健康の保持増進の効果等について、著しく事実に相違又は著しく人を誤認させる広告を信じた国民が適切な診療機会を逸してしまうおそれ等もあり、国民の健康の保護の観点から重大な支障が生じるおそれもある。

これら虚偽誇大広告等については、健康増進法（平成14年法律第103号）第31条第1項の規定により禁止されているところ、虚偽誇大広告等の規制に関する指針について、これまで本指針及び本指針に係る留意事項で示してきたところである。

今般、消費者庁は、地域の自主性及び自立性を高めるための改革の推進を図るための関係法律の整備に関する法律（平成26年法律第51号。以下「第4次一括法」という。）の施行に伴い、都道府県知事並びに保健所設置市長及び特別区長へ健康増進法第32条第1項及び第2項の規定に基づく誇大表示の禁止に係る勧告・命令の事務・権限を移譲することを踏まえ、本指針及び本指針に係る留意事項の記載について改正するとともに、その他必要な改正を行ったので、これを公表する。

なお、本指針は、健康増進法第31条第1項の規定により禁止される表示のあらゆる場面を網羅しているわけではなく、同項が禁止する表示の該当性については、本指針において例示されていないものも含め、個別事案ごとに判断されることに留意する必要がある。

### 2 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者の責務

本指針の趣旨から、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者は、その責務として、摂取する者が当該食品を適切に理解し、適正に利用す

ることができるよう、健康の保持増進の効果等について、客観的で正確な情報の伝達に努めなければならないものである。

### 3 他法令との関係

食品の表示・広告を対象とする規定をもつ法律として、健康増進法のほかに、食品衛生法（昭和22年法律第233号）、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和35年法律第145号。以下「医薬品医療機器等法」という。）、不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号。以下「景品表示法」という。）、特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号。以下「特商法」という。）、食品表示法（平成25年法律第70号）等がある。健康増進法第31条第1項の規定に違反し、又は違反が疑われる広告等は、これら広告等を規制する他法令の規定に違反し、又は違反している可能性が十分にあり得る。

このため、食品の虚偽誇大広告等に関しては、上記関係法令の内容を十分に理解した上で、当該関係法令を所管する行政機関（以下「法主管課室」という。）と有機的な連携体制を確保し、効果的な監視指導のあり方を検討すること等により、密接に連携・協力し、監視の実効を挙げるように努められたい（第4参照）。

## 第2 健康増進法第31条第1項の規定により禁止される広告その他の表示

### 1 同項の適用を受ける対象者

健康増進法第31条第1項には「何人も」と規定されている。このため、同項が対象とする者は、食品等の製造業者、販売業者等に何ら限定されるものではなく、「食品として販売に供する物に関する広告その他の表示をする」者であれば、例えば、新聞社、雑誌社、放送事業者、インターネット媒体社等の広告媒体事業者等も対象となり得ることに注意する必要がある。

もっとも、虚偽誇大広告について第一義的に規制の対象となるのは健康食品の製造業者、販売業者であるから、直ちに、広告媒体事業者等に対して健康増進法を適用することはない。しかしながら、当該表示の内容が虚偽誇大なものであることを予見し、又は容易に予見し得た場合等特別な事情がある場合には、同法の適用があり得る。

### 2 同項の対象となる広告その他の表示

同項の規定は、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

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について、著しく事実  
に相違する表示又は著しく人を誤認させるような表示を禁止しているが、個々の  
広告その他の表示が同項の対象となるか否かの判断に当たって考慮すべき要素  
は次のとおりである。

(1) 「食品として販売に供する物」の範囲

同項は、「食品として販売に供する物」（以下「食品等」という。）を適用対象  
として規定している。このため、例えば、専ら医薬品として使用される成分本  
質（原材料）を含むことや医薬品的な効能効果等に該当するものを標ぼうして  
いること等により無承認無許可医薬品として医薬品医療機器等法の適用を受  
けるものであっても、食品であることを明示して販売されていたり、医薬品で  
あることを表示せずに飲食物として販売に供されている等のもの（以下「食品  
として販売される無承認無許可医薬品」という。）については、併せて同項の適  
用を受ける。すなわち、食品として販売される無承認無許可医薬品に対しては  
医薬品医療機器等法の主管課室に加え、健康増進法の主管課室及び食品衛生法  
の主管課室がそれぞれ監視指導を行い得ることとなる点に留意する必要がある。

(2) 「広告その他の表示」の定義

同項で規定する「広告その他の表示」とは、顧客を誘引するための手段とし  
て行う広告その他の表示である。このため、個々の表示が「広告その他の表示」  
に該当するかどうかは、チラシやCMといった形態のみならず、その内容や表  
示方法にも着目する必要がある。

(3) 「健康保持増進効果等」の定義

① 健康の保持増進の効果

同項は、「健康の保持増進の効果その他内閣府令で定める事項」につい  
て、虚偽誇大広告等の禁止を規定しているが、このうち、「健康の保持増進  
の効果」とは、健康状態の改善又は健康状態の維持の効果であり、具体的  
な例示としては、次に掲げるものが該当する。

- ア 疾病の治療又は予防を目的とする効果
- イ 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
- ウ 特定の保健の用途に適する旨の効果
- エ 栄養成分の効果

なお、このうち、ア及びイは、医薬品的な効能効果に相当するものである。また、ウの「特定の保健の用途」とは、健康の維持、増進に役立つ、又は適する旨を表現するもので、例えば次に掲げるものが該当する。

- (i) 容易に測定可能な体調の指標の維持に適する又は改善に役立つ旨
- (ii) 身体の生理機能、組織機能の良好な維持に適する又は改善に役立つ旨
- (iii) 身体の状態を本人が自覚でき、一時的であって継続的、慢性的でない体調の変化の改善に役立つ旨

## ② 内閣府令で定める事項

「内閣府令で定める事項」とは、健康増進法に規定する特別用途表示の許可等に関する内閣府令（平成21年内閣府令第57号）第19条において、次に掲げるものを定めることとしている。

なお、これらについては、健康の保持増進の効果とともに、国民の健康の増進を図るための措置を講じ、国民保健の向上を図ることに関係する場合において規制対象となる。

- ア 含有する食品又は成分の量
- イ 特定の食品又は成分を含有する旨
- ウ 熱量
- エ 人の身体を美化し、魅力を増し、容ぼうを変え、又は皮膚若しくは毛髪を健やかに保つことに資する効果

## ③ 暗示的又は間接的に健康保持増進効果等を表示する場合

健康保持増進効果等の表示については、①及び②に掲げる効果を明示的又は直接的に表示しているものだけではなく、広告等全体でみた場合に、間接的に健康保持増進効果等を表示していると一般消費者が認識し得るものも含まれる。このため、例えば、次のような広告等も健康保持増進効果等の表示に該当する。

- ア 名称又はキャッチフレーズにより表示するもの
- イ 含有成分の表示及び説明により表示するもの
- ウ 起源、由来等の説明により表示するもの
- エ 新聞、雑誌等の記事、医師、学者等の談話、学説、体験談などを引用又は掲載することにより表示するもの

オ 医療・薬事・栄養等、国民の健康の増進に関連する事務を所掌する行政機関（外国政府機関を含む。）や研究機関等により、効果等に関して認められている旨を表示するもの

### 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」

健康増進法第31条第1項では、上記2に該当する広告その他の表示であって、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こととされている。このため、広告その他の表示に記載されている健康保持増進効果等が当該食品等により実際に得られる健康保持増進効果等と著しく相違している場合又は当該食品により実際に得られる健康保持増進効果等と著しく異なるものに誤認されることとなる表示を行えば、同項違反となる。

なお、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。

#### (1) 「著しく」

具体的に何が「著しく」に該当するかの判断は、個々の広告その他の表示に即してなされるべきであるが、ここにいう「著しく」とは、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を指しているものであり、誇張・誇大が社会一般に許容される程度を超えるものであるかどうかは、当該広告その他の表示を誤認して顧客が誘引されるかどうかで判断され、その誤認がなければ顧客が誘引されることは通常ないであろうと認められる程度に達する広告その他の表示が該当する。

#### (2) 「事実に相違する」

「事実に相違する」とは、広告その他の表示に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を指す。このため、例えば、十分な実験結果等の根拠が存在しないにもかかわらず、「3か月間で〇キログラムやせることが実証されています。」と表示する場合や、体験談をねつ造等し、又はねつ造された資料を表示した場合等は、この状態に該当することとなる。

#### (3) 「人を誤認させる」

「人を誤認させる」とは、食品等の広告その他の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を指す。なお、「誤認」とは、実際のもものと一般消費者が当該広告その他の表示から受ける印象との間に差が生じることを言うのであるから、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して、こうした差が生じる可能性が高いと認められる場合には、当該広告その他の表示は「誤認させる」ものに該当するというべきであり、現実一般消費者が誤認したという結果まで必要としない。このため、例えば、

- ・ 特定の成分について、健康保持増進効果等が得られるだけの分量を含んでいないにもかかわらず、生活習慣を改善するための運動等をしなくても、摂り過ぎた栄養成分若しくは熱量又は体脂肪若しくは老廃物質等を排出し、又は燃焼させることをイメージさせる
- ・ 健康保持増進効果等に関し、メリットとなる情報を断定的に表示しているにもかかわらず、デメリットとなる情報（例 効果が現れない者が実際にいること、一定の条件下でなければ効果が得られにくいこと 等）が表示されておらず、又は著しく消費者が認識し難い方法で表示されている
- ・ 健康の保持増進の効果等について公的な認証があると表示しておきながら、実際には、当該効果等に係る認証を受けていない
- ・ 根拠となる学術データのうち、当該食品にとって不都合な箇所を捨象し、有利な箇所のみを引用する

場合などは、一般的にこれに該当するものと考えられる。

### 第3 健康増進法第32条の規定による勧告等の手続

#### 1 消費者庁及び都道府県知事による勧告（第1項）

健康増進法第32条では、健康増進法第31条第1項の規定に違反する広告その他の表示に対する措置が規定されている。

まず、健康増進法第32条第1項では、消費者庁長官及び都道府県知事（健康増進法第10条第3項において、保健所を設置する市又は特別区にあっては、市長又は区長とされている。以下「都道府県知事等」という。）は、前条第1項の規定に違反して表示をした者がある場合において、国民の健康の保持増進に重大な影響を与えるおそれがあると認めるときは、その者に対し、当該表示に関し必要な措置をとるべき旨の勧告をすることができる旨を規定している。

ここでいう、「国民の健康の保持増進に重大な影響を与えるおそれがあると認

めるとき」とは、個々の状況に応じ判断する必要があるが、例えば、重篤な疾患を抱える患者が当該広告その他の表示を根拠に当該商品を購入することにより適切な診療機会を逸して当該患者の健康の保持増進が図れなくなるおそれがある場合や、国民生活センターや消費生活センター等の関係機関にその健康保持増進効果等について数多くの苦情等が寄せられているなど「国民保健の向上を図る」という健康増進法の目的に照らして看過できない悪影響が及ぼされるおそれがある場合が該当することとなる。

なお、健康増進法第32条第1項の規定に基づく勧告の内容は、個々の事例により異なってくることとなるが、広告その他の表示の掲載の差止め等の勧告を受けた者が実施しなければならない措置とともに、当該措置の実施に関する合理的な範囲内の期限及び当該措置を実施したことの消費者庁長官及び都道府県知事等に対する報告等が併せて勧告される場合もある。

## 2 消費者庁長官及び都道府県知事による命令（第2項）

健康増進法第32条第2項では、消費者庁長官及び都道府県知事等は、前項に規定する勧告を受けた者が、正当な理由がなくてその勧告に係る措置をとらなかったときは、その者に対し、その勧告に係る措置をとるべきことを命ずることができる旨を規定している。

この場合も、当該措置を実施すべきことを命ずるとともに、当該措置の実施に関する合理的な範囲内の期限及び当該措置を実施したことを消費者庁長官又は都道府県知事等へ報告等を併せて命令する場合もある。

なお、当該命令に違反した場合は、健康増進法第36条の2の規定により、6月以下の懲役又は100万円以下の罰金に処されることとなる。

## 3 立入検査・収去等（第3項）

健康増進法第32条第3項では、食品として販売に供する物であって健康保持増進効果等についての表示がされたもの（特別用途食品、健康増進法第29条第1項の承認を受けた食品及び販売に供する食品であって栄養表示がされたものを除く。）において健康増進法第27条の規定を準用する旨が規定されている。したがって、食品衛生監視員は必要があると認めるときは、食品として販売に供する物であって健康保持増進効果等についての広告その他の表示がされたもの（食品として販売される無承認無許可医薬品を含む。）について、その製造施設、貯蔵施設又は販売施設に立ち入り、検査し、試験の用に供するのに必要な限度に

において収去することができる。

また、健康増進法第32条第3項において準用する同法第27条第1項に規定する消費者庁長官の権限は、食品として販売に供する物の製造施設、貯蔵施設又は販売施設の所在地を管轄する地方厚生局長に委任されている。ただし、消費者庁長官が自ら当該権限を行使することを妨げていない。

#### 第4 健康増進法第31条第1項の規定により禁止する虚偽誇大広告等に係る監視体制整備

##### 1 健康増進法第31条第1項に係る効果的な監視指導體制等

健康増進法第31条第1項に違反する広告その他の表示又は違反が疑われる広告その他の表示について、効果的な監視指導を行うに当たっては、特に栄養学、薬学等の知見が求められることが予想されることから、健康増進法の主管課室のうち、これらの知見を有する者が監視指導に当たるなど、積極的な役割を果たすことが期待される。

また、食品衛生監視員は、食品衛生法に基づく食品衛生監視の際に同条に違反する広告その他の表示を発見する機会が多いものと考えられる。こうした点を踏まえ、健康増進法の主管課室においては、食品衛生監視員に対し同条の規定及び本指針を周知徹底し、食品衛生監視員が営業者等に対し適切な指導又は情報提供ができるよう環境作りに努めるとともに、食品衛生監視員との密接な情報共有を図りたい。さらに、第3の3に示しているとおり、健康増進法第32条第3項で規定する食品として販売に供する物であって健康保持増進効果等に関する表示が行われたものに係る立入検査及び収去の事務は、食品衛生監視員の事務とされている。このため、健康増進法の主管課室と食品衛生法の主管課室とが連携をとり、食品衛生監視員が立入検査及び収去を実施するに当たっては、円滑な権限行使ができるようその実施方針を示す等により効果的な運用に努められたい。

また、こうした監視を通じて違法性が疑われる広告その他表示については、技術的知識の集約を図るとともに、地域の実情に即した監視指導體制の強化を図る観点から、2の(2)に示すところにより地方厚生局へ報告されたい。

##### 2 食品として販売に供する物の虚偽誇大広告等に対する総合的な対策の推進

###### (1) 健康増進法、食品衛生法、医薬品医療機器等法、景品表示法及び食品表示法の主管課室間の密接な連携

健康増進法第31条第1項の規制は、関連他法令における広告等規制と重畳



的に適用され得るものである。特に、食品として販売に供する物の一部には、専ら医薬品として使用される成分本質（原材料）を含むことや医薬品的な効能効果等に該当するものを標ぼうしていること等により、無承認無許可医薬品として医薬品医療機器等法の適用を受ける現状が認められる。こうした状況に即応するためには、関連する健康増進法、食品衛生法、医療機器等法、景品表示法及び食品表示法の主管課室が緊密な連携を確保することが必要である。

特に、保健所は地域保健法（昭和22年法律第101号）第6条の規定により「栄養の改善及び食品衛生に関する事項」及び「薬事に関する事項」につき、企画、調整、指導及びこれらに必要な事業を行うこととされており、地域保健対策を取り巻く環境の変化等に即応し、高度化する保健、衛生等に関する需要に的確に対応することができるよう、施策を総合的に推進する任務を有している。

都道府県、保健所設置市及び特別区の衛生主管部局長及び各保健所長並びに「栄養の改善及び食品衛生に関する事項」及び「薬事に関する事項」を担う他の行政機関の長においては、食品として販売に供する食品の広告等の適正化のため、個々の広告等に照らして違反が認められ、又は違反が疑われる法令を着実に運用し、健康増進法の主管課室のみならず食品衛生法の主管課室及び医薬品医療機器等法の主管課室の有機的な活用を図るなど、一元的な監視指導がなされるよう指揮監督されたい。

## （2）都道府県等及び消費者庁並びに地方厚生局間の密接な連携

都道府県、保健所設置市及び特別区が発見等した健康増進法第31条第1項の規定に違反し、又は違反が疑われる広告その他の表示に対する勧告等の施行事務については、これまで消費者庁表示対策課食品表示対策室及び地方厚生局で一元的に行ってきたところ、第4次一括法の施行により、平成28年4月1日以降は、都道府県並びに保健所設置市及び特別区においても勧告等の施行事務を行うこととなる。

