

# 保健機能食品及びいわゆる健康食品の 表示広告適正化の取組について

平成27年11月5日

消費者庁表示対策課  
食品表示対策室

- 保健機能食品及び「いわゆる健康食品」に関する広告等は、景品表示法及び健康増進法の一体的な運用や関係機関との連携等を踏まえ、容器包装を含めた監視を効果的に実施。
- これらの食品の広告等に係る監視に当たっては、消費者委員会の建議を踏まえ作成した留意事項を活用し、各食品についての一体的な監視を実施。

○ 取組例（27年）

時期	事項	対象食品	取組概要
1月	留意事項作成	トクホ・機能性・いわゆる健康食品	「いわゆる健康食品に関する景品表示法及び健康増進法における留意事項について」に係る事例追加等の一部改正
2月	取組要請	いわゆる健康食品	不適正表示が多くのラジオ放送局で放送された広告によって行なわれたため、(社)民放連に対する放送事業者による広告の適正化への取組への要請
3月	改善要請 (機能性表示食品創設時)	いわゆる健康食品	「機能〇〇食品」等の表示に対する事業者及びインターネットショッピングモール運営事業者への改善要請
6月	改善要請 (夏期一斉取締公表)	トクホ	特定保健用食品における許可表示の欠落に対する業者への改善要請
6月	留意事項作成 (夏期一斉取締公表)	機能性	「機能性表示食品の広告等に関する主な留意点」を作成
8月	適正利用の啓発	トクホ・機能性	「トクホ及び機能性表示食品はバランスのとれた食生活とともに利用」することを消費者庁のHP・ツイッター等で啓発
9月	改善要請	トクホ・いわゆる健康食品	「トクホ」の許可表示を逸脱した表示等の健康食品等の虚偽・誇大表示に対する事業者及びインターネットショッピングモール運営事業者への改善要請

○ 説明会の実施

時期	相手先		取組概要
27 1~9月	事業者団体 (8回実施)	機能性	機能性表示食品の広告の留意事項(広告媒体事業者、販売者等)

# 景品表示法の運用状況等についての公表

(トクホ・機能性表示食品・いわゆる健康食品)

平成26年度における景品表示法の運用状況及び表示等の適正化への取組（抜粋）

平成27年6月18日  
消費者庁表示対策課

## 第2 表示等の適正化への取組状況

### 4 その他の表示等の適正化への対応

#### (1) 電子商取引表示監視調査システムによる常時監視の実施

消費者向け電子商取引の健全な発展と消費者取引の適正化を図る観点から、一般消費者に「電子商取引表示調査員」を委嘱し、インターネット上の広告表示の調査を委託して、電子商取引表示監視調査システムを通じて問題となるおそれがあると思われる表示について報告を受けている。電子商取引表示調査員からの報告は、景品表示法違反事件の端緒の発見、景品表示法違反行為の未然防止の観点から行う事業者への啓発活動に活用している。

平成26年度においては、電子商取引表示調査員から1,216件のインターネット上の広告表示について報告を受けた。さらに、景品表示法違反につながるおそれがあるなどの問題があると認められた116サイト98事業者に対し、景品表示法違反行為の未然防止の観点から啓発のメールを送信した。

#### (2) 「いわゆる健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項について」の一部改定

平成25年12月24日に公表した「いわゆる健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項について」（以下「本留意事項」という。）については、監視指導等の実情を踏まえ、定期的に内容を更新することとされているところ、景品表示法に基づく措置命令を行った事例を追加する等など、本留意事項の一部を改定し、平成27年1月13日に公表した。

（次頁へ続く）

## 景品表示法の運用状況等についての公表

(前頁から続く)

### 5 関係行政機関等との連携強化等

#### (2) 景品表示法と健康増進法との一体的な執行

国民の健康志向の高まりから、いわゆる健康食品が広く普及している中、インターネット等を利用した広告・宣伝が活発に行われている。このような広告・宣伝の中には、虚偽・誇大広告や不当表示のおそれのあるものも見受けられ、これら虚偽・誇大広告等に対する厳正な法執行が求められている。

