

○ 景品表示法に基づく法的措置の推移

年度	措置命令 (※)	違反法条の内訳			課徴金 納付命令 (金額合計)
		優良誤認表示	有利誤認表示	その他	
平成27年度	13	11	2	1	
平成28年度	27	21	5	2	1 (4億8507万円)
平成29年度	50	27	20	4	19 (3億9153万円)
平成30年度	46	41	14	1	20 (5億801万円)
令和元年度	40	32	9	1	17 (4億6559万円)
令和2年度	33	32	2	0	15 (11億7238万円)

(※)関係法条が2以上にわたる案件があるため、措置命令件数と違反法条の内訳の合計数は一致しない。

景品表示法に基づく不実証広告規制

○ 景品表示法第7条第2項（不実証広告規制）

- 消費者庁が当該事業者に対して、合理的根拠の資料提出を求めることができる。（提出期限は、**原則15日**）
- 提出資料が、合理的根拠と認められない場合、当該表示は優良誤認とみなされ、行政処分（措置命令）の対象となる。



「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 -」

平成15年10月28日 公正取引委員会 一部改正 平成28年4月1日 消費者庁

➤ **合理的根拠**と認められるためには、次の二つの要件を満たす必要がある。

① **提出資料が客観的に実証された内容のものであること**

※ 「客観的に実証された内容」とは、次のいずれかである。

ア 試験・調査によって得られた結果

イ 専門家、専門家団体若しくは専門機関の見解又は学術文献

【提出資料が客観的に実証された内容のものでないものの例】

- ・ 提出資料が商品に含まれる成分に関するウェブサイト上の表示や、ショッピングサイトでのレビューの内容をまとめたものにすぎず、表示された効果に関連する分野を専門として実務、研究、調査等を行う専門家、専門家団体若しくは専門機関の見解又は学術文献ではなかった。等

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**

【表示された効果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ないものの例】

- ・ 提出資料が、商品に含まれる成分に関するウェブサイト上の情報をまとめたものであって、表示された本件商品自体の効果を実証するものでなかった。等

参考

日用雑貨品等の販売業を営む事業者による審決取消請求事件判決（抄）
（東京高等裁判所判決平成22年11月26日）
（東京高等裁判所平成21年（行ケ）第45号）

同法4条2項が新設されたのは、従前は、被告（注：公正取引委員会。以下同じ。）が、表示が実際のものよりも著しく優良であると示すものかどうかを調査して実証しなければならず、判断が下されるまでに多大な時間を要していたことについて、表示に対する消費者意識の高まりを受け、立証責任を事業者に転嫁し、表示が実際のものよりも著しく優良であると示すものでないことを事業者が立証しなければならないものとしたのである。すなわち、当該商品に付された表示に沿った効果・性能を有しない商品が販売されると、公正な競争を阻害し、一般消費者の利益を損なうおそれ強いが、他方、被告が表示に沿った効果・性能を立証するためには、専門機関による調査、鑑定等に多大な時間を要し、その間も当該商品が販売され続け、一般消費者の被害が拡大するおそれがあることに鑑み、迅速・適正な審査を行い、速やかに処分を行うことにより公正な競争を確保し、これにより一般消費者の被害の拡大を防いで、一般消費者の表示に対する信頼を保護し、その利益を保護しようとするものである。そうすると、事業者が一般消費者向けに販売する商品について、効果・性能の優良性を示す表示を行う場合は、表示に沿った効果・性能がないかもしれないことによる不利益は一般消費者に負担させるべきではなく、当該商品に関する情報へのアクセスが容易であり、知識・判断力等において優る表示者（事業者）が負担すべきこととなる。また、事業者は、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料をあらかじめ有した上で表示を行うべきであり、かかる資料を有しないまま表示をして販売を行ってはならないのである。

PICO (ピコ)

- **P (Participants : 誰に)**
- **I (Intervention : 何をすると)**
- **C (Comparison:何と比較して)**
- **O (Outcome : どうなるか)**

機能性表示食品に対する食品表示等関係法令に基づく 事後的規制(事後チェック)の透明性の確保等に関する指針

規制改革実施計画における「機能性表示食品制度の運用改善」を踏まえ、
事業者の予見性を高めるべく有識者や業界団体の意見も聴き、指針を作成
令和2年1月～2月パブリックコメント募集、令和2年4月1日運用開始

<指針の概要>

第1 科学的根拠に関する事項

- 科学的根拠が合理性を欠く場合として、事後チェックにおいて問題となるおそれがある事例を記載
例：機能性の評価項目における介入群と対照群の群間比較で統計的に有意差($P < 0.05$)が認められない場合

第2 広告表示に関する事項

- 機能性の範囲を逸脱した広告表示として、景品表示法上問題となるおそれがある事例を記載
例：機能性の内容が、内臓脂肪の減少により、外見上身体の変化がわかるほどの腹部の痩身効果が得られるものではないにもかかわらず、そのような効果が得られると一般消費者に誤認を与える場合