各都道府県等において健康増進法第31条第1項の規定に違反し、又は違反が疑われる広告その他の表示を発見した場合は、当該都道府県等の区域を管轄する地方厚生局（以下「域内厚生局」という。）と密接な連携を図られたい。域内厚生局は、健康増進法第31条第1項の規定に違反して表示をした者の本店又は主たる事務所の所在地を管轄する地方厚生局と情報交換等を行い、表示の適正化に向けた所要の取組みを相互に行うものとする。

### (3) 健康増進法及び景品表示法等の有機的活用

景品表示法は、「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、又は事実に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と定めている（景品表示法第5条第1号）。すなわち、健康増進法第31条第1項違反となる表示をした食品は、それが取引に供され、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場合、同時に景品表示法に違反する可能性が非常に強いものであり、健康増進法及び景品表示法が有機的に活用されることが重要である。

したがって、都道府県、保健所設置市及び特別区の衛生主管部局長及び各保健所長並びに「栄養の改善及び食品衛生に関する事項」及び「薬事に関する事項」を担う他の行政機関の長におかれても、健康増進法及び景品表示法に違反が疑われる広告その他の表示を発見した場合には、消費者庁及び都道府県における景品表示法の主管課室への必要な情報提供方よろしくお願いしたい。

また、通信販売業者等が食品として販売に供する物について行う広告その他の表示については、特商法の規定も重疊的に適用され得るので、当該法令を所管する行政機関との連携方についてもよろしくお願いしたい。

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）に係る留意事項

## 第1 健康増進法第31条第1項の規制の適用を受ける対象者の範囲

「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）」（以下「指針」という。）の第2の1において、健康増進法（平成14年法律第103号。以下「法」という。）第31条第1項の規制の適用を受ける対象者を示しているところであるが、具体的には、次により判断することとする。

### 1 広告依頼者の第一義的責任

広告の掲載を依頼し、販売促進その他の利益を享受することとなる当該食品製造業者又は販売業者（以下「広告依頼者」という。）が、法第31条第1項の規制の適用の対象者となるのは当然である。

### 2 法第31条第1項と広告媒体との関係

これに対し、広告依頼者から依頼を受けて、当該「広告その他の表示」を掲載する新聞、雑誌、テレビ、インターネット、出版等の業務に携わる者は、依頼を受けて広告依頼者の責任により作成された「広告その他の表示」を掲載、放送等することから、直ちに法第31条第1項の適用の対象者となるものではない。

しかしながら、当該「広告その他の表示」の内容が虚偽誇大なものであることを予見し、又は容易に予見し得た場合等特別な事情がある場合においては、広告依頼者ととともに同項の適用があり得る。

## 第2 広告その他の表示の範囲

### 1 広告その他の表示に該当するものの具体例

指針の第2の2の（2）において「広告その他の表示」の定義を示しているところであるが、具体例としては、次に掲げるものが挙げられる。

- (1) 商品、容器又は包装による広告その他の表示及びこれらに添付した物による広告その他の表示
- (2) 見本、チラシ、パンフレット、説明書面その他これらに類似する物による広

告その他の表示（ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。）及び口頭による広告その他の表示（電話によるものを含む。）

- (3) ポスター、看板（プラカード及び建物又は電車、自動車等に記載されたものを含む。）、ネオン・サイン、アドバルーンその他これらに類似する物による広告その他の表示及び陳列物又は実演による広告その他の表示
- (4) 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送（有線電気通信設備又は拡声機による放送を含む。）、映写、演劇又は電光による広告その他の表示
- (5) 情報処理の用に供する機器による広告その他の表示（インターネット、パソコン通信等によるものを含む。）

## 2 実質的に広告と判断されるもの

広告その他の表示の範囲については、指針の第2の2の（2）に示しているところであるが、次に掲げる①～③に該当すると消費者が認識できるものを、広告その他の表示に該当するものとして判断されたい。

- ① 顧客を誘引する（顧客の購入意欲を昂進させる）意図が明確にあること。
- ② 特定食品の商品名等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。

現行の医薬品医療機器等法における広告規制に係る現状をみると、広告等規制の対象となることを逃れるため、一部には、遺憾ながら上記①～③に該当することを回避した表示を行っている者があることが認められる。しかしながら、例えば、

- (1) 「これは広告ではありません。」や「これは顧客を誘引することを目的としているものではありません。」、「特定商品名や商品金額の掲載はありません」、「表示しているのは物質名であって、商品名に該当しないため法に抵触しません。」といった表示をしているが、具体的な商品名及び期待される効果等を一般消費者が容易に認知できる形で記載されている
- (2) 商品の名称の一部を伏せ字としたり、文字をぼかす、写真や画像イメージのみを表示するなどの場合であっても、当該商品の認知度、付随している写真及び説明書き等から特定食品であることが認知できる
- (3) 特定の食品又は成分の健康保持増進効果等に関する書籍や冊子、ホームページ等の形態をとっているが、その説明の付近に当該食品の販売業者の連絡先や

ホームページへのリンクを一般消費者が容易に認知できる形で記載している場合には、実質的に上記の①～③を満たすものとして、広告等に該当するものとして取り扱うこととする。

また、例えば、特定の食品又は成分の健康保持増進効果等に関する書籍等に「当該食品に関するお問い合わせは、〇〇相談室へ」等と記載されている上記(3)の事例に関して、連絡先に掲げられた「〇〇相談室」が当該食品を直接販売等していない場合、「当該書籍は顧客を誘引する意図を持たない純然たる書籍である」、「改善症例や研究内容等について、具体的商品販売を伴わない記事や文献、書籍、研究資料の紹介は法律違反でない。」等として、広告等規制の対象となることを回避しようとするものがある。この場合にあって、「表現の自由」は最大限尊重されるべきであるが、その「〇〇相談室」が特定の販売業者をあっせん等していることが認められる場合等であって、当該販売業者が別の個人又は団体を介在させることにより、広告等規制の対象となることを回避しながら当該書籍等を広告等として活用していると判断できるなど、実質的に上記の①～③に該当する場合には、当該書籍等を広告等として取り扱う。

さらに、記事や学術論文等の形態をとっている上記(3)の事例に関して、「あくまで『一般的な知識』を消費者に提供している。」、「『色々な食品又は成分の効能を知りたい』、『症状に適した食品又は成分が何かを知りたい』という消費者の知的好奇心に応えているのみであり、広告でない。」等の名目で、書籍、冊子、ホームページに特定の食品又は成分に係る学術的解説を掲載する場合であっても、その解説の付近から特定食品の販売ページに容易にアクセスが可能である場合や、販売業者の連絡先が掲載されている等、実質的に上記の①～③に該当する場合には、営利的言論としての広告等に該当するものとして、規制対象となる場合があり得る。

### 第3 健康保持増進効果等の表示に該当するものの例

指針の第2の2の(3)に掲げる健康保持増進効果等の表示に該当するものの具体例は次のとおりである。なお、指針においても示したところであるが、法第31条第1項は、健康保持増進効果等に関する広告その他の表示について、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旨を定めているものであり、第2の広告その他の表示の範囲に該当するものが次の効果等の表示に関し、第4で判断基準を示したような「事実に著しく相違する」又は「著しく人を誤認させる」場合に、規制されることとなるものである。

## 1 健康の保持増進の効果

### (1) 疾病の治療又は予防を目的とする効果

(例)「糖尿病、高血圧、動脈硬化の人に」、「末期ガンが治る」、「虫歯にならない」、「アレルギー症状を緩和する」、「花粉症に効果あり」、「インフルエンザの予防に」、「便秘改善」等

### (2) 身体の組織機能の増強、増進を主たる目的とする効果

(例)「疲労回復」、「強精(強性)強壯」、「体力増強」、「食欲増進」、「老化防止」、「免疫機能の向上」、「疾病に対する自然治癒力を増強します」、「集中力を高める」、「脂肪燃焼を促進！」等

### (3) 特定の保健の用途に適する旨の効果

(例)「本品はおなかの調子を整えます」、「この製品は血圧が高めの方に適する」、「コレステロールの吸収を抑える」、「食後の血中中性脂肪の上昇を抑える」、「本品には〇〇〇(成分名)が含まれます。〇〇〇(成分名)には食事の脂肪や糖分の吸収を抑える機能があることが報告されています。」等

### (4) 栄養成分の効果

(例)「カルシウムは、骨や歯の形成に必要な栄養素です」等

## 2 内閣府令で定める事項

### (1) 含有する食品又は成分の量

(例)「大豆が〇〇g含まれている」、「カルシウム〇〇mg配合」等

### (2) 特定の食品又は成分を含有する旨

(例)「プロポリス含有」、「〇〇抽出エキスを使用しています」等

### (3) 熱量

(例)「カロリーオフ」、「エネルギー 0kcal」等

### (4) 人の身体を美化し、魅力を増し、容ぼうを変え、又は皮膚若しくは毛髪をすこやかに保つことに資する効果

(例)「美肌、美白効果が得られます」、「皮膚にうるおいを与えます」、「美しい理想の体形に」等

## 3 暗示的又は間接的に健康保持増進効果等を表示する場合

### (1) 名称又はキャッチフレーズにより表示するもの

(例)「ほね元気」、「延命〇〇」、「快便食品(特許第〇〇号)」、「血糖下降茶」、

「血液サラサラ」等

(2) 含有成分の表示及び説明により表示するもの

(例)「腸内環境を改善することで知られる〇〇〇を原料とし、これに有効成分を添加することによって、相乗効果を発揮!」、「〇〇〇(成分名)は、不飽和脂肪酸の一種で、血液をサラサラにします」、「〇〇〇(成分名)は、関節部分の軟骨の再生・再形成を促し、中高年の方々の関節のケアに最適です」等

(3) 起源、由来等の説明により表示するもの

(例)『〇〇〇』という古い自然科学書を見ると×××は肥満を防止し、消化を助けるとある。こうした経験が昔から伝えられたが故に、×××は食膳に必ず備えられたものである。」、「インド国内では医薬品として販売されています」、「欧州では循環器系の薬として、イチョウ葉が使用されています」等

(4) 新聞、雑誌等の記事、医師、学者等の談話、学説、経験談などを引用又は掲載することにより表示するもの

(例) 〇〇 〇〇(××県、△△歳)

「×××を3か月間毎朝続けて食べたら、9kg痩せました。」

〇〇医科大学△△△教授の談

「発がん性物質を与えたマウスに〇〇〇の抽出成分を食べさせたところ、何もしなかったマウスよりもかなり低い発ガン率だったことが発表されました」

「〇〇%の医師の方が、『〇〇製品の利用をおススメする』と回答しました」

「管理栄養士が推奨する〇〇成分を配合」等

(5) 医療・薬事・栄養等、国民の健康の増進に関連する事務を所掌する行政機関(外国政府機関を含む。)や研究機関等により、効果等に関して認められている旨を表示するもの

(例)「××国政府認可〇〇食品」、「〇〇研究所推薦〇〇食品」等

#### 第4 法第31条第1項該当性の判断基準の明確化

個々の広告その他の表示が実際に法第31条第1項の規定の違反に該当するものであるかどうかの判断基準については、指針の第2の3に示しているところである。

しかしながら、健康保持増進効果等についての広告その他の表示は、その効果

の真偽が最新の科学的知見に照らして必ずしも明らかでない場合が多いため、何が「事実に著しく相違する」又は「著しく人を誤認させる」表示であるかが、全ての場合において明確となるとは限らない。そこで、その判断基準をより明確化するため、具体的に想定される事例を基に基準適用の考え方を示すこととする。

なお、国が勧告・指導を行った事例等については、その情報を蓄積した上で、今後各地方公共団体に情報提供を積極的に行っていくこととしている。将来的には、こうした積み上げられた事例をもって各地方公共団体が勧告・指導できるよう、便宜を図ることとしたいが、当面以下に記す基準適用の考え方をもちて指導に当たられるようよろしくお願いしたい。

## 1 事実に相違すること又は人を誤認させることが明らかであると判断できる表示

以下に例示するように、表示内容のみで、明らかに事実と相違する又は人を誤認させると判断できるものについては、速やかに広告その他の表示の取下げ、内容の修正等の必要な指導を行われるとともに、指導の結果等を当該都道府県等の区域を管轄する地方厚生局（以下「域内厚生局」という。）宛てに報告していただくようお願いする。

（例）

- 医療・薬事・健康増進等、国民の健康増進に関連する事務を所掌する行政機関（外国政府機関を含む。）や研究機関等による認証、推薦等（以下「認証等」という。）を取得していることを表示していても、当該認証等の制度が実在しない場合や当該認証等の制度の趣旨とは異なる趣旨により表示することにより、健康保持増進効果等が認証等を受けたものと誤認させる場合

| 表示例                                | 考え方   |
|------------------------------------|---|
| 厚生労働省から輸入許可を受けたダイエット用健康食品です。       | 食品の輸入に当たって、厚生労働省が個別の許可を行う制度は設けられていないが、こうした表示をすることにより、厚生労働省が当該健康食品の効果を個別に認証していると認識されて、健康の保持増進の効果があることが確認されていると誤認される。 |
| 厚生省告示第120号にて記載告示された〇〇を使用しており、健康をお考 | 食品関係の告示で「厚生省告示第120号」に該当するものは、既存添加物名簿（平成8年厚生省告示第120号）であるが、既存添加物  |



|   |   |
|---|---|
| <p>えの方にオススメいたします。</p>   | <p>は、平成7年食品衛生法改正以後も引き続き使用できる天然添加物の名称を記載したものであって、健康保持増進効果等とは関係ない。しかしながら、広告等の全体の記載からみて厚生省（現 厚生労働省）の所管する法令・通知等に当該栄養成分等の記載があることが、「健康をお考えの方にオススメ」する理由として表示されている等の場合、一般消費者が厚生労働省が所管する個別制度や法令・通知の内容をすべて正確に理解していると言えないことから、国民の健康増進に関連する事務を所掌する厚生労働省が当該法令・通知により健康保持増進効果がある旨を認証等したものであると誤認される。</p>  |
| <p>〇〇検査センター認可食品。もし痩せなかったら、お金はっさい頂きません。</p> <p>※ 〇〇検査センターで行われた検査は、健康保持増進効果等に係るものでなく、専ら食品の安全性に係るものであった。</p> | <p>民間機関である〇〇検査センターが行った検査は、あくまで安全性に係るものであり、健康保持増進効果等を実証するものではない。にもかかわらず、「〇〇検査センターが認可した食品であること」と「もし痩せなかったら、お金はっさい頂きません。」を同一文脈で表示している点で、〇〇検査センターが健康保持増進効果等について認証等したものであると誤認される。</p> <p>また、一般に「認可」とは、ある人の法律上の行為が公の行政機関の同意を得なければ有効に成立することができない場合に、その効力を完成させるため、公の機関の与える同意をいう。〇〇検査センターは民間機関であり、行政行為である「認可」を行ない得ない。にもかかわらず、公の機関のみが行い得る「認可」という行為を表示することにより、健康保持増進効果等について公の機関の認証等を受けたものと誤認される。</p> |

※ 本来「消費者庁許可」と表示すべき特定保健用食品について、「消費者庁認可」等と誤って広告等する例が見受けられる。「許可」と「認可」は法律上禁止されている特定の行為について、実施することを許容する公の機関の行為である点で共通であり、誤表示があったとしても著しい問題が生じるものではないが、責務に照らし、誤りのない「客観的で正確な情報」の伝達に努めること。

○ 一般消費者向けの広告その他の表示において、医師又は歯科医師の診断、治療等によらなければ一般的に治癒が期待できない疾患について、医師又は歯科医師の診断、治療等によることなく治癒できるかのような表現を用いている場合

| 表示例            | 考え方  |
|----------------|--|
| 医者に行かずともガンが治る！ | 通常、がんのような重篤な疾病は、医師による診断及び治療が必要となるが、こうした表示は、医師による診断治療がなくとも、当該疾病を治癒することができるかと誤認を与えるため、誇大表示に該当する。 |

※ 「医師又は歯科医師の診断若しくは治療によらなければ一般的に治癒が期待できない疾患」とは、ガン、糖尿病、高脂血症、心臓病、肝炎、齲歯など、通常医師又は歯科医師の診療を受けなければ保健衛生上重大な結果を招くおそれのある疾病をいう。

○ 最上級又はこれに類する表現を用いている場合

| 表示例        | 考え方   |
|------------|---|
| 最高のダイエット食品 | 通常、健康の保持増進の効果は、個々人の健康状態や生活習慣等多くの要因により異なっており、現存する製品の中で最高の効果を発揮することは立証できないため、最上級の表現を用いる広告等は虚偽表示に該当する。 |

※ 最上級の表現には、「最高」、「絶対」、「最高級」、「日本一」、「抜群」、「無類」等が当たる。製造方法等についても、実際の製造方法等と著しく異なる表現又はその優秀性について著しく誤認させる表現が含まれる。

