

# 「健康食品」の表示等の在り方 に関する建議

平成25年1月  
消費者委員会

The consumer Commission

## 目次

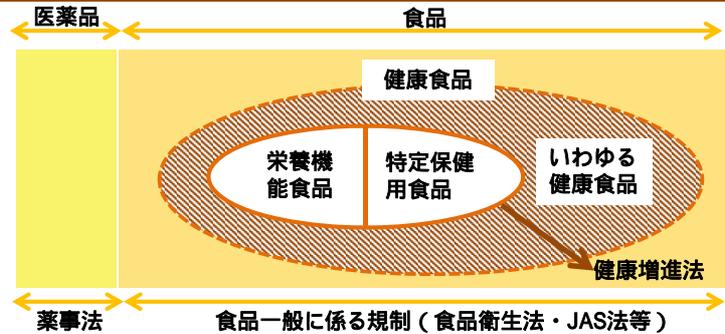
・ 検討の経緯	1
・ 健康食品の概念	1
・ 健康食品の表示・広告の適正化に向けた取組の強化	2
・ 健康食品の安全性に関する取組の推進	4
・ 健康食品の機能性の表示に関する検討	6
・ 健康食品の特性等に関する消費者理解の促進	7

## I. 検討の経緯

- 消費者庁の有識者会議において、健康食品の表示等の在り方を検討(平成21~22年度)。同会議において、健康食品の表示の効果的な規制や適切な情報提供の仕組みについては、更なる検討を要することから、消費者委員会に対し審議を要請
- 消費者委員会において、有識者ヒアリングや健康食品の利用者に対するアンケートを実施し、今般、以下の4点について建議を取りまとめ
  - 健康食品の表示・広告の適正化に向けた取組の強化
  - 健康食品の安全性に関する取組の推進
  - 健康食品の機能性の表示に関する検討
  - 健康食品の特性等に関する消費者理解の促進

## II. 健康食品の概念

- 健康食品とは、法令上の定義はなく、健康の保持増進に資する食品として販売・利用されている食品
- 健康食品のうち、「栄養機能食品」及び「特定保健用食品」は、健康増進法に基づき機能性の表示が可能



### 栄養機能食品

- 「栄養機能食品」は、科学的根拠が広く認められた栄養成分の機能の表示が可能(12種のビタミン、5種のミネラル)
- 国の定めた規格基準に適合すれば、許可等は不要  
(例)カルシウムは骨や歯の形成に必要な栄養素です

### 特定保健用食品

- 「特定保健用食品」は、その摂取により当該保健の目的が期待できる旨の表示が可能(食物繊維、オリゴ糖他)
- 個別に許可を行う特保のほか、疾病リスク低減表示、規格基準型、条件付きの4類型
- 製品ごとに消費者庁の許可等が必要(平成23年11月時点で1,023件)  
(例)おなかの調子を整えます



1

## III. 健康食品の表示・広告の適正化に向けた取組の強化(その1)

### 【1. 主な規制の現状】

#### <健康増進法>

- 健康保持増進効果等について、著しく事実と相違し、又は著しく人を誤認させるような表示・広告を禁止  
→ 都道府県等の保健所が日常的な監視指導を行っているが、これに資するよう、虚偽・誇大な表示・広告のガイドラインを策定
- 消費者庁は、国民の健康の保持増進及び国民への正確な情報伝達に重大な影響を与えるおそれがある場合、虚偽・誇大な表示・広告を行った事業者に対し、必要な措置をとるよう勧告、これに従わなかった場合は命令。このため、消費者庁・都道府県は食品を検査・収去。

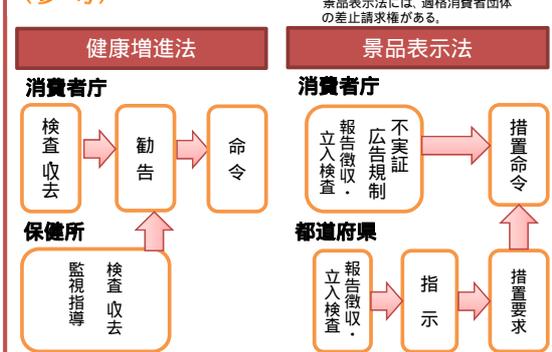
#### <景品表示法>

- 商品等の内容について、実際のもの又は事実と相違して競争事業者のものよりも著しく優良であると示す(優良誤認)表示・広告であって、不当に顧客を誘引し、消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあるものを禁止
- 消費者庁は、優良誤認表示を行った事業者に対し、行為の差止め・再発防止策等を命令。当該命令の前提として優良誤認表示の該当性を判断するため、事業者からの根拠資料を徴収、当該資料を提出しない場合は優良誤認表示とみなす(不実証広告規制)
- 都道府県は、優良誤認表示を行った事業者に対し、行為の取りやめ・再発防止策等を指示。これに従わない場合は消費者庁に措置を要求、指示や措置要求のため、事業者に対し、報告徴収・立入検査
- 適格消費者団体は、優良誤認表示を行う事業者に対し、差止請求が可能

