

意見募集時点（平成 25 年 11 月 1 日）からの主な変更点（新旧対照表）

変更後	変更前
<p>2 いわゆる健康食品</p> <p>本留意事項の対象となる商品は、「いわゆる健康食品」である。</p> <p>健康食品は、法令上に定義されている食品ではないが、一般的には、健康の保持又は増進に係る効果、機能等を表示して販売・利用されている食品（栄養補助食品、健康補助食品、サプリメントなど）全般を指すものとして用いられている。</p> <p>健康食品のうち、生理学的機能などに影響を与える保健機能成分を含んでおり、個別に有効性及び安全性等に関する国の審査を受け、特定の保健の用途に資する旨の表示を許可又は承認された食品を「特定保健用食品」、特定の栄養成分を含むものとして国が定める基準に従い当該栄養成分の機能を表示する食品を「栄養機能食品」といい、これら2つを総称して「保健機能食品」という。</p> <p><u>健康増進法第26条の規定に基づく許可又は同法第29条に基づく承認を受けた表示内容を表示する特定保健用食品及び食品衛生法第19条に基づく基準に従った表示内容を表示する栄養機能食品については、当該表示が景品表示法及び健康増進法上問題となるおそれはない。したがって、本留意事項では、健康食品から保健機能食品を除いた「いわゆる健康食品」を対象商品としている。</u></p> <p><u>ただし、健康増進法に基づく許可又は承認を受けた特定保健用食品であっても、許可又は承認を受けた範囲を超える表示を行う場合、また、栄養機能食品において、国が定める基準に係る栄養成分以外の成分の機能の表示や、特定の保健の目的が期待できる旨の表示を行う場合などには、当該表示が景品表示法及び健康増進法上問題となるおそれがあり、本留意事項の対象となる。</u></p> <p><u>本留意事項では、健康食品から保健機能食品を除いたものを「いわゆる健康食品」ということとする。</u></p>	<p>2 いわゆる健康食品</p> <p>本留意事項の対象となる商品は、「いわゆる健康食品」である。</p> <p>健康食品は、法令上に定義されている食品ではないが、一般的には、健康の保持又は増進に係る効果、機能等を表示して販売・利用されている食品（栄養補助食品、健康補助食品、サプリメントなど）全般を指すものとして用いられている。</p> <p>健康食品のうち、生理学的機能などに影響を与える保健機能成分を含んでおり、個別に有効性及び安全性等に関する国の審査を受け、特定の保健の用途に資する旨の表示を許可又は承認された食品を「特定保健用食品」、特定の栄養成分を含むものとして国が定める基準に従い当該栄養成分の機能を表示する食品を「栄養機能食品」といい、これら2つを総称して「保健機能食品」という。</p> <p>本留意事項では、健康食品から保健機能食品を除いたものを「いわゆる健康食品」ということとする。</p>
<p>3 健康保持増進効果等</p> <p>(1)・(2) (略)</p> <p>(3) 例えば、次に掲げるもののように、「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であつ</p>	<p>3 健康保持増進効果等</p> <p>(1)・(2) (略)</p> <p>(3) 例えば、次に掲げるもののように、「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であつ</p>

ても、「健康保持増進効果等」についての表示に当たる。

ア～オ (略)

なお、前記(1)アからウまで及び(3)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(1)アからウまで及び(3)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。

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31条の2)。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¹。特定保健用食品としての許可を受けた食品であっても、当該許可表示の範囲を超えて特定の保健の用途に適する旨の表示を行うことは、健康増進法第26条に違反し、また、当該表示が著しく事実に相違するか、又は著しく人を誤認させるものである場合には、景品表示法及び健康増進法上問題となる。

さらに、前記(1)エの栄養成分の効果の表示をする者は、食品衛生法第19条に基づく基準に従った表示をしなければならない¹。したがって、栄養成分の効果の表示をする場合には、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、国が定める基準に従って表示をしなければならない。

(脚注)

¹なお、保健機能食品(特定保健用食品及び栄養機能食品)以外の食品にあつては、保険機能食品と紛らわしい名称、栄養成分の機能及び特定の保健の目的が期待できる旨の表示をしてはならないとされている(食品衛生法第19条第1項の規定)