- 断定的な表現にはよらずに、伝聞、他者の表現等を通じて健康の保持増進の効果等がある可能性を表示している場合

| 表示例  | 考え方   |
|--|---|
| <p>〇〇に効くと言われてい<br/>ます。</p>   | <p>「××は、〇〇に良いと言われてい<br/>ます。」等<br/>と伝聞調により表示し、世間の噂・評判・伝承・<br/>口コミ・学説等があること等をもって、健康の<br/>保持増進の効果がある旨を強調し、又は暗示す<br/>るものについても、例えば、〇〇の内容が医師<br/>又は歯科医師の診断、治療等によらなければ一<br/>般的に治癒できない疾患に係るものである場<br/>合には、当該食品によって当該疾病を治癒する<br/>ことができると誤認を与えることとなるため、<br/>誇大表示に該当する。</p> <p>また、「言われています」という表現を用いる<br/>により「誰が言っているのか」等をあえて明示<br/>せず、曖昧な表現により反証の余地を最小化し<br/>たとしても、〇〇の内容が社会通念に照らして<br/>事実と認め得ない場合には虚偽表示に該当す<br/>る。</p> <p>※ 学会発表等の学術データを引用するもの<br/>であっても、その発表の内容が適切な方法に<br/>より実証されていない等の理由により科学<br/>的根拠として採り得ないものである場合は、<br/>その信憑性を首肯し得ず、虚偽表示に該当し<br/>得ることに留意すべきである。</p> |
| <p>「この食品『〇〇』に含ま<br/>れる成分『××』は『△△<br/>テレビ』で紹介されまし<br/>た！」と店頭表示すると<br/>ともに、当該放送内容を<br/>引用している。</p> | <p>①販売者は、顧客の購入意欲を昂進させる意<br/>図で当該放送内容を店頭で引用しており、②店<br/>頭において特定食品の商品名等を明らかにし<br/>ており、③一般人が認知できる状態である。こ<br/>のことから、第2の2の①～③の基準に照ら<br/>し、「『△△テレビ』で紹介された」旨の販売者<br/>による店頭表示と、引用されている当該放送内</p>  |

|   |  |
|---|--|
| <p>※ 当該放送では、「この成分『××』を毎日摂取し続ければ、□□（疾病名）にならない！細胞の老化を食い止めるのではなく、抵抗力を強めて『若返らせる』。これはイイですよ！」と健康保持増進を求める者に影響力を持つ司会者がコメント。しかし、当該栄養成分の真実の効果と比べると、そのコメントは著しく誇大な内容であった。</p> | <p>容を併せて、販売者による一つの広告等であると判断する。</p> <p>△△テレビにおける司会者は、あくまで特定の成分につき言及したものである。当該発言は特定商品の広告等には当たらず、「表現の自由」の範疇内として、当然規制対象とはならない。しかしながら、食品の販売者は当該栄養成分の真実の効果と比べ著しく誇大なコメントを当該食品の広告等として引用した点で、誇大表示に該当することが懸念される。</p> <p>食品として販売に供する物に関して広告等をする者は、摂取する者が当該物を適切に理解し、適正に利用することができるよう、客観的で正確な情報の伝達に努めなければならない。他者による表現の信憑性を疑わず、無条件に広告等に引用することは控えるべきである。</p> |
|---|--|

2 効果等の証拠等の確認により、事実と相違する又は人を誤認させる表示と確認できる場合

表示内容を一見しただけでは健康保持増進効果等に関して事実と相違する又は人を誤認させる表示に該当するかどうか判別できない広告その他の表示についても、必要に応じ、法第32条第3項において準用する法第27条の規定に基づく立入検査及び食品の収去等を行い、表示内容の証拠又は根拠等を確認した上で、事実と相違する又は人を誤認させる表示であると判断された場合は、広告等の取下げ、内容の修正等の必要な指導を行われるとともに、指導の結果等を域内地方厚生局宛てに報告していただくようよろしくお願いいたします。

(例)

- 広告その他の表示における健康保持増進効果等の強調ぶりと、証拠となる事実が適切に対応していない場合

|     |     |
|-----|-----|
| 表示例 | 考え方 |
|-----|-----|

|  |  |
|--|--|
| <p>食（前）後〇〇時間後を目安に摂取すると、食べた栄養素の約××%をブロックします。（人によって適切な使い方は異なります。）</p> <p>※『約××%』『ブロックする』の根拠となったデータは動物、ヒトのいずれの試験結果でもない。</p> | <p>摂取した栄養素の人体における吸収過程は複雑な作用が絡み合っており、当該食品又は成分のみが健康保持増進効果等を得られた原因であるか否かは、他の様々な影響要因を考慮する等、慎重に考慮されるべきものである。</p> <p>こうしたことから、食べた栄養素の消化作用に与える効果を確定的又は断定的に言及するためには、実際に経口的に摂取した結果データに基づいて表示すべきものであり、こうしたデータに基づかず、経口的に摂取した場合の健康保持増進効果等について確定的又は断定的に言及する場合は、左記表示例の表現は虚偽表示の該当性が懸念される場所である。</p> <p>なお、「実験は身体内の場合と作用機序が異なる場合がある」等の注記を付したとしても、その注記とは別途ヒトの体内における作用を確定的又は断定的に表現する限り、同様の判断をすることになる。</p> <p>動物実験データについても、ヒトに応用する場合の根拠の一つとはなるが、絶対的なものでなく、ヒトへの健康保持増進効果等の証明は必ずしも動物実験のみによって結論が得られるものでないことにも留意する必要がある。</p> <p>※ 「食前」「食後」等、通常の商品の摂取時期等とは考えられない表現を用いるとともに、栄養素の吸収を阻害することを通じ、人の体内における栄養素の消化吸収作用に影響を与えることを目的としていることから、「人又は動物の身体の構造又は機能に影響を及ぼすことが目的とされている物であって、機械器具等でないもの（医薬部外品、化粧品及び再生医療等製品を除く。）」（医薬</p> |
|--|--|

|   |   |
|---|---|
|   | <p>品医療機器等法第2条第1項第3号)として、医薬品医療機器等法上の取締りの対象となり得る。</p>   |
| <p>〇〇センターの研究者は、“××”(一般に知名度がある食品)について「健康保持増進効果等があることが学会で発表されています！」</p> <p>※ 実際に学会で発表したのは××の中でも“××-△△”という特別のものに限られており、それ以外のものについて健康保持増進効果等は発表されていない。</p>                | <p>根拠等が存在しないにもかかわらず、健康保持増進効果等が裏付けられているかのように表示することは虚偽表示に該当するものであるが、研究者等の学会発表の対象となっていないにもかかわらず、類似名称を持つ食品について健康保持増進効果等が発表された旨混同させて、広告等を行う場合、自然科学に係る学会の情報や食品分類学に関する知識を一般に持たない通常の消費者にとって、健康の保持増進の効果等を誤認させる誇大表示に該当することが懸念される。</p> <p>健康保持増進効果等について広告等をする際には、その根拠となるデータについて適確に把握し、正確な表現に心掛ける必要がある。</p>   |
| <p><b>驚異の食効『〇〇』!</b></p> <p>◎ ××病</p> <p>全身の倦怠感や吐き気に苦しんでいた私は、仕事も休みがちになり、このままではいけないと検査してみたら、思いもよらず重い××病とわかりました。病院では早速△△療法がはじまり、まもなく副作用で食欲不振、発疹が続き、イヤな日々を送っていたところ、友</p> | <p>健康保持増進効果等に関する裏付けとして、学術的な根拠等を一切示さず、体験談や「感謝の手紙」、タレント等著名人の推薦等(以下「体験談等」という。)のみによるものが少なからず認められる。これについて、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 体験談等そのものが存在しないとき</li> <li>・ 体験者、推薦者等が存在しないとき</li> <li>・ 健康保持増進効果等について、不都合な箇所を掲載せず、自己にとって好都合な箇所のみを抜粋して掲載しているとき(例 ダイエット食品に関し、運動しながら当該食品を摂取していた旨の体験談について、運動に係る箇所を掲載しないもの)</li> </ul> <p>等については、虚偽表示又は誇大表示に該当す</p> |

|  |   |
|--|---|
| <p>人が「××病に効く」と言<br/>って、この商品『○○』を<br/>紹介してくれました。</p> <p>これならば手軽にでき<br/>るかとは半信半疑で始めた<br/>ところ、4か月を過ぎた<br/>ところに効果が現れ、××<br/>病の病巣がびっくりする<br/>ほど小さくなり、快適な<br/>毎日に戻りました。</p> <p>病院の先生からも不思議<br/>がられる程の回復ぶ<br/>り。こんなに早く救って<br/>くれた『○○』には感謝し<br/>てもしつくせない気持ち<br/>です。</p> <p>～県 ○×△子（?歳）</p> | <p>る場合があるものと考えられる。</p> <p>※ 体験談中、「××病」と疾病名を明示してい<br/>ること、友人の「××病に効く」旨の発言、<br/>病巣が小さくなった旨の記述において、食品<br/>『○○』の医薬品的効能効果を標ぼうしてい<br/>ると認められることから、医薬品医療機器等<br/>法の取締対象となり得る。</p> |
|--|---|

- 他制度に基づく認証、推薦、特許等が表示されているが、その認証等が健康  
保持増進効果等に係るものではない場合

| 表示例                              | 考え方   |
|----------------------------------|---|
| <p>ダイエットに効く○○茶<br/>(特許番号××号)</p> | <p>健康保持増進効果等に関する広告等上に特<br/>許番号を表示(特許申請中等を含む。)してい<br/>る場合には、通常、当該特許が当該健康保持増進<br/>効果等に関係し、又はその健康保持増進効果等<br/>が認められたものであると認識することとな<br/>る。当該特許が当該健康保持増進効果等と明ら<br/>かに関係しない場合や、認められた特許表示の<br/>内容に相当する健康保持増進効果等が発現し<br/>ないと認められる場合は、虚偽表示又は誇大表<br/>示に該当することが懸念される。</p> <p>※ 当該物品の販売に当たり医薬品的効能効</p> |

|  |   |
|--|---|
|  | 果をうたう場合は、その標ぼうが特許表示の範囲内であったとしても医薬品医療機器等法上の取締の対象となることに留意する必要がある。 |
|--|---|

○ 「好転反応」に関する表現により、健康保持増進効果等を表示している場合

| 表示例   | 考え方   |
|---|---|
| <p>〇〇を食べると、3日目位に湿疹が見られる場合がありますが、これは体内の古い毒素などが分解され、一時的に現れるものです。これは体質改善の効果の現れです！そのまま召し上がり続けてください。</p> | <p>湿疹、便秘等の不快症状が出て、それを「好転反応」等と称して効果の証と説明しているものがある。</p> <p>体質改善やダイエット等の効果につき、強い効果や即効性等を求める国民の中には、こうした「好転反応」等の不快症状が出ることをもって、当該食品には強い効果や即効性等があることを認識する者があることは、残念ながら否定できない。こうした「好転反応」等の表示をもって健康の保持増進効果を表示する場合であっても、例示における「体質改善の効果」が認められない場合は虚偽表示又は誇大表示に該当することが懸念される。</p> <p>※ 「好転反応」に関する表示は、医薬品的な効能効果の標ぼうに該当するものであり、医薬品医療機器等法上の取締の対象となる。そもそも、このような表現は、適切な診療機会を失わせる等の保健衛生上の危害が発生するおそれが強く、断じて認め得ないものである。</p> |

3 有用成分等の分析等により事実と相違又は人を誤認させる表示であることが確認できる場合

仮に当該食品に含まれていると表示されている有用な成分が実際に効果があるものであっても、当該有用な成分が実際には十分には含まれておらず、効果が



得られない場合があり得る。このため、健康保持増進効果等に関して虚偽又は誇大が疑われる場合は、必要に応じ収去を行い、任意に有用成分を分析するか、域内地方厚生局宛て通報されたい。

また、含有する食品又は成分の量、特定の食品又は成分を含有する旨及び熱量等についても、健康増進法に規定する特別用途表示の許可等に関する内閣府令（平成21年内閣府令第57号）第19条の規定により、健康保持増進効果等に含まれるので、必要に応じ、同様の対応をとられたい。

## 第5 いわゆる健康食品に対する広告等監視の手順及び監視体制の整備

### 1 広告等監視の手順

第4に示したとおり、健康保持増進効果等についての広告その他の表示は、何が「事実に著しく相違する」又は「著しく人を誤認させる」表示であるかが、全ての場合において明確となるとは限らず、実効性ある監視を行うのは容易ではない。このため、違法性が疑われる広告その他の表示に対する実際の監視に当たっては、

- (1) まず、貴職において法第31条第1項の規定に違反していると判断できる広告その他の表示については、当該広告その他の表示を行う者に対して必要な指導等を行っていただくとともに、当該広告その他の表示に関して別紙の様式により域内地方厚生局宛てに報告していただく
- (2) 貴職において法第31条第1項の規定に違反しているかどうか判別できない広告その他の表示については、同項の規定に違反して表示をした者の本店又は主たる事務所の所在地を管轄する域内厚生局宛てに、別紙の様式により、速やかに報告していただく

という手順を採るようお願いしたい。

なお、特定保健用食品が許可表示を逸脱し、その健康保持増進効果等について著しく虚偽又は誇大な広告その他の表示を行っていることが明らかであると判断できる場合にあつては、消費者庁において勧告の必要性を検討することから、同様に別紙の様式により、速やかに消費者庁宛てに報告されたい。

また、効果的に監視指導を行うに当たって必要な事例の蓄積を着実に実施する観点から、貴職において法第31条第1項違反を指導した事例については、別紙の様式により、広告その他の表示及び入手した広告その他の表示の内容の根拠に関する資料等を添えて、3か月に一度、定期的に域内地方厚生局宛てに報告されるようよろしくお願いしたい。

法第31条第1項の規定に違反していると判断できる広告その他の表示について、広告その他の表示を行う者（法人の場合は、主たる事務所）が貴管下の地域にない場合については、別紙の様式により、広告その他の表示及び入手できた広告その他の表示の内容の根拠に関する資料等を添えて、広告その他の表示を行う者が所在する地域を所轄する地方公共団体及び域内地方厚生局宛てに速やかに報告されるようよろしくお願いしたい。

## 2 広告等監視体制の整備

健康保持増進効果等についての虚偽誇大広告等の監視体制整備については、指針の第4において示しているところであるが、いわゆる健康食品の広告その他の表示の適正化を推し進めるためには、法のみならず、医薬品医療機器等法を含めた関係法令の一元的な運用が不可欠である。都道府県、保健所設置市及び特別区の衛生主管部局長並びに各保健所長等が健康増進法、食品衛生法、医薬品医療機器等法、景品表示法及び食品表示法の緊密な連携を確保することにより、施策を総合的に推進する任務を担うことに留意されたい。特に健康食品の広告その他の表示の適正化については、法第6章の規定を主管する課室（以下「法主管課室」という。）が、医薬品医療機器等法の主管課室と連携しながら効果的な取組を行うことが期待される。

基本的に広告その他の表示の監視体制の整備は、各地方公共団体においてその実情を踏まえつつ柔軟に行うべきものであるが、総合的な対策を実現するために、以下の取組を行うことが望ましい。

### (1) 都道府県等衛生部局長及び保健所長等の取組

ア 上記関係法令の担当部局間での連絡を深めることで違反事例等に係る情報の共有を進めるとともに、所管する法令についての違法性の有無についてのすり合わせを行うこと。

イ 法に加え、景品表示法等の関係法令や監視実務について、関係職員の研修を実施すること。

ウ 監視指導に当たっての実施方針を明確にすること。

当該対処方針では、法主管課室が重点的に監視指導すべき施設、食品等を定める等、各地方公共団体の地域の実情を踏まえた監視指導の在り方を定めることが望ましいこと。

また、食品衛生監視員が法又は医薬品医療機器等法違反となる広告その他の表示を現認した際に、行うべき指導の内容・方法に関し具体的な実施方針

が示されることが望ましいこと。

エ ウの実施方針を効果的に運用するために必要な場合には、食品衛生監視員のうち薬剤師、医師、歯科医師、又は獣医師である者等を、薬事監視員として併任する等の措置を積極的にとること。

## (2) 法主管課室の取組

ア 前記(1)のウの対処方針の策定について、主導的な役割を果たすこと。

イ いわゆる健康食品の広告その他の表示を重点的に監視指導する「健康食品広告適正化推進月間」等を地域の実情等を踏まえ設定し、法主管課室が自ら、相手方の任意の協力に基づいて、健康食品の製造施設、貯蔵施設及び販売施設の実地指導に当たること。また、必要があると認めるときは、法第32条第3項において準用する法第27条の権限を行使することができる食品衛生監視員に同行を要請すること。

ウ 医薬品医療機器等法の主管課室との連携を図りながら、健康食品等、法第31条第1項に規定する食品として販売に供する物を取り扱う営業者等（特に、管内に存在する健康食品の製造会社及び健康食品を取り扱う小売チェーンの本社等）に対し、広告その他の表示の適正化を図るため医薬品医療機器等法を含む関係法令の周知広報を行い、営業者の自主的な法令遵守を促すこと。

