別紙

「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」新旧対照表

該当箇所	改定後	現行
第１ （１頁）	一方で、このような広告・宣伝の中には、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や不当表示（優良誤認表示）のおそれのある宣伝等も見受けられる。これら虚偽誇大広告等は、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）又は健康増進法による禁止の対象となる（そのほかにいわゆる健康食品の表示・広告も対象となる規定を持つ法令として、食品衛生法、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（ＪＡＳ法）、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（以下「医薬品医療機器等法」という。）等がある。）。	一方で、このような広告・宣伝の中には、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や不当表示（優良誤認表示）のおそれのある宣伝等も見受けられる。これら虚偽誇大広告等は、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）又は健康増進法による禁止の対象となる（そのほかにいわゆる健康食品の表示・広告も対象となる規定を持つ法令として、食品衛生法、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（ＪＡＳ法）、薬事法等がある。）。
第２の３ （３～４頁）	なお、前記⑴アからウまで及び⑶のような医薬品的な効果効能を標ぼうするものは、医薬品医療機器等法上の医薬品とみなされ、野菜、果物、菓子、調理品等その外観、形状等から明らかに食品と認識される物及び健康増進法第 26 条の規定に基づき許可を受けた表示内容を表示する特別用途食品を除き、医薬品医療機器等法上の承認又は認証を受けずにその名称、製造方法、効能、効果又は性能に関する広告をしてはならない（医薬品医療機器等法第 68 条）。したがって、前記⑴アからウまで及び⑶に掲げる健康保持増進効果等の表示は、当該表示が著しく事実に相違するものであるか、著しく人を誤認させる表示であるかを問わず、医薬品医療機器等法上禁止される表示に該当する。	なお、前記⑴アからウまで及び⑶のような医薬品的な効果効能を標ぼうするものは、薬事法上の医薬品とみなされ、野菜、果物、菓子、調理品等その外観、形状等から明らかに食品と認識される物及び健康増進法第 26 条の規定に基づき許可を受けた表示内容を表示する特別用途食品を除き、薬事法上の承認又は認証を受けずにその名称、製造方法、効能、効果又は性能に関する広告をしてはならない（薬事法第 68 条）。したがって、前記⑴アからウまで及び⑶に掲げる健康保持増進効果等の表示は、当該表示が著しく事実に相違するものであるか、著しく人を誤認させる表示であるかを問わず、薬事法上禁止される表示に該当する。
第２の３ （４頁）	また、販売に供する食品につき、前記⑴ウの特定の保健の用途に適する旨の表示をしようとする者は、消費者庁長官の許可を受けなければならない（健康増進法第 26 条第１項）。	また、販売に供する食品につき、前記⑴ウの特定の保健の用途に適する旨の表示をしようとする者は、消費者庁長官の許可を受けなければならない（健康増進法第 31 条の２）。
第３の１⑷ （６頁）	また、各都道府県においても景品表示法が運用されている。都道府県知事は、景品表示法に違反する行為があると認めるときは、その行為を行った事	また、各都道府県においても景品表示法が運用されおり、都道府県は景品表示法違反行為があると認めるときは、行為の取りやめなど必要な事項を指示

<table>
<tr><th>該当箇所</th><th>改定後</th><th>現行</th></tr>
<tr><td></td><td>業者に対し、景品表示法第６条の規定に基づき措置命令ができる。</td><td>することができる。さらに違反者が従わない場合、消費者庁に対する措置請求の権限が与えられている。</td></tr>
<tr><td>第４の２(1)ア
（16～19 頁）</td><td>２　違反事例
(1)　景品表示法違反事例
ア　措置命令
<table>
<tr><th>No</th><th>事件名</th><th>事件概要</th><th>違反法条</th></tr>
<tr><td>1</td><td>株式会社Ｓに対する件
（H26.9.19）</td><td>Ｓ社は、痩身効果を標ぼうする食品を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、
①「食べたこと、なかったコトに！？」
②「３大パワーでオールクリア！『あまい』も『こってり』も『どっしり』もまとめて〇〇〇」
③「これらの自然植物が、糖分・脂質・炭水化物のカロリーをサポート。」
④「ダイエット中の“食べたい”気持ちをちから強く応援します。」
等と、あたかも、本件商品を摂取するだけで、食事からのカロリー摂取を阻害し、特段の運動や食事制限をすることなく、容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。
消費者庁が同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出され</td><td>第４条第１項第１号（第４条第２項適用）</td></tr>
</table></td><td>２　違反事例
(1)　景品表示法違反事例
ア　措置命令
<table>
<tr><th>No</th><th>事件名</th><th>事件概要</th><th>違反法条</th></tr>
</table>
（追加）</td></tr>
</table>