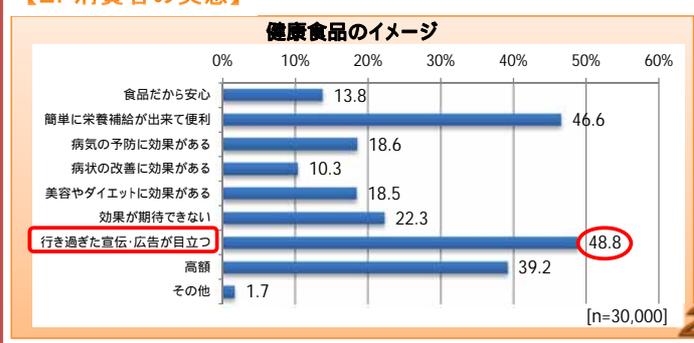
#### <その他>

- 薬事法(承認前の医薬品等の広告の禁止)、食品衛生法(特定保健用食品又は栄養機能食品と紛らわしい表示の禁止)、特定商取引法(誇大広告等の禁止)においても、表示・広告を規制

### (参考)



### 【2. 消費者の実態】



### Ⅲ. 健康食品の表示・広告の適正化に向けた取組の強化(その2)

#### 【3. 論点】

##### (1) 現行法下での論点

###### <健康増進法>

- 虚偽・誇大な表示・広告に当たるか否かの判断基準が不明確
- 法執行体制が不十分
- 勧告・命令を行った実績がない

##### (2) 制度上の論点

###### <適格消費者団体の活用>

- 景品表示法に基づく優良誤認表示に係る差止請求権の利用実績が低調
- 健康増進法では、適格消費者団体による差止請求制度が導入されていない

###### <地方による執行力強化>

- 景品表示法に基づく不当な表示・広告について、地方の実情に通じた都道府県が行政処分の権限を持たない

#### 【4. 建議】

##### (1) 現行法下での対応

###### <健康増進法>

- 健康食品の虚偽・誇大な表示・広告のガイドライン等を平易で明快なものに大幅に改善(消費者庁)
  - いわゆる健康食品の表示・広告の実態を分析し、違反のおそれのある具体的表現を多数掲載(特に、間接的に健康保持増進効果を標ぼうするものを明確化)
  - 監視指導に有益な具体的事例を豊富に取りまとめた事例集を作成
- 市民力を活用し、消費者からの申出や消費者がモニタリング等を行う仕組みを充実(消費者庁)

###### <その他>

- 健康増進法、景品表示法、薬事法等の担当部局が国・地方レベルで連携し、厳格に法執行(消費者庁、厚生労働省)

##### (2) 制度の在り方の検討

###### <健康増進法>

- 景品表示法における差止請求権の利用実態を検証した上で、健康増進法への差止請求権導入の要否を検討(消費者庁)

###### <景品表示法>

- 適格消費者団体による差止請求が低調であるとの指摘について、その原因を検証し、所要の措置を実施
- 不実証広告規制や措置命令の権限の都道府県へ付与を検討(消費者庁)

3

### Ⅳ. 健康食品の安全性に関する取組の推進(その1:健康被害情報の収集と所要の措置)

#### 【1. 現状】

- 健康食品によるものと疑われる健康被害が発生した場合、保健所を通じて厚生労働省に情報が集約される仕組み。消費生活センターに寄せられた事故情報等も、消費者庁を通じて厚生労働省に提供
- これらのルートにより、健康被害の情報が得られた場合、厚生労働省は主に次の措置により、被害拡大を防止
  - 食経験がない物や、食経験はあるが通常と異なる摂取方法の物などで、安全性が疑われるものについては、暫定的に販売を禁止
  - 予防的な観点から、健康被害の原因と疑われる製品名や事例の概要を公表するなどにより注意喚起

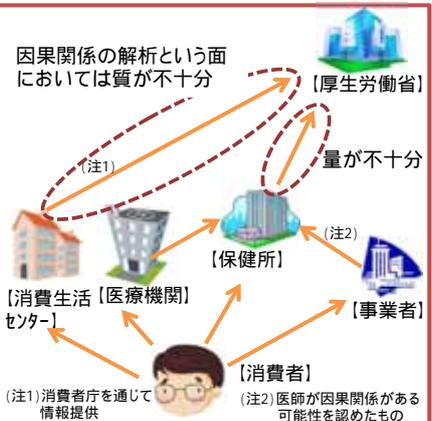
#### 【2. 消費者の実態】

健康被害が疑われるトラブル発生時の通報先



#### 【3. 論点】

- 保健所から提供される情報は専門家による一定の評価がなされているが件数が少ない(量が不十分)
- 医療関係者を介さない情報は件数は多いものの、健康被害の因果関係を特定する面において内容に不足(質が不十分)
- 因果関係の特定は困難であり、安全性に係る措置が十分に講じられていない可能性



#### 【4. 建議】

- 類似の被害情報を統一的な基準で効率的に収集・解析する手法の研究(厚生労働省)
- 上記研究の成果等を踏まえ、流通規制・表示規制を含む所要の措置を実施(厚生労働省、消費者庁)

4

## IV. 健康食品の安全性に関する取組の推進 (その2: 専門家による注意喚起、製造における安全管理)

### 【1. 現状】

- 健康食品、特にサプリメントには、過剰摂取、医薬品との相互作用、毒性物質の濃縮等の可能性があるとの指摘
- いわゆる健康食品について、消費者庁は、1日当たりの摂取目安量、摂取方法、摂取上の注意事項(過剰摂取、医薬品との相互作用等)などを表示することを推奨
- サプリメントの製造について、厚生労働省は、一定の安全性確保の観点から、適正製造規範(GMP)・原材料安全性自主点検に係るガイドラインに基づく自主的取組を推奨。同ガイドラインへの適合については、第三者認証制度が存在

