

【イギリス】ジャンクフード等のテレビ広告等の規制

専門調査員 海外立法情報調査室主任 南 亮一

* 2022 年 4 月 28 日に制定されたジャンクフード等のテレビ広告等を規制するための法律の実施規則が、2024 年 12 月 2 日に制定された。この法律は、2025 年 10 月 1 日に施行される。

1 背景と経緯

2022 年 4 月 28 日に制定された 2022 年保健医療法（Health and Care Act 2022 (c.31)）の第 172 条及び附則第 18 第 1 部では、特定の食品及び飲料の広告を規制するために 2003 年通信法（Communications Act 2003 (c.21)）を改正することを定める。この改正により、2003 年通信法において、テレビ番組、オンデマンド番組及びオンラインメディアの有料スペースにおけるジャンクフード等の広告が、広告主が中小企業である場合等を除き、2023 年 1 月 1 日から規制されることが定められた。ただし、改正後のこの法律では、国務大臣がこの実施時期を延期するための法改正を規則により行うことが認められており（第 321A 条第 6 項、第 368FA 条第 6 項、第 368Z14 条第 7 項）、2022 年 12 月 9 日、この実施時期を 2025 年 10 月 1 日に改正する規則¹が制定され、同日まで延期されることとなった。

労働党は、この規制について、2024 年総選挙における政策要領において「子供へのジャンクフードの広告を禁止することを約束する」と、その実現を公約した²。同党の総選挙での大勝を受けて同年 7 月に発足したスターマー（Keir Starmer）政権は、同月 17 日に行われた国王演説において、「子供へのジャンクフードの広告を制限するための立法を行う」ことを発表³した。

同年 9 月 12 日、改正法の実施規則案に関する意見への回答文書⁴の中で、「これらの措置はこれまで何度も延期されてきたが、政府はこれ以上遅れることなく実施する」とした上で、この規定を 2025 年 10 月 1 日から確実に適用する旨を述べた。これにより、テレビ番組等におけるジャンクフード等の広告の規制が、2025 年 10 月 1 日から実施されることが確実となった。また、同年 12 月 2 日、この改正法の実施規則⁵（以下「実施規則」）が制定された。

2 規制の内容

（1）広告規制の対象となる食品及び飲料

広告規制の対象となる食品及び飲料は、「不健康な食品及び飲料（less healthy food and drink）」であり（第 321A 条第 1 項、第 368FA 条第 1 項、第 368Z14 条第 1 項）、その詳細は、実施規

* 本稿におけるインターネット情報の最終アクセス日は、2024 年 12 月 4 日である。

¹ The Communications Act 2003 (Restrictions on the Advertising of Less Healthy Food) (Effective Date) (Amendment) Regulations 2022, SI 2022/1311.

² “Build an NHS fit for the future,” *Change: Labour Party Manifesto 2024*, 2024, p.102. <<https://labour.org.uk/wp-content/uploads/2024/06/Labour-Party-manifesto-2024.pdf>>

³ “State Opening of Parliament 2024.” UK Parliament Website <<https://www.parliament.uk/business/news/2024/july/state-opening-of-parliament-2024/>>

⁴ Department for Culture, Media & Sport, et.al, “Introducing further advertising restrictions on TV and online for products high in fat, salt or sugar: government response to consultation on secondary legislation,” 2024.9.12. GOV. UK Website <<https://www.gov.uk/government/consultations/introducing-further-advertising-restrictions-on-tv-and-online-for-products-high-in-fat-salt-or-sugar-secondary-legislation/outcome/introducing-further-advertising-restrictions-on-tv-and-online-for-products-high-in-fat-salt-or-sugar-government-response-to-consultation-on-secondary>>

⁵ The Advertising (Less Healthy Food Definitions and Exemptions) Regulations 2024, SI 2024/1266.