該当箇所	改定後				現行
			たが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められないものであった。		
	２	有限会社Ｔに対する件 （H26.7.17）	Ｔ社は、痩身効果を標ぼうする食品を販売するに当たり、雑誌に掲載した広告において、 ①　「飲むだけ簡単！脂肪燃焼専用サプリ　〇〇〇」 ②　「３大脂肪　中性脂肪　内臓脂肪　皮下脂肪　を３種の脂肪燃焼専用サプリで徹底燃焼」 ③　「余分な脂肪は１ｇだって残さない！」 ④　「このサプリで失敗した人は１，０００人中たった１人だけ！」 等と、あたかも、本件商品を摂取するだけで、体脂肪を燃焼させ、容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。 消費者庁が同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められないものであった。	第４条第１項第１号 （第４条第２項適用）	

該当箇所	改定後				現行
	３	Ｕ株式会社に対する件 （H26.6.13）	Ｕ社は、痩身効果を標ぼうする食品を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、 ①　「えっ！？普段の食事のままで・・・！！」 ②　「食べたカロリーを！！今までにないダイエット」 ③　「今までのダイエットサプリでは実現出来なかった『普段の食事ダイエット』を実現。」 ④　「たったの３ヶ月で理想の姿に！！」 等と、あたかも、本件商品を摂取するだけで、特段の運動や食事制限をすることなく容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。 消費者庁が同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められないものであった。	第４条第１項第１号（第４条第２項適用）	
	４	株式会社Ｖに対する件 （H25.12.10）	Ｖ社は、粉末飲料２商品を販売するに当たり、 ①　「〇〇茶」について、新聞折り込みチラシ及びパンフレット等において、「ポ	第４条第１項第１号	

該当箇所	改定後	現行
	リフェノール含有日本一のお茶」、「国民生活センターポリフェノール含有食品３５８銘柄商品テスト結果より」等と記載することにより、あたかも、独立行政法人国民生活センターによる試験の結果、本件商品がポリフェノール含有量日本一のお茶であると認められたかのように示す表示を行っていた。 　しかし、実際には、国民生活センターが「〇〇茶」のポリフェノール含有量について試験を行った事実はなかった。 ②　本件２商品について、パンフレット及び自社ウェブサイトにおいて、「ポリフェノール含有量（１００ｇあたり）」、「〇〇茶　５４２０ｍｇ」、「〇〇茶　５４１０ｍｇ」、「赤ワイン　２５０ｍｇ」、「コーヒー　１６８ｍｇ」等と記載することにより、あたかも、本件２商品には人体に有益なポリフェノール等が著しく多量に含まれているかのように示す表示を行っていた。 　しかし、実際には、ポリフェノール等の含有量を記載するに当たって、赤ワイン等については、そのまま飲食で	

該当箇所	改定後				現行
			きる状態での100グラム当たりの含有量を記載しているのに対して、本件２商品については、そのまま飲用できない粉末の状態での100グラム当たりの含有量を記載しているものであって、本件２商品について、飲用できる状態でのポリフェノール等の100グラム当たりの含有量は、記載された赤ワイン等のポリフェノール等の含有量を大きく下回るものであった。		
	５	株式会社Ｗに対する件 （H25.12.5）	Ｗ社は、痩身効果を標ぼうする食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシ及び雑誌等において、 ①　「寝ている間に勝手にダイエット！？」 ②　「寝る前に飲むだけで努力なし！？」 ③　「以前着ていた洋服もこんなにブカブカ！」 等と、あたかも、本件商品を摂取するだけで、特段の運動や食事制限をすることなく容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。 消費者庁が同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出	第４条第１項第１号（第４条第２項適用）	

