

(別紙)

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）（新旧対照表）

改正後（新）	現行（旧）（平成28年8月3日付け事務連絡）
<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）</p> <p>第1 本指針の趣旨</p> <p>1 はじめに （略）</p> <p>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）<u>第65条</u>第1項の規定により禁止されているところ、<u>本指針は、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係る基本的考え方を示すものである。</u></p> <p>なお、本指針は、健康増進法<u>第65条</u>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。</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）</p> <p>第1 本指針の趣旨</p> <p>1 はじめに （略）</p> <p>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）<u>第31条</u>第1項の規定により禁止されているところ、<u>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。</u></p> <p><u>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<u>第32条</u>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</u></p>

<p>2 (略)</p> <p>3 他法令との関係</p> <p>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、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65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。</p> <p>(略)</p> <p>第2 健康増進法第65条第1項の規定により禁止される広告そ</p>	<p><u>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。</u></p> <p>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。</p> <p>2 (略)</p> <p>3 他法令との関係</p> <p>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、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。</p> <p>(略)</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</p>
--	---

の他の表示

1 同項の適用を受ける対象者

健康増進法第65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。

(略)

2 (略)

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65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。

(略)

(1) ～ (3) (略)

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。

(略)

2 (略)

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。

(略)

(1) ～ (3) (略)

第3 健康増進法第66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66条では、健康増進法第65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66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。

（略）

なお、健康増進法第66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66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

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。

（略）

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。

(略)

なお、当該命令に違反した場合は、健康増進法第71条の規定により、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66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63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61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おいて収去することができる。

また、健康増進法第66条第3項において準用する同法第61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65条第1項の規定により禁止する虚偽誇大

旨を規定している。

(略)

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65条第1項に係る効果的な監視指導体制等
健康増進法第65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られたい。さらに、第3の3に示しているとおり、健康増進法第66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。

(略)

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体制等
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られたい。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。

(略)

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65条第1項の規制は、関連他法令における広告等規制と重疊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。

(略)

(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65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、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）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った。

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疊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。

(略)

(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

各都道府県等において健康増進法第6.5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。）と密接な連携を図りたい。域内厚生局は、健康増進法第6.5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、又は事実と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6.5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。

(略)

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。）と密接な連携を図りたい。域内厚生局は、健康増進法第3.1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、又は事実と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3.1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。

(略)