ても、「健康保持増進効果等」についての表示に当たる。

ア～オ (略)

<p>に基づく表示の基準に関する内閣府令第1条第6項)</p>	
<p>(4) 違反行為に対する措置</p> <p>消費者庁は、景品表示法違反被疑事件に対して調査を行い、違反行為が認められたときは、当該事業者に対し、景品表示法第6条の規定に基づき、一般消費者に与えた誤認を排除すること、再発防止のための必要事項、その違反行為を取りやめることなどを命じる（措置命令）ことができ、措置命令を行った際は公表する。</p> <p>この際、消費者庁は、書面による弁明、証拠の提出の機会を与えた上で、措置命令を行っている。</p> <p><u>措置命令に違反した者には、景品表示法第15条の規定に基づき、2年以下の懲役又は300万円以下の罰金が科され、情状により、懲役と罰金が併科されることもある。この罰則に加え、措置命令に違反した事業者（法人、自然人又は法人でない団体）にも3億円以下の罰金刑が科される（景品表示法第18条第1項第1号、同条第2項第1号）。さらに、措置命令違反の計画を知り、その防止に必要な措置を講ぜず、又はその違反行為を知り、その防止に必要な措置を講じなかった当該法人（当該法人で事業者団体に該当するものを除く。）の代表者に対しても、300万円以下の罰金刑が科される（景品表示法第19条）。</u></p> <p>また、各都道府県においても景品表示法が運用されており、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することができる。さらに、違反者が指示に従わない場合、消費者庁に対する措置請求の権限が与えられている。</p>	<p>(4) 違反行為に対する措置</p> <p>消費者庁は、景品表示法違反被疑事件に対して調査を行い、違反行為が認められたときは、当該事業者に対し、景品表示法第6条の規定に基づき、一般消費者に与えた誤認を排除すること、再発防止のための必要事項、その違反行為を取りやめることなどを命じる（措置命令）ことができ、措置命令を行った際は公表する。</p> <p>この際、消費者庁は、書面による弁明、証拠の提出の機会を与えた上で、措置命令を行っている。</p> <p>また、各都道府県においても景品表示法が運用されており、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することができる。さらに、違反者が指示に従わない場合、消費者庁に対する措置請求の権限が与えられている。</p>
<p>2 健康増進法について</p> <p>① 事実と相違する表示</p> <p>「事実と相違する」とは、広告等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、<u>体験談そのものや体験者、推薦者が存在しないにもかかわらず、体験談をねつ造等した場合、又はねつ造された資料を表示した場合等は、これに該当することとなる。</u></p>	<p>2 健康増進法について</p> <p>① 事実と相違する表示</p> <p>「事実と相違する」とは、広告等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、これに該当することとなる。</p>
<p>② 人を誤認させる表示</p>	<p>② 人を誤認させる表示</p>

<p>「人を誤認させる」とは、食品等の広告等から一般消費者が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」と実際の健康保持増進効果等に相違があることを指す。</p> <p>なお、かかる判断においては、当該表示を見て一般消費者が受ける「印象」、「期待感」と実際のものに相違があると認められれば、誤認したという結果まで必要としない。このため、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ (略) ・ <u>体験者、体験談は存在するものの、一部の都合の良い体験談のみや体験者の都合の良いコメントのみを引用するなどして、誰でも容易に同様の効果が期待できるかのような表示がされている</u> ・ (略) <p>場合などは、一般的にこれに該当する。</p>	<p>「人を誤認させる」とは、食品等の広告等から一般消費者が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」と実際の健康保持増進効果等に相違があることを指す。</p> <p>なお、かかる判断においては、当該表示を見て一般消費者が受ける「印象」、「期待感」と実際のものに相違があると認められれば、誤認したという結果まで必要としない。このため、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ (略) <p>場合などは、一般的にこれに該当する。</p>
<p>(4) 違反行為に対する措置</p> <p>消費者庁は、健康増進法第 32 条の 2 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。</p> <p>また、消費者庁は、健康増進法第 32 条の 3 第 1 項に基づき、健康増進法第 32 条の 2 第 1 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。</p> <p>ここでいう「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」とは、例えば、表示されている健康保持増進効果等に関する苦情等が関係機関に数多く寄せられている場合や、当該食品を摂取した者が健康を害したとする苦情等が関係機関に相当数寄せられている場合、「血糖値を緩やかに下げる」等の健康保持増進効果等に係る虚偽誇大広告がなされることにより、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場合は、これに該当するものといえる。</p> <p>また、勧告を受けた者が、正当な理由が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 条の 3 第 2 項）。<u>当該命</u></p>	<p>(4) 違反行為に対する措置</p> <p>消費者庁は、健康増進法第 32 条の 2 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。</p> <p>また、消費者庁は、健康増進法第 32 条の 3 第 1 項に基づき、健康増進法第 32 条の 2 第 1 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。</p> <p>ここでいう「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」とは、例えば、表示されている健康保持増進効果等に関する苦情等が関係機関に数多く寄せられている場合や、当該食品を摂取した者が健康を害したとする苦情等が関係機関に相当数寄せられている場合、「血糖値を緩やかに下げる」等の健康保持増進効果等に係る虚偽誇大広告がなされることにより、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場合は、これに該当するものといえる。</p> <p>また、勧告を受けた者が、正当な理由が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 条の 3 第 2 項）。</p>