### 【2. 消費者の実態】

#### (1) サプリメントの利用実態

- サプリメント利用者の9割は摂取目安量以下を利用しているものの、その6割が複数種類を利用
  - ➡ 含有される共通成分について過剰摂取の可能性
- 健康食品利用者の34%が健康食品と医薬品を併用
- 健康食品利用者の8割が医師等から健康食品の利用状況に関する確認を受けていない
  - ➡ 健康食品と医薬品の安易な併用の可能性

#### (2) 事業者の認証マークの利用実態

- 健康食品を購入する際、事業者団体の認証マークを参考にすると回答は1割、これを決め手に購入すると回答は1%未満



### 【3. 建議】

- 医師、薬剤師等が、患者より健康食品の利用状況を聴取し、その適切な利用について患者への注意喚起を行うなどの取組を行うよう、関係機関へ協力要請(厚生労働省)
- 適正製造規範(GMP)・原材料安全性に係る第三者認証制度の整備・普及促進等を通じて、事業者によるそれらのガイドライン活用を促進。また、消費者に認証制度について啓発(厚生労働省)

5

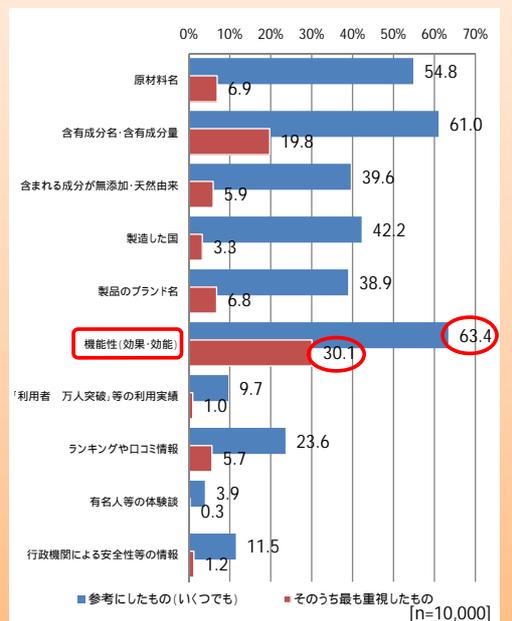
## V. 健康食品の機能性の表示に関する検討

### 【1. 現状】

- 食品のうち、栄養機能食品、特定保健用食品は、健康増進法に基づき機能性の表示が可能(P1参照)
- 栄養機能食品は、科学的根拠が広く認められた栄養成分の機能の表示が可能(12種のビタミン、5種のミネラル)
- 特定保健用食品は、その摂取により当該保健の目的が期待できる旨の表示が可能(食物繊維、オリゴ糖他)

### 【2. 消費者の実態】

健康食品の購入に際して参考とする事項



### 【3. 論点】

- 栄養機能食品
  - 対象 平成13年 12種のビタミン、2種のミネラル (制度創設時)
  - ↓
  - 平成16年 12種のビタミン、5種のミネラル (亜鉛、銅、マグネシウムを追加)
  - EUに比べ対象となる栄養成分が限定的
- 特定保健用食品
  - 評価基準が評価者の考え方により変化することがあり得る
  - 専門家や消費者等にとって、特定保健用食品の有効性に関する科学的根拠が必ずしも明確でない

### 【4. 建議】

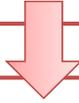
- 栄養機能食品
  - 海外の事例等を参考としつつ、追加すべき栄養成分を検討(消費者庁)
- 特定保健用食品
  - 審査基準の作成を検討(消費者庁)
  - 一定の審査内容の開示を検討(消費者庁)

6

## VI. 健康食品の特性等に関する消費者理解の促進

### 【1. 消費者の実態と論点】

- サプリメント利用者の9割は摂取目安量以下を利用しているものの、その6割が複数種類を利用  
⇒ 含有される共通成分について過剰摂取の可能性
- 健康食品利用者の34%が健康食品と医薬品を併用
- 健康食品利容者の8割が医師等から健康食品の利用状況に関する説明を受けていない  
⇒ 健康食品と医薬品の安易な併用の可能性
- 機能性表示は、消費者が、その食品の特性を十分に理解し、自らの判断に基づき食品の選択を行えるようにするもの。しかし、現行の機能性表示制度さえ、消費者に十分に理解されているか疑問との指摘も



### 【2. 建議】

- 健康食品の特性やそれらの適切な利用方法、機能性表示の意味等についての積極的な啓発（消費者庁、厚生労働省）

## 特定保健用食品について ～ 消費者委員会からの声明～

消費者委員会委員長  
新開発食品調査部会部会長

特定保健用食品（以下「特保」）は医薬品とは異なり、病気を治すことを目的としたものではありません。健康の基本は「ごはんやパンなどの主食、肉類や魚などの主菜、野菜などの副菜を基本にした、バランスのとれた食生活」と「適度の運動・休養」です。特保を摂ることは、健康にプラスの効果が認められるというに過ぎません。「特保さえ摂っていれば」、あるいは、「特保を多量に摂れば」、健康を維持・増進できるという性質のものではありません。