該当箇所	改定後				現行			
			を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められないものであった。					
	６	株式会社Ｘに対する件 （H25.9.13）	Ｘ社は、痩身効果を標ぼうする食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシ又は商品カタログに同封したチラシ及び自社ウェブサイトにおいて、 ①　「私たちはたった１粒飲んで楽ヤセしました！！」、「食べたカロリー・溜まったカロリーなかったことに･･･」、「運動も食事制限も続かな～いという方は必見！！！」 ②　「運動も食事制限も続かな～い。という方、必見！しっかり食べてもスッキリダイエット！！」、「ダイエット成功者続々！既に１０万人のダイエッターが実感！？」、「ほんの一粒・・・まさか、ここまで「実感できる」とは思ってなかった・・・。」 等と、あたかも、本件商品を摂取するだけで、特段の運動や食事制限をすることなく容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。 消費者庁が同社に対し、当該表示の裏付	第４条第１項第１号（第４条第２項適用）	１	株式会社Ｘ対する件 （H25.9.13）	Ｘ社は、痩身効果を標ぼうする食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシ又は商品カタログに同封したチラシ及び自社ウェブサイトにおいて、本件商品を摂取することにより、 ①　「私たちはたった１粒飲んで楽ヤセしました！！」、「食べたカロリー･溜まったカロリーなかったことに・・・」、「運動も食事制限も続かな～いという方は必見！！！」 ②　「運動も食事制限も続かな～い。という方、必見！しっかり食べてもスッキリダイエット！！」、「ダイエット成功者続々！既に１０万人のダイエッターが実感！？」、「ほんの一粒･･･まさか、ここまで「実感できる」とは思ってなかった・・・。」 等と、あたかも、対象商品を摂取するだけで、特段の運動や食事制限をすることなく容易に著しい痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。	第４条第１項第１号（第４条第２項適用）

該当箇所	改定後				現行			
			けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められないものであった。				消費者庁が同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められないものであった。	
	7	株式会社Ｙに対する件 （H23.11.25）	Ｙ社は、痩身効果を標ぼうする食品を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、 ①　「余分なブヨブヨを燃やして流す！Ｗのパワー！」 ②　「決して食事制限はしないでください。このバイオ菌が恐ろしいまでにあなたのムダを強力サポート」 等と表示していた。消費者庁が同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められないものであった。	第４条第１項第１号（第４条第２項適用）	2	株式会社Ｙに対する件 （H23.11.25）	Ｙ社は、痩身効果を標ぼうする食品を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、本件商品を摂取することにより、 ①　「余分なブヨブヨを燃やして流す！Ｗのパワー！」 ②　「決して食事制限はしないでください。このバイオ菌が恐ろしいまでにあなたのムダを強力サポート」 等と表示していたが、消費者庁が同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められないものであった。	第４条第１項第１号（第４条第２項適用）
	8	株式会社Ｚに対する件 （H23.11.25）	Ｚ社は、痩身効果を標ぼうする食品を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、 ①　「気になる部分を何とかしましょう！Ｗのパワー！」 ②　「決して食事制限はしないでくださ	第４条第１項第１号（第４条第２項	3	株式会社Ｚに対する件 （H23.11.25）	Ｚ社は、痩身効果を標ぼうする食品を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、本件商品を摂取することにより、 ①　「気になる部分を何とかしましょう！Ｗのパワー！」	第４条第１項第１号（第４条第２項