令に違反した者には、健康増進法第 36 条の 2 の規定に基づき、6 月以下の懲役又は 100 万円以下の罰金が科される。

「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（案）」に対する意見募集における御意見の概要及び御意見に対する考え方

原案該当箇所	意見の要約	考え方
本留意事項案全体		
	本留意事項の作成を評価、賛成する。(事業者、団体、個人)	御意見ありがとうございます。
	違反及び指導事例の蓄積とともに違反事例等の情報の更新を要望する。(団体、個人)	本留意事項は、今後、いわゆる健康食品に関する監視指導等の実情を踏まえ、内容の更新を行う予定です。
	「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）」及び「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」（以下、総称して「ガイドライン等」という。）と本留意事項との関係を明らかにして頂きたい。(事業者)	本留意事項は、いわゆる健康食品に関する景品表示法上の不当表示及び健康増進法上の虚偽誇大広告についての考え方を統一的に示すものですので、いわゆる健康食品の虚偽誇大広告等に関する両法上の考え方については、今後は、ガイドライン等ではなく、本留意事項に基づき御判断ください。
	本留意事項が適正に運用され、表示の適正化が促進されることを期待する。(事業者、団体、個人)	消費者庁では、いわゆる健康食品の虚偽誇大広告に対し、景品表示法及び健康増進法による厳正な執行を行います。
第2 本留意事項の対象表示及び対象商品等について		
第2の1	一見広告には見えない新聞、雑誌、企業広告、講演などについても、最終的に特定の商品に誘引させるものがあるので、このような記事や講演も景品表示法と健康増進法の規制対象とすべきである。(事業者、団体、個人)	景品表示法第2条第4項に規定する「表示」又は健康増進法第32条の2第1項に規定する「広告その他の表示」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をいいます。 御指摘のような新聞、雑誌における記事及び講演等についても、客観的にみて顧客を誘引する広告・表示に該当する場合には、景品表示法及び健康増進法の規制対象となります。

<p>第2の2</p>	<p>景品表示法で規定される優良誤認表示又は健康増進法で規定される虚偽誇大広告は「いわゆる健康食品」だけでなく、特定保健用食品及び栄養機能食品も対象となるため、例えば、特定保健用食品についても許可された範囲を超える内容の広告その他の表示は、景品表示法の不当表示及び健康増進法上の虚偽誇大広告に該当する旨を明記すべきである。(行政機関、事業者、団体、個人)</p>	<p>御指摘を踏まえ、第2の2を次のとおり修正しました。</p> <p>2 いわゆる健康食品</p> <p>本留意事項の対象となる商品は、「いわゆる健康食品」である。</p> <p>健康食品は、法令上に定義されている食品ではないが、一般的には、健康の保持又は増進に係る効果、機能等を表示して販売・利用されている食品（栄養補助食品、健康補助食品、サプリメントなど）全般を指すものとして用いられている。</p> <p>健康食品のうち、生理学的機能などに影響を与える保健機能成分を含んでおり、個別に有効性及び安全性等に関する国の審査を受け、特定の保健の用途に資する旨の表示を許可又は承認された食品を「特定保健用食品」、特定の栄養成分を含むものとして国が定める基準に従い当該栄養成分の機能を表示する食品を「栄養機能食品」といい、これら2つを総称して「保健機能食品」という。</p> <p>健康増進法第26条の規定に基づく許可又は同法第29条に基づく承認を受けた表示内容を表示する特定保健用食品及び食品衛生法第19条に基づく基準に従った表示内容を表示する栄養機能食品については、当該表示が景品表示法及び健康増進法上問題となるおそれはない。したがって、本留意事項では、健康食品から保健機能食品を除いた「いわゆる健康食品」を対象商品としている。</p> <p>ただし、健康増進法に基づく許可又は承認を受けた特定保健用食品であっても、許可又は承認を受けた範囲を超える表示を行う場合、また、栄養機能食品において、国が定める基準に係る栄養成分以外の成分の機能の表示や、特定の保健の目的が期待できる旨の表示を行う場合などには、当該表示が景品表示法及び健康増進法上問題となるおそれがあり、本留意事項の対象となる。</p>
-------------	---	--

