

## 規制の対象:「何人も」とは…

健康増進法の誇大表示の禁止では、規制の対象を「何人も」と規定しています。よって、「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、**食品の製造業者、販売業者等のみでなく、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も対象**となることがあります。

虚偽誇大表示について第一義的に規制の対象となるのは食品の製造業者、販売業者等ですが、「本商品を摂取するだけで、医者に行かなくともガンが治る！」など、表示内容から明らかに虚偽誇大なものであると疑うべき特段の事情がある場合には、表示内容の決定に関与した広告媒体事業者等に対しても健康増進法に基づく措置をとることがあります。



製造・販売事業者

広告媒体事業者

## 誇大表示の禁止に違反する表示を行った場合

消費者庁長官、都道府県知事、保健所設置市長及び特別区長は、

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場合、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  
(健康増進法第66条第1項)

正当な理由なく、勧告に係る措置をとらなかった場合、その者に対し、その勧告に係る措置をとるべき旨の命令  
(健康増進法第66条第2項)

命令に従わなかった場合、罰則を適用(6月以下の懲役又は100万円以下の罰金)  
(健康増進法第71条)

## 誇大表示の禁止に関する情報

消費者に誤認を与えない表示を作成することが大切!

### ●消費者庁ホームページ【表示対策】

誇大表示の禁止に関する詳細は、消費者庁のホームページから関連通知を御覧ください。



[https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/extravagant\\_advertisement/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/extravagant_advertisement/)

### ●東京都ホームページ【食品衛生の窓】

こちらでも、誇大表示の禁止に関する概要を知ることができます。



[https://www.fukushihoken.metro.tokyo.lg.jp/shokuhin/hyouji/shokuhyouhou\\_eiyou\\_kodai.html](https://www.fukushihoken.metro.tokyo.lg.jp/shokuhin/hyouji/shokuhyouhou_eiyou_kodai.html)

虚偽誇大表示は、健康増進法だけでなく医薬品医療機器等法や景品表示法等他法令にも関係することがありますので、併せて御確認ください。

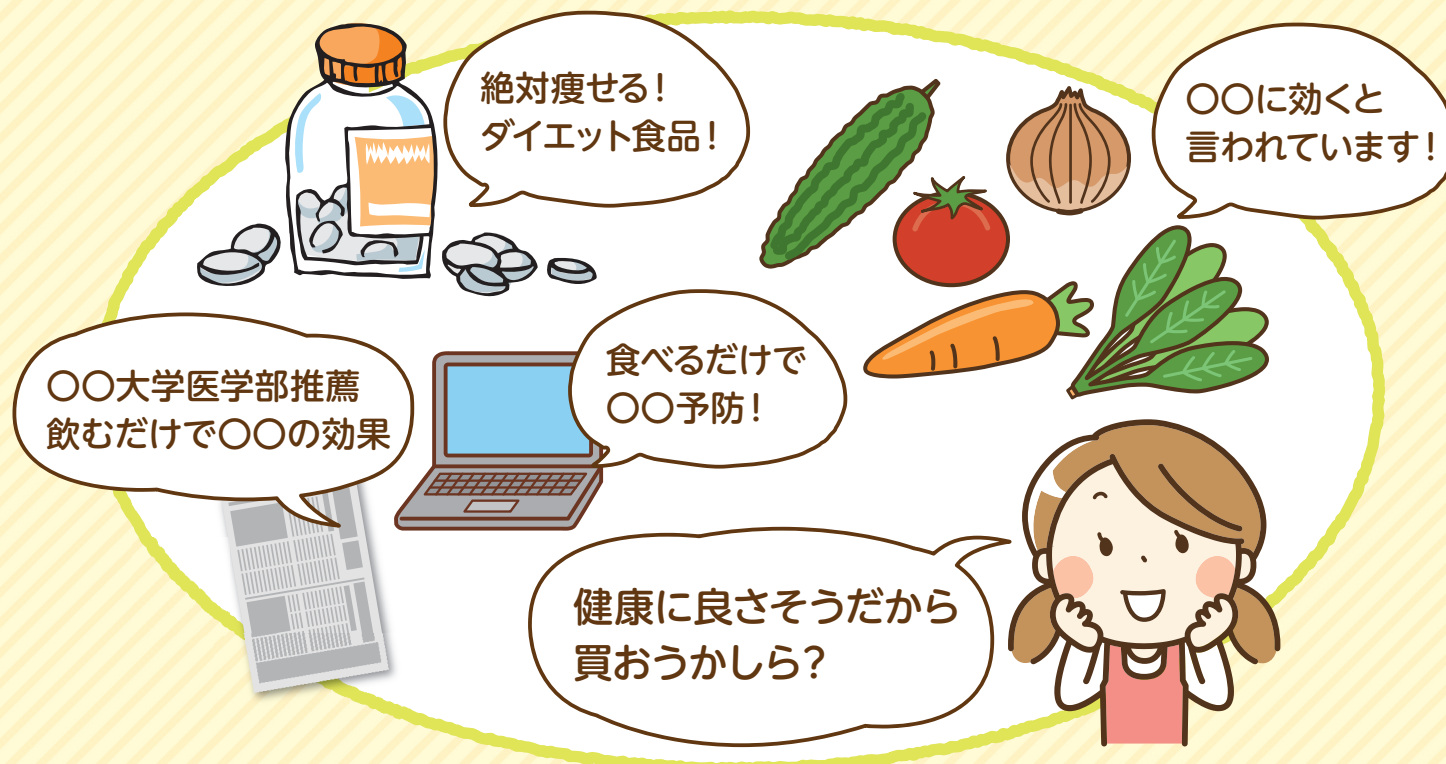
誇大表示の禁止についての御相談は、管轄の保健所へ

## その表示大丈夫!?

# 食品の虚偽誇大表示の禁止

健康増進法では、**何人も\***、食品として販売する物に関して**広告その他の表示**をするときは、健康の保持増進の効果等(「**健康保持増進効果等**」といいます。)について、**著しく事実に相違する又は著しく人を誤認させるような表示(「虚偽誇大表示**」といいます。))を行うことを禁止しています。【健康増進法第65条第1項(誇大表示の禁止)】

