

「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」の
一部改定（案）に関する意見

2022年9月7日
一般社団法人新経済連盟

| 該当箇所 | 意見・理由 |
|----------------------------------|--|
| 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全体について | <p>(意見)</p> <p>留意事項の改定に当たっては、関係する事業者等から意見を聴取し、実務実態や現場での課題などを把握した上で改定案を作成するなど、丁寧な改定の手続を踏んでいただきたい。</p> <p>また、本留意事項も踏まえた健康食品等に関する虚偽・誇大表示の監視及びこれに基づく改善要請などの行政による活動において、消費者庁が不適切と考える表示の内容を具体的かつ適正に示すとともに、不適切と考える根拠等を適切に示して、事業者の予見可能性を確保されたい。</p> <p>(理由)</p> <p>健康食品等に関する虚偽・誇大表示の監視及びこれに基づく改善要請については、本留意事項も踏まえ実施されているものと承知しているが、昨今、事業者からは、こうした監視及び改善指導について、判断基準や指導内容に変遷、ゆらぎなどがあり、それらは明示されていないことから、予見可能性がなく、困惑しているとの声が寄せられている。また、改善要請などの際に、表示のどの部分が法令違反のおそれがあるのか必ずしも明らかでないまま表示全体として不適切であり修正するよう指導される場合や、根拠について適切な説明がなされない場合があると聞いている。実務においてはそのような課題があるにもかかわらず、今回のような実務に大きな影響がある留意事項の改定に当たって、事前に関係する事業者等から意見を聴取するなど、事業者側の実務実態や現場での課題を把握するための作業が実施されなかったことは誠に遺憾である。事業者が前向きに表示内容の改善や不適切表示の防止に努めることができるよう、また、留意事項が実務において活用しやすいものとなるよう、改定にあたって丁寧な手続を踏むとともに、そのような手続を経ることで、事業者と消費者庁の間で不適切表示に関する共通認識が持てるようにしていただきたい。</p> |

| | |
|---|--|
| <p>第3 景品表示法及び健康増進法について</p> <p>2 景品表示法及び健康増進法上の「表示」</p> <p>「特定の食品や成分の名称を商品名やブランド名とすることなどにより、特定の食品や成分の健康保持増進効果等に関する広告等に接した一般消費者に特定の商品を想起させるような事情が認められるとき」との記載について</p> | <p>(意見)</p> <p>「特定の食品や成分の健康保持増進効果等に関する広告等に接した一般消費者に特定の商品を想起させるような事情」とは、どのような事情を想定し、また、そのような事情が認められない場合とはどのような場合を想定しているのか。</p> <p>個別の事案に基づき判断されることは当然であるが、現時点で想定している例などをそれぞれ可能な限り具体的かつ網羅的に示していただきたい。</p> <p>(理由)</p> <p>特定の食品や成分の名称を商品名やブランド名とした者が、当該特定の食品や成分の健康保持増進効果等に関する広告その他の表示を行った場合に、全て景品表示法及び健康増進法上の「表示」に該当する、とするのではなく、「特定の商品を想起させるような事情が認められるとき」に「表示」に該当することとしているのは、そのような事情が認められない場合も想定しているものと考えられるが、これを可能な限り明らかにすることは、予見可能性を高め、表示の適正な取扱いや消費者保護を確保するために必要である。</p> |
| <p>第3 景品表示法及び健康増進法について</p> <p>3 規制の対象となる者</p> <p>(3) 表示をした事業者</p> | <p>(意見)</p> <p>以下の認識のとおり相違ないか確認させていただきたい。</p> <ul style="list-style-type: none"> 今般改正される広告主の表示主体性に関する記載については、広告主に表示主体性がない表示についてまで広告主による措置を求めるものではなく、あくまで、広告主が自ら作成する表示や、広告主からアフィリエイター等に表示の作成を委ねる表示など、広告主が表示の内容の決定に関与した表示について措置を求めるものである 広告主が表示の内容の決定に関与したかどうかは、当該表示にかかる取引の態様や事実関係等の実態に応じて個別に判断される <p>(理由)</p> <p>上記の事項については、事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針(平成26年11月14日内閣府告示第276号)の本年6月29日付け改正時に関するパブリックコメントにおいても確認したものであるが、今般、本留意事項にも同様の記載が追記されることから、その趣旨等について相違ないか確認したい。</p> |
| <p>第3 景品表示法及び健康増進法について</p> <p>3 規制の対象となる者</p> | <p>(意見)</p> <p>アフィリエイトプログラムを利用した広告主が表示内容の決定に関与したと認められる場合の具体例を更に記載すべきである。</p> |

| | |
|--|--|
| <p>(3) 表示をした事業者</p> | <p>(理由)</p> <p>アフィリエイトプログラムを利用した場合であっても、広告主が表示内容の決定に関与した場合として、「広告主自らが表示内容を決定することができるにもかかわらず他の者であるアフィリエイターに表示内容の決定を委ねている場合」が例示されているが、予見可能性を高め、表示の適正な取扱いや消費者保護を確保するため、当該記載に加え、広告主が表示内容の決定に関与したと認められる場合の例を可能な限り網羅的かつ具体的に記載すべきである。</p> |
| <p>第3 景品表示法及び健康増進法について</p> <p>3 規制の対象となる者</p> <p>(3) 表示をした事業者</p> | <p>(意見)</p> <p>事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針(平成26年11月14日内閣府告示第276号)第4の3中の(注5)の記載等と同様に、アフィリエイトプログラムを利用した広告主が「表示内容の決定に関与したとされることはないと考えられる」とされる場合に関する記載も追記すべきである。</p> <p>(理由)</p> <p>上記指針及び「インターネット消費者取引に係る広告表示に関する景品表示法上の問題点及び留意事項」(平成23年10月28日消費者庁)において、アフィリエイトプログラムを利用した広告主の表示主体性が否定される場合について記載されている。</p> <p>これを踏まえれば、本留意事項においても、あえて当該記載をしないこととする理由はなく、広告主の表示主体性が否定される場合についても記載することが適当と考える。</p> |
| <p>第4 景品表示法及び健康増進法上問題となる表示例</p> <p>2 保健機能食品以外の健康食品(いわゆる健康食品)において問題となる表示例</p> <p>(1) 解消に至らない身体の組織機能等に係る不安や悩みなどの問題事項等の例示</p> | <p>(意見)</p> <p>第4の2の(1)について、問題となる表示の具体例を記載すべきである。記載しない場合は、その理由を教示いただきたい。</p> <p>(理由)</p> <p>改正前の第4の2においては、全ての項目に問題となる表示の具体例が記載されているが、改正後は、今般新たに追記される(1)にのみ具体例の記載がないことになる。</p> <p>予見可能性を高め、表示の適正な取扱いや消費者保護を確保するため、新たに追記する(1)についても具体例を記載することが適当と考える。</p> |