<p>第2の3</p>	<p>いわゆる健康食品に関しては、薬事法の規制対象にもなるため、景品表示法及び健康増進法のほか薬事法上の観点からの説明を追加していただきたい。(事業者、団体)</p>	<p>御指摘を踏まえ、第2の3(3)の後に次のとおり説明を加えました。</p> <p>3 健康保持増進効果等</p> <p>なお、前記(1)アからウまで及び(3)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(1)アからウまで及び(3)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。</p> <p>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)。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¹。特定保健用食品としての許可を受けた食品であっても、当該許可表示の範囲を超えて特定の保健の用途に適する旨の表示を行うことは、健康増進法第26条に違反し、また、当該表示が著しく事実に相違するか、又は著しく人を誤認させるものである場合には、景品表示法及び健康増進法上問題となる。</p> <p>さらに、前記(1)エの栄養成分の効果の表示をする者は、食品衛生法第19条に基づく基準に従った表示をしなければならない¹。したがって、栄養成分の効果の表示をする場合には、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、国が定める基準に従って表示をしなければならない。</p> <p>(脚注)</p> <p>¹なお、保健機能食品(特定保健用食品及び栄養機能食品)以外の食品にあつては、保険機能食品と紛らわしい名称、栄養成分の機能及び特定の保健の目的が期待できる旨の表示をしてはならないとされている(食品衛生法第19条第1項の規定に基づく表示の基準に関する内閣府令第1条第6項)</p>
-------------	---	--

第3 景品表示法及び健康増進法について			
第3の1	(2)	<p>景品表示法の規制の対象となる事業者については、広告媒体事業者も対象とすべきである。(行政機関、団体、個人)</p>	<p>景品表示法第2条第4項における「表示」は、事業者が「自己の」供給する商品又はサービスの取引に関する事項について行うものであるため、商品の製造業者または販売業者など、当該商品またはサービスを供給していると認められる事業者により行われるものに限られます。</p> <p>このため、新聞社、雑誌社及び放送事業者等の広告媒体事業者並びに広告代理店等の事業者については、当該商品の供給に携っていない限り、景品表示法の規制の対象とはなりません。</p>
	(3)	<p>本留意事項案において、「効果効能の裏付けとなる合理的根拠を示す実験結果、データ等をウェブサイト上に適切に表示することが望ましい。」とされているが、現行法規制上ではいわゆる健康食品に関してこのような実験結果、データ等をウェブサイト上に表示することは効果効能の提示とみなされ、薬事法に抵触するのではないか。(団体、個人、匿名)</p>	<p>いわゆる健康食品の効能効果の裏付けとなる合理的根拠を示す実験結果、データ等をウェブサイト上に適切に表示することは薬事法に抵触するものではありません。</p>
		<p>本留意事項案では、景品表示法の優良誤認表示(第4条第1項第1号)の説明だけに留まっているが、景品表示法の不当表示には有利誤認(第4条第1項第2号)の規制もあり、健康食品においても、特に二重価格表示に該当すると思われる広告もあるため、有利誤認に関しても、どのような価格や取引条件等が不当表示に該当するのかを示すべきである。(個人)</p>	<p>二重価格表示等の景品表示法第4条第1項第2号に規定する有利誤認に関する考え方については、「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方(平成18年1月4日公正取引委員会)」を御参照ください。</p>