第3 客観的評価機関の評価結果等に対する景品表示法上の取扱い

- 客観的立場を有すると認められる機関等において、科学的根拠資料が妥当との評価を受けたものについては、景品表示法上問題となるものとは取り扱わない旨を記載

景品表示法・健康増進法上における健康食品の分類

健康食品とは

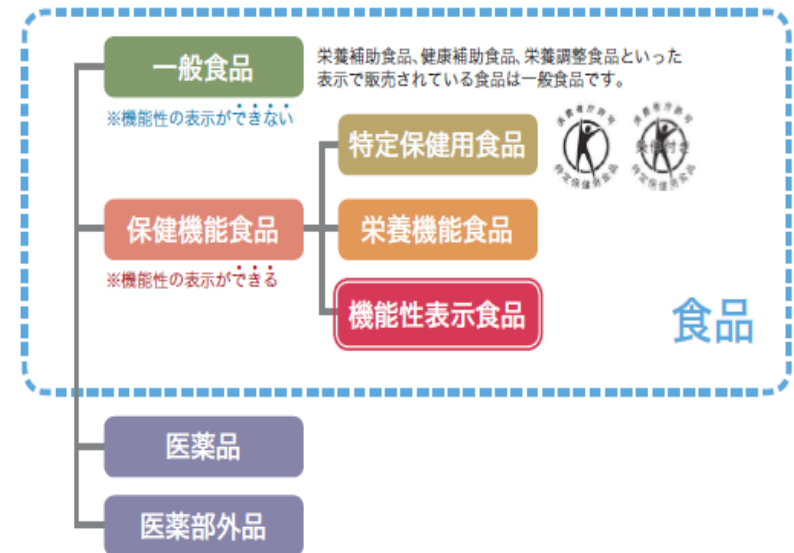
健康食品とは、一般的に、健康に良いことをうたった食品全般のことをいう。

また、健康増進法第65条第1項では、食品として販売に供する物に関し、“健康保持増進効果等”について虚偽誇大な表示をすることを禁止している。このため、本項では、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。

保健機能食品とは

健康食品のうち、次のものをいう。

- **特定保健用食品**：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、特定の保健の目的が期待できる旨の表示を許可又は承認された食品
(個別許可型 ▶ 国の許可)
- **機能性表示食品**：機能性関与成分によって特定の保健の目的（疾病リスクの低減に係るものを除く）が期待できる旨を科学的根拠に基づいて容器包装に表示する食品
(自己認証型 ▶ 国への届出)
- **栄養機能食品**：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
(自己認証型 ▶ 国への届出不要)



○ 健康保持増進効果等とは

1. **疾病の治療又は予防を目的とする効果**（医薬品の効能効果に相当）
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**（医薬品の効能効果に相当）
3. **特定の保健の用途に適する旨の効果**
 - ① 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
 - ② 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
 - ③ 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
 - ④ 体調の変化の改善に役立つ旨

○ 健康保持増進効果等とは

4. 栄養成分の効果

5. 内閣府令で定める事項

- ① 含有する食品又は成分の量
- ② 特定の食品又は成分を含有する旨
- ③ 熱量（カロリー、エネルギー）
- ④ 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

➤ 「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を含む。

○ 薬機法上の医薬品的効果効能との関係

健康増進法の健康保持増進効果等における「疾病の治療又は予防を目的とする効果」及び「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」のような医薬品的な効果効能を標ぼうするものは、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、医薬品医療機器等法上の医薬品とみなされ、野菜、果物、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ものを除き**、原則として、医薬品医療機器等法上の承認を受けずにその名称、製造方法、効能、効果に関する広告をしてはならない（医薬品医療機器等法第68条）。



「明らかに食品と認識されるもの」であっても、効果効能に係る虚偽・誇大表示は、景品表示法及び健康増進法の規制を受ける。

不実証広告規制の実効性を高める 健康食品セカンドオピニオン制度

国が提供する健康食品素材情報DB

健康食品に関する信頼できる情報源の提供について

消費者庁では、健康食品の安全性や有効性について、消費者の方々に向けた情報提供の充実を図るための「セカンドオピニオン事業」に取り組んでいます。

セカンドオピニオン事業とは？

広告宣伝されている健康食品の有効成分について、医学や薬学など複数の専門家に科学的見地から有効性等の評価を依頼し、その情報を不当表示の取扱いや、「健康食品」の安全性・有効性情報の素材情報データベースを介した消費者の方々への情報提供に活用していく事業です。