<table>
<tr><th>該当箇所</th><th>改定後</th><th>現行</th></tr>
<tr><td></td><td>
<table>
<tr><td></td><td></td><td>いこのバイオ菌が恐ろしいまでにあなたのムダを強力サポート」
等と表示していた。消費者庁が同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められないものであった。</td><td>適用）</td></tr>
</table>
</td><td>
<table>
<tr><td></td><td></td><td>②　「決して食事制限はしないでくださいこのバイオ菌が恐ろしいまでにあなたのムダを強力サポート」
等と表示していたが、消費者庁が同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められないものであった。</td><td>適用）</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>第４の２(1)イ
(20 頁)</td><td>イ　指導
<table>
<tr><th>No</th><th>指導の内容</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Ａ社は、サプリメントを販売するに当たり、通信販売サイトにおいて、「酵素を効率よく補給すると代謝酵素量が増え、日常生活を変えずにダイエットが可能です。」、「まだ、１食を酵素ドリンクに置き換えてしんどいダイエットをしますか？」、「１日２～３粒のカプセルを飲むダケ 飲んだ翌日から充実の日常が始まります」等と記載することにより、あたかも、本件商品を１日２粒から３粒飲むことによって、日常生活を変えなくても、簡単に痩身効果が得られるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの痩身効果がもたらされるものであるとまでは認められないものであった。</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Ｂ社は、清涼飲料水を販売するに当たり、商品パッケージ及び自社ウェブサイトに「『〇〇茶の茶葉について』〇〇茶の“茶葉”には、△△△（※特定の野菜）に比べて約 25 倍＊の食物繊維などが豊富に含まれています。（＊100g 当り、当社調べ）」等と記載することにより、あたかも、本件商品には、食物繊維が含まれているかのように示す表示をしていたが、実際に</td></tr>
</table>
</td><td>イ　指導
<table>
<tr><th>No</th><th>指導の内容</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Ａ社は、サプリメントを販売するに当たり、通信販売サイトにおいて、「酵素を効率よく補給すると代謝酵素量が増え、日常生活を変えずにダイエットが可能です。」、「まだ、１食を酵素ドリンクに置き換えてしんどいダイエットをしますか？」、「１日２～３粒のカプセルを飲むダケ 飲んだ翌日から充実の日常が始まります」等と記載することにより、あたかも、本件商品を１日２粒から３粒飲むことによって、日常生活を変えなくても、簡単に痩身効果が得られるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの痩身効果がもたらされるものであるとまでは認められないものであった。</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Ｂ社は、清涼飲料水を販売するに当たり、商品パッケージ及び自社ウェブサイトに「『〇〇茶の茶葉について』〇〇茶の“茶葉”には、△△△（※特定の野菜）に比べて約 25 倍＊の食物繊維などが豊富に含まれています。（＊100g 当り、当社調べ）」等と記載することにより、あたかも、本件商品には、食物繊維が含まれているかのように示す表示をしていたが、実際に</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

該当箇所	改定後		現行	
		は、本件商品は、食物繊維を含むものではなかった。		は、本件商品は、食物繊維を含むものではなかった。
	3	Ｃ社は、ダイエット食品を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、「酵素を効率よく補給すると代謝酵素量が増え 日常生活を変えずにダイエットが可能」、「まだ、１食を酵素ドリンクに置き換えてしんどいダイエットをしますか？」、「１日２～３粒のカプセルを飲むダケ 飲んだ翌日から充実の日常が始まります」等と記載することにより、あたかも、本件ダイエット食品を１日２粒から３粒飲むことにより、日常生活を変えなくても、簡単に痩身効果が得られるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの痩身効果がもたらされるとまでは認められないものであった。	3	Ｃ社は、ダイエット食品を販売するに当たり、ウェブサイトにおいて、「酵素を効率よく補給すると代謝酵素量が増え 日常生活を変えずにダイエットが可能」、「まだ、１食を酵素ドリンクに置き換えてしんどいダイエットをしますか？」、「１日２～３粒のカプセルを飲むダケ 飲んだ翌日から充実の日常が始まります」等と記載することにより、あたかも、本件ダイエット食品を１日２粒から３粒飲むことにより、日常生活を変えなくても、簡単に痩身効果が得られるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの痩身効果がもたらされるとまでは認められないものであった。
	4	Ｄ社は、ダイエット商品を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、「飲めば飲むほどに脂肪細胞が次々と破壊されますので一度に何杯もの摂取は本当に危険です。」、「特にお腹周りと下半身は面白いように落ちていきます！！」、「約３個使用で３９．９ｋｇまで一気に落ちます！！」と表示していたが、実際には、当該表示どおりの効果があるとまでは認められないものであった。	4	Ｄ社は、ダイエット商品を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、「飲めば飲むほどに脂肪細胞が次々と破壊されますので一度に何杯もの摂取は本当に危険です。」、「特にお腹周りと下半身は面白いように落ちていきます！！」、「約３個使用で３９．９ｋｇまで一気に落ちます！！」と表示していたが、実際には、当該表示どおりの効果があるとまでは認められないものであった。
	5	Ｅ社は、ウェブサイトにおいて、Ａダイエット食品を販売するに当たり、「Ｄｉｅｔ乳酸菌２兆５０００億個を腸までダイレクトに注入！！」、「いくら食べても・・・ぜんぜん問題ないのです！」などと、また、Ｂダイエット食品を販売するに当たり、「驚異のタブレット！！リバウンドを気にしないダイエット法！？」、「驚くほどのクビレが！！」などと表示していたが、実際には、いずれについても当該表示どおりの効果があるとまでは認められないものであった。	5	Ｅ社は、ウェブサイトにおいて、Ａダイエット食品を販売するに当たり、「Ｄｉｅｔ乳酸菌２兆５０００億個を腸までダイレクトに注入！！」、「いくら食べても・・・ぜんぜん問題ないのです！」などと、また、Ｂダイエット食品を販売するに当たり、「驚異のタブレット！！リバウンドを気にしないダイエット法！？」、「驚くほどのクビレが！！」などと表示していたが、実際には、いずれについても当該表示どおりの効果があるとまでは認められないものであった。
	6	Ｆ社は、通信販売の方法等により、健康食品を提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、「〇〇△△には若さがいっぱい！ 免疫力・自然治	6	Ｆ社は、通信販売の方法等により、健康食品を提供するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、「〇〇△△には若さがいっぱい！ 免疫力・自然治

