

「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）」に関する意見書

2013年（平成25年）11月29日
日本弁護士連合会

意見の趣旨

- 1 「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）」（以下「本留意事項案」という。）における対象商品に、保健機能食品（特定保健用食品、栄養機能食品）を含め、保健機能食品についても許可された保健機能等を超える内容の広告その他の表示は、健康増進法第32条の2の虚偽誇大広告等に該当する旨の注意を促すべきである。
- 2 本留意事項案「第4 景品表示法及び健康増進法上問題となる表示例」の「1 違反となる表示例」の「(1) 疾病の治療又は予防を目的とする効果の表示例」及び「(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の表示例」において、これらの表示は、薬事法に違反するおそれがあることについても注意を促すべきである。
また、「(3) 特定の保健の用途に適する旨の効果の表示例」及び「(4) 成分に関する表示例」においては、いわゆる健康食品が保健機能食品と誤解されないよう注意を促すべきである。

意見の理由

第1 対象商品に保健機能食品を加えるべきこと

- 1 本留意事項案の「第1 はじめに」で述べられているように、いわゆる健康食品については、虚偽誇大と思われる広告・宣伝や不当表示にあたると思われるものが巷にあふれている。

しかし、健康増進法第32条の2第1項は、「何人も、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。」と定めているため、単に事実に相違し、人を誤認させる表示は合法とされてしまう。

また、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）第4条第1項第1号においても、「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、（中略）、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もの」を不当表示として禁止しているに過ぎない。そのため、著しく優良であるかどうかについて、判断の分かれる場合が多々見受けられてきた。

そこで消費者庁は、具体的な表現例や、これまでに景品表示法及び健康増進法において問題となった違反事例等を用いて、本留意事項案として取りまとめて公表するとしている。

2 ところで、本留意事項案では、対象商品を「いわゆる健康食品」に限定している（本留意事項案第2の2参照）。

しかし、近時、特定保健用食品の広告において、過剰な演出がなされ、許可を受けた保健機能について一般消費者に誤解を生じさせる事例があり、社会的な問題になっている。それに、景品表示法も健康増進法も食品全般を対象としており、保健機能食品（特定保健用食品、栄養機能食品）を対象商品から除外する理由はない。

したがって、保健機能食品を対象商品に加えるべきである。

その上で、保健機能食品についても許可された保健機能等を超える内容の広告その他の表示は、健康増進法第32条の2の虚偽誇大広告等に該当する旨の注意を促すべきである。

第2 薬事法違反及び保健機能食品との誤解に注意を促すべきこと

1 当連合会は、2013年11月26日、「いわゆる健康食品の表示・広告規制の在り方についての意見書」を公表した。この中で、いわゆる健康食品の広告の適正化に関する意見として次の内容を盛り込んでいる。

(1) 健康増進法第32条の2第1項で定められている広告禁止の範囲について
健康増進法第32条の2第1項で定められている広告禁止の範囲を、次のと
おり変更すべきである。

- ① 同条第1項の健康増進効果等には、医薬品の効能効果の広告を含まないことを明記すべきである。
- ② 同条第1項の健康増進効果等について、事実に反する広告、その効果について科学的な確証のない広告を禁止すべきである。
- ③ 保健機能食品以外の食品について、保健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広告を禁止すべきである。

2 同意見書においては、「健康増進法第32条の2第1項の問題点」として概

ね以下のように述べた。

まず、健康増進効果等の表示・広告には、どういったものが含まれるのかについて、「食品として販売に供する物に関する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）」（2003年8月29日付け薬食発第0829007号）（以下「ガイドライン」という。）では、次の①から④の内容が含まれるとされる。

- ①疾病の治療又は予防を目的とする効果
- 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
- ③特定の保健の用途に適する旨の効果
- ④栄養成分の効果

しかしそもそも、上記①、②は、医薬品としての効能効果の広告であって、薬事法により禁止されている。これを、健康増進法において、著しく事実に相違しない限り広告として認めるのは、制度的に矛盾している。

また、③特定の保健の用途に適する旨の効果としている下記の表示は、特定保健用食品を除いて医薬品の効能効果を暗示するものに相当するとされる。特定保健用食品以外の食品について、健康増進法において、広告として認めるのは、薬事法との関係で制度的に矛盾している。

- ア 容易に測定可能な体調の指標の維持に適する又は改善に役立つ旨
- イ 身体の生理機能、組織機能の良好な維持に適する又は改善に役立つ旨
- ウ 身体の状態を本人が自覚でき、一時的であって継続的、慢性的でない体調の変化の改善に役立つ旨

以上のとおり、現行の健康増進法の広告規制は、薬事法や保健機能食品表示制度と矛盾抵触しているし、著しい程度に至らない限り、事実に相違する健康増進効果を広告してよいとのルールとなっており不合理である。

まず、薬事法との抵触を避けるため、健康増進効果について、医薬品としての効能効果を含まないことを明記すべきである（同条項から外しても、薬事法第68条で規制されている。）。

次に、保健機能食品表示制度との抵触をさけるため、健康増進効果のうち、保健機能については、特定保健用食品以外の広告を禁止し、栄養機能については、栄養機能食品以外の広告を禁止すべきである。

さらに、国民に対する不適切な健康増進に関する情報流通を規制するため、事実に反する広告は禁止すべきである。

また、効果について科学的に確証のない健康増進効果の広告を禁止すべきで

ある。

3 以上、当連合会は、健康増進法第32条の2第1項の規定を抜本的に改正すべきであると主張している。したがって、本留意事項案の改定にあたっても、上記意見を踏まえた対応が必要であると考える。

4 本留意事項案は、健康増進効果の内容について、ガイドラインを踏襲し（本留意事項案第2の3）、「第4 景品表示法及び健康増進法上問題となる表示例」の「1 違反となる表示例」において、

（1）疾病の治療又は予防を目的とする効果の表示例

（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の表示例

（3）特定の保健の用途に適する旨の効果の表示例

（4）成分に関する表示例

について、留意すべき点を述べているが、（1）（2）の表示が薬事法に違反するおそれがあること、（3）（4）の表示が、保健機能食品表示制度に抵触するおそれがあることの指摘が全くなされていない。

これでは、事業者に、いわゆる健康食品に医薬品としての効能効果を一定の範囲で広告してもよいといった誤解を与えるおそれが極めて高い。

そこで、（1）（2）については、薬事法に違反するおそれがあることについても注意を促すべきである。

また、（3）（4）については、いわゆる健康食品が保健機能食品と誤解されないように注意を促すべきである。

以上