

## 令和元年度 健康食品試買調査結果 (令和2年3月24日現在)

### 1 実施期間

令和元年5月から令和2年3月まで

### 2 品目数および購入方法

法令違反の可能性が高いと思われる125品目を購入し、調査を行った。

このうち、39品目を都内の健康食品売場等で購入し、86品目をインターネット等の通信販売で購入した。

### 3 表示・広告検査結果

#### 【食品の表示・広告に関する主な規定事項】

食品表示法：食品表示基準（品質事項・衛生事項・保健事項・その他）の遵守

食品衛生法：食品、添加物等基準の遵守

健康増進法：健康の保持増進効果等に関する虚偽・誇大な表示の禁止

医薬品医療機器等法（医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律）：医薬品的効能効果等の標ぼうの禁止

景品表示法（不当景品類及び不当表示防止法）：優良誤認、有利誤認等不当表示の禁止

特定商取引法（特定商取引に関する法律）：広告規制の遵守

表1 購入方法別品目数内訳（ ）内はいずれかの法令に違反又は違反の疑いのある品目数

製品群	品目数	購入方法	
		店舗購入品目数	インターネット等購入品目数
美白、美容、美肌	15(15)	3(3)	12(12)
痛み・炎症の緩和	7(7)	1(1)	6(6)
骨・筋力サポート	7(7)	3(3)	4(4)
ダイエット効果	15(14)	2(1)	13(13)
抗糖化・エイジングケア	14(13)	4(3)	10(10)
男性機能向上	18(14)	9(5)	9(9)
女性向け	3(3)	0(0)	3(3)
免疫力増強	17(16)	7(6)	10(10)
脳機能系	6(5)	3(2)	3(3)
育毛・発毛	5(5)	1(1)	4(4)
健康茶	5(5)	2(2)	3(3)
視力回復	6(6)	2(2)	4(4)
その他	7(6)	2(1)	5(5)
合計	125(116)	39(30)	86(86)

表2 法令別違反又は違反の疑いの品目数の内訳

製品群	食品表示法				食品衛生法	健康増進法	医薬品医療機器等法	景品表示法	特定商取引法
	品質事項	衛生事項	保健事項	その他					
美白、美容、美肌	3	5	5	0	0	2	12	7	12
痛み・炎症の緩和	5	7	3	0	0	1	7	3	6
骨・筋力サポート	2	3	3	0	0	1	6	1	4
ダイエット効果	4	4	3	0	0	3	12	6	12
抗糖化・エイジングケア	3	6	6	0	0	5	11	6	9
男性機能向上	1	7	8	0	0	0	8	0	6
女性向け	2	3	0	0	0	0	2	0	2
免疫力増強	4	7	9	1	0	5	15	4	10
脳機能系	1	4	3	0	0	2	3	3	3
育毛・発毛	0	2	3	0	0	3	5	3	4
健康茶	1	4	1	0	0	1	5	1	2
視力回復	0	3	3	0	0	2	4	4	4
その他	3	3	1	0	0	1	0	5	5
合計※	29	58	48	1	0	26	90	43	79

※ 複数の法令に違反又は違反の疑いのあるものは、各々計上しているため、表2の合計は表1の違反又は違反の疑いのある品目の合計（116品目）と一致しない。

表3 法令で義務付けられている表示にかかる不適正な事例

<p><b>【食品表示法上、容器包装の表示にかかる不適正な事例】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一括表示の欠落 食品表示基準で定められた一括表示を邦文で表示しなければならない。</li> <li>・原料原産地名表示が不適正 どの原材料に対する原産地表示なのかが具体的に記載されていない。</li> <li>・食品添加物以外の原材料と食品添加物が混在している。 食品添加物以外の原材料と食品添加物は分けて表示する必要がある。</li> <li>・新旧混在の表示 食品表示法施行後の食品表示基準による表示をする際は、一括表示及び栄養成分表示ともに、同食品表示基準に基づく表示をする必要がある。</li> <li>・保存方法の表示が不適正 開封前の保存方法を表示する必要がある。</li> <li>・栄養成分表示が正しく記載されていない。 「ミネラルを含んでいる」と栄養強調表示をしているにもかかわらず、栄養成分表示に強調している成分の表示がない。</li> <li>・栄養機能食品の必要表示事項が正しく記載されていない。 栄養の機能表示を行っている栄養成分に対する栄養素等表示基準値に対する割合が正しく記載されていない。</li> <li>・表示禁止事項が記載されている。 保健機能食品以外であるにもかかわらず、含有成分に関して特定の健康の増進効果が期待できる表示を行っている。</li> </ul> <p><b>【特定商取引法上、通信販売広告の表示にかかる不適正な事例】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「申込み最終確認画面」に返品特約が表示されていない 返品に関する事項（返品の可否・返品の期間等条件・返品に係る送料負担の有無）について、「申込みの最終確認画面」に表示されていない。</li> <li>・定期購入の場合の条件表示が不十分 「初回500円！」と大きく表示されているが、購入者から解約の申入れがない限り契約が継続される定期購入である旨や、解約条件、支払代金の総額、契約期間等販売条件についての表示が、薄い色で小さく表示されているなど確認しづらい。</li> </ul>
---