上記虚偽・誇大広告等に対しては、景品表示法及び健康増進法による法執行が考えられるところ、消費者庁では、食品表示対策室において、より効果的な法執行を行うため、両法の一体的な運用に努めており、平成26年度においては、景品表示法に基づく措置命令6件及び指導54件のほか、健康増進法第32条の2第1項（誇大表示の禁止。なお、同項は、食品表示法施行に伴い、平成27年4月1日以降、健康増進法第31条第1項へと条文番号が変更されている。）に違反するおそれがある事案について20件の指導を行った。

注：措置命令：健康食品の痩身効果に関する不当表示4件、飲料の疾病等予防効果に関する不当表示1件

○ 取組例：(社)民放連に対する放送事業者による広告の適正化  
への取組要請 (いわゆる健康食品)



## News Release

平成27年2月17日

### 株式会社ライフサポートに対する景品表示法に基づく措置命令等について (抜粋)

消費者庁は、本日、株式会社ライフサポート(以下「ライフサポート」という。)に対し、景品表示法第6条の規定に基づき、措置命令(別添参照)を行いました。

ライフサポートがラジオ放送による広告において行った「キャルッツ1000」と称する食品の瘦身効果に係る表示について、景品表示法に違反する行為(表示を裏付ける合理的根拠が示されず、優良誤認に該当)が認められました。

#### 3 一般社団法人日本民間放送連盟への要請の概要

当庁は、対象表示が多くのラジオ放送局で放送された広告によって行われていたため、本日、一般社団法人日本民間放送連盟に対し、傘下の会員事業者(放送事業者)において引き続きラジオ広告の厳正な考査、広告の適正化への取組が行われるよう要請を行った。

○ 取組例：保健機能食品と紛らわしい表示についての  
改善要請（いわゆる健康食品）



News Release

平成27年3月31日

インターネットにおける「機能〇〇食品」等の表示に  
対する改善要請等について（抜粋）

消費者庁は、本日、保健機能食品以外の食品における「機能〇〇食品」等の表示について、当該表示を行っている事業者に対し、改善要請等を行いました。

また、食品表示に関係する団体に対し、表示の適正化について協力要請を行いました。

2 当該表示を行っている事業者等への要請

消費者庁は、これまでも、インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示の監視を定例的に実施してきましたが、今般、食品表示法の施行を間近に控え、通常のインターネット監視とは別に、緊急かつ集中的に、インターネットにおける「機能〇〇食品」等の表示状況について、本年3月20日から同月24日までを期間として監視したところ、25事業者による31商品の表示や広告について、健康増進法第32条の2第1項の規定に違反するおそれが認められました。

このため、当庁は、本日、これらの事業者に対し、表示や広告の改善を要請するとともに、インターネット上のショッピングモール運営事業者に対しても表示の適正化について要請しました。

3 関係団体に対する表示の適正化のための協力要請

当庁は、この監視結果を踏まえ、本日、食品表示に関係する団体に対し、別添のとおり、表示の適正化について協力を要請しました。

件数	食品分類	生産農産物	農産加工品	畜産加工品	その他の加工食品	合計
事業者数		3	2	2	18	25
商品数		6	2	2	21	31
	うち、容器包装表示 (件)	4	0	0	4	8

○ 取組例：食品表示の適正化に向けた取組の公表  
(トクホ・機能性表示食品)



News Release

平成27年6月19日

食品表示の適正化に向けた取組について(抜粋)

食品の表示・広告の適正化を図るため、消費者庁と都道府県等が連携し、本年4月に施行された食品表示法並びに景品表示法及び健康増進法の規定に基づき下記の取組を実施することとしましたので、お知らせいたします。

