

(別紙)

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）

改正後（新）	現行（旧）
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 制 定 平成 25 年 12 月 24 日 一部改定 平成 27 年 1 月 13 日 全部改定 平成 28 年 6 月 30 日 <u>一部改定 令和 2 年 4 月 1 日</u>	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 制 定 平成 25 年 12 月 24 日 一部改定 平成 27 年 1 月 13 日 全部改定 平成 28 年 6 月 30 日 <u>消費者庁</u>
第 1 （略）	第 1 （略）
第 2 本留意事項の対象とする「健康食品」	第 2 本留意事項の対象とする「健康食品」
1 健康食品	1 健康食品
(1) 健康食品 本留意事項の対象となる商品は、「健康食品」である。 健康増進法第 65 条第 1 項は、食品として販売に供する物 ¹ に関し、健康保持増進効果等について虚偽誇大な表示をすることを禁止している。そのため、本留意事項では、健康増進法に定める健康保持増進効果等を表示して食品として販売に供する物を「健康食品」という。	(1) 健康食品 本留意事項の対象となる商品は、「健康食品」である。 健康増進法第 31 条第 1 項は、食品として販売に供する物 ¹ に関し、健康保持増進効果等について虚偽誇大な表示をすることを禁止している。そのため、本留意事項では、健康増進法に定める健康保持増進効果等を表示して食品として販売に供する物を「健康食品」という。
(2) （略）	(2) （略）
2 健康保持増進効果等	2 健康保持増進効果等

健康増進法第65条第1項は、「何人も、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ときは、健康の保持増進の効果その他内閣府令で定める事項（(中略)「健康保持増進効果等」という。）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」と定めている。前記1のとおり、本留意事項では、健康保持増進効果等を表示して食品として販売に供する物を「健康食品」とし、本留意事項の対象としていることから、以下では、具体例等を用いて「健康保持増進効果等」の意味を明らかにする。

(略)

(1)~(2) (略)

(3) 「健康保持増進効果等」を暗示的又は間接的に表現するもの

(略)

ア~オ (略)

(略)

また、販売に供する食品につき、前記(1)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43条第1項）。したがって、特定の保健の用途に適する旨の表示は、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ものであるかを問わず、消費者庁長官の許可を受けない限りすることができない⁴。

(略)

第3 景品表示法及び健康増進法について

1 景品表示法及び健康増進法の目的

(1) (略)

健康増進法第31条第1項は、「何人も、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ときは、健康の保持増進の効果その他内閣府令で定める事項（(中略)「健康保持増進効果等」という。）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」と定めている。前記1のとおり、本留意事項では、健康保持増進効果等を表示して食品として販売に供する物を「健康食品」とし、本留意事項の対象としていることから、以下では、具体例等を用いて「健康保持増進効果等」の意味を明らかにする。

(略)

(1)~(2) (略)

(3) 「健康保持増進効果等」を暗示的又は間接的に表現するもの

(略)

ア~オ (略)

(略)

また、販売に供する食品につき、前記(1)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）。したがって、特定の保健の用途に適する旨の表示は、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ものであるかを問わず、消費者庁長官の許可を受けない限りすることができない⁴。

(略)

第3 景品表示法及び健康増進法について

1 景品表示法及び健康増進法の目的

(1) (略)

(2) 健康増進法の目的

(略)

健康増進法第 65 条第 1 項は、健康保持増進効果等についての虚偽誇大表示を禁止している。これは、実際には表示どおりの健康保持増進効果等を有しない食品であるにもかかわらず、一般消費者がその表示を信じ、表示された効果を期待して摂取し続け、ひいては適切な診療機会を逸してしまう事態を防止することを目的とするものである。

2 景品表示法及び健康増進法上の「表示」

景品表示法及び健康増進法上の表示は、景品表示法第 2 条第 4 項に定める「表示」又は健康増進法第 65 条第 1 項に定める「広告その他の表示」である⁵。具体的には、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って、次に掲げるものをいう。

(略)

3 規制の対象となる者

(1) (略)