特保の効果は、それぞれの食品に表示されている「許可表示」に示されていますが、例えば、体の脂肪が気になる方に効果がある特保でも、太り気味の方が摂った場合に一定の効果は認められていても、BMI\*が普通の方が摂った場合は、一般的には有効性が明確に確認されたわけではありません。消費者の皆様は「許可表示」の内容を十分確認したうえで、自分の健康状態に合わせて、節度をもって利用することが大切です。

消費者委員会・新開発食品調査部会はこのような認識を持って、特保の申請品の審査に当たっていますが、許可された特保の宣伝・広告の中には、あたかも特保さえ摂っていれば、食事のバランス等とは無関係に効果がある旨を示唆し、あるいは暗示するようなイメージ広告など、審査に当たった者として違和感を覚えるものが見受けられます。

特保を製造・販売される事業者の方々は、消費者が「特保さえ摂っていれば、あるいは、特保を多量に摂れば、健康を維持できる」といった誤解を持つことがないように、その宣伝・広告に当たって十分な配慮が求められます。

なお、（公益財団法人）日本健康・栄養食品協会においては、「『特定保健用食品』適正広告自主基準」を設けていますが、遵守状況を審査するための機関を設置するなど、その実効性を高めるため、引き続き自主的な努力を払っていただくことを期待します。

（了）

\* BMI とは肥満の判定に用いられる指標であり、体重(kg) / 身長(m)<sup>2</sup> で求められる数値である。統計的にもっとも病気になりにくい BMI22 を基準とし、18.5 以上 25 未満が普通体重とされている。

## 消費者事故未然防止のための情報周知徹底に向けた対応策についての建議

平成 25 年 2 月 12 日  
消費者委員会

消費者委員会は、消費者事故の未然防止、拡大防止のための課題の対応策についての調査審議を消費者安全専門調査会（以下、「専門調査会」という。）に提示し、専門調査会は、主に製品のリコール情報を含む注意喚起情報の周知徹底方法に力点を置いて審議を重ね、報告書の取りまとめを行い、第 111 回消費者委員会（平成 25 年 1 月 29 日）において報告を行った。

報告書によれば、リコール開始後の未対策製品による重大製品事故の発生件数は、平成 19 年度以降、継続して年間 100 件<sup>1</sup>を超え、減少傾向になっていない。このことから、リコール情報が必要とされる消費者に行き渡っていない、並びに、情報が届いていても消費者が行動するに至っていない状況と考えられる。さらに、消費者委員会が実施した消費者アンケート調査等において、リコール情報等の身体・生命・財産を損ねる危険のある製品に関する情報を入手できていない消費者が増えてきている状況がうかがえる。

専門調査会の検討では、リコール情報を含む注意喚起の情報が確実・迅速に伝わる体制づくりにおいて、従来よりも更に一步踏み込んだ対応策の必要性が確認された。

消費者委員会は、この報告書の内容を踏まえ、消費者庁及び消費者委員会設置法に基づき、内閣府特命担当大臣（消費者）、経済産業大臣等関係各大臣に対して、以下のとおり建議し、各種施策の実施に向けて、早急な対応を求めるものである。

さらに、消費者委員会は、この建議に掲げた各事項への対応について、本年 8 月までに報告することを求める。

<sup>1</sup> 毎年、新規のリコールは 100 件以上開始されており、経済産業省が公表しているリコール開始後の未対策製品による重大製品事故の発生件数には、リコール開始の契機となった事故が含まれている。

## 1. 行政機関を通じての情報周知の方策

### 【建議事項】

消費者庁は、消費者安全法により事故情報が通知、収集される行政機関を通じたルートについて、情報発信のルートとしても活用できるよう、双方向の流れとする体制を整備し、広く多様なルートを活用するための検討を行うこと。

### 【建議事項】

消費者庁は、関係各省庁<警察庁、総務省消防庁、経済産業省、厚生労働省、国土交通省、農林水産省など>が独自に持っている情報提供のツールや媒体の把握に努め、消費者の属性に応じて、そのツールに伝えるべき情報の掲載や紹介を積極的に求めること。

また、関係各省庁は、独自に持っている情報提供のツールや媒体について、消費者庁からの協力要請に積極的に対応すること。

具体例としては、以下のようなことが考えられる。

乳幼児の安全：母子健康手帳への記載（消費者庁、厚生労働省）

自動車関連：運転免許の更新時の機会を利用した周知、自動車関連の税金納付書送付時を利用した周知（消費者庁、警察庁、国土交通省）

福祉機器（介護ベッド等）：福祉・介護関係者（ヘルパー等）を通じた周知（消費者庁、厚生労働省、経済産業省）

### 【建議事項】

消費者庁は、消費者安全法第10条において設置が規定されている消費生活センターを、安全に係る情報伝達を扱う情報提供の拠点とする位置づけを図り、さらに情報の重要度合がわかるように発信する情報内容を検討の上、伝達を行っていくこと。

行政機関が既に持っている情報発信、周知を行うルート、消費者に情報を伝えるツールを最大限に活用し、情報発信の強化を図る必要があることから、上記の対応を求める。

## 2. 事業者等を通じての情報周知の方策

### 【建議事項】

経済産業省は、販売事業者等の実態をより調査し、リコール対象製品を購入した消費者への情報提供に係る消費生活用製品安全法に定められた義務等の具体的かつ効果的な実施方法について検討を行うこと。

