

健康食品の表示・広告の見方



消費者庁表示対策課
食品表示対策室
平成29年12月



1

本日のトピックス

- ① 健康食品の表示の見方
- ② 誇大表示・広告の禁止
- ③ 違反事例
- ④ 信頼できる情報源
- ⑤ バランス食生活



2

① 健康食品の表示の見方

① 健康食品の表示の見方

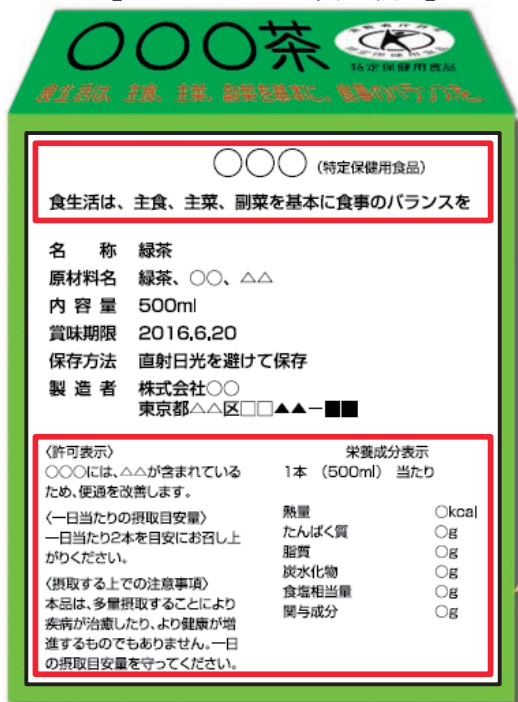
機能性が表示されている食品について



	特定保健用食品	栄養機能食品	機能性表示食品
認証方式	国による個別許可	自己認証 (国への届出不要)	自己認証 (販売前に国への届出が必要)
対象成分	体の中で成分がどのように働いているか、という仕組みが明らかになっている成分	ビタミン13種類 ミネラル6種類 脂肪酸1種類	体の中で成分がどのように働いているか、という仕組みが明らかになっている成分 (栄養成分を除く。)
可能な機能性表示	健康の維持、増進に役立つ、又は適する旨を表示 (疾病リスクの低減に資する旨を含む。) 〔例：糖の吸収を穏やかにします。〕	栄養成分の機能の表示 (国が定める定型文) 〔例：カルシウムは、骨や歯の形成に必要な栄養素です。〕	健康の維持、増進に役立つ、又は適する旨を表示 (疾病リスクの低減に資する旨を除く。) 〔例：Aが含まれ、Bの機能があることが報告されています。〕
マーク		なし	なし

① 健康食品の表示の見方

【 パッケージの表示例 】



機能性が表示されている食品を購入する際は、**キャッチコピーだけでなく、パッケージの表示をしっかりと確認しましょう！**

機能性が表示されている食品の
パッケージ上の主な記載内容

- ① 特定保健用食品、栄養機能食品又は機能性表示食品である旨
- ② 機能性の内容
- ③ 1日当たりの摂取目安量
- ④ 摂取する上での注意事項

② 誇大表示・広告の禁止

② うそや誤認させる表示・広告の禁止

● 景品表示法及び健康増進法による健康食品の虚偽誇大表示等の禁止

健康の保持増進の効果等が必ずしも実証されていないにもかかわらず、当該効果等を期待させるような健康増進法上の虚偽誇大表示や景品表示法上の優良誤認表示(これらを併せて「虚偽誇大表示等」という。)に該当する宣伝等は、禁止の対象となる。なお、これらの法律の規定は、特定の文言や表現等を一律に禁止するものではなく、その適用は、表示全体の訴求内容により判断される。



**医者に行かずとも
ガンが治る!**

こうした表示は、医師による診断・治療がなくても病気が治るとの誤認を与え、治療の機会を逸したり、病気を悪化させるおそれがあります。

**最高の
ダイエット食品**

健康への効果は、個人差があり、現存する製品の中で最高に効果があることを立証することは、一般的には困難であり、このような表示は、誤認を与えます。

△△△△病に
驚異の食効「〇〇」

(体験談)
友人が「△△病に効く」といって「〇〇」を紹介、病業がびっくりするほど小さくなり、病院の先生からも不思議がられるほど回復しました。

体験談は、あくまで利用者の感想であり、都合の良い箇所のみ抜粋して掲載されている場合があります。効果を保証する科学的根拠がない場合もあるので注意が必要です。



③ 違反事例

最近の違反事例① (健康増進法誇大表示及び勧告事例)

ライオン株式会社に対する勧告について

＜平成28年3月1日公表＞

毎日、おいしく血圧対策。

50・60・70・80代の方へおすすめします!