	<p>本留意事項案において、景品表示法第6条に基づく命令に違反した場合は、刑事罰の対象になることを記載するべきである。(個人)</p>	<p>御指摘を踏まえ、景品表示法第6条に基づく命令に違反した場合に刑事罰の対象となる旨の説明を第3の1(4)に加えました。</p> <p>(4) 違反行為に対する措置</p> <p>消費者庁は、景品表示法違反被疑事件に対して調査を行い、違反行為が認められたときは、当該事業者に対し、景品表示法第6条の規定に基づき、一般消費者に与えた誤認を排除すること、再発防止のための必要事項、その違反行為を取りやめることなどを命じる(措置命令)ことができ、措置命令を行った際は公表する。</p> <p>この際、消費者庁は、書面による弁明、証拠の提出の機会を与えた上で、措置命令を行っている。</p> <p>措置命令に違反した者には、景品表示法第15条の規定に基づき、2年以下の懲役又は300万円以下の罰金が科され、情状により、懲役と罰金が併科されることもある。この罰則に加え、措置命令に違反した事業者(法人、自然人又は法人でない団体)にも3億円以下の罰金刑が科される(景品表示法第18条第1項第1号、同条第2項第1号)。さらに、措置命令違反の計画を知り、その防止に必要な措置を講ぜず、又はその違反行為を知り、その防止に必要な措置を講じなかった当該法人(当該法人で事業者団体に該当するものを除く。)の代表者に対しても、300万円以下の罰金刑が科される(景品表示法第19条)。</p> <p>また、各都道府県においても景品表示法が運用されており、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することができる。さらに、違反者が指示に従わない場合、消費者庁に対する措置請求の権限が与えられている</p>
<p>第3の2</p>	<p>(2) 本留意事項案において、『「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、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く、例えば、新聞社、雑誌社、放送事業者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広告の仲介・取次ぎをする広告代理店、プロモーションサービスプロバイダーも対象となり得る』とあるが、広告責任と媒体責任を同義に扱うことによって広告表現に対する過剰な規制を誘発し、言論、表現の自由を大きく損なうことにつながると懸念する。(事業者、個人)</p>	<p>健康増進法第32条の2第1項は、その違反主体を「何人も」と規定しているため、「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、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く、例えば、新聞社、雑誌社、放送事業者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広告の仲介・取次ぎをする広告代理店、プロモーションサービスプロバイダーも対象となり得えます。</p>

	<p>(3) 本留意事項案において、「著しく」に該当する判断を明示し、具体例も分かりやすく例示したことを評価する。科学的根拠が示されない体験談や推奨は一般人、有名人を問わず消費者を誤認させる。開発に携わっていない学者、研究機関等のインタビュー記事で推奨される場合は広告と認識できないケースも多く、当該表示の裏付けとなる根拠が正しく明示されていない場合には、著しく事実に相違する表示として規定することが期待される。(団体)</p>	<p>本留意事項案第4の1(3)で示しているとおり、学術的な根拠を一切示さず、利用者の体験談、著名人の推薦等のみによって効果を標ぼうするものについて、体験談等そのものが存在しないときや、体験者、推薦者等が存在しないときなどは、著しく事実に相違し、著しく人を誤認させる表示として景品表示法及び健康増進法上問題となります。</p> <p>御指摘を踏まえ、第3の2(3)を次のとおり修正いたしました。</p> <p>(3) 違反行為（虚偽誇大広告）の要件</p> <p>① 事実に相違する表示</p> <p>「事実に相違する」とは、広告等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、体験談そのものや体験者、推薦者が存在しないにもかかわらず、体験談をねつ造等した場合、ねつ造された資料を表示した場合等は、これに該当することとなる。</p> <p>② 人を誤認させる表示</p> <p>「人を誤認させる」とは、食品等の広告等から一般消費者が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」と実際の健康保持増進効果等に相違があることを指す。</p> <p>なお、かかる判断においては、当該表示を見て一般消費者が受ける「印象」、「期待感」と実際のものに相違があると認められれば、誤認したという結果まで必要としない。このため、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ (略) ・ 体験者、体験談は存在するものの、一部の都合の良い体験談のみや体験者の都合の良いコメントのみを引用するなどして、誰でも容易に同様の効果が期待できるかのような表示がされている ・ (略)
--	--	---

