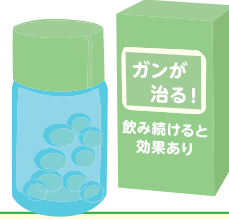


事実に相違すること又は人を誤認させることが明らかであると判断できる広告等としては、以下のような例があります。

(1) 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患について、診断、治療等によることなく治癒できるかのような表現を用いている場合

【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、治療等が必要となるが、こうした表示は、医師による診断、治療等がなくとも、当該疾病を治癒することができると誤認を与えるため



(2) 最上級又はこれに類する表現を用いている場合

※「最高」、「絶対」、「最高級」、「日本一」、「抜群」、「無類」等

【表示例】 「**最高のダイエット食品**」

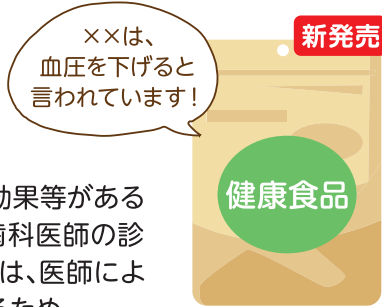
【考え方】 通常、健康増進効果等は、個々人の健康状態や生活習慣等多くの要因により異なっており、現存する製品の中で最高の効果を発揮することは立証できないため



(3) 伝聞、他者の表現等を通じて健康増進効果等がある可能性を表示している場合

【表示例】 「**〇〇に効くと言われています。**」

【考え方】 世間の評判・伝承・学説等があること等をもって、健康増進効果等があることを強調し、又は暗示するものについても、〇〇が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できない疾患の場合には、医師による診断、治療等がなくとも、治癒することができると誤認を与えるため



### 誇大表示の禁止に関する情報

過度な期待感を与える広告には気を付けよう!

#### ●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ご覧ください。  
[http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/extravagant\\_advertisement/](http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/extravagant_advertisement/)



#### ●東京都ホームページ【食品衛生の窓】

東京都のホームページでも、誇大表示の禁止に関する概要を知ることができます。  
[http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/shokuhin/hyouji/shokuhyouhou\\_eiyou\\_kodai.html](http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/shokuhin/hyouji/shokuhyouhou_eiyou_kodai.html)