血圧が高めの方に「トマト酢生活」

ライオンの「トマト酢生活」が、上の血圧と下の血圧の両方に作用!

まずは10日間お試しください!

初回限定! トマト酢生活10パック(約10日分) 980円+税

0120-444-515

【表示の概要】

- 本件商品についてのヒト試験結果のグラフとともに、「臨床試験で実証済み!これだけ違う、驚きの『血圧低下作用』。」
 - 本件商品を摂取している者の体験談として、「実感できたから続けられる!10年くらい前から血圧が気になり、できるだけ薬に頼らず、食生活で改善できればと考えていました。飲み始めて4ヶ月、今までこんなに長続きした健康食品はないのですが、何らか実感できたので継続できています。今では離すことのできない存在です。」
 - 「50・60・70・80代の方に朗報!」、「毎日、おいしく血圧対策。」、「薬に頼らずに、食生活で血圧の対策をしたい」そんな方々をサポートしようとしてライオンが開発した『トマト酢生活』」
- 等と記載することにより、あたかも、本件商品に血圧を下げる効果があると表示することについて消費者庁長官から許可を受けているかのよう示し、また、薬物治療によることなく、本件商品を摂取するだけで高血圧を改善する効果を得られるかのように示す表示をしていた。

【実際】健康増進法第31条第1項及び第32条第1項の認定

実際には、本件商品は「本品は食酢の主成分である酢酸を含んでおり、血圧が高めの方に適した食品です。」を許可表示とし、食生活の改善に寄与することを目的として、その食品の摂取が健康の維持増進に役立つ、又は適する旨を表示することのみが許可されている特定保健用食品であって、血圧を下げる効果があると表示することについて消費者庁長官から許可を受けているものではなく、また、高血圧は薬物治療を含む医師の診断・治療によらなければ一般的に改善が期待できない疾患であって、薬物治療によることなく、本件商品を摂取するだけで高血圧を改善する効果が得られるとは認められないものである。

最近の違反事例② (景品表示法優良誤認表示事例)

株式会社メロディアンハーモニーファインに対する措置命令

＜平成29年3月3日公表＞

水素が脂質代謝を促進! 血糖値の急上昇も抑制

① 水素水のキレイパワー! ① H₂

水素が脂質代謝を促進! 血糖値の急上昇も抑制

脂質代謝の遺伝子スイッチを調節して体質サポート!

② 水素水のキレイパワー! ④ H₂

炎症を抑える効果で肩こりや筋肉痛を軽減!

肩こりや筋肉痛、ニキビといった、炎症によって起こった悩みが軽減されると期待されています。

ニキビや吹き出もの、かぶれといった炎症による肌トラブルの解消に有効。

③ まさか、だって水素水を飲んだだけですよ!

うっそ!! ペタン!!

こんなに余計な肉が落ちたのね!

⇒景品表示法第7条第2項の規定に基づき、同社に対し、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められないものであった。

自社ウェブサイトにおいて、

- ① あたかも、本件商品を摂取すれば、脂質代謝を促進し、血糖値の急上昇も抑制するかのよう示す表示、
- ② あたかも、本件商品を摂取すれば、炎症を抑制し、肩こりや筋肉痛を軽減、ニキビ、吹き出もの、かぶれを解消するかのよう示す表示、
- ③ あたかも、本件商品を摂取するだけで、特段の運動や食事制限をすることなく、容易に著しい痩身効果が得られるかのよう示す表示、をしていた。

最近の違反事例③（景品表示法優良誤認表示事例）

株式会社ミーロードに対する措置命令について

＜平成29年3月30日公表＞



「バストUPとスリムUPを同時にかなえるスタイルUPサブリの決定版！」と記載

「今までの『プエラリア』では満足できなかったアナタへ…」と題し、バストの下部に手を添えたポーズの女性の画像と共に、「魅惑的なメリハリBodyに…」と、余裕のあるぶかぶかの短パンをはきお腹周りを指差している女性の画像と共に、「キュッ!」、「見てください！こんなブカブカに!」、「Gカップでも57.8kg → 47kg - 10.8kg」、「女子力UPに胸ふくらむ!!」と記載