消費生活用製品安全法では、第34条<sup>2</sup>に製造・輸入・販売事業者による一般消費

<sup>2</sup> 消費生活用製品安全法 第34条：

消費生活用製品の製造、輸入又は小売販売の事業を行う者は、その製造、輸入又は小売販売に係る消費生活用製品について生じた製品事故に関する情報を収集し、当該情報を一般消費者に対し適切に提供するよう努めなければならない。

者への製品事故に関する情報提供、第 38 条第 2 項<sup>3</sup>に販売事業者が製造・輸入事業者が行うリコールに協力する一定の努力義務について定めている。

リコール情報を含む注意喚起情報の伝達に当たっては、販売事業者等が保有する、リコール対象製品を購入した消費者の情報を有効に活用する事が有益である。

このため、個人情報保護の観点を整理した上で販売事業者等が消費者の情報を製造・輸入事業者に提供する、又は、販売事業者等が製造・輸入事業者に代わって消費者へ情報を伝達することで、より多くの消費者に情報を届けることが期待できることから、上記の検討を行なうよう求める。

### 3 . 情報通信技術を活用した情報周知の方策

#### 【建議事項】

消費者庁は、リコール情報サイトについて、情報提供のための基本的な方針を検討し、掲載情報の充実を図ること。

具体例としては、以下のようなことが考えられる。

- ・事業者から直接の情報提供が増えるよう働きかけること
- ・掲載情報が分かりやすくなるよう、リコール対象となった製品の写真や図表等の掲載を検討すること
- ・リコール情報検索機能の強化
- ・「重要なお知らせ」、「高齢者・子ども向け商品など」の掲載件数の増加
- ・「重要なお知らせ」等の一覧表示機能の改善

#### 【建議事項】

消費者庁は、「リコール情報メールサービス」と「子ども安全メール from 消費者庁」との連動を検討すること。また、他省庁や独立行政法人が行っているメールマガジンとの連携も有効であることから、連携に向けて協議を行うこと。関係各省庁は、消費者庁からの協力要請に積極的に対応すること。

平成 24 年 4 月に開設された消費者庁のリコール情報サイトについて、より一層の充実を図り、リコール情報発信の総合窓口として広く認知、活用され、リコール対象製品による事故の未然防止に役立てられるよう、上記の対応を求める。

### 4 . 製品安全に係る消費者教育・啓発の充実のための方策

#### 【建議事項】

消費者庁及び関係各省庁は、消費者の日常生活における危険認知や回避能力の向上のためにも、製品安全に係る消費者教育・啓発の一層の充実をはかること。

消費者が自立して、自らの安全のために行動することが重要であることから、上記の対応を求める。

<sup>3</sup> 消費生活用製品安全法 第 38 条第 2 項：

消費生活用製品の販売の事業を行う者は、製造又は輸入の事業を行う者がとらうとする前項の回収その他の危害の発生及び拡大を防止するための措置に協力するよう努めなければならない。

## 地方消費者行政の体制整備の推進に関する建議

平成25年8月6日  
消費者委員会

消費者委員会は、地方消費者行政専門調査会から「地方消費者行政専門調査会報告」の提出を受けた。消費者委員会はこの報告の内容を踏まえ、以下のとおり、内閣府特命担当大臣(消費者)に建議を行う。

1. 消費者委員会は発足以来、地方消費者行政の充実・強化を最重点課題の一つとして位置付けてきており、これまで地方消費者行政専門調査会(平成22年4月～23年4月)による報告書を基に、「地方消費者行政の活性化に向けた対応策についての建議」(平成23年4月)及び「地方消費者行政の持続的な展開とさらなる充実・強化に向けた支援策についての建議」(平成24年7月)を取りまとめ、国による支援策の検証・評価、財政・技術支援の在り方、消費生活相談員の雇止め等についての課題を明らかにし、消費者庁をはじめとする関係省庁に対応を求め、また、そのフォローアップを行ってきた。
2. また、今回の専門調査会報告においては、地方消費者行政のなかで消費者に最も身近な行政主体である市町村の役割に焦点を当て、  
今後5年程度の中期的な視野に立って、市町村の消費者行政体制の現状の分析と優先的に取り組むべき課題の精査、とともに、  
国、都道府県、市町村の役割分担に関して今後の論点の提示を行った。

特に上記 で掲げた課題について、住民が「どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制」を実現し、それを維持・継続していくための優先課題として、

- (1) 広域連携やよろず相談窓口の強化による小規模市町村の消費者行政体制底上げ
- (2) 庁内連携及び官民連携を通じた「地域力」強化による地方消費者行政の体制強化
- (3) 研修の強化等を通じた消費者行政担当の地方自治体職員に対する支援策を掲げ、その推進のために消費者庁及び国民生活センターにおいて取り組むべき方策についての提言も盛り込んでおり、その着実な実施を求める。

また、市町村の消費者行政体制整備にあたっては国に加えて都道府県の役割も重要である。本報告には上記で掲げた課題の対応のために都道府県に期待する方策も盛り込んでおり、その取組を期待したい。