3 表示の適正化等に向けた取組について

国及び都道府県等においては、食品表示の適正化を図るため、従来から食品表示法や景品表示法等に基づく各種通知、「いわゆる健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項について」(平成25年12月24日消費者庁公表)等により、監視指導を実施してきたところです。今般、近年のいわゆる健康食品の不適正表示の実態等を踏まえ、夏期一斉取締りに当たっては、改めて、次のとおり監視指導とともに、啓発活動を実施します。

(1) 保健機能食品と紛らわしい名称等の適正化

「保健機能食品以外の食品における表示の適正化について(協力要請)」(平成27年3月31日付け消表対第446号)(別紙2)を踏まえ、引き続き、保健機能食品以外の食品について、「機能〇〇食品」等と表示された表示の適正化を図る。

(2) 保健機能食品の表示の適正化

特定保健用食品については、直近の一般紙広告実態調査(平成27年6月1日～同月10日)においては、許可表示の欠落による2件の改善要請事例があった。また、機能性表示食品については、広告等の問合せが、多数寄せられている状況があり、これらのことを踏まえ、「機能性表示食品の広告等に関する主な留意点」パンフレット(別紙3)を作成した。今後、これらを活用し、保健機能食品の表示の適正化を図る。

○ 取組例：事業者に対する啓発リーフレット  
(機能性表示食品)

「機能性表示食品の広告等に関する主な留意点（平成27年6月19日公表）」  
(抜粋)

- 機能性表示食品の広告は、「機能性表示食品の届出等に関するガイドライン」に基づき届け出た内容に即したものとし、景品表示法及び健康増進法にも御留意ください。

- 届出表示の省略・簡略化について
- 届け出た機能性関与成分以外の成分の機能を強調した広告について

- 生鮮食品や加工食品に関して、機能性表示食品として届出をせずに、当該食品の機能を標ぼうすることについて

- 店頭POPで生鮮食品の機能を表示することについて

- 機能性表示食品の広告や容器包装を作成する場合には、以下の点にも御留意ください。

景品表示法及び健康増進法上の留意点（広告）

機能性表示食品の広告にあつては、消費者に過度な期待を与えないよう、事実をありのまま表示することが大切です。

食品表示法上の留意点（容器包装）

一般消費者の誤認を招くものではなく、一般消費者の自主的かつ合理的な商品選択に資するものとすることが大切です。

○ 取組例：消費者に対する各種媒体を通じた啓発活動  
(トクホ・機能性表示食品)