※「何人も」の説明は裏面参照



広告その他の表示中には、必ずしも健康保持増進効果等が実証されていないにもかかわらず、それらの効果を期待させる虚偽誇大表示が見受けられます。健康増進法の誇大表示の禁止では、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しています。

## 「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**広告その他のあらゆる表示**を意味します。

- 具体的には：
- 商品、容器、包装、これらに添付した物
  - 見本、チラシ、パンフレット、説明書面(ダイレクトメール、ファクシミリ等を含む)、口頭(電話を含む)
  - ポスター、看板、ネオン・サイン、アドバルーン、陳列物、実演
  - 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送、電光
  - インターネット、パソコン通信
- 等、これらによる**広告その他の表示**





## 健康保持増進効果等に該当する表示例

- 疾病の治療又は予防を目的とする効果  
「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」等
- 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  
「疲労回復」、「体力増強」、「食欲増進」、「老化防止」、「免疫機能の向上」、「脂肪燃焼を促進！」等
- 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  
「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
- 名称又はキャッチフレーズにより表示するもの  
「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
- 含有成分の表示及び説明により表示するもの  
「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」等
- 新聞、雑誌等の記事、医師、学者等の談話やアンケート結果、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  
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。」等
- 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  
「××国政府認可〇〇食品」、「〇〇研究所推薦〇〇食品」等



上記は一例です。この他にも特定の保健の用途に適する旨の効果(例:「この製品はおなかの調子を整えます」)、**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」)なども健康保持増進効果等に該当します。

上記のような「健康保持増進効果等」について、健康増進法違反となる「**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**」であるか否かの判断については、特定の文言等のみから判断されるものではありません。一般消費者が表示全体から受ける印象・認識が基準となり、**表示内容全体から表示ごとに個別具体的に判断**されます。

### 禁止の対象となる「著しく事実に相違する」「著しく人を誤認させる」とは…

#### ○ 「著しく」とは…

誇張・誇大の程度が社会一般に許容される程度を超えている場合

【例】一般消費者が広告等書かれた内容とその食品を摂取した場合に実際に得られる効果との相違を知っていれば、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等

#### ○ 「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に得られる効果等が異なる場合

【例】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kg痩せることが実証されています。」と表示する場合等

#### ○ 「人を誤認させる」とは…

広告等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」と実際に得られる効果等に相違がある場合

【例】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、と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場合等



## 虚偽誇大表示として問題となるおそれのある事例・考え方

○ 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病について、診断や治療等によることなく治癒できるかのような表示

【表示例】 「医者に行かずともガンが治る！」

【考え方】 通常、がんのような重篤な疾病は、医師による診断・治療が必要となるが、こうした表示は、医師の診断・治療がなくても、当該疾病を治癒することができるかと誤認を与える。



○ 行政機関や研究機関等の認証等に関する不適切な表示

【表示例】 「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。」

【考え方】 食品の輸入に当たって、厚生労働省が個別に許可を行う制度は設けられていない。しかし、こうした表示をすることは、厚生労働省が当該食品の効果を個別に認証し、健康保持増進効果があることが確認されていると誤認を与える。

○ 最上級又はこれに類する表示 ※「最高」「抜群」「日本一」「絶対」「無類」等

【表示例】 「最高のダイエット食品」

【考え方】 通常、健康保持増進効果等は、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、虚偽表示に該当する。



○ 当該食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、短期間で容易に著しい痩身効果が得られるような表示

【表示例】 「毎日3粒飲むだけで、普段の生活を変えなくても、1か月で10kgも減りました！」

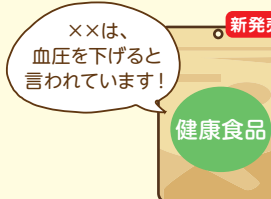
【考え方】 消費エネルギーが摂取エネルギーを上回らない限り人は痩せないため、特定の食品を摂取しただけで、特段の運動や食事制限をすることなく、短期間で容易に痩身効果が得られることはない。適切な運動や食事制限をしながら、人が痩せることができるのは、6か月間で4kgから5kg程度までであることから、このような表示は、虚偽誇大表示に当たるおそれがある。

○ 体験談の使用方法が不適切な表示

【表示例】 「一部の都合の良い体験談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」

【考え方】 体験談を広告等に使用することが直ちに虚偽誇大表示等に当たるものではない。しかし、体験談を不適切に使用することにより、消費者に誤認される表示をする場合には、その表示は虚偽誇大表示に当たるおそれがある。

なお、「個人の感想です」「効果を保証するものではありません」等の表示をしたとしても、虚偽誇大表示等に当たるか否かの判断に影響を与えるものでなく、体験談等を含む表示内容全体から、健康保持増進効果等があるものと一般消費者に認識されるにもかかわらず、実際にはそのような効果がない場合には、その表示は虚偽誇大表示に当たる。



この他にも、「〇〇に効くと言われてます。」のような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保持増進効果等がある可能性を表示している表現であっても、〇〇の内容が医師等の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なども誇大表示に該当してきます。