3. これまで消費者委員会で行ってきた地方消費者行政の建議等においては、いわゆる「基金<sup>1</sup>後」の国による財政支援の在り方について検討を求めてきた。

消費者庁は平成 25 年 2 月に消費者庁長官通知として「地方消費者行政に対する国の財政措置の活用期間に関する一般準則」(以下、準則)を定め、「各地方公共団体の消費者行政体制が定着するまでは、継続的な財政支援が必要であるとの認識を明示し、地方公共団体に対して中長期的な体制整備のロードマップを示した<sup>2</sup>としている。

消費者庁による地方消費者行政への財政支援については、特に以下の点を求める。

#### (1)国による地方消費者行政の継続的な財政支援に対する最大限の努力

準則に盛り込まれた継続的財政支援の在り方について、現時点では基金の期限については平成 25 年度とされており、それ以降の国による地方消費者行政への財政支援の具体的在り方については、今後の平成 26 年度概算要求の過程で議論されていくことになる。

地方自治体において、消費者行政に関する自主財源や人員の十分な確保が依然困難な状況であり、引き続き消費生活相談員の確保・レベルアップを始めとする消費生活相談体制の充実・強化のための下支えが不可欠である。これに加え、今年度から消費者教育の推進に関する法律(以下、消費者教育推進法)に基づく地域の取組が本格化していくことを踏まえ、引き続き国による財政支援の継続について最大限の努力を払っていく必要がある。

また、当委員会が平成 24 年 7 月にとりまとめた「地方消費者行政の持続的な展開とさらなる充実・強化に向けた支援策についての建議」において示した課題として「活性化基金で新設・増設した相談体制維持のための財政支援等」「地方消費者行政に係る国からの財政負担の在り方の検討」「地方消費者行政に係る自主財源・人員確保等に向けた働きかけ」を踏まえ、最も効果的な財政措置の在り方について検討すべきである。

今後の財政支援の重点的な課題として報告書が示した市町村の消費者行政体制整備の課題に沿って、

#### ・小規模市町村の体制底上げ

特に、窓口未設置市町村の解消による「どこに住んでいても消費生活相談が受けられる体制」づくりに引き続き尽力するとともに、これまで基金で構築された消費者行政体制を維持しつつ、その質的向上を図り、専門性を担保していくた

<sup>1</sup> 地方消費者行政活性化基金(以下、基金)

<sup>2</sup> 消費者庁「平成 25 年版消費者白書」より。

めの財政支援の在り方の検討が必要である。

#### ・地域力の強化による消費者行政体制の強化

本年度から消費者教育推進法に基づく地方の消費者教育推進の取組が本格化することを契機として、地方消費者行政担当部署を中心として教育、福祉担当部局等との庁内連携や地域の高齢者等の見守りを行っている福祉関係団体等との官民連携を重層的に展開していくことは、消費者行政全体の「地域力」強化につながる。

消費者教育・啓発の推進により消費者自身の消費者問題への対応力を高めていくと同時に、このような地域力強化による消費者行政体制の強化は、今後急速な高齢化の進展が見込まれるなか、消費者被害の未然防止や被害の早期発見・対処による被害拡大防止の観点から有効であると考えられ、地域力強化の取組を、国による財政支援の重点項目として位置づけていく必要がある。

また、この観点から地方自治体の消費者行政担当職員への支援についても、連携のハブとしての役割が果たせるような研修プログラムの整備等を行っていく必要がある。

また、地方消費者行政の自主財源・人員確保に向け、国から自治体の首長等に対する働きかけについても引き続き積極的に取り組むべきである。

#### (2) 準則による地方消費者行政の問題解決の効果の検証

また、準則においては、これまで地方消費者行政が抱えてきた問題への対応策として、首長による消費者行政体制維持・強化の表明(消費者行政の重要性に対する認識深化)、消費生活相談員の雇止め抑止、小規模市町村への対応等に対して、財政支援期間の延長・短縮という形で、その対応を促進するための措置が盛り込まれている。

消費者庁においては、今後、この準則による上記で掲げた地方消費者行政の問題解決の効果や地方自治体における自主財源の確保の状況等を検証し、それを踏まえて、国による財政支援等を安定的に継続していくにあたって、最大限の努力を行うべきである。

当委員会は、本建議への対応について、内閣府特命担当大臣(消費者)に対して、平成 25 年度末を目途にその実施状況の報告を求める。また、「消費者基本計画」の検証・評価・監視活動の一環として、本建議に対する対応状況について、定期的にフォローアップを実施する。

# 詐欺的投資勧誘に関する 消費者問題についての建議

平成25年8月  
消費者委員会

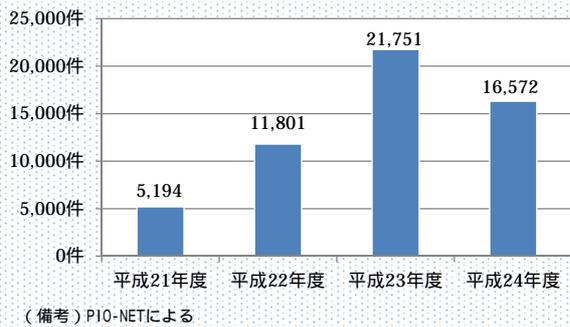
The Consumer Commission

## 目次

・ 詐欺的投資勧誘の実態	1
・ 詐欺的投資勧誘の特徴	2
・ 建議事項の概要	4
1 関係法令の執行強化及び制度整備	5
1 - 1 関係法令の執行強化に向けた措置	5
1 - 2 制度整備に向けた措置	5
2 犯行ツールに関する取組の強化	6
3 消費者への注意喚起及び高齢者の見守りの強化	7

