

健康食品の不適正な表示・広告にご注意! ～平成29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29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、46品目中25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、79品目中76品目に不適正な表示・広告がみられました。

○11製品から医薬品成分を検出

- ・イブプロフェンを含む製品、シルデナフィルを含む製品、デスカルボンシルデナフィルを含む製品等、医薬品成分を含む製品11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】

- ・「糖尿病の予防として利用されていました」
- ・「物忘れ・認知症の予防に」
- ・「細胞をダメージから守ったり元気な状態へ修復する」
- ・「滋養強壮効果」

- 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：石井、中山

（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、市川、守田

平成29年度健康食品試買調査結果
(平成30年3月27日現在)

1 実施期間

平成29年5月から平成30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、46品目を都内の健康食品売場等で購入し、79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	20 (15)	8 (3)	12 (12)
関節機能の維持・改善	10 (6)	5 (1)	5 (5)
骨・筋力サポート	4 (3)	2 (1)	2 (2)
ダイエット効果	14 (12)	6 (4)	8 (8)
抗糖化・エイジングケア	12 (12)	2 (2)	10 (10)
男性機能向上	17 (13)	10 (7)	7 (6)
バスタアップ	5 (2)	2 (0)	3 (2)
免疫力増強	10 (9)	1 (1)	9 (8)
睡眠改善	4 (3)	2 (1)	2 (2)
育毛・発毛	3 (3)	0 (0)	3 (3)
健康茶	9 (9)	3 (3)	6 (6)
視力回復	10 (7)	5 (2)	5 (5)
その他	7 (7)	0 (0)	7 (7)
合計	125 (101)	46 (25)	79 (76)

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

※ 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（101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

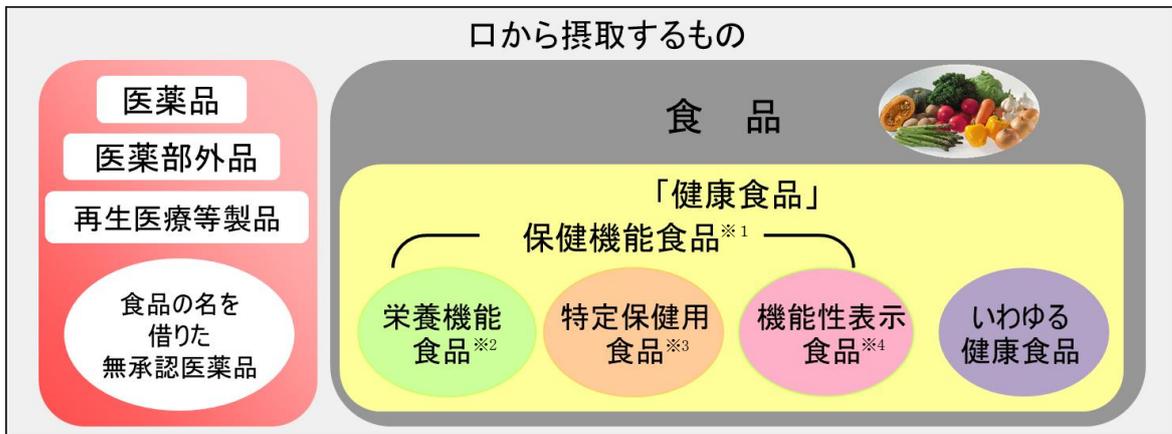
<p>【食品衛生法上の食品添加物の使用基準にかかる不適正な事例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 原材料にビオチンの表示がある。 調製粉乳及び母乳代替食品並びに保健機能食品以外の食品にはビオチンの添加が認められていない。 <p>【食品表示法上、容器包装の表示にかかる不適正な事例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 一括表示の欠落 加工食品には食品表示基準で定められた一括表示が必要である。 ▪ 食品添加物以外の原材料と食品添加物が混在している。 食品添加物以外の原材料と食品添加物は分けて表示する必要がある。 ▪ 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。 ▪ 表示文字が小さい。 表示可能面積が150cm²以上であるにもかかわらず、文字の大きさが8ポイント未満である。 ▪ 栄養成分表示が正しく記載されていない。 栄養成分ごとに定められている単位で表示されていない。 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。 ▪ 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。 栄養機能食品であるにもかかわらず、栄養成分表示が「推定値」となっている。 ▪ 栄養機能食品の表示禁止事項が記載されている。 栄養機能食品として機能を表示する成分以外の成分の機能が表示されている。 <p>【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】</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 返品に関する事項の表示が不明瞭である。 消費者都合の返品について、返品の可否・条件・送料負担を明瞭に記載する必要がある。 ▪ いわゆる定期購入の場合の表示が不十分である。 申込みの最終段階の画面上において、契約の主な内容（契約期間（回数）、各回ごとの代金・送料、契約期間内の支払総額）がすべて表示される必要がある。
--

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>【健康増進法上、健康保持増進効果等に関する不適正な表示の事例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者に誤認を与える恐れのある表示 「飲むエイジングケア」「紫外線対策をしたい、内側からケアしたい」 「原材料の〇〇は、毛髪の成長を促進することが知られています」 「塩分・糖分が気になる方へ」「細胞をダメージから守る」
<p>【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】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 表示の裏付けとなる合理的根拠が無く消費者を誤認させる表示 「面倒な白髪染めから卒業したい方におすすめ！一日カップ一杯飲むだけ」、 「××対策の全てを濃密配合ー有用成分〇〇が女性の分泌バランスを整え規則正しいリズムに」等の表示により、広告全体として、商品を摂取するだけで、表示された効果が得られるかのように消費者の誤認を招く表示（優良誤認） ・ 競争事業者と比較してより安い価格で販売しているかのように消費者を誤認させる表示 「当社×粒 〇〇円 A社□粒 △△円」と他社の販売価格との比較広告を行っていたが、実際は、取引条件の違う販売価格の比較であり、消費者の誤認を招く表示（有利誤認）
<p>【医薬品医療機器等法上、医薬品とみなす標ぼうの事例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 疾病の治療又は予防を目的とする効能効果に該当 「風邪などの感染症予防」「抗炎症作用」「糖尿病の予防」「物忘れ・認知症の予防」 「血圧正常化」「生活習慣病に」「リウマチの症状に悩まされている方に」 ・ 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 「活性酸素の働きを弱め、免疫力を向上させる」「毛包幹細胞の成長促進」 「細胞に活性を与える」「滋養強壮効果」

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）