エ 食品衛生監視又は薬事監視の場において発見された法第31条第1項の規定の違反事例の通報・報告を食品衛生監視員等から受けること等により、情報収集に努めること。

## 3 健康食品に関する苦情相談の着実な実施

保健所における健康食品に関する苦情相談については、「健康食品の摂取量及び摂取方法の表示に関する指針について」（昭和63年衛新第19号）及び「健康食品・無承認無許可医薬品健康被害防止対応要領について」（平成14年医薬発第1004001号）においてお願いしているところであり、今後とも当該苦情相談の着実な実施をお願いする。

(別紙)

健康増進法第31条第1項の規定違反及び違反が疑われる広告等について

|                     |                                |
|---------------------|--------------------------------|
| 商品名                 |                                |
| 広告等の発見日時期           | 〇〇年〇〇月〇〇日                      |
| 広告等の発見経路            |                                |
| 広告等を行った者            | 業者名：<br>住所：<br>連絡先：<br>その他：    |
| 広告等の媒体              | 新聞・雑誌・テレビ・看板・インターネット<br>その他（ ） |
| 広告等の主な内容            |                                |
| 違反が疑われる事項           |                                |
| 広告等を行う者に対する立入検査の有無  | 有・無                            |
| 食品等の収去の有無           | 有・無                            |
| 立入検査の際に聴取した内容       |                                |
| 健康保持増進効果等の根拠の有無及び理由 | 有・無・不明<br>(理由)                 |
| 成分分析の有無             | 有・無<br>(有の場合は主な分析結果)           |
| 広告等を行う者に対する指導の有無    | 有・無                            |
| 指導の内容               |                                |

※なお、本様式を送付される場合は、併せて、広告等及び入手できた広告等の内容の根拠に関する資料を添付されたい。

「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）に係る留意事項」新旧対照表

| 改正後   | 現行   |
|---|--|
| <p>第1 <u>健康増進法第31条第1項</u>の規制の適用を受ける対象者の範囲</p> <p>「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）」（以下「指針」という。）の第2の1において、健康増進法（平成14年法律第103号。以下「法」という。）<u>第31条第1項</u>の規制の適用を受ける対象者を示しているところであるが、具体的には、次により判断することとする。</p>   | <p>第1 <u>健康増進法第32条の2</u>の規制の適用を受ける対象者の範囲</p> <p>「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）」（以下「指針」という。）の第2の1において、健康増進法（平成14年法律第103号。以下「法」という。）<u>第32条の2</u>の規制の適用を受ける対象者を示しているところであるが、具体的には、次により判断することとする。</p>                                      |
| <p>1 広告依頼者の第一義的責任</p> <p>広告の掲載を依頼し、販売促進その他の利益を享受することとなる当該食品製造業者又は販売業者（以下「広告依頼者」という。）が、<u>法第31条第1項</u>の規制の適用の対象者となるのは当然である。</p>  | <p>1 広告依頼者の第一義的責任</p> <p>広告の掲載を依頼し、販売促進その他の利益を享受することとなる当該食品製造業者又は販売業者（以下「広告依頼者」という。）が、<u>法第32条の2</u>の規制の適用の対象者となるのは当然である。</p>  |
| <p>2 <u>法第31条第1項</u>と広告媒体との関係</p> <p>これに対し、広告依頼者から依頼を受けて、当該「広告その他の表示」を掲載する新聞、雑誌、テレビ、<u>インターネット</u>、出版等の業務に携わる者は、依頼を受けて広告依頼者の責任により作成された「広告その他の表示」を掲載、放送等することから、直ちに<u>法第31条第1項</u>の適用の対象者となるものではない。</p> <p>しかしながら、当該「広告その他の表示」の内容が虚偽誇大なものであることを予見し、又は容易に予見し得た場合等特別な事情がある場合においては、広告依頼者とともに<u>同項</u>の適用があり得る。</p> | <p>2 <u>同条</u>と広告媒体との関係</p> <p>これに対し、広告依頼者から依頼を受けて、当該「広告その他の表示」を掲載する新聞、雑誌、テレビ、出版等の業務に携わる者は、依頼を受けて広告依頼者の責任により作成された「広告その他の表示」を掲載、放送等することから、直ちに<u>同条</u>の適用の対象者となるものではない。</p> <p>しかしながら、当該「広告その他の表示」の内容が虚偽誇大なものであることを予見し、又は容易に予見し得た場合等特別な事情がある場合においては、広告依頼者とともに<u>同条</u>の適用があり得る。</p> |
| <p>第2 <u>広告その他の表示</u>の範囲</p>  | <p>第2 <u>広告等</u>の範囲</p>  |

| 改正後   | 現行   |
|---|--|
| <p>1 <u>広告その他の表示</u>に該当するものの具体例</p> <p>指針の第2の2の(2)において「<u>広告その他の表示</u>」の定義を示しているところであるが、具体例としては、次に掲げるものが挙げられる。</p> <p>(1) 商品、容器又は包装による<u>広告その他の表示</u>及びこれらに添付した物による<u>広告その他の表示</u></p> <p>(2) 見本、チラシ、パンフレット、説明書面その他これらに類似する物による<u>広告その他の表示</u>（ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。）<u>及び口頭による広告その他の表示</u>（電話によるものを含む。）</p> <p>(3) ポスター、看板（プラカード及び建物又は電車、自動車等に記載されたものを含む。）、<u>ネオン・サイン</u>、アドバルーンその他これらに類似する物による<u>広告その他の表示</u>及び陳列物<u>又は実演</u>による<u>広告その他の表示</u></p> <p>(4) 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送（有線電気通信設備<u>又は拡声機</u>による放送を含む。）、映写、<u>演劇</u>又は電光による<u>広告その他の表示</u></p> <p>(5) 情報処理の用に供する機器による<u>広告その他の表示</u>（インターネット、パソコン通信等によるものを含む。）</p> | <p>1 <u>広告等</u>に該当するものの具体例</p> <p>指針の第2の2の(2)において「<u>広告その他の表示</u>」の定義を示しているところであるが、具体例としては、次に掲げるものが挙げられる。</p> <p>ア 商品、容器又は包装による<u>広告等</u>及びこれらに添付した物による<u>広告等</u></p> <p>イ 見本、チラシ、パンフレット、説明書面その他これらに類似する物による<u>広告等</u>（ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。）</p> <p>ウ ポスター、看板（プラカード及び建物又は電車、自動車等に記載されたものを含む。）、<u>ネオンサイン</u>、アドバルーンその他これらに類似する物による<u>広告等</u>及び陳列物による<u>広告等</u></p> <p>エ 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送（有線電気通信設備による放送を含む。）、映写又は電光による<u>広告等</u></p> <p>オ 情報処理の用に供する機器による<u>広告等</u>（インターネット、パソコン通信等によるものを含む。）</p> |
| <p>2 実質的に広告と判断されるもの</p> <p><u>広告その他の表示</u>の範囲については、指針の第2の2の(2)に示しているところであるが、次に掲げる①～③に該当すると消費者が認識できるものを、<u>広告その他の表示</u>に該当するものとして判断されたい。</p>   | <p>2 実質的に広告と判断されるもの</p> <p><u>広告等</u>の範囲については、指針の第2の2の(2)に示しているところであるが、次に掲げる①～③に該当すると消費者が認識できるものを、<u>広告等</u>に該当するものとして判断されたい。</p>  |

| 改正後   | 現行  |
|---|---|
| <p>① 顧客を誘引する（顧客の購入意欲を昂進させる）意図が明確にあること。</p> <p>② 特定食品の商品名等が明らかにされていること。</p> <p>③ 一般人が認知できる状態であること。</p> <p>現行の<u>医薬品医療機器等法</u>における広告規制に係る現状をみると、広告等規制の対象となることを逃れるため、一部には、遺憾ながら上記①～③に該当することを回避した表示を行っている者があることが認められる。しかしながら、例えば、</p> <p><u>1</u> 「これは広告ではありません。」や「これは顧客を誘引することを目的としているものではありません。」「特定商品名や商品金額の掲載はありません」、「表示しているのは物質名であって、商品名に該当しないため法に抵触しません。」といった表示をしているが、具体的な商品名及び期待される効果等を一般消費者が容易に認知できる形で記載されている</p> <p><u>2</u> 商品の名称の一部を伏せ字としたり、文字をぼかす、写真や画像イメージのみを表示するなどの場合であっても、当該商品の認知度、付随している写真及び説明書き等から特定食品であることが認知できる</p> <p><u>3</u> 特定の食品又は成分の健康保持増進効果等に関する書籍や冊子、ホームページ等の形態をとっているが、その説明の付近に当該食品の販売業者の連絡先やホームページへのリンクを一般消費者が容易に認知できる形で記載している</p> | <p>① 顧客を誘引する（顧客の購入意欲を昂進させる）意図が明確にあること。</p> <p>② 特定食品の商品名等が明らかにされていること。</p> <p>③ 一般人が認知できる状態であること。</p> <p>現行の<u>薬事法</u>における広告規制に係る現状をみると、広告等規制の対象となることを逃れるため、一部には、遺憾ながら上記①～③に該当することを回避した表示を行っている者があることが認められる。しかしながら、例えば、</p> <p><u>ア</u> 「これは広告ではありません。」や「これは顧客を誘引することを目的としているものではありません。」「特定商品名や商品金額の掲載はありません」、「表示しているのは物質名であって、商品名に該当しないため法に抵触しません。」といった表示をしているが、具体的な商品名及び期待される効果等を一般消費者が容易に認知できる形で記載されている</p> <p><u>イ</u> 商品の名称の一部を伏せ字としたり、文字をぼかす、写真や画像イメージのみを表示するなどの場合であっても、当該商品の認知度、付随している写真及び説明書き等から特定食品であることが認知できる</p> <p><u>ウ</u> 特定の食品又は成分の健康保持増進効果等に関する書籍や冊子、ホームページ等の形態をとっているが、その説明の付近に当該食品の販売業者の連絡先やホームページへのリンクを一般消費者が容易に認知できる形で記載している</p> |

| 改正後  | 現行  |
|--|---|
| <p>場合には、実質的に上記の①～③を満たすものとして、広告等に該当するものとして取り扱うこととする。</p> <p>また、例えば、特定の食品又は成分の健康保持増進効果等に関する書籍等に「当該食品に関するお問い合わせは、〇〇相談室へ」等と記載されている上記(3)の事例に関して、連絡先に掲げられた「〇〇相談室」が当該食品を直接販売等していない場合、「当該書籍は顧客を誘引する意図を持たない純然たる書籍である」、「改善症例や研究内容等について、具体的商品販売を伴わない記事や文献、書籍、研究資料の紹介は法律違反でない。」等として、広告等規制の対象となることを回避しようとするものがある。この場合にあっても、「表現の自由」は最大限尊重されるべきであるが、その「〇〇相談室」が特定の販売業者をあっせん等していることが認められる場合等であって、当該販売業者が別の個人又は団体を介在させることにより、広告等規制の対象となることを回避しながら当該書籍等を広告等として活用していると判断できるなど、実質的に上記の①～③に該当する場合には、当該書籍等を広告等として取り扱う。</p> <p>さらに、記事や学術論文等の形態をとっている<u>上記(3)</u>の事例に関して、「あくまで『一般的な知識』を消費者に提供している。」、「『色々な食品又は成分の効能を知りたい』、『症状に適した食品又は成分が何かを知りたい』という消費者の知的好奇心に応えているのみであり、広告でない。」等の名目で、書籍、冊子、ホームページに特定の食品又は成分に係る学術的解説を掲載する場合であっても、その解説の付近から特定食品の販売ページに容易にアクセスが可能である場合や、販売業者の連絡先が掲載されている等、実質的に上記の①～③に該当する</p> | <p>場合には、実質的に上記の①～③を満たすものとして、広告等に該当するものとして取り扱うこととする。</p> <p>また、例えば、特定の食品又は成分の健康保持増進効果等に関する書籍等に「当該食品に関するお問い合わせは、〇〇相談室へ」等と記載されている上記ウの事例に関して、連絡先に掲げられた「〇〇相談室」が当該食品を直接販売等していない場合、「当該書籍は顧客を誘引する意図を持たない純然たる書籍である」、「改善症例や研究内容等について、具体的商品販売を伴わない記事や文献、書籍、研究資料の紹介は法律違反でない。」等として、広告等規制の対象となることを回避しようとするものがある。この場合にあっても、「表現の自由」は最大限尊重されるべきであるが、その「〇〇相談室」が特定の販売業者をあっせん等していることが認められる場合等であって、当該販売業者が別の個人又は団体を介在させることにより、広告等規制の対象となることを回避しながら当該書籍等を広告等として活用していると判断できるなど、実質的に上記の①～③に該当する場合には、当該書籍等を広告等として取り扱う。</p> <p>さらに、記事や学術論文等の形態をとっている<u>ウ</u>の事例に関して、「あくまで『一般的な知識』を消費者に提供している。」、「『色々な食品又は成分の効能を知りたい』、『症状に適した食品又は成分が何かを知りたい』という消費者の知的好奇心に応えているのみであり、広告でない。」等の名目で、書籍、冊子、ホームページに特定の食品又は成分に係る学術的解説を掲載する場合であっても、その解説の付近から特定食品の販売ページに容易にアクセスが可能である場合や、販売業者の連絡先が掲載されている等、実質的に上記の①～③に該当する場</p> |



| 改正後  | 現行   |
|--|--|
| <p>場合には、営利的言論としての広告等に該当するものとして、規制対象となる場合があり得る。</p>   | <p>合には、営利的言論としての広告等に該当するものとして、規制対象となる場合があり得る。</p>  |
| <p>第3 健康保持増進効果等の表示に該当するものの例</p> <p>指針の第2の2の(3)に掲げる健康保持増進効果等の表示に該当するものの具体例は次のとおりである。なお、指針においても示したところであるが、<u>法第31条第1項は、健康保持増進効果等に関する広告その他の表示について、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旨を定めているものであり、第2の<u>広告その他の表示</u>の範囲に該当するものが次の効果等の表示に関し、第4で判断基準を示したような「事実に著しく相違する」又は「著しく人を誤認させる」場合に、規制されることとなるものである。</u></p>  | <p>第3 健康保持増進効果等の表示に該当するものの例</p> <p>指針の第2の2の(3)に掲げる健康保持増進効果等の表示に該当するものの具体例は次のとおりである。なお、指針においても示したところであるが、<u>法第32条の2は、健康保持増進効果等に関する<u>広告等</u>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旨を定めているものであり、第2の<u>広告等</u>の範囲に該当するものが次の効果等の表示に関し、第4で判断基準を示したような「事実に著しく相違する」又は「著しく人を誤認させる」場合に、規制されることとなるものである。</u></p>                |
| <p>1 健康の保持増進の効果</p> <p>(1) <u>疾病の治療又は予防を目的とする効果</u></p> <p>(例)「糖尿病、高血圧、動脈硬化の人に」、「末期ガンが治る」、「虫歯にならない」、「アレルギー症状を緩和する」、「花粉症に効果あり」、「インフルエンザの予防に」、「便秘改善」等</p> <p>(2) <u>身体の組織機能の増強、増進を主たる目的とする効果</u></p> <p>(例)「疲労回復」、「強精(強性)強壮」、「体力増強」、「食欲増進」、「老化防止」、「免疫機能の向上」、「疾病に対する自然治癒力を増強します」、「集中力を高める」、「脂肪燃焼を促進！」等</p> <p>(3) <u>特定の保健の用途に適する旨の効果</u></p> <p>(例)「本品はおなかの調子を整えます」、「この製品は血圧が高めの方に適する」、「コレステロールの吸収を抑える」、「食後の血中中性</p> | <p>1 健康の保持増進の効果</p> <p>(1) <u>疾病の治療又は予防を目的とする効果</u></p> <p>(例)「糖尿病、高血圧、動脈硬化の人に」、「末期ガンが治る」、「虫歯にならない」、「肥満の解消」、「<u>SARSを予防する</u>」等</p> <p>(2) <u>身体の組織機能の増強、増進を主たる目的とする効果</u></p> <p>(例)「疲労回復」、「強精(強性)強壮」、「体力増強」、「食欲増進」、「老化防止」、「免疫機能の向上」等</p> <p>(3) <u>特定の保健の用途に適する旨の効果</u></p> <p>(例)「本品はおなかの調子を整えます」、「この製品は血圧が高めの方に適する」等</p> |