(2) 健康増進法の規制の対象となる者

虚偽誇大表示を禁止している健康増進法第 65 条第 1 項は、景品表示法とは異なり、「何人も」虚偽誇大表示をしてはならないと定めている。そのため、「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」であれば規制の対象となり、食品の製造業者、販売業者等に何ら限定されるものではない。したがって、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のみならず、これら広告媒体事業者に対して広告の仲介・取次ぎをする広告代

(2) 健康増進法の目的

(略)

健康増進法第 31 条第 1 項は、健康保持増進効果等についての虚偽誇大表示を禁止している。これは、実際には表示どおりの健康保持増進効果等を有しない食品であるにもかかわらず、一般消費者がその表示を信じ、表示された効果を期待して摂取し続け、ひいては適切な診療機会を逸してしまう事態を防止することを目的とするものである。

2 景品表示法及び健康増進法上の「表示」

景品表示法及び健康増進法上の表示は、景品表示法第 2 条第 4 項に定める「表示」又は健康増進法第 31 条第 1 項に定める「広告その他の表示」である⁵。具体的には、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って、次に掲げるものをいう。

(略)

3 規制の対象となる者

(1) (略)

(2) 健康増進法の規制の対象となる者

虚偽誇大表示を禁止している健康増進法第 31 条第 1 項は、景品表示法とは異なり、「何人も」虚偽誇大表示をしてはならないと定めている。そのため、「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」であれば規制の対象となり、食品の製造業者、販売業者等に何ら限定されるものではない。したがって、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のみならず、これら広告媒体事業者に対して広告の仲介・取次ぎをする広告代

理店、サービスプロバイダー（以下、これらを総称して「広告媒体事業者等」という。）も同項の規制の対象となり得る。

（略）

(3) （略）

4 禁止される表示

(1) （略）

(2) 健康増進法上の虚偽誇大表示

健康増進法第 65 条第 1 項は、次のとおり、何人も虚偽誇大表示をしてはならないと定めている。

（誇大表示の禁止）

第 65 条 何人も、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ときは、健康の保持増進の効果その他内閣府令で定める事項（次条第三項において「健康保持増進効果等」という。）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。

ア・イ （略）

ウ 「著しく」

健康増進法第 65 条第 1 項は、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ときは、健康保持増進効果等について「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はしてはならないと定めている。広告は、通常、ある程度の誇張を含むものであり、一般消費者もある程度の誇張が行われることを通常想定しているため、社会一般に許容される程度の誇張であ

理店、サービスプロバイダー（以下、これらを総称して「広告媒体事業者等」という。）も同項の規制の対象となり得る。

（略）

(3) （略）

4 禁止される表示

(1) （略）

(2) 健康増進法上の虚偽誇大表示

健康増進法第 31 条第 1 項は、次のとおり、何人も虚偽誇大表示をしてはならないと定めている。

（誇大表示の禁止）

第 31 条 何人も、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ときは、健康の保持増進の効果その他内閣府令で定める事項（次条第三項において「健康保持増進効果等」という。）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。

ア・イ （略）

ウ 「著しく」

健康増進法第 31 条第 1 項は、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ときは、健康保持増進効果等について「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はしてはならないと定めている。広告は、通常、ある程度の誇張を含むものであり、一般消費者もある程度の誇張が行われることを通常想定しているため、社会一般に許容される程度の誇張であ

れば取締りの対象とはせず、「著しく」人を誤認させるような表示を禁止する趣旨である。

(略)

5 (略)

6 違反行為に対する措置

(1) (略)

(2) 健康増進法違反行為に対する措置

消費者庁は、健康増進法第 65 条第 1 項の規定に違反して表示した者がある場合は、その者に対し、当該表示を改善するよう指導を行う。

また、消費者庁は、健康増進法第 66 条第 1 項に基づき、同項の規定に違反して表示した者がある場合において、国民の健康の保持増進及び国民に対する正確な情報の伝達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、勧告を行った際は公表する。

(略)

また、勧告を受けた者が、正当な理由なく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(健康増進法第 66 条第 2 項)。当該命令に違反した者には、6 月以下の懲役又は 100 万円以下の罰金が科される(健康増進法第 71 条)。

