



# 健康食品の不適正な表示・広告にご注意!

## ～平成 28 年度健康食品試買調査結果～

健康食品による健康被害を未然に防止するため、都では、法令違反の可能性が高いと思われる健康食品を販売店やインターネット通信販売などで購入し、調査を行っています。このたび、平成 28 年度の調査結果を取りまとめましたのでお知らせします。

### 1 調査結果の概要

#### ○表示・広告の検査結果（詳細は別紙参照）

- ・販売店で購入した製品では、45 品目中 17 品目に不適正な表示・広告がみられました。
- ・インターネット等の通信販売で購入した製品では、80 品目中 67 品目に不適正な表示・広告がみられました。

#### ○2 製品から医薬品成分を検出

- ・ヒドロキシチオホモシルデナフィールとチオデナフィールを含む製品、ホモタダラフィールを含む製品の 2 製品を発見しました。
- ※ これらについては、福祉保健局ホームページで都民へ情報提供しています。  
URL : <http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/anzen/supply/index.html>

### 2 事業者の指導と情報の提供

不適正な表示・広告を行った事業者に対しては改善等を指導しています。他の自治体が所管する事業者については当該自治体に通報し、指導等を依頼しました。

#### 【都民の皆さんへ】

- 健康食品には法令等で禁止されている表示・広告があります。誇大あるいは科学的根拠が不十分な表示・広告には注意が必要です。  
今回の調査では、医薬品的な効能効果の標ぼうや合理的な根拠がない表示など以下のような不適正な表示・広告がありました。

#### 【不適正な事例】

- ・「ドライアイ、目の炎症や充血を抑える効果」
- ・「物忘れ・認知症の予防に」
- ・「カラダの不要なものを外へ排出」
- ・「肥満成分の燃焼のサポート」

- 医療機関に通院している方は、健康食品の利用について、必ず医師に相談してください。
- 健康食品に対する過大な期待や、長期・大量使用等によって健康被害につながる場合があります。東京都では『健康食品』を安全に利用するためのポイント」を作成し、ホームページで情報提供しています。  
URL : <http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/anzen/supply/riyou.html>

#### <問合せ先>

##### (健康食品試買調査関係)

東京都健康安全研究センター  
企画調整部健康危機管理情報課  
電話:03-3363-3463、3472(直通)

担当:薩埵<sup>さつた</sup>、小澤<sup>おざわ</sup>

##### (景品表示法関係・特定商取引法関係)

生活文化局  
消費生活部取引指導課  
電話:03-5388-3065 内線:29-830

担当:石岡<sup>いしおか</sup>、吉田<sup>よしだ</sup>、東<sup>あずま</sup>

平成 28 年度健康食品試買調査結果  
(平成 29 年 3 月 28 日現在)

1 実施期間

平成 28 年 5 月から平成 29 年 3 月まで

2 品目数および購入方法

125 品目を購入し、調査を行った。

このうち、45 品目を都内の健康食品売場等で購入し、80 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）：広告規制の順守

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	購入方法別品目数	
		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	18 (13)	8 (4)	10 (9)
関節機能の維持・改善	10 (3)	5 (0)	5 (3)
骨・筋力サポート	5 (4)	1 (0)	4 (4)
ダイエット効果	14 (5)	7 (1)	7 (4)
抗糖化・エイジングケア	11 (9)	4 (3)	7 (6)
男性機能向上	17 (12)	8 (4)	9 (8)
バスタアップ	6 (6)	0 (0)	6 (6)
免疫力増強	9 (7)	2 (1)	7 (6)
睡眠改善	5 (2)	1 (0)	4 (2)
育毛・発毛	2 (2)	0 (0)	2 (2)
健康茶※	8 (6)	3 (1)	5 (5)
視力回復	9 (5)	4 (1)	5 (4)
その他	11 (10)	2 (2)	9 (8)
合 計	125 (84)	45 (17)	80 (67)

※健康茶：ダイエット効果が目的と思われる茶を除く。

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	0	0	4	1	0	1	10	7	7
関節機能の維持・改善	0	0	1	0	0	0	2	1	2
骨・筋力サポート	1	1	4	0	0	3	2	1	2
ダイエット効果	1	0	1	0	0	0	5	1	3
抗糖化・エイジングケア	3	3	2	0	0	1	7	3	3
男性機能向上	6	5	3	0	1	0	7	6	8
バストアップ	0	2	1	0	0	0	4	4	6
免疫力増強	3	1	1	0	0	2	6	3	4
睡眠改善	1	1	0	0	0	0	2	2	2
育毛・発毛	0	0	0	0	0	0	2	1	1
健康茶	3	1	1	0	0	0	5	2	4
視力回復	0	0	0	0	0	0	5	3	3
その他	0	1	3	0	0	1	9	6	7
合計*	18	15	21	1	1	8	66	40	52

※ 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（84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