| 改正後   | 現行   |
|---|--|
| <p><u>脂肪の上昇を抑える</u>」、「本品には〇〇〇（成分名）が含まれます。〇〇〇（成分名）には食事の脂肪や糖分の吸収を抑える機能があることが報告されています。」等</p> <p>(4) <u>栄養成分の効果</u><br/> (例)「カルシウムは、骨や歯の形成に必要な栄養素です」等</p>   | <p>(4) <u>栄養成分の効果</u><br/> (例)「カルシウムは、骨や歯の形成に必要な栄養素です」等</p>  |
| <p>2 <u>内閣府令で定める事項</u></p> <p>(1) <u>含有する食品又は成分の量</u><br/> (例)「大豆が〇〇g含まれている」、「カルシウム〇〇mg配合」等</p> <p>(2) <u>特定の食品又は成分を含有する旨</u><br/> (例)「プロポリス含有」、「〇〇抽出エキスを使用しています」等</p> <p>(3) <u>熱量</u><br/> (例)「カロリーオフ」、「エネルギー 0kcal」等</p> <p>(4) <u>人の身体を美化し、魅力を増し、容ぼうを変え、又は皮膚若しくは毛髪をすこやかに保つことに資する効果</u><br/> (例)「<u>美肌、美白効果が得られます</u>」、「<u>皮膚にうるおいを与えます</u>」、「<u>美しい理想の体形に</u>」等</p> | <p>2 <u>厚生労働省令で定める事項</u></p> <p>(1) <u>含有する食品又は成分の量</u><br/> (例)「大豆が〇〇g含まれている」、「カルシウム〇〇mg配合」等</p> <p>(2) <u>特定の食品又は成分を含有する旨</u><br/> (例)「プロポリス含有」、「〇〇抽出エキスを使用しています」等</p> <p>(3) <u>熱量</u><br/> (例)「カロリーオフ」、「エネルギー 0kcal」等</p> <p>(4) <u>人の身体を美化し、魅力を増し、容ぼうを変え、又は皮膚若しくは毛髪をすこやかに保つことに資する効果</u><br/> (例)「<u>皮膚にうるおいを与えます</u>」、「<u>美しい理想の体形に</u>」等</p> |
| <p>3 <u>暗示的又は間接的に健康保持増進効果等を表示する場合</u></p> <p>(1) <u>名称又はキャッチフレーズにより表示するもの</u><br/> (例)「<u>ほね元気</u>」、「<u>延命〇〇</u>」、「<u>快便食品（特許第〇〇号）</u>」、「<u>血糖下降茶</u>」、「<u>血液サラサラ</u>」等</p> <p>(2) <u>含有成分の表示及び説明により表示するもの</u><br/> (例)「<u>腸内環境を改善することで知られる〇〇〇を原料とし、これに有効成分を添加することによって、相乗効果を発揮!</u>」、「<u>〇〇〇</u></p>  | <p>3 <u>間接的に健康保持増進効果等を表示する場合</u></p> <p>(1) <u>名称又はキャッチフレーズにより表示するもの</u><br/> (例)「<u>スーパーダイエット〇〇（製品名）</u>」、「<u>〇〇〇（製品名）</u>。<u>ダイエット成功者が続々</u>」、「<u>ガン、糖尿病、肝硬変。〇〇〇（製品名）</u>」等</p> <p>(2) <u>含有成分の表示及び説明により表示するもの</u><br/> (例)「<u>ダイエットの効果で知られる〇〇〇〇を×mg配合</u>」等</p>   |

| 改正後   | 現行   |
|---|--|
| <p><u>（成分名）は、不飽和脂肪酸の一種で、血液をサラサラにします」、</u><br/> <u>「○○○（成分名）は、関節部分の軟骨の再生・再形成を促し、</u><br/> <u>中高年の方々の関節のケアに最適です」</u>等</p> <p><u>(3) 起源、由来等の説明により表示するもの</u><br/> (例) 『<u>『○○○』という古い自然科学書をみると×××は肥満を防止し、消化を助けるとある。こうした経験が昔から伝えられたが故に、×××は食膳に必ず備えられたものである。」「インド国内では医薬品として販売されています」、</u>「<u>欧州では循環器系の薬として、イチョウ葉が使用されています」</u>等</p> <p><u>(4) 新聞、雑誌等の記事、医師、学者等の談話、学説、経験談などを引用又は掲載することにより表示するもの</u><br/> (例) ○○ ○○（××県、△△歳）<br/> 「×××を3か月間毎朝続けて食べたら、9kg<u>瘦</u>せました。」<br/> ○○医科大学△△△教授の談<br/> 「<u>発がん性物質を与えたマウスに○○○の抽出成分を食べさせたところ、何もしなかったマウスよりもかなり低い発ガン率だったことが発表されました」</u><br/> 「○○%の医師の方が、『○○製品の利用をおススメする』と回答しました」<br/> 「<u>管理栄養士が推奨する○○成分を配合」</u>等</p> <p><u>(5) 医療・薬事・栄養等、国民の健康の増進に関連する事務を所掌する行政機関（外国政府機関を含む。）や研究機関等により、効果等に関して認められている旨を表示するもの</u><br/> (例) 「××国政府認可○○食品」、「○○研究所推薦○○食品」等</p> | <p><u>(3) 起源、由来等の説明により表示するもの</u><br/> (例) 「<u>○○○という古い自然科学書をみると×××は肥満を防止し、消化を助けるとある。こうした経験が昔から伝えられたが故に食膳に必ず備えられたものである。」</u>等</p> <p><u>(4) 新聞、雑誌等の記事、医師、学者等の談話、学説、経験談などを引用又は掲載することにより表示するもの</u><br/> (例) ○○ ○○（××県、△△歳）<br/> 「×××を3<u>ヶ</u>月間毎朝続けて食べたら、9kg<u>や</u>せました。」等</p> <p><u>(5) 医療・薬事・栄養等、国民の健康の増進に関連する事務を所掌する行政機関（外国政府機関を含む。）や研究機関等により、効果等に関して認められている旨を表示するもの</u><br/> (例) 「××国政府認可○○食品」、「○○研究所推薦○○食品」等</p> |

| 改正後   | 現行  |
|---|---|
| <p>第4 法第31条第1項該当性の判断基準の明確化</p> <p>個々の広告その他の表示が実際に法第31条第1項の規定の違反に該当するものであるかどうかの判断基準については、指針の第2の3に示しているところである。</p> <p>しかしながら、健康保持増進効果等についての<u>広告その他の表示</u>は、その効果の真偽が最新の科学的知見に照らして必ずしも明らかでない場合が多いため、何が「事実と著しく相違する」又は「著しく人を誤認させる」表示であるかが、全ての場合において明確となるとは限らない。そこで、その判断基準をより明確化するため、具体的に想定される事例を基に基準適用の考え方を示すこととする。</p> <p>なお、<u>国</u>が<u>勧告・指導</u>を行った事例等については、その情報を蓄積した上で、今後各地方公共団体に情報提供を積極的に行っていくこととしている。将来的には、こうした積み上げられた事例をもって各地方公共団体が<u>勧告・指導</u>できるよう、便宜を図ることとしたいが、当面以下に記す基準適用の考え方をもちて指導に当たられるようよろしくお願ひしたい。</p> | <p>第4 法第32条の2該当性の判断基準の明確化</p> <p>個々の<u>広告等</u>が実際に法第32条の2の規定の違反に該当するものであるかどうかの判断基準については、指針の第2の3に示しているところである。</p> <p>しかしながら、健康保持増進効果等についての<u>広告等</u>は、その効果の真偽が最新の科学的知見に照らして必ずしも明らかでない場合が多いため、何が「事実と著しく相違する」又は「著しく人を誤認させる」表示であるかが、全ての場合において明確となるとは限らない。そこで、その判断基準をより明確化するため、具体的に想定される事例を基に基準適用の考え方を示すこととする。</p> <p>なお、<u>厚生労働省又は地方厚生局長</u>が<u>勧告・指導</u>を行った事例等については、その情報を蓄積した上で、今後各地方公共団体に情報提供を積極的に行っていくこととしている。将来的には、こうした積み上げられた事例をもって各地方公共団体が<u>指導</u>できるよう、便宜を図ることとしたいが、当面以下に記す基準適用の考え方をもちて指導に当たられるようよろしくお願ひしたい。</p> |
| <p>1 事実と相違すること又は人を誤認させることが明らかであると判断できる表示</p> <p>以下に例示するように、表示内容のみで、明らかに事実と相違する又は人を誤認させると判断できるものについては、速やかに<u>広告その他の表示</u>の取下げ、内容の修正等の必要な指導が行われるとともに、指導の結果等を当該都道府県等の区域を管轄する地方厚生局（以下「域内厚生局」という。）<u>宛て</u>に報告していただくようお願いする。</p>   | <p>1 事実と相違すること又は人を誤認させることが明らかであると判断できる表示</p> <p>以下に例示するように、表示内容のみで、明らかに事実と相違する又は人を誤認させると判断できるものについては、速やかに<u>広告等</u>の取下げ、内容の修正等の必要な指導が行われるとともに、指導の結果等を当該都道府県等の区域を管轄する地方厚生局（以下「域内厚生局」という。）<u>あて</u>に報告していただくようお願いする。</p>  |
| (例)   | (例)   |

| 改正後  |  | 現行   |  |
|--|--|--|--|
| <p>○ 医療・薬事・健康増進等、国民の健康増進に関連する事務を所掌する行政機関（外国政府機関を含む。）や研究機関等による認証、推薦等（以下「認証等」という。）を取得していることを表示しているとしても、当該認証等の制度が実在しない場合や当該認証等の制度の趣旨とは異なる趣旨により表示することにより、健康保持増進効果等が認証等を受けたものと誤認させる場合</p> |  | <p>○ 医療・薬事・健康増進等、国民の健康増進に関連する事務を所掌する行政機関（外国政府機関を含む。）や研究機関等による認証、推薦等（以下「認証等」という。）を取得していることを表示しているとしても、当該認証等の制度が実在しない場合や当該認証等の制度の趣旨とは異なる趣旨により表示することにより、健康保持増進効果等が認証等を受けたものと誤認させる場合</p> |  |
| 表示例  | 考え方  | 表示例  | 考え方  |
| 厚生労働省から輸入許可を受けたダイエット用健康食品です。   | 食品の輸入に当たって、厚生労働省が個別の許可を行う制度は設けられていないが、こうした表示をすることにより、厚生労働省が当該健康食品の効果を個別に認証していると認識されて、健康の保持増進の効果があることが確認されていると誤認される。  | 厚生労働省から輸入許可を受けたダイエット用健康食品です。   | 食品の輸入に当たって、厚生労働省が個別の許可を行う制度は設けられていないが、こうした表示をすることにより、厚生労働省が当該健康食品の効果を個別に認証していると認識されて、健康の保持増進の効果があることが確認されていると誤認される。  |
| 厚生省告示第120号にて記載告示された〇〇を使用しており、健康をお考えの方にオススメいたします。   | 食品関係の告示で「厚生省告示第120号」に該当するものは、既存添加物名簿（平成8年厚生省告示第120号）であるが、既存添加物は、平成7年食品衛生法改正以後も引き続き使用できる天然添加物の名称を記載したものであって、健康保持増進効果等とは関係ない。しかしながら、広告等の全体の記載からみて厚生省（現 厚生労働省）の所管する法令・通知等に当該栄養成分等の記載が | 厚生省告示第120号にて記載告示された〇〇を使用しており、健康をお考えの方にオススメいたします。   | 食品関係の告示で「厚生省告示第120号」に該当するものは、既存添加物名簿（平成8年厚生省告示第120号）であるが、既存添加物は、平成7年食品衛生法改正以後も引き続き使用できる天然添加物の名称を記載したものであって、健康保持増進効果等とは関係ない。しかしながら、広告等の全体の記載からみて厚生省（現 厚生労働省）の所管する法令・通知等に当該栄養成分等の記載が |

| 改正後  |   | 現行   |   |
|--|---|--|---|
|  | あることが、「健康をお考えの方にオススメ」する理由として表示されている等の場合、一般消費者が厚生労働省が所管する個別制度や法令・通知の内容をすべて正確に理解していると言えないことから、国民の健康増進に関連する事務を所掌する厚生労働省が当該法令・通知により健康保持増進効果がある旨を認証等したものであると誤認される。   |  | あることが、「健康をお考えの方にオススメ」する理由として表示されている等の場合、一般消費者が厚生労働省が所管する個別制度や法令・通知の内容をすべて正確に理解していると言えないことから、国民の健康増進に関連する事務を所掌する厚生労働省が当該法令・通知により健康保持増進効果がある旨を認証等したものであると誤認される。   |
| <p>〇〇検査センター認可食品。もし痩せなかったら、お金はいっさい頂きません。</p> <p>※ 〇〇検査センターで行われた検査は、健康保持増進効果等に係るものでなく、専ら食品の安全性に係るものであった。</p> | <p>民間機関である〇〇検査センターが行った検査は、あくまで安全性に係るものであり、健康保持増進効果等を実証するものではない。にもかかわらず、「〇〇検査センターが認可した食品であること」と「もし痩せなかったら、お金はいっさい頂きません。」を同一文脈で表示している点で、〇〇検査センターが健康保持増進効果等について認証等したものであると誤認される。</p> <p>また、一般に「認可」とは、ある人の法律上の行為が公の行政機関の同意を得なければ有効に成立することができない場合に、その効力を完成させるため、公の機関の与える同意をいう。〇〇</p> | <p>〇〇検査センター認可食品。もし痩せなかったら、お金はいっさい頂きません。</p> <p>※ 〇〇検査センターで行われた検査は、健康保持増進効果等に係るものでなく、専ら食品の安全性に係るものであった。</p> | <p>民間機関である〇〇検査センターが行った検査は、あくまで安全性に係るものであり、健康保持増進効果等を実証するものではない。にもかかわらず、「〇〇検査センターが認可した食品であること」と「もし痩せなかったら、お金はいっさい頂きません。」を同一文脈で表示している点で、〇〇検査センターが健康保持増進効果等について認証等したものであると誤認される。</p> <p>また、一般に「認可」とは、ある人の法律上の行為が公の行政機関の同意を得なければ有効に成立することができない場合に、その効力を完成させるため、公の機関の与える同意をいう。〇〇</p> |

| 改正後  |   | 現行  |   |   |  |  |     |     |                |   |  |
|--|---|---|---|---|--|--|-----|-----|----------------|---|--|
|  | <p>検査センターは民間機関であり、行政行為である「認可」を行い得ない。にもかかわらず、公の機関のみが行い得る「認可」という行為を表示することにより、健康保持増進効果等について公の機関の認証等を受けたものと誤認される。</p> |   | <p>検査センターは民間機関であり、行政行為である「認可」を行い得ない。にもかかわらず、公の機関のみが行い得る「認可」という行為を表示することにより、健康保持増進効果等について公の機関の認証等を受けたものと誤認される。</p> |   |  |  |     |     |                |   |  |
| <p>※ 本来「消費者庁許可」と表示すべき特定保健用食品について、「消費者庁認可」等と誤って広告等する例が見受けられる。「許可」と「認可」は法律上禁止されている特定の行為について、実施することを許容する公の機関の行為である点で共通であり、誤表示があったとしても著しい問題が生じるものでないが、責務に照らし、誤りのない「客観的で正確な情報」の伝達に努めること。</p>  |   | <p>※ 本来「厚生労働省許可」と表示すべき特定保健用食品について、「厚生労働省認可」等と誤って広告等する例が見受けられる。「許可」と「認可」は法律上禁止されている特定の行為について、実施することを許容する公の機関の行為である点で共通であり、誤表示があったとしても著しい問題が生じるものでないが、責務に照らし、誤りのない「客観的で正確な情報」の伝達に努めること。</p> |   |   |  |  |     |     |                |   |  |
| <p>○ 一般消費者向けの<u>広告その他の表示</u>において、医師又は歯科医師の診断、治療等によらなければ一般的に治癒が期待できない疾患について、医師又は歯科医師の診断、治療等によることなく治癒できるかのような表現を用いている場合</p>  |   | <p>○ 一般消費者向けの<u>広告等</u>において、医師又は歯科医師の診断、治療等によらなければ一般的に治癒が期待できない疾患について、医師又は歯科医師の診断、治療等によることなく治癒できるかのような表現を用いている場合</p>  |   |   |  |  |     |     |                |   |  |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>表示例</th> <th>考え方</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>医者に行かずともガンが治る！</td> <td>通常、がんのような重篤な疾病は、医師による診断及び治療が必要となるが、こうした表示は、医師による診断治療がなくとも、当該疾病を治癒することができると誤認を与えるため、誇大表示に該当する。</td> </tr> </tbody> </table> | 表示例   | 考え方   | 医者に行かずともガンが治る！  | 通常、がんのような重篤な疾病は、医師による診断及び治療が必要となるが、こうした表示は、医師による診断治療がなくとも、当該疾病を治癒することができると誤認を与えるため、誇大表示に該当する。 |  | <table border="1"> <thead> <tr> <th>表示例</th> <th>考え方</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>医者に行かずともガンが治る！</td> <td>通常、がんのような重篤な疾病は、医師による診断及び治療が必要となるが、こうした表示は、医師による診断治療がなくとも、当該疾病を治癒することができると誤認を与えるため、誇大表示に該当する。</td> </tr> </tbody> </table> | 表示例 | 考え方 | 医者に行かずともガンが治る！ | 通常、がんのような重篤な疾病は、医師による診断及び治療が必要となるが、こうした表示は、医師による診断治療がなくとも、当該疾病を治癒することができると誤認を与えるため、誇大表示に該当する。 |  |
| 表示例  | 考え方   |   |   |   |  |  |     |     |                |   |  |
| 医者に行かずともガンが治る！   | 通常、がんのような重篤な疾病は、医師による診断及び治療が必要となるが、こうした表示は、医師による診断治療がなくとも、当該疾病を治癒することができると誤認を与えるため、誇大表示に該当する。                     |   |   |   |  |  |     |     |                |   |  |
| 表示例  | 考え方   |   |   |   |  |  |     |     |                |   |  |
| 医者に行かずともガンが治る！   | 通常、がんのような重篤な疾病は、医師による診断及び治療が必要となるが、こうした表示は、医師による診断治療がなくとも、当該疾病を治癒することができると誤認を与えるため、誇大表示に該当する。                     |   |   |   |  |  |     |     |                |   |  |
| <p>※ 「医師又は歯科医師の診断若しくは治療によらなければ一般的</p>  |   | <p>※ 「医師又は歯科医師の診断若しくは治療によらなければ一般的</p>   |   |   |  |  |     |     |                |   |  |