	(4)	<p>本留意事項案において、健康増進法第 32 条の 3 第 2 項の命令に違反した場合は、刑事罰の対象になることを記載すべきである。(個人)</p>	<p>御指摘を踏まえ、健康増進法第 32 条の 3 第 2 項の命令に違反した場合に刑事罰の対象となる旨の説明を第 3 の 2(4)に加えました。</p> <p>(4) 違反行為に対する措置</p> <p>消費者庁は、健康増進法第 32 条の 2 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。</p> <p>また、消費者庁は、健康増進法第 32 条の 3 第 1 項に基づき、健康増進法第 32 条の 2 第 1 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。</p> <p>ここでいう「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」とは、例えば、表示されている健康保持増進効果等に関する苦情等が関係機関に数多く寄せられている場合や、当該食品を摂取した者が健康を害したとする苦情等が関係機関に相当数寄せられている場合、「血糖値を緩やかに下げる」等の健康保持増進効果等に係る虚偽誇大広告がなされることにより、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場合は、これに該当するものといえる。</p> <p>また、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(健康増進法第 32 条の 3 第 2 項)。当該命令に違反した者には、健康増進法第 36 条の 2 の規定に基づき、6 月以下の懲役又は 100 万円以下の罰金が科される。</p>
<p>第 4 景品表示法及び健康増進法上問題となる表示例</p>			
第 4 の 1	(2)	<p>本留意事項案第 4 の 1(2)において、「なお、当該効果の裏付けとなる合理的根拠がない場合は、景品表示法上の不当表示(優良誤認表示)とみなされる。」とされているが、「合理的根拠」についての考え方を示すべきではないか。(行政機関)</p>	<p>「不当景品類及び不当表示防止法第 4 条第 2 項の運用指針—不実証広告規制に関する指針—(平成 15 年 10 月 28 日 公正取引委員会)」において、景品表示法における合理的な根拠についての考え方が示されており、表示の裏付けとなる合理的な根拠といえるためには、</p> <p>① 提出資料が客観的に実証された内容のものであること</p>

		② 表示された効果、性能と提出資料によって実証された内容が適切に対応していることの2つの要件を満たしている必要があります。
	本留意事項において、「問題となるおそれのある表示例」と「その他問題となるおそれのある表示例」が示されているが、両者はどのような関係にあるのか。(匿名)	本留意事項案で示している「その他問題となるおそれのある表示例」は、事業者等の予見可能性を確保する観点から、「問題となるおそれのある表示例」に加え、景品表示法及び健康増進法上問題となるおそれのある具体例を更に示したものです。「問題となるおそれのある表示例」と位置付けを異にするものではありませんので、御指摘を踏まえ、「その他問題となるおそれのある表示例」の中で示している表示例を「問題となるおそれのある表示例」の中で示すように修正しました。
(4)	本留意事項において、「『△△酸含有』などと特定の効果を直接標ぼうせずに単にある成分が含有されていることのみを示す表示であっても、当該成分によって通常の食品に比していかなる健康保持増進効果等についてもほとんど差異がない場合には、著しく事実を反し、著しく人を誤認させる表示として、景品表示法及び健康増進法上問題となる」と示されているが、単に成分だけを表示することが、景品表示法及び健康増進法上問題となるのはなぜか。(事業者)	<p>景品表示法上の不当表示及び健康増進法上の虚偽誇大広告は、一般消費者に著しく優良であると誤認させる場合や著しく事実を反している場合に問題となります。</p> <p>特定の効果を直接標ぼうせずに単にある成分が含有されていることのみを示す「△△酸含有」との表示についても、当該成分によって通常の食品に比していかなる健康保持増進効果等についてもほとんど差異がないにもかかわらず、当該成分が含有されていることを殊更に示すことによって、あたかも当該商品が通常の食品と比較して健康保持増進効果等において有意な差異があるかのような印象を一般消費者に与える場合には、著しく事実を反し、著しく人を誤認させる表示として、景品表示法及び健康増進法上問題となります。</p>