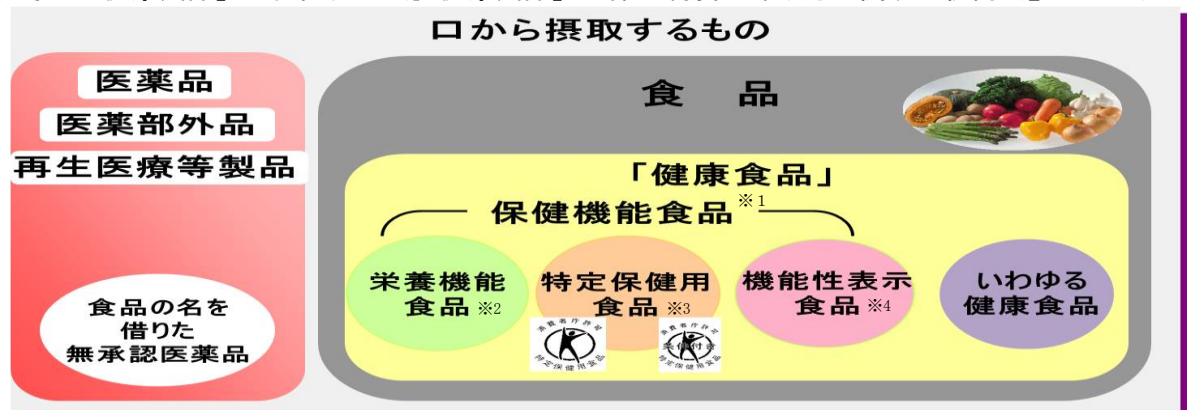
<p><b>【食品表示法上の表示基準にかかる不適正な事例】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>一括表示の欠落</b> 食品表示基準で定められた一括表示がない。</li> <li>▪ <b>製造者の氏名及び製造所の所在地が記載されていない。</b> 製造者又は加工者（輸入品にあっては輸入業者）の氏名（法人にあってはその名称）及び製造所又は加工所の所在地を記載する必要がある。</li> <li>▪ <b>新旧混在の表示</b> 食品表示法施行後の食品表示基準による表示をする際は、一括表示及び栄養成分表示とともに、同食品表示基準に基づく表示をする必要がある。</li> <li>▪ <b>表示文字が小さい。</b> 表示可能面積が150 cm<sup>2</sup>以上であるにも関わらず、表示の文字が8ポイント未満である。</li> <li>▪ <b>名称が商品名で記載されている。</b> 名称は、個別に定めがある食品以外の食品は、その内容を表す一般的な名称を表示する必要がある。</li> <li>▪ <b>原料原産地名表示がどの原材料の産地を示しているのか不明確である。</b> 原料原産地名はどの原材料の産地であるのかが明確にわかるように表示する必要がある。</li> <li>▪ <b>栄養成分表示が正しく記載されていない。</b> 栄養成分を示唆する表記があるにも関わらず、栄養成分表示がない。 栄養成分表示の表示順が正しく記載されていない。 栄養強調表示をしているにも関わらず、栄養成分表示が「推定値」となっている。</li> <li>▪ <b>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。</b> 栄養成分の機能の表示が、一部欠落している。 機能を表示する成分の栄養素等表示基準値に占める割合が正しく記載されていない。</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>▪ <b>返品に関する事項の表示が不明確である。</b> 消費者の都合による返品への対応について、特別な決まりがある場合にはその内容を、ない場合にはないことを明らかにする必要がある。</li> </ul>
--

表4 製品についての不適正な表示・広告の事例

※以下の事例は、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。

<p><b>【健康増進法上、消費者に誤認を与える恐れのある表示などの事例】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>健康の保持増進効果等に関する誇大な表示</b> 「集中力・記憶力の低下を防ぐ効果があると言われている」「力強い肉体作り」 「運動後の効果的なリカバリーが期待できる」</li> <li>・ <b>保健機能食品と紛らわしい表示</b> 「機能性サプリメント」「機能性乳酸菌」「〇〇国の機能性食品」</li> </ul>
<p><b>【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】</b></p> <p>(1) 表示の裏付けとなる合理的根拠が無く消費者に優良誤認させる表示 「ついでにしまった肥満成分を燃焼」「1日たった1粒でウエスト-〇cm! 体重-〇kg!」 「カラダの不要なものを外へ排出してくれる」「飲めば飲むほど『めぐり』が良くなりお肌・体にもイイ事づくし」</p> <p>(2) 表示期間中に限り特別価格で販売という表示を継続し消費者に有利誤認させる表示 「お得に始められるのは今だけ!!」「今なら! 期間限定のお得なキャンペーン実施中!」</p>
<p><b>【医薬品医療機器等法上、医薬品とみなす標ぼうの事例】</b></p> <p>(1) 疾病の治療又は予防を目的とする効能効果に該当 「アトピーのかゆみ・あせもの治療」「生活習慣病予防」「抗腫瘍作用」 「ADHDの改善をサポート」「偏頭痛持ちの方」</p> <p>(2) 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 「大脳を活性化して女性ホルモン・成長ホルモンを促す」 「鎮静作用」「脱毛抑制」</p>

参考 「健康食品」の位置付け（『「健康食品」に係る制度のあり方に関する検討会』による）



- 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な栄養成分（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）