

平成30年度健康食品試買調査結果
(平成31年3月26日現在)

1 実施期間

平成30年5月から平成31年3月まで

2 品目数および購入方法

130品目を購入し、調査を行った。

このうち、44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）
：医薬品の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	15 (12)	6 (3)	9 (9)
痛み・炎症の緩和	7 (7)	1 (1)	6 (6)
骨・筋力サポート	4 (4)	1 (1)	3 (3)
ダイエット効果	16 (12)	4 (2)	12 (10)
抗糖化・エイジングケア	18 (15)	7 (4)	11 (11)
男性機能向上	20 (17)	14 (11)	6 (6)
女性向け	4 (4)	0 (0)	4 (4)
免疫力増強	20 (17)	7 (4)	13 (13)
睡眠改善	4 (3)	1 (0)	3 (3)
育毛・発毛	4 (4)	0 (0)	4 (4)
健康茶	12 (7)	2 (2)	10 (5)
視力回復	3 (3)	0 (0)	3 (3)
その他	3 (3)	1 (1)	2 (2)
合計	130 (108)	44 (29)	86 (79)

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	1	5	3	0	0	3	11	5	6
痛み・炎症の緩和	1	3	2	0	0	3	6	3	4
骨・筋力サポート	0	1	2	0	0	0	2	2	2
ダイエット効果	6	6	1	0	0	1	10	8	7
抗糖化・エイジングケア	7	6	10	0	0	3	12	4	7
男性機能向上	13	13	2	0	0	0	7	0	3
女性向け	3	3	0	0	0	0	4	0	3
免疫力増強	9	7	10	0	0	2	15	6	7
睡眠改善	0	0	1	0	0	0	3	0	0
育毛・発毛	1	2	0	0	0	0	4	2	3
健康茶	3	0	1	0	0	1	2	1	4
視力回復	0	2	2	0	0	0	3	1	1
その他	1	2	1	0	0	0	2	1	2
合計※	45	50	35	0	0	13	81	33	49

※ 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（108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

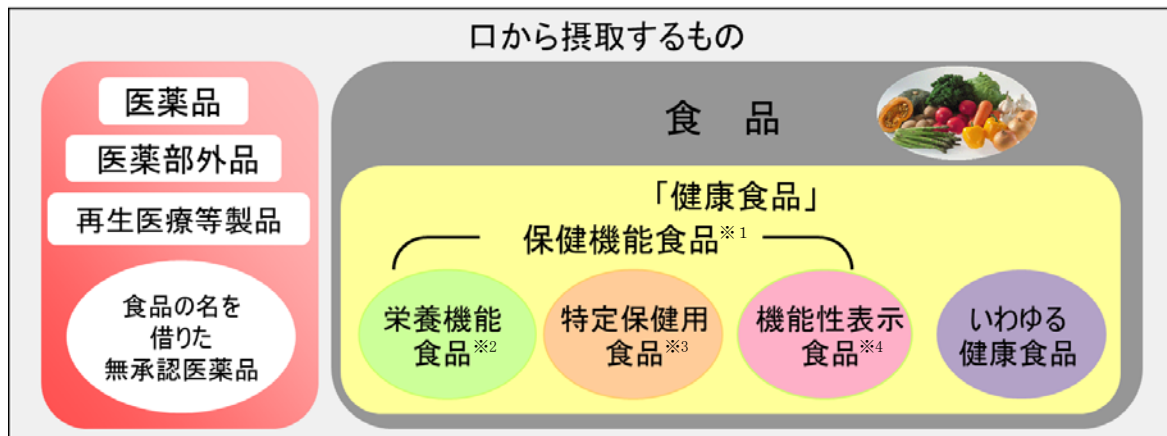
<p>【食品表示法上、容器包装の表示にかかる不適正な事例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 一括表示の欠落 加工食品には食品表示基準で定められた一括表示が必要である。 ▪ 原料原産地名表示が不適正 どの原材料に対する原産地表示なのかが具体的に記載されていない。 ▪ 食品添加物以外の原材料と食品添加物が混在している。 食品添加物以外の原材料と食品添加物は分けて表示する必要がある。 ▪ 新旧混在の表示 食品表示法施行後の食品表示基準による表示をする際は、一括表示及び栄養成分表示ともに、同食品表示基準に基づく表示をする必要がある。 ▪ 表示文字が小さい。 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。 栄養機能食品と記載しているにもかかわらず、必要な表示事項が不足している。 ▪ 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。 <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"> ▪ 返品に関する事項が正しく記載されていない。 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。 返品連絡について、ショッピングサイトのガイドでは「到着後3日以内」、会社概要では「到着後5日以内」と矛盾している。 ▪ いわゆる定期購入の場合の表示が不十分である。 解約条件（次回発送の○日前までに連絡）が定期購入の申込ページに記載されていない。

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の虚偽誇大表示に該当するおそれのある表示の事例】</p> <ul style="list-style-type: none"> <p>著しく事実と相違する又は人を誤認させるおそれのある表示</p> <p>「お腹快調！爽やかな朝をあなたに！」「自然免疫細胞活性化」 「余分な吸収が減り食後の急上昇を防ぐ・糖が気になる方やメタボを気にする方に」 「食事制限や気のすすまない運動・そんなことをしなくてもなりたい自分になれる・食べる前に飲むだけ」 （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）</p>
<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"> <p>優良誤認に該当するおそれのある表示</p> <p>「国内唯一の〇〇」「他社の〇〇よりも優れた結果が得られる事を約束」 「他のどの乳酸菌よりも〇〇効果が優れています」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</p> <p>有利誤認に該当するおそれのある表示</p> <p>「キャンペーン」「今だけ」「期間は〇月〇日まで」と表示期間中に限り特別価格であるかのように表示しながら、実際は期間限定でなく、消費者の誤認を招くおそれのある表示</p>
<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"> <p>疾病の治療又は予防を目的とする効能効果に該当</p> <p>「高血圧・低血圧を改善する」「認知症対策」「血流を良くし、冷え性、肩こりの改善」 「アレルギー症状を緩和する」「尿出し促進、デトックス、女性の膀胱炎にも◎」</p> <p>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</p> <p>「細胞の再生を促進する働きがある」「白血球を活性化する」 「生理痛などでお悩みの方やスッキリと生理を終わらせたい方に」</p>

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）