信頼できる情報源として、国立健康・栄養研究所の「健康食品」の安全性・有効性に関する素材情報データベースを御活用ください！

国立健康・栄養研究所 素材情報データベース
https://hfnet.nih.go.jp/contents/indiv.html

【問合せ先】消費者庁表示対策課 食品表示対策室
〒100-8588 東京都千代田区霞が関1-1-1 中央省庁会館4階
電話 03-3570-8810（代表）
（平成28年11月作成）

「健康食品」の安全性・有効性情報
Information system on safety and effectiveness for health foods

「健康食品」の素材情報データベース

和名	英名	学名	更新日
亜鉛	Zinc (Zn)	-	2016/08/24
糞土	soilru	-	2015/10/16
高ガクワルズ、ガクワルズ、アキノクニシキクマシ	Butea Superba, Butea Gum Tree, Kwaoo Kwaoo Dang, Red Kwaoo Kwaoo	Butea superba	2013/11/06
アカシア樹皮抽出物	Black Wattle bark extract	Acacia mesami de Wild	2014/04/22
アケビ	-	Astilbe thunbergii (Sieb. et Zucc.) Miq. Var. thunbergii	2008/11/19
アケビ、アケビ、アケビ、アケビ	Stigeyer Elm, Meuse Elm, Red Elm, Sweet Elm	Ulmus rubra, Ulmus fulva	2010/08/03
アカシキ	Logwood, Bloodwood, Peachwood	Haematoxylum campechianum, Haematoxylum lignum	2014/02/24
アグア、アグア	Agave, Maguey	Agave americana L.	2015/04/15

国立健康・栄養研究所 素材情報データベース
https://hfnet.nih.go.jp/contents/indiv.html

水素水 Hydrogen water

俗に、「活性酸素を除去する」「がんを予防する」「ダイエット効果がある」などと言われているが、ヒトでの有効性について信頼できる十分なデータが見当たらない。現時点における水素水のヒトにおける有効性や安全性の検討は、ほとんどが疾病を有する患者を対象に実施された予備的研究であり、それらの研究結果は、健康な人が市販の多様な水素水の製品を摂取した時の有効性を示す根拠になるとはいえない。

暗示や間接的な表現等に対する措置

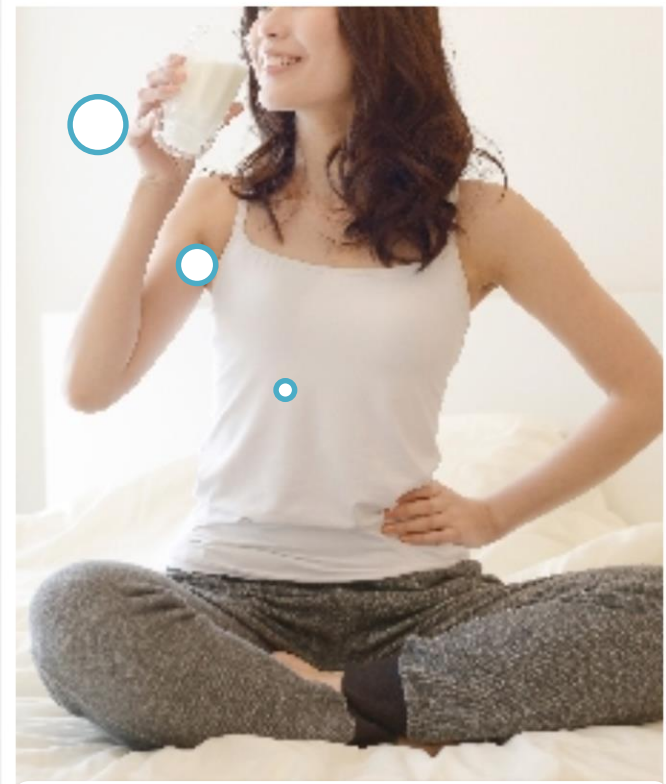
景表法・健増法の広告規制は、言葉狩りではない
消費者がどう思うか、何を期待するかで判断する
事業者の故意、過失は問わない

暗示・間接表現例

ポッコリお腹にたまった
余分なものがすっきり!!



脂肪分解・燃焼の暗示



便通改善の暗示

(1) 瘦身効果についての広告例

2014年〇〇ショッピング♪
年間ランキング ダイエット部門 1位

2015年〇〇ストア
上期ランキング ダイエット部門 1位

デイリーランキングでも、1位常連

TV・雑誌等のメディア紹介実績多数あり

あのモデルや芸能人も愛用者!

当社調べ
※当社が販売するダイエットサプリメント

ブヨブヨお腹が、たったの1粒で……!

管理栄養士が発見! 飲むだけでドンドン落ちる!

「ブヨブヨ」お腹が、たったの1粒で落ちる! 飲むだけでドンドン落ちる!

「ブヨブヨ」お腹が、たったの1粒で落ちる! 飲むだけでドンドン落ちる!

1日1粒、食後に飲むだけで、体重が1kg減りました!

