

健康増進法への差止請求権の導入に関する意見

2012.10.15.

特定非営利活動法人 消費者機構日本
専務理事 磯辺浩一

1. 意見

健康増進法への差止請求権導入について、検討をすすめるべきと考えます。

2. 理由

「いわゆる健康食品」において、食品に含有される成分の機能性が十分に立証されていないにもかかわらず、体験談を多数掲載するなど広告総体として特定の効果を期待させるような広告が行われています。

このような事案に対しては、健康増進法第32条の2（誇大広告の禁止）ならびに、同法の適用について定めたガイドラインによって適切な対応がはかられる必要があります。しかしながら、実際に同法で勧告された事例はいまだありません。指導の事例はありますが、類型的な公表しか行われていないため、消費者にとっては自分が購入している「いわゆる健康食品」に関する指導があったとしても、その指導内容をふまえての選択ができません。（添付資料参照）

同法に差止請求権が導入されれば、行政機関に加え民間の組織である適格消費者団体が事業者に対する是正申し入れ等を行うことが出来るようになり、行政機関の努力に加え、健康増進法にもとづく事業者の行為是正がより進展することが期待できます。

また、差止請求の結果は公表することが努力義務とされており（消費者契約法第27条）健康増進法の適用についてより透明性が高まり、消費者の選択にも資することが期待されます。

なお、景品表示法では、優良誤認表示と有利誤認表示について適格消費者団体の差止請求権が認められています。それとの比較で言っても「著しく事実と相違する表示」や「著しく人を誤認させるような表示」（健康増進法32条の2）については、当然、適格消費者団体に差止請求権が認められてしかるべきです。

3. 差止請求権導入にあたって、検討を求めたい事項

(1) 不実証広告規制の規定の新設と差止請求への適用を

すでに差止請求権が認められている景品表示法において、優良誤認の差止請求の件数は非常に少ない現状があります。この一因として、不実証広告規制（景品表示法第4条第2項）が、適格消費者団体による差止請求には適用されてい

ない点があると考えられます。つまり、適格消費者団体が優良誤認にもとづく差止請求を行おうとすると「実際のものよりも著しく優良である」等の点について、適格消費者団体みずから立証しなければならず、この壁を超えるのがなかなか困難です。

健康増進法には、不実証広告規制の規定は存しませんが、行政機関による執行を容易にするためにも、同様の規定を置くべきと考えます。あわせて、その規定を適格消費者団体による差止請求にも適用することを求めるものです。

(2) 平成15年8月29日付ガイドラインの見直しについて

現行のガイドラインにおいては、『著しく事実に相違する表示』及び『著しく人を誤認させるような表示』に関する規定（第2 法第32条の2の規定により禁止される広告等 3 禁止の対象となる「著しく事実に相違する表示」及び「著しく人を誤認させるような表示」）が厳格であり、「いわゆる健康食品」における、食品に含有される成分の機能性が十分に立証されていないにもかかわらず、体験談を多数掲載するなど広告総体として特定の効果を期待させるような広告への対応を難しくしていると考えられます。例えば、下記のような点について、再検討が必要と考えます。

① 「著しく」について

「例えば一般消費者が広告等書かれた事項と摂取した場合に実際に得られる真の効果との相違を知っていれば、『当該食品を購入することに誘い込まれることはない』等の場合」とされています。これでは、「真の効果」が立証できなければ「著しく」と判断することができなくなってしまいます。実態は、そもそも機能性があることが十分に立証されていない成分を含むものが「いわゆる健康食品」として流通しており、これらに適切な表示を求める観点から考えると、ガイドラインの表記は、「**広告等書かれた事項について、摂取した場合に得られる効果が十分に立証されていないことを知っていれば**」といった表現が妥当と考えます。

② 「事実に相違する」について

(イ)「例えば、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ヶ月間で〇キログラムやせることが実証されています。』と表示する場合」といった例示があります。これだと、具体的（定量的）な効果ではなく抽象的（定性的）な効果をうたった場合に対象にならないとも読めます。よって、現在の表記に加え、「**十分立証されていないにもかかわらず、痛みが軽減されるとか、動きがスムーズになるとか、肌がうるおう等といった感覚的な効果を表示する場合**」を追記すべきと考えま

す。

(ロ)「体験談を捏造等し」といった例示では、捏造していることが要件になっているように受け止められかねません。現在の表記に加え「**または、利用者の中の効果を感じた人の割合を一定の規模において調査し、その結果を記載することなく、個別の体験談等を表示する等し**」と追記すべきと考えます。

③『人を誤認させる』について

「健康保持増進効果等に関し、メリットとなる情報を断定的に表示しているにもかかわらず、デメリットとなる情報が表示されておらず」という例示については、「**健康保持増進効果等に関し、メリットとなる情報を直接的か間接的を問わず表示しているにもかかわらず、デメリットとなる情報が表示されておらず**」といった表記に改めるべきです。

(3) 行政機関と適格消費者団体との情報面での提携を

健康増進法にもとづく事業者への指導・勧告を行う消費者庁食品表示課と同法にもとづく差止請求を行う適格消費者団体の間では、それぞれがどのような事案を検討しているかについて、日常的な情報交換が行われることが望ましいと考えます。それぞれの取り組みの重複をさけるとともに、法令適用の考え方に大きな齟齬をきたさないようにすることが必要と考えられるからです。

また、適格消費者団体のこれまでの活動分野から考えて、「いわゆる健康食品」についての情報提供が集まるとは考えにくく、その情報収集力を補完する意味からは、適格消費者団体と保健所との情報交換なども制度的に位置付けられると、いっそう効果的と考えられます。

4 最後に

健康増進法による誇大表示の規制は、一義的には行政機関で行うべきものであり、これまで以上に積極的な運用を行い、消費者の選択の権利が確保されるような市場環境整備に尽力いただきたいと思います。

以上