

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(要約版)



■ 景品表示法及び健康増進法による健康食品の虚偽誇大表示等の禁止

健康の保持増進の効果等が必ずしも実証されていないにもかか わらず、当該効果等を期待させるような健康増進法上の虚偽誇 大表示や景品表示法上の優良誤認表示(これらを併せて「虚偽 誇大表示等」という。) に該当する宣伝等は、禁止の対象とな る。なお、これらの法律の規定は、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 より判断される。





●「健康食品」の定義

本留意事項では、トクホや機能性表示食品等の保健機能食品を含め、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。

●「健康保持増進効果等」とは

「健康保持増進効果等」は、健康状態の改善又は維持を目的とした「健康の保持増進 の効果」と「内閣府令で定める事項」に分類され、疾病の治療又は予防を目的とする 効果、身体の組織機能の増強を主たる目的とする効果、栄養成分の効果、人の身体の 美化に資する効果等が該当し、暗示的又は間接的に表現するものも含む。



景品表示法及び健康増進法上の「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って、各種広告媒体にお ける表示のみならず、口頭勧誘等も該当する。なお、商品名を広告等において明示し ない場合であっても、広告等における説明などによって特定の商品に誘引するような 事情が認められるときは、景品表示法及び健康増進法上の「表示」に該当する。

● 規制の対象となる者

景品表示法において規制の対象となるのは、商品・サービスを供給する事業者である が、健康増進法は「何人も」虚偽誇大表示をしてはならないと定めているため、食品 の販売業者等に限定されることなく「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、規制の対象となり得る。



●景品表示法及び健康増進法上の「著しく」とは

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 るなどの「虚偽誇大表示等」を禁止している。例えば、一般消費者が、 実際に得られる真の効果が広告その他の表示に書かれたとおりではない ことを知っていれば、その食品に誘引されることは通常ないと判断され る場合は、「著しく」に該当する。





● 不実証広告規制における「合理的な根拠」の判断基準とは

合理的な根拠資料を示すことができない効果・性能の広告その他の表示は、景品表 示法第7条第2項の規定に基づき優良誤認表示とみなされる。この規制の適用につ いての考え方は、「不当景品類及び不当表示防止法第7条第2項の運用指針-不実証 広告規制に関する指針-」に示されており、表示の裏付けとなる資料に関する「合理 的な根拠」の判断基準は、次のとおりである。

- ① 提出資料が客観的に実証された内容のものである
- 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



お申込みはお電話かハガキ・FAXで!

3 0120-○○-△△△△ (24時間受付)

FAX 03-1234-△△△ (24時間受付)

株式会社〇×△フード 〒100-〇〇〇〇 東京都千代田区□□町1丁目1番地1号 申込番号 9▲7

●お支払/コンビに後払い●送料・支払手数料/無料●お届け/お申込後1 週間程度●全額返金保証/商品到着30日以内のお電話に限ります。返品の場合の返送料・返金手数料はお客様負担。

(フリガナ)

][郵便

ハガキ・FAXの場合は【申込番号】【個数】【名前

お腹1粒

番号】【住所】【電話番号】【生年月日】を御記入ください。