| 改正後   | 現行   |     |                |  |   |     |     |                |  |
|---|--|-----|----------------|--|---|-----|-----|----------------|--|
| <p>に治癒が期待できない疾患」とは、<u>ガン</u>、糖尿病、高脂血症、心臓病、肝炎、齲歯など、通常医師又は歯科医師の診療を受けなければ保健衛生上重大な結果を招くおそれのある<u>疾病</u>をいう。</p>  | <p>に治癒が期待できない疾患」…<u>ガン</u>、糖尿病、高脂血症、心臓病、肝炎、齲歯など、通常医師又は歯科医師の診療を受けなければ保健衛生上重大な結果を招くおそれのある<u>疾病</u></p>                 |     |                |  |   |     |     |                |  |
| <p>○ 最上級又はこれに類する表現を用いている場合</p> <table border="1" data-bbox="273 399 1075 737"> <thead> <tr> <th data-bbox="273 399 546 446">表示例</th> <th data-bbox="546 399 1075 446">考え方</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="273 453 546 737">最高のダイエット食品</td> <td data-bbox="546 453 1075 737">通常、健康の保持増進の効果は、個々の健康状態や生活習慣等多くの要因により異なっており、現存する製品の中で最高の効果を発揮することは立証できないため、最上級の表現を用いる広告等は虚偽表示に該当する。</td> </tr> </tbody> </table> <p>※ 最上級の表現には、「最高」、「絶対」、「最高級」、「日本一」、「拔群」、「無類」等が当たる。製造方法等についても、実際の製造方法等と著しく異なる表現又はその優秀性について著しく誤認させる<u>表現が含まれる。</u></p> | 表示例  | 考え方 | 最高のダイエット食品     | 通常、健康の保持増進の効果は、個々の健康状態や生活習慣等多くの要因により異なっており、現存する製品の中で最高の効果を発揮することは立証できないため、最上級の表現を用いる広告等は虚偽表示に該当する。                   | <p>○ 最上級又はこれに類する表現を用いている場合</p> <table border="1" data-bbox="1223 399 2024 737"> <thead> <tr> <th data-bbox="1223 399 1496 446">表示例</th> <th data-bbox="1496 399 2024 446">考え方</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1223 453 1496 737">最高のダイエット食品</td> <td data-bbox="1496 453 2024 737">通常、健康の保持増進の効果は、個々の健康状態や生活習慣等多くの要因により異なっており、現存する製品の中で最高の効果を発揮することは立証できないため、最上級の表現を用いる広告等は虚偽表示に該当する。</td> </tr> </tbody> </table> <p>※ 最上級の表現…「最高」、「絶対」、「最高級」、「日本一」、「拔群」、「無類」等が<u>これに当たる。</u>製造方法等についても、実際の製造方法等と著しく異なる表現又はその優秀性について著しく誤認させる<u>表現はこれに含まれる。</u></p> | 表示例 | 考え方 | 最高のダイエット食品     | 通常、健康の保持増進の効果は、個々の健康状態や生活習慣等多くの要因により異なっており、現存する製品の中で最高の効果を発揮することは立証できないため、最上級の表現を用いる広告等は虚偽表示に該当する。                   |
| 表示例   | 考え方  |     |                |  |   |     |     |                |  |
| 最高のダイエット食品  | 通常、健康の保持増進の効果は、個々の健康状態や生活習慣等多くの要因により異なっており、現存する製品の中で最高の効果を発揮することは立証できないため、最上級の表現を用いる広告等は虚偽表示に該当する。                   |     |                |  |   |     |     |                |  |
| 表示例   | 考え方  |     |                |  |   |     |     |                |  |
| 最高のダイエット食品  | 通常、健康の保持増進の効果は、個々の健康状態や生活習慣等多くの要因により異なっており、現存する製品の中で最高の効果を発揮することは立証できないため、最上級の表現を用いる広告等は虚偽表示に該当する。                   |     |                |  |   |     |     |                |  |
| <p>○ 断定的な表現にはよらずに、伝聞、他者の表現等を通じて健康の保持増進の効果等がある可能性を表示している場合</p> <table border="1" data-bbox="300 1031 1075 1369"> <thead> <tr> <th data-bbox="300 1031 546 1078">表示例</th> <th data-bbox="546 1031 1075 1078">考え方</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="300 1085 546 1369">○○に効くと言われています。</td> <td data-bbox="546 1085 1075 1369">「××は、○○に<u>良い</u>と言われています。」等と伝聞調により表示し、世間の噂・評判・伝承・口コミ・学説等があること等をもって、健康の保持増進の効果がある旨を強調し、又は暗示するものについても、例えば、○○の内容が医師又</td> </tr> </tbody> </table>  | 表示例  | 考え方 | ○○に効くと言われています。 | 「××は、○○に <u>良い</u> と言われています。」等と伝聞調により表示し、世間の噂・評判・伝承・口コミ・学説等があること等をもって、健康の保持増進の効果がある旨を強調し、又は暗示するものについても、例えば、○○の内容が医師又 | <p>○ 断定的な表現にはよらずに、伝聞、他者の表現等を通じて健康の保持増進の効果等がある可能性を表示している場合</p> <table border="1" data-bbox="1245 1031 2024 1369"> <thead> <tr> <th data-bbox="1245 1031 1496 1078">表示例</th> <th data-bbox="1496 1031 2024 1078">考え方</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1245 1085 1496 1369">○○に効くと言われています。</td> <td data-bbox="1496 1085 2024 1369">「××は、○○に<u>いい</u>と言われています。」等と伝聞調により表示し、世間の噂・評判・伝承・口コミ・学説等があること等をもって、健康の保持増進の効果がある旨を強調し、又は暗示するものについても、例えば、○○の内容が医師又</td> </tr> </tbody> </table>   | 表示例 | 考え方 | ○○に効くと言われています。 | 「××は、○○に <u>いい</u> と言われています。」等と伝聞調により表示し、世間の噂・評判・伝承・口コミ・学説等があること等をもって、健康の保持増進の効果がある旨を強調し、又は暗示するものについても、例えば、○○の内容が医師又 |
| 表示例   | 考え方  |     |                |  |   |     |     |                |  |
| ○○に効くと言われています。  | 「××は、○○に <u>良い</u> と言われています。」等と伝聞調により表示し、世間の噂・評判・伝承・口コミ・学説等があること等をもって、健康の保持増進の効果がある旨を強調し、又は暗示するものについても、例えば、○○の内容が医師又 |     |                |  |   |     |     |                |  |
| 表示例   | 考え方  |     |                |  |   |     |     |                |  |
| ○○に効くと言われています。  | 「××は、○○に <u>いい</u> と言われています。」等と伝聞調により表示し、世間の噂・評判・伝承・口コミ・学説等があること等をもって、健康の保持増進の効果がある旨を強調し、又は暗示するものについても、例えば、○○の内容が医師又 |     |                |  |   |     |     |                |  |



| 改正後                             |   | 現行                              |   |
|---------------------------------|---|---------------------------------|---|
|                                 | <p>は歯科医師の診断、治療等によらなければ一般的に治癒できない疾患に係るものである場合には、当該食品によって当該疾病を治癒することができる」と誤認を与えることとなるため、誇大表示に該当する。</p> <p>また、「言われています」という表現を用いるにより「誰が言っているのか」等をあえて明示せず、曖昧な表現により反証の余地を最小化したとしても、〇〇の内容が社会通念に照らして事実と認め得ない場合には虚偽表示に該当する。</p> <p>※ 学会発表等の学術データを引用するものであっても、その発表の内容が適切な方法により実証されていない等の理由により科学的根拠として採り得ないものである場合は、その信憑性を首肯し得ず、虚偽表示に該当し得ることに留意すべきである。</p> |                                 | <p>は歯科医師の診断、治療等によらなければ一般的に治癒できない疾患に係るものである場合には、当該食品によって当該疾病を治癒することができる」と誤認を与えることとなるため、誇大表示に該当する。</p> <p>また、「言われています」という表現を用いるにより「誰が言っているのか」等を敢えて明示せず、曖昧な表現により反証の余地を最小化したとしても、〇〇の内容が社会通念に照らして事実と認め得ない場合には虚偽表示に該当する。</p> <p>※ 学会発表等の学術データを引用するものであっても、その発表の内容が適切な方法により実証されていない等の理由により科学的根拠として採り得ないものである場合は、その信憑性を首肯し得ず、虚偽表示に該当し得ることに留意すべきである。</p> |
| 「この食品『〇〇』に含まれる成分『××』は『△△テレビ』で紹介 | ①販売者は、顧客の購入意欲を昂進させる意図で当該放送内容を店頭で引用しており、②店頭において特定食品の商品名等を明らかにしており、③一般人が  | 「この食品『〇〇』に含まれる成分『××』は『△△テレビ』で紹介 | ①販売者は、顧客の購入意欲を昂進させる意図で当該放送内容を店頭で引用しており、②店頭において特定食品の商品名等を明らかにしており、③一般人が  |

| 改正後  |  | 現行   |  |
|--|--|--|--|
| <p>されました！」と店頭表示するとともに、当該放送内容を引用している。</p> <p>※ 当該放送では、「この成分『××』を毎日摂取し続けられ、□□（疾病名）にならない！細胞の老化を食い止めるのではなく、抵抗力を強めて『若返らせる』。これはイイですよ！」と健康保持増進を求める者に影響力を持つ司会者がコメント。しかし、</p> | <p>認知できる状態である。このことから、第2の2の①～③の基準に照らし、『△△テレビ』で紹介された」旨の販売者による店頭表示と、引用されている当該放送内容を併せて、販売者による一つの広告等であると判断する。</p> <p>△△テレビにおける司会者は、あくまで特定の成分につき言及したものである。当該発言は特定商品の広告等には当たらず、「表現の自由」の範疇内として、当然規制対象とはならない。しかしながら、食品の販売者は当該栄養成分の真実の効果と比べ著しく誇大なコメントを当該食品の広告等として引用した点で、誇大表示に該当することが懸念される。</p> <p>食品として販売に供する物に関して広告等をする者は、摂取する者が当該物を適切に理解し、適正に利用することができるよう、客観的で正確な情報の伝達に努めなければならない。他者による表現の信憑性を疑わず、無条件に広告等に引用することは控えるべきである。</p> | <p>されました！」と店頭表示するとともに、当該放送内容を引用している。</p> <p>※ 当該放送では、「この成分『××』を毎日摂取し続けられ、□□（疾病名）にならない！細胞の老化を食い止めるのではなく、抵抗力を強めて『若返らせる』。これはイイですよ！」と健康保持増進を求める者に影響力を持つ司会者がコメント。しかし、</p> | <p>認知できる状態である。このことから、第2の2の①～③の基準に照らし、『△△テレビ』で紹介された」旨の販売者による店頭表示と、引用されている当該放送内容を併せて、販売者による一つの広告等であると判断する。</p> <p>△△テレビにおける司会者は、あくまで特定の成分につき言及したものである。当該発言は特定商品の広告等には当たらず、「表現の自由」の範疇内として、当然規制対象とはならない。しかしながら、食品の販売者は当該栄養成分の真実の効果と比べ著しく誇大なコメントを当該食品の広告等として引用した点で、誇大表示に該当することが懸念される。</p> <p>食品として販売に供する物に関して広告等をする者は、摂取する者が当該物を適切に理解し、適正に利用することができるよう、客観的で正確な情報の伝達に努めなければならない。他者による表現の信憑性を疑わず、無条件に広告等に引用することは控えるべきである。</p> |

| 改正後  |   |  | 現行   |  |                               |   |   |  |  |     |     |                               |   |
|--|---|--|--|--|-------------------------------|---|---|--|--|-----|-----|-------------------------------|---|
|  | 当該栄養成分の真実の効果と比べると、そのコメントは著しく誇大な内容であった。                                |  |  | 当該栄養成分の真実の効果と比べると、そのコメントは著しく誇大な内容であった。 |                               |   |   |  |  |     |     |                               |   |
| <p>2 効果等の証拠等の確認により、事実に相違する又は人を誤認させる表示と確認できる場合</p> <p>表示内容を一見しただけでは健康保持増進効果等に関して事実と相違する又は人を誤認させる表示に該当するかどうか判断できない<u>広告その他の表示</u>についても、必要に応じ、<u>法第32条第3項において準用する法第27条の規定に基づく立入検査及び食品の収去等</u>を行い、表示内容の証拠又は根拠等を確認した上で、事実に相違する又は人を誤認させる表示であると判断された場合は、<u>広告等の取下げ、内容の修正等の必要な指導を行われるとともに、指導の結果等を域内地方厚生局宛てに報告していただくようよろしくお願いいたします。</u></p> |   |  | <p>2 効果等の証拠等の確認により、事実に相違する又は人を誤認させる表示と確認できる場合</p> <p>表示内容を一見しただけでは健康保持増進効果等に関して事実と相違する又は人を誤認させる表示に該当するかどうか判断できない<u>広告等</u>についても、必要に応じ、<u>法第32条の3第3項の規定に基づく立入検査及び食品の収去等</u>を行い、表示内容の証拠又は根拠等を確認した上で、事実に相違する又は人を誤認させる表示であると判断された場合は、<u>広告等の取下げ、内容の修正等の必要な指導を行われるとともに、指導の結果等を域内地方厚生局あてに報告していただくようよろしくお願いいたします。</u></p> |  |                               |   |   |  |  |     |     |                               |   |
| <p>(例)</p> <p>○ <u>広告その他の表示における健康保持増進効果等の強調ぶり</u>と、<u>証拠となる事実が適切に対応していない場合</u></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>表示例</th> <th>考え方</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>食(前)後〇〇時間後を目安に摂取すると、食べた栄養素の約×</td> <td>摂取した栄養素の人体における吸収過程は複雑な作用が絡み合っており、当該食品又は成分のみが健康保持増進効果等を得られた原因であるか否かは、他</td> </tr> </tbody> </table>             |   |  | 表示例  | 考え方                                    | 食(前)後〇〇時間後を目安に摂取すると、食べた栄養素の約× | 摂取した栄養素の人体における吸収過程は複雑な作用が絡み合っており、当該食品又は成分のみが健康保持増進効果等を得られた原因であるか否かは、他 | <p>(例)</p> <p>○ <u>広告等する健康保持増進効果等の強調ぶり</u>と、<u>証拠となる事実が適切に対応していない場合</u></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>表示例</th> <th>考え方</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>食(前)後〇〇時間後を目安に摂取すると、食べた栄養素の約×</td> <td>摂取した栄養素の人体における吸収過程は複雑な作用が絡み合っており、当該食品又は成分のみが健康保持増進効果等を得られた原因であるか否かは、他</td> </tr> </tbody> </table> |  |  | 表示例 | 考え方 | 食(前)後〇〇時間後を目安に摂取すると、食べた栄養素の約× | 摂取した栄養素の人体における吸収過程は複雑な作用が絡み合っており、当該食品又は成分のみが健康保持増進効果等を得られた原因であるか否かは、他 |
| 表示例  | 考え方   |  |  |  |                               |   |   |  |  |     |     |                               |   |
| 食(前)後〇〇時間後を目安に摂取すると、食べた栄養素の約×  | 摂取した栄養素の人体における吸収過程は複雑な作用が絡み合っており、当該食品又は成分のみが健康保持増進効果等を得られた原因であるか否かは、他 |  |  |  |                               |   |   |  |  |     |     |                               |   |
| 表示例  | 考え方   |  |  |  |                               |   |   |  |  |     |     |                               |   |
| 食(前)後〇〇時間後を目安に摂取すると、食べた栄養素の約×  | 摂取した栄養素の人体における吸収過程は複雑な作用が絡み合っており、当該食品又は成分のみが健康保持増進効果等を得られた原因であるか否かは、他 |  |  |  |                               |   |   |  |  |     |     |                               |   |