なお、各都道府県、保健所設置市及び特別区においても健康増進法が運用されている。都道府県知事、保健所設置市長及び特別区長は、健康増進法第 65 条第 1 項の規定に違反して表示した者がある場合に

れば取締りの対象とはせず、「著しく」人を誤認させるような表示を禁止する趣旨である。

(略)

5 (略)

6 違反行為に対する措置

(1) (略)

(2) 健康増進法違反行為に対する措置

消費者庁は、健康増進法第 31 条第 1 項の規定に違反して表示した者がある場合は、その者に対し、当該表示を改善するよう指導を行う。

また、消費者庁は、健康増進法第 32 条第 1 項に基づき、同項の規定に違反して表示した者がある場合において、国民の健康の保持増進及び国民に対する正確な情報の伝達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、勧告を行った際は公表する。

(略)

また、勧告を受けた者が、正当な理由なく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(健康増進法第 32 条第 2 項)。当該命令に違反した者には、6 月以下の懲役又は 100 万円以下の罰金が科される(健康増進法第 36 条の 2)。

なお、各都道府県、保健所設置市及び特別区においても健康増進法が運用されている。都道府県知事、保健所設置市長及び特別区長は、健康増進法第 31 条第 1 項の規定に違反して表示した者がある場合に

において、国民の健康の保持増進及び国民に対する正確な情報の伝達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。

第4 景品表示法及び健康増進法上問題となる表示例

(略)

1 保健機能食品において問題となる表示例

(略)

(1) 特定保健用食品

ア～ウ (略)

エ 医師又は歯科医師の診断、治療等によることなく疾病を治癒できるかのような表示

(略)

なお、このような表示を行うことにより、診療を要する疾患等を抱える者が適切な診療機会を逸してしまうおそれがあるため、このような表示は、原則として、「国民の健康の保持増進及び国民に対する正確な情報の伝達に重大な影響を与えるおそれがある」と認められ、健康増進法第66条第1項の規定に基づく勧告の対象となる。

(略)

(2)・(3) (略)

2 保健機能食品以外の健康食品（いわゆる健康食品）において問題となる表示例

(1) 医師又は歯科医師の診断、治療等によることなく疾病を治癒できる

において、国民の健康の保持増進及び国民に対する正確な情報の伝達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。

第4 景品表示法及び健康増進法上問題となる表示例

(略)

1 保健機能食品において問題となる表示例

(略)

(1) 特定保健用食品

ア～ウ (略)

エ 医師又は歯科医師の診断、治療等によることなく疾病を治癒できるかのような表示

(略)

なお、このような表示を行うことにより、診療を要する疾患等を抱える者が適切な診療機会を逸してしまうおそれがあるため、このような表示は、原則として、「国民の健康の保持増進及び国民に対する正確な情報の伝達に重大な影響を与えるおそれがある」と認められ、健康増進法32条第1項の規定に基づく勧告の対象となる。

(略)

(2)・(3) (略)

2 保健機能食品以外の健康食品（いわゆる健康食品）において問題となる表示例

(1) 医師又は歯科医師の診断、治療等によることなく疾病を治癒できる

かのような表示

(略)

なお、このような表示を行うことにより、診療を要する疾患等を抱える者が適切な診療機会を逸してしまうおそれがあるため、このような表示は、原則として、「国民の健康の保持増進及び国民に対する正確な情報の伝達に重大な影響を与えるおそれがある」と認められ、健康増進法第66条第1項の規定に基づく勧告の対象となる。

(略)

(2)～(7) (略)

3 問題となる広告例

(略)

(1) (略)

(2) 糖尿病についての広告例

(略)

ア・イ (略)

(略)

なお、このような表示を行うことにより、糖尿病を抱える者が適切な診療機会を逸してしまうおそれがあるため、このような表示は、原則として、「国民の健康の保持増進及び国民に対する正確な情報の伝達に重大な影響を与えるおそれがある」と認められ、健康増進法第66条第1項の規定に基づく勧告の対象となる。

第5 違反事例

(1) (略)

かのような表示

(略)