<table>
<tr><th>該当箇所</th><th>改定後</th><th>現行</th></tr>
<tr><td></td><td>
<table>
<tr><td></td><td>癒力ＵＰ！」等と表示していたが、実際には、当該表示どおりの効果があるとまでは認められないものであった。</td></tr>
<tr><td>7</td><td>Ｇ社は、飲料水（本件商品）を一般消費者に販売するに当たり、商品パンフレットにおいて、「〇〇〇パワーウォーター〇〇〇『薬用高〇〇水』＋『素粒子〇〇水』」、「驚きの不思議な水！ビックリ！即、美白肌に！・・・《様々な病気が改善され！元気に若返ります！》」等と記載することにより、あたかも、本件商品を飲用することにより、様々な病気の治療や美容等の効果があるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの効果がもたらされるとまでは認められないものであった。</td></tr>
<tr><td>8</td><td>Ｈ社は、清涼飲料水を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、「レモン５０個分」と記載のある旧製品の画像を掲載していたが、実際に販売に供するものは、レモン 35 個分のビタミンＣを含有する新製品であった。</td></tr>
</table>
</td><td>
<table>
<tr><td></td><td>癒力ＵＰ！」等と表示していたが、実際には、当該表示どおりの効果があるとまでは認められないものであった。</td></tr>
</table>
（追加）
</td></tr>
<tr><td>第４の２⑵
（20～22 頁）</td><td>
⑵　健康増進法指導事例
<table>
<tr><th>No</th><th>指導内容</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Ｉ社は、健康食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、
①　こんな方におすすめ：血糖値・血圧の高い方、便秘でお悩みの方、疲れがたまりやすい方、お子様や妊娠中、授乳期の女性の方
②　カルシウム・鉄・ナトリウム・タンパク質・炭水化物などが含まれてノンカフェインです
等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Ｊ社は、健康食品を販売するに当たり、店内に掲示したポスターにおいて、
①　動脈硬化疾患、肝硬変、急性肝炎、慢性肝炎、脂肪肝の発生の抑制</td></tr>
</table>
</td><td>
⑵　健康増進法指導事例
<table>
<tr><th>No</th><th>指導内容</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Ｇ社は、健康食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、
①　こんな方におすすめ：血糖値・血圧の高い方、便秘でお悩みの方、疲れがたまりやすい方、お子様や妊娠中、授乳期の女性の方
②　カルシウム・鉄・ナトリウム・タンパク質・炭水化物などが含まれてノンカフェインです
等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Ｈ社は、健康食品を販売するに当たり、店内に掲示したポスターにおいて、
①　動脈硬化疾患、肝硬変、急性肝炎、慢性肝炎、脂肪肝の発生の抑制</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