## ・詐欺的投資勧誘の実態

【詐欺的投資勧誘の相談件数の推移】



【詐欺的投資勧誘の支払金額(平成24年度)】



【65歳以上の契約者の相談割合(平成24年度)】

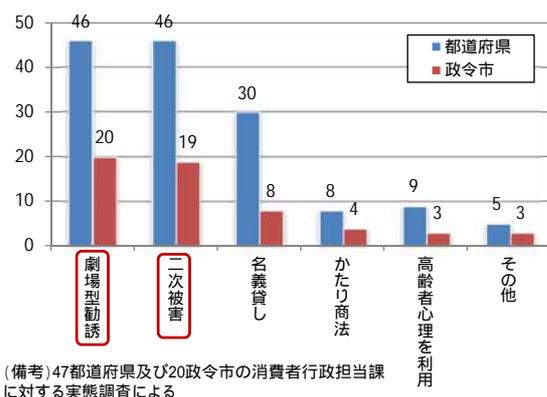


【詐欺的投資勧誘の実態】

- 詐欺的投資勧誘に関する相談件数は、平成21年度の約5千件から、23年度には約2万2千件に達し、24年度は約1万6千件に及ぶ。
- 支払金額100万円以上が相談全体の約5割、500万円以上が相談全体の約4分の1を占めている。
- 契約者の約7割は、65歳以上の高齢者である。

## ・詐欺的投資勧誘の特徴

【詐欺的投資勧誘で目立つ手口】



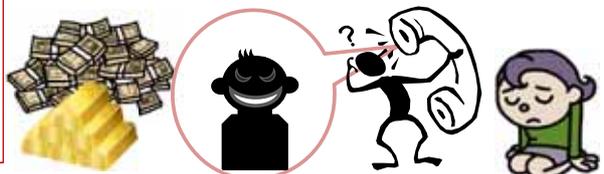
【詐欺的投資勧誘の特徴】

- (1) 劇場型の勧誘  
特定の販売業者と通じていると思われる者らが、「高値で買い取る」などと勧めることにより、当該取引が消費者にとって有利であると誤認させ、販売業者と契約させる手口が目立つ。
- (2) 二次被害の発生  
過去に被害にあった消費者に対し、被害回復等を名目に再び勧誘を行い、被害回復の条件として、手数料の支払いや別の投資商品の購入を求め手口が目立つ。
- (3) 商材の多様化  
未公開株、社債やファンド持分を商材とした詐欺的勧誘が多い一方で、「温泉付有料老人ホームの利用権」、「天然ガス施設運用権」、「イラク、アフガニスタン、スーダン等の外国通貨」といった新たな商材が次々と現れている。

【新たな商材の例】

- 国内で取扱いの少ない「外国通貨」(イラク、アフガニスタン、スーダン、リビア、コンゴ、シリア、イエメン、ウズベキスタン等)(2010年6月24日(同年度に他4件)、2011年10月27日、2012年3月13日、2012年9月21日)
- 「水資源の権利」(2011年3月3日)
- 「温泉付き有料老人ホームの利用権」(2011年4月28日、2011年6月24日、2011年6月24日)
- 「鉱山の採掘、鉱物に関する権利」(2011年8月12日、2011年10月21日)
- 「CO<sub>2</sub>(二酸化炭素)排出権取引」(2011年9月22日)
- 「カンボジアの土地使用権」(2012年5月24日)
- 「天然ガス施設運用権」(シェールガス、メタンハイドレート等)(2012年7月13日、2013年5月9日)
- iPS細胞作製に係る特許権の「知的財産分与譲渡権」(2012年11月2日)

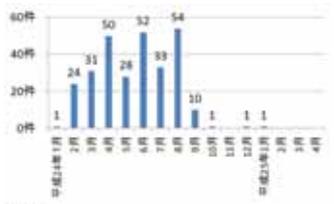
(備考) 国民生活センター発表情報による 消費者庁公表資料による



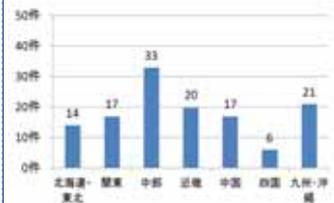
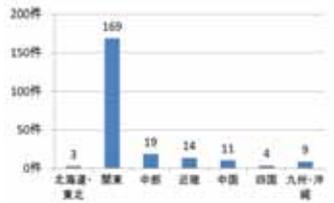
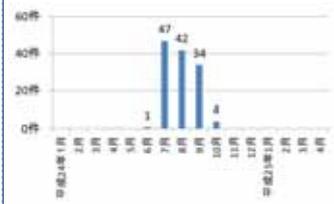
## ・ 詐欺的投資勧誘の特徴