表4 製品についての不適正な表示・広告の事例

**【健康増進法上、健康保持増進効果等の虚偽誇大表示に該当するおそれのある表示の事例】**

・著しく事実に相違する又は人を誤認させるおそれのある表示

「高齢者が迷子になっているような絵」とともに「認知症で現れると思われる行動を列挙」し、またそのような行動が改善しているという体験談を掲載し、あたかも認知症を改善・予防するかのよう表示（これら文言だけではなく、写真・絵なども含めた表示全体から判断）

広告では、栄養機能食品と表示をしているにもかかわらず、実際の商品は栄養機能食品ではない。

**【景品表示法上、消費者の自主的かつ合理的な商品選択を阻害するおそれのある表示の事例】**

・優良誤認に該当するおそれのある表示

「成長期を過ぎてから身長が○cmも伸びました」「飲んで眠るだけで理想のボディに」等と合理的根拠無く表示し、商品が他社の商品よりも優れているかのように消費者の誤認を招くおそれのある表示

・有利誤認に該当するおそれのある表示

販売価格と、それよりも高い比較対照価格を並べて表示して販売価格の安さを強調しておきながら、実際はその比較対照価格には根拠が無く、消費者の誤認を招くおそれのある表示

**【医薬品医療機器等法上、医薬品とみなす標ぼうの事例】**

・疾病の治療又は予防を目的とする効能効果に該当

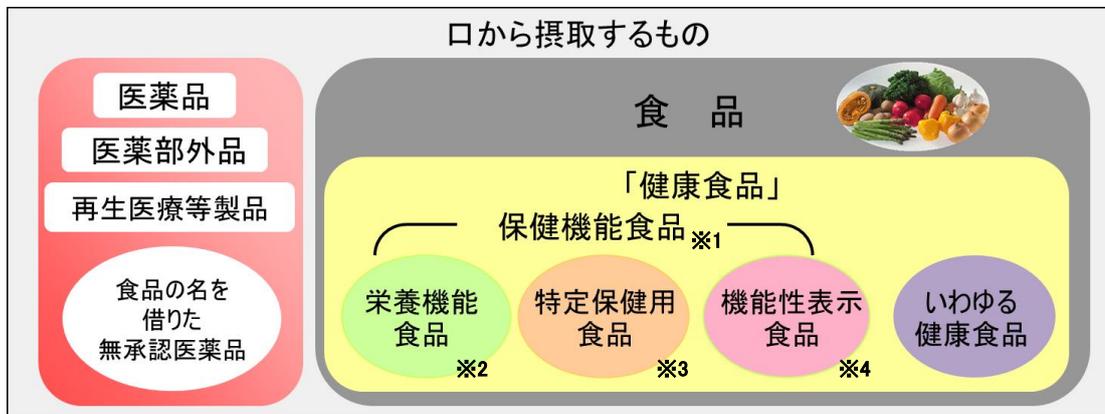
「風邪の予防に」「緑内障や不妊症、ガン治療にも」「脳梗塞の後遺症が改善」「食中毒や各種感染症を予防する」「黄斑変性症の改善」「冷え性が改善する」

・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能効果に該当

「血行促進」「代謝アップ」「免疫力を高める」「悪玉コレステロールの減少」「血圧の上昇を抑える」「白血球増加」「抗ウイルス作用」「アレルギー改善」「5αリダクターゼを阻害」「傷ついた血管を修復します」「脳の海馬の神経細胞を再生させる」「滋養強壮・疲労回復」「やせホルモン（GLP-1）の分泌を促す」「利尿作用」

※以上の事例は、紹介している法令以外の他法令にも抵触する可能性があります。

<参考「健康食品」の位置付け>



● 食品とは、すべての飲食物をいう。ただし、医薬品医療機器等法に規定する医薬品、医薬部外品及び再生医療等製品はこれを含まない。（食品衛生法第4条第1項）

※1 保健機能食品

国が定めた安全性や有効性に関する基準など一定の条件を満たした食品をいい、国の許可等の有無や食品の目的、機能等の違いによって、「栄養機能食品」と「特定保健用食品」及び「機能性表示食品」に分類される。

※2 栄養機能食品

健康の維持等に必要栄養成分（ミネラル、ビタミン等）の補給を主な目的とし、定められた基準に従った表示が必要だが、国の審査・許可を受ける必要はない食品

※3 特定保健用食品

食品の持つ特定の保健の用途を表示し、製品ごとに食品の有効性や安全性について審査を受け、表示について国の許可を受けた食品

※4 機能性表示食品

事業者の責任において、科学的根拠に基づいた機能性を表示した食品（販売前に安全性及び機能性の根拠に関する情報などが消費者庁長官へ届けられたものであるが、特定保健用食品とは異なり、消費者庁長官の個別の許可を受けたものではない。）