則の附則において定められている。具体的には⁶、①加糖の清涼飲料（附則第2条～第5条）、②スナック菓子（savoury snacks）（同第6条）、③朝食シリアル（breakfast cereals）（同第7条）、④菓子類（confectionery）（同第8条）、⑤冷凍菓子（frozen products）（同第9条）、⑥ケーキ類（同第10条）、⑦甘いビスケット・バー（sweet biscuits and bars）（同第11条）、⑧朝食向けの甘いパン類（同第12条）、⑨小麦や卵を使ったデザートやプリン（同第13条）、⑩加糖のヨーグルトやフロマージュ・フレ（同第14条）、⑪ピザ（具が何も載っていないピザ生地（plain pizza bases）を除く。）（同第15条）、⑫ポテト食品（同第16条）及び⑬調理済食品・ファストフード・レトルト食品等（同第17条）のいずれかに該当し、a) 特別な医療目的（special medical purpose）用（同第1条第1項a号）及びb) 乳児・幼児用の食品（同項b号）並びにc) 体重管理のためのダイエット完全食（total diet replacement for weight control）（同項c号）の3種類の食品に該当しない場合であって、かつ、「栄養プロファイリングモデル（nutrient profiling model）」⁷を適用した場合のスコアが一定値以上⁸であるとき、規制対象となる（実施規則第3条第1項）。

（2）広告規制の対象となる媒体

広告規制の対象となる媒体は、テレビ放送（第321A条第1項）、オンデマンド放送（第368FA条第1項）及びインターネット（第368Z14条第1項）である。

（3）広告が禁止される時間帯

テレビ放送及びオンデマンド放送の場合には、午前5時30分～午後9時である（第321A条第1項、第368FA条第1項）。インターネットの場合は、このような時間帯が定められていない（第368Z14条第1項）ため、終日禁止される。

（4）規制から除外される広告

中小企業が広告主である広告は、規制の対象外である（第321A条第3項a号、第368FA条第2項、第368Z14条第2項）。さらにインターネットの場合は、①従業員向けに送信されるもの（第368Z14条第3項a号）、②オンデマンド放送に該当するもの（同項b号）、③オンライン上で放送されるラジオ放送で送信されるもの（同項c号）及び④英国内向けに送信されていないもの（同項d号）も、適用対象外とされる。また、国務大臣には、この適用対象外の広告の範囲を拡大する規則を制定する権限が付与されており（第321A条第3項b号、第368FA条第3項、第368Z14条第4項）。インターネットの場合は、さらに、⑤テレビ放送に相当するもの（実施規則第6条）も適用対象外とされた。

⁶ 各カテゴリーの食品及び飲料の例については、Department of Health & Social Care, “Guidance: Restricting advertising of less healthy food or drink on TV and online: products in scope,” 2024.12.3. GOV.UK Website <<https://www.gov.uk/government/publications/restricting-advertising-of-less-healthy-food-or-drink-on-tv-and-online-products-in-scope/restricting-advertising-of-less-healthy-food-or-drink-on-tv-and-online-products-in-scope>>を参照。

⁷ 食品の栄養成分に基づき、子供向け食品のテレビ広告という観点から食品を区別するツール。放送規制機関である通信庁（Ofcom）に提供する目的で2004年～2005年に食品基準庁（FSA）によって開発された。Department of Health and Social Care, “The nutrient profiling model,” 2011.1.14. GOV.UK Website <<https://www.gov.uk/government/publications/the-nutrient-profiling-model>>

⁸ 食品で4ポイント以上、飲料で1ポイント以上の場合をいう。これらのポイントは、食品又は飲料の100グラム当たりの「A」栄養素（エネルギー、飽和脂肪、全糖及びナトリウム）のポイント（最大10ポイント）の合計値から「C」栄養素（果物、野菜、ナッツ類、食物繊維及びたん白質）のポイント（最大5ポイント）の合計値（「A」栄養素が11ポイント以上の場合、たん白質のポイントは加算されない。）を差し引く方法で算定できる。Department of Health, *Nutrient Profiling Technical Guidance*, 2011.1, pp.5-6. GOV.UK Website <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a7cdac7e5274a2c9a484867/dh_123492.pdf>