	Before	After
体脂肪	31.4%	20.1%
体重	72.2kg	57.8kg
体高	93.4cm	83.7cm
BMI	53.6cm	44.2cm
合計	52.3kg	43.2kg

念願の40kg台! 人生を変える離れの効果!

30日間全額返金保証

ぶよぶよファイバー (30粒入り)

初回ご注文の方に限り

通常価格 6,000円 (税込) → 3,000円 (税込) 送料無料で!

お申込みはお電話かハガキ・FAXで!

0120-〇〇-△△△△ (24時間受付)

FAX 03-1234-△△△△ (24時間受付)

お申し込みはハガキ・FAXで! 8ハガキ・FAXの場合は【申込番号】【個数】【名前(フリガナ)】【郵便番号】【住所】【電話番号】【生年月日】を御記入ください。

お申し込みはハガキ・FAXで! 8ハガキ・FAXの場合は【申込番号】【個数】【名前(フリガナ)】【郵便番号】【住所】【電話番号】【生年月日】を御記入ください。

(2) 糖尿病についての広告例

1 ご飯や麺類、甘い物に気をつけているけど…もう糖なんて気にしない!

「制限」されているけど…

2 糖分を制限されている方を安心にサポート

3 こんなお悩みありませんか?

- 空腹時又は食後の血糖値が気になる
- お酒や甘い物の制限が辛い
- 辛い味付けに飽き飽き…
- 「糖」のために、何かしたいけど、続けられる自信がない…

4 『糖尿対策』には、運動や食事制限が近道とは分かっていても…

どれも長続きしないし、好きな物も食べたい…。薬に頼らなくても、手軽に、短時間で『実感』したいけど、そんな便利なものなんて無いよね…

5 毎日のお食事が楽しみになりました。

40歳を過ぎて、初めて人間ドックを受けたのですが、数値にビックリ! お医者さんからも、このままではマズいことになってしまうと注意されました。それ以来、食事に気をつけるなど、改善に努めました。そんな時、「新緑よもぎ茶」に出会い、すぐに試してみました。飲み始めてすぐに、体の変化を「実感」することができ、2か月くらいで、その「実感」が数値にも現れました。お茶だから、食事のお供に手軽に飲むことができ、味もクセがなく大変飲みやすいです。おかげで今では大好きな揚げ物やお酒も楽しむことができるようになりました。毎日のお食事が楽しみになりました。「糖尿対策」を始める方におすすめしたい商品です。

新緑よもぎ茶

契約農家で栽培した厳選茶葉のみ使用

国産ヨモギ 100%使用

ヨモギの3大成分に着目

●食物繊維 「糖尿対策」に必要な栄養素でもある食物繊維。糖の吸収を緩やかにする働きが確認されており、血糖値やコレステロールの改善に必要な栄養素です。【しかし】現代の食生活では不足傾向にあると言われています。この食物繊維を効果よく摂取することが、『正常』に近づくと一歩です!

●βカロテン βカロテンには、高血糖を防ぐ働きがあり、肥満の抑制はもちろん糖尿病の改善にも役立つことが確認されています。【しかし】βカロテンを日常の食生活で補うのは、野菜をいっぱい食べないとダメなんです。もっと手軽にβカロテンを摂取して、『改善』に近づきましょう!

●「お茶」だから続けられる 「糖分を制限されている方を安心にサポートしたい」という思いから、毎日、手軽に利用できる「お茶」として商品開発しました。当社契約農家で栽培の「国産ヨモギ」のみを使用した商品だからこそ、安全・安心にお召しあがりいただけます。「国産ヨモギ」の自然パワーで、薬に頼らず、『数値改善』、「数値正常」を実現してください。

「実感」の声が続々届いています!

「糖分」をコントロールする

お客様満足度 驚異の96.8%!

96.8%

・味もスッキリして飲みやすいです。
・どんな食事とも相性が良く、よもぎの香りも良いのでオススメです。
・「国産ヨモギ100%」だから、安心して利用できます。
・これまでの食生活のまま「糖尿対策」できるのがうれしいです。

参考

衣料品の小売業等を営む事業者による審決取消請求事件判決（抄）
（東京高等裁判所判決平成20年5月23日）
（東京高等裁判所平成19年（行ケ）第5号）

行政処分たる排除命令が、対象事業者に対する非難可能性を基礎とする民事上・刑事上の制裁とはその性質を異にするものであることを考慮すると、景品表示法4条1項に違反する不当表示行為すなわち違反行為については、不当表示行為すなわち違反行為があれば足り、それ以上に、そのことについて「不当表示を行った者」の故意・過失は要しないものというべきであり、故意・過失が存在しない場合であっても排除命令を発し得るものというべきである。

健康食品に対する取締り事例 (アフィリエイト広告、ステマ等への対応)