| 改正後   |   | 現行  |   |
|---|---|---|---|
| <p>×%をブロックします。(人によって適切な使い方は異なります。)</p> <p>※『約××%』『ブロックする』の根拠となったデータは動物、ヒトのいずれの試験結果でもない。</p> | <p>の様々な影響要因を考慮する等、慎重に考慮されるべきものである。</p> <p>こうしたことから、食べた栄養素の消化作用に与える効果を確定的又は断定的に言及するためには、実際に経口的に摂取した結果データに基づいて表示すべきものであり、こうしたデータに基づかず、経口的に摂取した場合の健康保持増進効果等について確定的又は断定的に言及する場合は、左記表示例の表現は虚偽表示の該当性が懸念されるところである。</p> <p>なお、「実験は身体内の場合と作用機序が異なる場合がある」等の注記を付したとしても、その注記とは別途ヒトの体内における作用を確定的又は断定的に表現する限り、同様の判断をすることになる。</p> <p>動物実験データについても、ヒトに応用する場合の根拠の一つとはなるが、絶対的なものでなく、ヒトへの健康保持増進効果等の証明は必ずしも動物実験のみによって結論が得られるものでないことにも留意する必要がある。</p> | <p>×%をブロックします。(人によって適切な使い方は異なります。)</p> <p>※『約××%』『ブロックする』の根拠となったデータは動物、ヒトのいずれの試験結果でもない。</p> | <p>の様々な影響要因を考慮する等、慎重に考慮されるべきものである。</p> <p>こうしたことから、食べた栄養素の消化作用に与える効果を確定的又は断定的に言及するためには、実際に経口的に摂取した結果データに基づいて表示すべきものであり、こうしたデータに基づかず、経口的に摂取した場合の健康保持増進効果等について確定的又は断定的に言及する場合は、左記表示例の表現は虚偽表示の該当性が懸念されるところである。</p> <p>なお、「実験は身体内の場合と作用機序が異なる場合がある」等の注記を付したとしても、その注記とは別途ヒトの体内における作用を確定的又は断定的に表現する限り、同様の判断をすることになる。</p> <p>動物実験データについても、ヒトに応用する場合の根拠の一つとはなるが、絶対的なものでなく、ヒトへの健康保持増進効果等の証明は必ずしも動物実験のみによって結論が得られるものでないことにも留意する必要がある。</p> |

| 改正後   |   | 現行  |  |
|---|---|---|--|
|   | <p>※ 「食前」「食後」等、通常の食品の摂取時期等とは考えられない表現を用いるとともに、栄養素の吸収を阻害することを通じ、人の体内における栄養素の消化吸収作用に影響を与えることを目的としていることから、「<u>人又は動物の身体の構造又は機能に影響を及ぼすことが目的とされている物であって、機械器具等でないもの（医薬部外品、化粧品及び再生医療等製品を除く。）</u>」（<u>医薬品医療機器等法第2条第1項第3号</u>）として、<u>医薬品医療機器等法上</u>の取締りの対象となり得る。</p> |   | <p>※ 「食前」「食後」等、通常の食品の摂取時期等とは考えられない表現を用いるとともに、栄養素の吸収を阻害することを通じ、人の体内における栄養素の消化吸収作用に影響を与えることを目的としていることから、「<u>人の身体の機能に影響を及ぼすことが目的とされている物</u>」（<u>薬事法第2条第1項第3号</u>）として、<u>薬事法上</u>の取締りの対象となり得る。</p> |
| <p>〇〇センターの研究者は、“××”（一般に知名度がある食品）について「健康保持増進効果等があることが学会で発表されています！」</p> | <p>根拠等が存在しないにもかかわらず、健康保持増進効果等が裏付けられているかのように表示することは虚偽表示に該当するものであるが、研究者等の学会発表の対象となっていないにもかかわらず、類似名称を持つ食品について健康保持増進効果等が発表された旨混同させて、広告等を行う場合、自然科学に係る学会の情報や食品分類学に関する</p>   | <p>〇〇センターの研究者は、“××”（一般に知名度がある食品）について「健康保持増進効果等があることが学会で発表されています！」</p> | <p>根拠等が存在しないにもかかわらず、健康保持増進効果等が裏付けられているかのように表示することは虚偽表示に該当するものであるが、研究者等の学会発表の対象となっていないにも関わらず、類似名称を持つ食品について健康保持増進効果等が発表された旨混同させて、広告等を行う場合、自然科学に係る学会の情報や食品分類学に関する知</p>                            |

| 改正後  |   | 現行   |   |
|--|---|--|---|
| <p>※ 実際に学会で発表したのは××の中でも“××-△△”という特別のものに限られており、それ以外のものについて健康保持増進効果等は発表されていない。</p>                             | <p>知識を一般に持たない通常の消費者にとって、健康の保持増進の効果等を誤認させる誇大表示に該当することが懸念される。</p> <p>健康保持増進効果等について広告等をする際には、その根拠となるデータについて適確に把握し、正確な表現に<u>心掛ける</u>必要がある。</p>  | <p>※ 実際に学会で発表したのは××の中でも“××-△△”という特別のものに限られており、それ以外のものについて健康保持増進効果等は発表されていない。</p>                             | <p>識を一般に持たない通常の消費者にとって、健康の保持増進の効果等を誤認させる誇大表示に該当することが懸念される。</p> <p>健康保持増進効果等について広告等をする際には、その根拠となるデータについて適確に把握し、正確な表現に<u>心がける</u>必要がある。</p>   |
| <p><b>驚異の食効『○<br/>○』！</b></p> <p>◎ ××病</p> <p>全身の倦怠感や吐き気に苦しんでいた私は、仕事も休みがちになり、このままではいけないと検査してみたら、思いもよらず重い</p> | <p>健康保持増進効果等に関する裏付けとして、学術的な根拠等を一切示さず、体験談や「感謝の手紙」、タレント等著名人の推薦等（以下「体験談等」という。）のみによるものが少なからず認められる。これについて、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 体験談等そのものが存在しないとき</li> <li>・ 体験者、推薦者等が存在しないとき</li> <li>・ 健康保持増進効果等について、不都合な箇所を掲載せず、自己にとって好都合な箇所のみを抜粋して掲載しているとき（例 ダイエット食品に関</li> </ul> | <p><b>驚異の食効『○<br/>○』！</b></p> <p>◎ ××病</p> <p>全身の倦怠感や吐き気に苦しんでいた私は、仕事も休みがちになり、このままではいけないと検査してみたら、思いもよらず重い</p> | <p>健康保持増進効果等に関する裏付けとして、学術的な根拠等を一切示さず、体験談や「感謝の手紙」、タレント等著名人の推薦等（以下「体験談等」という。）のみによるものが少なからず認められる。これについて、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 体験談等そのものが存在しないとき</li> <li>・ 体験者、推薦者等が存在しないとき</li> <li>・ 健康保持増進効果等について、不都合な箇所を掲載せず、自己にとって好都合な箇所のみを抜粋して掲載しているとき（例 ダイエット食品に関</li> </ul> |

| 改正後   |   | 現行  |   |
|---|---|---|---|
| <p>××病とわかりました。病院では早速△△療法がはじまり、まもなく副作用で食欲不振、発疹が続き、イヤな日々を送っていたところ、友人が「××病に効く」と言って、この商品『○○』を紹介してくれました。</p> <p>これならば手軽にできるかと半信半疑で始めたところ、4ヶ月を過ぎたころに効果が現れ、××病の病巣がびっくりするほど小さくなり、快適な毎日に戻りました。</p> | <p>し、運動しながら当該食品を摂取していた旨の体験談について、運動に係る箇所を掲載しないもの)</p> <p>等については、虚偽表示又は誇大表示に該当する可能性があるものと考えられる。</p> <p>※ 体験談中、「××病」と疾病名を明示していること、友人の「××病に効く」旨の発言、病巣が小さくなった旨の記述において、食品『○○』の医薬品的効能効果を標ぼうしていると認められることから、<u>医薬品医療機器等法</u>の<u>取締</u>対象となり得る。</p> | <p>××病とわかりました。病院では早速△△療法がはじまり、まもなく副作用で食欲不振、発疹が続き、イヤな日々を送っていたところ、友人が「××病に効く」と言って、この商品『○○』を紹介してくれました。</p> <p>これならば手軽にできるかと半信半疑で始めたところ、4ヶ月を過ぎたころに効果が現れ、××病の病巣がびっくりするほど小さくなり、快適な毎日に戻りました。</p> | <p>し、運動しながら当該食品を摂取していた旨の体験談について、運動に係る箇所を掲載しないもの)</p> <p>等については、虚偽表示又は誇大表示に該当する可能性があるものと考えられる。</p> <p>※ 体験談中、「××病」と疾病名を明示していること、友人の「××病に効く」旨の発言、病巣が小さくなった旨の記述において、食品『○○』の医薬品的効能効果を標ぼうしていると認められることから、<u>薬事法</u>の<u>取締</u>対象となり得る。</p> |

| 改正後   |  | 現行  |                              |  |  |  |     |     |                              |   |  |
|---|--|---|------------------------------|--|--|--|-----|-----|------------------------------|---|--|
| <p>病院の先生からも不思議がられる程の回復ぶり。こんなに早く救ってくれた『○○』には感謝してもしつくない気持ちです。</p> <p>～県 ○×△子 (?歳)</p>   |  | <p>病院の先生からも不思議がられる程の回復ぶり。こんなに早く救ってくれた『○○』には感謝してもしつくない気持ちです。</p> <p>～県 ○×△子 (?歳)</p> |                              |  |  |  |     |     |                              |   |  |
| ○ 他制度に基づく認証、推薦、特許等が表示されているが、その認証等が健康保持増進効果等に係るものではない場合  |  | ○ 他制度に基づく認証、推薦、特許等が表示されているが、その認証等が健康保持増進効果等に係るものではない場合                              |                              |  |  |  |     |     |                              |   |  |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>表示例</th> <th>考え方</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <p>ダイエットに効く○○茶 (特許番号××号)</p> </td> <td> <p>健康保持増進効果等に関する広告等上に特許番号を表示 (特許申請中等を含む。) している場合には、通常、当該特許が当該健康保持増進効果等に関係し、又はその健康保持増進効果等が認められたものであると認識することとなる。当該特許が当該健康保持増進効果等と明らかに関係しない場合や、認められた特許表示の内容に相当する健康保持増進効果等が発現しないと認められる場合は、虚偽表示又は誇大表示に該当するこ</p> </td> </tr> </tbody> </table> | 表示例  | 考え方   | <p>ダイエットに効く○○茶 (特許番号××号)</p> | <p>健康保持増進効果等に関する広告等上に特許番号を表示 (特許申請中等を含む。) している場合には、通常、当該特許が当該健康保持増進効果等に関係し、又はその健康保持増進効果等が認められたものであると認識することとなる。当該特許が当該健康保持増進効果等と明らかに関係しない場合や、認められた特許表示の内容に相当する健康保持増進効果等が発現しないと認められる場合は、虚偽表示又は誇大表示に該当するこ</p> |  | <table border="1"> <thead> <tr> <th>表示例</th> <th>考え方</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <p>ダイエットに効く○○茶 (特許番号××号)</p> </td> <td> <p>健康保持増進効果等に関する広告等上に特許番号を表示 (特許申請中等を含む) している場合には、通常、当該特許が当該健康保持増進効果等に関係し、又はその健康保持増進効果等が認められたものであると認識することとなる。当該特許が当該健康保持増進効果等と明らかに関係しない場合や、認められた特許表示の内容に相当する健康保持増進効果等が発現しないと認められる場合は、虚偽表示又は誇大表示に該当するこ</p> </td> </tr> </tbody> </table> | 表示例 | 考え方 | <p>ダイエットに効く○○茶 (特許番号××号)</p> | <p>健康保持増進効果等に関する広告等上に特許番号を表示 (特許申請中等を含む) している場合には、通常、当該特許が当該健康保持増進効果等に関係し、又はその健康保持増進効果等が認められたものであると認識することとなる。当該特許が当該健康保持増進効果等と明らかに関係しない場合や、認められた特許表示の内容に相当する健康保持増進効果等が発現しないと認められる場合は、虚偽表示又は誇大表示に該当するこ</p> |  |
| 表示例   | 考え方  |   |                              |  |  |  |     |     |                              |   |  |
| <p>ダイエットに効く○○茶 (特許番号××号)</p>  | <p>健康保持増進効果等に関する広告等上に特許番号を表示 (特許申請中等を含む。) している場合には、通常、当該特許が当該健康保持増進効果等に関係し、又はその健康保持増進効果等が認められたものであると認識することとなる。当該特許が当該健康保持増進効果等と明らかに関係しない場合や、認められた特許表示の内容に相当する健康保持増進効果等が発現しないと認められる場合は、虚偽表示又は誇大表示に該当するこ</p> |   |                              |  |  |  |     |     |                              |   |  |
| 表示例   | 考え方  |   |                              |  |  |  |     |     |                              |   |  |
| <p>ダイエットに効く○○茶 (特許番号××号)</p>  | <p>健康保持増進効果等に関する広告等上に特許番号を表示 (特許申請中等を含む) している場合には、通常、当該特許が当該健康保持増進効果等に関係し、又はその健康保持増進効果等が認められたものであると認識することとなる。当該特許が当該健康保持増進効果等と明らかに関係しない場合や、認められた特許表示の内容に相当する健康保持増進効果等が発現しないと認められる場合は、虚偽表示又は誇大表示に該当するこ</p>  |   |                              |  |  |  |     |     |                              |   |  |



| 改正後                                      |  |   | 現行                                       |  |   |
|--|--|---|--|--|---|
|  |  | とが懸念される。<br><br>※ 当該物品の販売に当たり医薬品的<br>効能効果をうたう場合は、その標ぼう<br>が特許表示の範囲内であったとして<br>も <u>医薬品医療機器等法上の取締</u> の対<br>象となることに留意する必要がある。  |  |  | とが懸念される。<br><br>※ 当該物品の販売に当たり医薬品的<br>効能効果をうたう場合は、その標ぼう<br>が特許表示の範囲内であったとして<br>も <u>薬事法上の取締り</u> の対象となるこ<br>とに留意する必要がある。   |
| ○ 「好転反応」に関する表現により、健康保持増進効果等を表示<br>している場合 |  |   | ○ 「好転反応」に関する表現により、健康保持増進効果等を表示<br>している場合 |  |   |
|  | 表示例  | 考え方   |  | 表示例  | 考え方   |
|  | ○○を食べると、3日目位に湿疹が見られる場合がありますが、これは体内の古い毒素などが分解され、一時的に現れるものです。これは体質改善の効果の現れです！そのまま召し上がり続けてください。 | 湿疹、便秘等の不快症状が出て、それを「好転反応」等と称して効果の証と説明しているものがある。<br><br>体質改善やダイエット等の効果につき、強い効果や即効性等を求める国民の中には、こうした「好転反応」等の不快症状が出ることをもって、当該食品には強い効果や即効性等があることを認識する者があることは、残念ながら否定できない。こうした「好転反応」等の表示をもつて健康の保持増進効果を表示する場合であっても、例示における「体質改善の効果」が認められない場合は虚偽表示又は誇大表示に該当することが懸 |  | ○○を食べると、3日目位に湿疹が見られる場合がありますが、これは体内の古い毒素などが分解され、一時的に現れるものです。これは体質改善の効果の現れです！そのまま召し上がり続けてください。 | 湿疹、便秘等の不快症状が出て、それを「好転反応」等と称して効果の証と説明しているものがある。<br><br>体質改善やダイエット等の効果につき、強い効果や即効性等を求める国民の中には、こうした「好転反応」等の不快症状が出ることをもって、当該食品には強い効果や即効性等があることを認識する者があることは、残念ながら否定できない。こうした「好転反応」等の表示をもつて健康の保持増進効果を表示する場合であっても、例示における「体質改善の効果」が認められない場合は虚偽表示又は誇大表示に該当することが懸 |

| 改正後     |  | 現行      |  |
|---------|--|---------|--|
|         | <p>念される。</p> <p>※ 「好転反応」に関する表示は、医薬品的な効能効果の標ぼうに該当するものであり、<u>医薬品医療機器等法上</u>の取締りの対象となる。そもそも、このような表現は、適切な診療機会を失わせる等の保健衛生上の危害が発生するおそれ強く、断じて認め得ないものである。</p>  |         | <p>念される。</p> <p>※ 「好転反応」に関する表示は、医薬品的な効能効果の標ぼうに該当するものであり、<u>薬事法上</u>の取締りの対象となる。そもそも、このような表現は、適切な診療機会を失わせる等の保健衛生上の危害が発生するおそれが強く、断じて認め得ないものである。</p>   |
| 3       | <p>有用成分等の分析等により事実と相違又は人を誤認させる表示であることが確認できる場合</p> <p>仮に当該食品に含まれていると表示されている有用な成分が実際に効果があるものであっても、当該有用な成分が実際には十分には含まれておらず、効果が得られない場合があり得る。このため、健康保持増進効果等に関して虚偽又は誇大が疑われる場合は、必要に応じ収去を行い、任意に有用成分を分析するか、<u>域内地方厚生局宛てに</u>通報されたい。</p> <p>また、含有する食品又は成分の量、特定の食品又は成分を含有する旨及び<u>熱量等</u>についても、<u>健康増進法に規定する特別用途表示の許可等に関する内閣府令(平成21年内閣府令第57号)第19条</u>の規定により、健康保持増進効果等に含まれるので、必要に応じ、同様の対応をとられたい。</p> | 3       | <p>有用成分等の分析等により事実と相違又は人を誤認させる表示であることが確認できる場合</p> <p>仮に当該食品に含まれていると表示されている有用な成分が実際に効果があるものであっても、当該有用な成分が実際には十分には含まれておらず、効果が得られない場合があり得る。このため、健康保持増進効果等に関して虚偽又は誇大が疑われる場合は、必要に応じ収去を行い、任意に有用成分を分析するか、<u>域内地方厚生局あて</u>通報されたい。</p> <p>また、含有する食品又は成分の量、特定の食品又は成分を含有する旨及び<u>熱量</u>についても、<u>健康増進法施行規則第18条</u>の規定により、健康保持増進効果等に含まれるので、必要に応じ、同様の対応をとられたい。</p> |
| 第5<br>1 | <p>いわゆる健康食品に対する広告等監視の手順及び監視体制の整備</p> <p>1 広告等監視の手順</p>   | 第5<br>1 | <p>いわゆる健康食品に対する広告等監視の手順及び監視体制の整備</p> <p>1 広告等監視の手順</p>   |