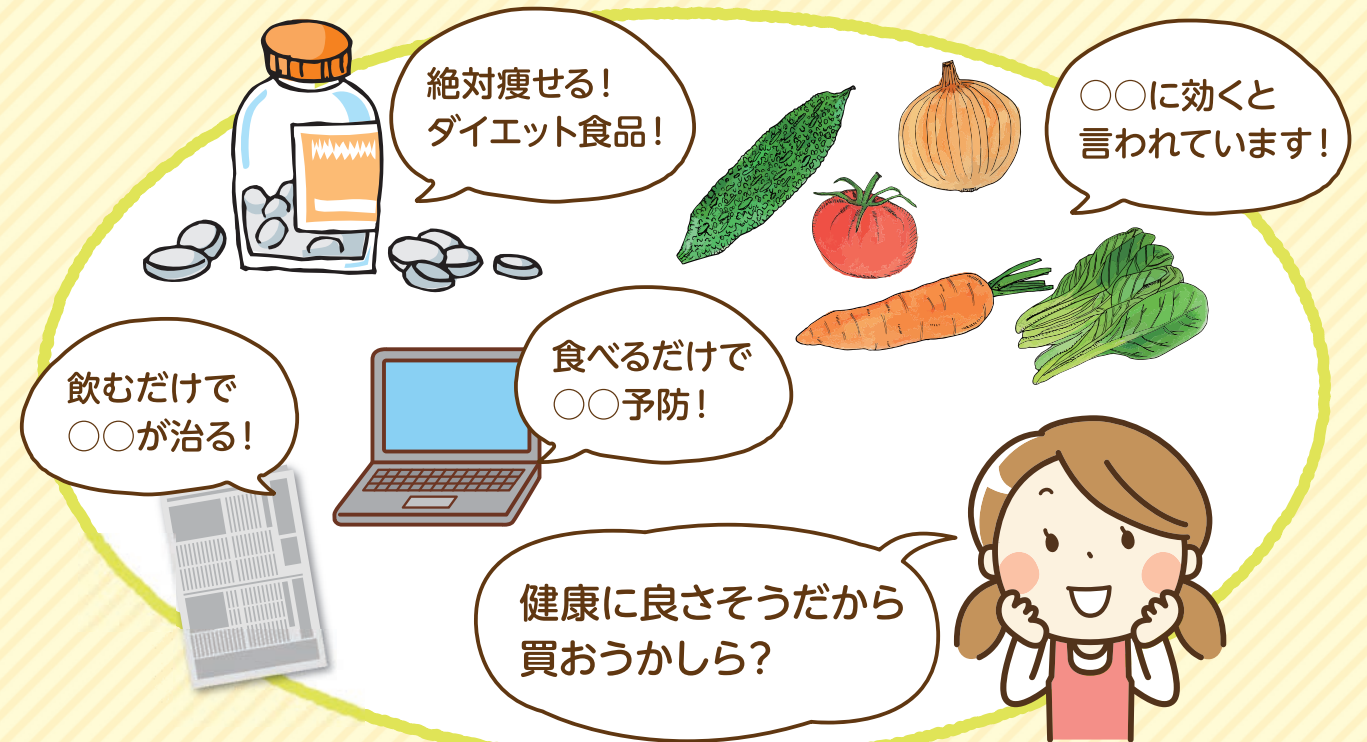


虚偽誇大広告等の禁止についての御相談は、所管の保健所へお問合せください。

その表示大丈夫!?

# 食品の虚偽誇大広告等の禁止

健康増進法では、**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(「虚偽誇大広告等」といいます。)を禁止しています。(健康増進法第31条第1項)



広告その他の表示中には、必ずしも健康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広告等が見受けられます。これらの広告等が放置された場合、疾病を抱える消費者が適切な診療機会を逸してしまう等、健康に重大な支障が生じるおそれがあります。

健康増進効果等を表示しようとする者には、消費者がその食品の内容を理解し、適切に摂取することができるよう、**健康増進効果等について、客観的で正確な情報を伝える責務があります!**



## 虚偽誇大広告等を行うと…

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に重大な影響を与えるおそれがある場合、  
その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32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32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36条の2)

※平成28年4月より、誇大表示の禁止に係る勧告・命令権限が、都道府県、保健所設置市及び特別区に移譲されました。

「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、容器又は包装による広告その他の表示及びこれらに添付した物による広告その他の表示
- 見本、チラシ、パンフレット、説明書面(ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。)、口頭(電話によるものを含む。)による広告その他の表示
- ポスター、看板、ネオン・サイン、アドバルーン、陳列物、実演等による広告その他の表示
- 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送、電光等による広告その他の表示
- インターネット、パソコン通信等による広告その他の表示

「健康保持増進効果等」とは、以下のようなものです。「健康保持増進効果等」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」表示をした場合は違反\*となります。

健康保持増進効果等	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」、 「花粉症に効果あり」、「インフルエンザの予防に」等
身体の組織機能の増強、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」、「脂肪燃焼を促進!」等
特定の保健の用途に適する旨の効果	「本品はおなかの調子を整えます」、 「この製品は血圧が高めの方に適する」等
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

健康保持増進効果等	表示例
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
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
起源、由来等の説明により表示するもの	「〇〇〇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、×××は食膳に必ず備えられたものである。」等
新聞、雑誌等の記事、医師、学者等の談話、学説、経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なら、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

※虚偽誇大広告等に該当するかは、実際に得られる効果と表示内容が適切に対応しているか等を踏まえ、個別に判断されます。

禁止の対象となる「著しく事実に相違する」又は「著しく人を誤認させる」であるか否かの判断に当たっては、表示内容全体から一般消費者が受ける印象・認識が基準となります。

### (1) 「著しく」とは…

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



### (2) 「事実に相違する」とは…

広告等において強調される表示内容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。」と表示する場合や、体験談をねつ造等し、又はねつ造された資料を表示した場合等

### (3) 「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、摂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を排出し、又は燃焼させることをイメージさせる場合  
● 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無視し、有利な箇所のみを引用する場合等