「トクホ及び機能性表示食品はバランスのとれた食生活とともに利用」

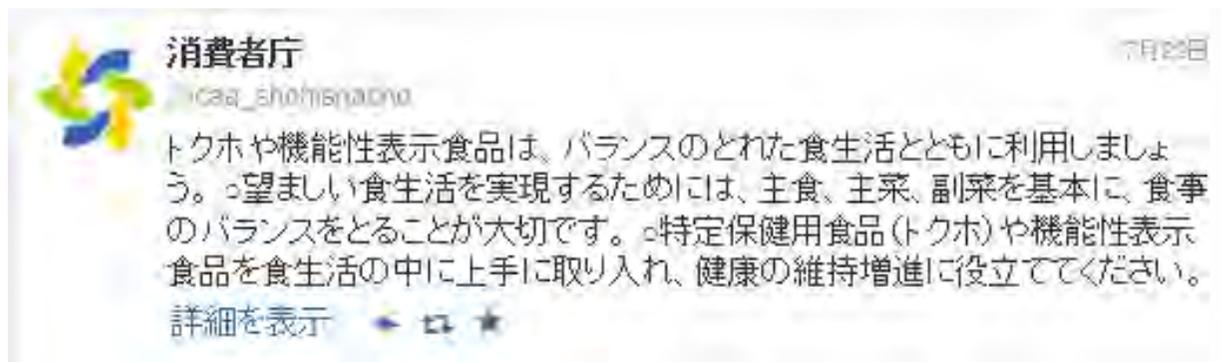
【消費者庁HP】



The screenshot shows the homepage of the Consumer Affairs Agency of Japan. At the top, there is a navigation bar with various links such as '震災関連', '消費者安全', '食品表示', etc. Below the navigation bar, there is a green banner with the text 'トクホや機能性表示食品は、バランスのとれた食生活とともに利用しましょう。' (Use Tokuhoh and functional food products along with a balanced diet). The banner includes a list of bullet points: '●望ましい食生活を実現するためには、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスをとることが大切です。' and '●特定保健用食品(トクホ)や機能性表示食品を食生活の中に上手に取り入れ、健康の維持増進に役立ててください。' There is also a date '2015年8月5日(消費者の皆様へ)' and a link '食卓の安心のために【食品表示制度】'.



【消費者庁ツイッター】



The screenshot shows a tweet from the Consumer Affairs Agency of Japan (@caa\_shohishancho). The tweet text is: 'トクホや機能性表示食品は、バランスのとれた食生活とともに利用しましょう。○望ましい食生活を実現するためには、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスをとることが大切です。○特定保健用食品(トクホ)や機能性表示食品を食生活の中に上手に取り入れ、健康の維持増進に役立ててください。' Below the text, there are icons for '詳細を表示', 'リツイート', and 'いいね'.

○ 取組例：インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大広告についての改善要請（トクホ・いわゆる健康食品）



News Release

平成27年9月7日

インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示に  
対する要請について(平成26年1月～平成27年3月)  
(抜粋)

消費者庁は、インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示について、  
改善要請等を行いました。

インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示の監視状況

1. 監視方法

- (1) 監視期間：平成26年1月から平成27年3月まで
- (2) 検索方法：ロボット型全文検索システムを用いて、キーワードによる  
無作為検索の上、検索されたサイトを目視により確認
- (3) 検索キーワード：以下のとおり

監視期間	検索キーワード
平成26年1月から3月まで	「インフルエンザ」、「ウイルス対策」、「ノロウイルス」、「乾燥肌」、「花粉症」等の季節性の疾病の予防に効果があるかのような表現
平成26年4月から6月まで	「特定保健用食品」、「トクホ」、「特保」の許可表示を逸脱した表現
平成26年7月から9月まで	「ダイエット」、「痩身」、「痩せる(やせる、ヤせる等)」、「脂肪燃焼」、「脂肪分解」、「脂肪排出」、「脂肪を消費」、「代謝向上」、「デトックス効果」、「体重減少」、「減量」等のダイエット(痩身)効果を目的とする健康保持増進効果等の表現
平成26年10月から12月まで	「ガン(がん、癌)」、「脳梗塞」、「動脈硬化」、「肝炎」、「心臓病」、「糖尿病」、「脳卒中」、「脳出血」、「くも膜下出血」、「脂質異常症(高脂血症)」、「高血圧」、「肥満(症)」等の疾病に効果があるかのような表現
平成27年1月から3月まで	「インフルエンザ」、「ウイルス対策」、「ノロウイルス」、「乾燥肌」、「花粉症」等の季節性の疾病の予防に効果があるかのような表現

## 機能性表示食品の広告の留意点

### ○景品表示法第4条第1項第1号

事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号のいずれかに該当する表示をしてはならない。

- 一 商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの

➤違反主体（景品表示法）

「自己の供給する」・・・新聞社等の広告媒体事業者は自ら商品を提供していない限り、景品表示法の規制の対象とはならない。

### ○健康増進法第31条第1項

何人も、食品として販売に供する物に関して広告その他の表示をするときは、健康の保持増進の効果その他内閣府令で定める事項（以下「健康保持増進効果等」という。）について、著しく事実と相違する表示をし、又は著しく人を誤認させるような表示をしてはならない。

➤違反主体（健康増進法）

「何人も」・・・新聞社等の広告媒体事業者も健康増進法の規制対象となる。