なお、このような表示を行うことにより、診療を要する疾患等を抱える者が適切な診療機会を逸してしまうおそれがあるため、このような表示は、原則として、「国民の健康の保持増進及び国民に対する正確な情報の伝達に重大な影響を与えるおそれがある」と認められ、健康増進法32条第1項の規定に基づく勧告の対象となる。

(略)

(2)～(7) (略)

3 問題となる広告例

(略)

(1) (略)

(2) 糖尿病についての広告例

(略)

ア・イ (略)

(略)

なお、このような表示を行うことにより、糖尿病を抱える者が適切な診療機会を逸してしまうおそれがあるため、このような表示は、原則として、「国民の健康の保持増進及び国民に対する正確な情報の伝達に重大な影響を与えるおそれがある」と認められ、健康増進法第32条第1項の規定に基づく勧告の対象となる。

第5 違反事例

(1) (略)

<p>(2) 健康増進法勧告事例</p> <p><u>「違反法条」は、健康増進法の一部を改正する法律（平成 30 年法律第 78 号）による改正前の健康増進法の条文である。</u></p> <p>(略)</p> <p>(3) 景品表示法及び健康増進法に基づく指導事例</p> <p><u>「指導内容」の違反するおそれがある法条は、健康増進法の一部を改正する法律（平成 30 年法律第 78 号）による改正前の健康増進法の条文である。</u></p> <p>(略)</p> <p>【注釈】</p> <p>¹ 健康増進法における「食品」とは、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 8 月 10 日法律第 145 号。以下「医薬品医療機器等法」という。）上の「医薬品」を除く全ての飲食物をいうものと解されている。そのため、医薬品的効能効果を標ぼうするものは、食品として販売するものであっても、医薬品医療機器等法上の「医薬品」に該当し、健康増進法の「食品」には該当しない。しかし、医薬品的効能効果を標ぼうして販売しているものについても、健康保持増進効果等についての虚偽誇大表示を禁止する必要があることから、健康増進法 第 65 条 第 1 項は、「販売に供する食品」に限定せず、「食品として販売に供する物」を規制対象としている。</p> <p>^{2~4} (略)</p>	<p>(2) 健康増進法勧告事例</p> <p>(略)</p> <p>(3) 景品表示法及び健康増進法に基づく指導事例</p> <p>(略)</p> <p>【注釈】</p> <p>¹ 健康増進法における「食品」とは、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 8 月 10 日法律第 145 号。以下「医薬品医療機器等法」という。）上の「医薬品」を除く全ての飲食物をいうものと解されている。そのため、医薬品的効能効果を標ぼうするものは、食品として販売するものであっても、医薬品医療機器等法上の「医薬品」に該当し、健康増進法の「食品」には該当しない。しかし、医薬品的効能効果を標ぼうして販売しているものについても、健康保持増進効果等についての虚偽誇大表示を禁止する必要があることから、健康増進法 第 31 条 第 1 項は、「販売に供する食品」に限定せず、「食品として販売に供する物」を規制対象としている。</p> <p>^{2~4} (略)</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

⁵ 健康増進法第65条第1項の「表示」と同様に、健康増進法第43条で規制している特別用途表示の「表示」にも、容器包装における表示のみならず、広告が含まれる。健康増進法第65条第1項が「広告その他の表示」としているのは、特にインターネット広告を通じた虚偽誇大表示による販売を規制する必要性が高いことから、広告が規制の対象であることを明確化する趣旨である。

6・7 (略)

⁸ 許可を受けた表示内容を超える表示をした場合には、健康増進法第43条第1項の規定にも違反することとなる。

9~14 (略)

⁵ 健康増進法第31条第1項の「表示」と同様に、健康増進法第26条で規制している特別用途表示の「表示」にも、容器包装における表示のみならず、広告が含まれる。健康増進法第31条第1項が「広告その他の表示」としているのは、特にインターネット広告を通じた虚偽誇大表示による販売を規制する必要性が高いことから、広告が規制の対象であることを明確化する趣旨である。

6・7 (略)

⁸ 許可を受けた表示内容を超える表示をした場合には、健康増進法第26条第1項の規定にも違反することとなる。

9~14 (略)