該当箇所	改定後		現行	
		②　コレステロール値の低下を助ける ③　糖尿病の抑制 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。		②　コレステロール値の低下を助ける ③　糖尿病の抑制 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。
	3	Ｋ社は、健康食品を販売するに当たり、当該食品のリーフレットにおいて、 ①　老化や成人病を予防するなど、「黒にんにく」の健康作用が… ②　にんにくは…体力増強・疲労回復に用いられた食材です ③　代謝を亢進し、冷えを改善 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。	3	Ｉ社は、健康食品を販売するに当たり、当該食品のリーフレットにおいて、 ①　老化や成人病を予防するなど、「黒にんにく」の健康作用が… ②　にんにくは…体力増強・疲労回復に用いられた食材です ③　代謝を亢進し、冷えを改善 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。
	4	Ｌ社は、健康食品を販売するに当たり、当該商品の店頭ＰＯＰにおいて、 ①　老化防止 ②　疲労回復 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。	4	Ｊ社は、健康食品を販売するに当たり、当該商品の店頭ＰＯＰにおいて、 ①　老化防止 ②　疲労回復 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。
	5	Ｍ社は、健康食品を販売するに当たり、当該商品の店頭ＰＯＰにおいて、 ①　悪玉コレステロールを下げたり、お通じをよくしたり等、抜群の健康パワーを秘めており 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。	5	Ｋ社は、健康食品を販売するに当たり、当該商品の店頭ＰＯＰにおいて、 ①　悪玉コレステロールを下げたり、お通じをよくしたり等、抜群の健康パワーを秘めており 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。
	6	Ｎ社は、健康食品を販売するに当たり、当該商品の容器包装において、 ①　奇跡の薬用米。各種ミネラル・ビタミンが豊富に含まれ 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。	6	Ｌ社は、健康食品を販売するに当たり、当該商品の容器包装において、 ①　奇跡の薬用米。各種ミネラル・ビタミンが豊富に含まれ 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。

該当箇所	改定後		現行	
	7	O社は、健康食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、 ① 「血管老化」を防止し、血栓等を取り除く ② 血管の柔らかさを改善する特許成分配合 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。	7	M社は、健康食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、 ① 「血管老化」を防止し、血栓等を取り除く ② 血管の柔らかさを改善する特許成分配合 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。
	8	P社は、健康食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、 ① いつまでも若く ② 頭脳明晰 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。	8	N社は、健康食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、 ① いつまでも若く ② 頭脳明晰 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。
	9	Q社は、健康食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、 ① 美容と健康に役立つ 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。	9	O社は、健康食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、 ① 美容と健康に役立つ 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。
	１０	R社は、健康食品を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、 ① 酵素の効果効能を記載し ② 日本で唯一の乳酸菌飲料 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。	１０	P社は、健康食品を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、 ① 酵素の効果効能を記載し ② 日本で唯一の乳酸菌飲料 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。
	１１	S社には、健康食品を販売するに当たり、当該商品の容器包装及び新聞折り込みチラシにおいて、 ① ウコンは琉球王朝時代に肝臓・胃腸・糖尿などに効果があると珍重され、琉球王府が持ち出し禁止の専売制を敷いた程の貴重な薬草である ② 二日酔いに抜群・肝臓・健胃の名医	１１	Q社には、健康食品を販売するに当たり、当該商品の容器包装及び新聞折り込みチラシにおいて、 ① ウコンは琉球王朝時代に肝臓・胃腸・糖尿などに効果があると珍重され、琉球王府が持ち出し禁止の専売制を敷いた程の貴重な薬草である ② 二日酔いに抜群・肝臓・健胃の名医

該当箇所	改定後		現行	
		③　ウコンの主成分である精油成分をそのまま含有させている、副作用のない安心安全な健康飲料 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。		③　ウコンの主成分である精油成分をそのまま含有させている、副作用のない安心安全な健康飲料 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。
	１２	Ｔ社は、健康食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、 ①　延喜式眉寿 ②　「中国の民話」仙人の妙薬・霊芝草を盗んで帰り、この妙薬を口にすると不思議に蘇ったという 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。	１２	Ｒ社は、健康食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、 ①　延喜式眉寿 ②　「中国の民話」仙人の妙薬・霊芝草を盗んで帰り、この妙薬を口にすると不思議に蘇ったという 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。
	１３	Ｕ社は、健康食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、 ①　「断食ダイエットに挑戦」と謳い、愛用者の声も載せている ②　肝臓の解毒作用が高まり、肌が見違えるほどキレイに ③　便秘解消 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。	１３	Ｓ社は、健康食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、 ①　「断食ダイエットに挑戦」と謳い、愛用者の声も載せている ②　肝臓の解毒作用が高まり、肌が見違えるほどキレイに ③　便秘解消 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。
	１４	Ｖ社は、健康食品を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、 ①　Ｌカルニチン燃焼！体脂肪溜めていませんか？燃やして溜めない！！コレステロールもアタック！ 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。	１４	Ｔ社は、健康食品を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、 ①　Ｌカルニチン燃焼！体脂肪溜めていませんか？燃やして溜めない！！コレステロールもアタック！ 等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。
	１５	Ｗ社は、健康食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、 ①　血糖値の急上昇を防ぎ、効果的にインスリンの節約につながるため、すい臓の負担を軽減します ②　体験談（飲み続けていたら血糖値の数値が下がった。（６０代男性）、	１５	Ｕ社は、健康食品を販売するに当たり、新聞折り込みチラシにおいて、 ①　血糖値の急上昇を防ぎ、効果的にインスリンの節約につながるため、すい臓の負担を軽減します ②　体験談（飲み続けていたら血糖値の数値が下がった。（６０代男性）、