### 【月別・地域別相談件数】

【事例1:事業者A】

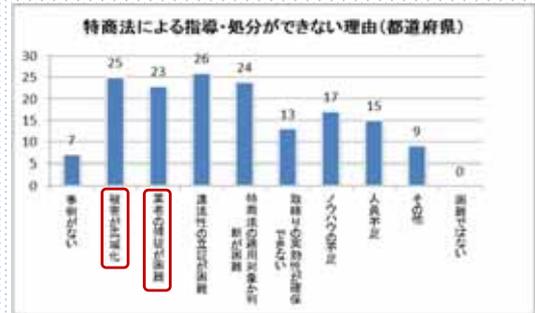


【事例2:事業者B】



(備考)PIO-NETによる平成24年度の相談件数の多い事業者のうち、関東集中型の1例(事業者A)と関東非集中型の1例(事業者B)についての月別・地域別件数

### 【指導・処分実績がない理由】



(備考)47都道府県及び20政令市の消費者行政担当課に対する実態調査による

### 【詐欺的投資勧誘の特徴】

(4) 短期・広域的被害の発生  
同一の事業者による被害が、一定の期間内に集中している。また、特定の都道府県内にとどまらず、広域に拡大する傾向が見られる。

(5) 事業者の追跡・捕捉の困難性  
即座に事業者が所在不明となるケースや、登録簿に記載された本店住所に営業実態がないケースが見られる。



## ・ 建議事項の概要

### 【詐欺的投資勧誘の特徴】

- (1) 劇場型の勧誘
- (2) 二次被害の発生
- (3) 商材の多様化
- (4) 短期・広域的被害の発生
- (5) 事業者の追跡・捕捉の困難性

詐欺的投資勧誘対策に特效薬はなく、次の施策等を組み合わせ、総動員する必要がある。



### 【取締り・被害回復】

- 1. 関係法令の執行強化及び制度整備
  - 1 - 1. 関係法令の執行強化に向けた措置
  - 1 - 2. 制度整備に向けた措置

### 【犯行の抑止】

- 2. 犯行ツールに関する取組の強化

### 【被害の未然防止】

- 3. 消費者への注意喚起及び高齢者の見守りの強化

## ・ 建議事項の概要

### 1 関係法令の執行強化及び制度整備

#### 1 - 1 . 関係法令の執行強化に向けた措置

- (1) 警察による刑法等関係法令を駆使した利殖勧誘事犯への重点的取締り  
【警察庁】
- (2) 外観上「権利取引」であっても、販売代行等の特商法の規制対象となる「役務取引」への同法の執行 【消費者庁】
- (3) 権利取引等すき間事案に対し、消費者安全法に基づく消費者への注意喚起、多数消費者財産被害事態を発生させた事業者への勧告・命令等の実施 【消費者庁】
- (4) 特商法の執行力強化のため、自治体の執行担当部局における警察との人的交流や専門家との連携等の推奨 【消費者庁、警察庁】

#### 1 - 2 . 制度整備に向けた措置

- (1) 特商法の指定権利制の在り方、又はこれと類似の制度整備の検討  
【消費者庁】
- (2) 違法行為による財産の隠匿・散逸を防止するための制度導入の検討推進（破産手続開始申立て制度、保全命令申立て制度、被害金額返還命令制度等） 【消費者庁】
- (3) 「消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律」の成立への努力と成立後の円滑な運用 【消費者庁】

## ・ 建議事項の概要

### 2 犯行ツールに関する取組の強化

- (1) 携帯電話について、携帯電話不正利用防止法に基づく本人確認義務等の周知徹底・履行確保、及び違反事業者に対する是正命令・検挙等の実施  
【総務省、警察庁】
- (2) 預貯金口座、郵便物受取サービス、電話受付代行サービス、電話転送サービスについて、犯罪収益移転防止法に基づく取引時確認、疑わしい取引の届出等の義務の周知徹底・履行確保、及び違反事業者に対する是正命令等の実施  
【警察庁、金融庁、経済産業省、総務省】
- (3) 郵便・宅配便等による送金防止を図るため、事業者に対し、分かりやすい注意喚起の積極的な実施を協力要請 【総務省、国土交通省】
- (4) 代表権を有しない取締役等の登記申請に当たり、その真正に係る実態把握に努め、その結果を踏まえ、要否を含め対応策を検討 【法務省】

### 3 消費者への注意喚起及び高齢者の見守りの強化

- (1) テレビ等の媒体を通じた、高齢者等への情報提供・注意喚起の積極的な実施 【消費者庁、警察庁、金融庁】
- (2) 消費者行政部局、地域包括支援センター、ケアマネージャー等地域の多様な主体の密接な連携による高齢者への注意喚起・見守り体制の普及 【消費者庁】
- (3) 都道府県・都道府県警察における消費者への注意喚起・高齢者の見守りの効果的・先駆的事例を取りまとめ、他の都道府県・都道府県警察へ提供 【消費者庁、警察庁】
- (4) 高齢者宅への通話録音装置の配置による情報・証拠収集の取組を進め、その全国展開を検討  
犯行グループから入手した名簿掲載者への積極的な注意喚起の実施 【消費者庁、警察庁】
- (5) 市民後見推進事業等の成年後見制度に係る自治体の取組への助成制度の周知や取組事例の情報提供等の積極的な実施 【厚生労働省】  
判断能力が不十分な者の日常的金銭管理等を支援するため、自治体への助成等による日常生活自立支援事業の普及 【厚生労働省】