Ⅱ　健康増進法に基づく誇大表示の禁止

(1) 健康増進法第 65 条第 1 項の規定

健康増進法第 65 条第 1 項には、

『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（以下「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。』

という規定があり、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際は、健康保持増進効果等について虚偽誇大表示をすることが禁止されています。

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ためです。

誇大表示の禁止に違反する表示を行った場合

消費者庁長官及び都道府県知事、保健所設置市長、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 月以下の拘禁刑又は 100 万円以下の罰金（健康増進法第 71 条）

(2)「食品として販売に供する物」の範囲

食品として販売される無承認無許可医薬品や、生鮮食品等明らかに医薬品医療機器等法※（通称：薬機法）の適用対象とならない食品についても規制の対象になります。

(3)「広告その他の表示」とは

健康増進法第 65 条第 1 項で規定する「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表示であり、例えば、次に掲げるものをいいます。

ア　商品、容器又は包装及びこれらに添付した物
イ　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。）等
ウ　ポスター、看板、ネオン・サイン、アドバルーン、陳列物、実演等
エ　新聞紙、雑誌その他の出版物、放送、電光等
オ　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

(4) 規制の対象となる者

「何人も」虚偽誇大表示をしてはならないと定めています。そのため、食品の製造業者、販売業者等に限らず「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、規制の対象となります。

(5)「健康保持増進効果等」に該当する表示例

健康増進法では、次のような事項について、虚偽誇大表示を行うことは禁止されています。

虚偽誇大であるかを問わず、医薬品医療機器等法※（通称：薬機法）や景品表示法上も問題となる場合があるので、詳細は各法令をご確認ください。

※　正式名称は「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」

健康保持増進効果等	表示例
①　疾病の治療又は予防を目的とする効果	「末期ガンが治る」、「インフルエンザ、コロナウイルスの予防に」、「虫歯にならない」、「アレルギー症状を緩和する」等
②　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」、「強精（強性）強壮」、「体力増強」、「食欲増進」、「老化防止」、「免疫機能の向上」等
③　特定の保健の用途に適する旨の効果	「体脂肪を減らすのを助ける」、「この製品は血圧が高めの方に適する」等
④　栄養成分の効果	「カルシウムは、骨や歯の形成に必要な栄養素です」等
⑤　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	「皮膚にうるおいを与えます」、「美肌、美白効果が得られます」、「美しい理想の体形に」等
⑥　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○○」、「妊活」、「腸活」、「デトックス○○」、「血糖下降茶」、「血液サラサラ」等
⑦　含有成分の表示及び説明により表示するもの	「ダイエットの効果で知られる○○○を××㎎配合」等
⑧　起源、由来等の説明により表示するもの	「○○○という古い自然科学書をみると×××は肥満を防止し、消化を助けるとある。こうした経験が昔から伝えられていたが故に食膳に必ず備えられたものである。」等
⑨　身体の組織機能等に係る不安や悩みなどの問題事項を例示して表示するもの	「最近、体力の衰えを感じるのは、○○が不足しているせいかもしれません。」等
⑩　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	○○　○○　（××県、△△歳）「××を３か月間毎朝続けて食べたら、9kg やせました。」等
⑪　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○○食品」、「○○研究所推薦○○食品」等

注意！

「健康保持増進効果等」について、禁止の対象となる「誇大表示」に該当するか否かの判断は、一般消費者が表示から受ける印象・認識が基準となります。特定の文言や表現等を一律に禁止するものではなく、その適用は表示全体の訴求内容によって判断されます。

(6) 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表示」

ア　「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に書かれた内容と当該食品を摂取した場合に実際に得られる真の効果との相違を知っていれば、誘引されることは通常ないであろうと判断できる場合　等

イ　「事実に相違する」とは

広告等において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○ kg 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し、又はねつ造された資料を表示した場合　等

ウ　「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等を排出し、又は燃焼させることをイメージさせる場合や、根拠となる学術データのうち、当該食品にとって不都合な箇所を捨象し、有利な箇所のみを引用する場合　等

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係通知をご確認ください。
消費者庁ホームページ（誇大表示の禁止） https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/extravagant_advertisement/