<table>
<tr><th>該当箇所</th><th>改定後</th><th>現行</th></tr>
<tr><td></td><td>毎朝のお通じがよくなった。（４０代女性））
等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。</td><td>毎朝のお通じがよくなった。（４０代女性））
等と表示していたが、実際には表示の裏付けとなる合理的な根拠はないものであった。</td></tr>
<tr><td>第４の２⑶
（22～23 頁）</td><td>⑶　景品表示法及び健康増進法に基づく指導事例
<table>
<tr><th>No</th><th>指導の内容</th></tr>
<tr><td>１</td><td>Ｘ社は、飲料を販売するに当たり、自社ウェブサイトにおいて、「〇〇〇脂肪の燃焼にかかわり、免疫力を作り出すのに重要です。（不足すると代謝機能が落ち、血中コレステロール値などが上昇しやすくなる。）」等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取することによって、記載された成分による効果・効能が得られるかのように示す表示をしていたが、実際には、そのような効果・効能が得られるとまでは認められないものであった。
また、本件については、健康増進法第３２条の２第１項（虚偽・誇大広告の禁止）に違反するおそれがある事案として指導を行った。</td></tr>
<tr><td>２</td><td>Ｙ社は、サプリメントを販売するに当たり、新聞折り込みチラシ等において、「ジージー・キーン　ザーザーの音が気になる方へ・・・」、「聴こえの悩み・不快な雑音・フラフラなど・・・」、「今、聴こえの悩みに　新〈〇〇〇〉が注目！」等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取することにより、難聴や耳鳴りの改善に効果を得られるかのように示す表示を行っていたが、実際には、当該表示どおりの効果が認められるものではなかった。
また、本件については、健康増進法第３２条の２第１項（虚偽・誇大広告の禁止）に違反するおそれがある事案として指導を行った。</td></tr>
<tr><td>３</td><td>Ｚ社は、「〇〇〇」と称する商品を販売するに当たり、
⑴　自社ウェブサイトにおいて、「毎日のお茶を〇〇〇にするだけで体脂</td></tr>
</table></td><td>（新設）</td></tr>
</table>

該当箇所	改定後	現行
	肪が減る!!」、「血中の中性脂肪が半減！　腎臓周辺の脂肪が１３％減少！　血糖値が３０％低下！」等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取するだけで体脂肪の減少や血糖値の降下等の効果が得られるかのように ⑵　ダイレクトメール等において「毎日のお茶を〇〇〇にするだけで体脂肪が減る!!」、「血中の中性脂肪が半減！　腎臓周辺の脂肪が１３％減少！　血糖値が３０％低下！」、「血糖値だけじゃない！ガンにも凄い効果が！」等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取することにより体脂肪の減少や血糖値の降下、ガンに効果が得られるかのように 示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの効果が得られるとまでは認められないものであった。 　また、本件については、健康増進法第３２条の２第１項（虚偽・誇大広告の禁止）に違反するおそれがある事案として指導を行った。	
	４　ＡＡ社は、食用油を販売する当たり、自社ウェブサイトにおいて、「コレステロールの低下」、「しわ予防」等と記載することにより、あたかも、本件商品を摂取することにより、コレステロールを低下させる効果、しわ予防等の効果が得られるかのように示す表示をしていたが、実際には、当該表示どおりの効果が得られると認められるものではなかった。 　また、本件については、健康増進法第３２条の２第１項（虚偽・誇大広告の禁止）に違反するおそれがある事案として指導を行った。	