| 改正後  | 現行  |
|--|---|
| <p>第4に示したとおり、健康保持増進効果等についての<u>広告その他の表示</u>は、何が「事実に著しく相違する」又は「著しく人を誤認させる」表示であるかが、全ての場合において明確となるとは限らず、実効性ある監視を行うのは容易ではない。このため、違法性が疑われる<u>広告その他の表示</u>に対する実際の監視に当たっては、</p> <p>(1) まず、貴職において<u>法第3 1条第1項</u>の規定に違反していると判断できる<u>広告その他の表示</u>については、<u>当該広告その他の表示</u>を行う者に対して必要な指導等を行っていただくとともに、<u>当該広告その他の表示</u>に関して別紙の様式により<u>域内地方厚生局宛て</u>に報告していただく</p> <p>(2) <u>貴職において法第3 1条第1項</u>の規定に違反しているかどうか判別できない<u>広告その他の表示</u>については、<u>同項</u>の規定に違反して表示をした者の本店又は主たる事務所の所在地を管轄する<u>域内厚生局宛て</u>に、別紙の様式により、速やかに報告していただく</p> <p>という手順を採るようお願いしたい。</p> <p>なお、<u>特定保健用食品</u>が許可表示を逸脱し、その健康保持増進効果等について著しく虚偽又は誇大な<u>広告その他の表示</u>を行っていることが明らかであると判断できる場合にあつては、<u>消費者庁</u>において<u>勧告</u>の必要性を検討することから、同様に別紙の様式により、<u>速やかに消費者庁宛て</u>に報告されたい。</p> | <p>第4に示したとおり、健康保持増進効果等についての<u>広告等</u>は、何が「事実に著しく相違する」又は「著しく人を誤認させる」表示であるかが、全ての場合において明確となるとは限らず、実効性ある監視を行うのは容易ではない。このため、違法性が疑われる<u>広告等</u>に対する実際の監視に当たっては、</p> <p>(1) まず、貴職において<u>法第3 2条の2</u>の規定に違反していると判断できる<u>広告等</u>については、<u>広告等</u>を行う者に対して必要な指導等を行っていただくとともに、<u>当該広告等</u>に関して別紙の様式により<u>域内地方厚生局あて</u>に報告していただく</p> <p>(2) <u>貴職において法第3 2条の2</u>の規定に違反しているかどうか判別できない<u>広告等</u>については、<u>法第3 2条の2</u>の規定に違反して表示をした者の本店又は主たる事務所の所在地を管轄する<u>地方厚生局</u>において<u>法第3 2条の3第1項</u>の規定に基づく<u>勧告</u>の必要性を検討するため、別紙の様式により速やかに<u>域内地方厚生局あて</u>に報告していただく</p> <p>という手順を採るようお願いしたい。特に、<u>特定保健用食品</u>が許可表示を逸脱し、その健康保持増進効果等について著しく虚偽又は誇大な<u>広告等</u>を行っていることが疑われる場合にあつては、<u>原則として</u>、<u>保健機能の効果に係る審査</u>を実施する<u>厚生労働省</u>において<u>指導・勧告</u>の必要性を検討することから、同様に別紙の様式により速やかに<u>域内地方厚生局あて</u>に報告されたい。<u>域内地方厚生局</u>がとりまとめ、<u>厚生労働省医薬食品局食品安全部基準審査課新開発食品保健対策室</u>に送致するものとする。</p> |

| 改正後  | 現行  |
|--|---|
| <p>また、効果的に監視指導を行うに当たって必要な事例の蓄積を着実に実施する観点から、貴職において<u>法第31条第1項違反</u>を指導した事例については、別紙の様式により、<u>広告その他の表示</u>及び入手した<u>広告その他の表示</u>の内容の根拠に関する資料等を添えて、3か月に一度、定期的に<u>域内地方厚生局宛</u>てに報告されるようよろしくお願いいたします。</p> <p><u>法第31条第1項</u>の規定に違反していると判断できる<u>広告その他の表示</u>について、<u>広告その他の表示</u>を行う者（法人の場合は、主たる事務所）が貴管下の地域にない場合については、別紙の様式により、<u>広告その他の表示</u>及び入手できた<u>広告その他の表示</u>の内容の根拠に関する資料等を添えて、<u>広告その他の表示</u>を行う者が<u>所在する地域</u>を所轄する地方公共団体及び<u>域内地方厚生局宛</u>てに速やかに報告されるようよろしくお願いいたします。</p> | <p>また、効果的に監視指導を行うに当たって必要な事例の蓄積を着実に実施する観点から、貴職において<u>法第32条の2違反</u>を指導した事例については、別紙の様式により、<u>広告等</u>及び入手した<u>広告等</u>の内容の根拠に関する資料等を添えて、3か月に一度、定期的に<u>域内地方厚生局あて</u>に報告されるようよろしくお願いいたします。</p> <p><u>法第32条の2</u>の規定に違反していると判断できる<u>広告等</u>について、<u>広告等</u>を行う者（法人の場合は、主たる事務所）が貴管下の地域にない場合については、<u>必要があると認める場合は立入検査等必要な調査を行った上で</u>、別紙の様式により、<u>広告等</u>及び入手できた<u>広告等</u>の内容の根拠に関する資料等を添えて、<u>広告等</u>を行う者が<u>存在する地域</u>を所轄する地方公共団体及び<u>域内地方厚生局あて</u>に速やかに報告されるようよろしくお願いいたします。</p> |
| <p>2 広告等監視体制の整備</p> <p>健康保持増進効果等についての虚偽誇大広告等の監視体制整備については、指針の第4において示しているところであるが、いわゆる健康食品の<u>広告その他の表示</u>の適正化を推し進めるためには、法のみならず、<u>医薬品医療機器等法</u>を含めた関係法令の一元的な運用が不可欠である。都道府県、<u>保健所設置市</u>及び特別区の衛生主管部局長並びに各保健所長等が<u>健康増進法</u>、<u>食品衛生法</u>、<u>医薬品医療機器等法</u>、<u>景品表示法</u>及び<u>食品表示法</u>の緊密な連携を確保することにより、施策を総合的に推進する任務を担うことに留意されたい。特に健康食品の<u>広告その他の表示</u>の適正化については、法第6章の規定を主管する課室（以下「法主管課室」という。）が、<u>医薬品医療機器等法</u>の主管課室と</p>   | <p>2 広告等監視体制の整備</p> <p>健康保持増進効果等についての虚偽誇大広告等の監視体制整備については、指針の第4において示しているところであるが、いわゆる健康食品の<u>広告等</u>の適正化を推し進めるためには、法のみならず、<u>薬事法</u>を含めた関係法令の一元的な運用が不可欠である。都道府県、保健所を設置する市及び特別区の衛生主管部局長並びに各保健所長等が「<u>健康増進</u>」、「<u>食品衛生</u>」及び「<u>薬事</u>」の3分野の緊密な連携を確保することにより、施策を総合的に推進する任務を担うことに留意されたい。特に健康食品の<u>広告等</u>の適正化については、法第6章の規定を主管する課室（以下「法主管課室」という。）が、<u>薬事法</u>主管課室と連携しながら効果的な取組を行うことが期待される。</p>  |

| 改正後  | 現行  |
|--|---|
| <p>連携しながら効果的な取組を行うことが期待される。</p> <p>基本的に<u>広告その他の表示</u>の監視体制の整備は、各地方公共団体においてその実情を踏まえつつ柔軟に行うべきものであるが、総合的な対策を実現するために、以下の取組を行うことが望ましい。</p>   | <p>基本的に<u>広告等</u>の監視体制の整備は、各地方公共団体においてその実情を踏まえつつ柔軟に行うべきものであるが、総合的な対策を実現するために、以下の取組を行うことが望ましい。</p>   |
| <p>(1) 都道府県等衛生部局長及び保健所長等の取組</p> <p>ア 上記<u>関係法令</u>の担当部局間での連絡を深めることで違反事例等に係る情報の共有を進めるとともに、所管する法令についての違法性の有無についてのすり合わせを行うこと。</p> <p>イ 法に加え、<u>景品表示法等</u>の<u>関係法令</u>や監視実務について、関係職員の研修を実施すること。</p> <p>ウ 監視指導に当たっての実施方針を明確にすること。</p> <p>当該対処方針では、法主管課室が重点的に監視指導すべき施設、食品等を定める等、<u>各地方公共団体</u>の地域の実情を踏まえた監視指導の<u>在り方</u>を定めることが望ましいこと。</p> <p>また、食品衛生監視員が<u>法又は医薬品医療機器等法</u>違反となる<u>広告その他の表示</u>を現認した際に、行うべき指導の内容・方法に関し具体的な実施方針が示されることが望ましいこと。</p> <p>エ ウの実施方針を効果的に運用するために必要な場合には、食品衛生監視員のうち薬剤師、医師、歯科医師、又は獣医師である者等を、薬事監視員として併任する等の措置を積極的にとること。</p> | <p>(1) 都道府県等衛生部局長及び保健所長等の取組</p> <p>ア 上記<u>関係3分野</u>の担当部局間での連絡を深めることで違反事例等に係る情報の共有を進めるとともに、所管する法令についての違法性の有無についてのすり合わせを行うこと。</p> <p>イ 法に加え、<u>薬事法</u>を含む<u>関係法令</u>や監視実務について、関係職員の研修を実施すること。</p> <p>ウ 監視指導に当たっての実施方針を明確にすること。</p> <p>当該対処方針では、法主管課室が重点的に監視指導すべき施設、食品等を定める等、<u>各地方公共団体ごと</u>の地域の実情を踏まえた監視指導の<u>あり方</u>を定めることが望ましいこと。</p> <p>また、食品衛生監視員が<u>法又は薬事法</u>違反となる<u>広告等</u>を現認した際に、行うべき指導の内容・方法に関し具体的な実施方針が示されることが望ましいこと。</p> <p>エ ウの実施方針を効果的に運用するために必要な場合には、食品衛生監視員のうち薬剤師、医師、歯科医師、又は獣医師である者等を、薬事監視員として併任する等の措置を積極的にとること。</p> |
| <p>(2) 法主管課室の取組</p> <p>ア <u>前記(1)</u>のウの対処方針の策定について、主導的な役割を果たすこと。</p> <p>イ いわゆる健康食品の<u>広告その他の表示</u>を重点的に監視指導す</p>  | <p>(2) 法主管課室の取組</p> <p>ア <u>(1)のウ</u>の対処方針の策定について、主導的な役割を果たすこと。</p> <p>イ いわゆる健康食品の<u>広告等</u>を重点的に監視指導する「健康食</p>   |

| 改正後  | 現行   |
|--|--|
| <p>る「健康食品広告適正化推進月間」等を地域の実情等を踏まえ設定し、法主管課室が自ら、相手方の任意の協力に基づいて、健康食品の製造施設、貯蔵施設及び販売施設の実地指導に当たること。また、必要があると認めるときは、<u>法第32条第3項</u>において準用する法第27条の権限を行使することができる食品衛生監視員に同行を要請すること。</p> <p>ウ <u>医薬品医療機器等法の主管課室</u>との連携を図りながら、健康食品等、<u>法第31条第1項</u>に規定する食品として販売に供する物を取り扱う業者等（特に、管内に存在する健康食品の製造会社及び健康食品を取り扱う小売チェーンの本社等）に対し、<u>広告その他の表示の適正化を図るため医薬品医療機器等法を含む関係法令の周知広報を行い、業者の自主的な法令遵守を促すこと。</u></p> <p>エ 食品衛生監視又は薬事監視の場において発見された<u>法第31条第1項</u>の規定の違反事例の通報・報告を<u>食品衛生監視員等</u>から受けること等により、情報収集に努めること。</p> | <p>品広告適正化推進月間」等を地域の実情等を踏まえ設定し、法主管課室が自ら、相手方の任意の協力に基づいて、健康食品の製造施設、貯蔵施設及び販売施設の実地指導に当たること。また、必要があると認めるときは、<u>法第32条の3第3項</u>において準用する法第27条の権限を行使することができる食品衛生監視員に同行を要請すること。</p> <p>ウ <u>薬事法主管課室</u>との連携を図りながら、健康食品等、<u>法第32条の2</u>に規定する物を取り扱う業者等（特に、管内に存在する健康食品の製造会社及び健康食品を取り扱う小売チェーンの本社等）に対し、<u>広告等の適正化を図るため薬事法を含む関係法令の周知広報を行い、業者の自主的な法令遵守を促すこと。</u></p> <p>エ 食品衛生監視又は薬事監視の場において発見された<u>法第32条の2</u>の規定の違反事例の通報・報告を<u>食品衛生監視員又は薬事監視員</u>から受けること等により、情報収集に努めること。</p> |
| <p>3 健康食品に関する苦情相談の着実な実施</p> <p>保健所における健康食品に関する苦情相談については、「健康食品の摂取量及び摂取方法の表示に関する指針について」（昭和63年衛新第19号）及び「健康食品・無承認無許可医薬品健康被害防止対応要領について」（平成14年医薬発第1004001号）においてお願いしているところであり、今後とも当該苦情相談の着実な実施をお願いする。</p>   | <p>3 健康食品に関する苦情相談の着実な実施</p> <p>保健所における健康食品に関する苦情相談については、「健康食品の摂取量及び摂取方法の表示に関する指針について」（昭和63年衛新第19号）及び「健康食品・無承認無許可医薬品健康被害防止対応要領について」（平成14年医薬発第1004001号）においてお願いしているところであり、今後とも当該苦情相談の着実な実施をお願いする。</p>   |
| <p>(別紙)</p> <p>健康増進法<u>第31条第1項</u>の規定違反及び違反が疑われる広告等</p>  | <p>(別紙)</p> <p>健康増進法<u>第32条の2</u>の規定違反及び違反が疑われる広告等に</p>  |

| 改正後                 |                                | 現行                  |                                |
|---------------------|--------------------------------|---------------------|--------------------------------|
| について                |                                | について                |                                |
| 商品名                 |                                | 商品名                 |                                |
| 広告等の発見日時期           | 〇〇年〇〇月〇〇日                      | 広告等の発見日時期           | 〇〇年〇〇月〇〇日                      |
| 広告等の発見経路            |                                | 広告等の発見経路            |                                |
| 広告等を行った者            | 業者名：<br>住所：<br>連絡先：<br>その他：    | 広告等を行った者            | 業者名：<br>住所：<br>連絡先：<br>その他：    |
| 広告等の媒体              | 新聞・雑誌・テレビ・看板・インターネット<br>その他（ ） | 広告等の媒体              | 新聞・雑誌・テレビ・看板・インターネット<br>その他（ ） |
| 広告等の主な内容            |                                | 広告等の主な内容            |                                |
| 違反が疑われる事項           |                                | 違反が疑われる事項           |                                |
| 広告等を行う者に対する立入検査の有無  | 有・無                            | 広告等を行う者に対する立入検査の有無  | 有・無                            |
| 食品等の収去の有無           | 有・無                            | 食品等の収去の有無           | 有・無                            |
| 立入検査の際に聴取した内容       |                                | 立入検査の際に聴取した内容       |                                |
| 健康保持増進効果等の根拠の有無及び理由 | 有・無・不明<br>(理由)                 | 健康保持増進効果等の根拠の有無及び理由 | 有・無・不明<br>(理由)                 |
| 成分分析の有無             | 有・無<br>(有の場合は主な分析結果)           | 成分分析の有無             | 有・無<br>(有の場合は主な分析結果)           |

| 改正後   |     | 現行  |     |
|---|-----|---|-----|
| 広告等を行う者に対する指導の有無  | 有・無 | 広告等を行う者に対する指導の有無  | 有・無 |
| 指導の内容   |     | 指導の内容   |     |
| <p>※なお、本様式を送付される場合は、併せて、広告等及び入手できた広告等の内容の根拠に関する資料を添付されたい。</p> |     | <p>※なお、本様式を送付される場合は、併せて、広告等及び入手できた広告等の内容の根拠に関する資料を添付されたい。</p> |     |