自社ウェブサイトにおいて、あたかも、本件商品を摂取するだけで、豊胸効果が得られるとともに痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。

⇒景品表示法第7条第2項の規定に基づき、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められないものであった。

最近の違反事例④（景品表示法優良誤認表示事例）

ティーライフ株式会社に対する措置命令について

＜平成29年9月29日公表＞



自社ウェブサイトにおいて、「ダイエットプーアル茶」と称するポット用ティーバッグ35個入り及び4個入りの食品について、あたかも、普段の食生活における飲料を対象商品に替えることにより、対象商品に含まれる成分による痩身効果の促進作用が容易に得られるかのように示す表示をしていた。

例えば、
 ○「2大有用成分がラクラクダイエットを応援」
 ○「長期間の醗酵によって緑茶の有用成分カテキンが『重合カテキン』や『没食子酸』にパワーアップ。
 ○「いつもの飲み物をおいしいお茶に替える新習慣!」
 等と記載。

○「個人の感想であり、実感には個人差がございます。」等と記載していたが、当該記載は前記の表示から受ける効果に関する認識を打ち消すものではなかった。

⇒景品表示法第7条第2項の規定に基づき、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、同社から資料が提出されたが、当該資料は当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められないものであった。

最近の違反事例⑤（景品表示法優良誤認表示事例）

葛の花由来イソフラボンを機能性関与成分とする機能性表示食品の販売事業者16社
に対する措置命令について

＜平成29年11月7日公表＞

表示例：株式会社太田胃散のウェブサイト

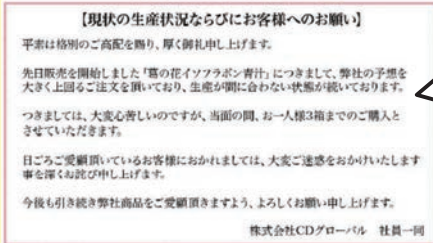


※個人感想であり、効果・効能をあらわすものではありません。

16社が販売している機能性表示食品について、あたかも、対象商品を摂取するだけで、誰でも容易に、内臓脂肪(及び皮下脂肪)の減少による、外見上、身体の変化を認識できるまでの腹部の痩身効果が得られるかのように示す表示をしていた。

⇒景品表示法第7条第2項の規定に基づき、16社に対し、それぞれ当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めたところ、16社から資料が提出されたが、当該資料はいずれも、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものとは認められないものであった。

表示例：株式会社CDグローバルのウェブサイト



先日販売を開始しました「葛の花イソフラボン青汁」につきまして、弊社の予想を大きく上回るご注文を頂いており、生産が間に合わない状態が続いております。

株式会社CDグローバルが販売している機能性表示食品について、あたかも、本件商品の販売数量に関する具体的な予想を立て、当該予想販売数量を上回るほどの相当程度多数の注文を受けているかのように示す表示をしていた。

⇒実際には、具体的な数値予想を立てておらず、表示期間中における注文数は僅少であった。

④ 信頼できる情報源

④ 信頼できる情報源

健康食品に関する信頼できる情報源の提供について

消費者庁では、**健康食品の安全性や有効性**について、消費者の方々に向けた情報提供の充実を図るための「セカンドオピニオン事業」に取り組んでいます。

セカンドオピニオン事業とは？

広告宣伝されている健康食品の有効成分について、医学や薬学など複数の専門家に科学的見地から有効性等の評価を依頼し、その情報を不当表示の取締りや、「健康食品」の安全性・有効性情報の素材情報データベースを介した消費者の方々への情報提供に活用していく事業です。

信頼できる情報源として、国立健康・栄養研究所の「健康食品」の安全性・有効性に関する素材情報データベースを御活用ください！

国立健康・栄養研究所 素材情報データベース
<https://hfnet.nih.go.jp/contents/indiv.html>

【問合せ先】消費者庁 表示対策課食品表示対策室
 〒100-0990 東京都千代田区千代田1-1-1 庁舎204号室(代表)
 電話 03-3597-8900

(平成26年11月作成)

国立健康・栄養研究所
「健康食品」の安全性・有効性情報
 Information system on safety and effectiveness for health foods

サプリメントで病気は治るの？

Mr. サプリ
 サプリメントへの疑問は、私がお答えいたします！

最新ニュース 基礎知識 被害関連情報
 話題の食品・成分 素材情報データベース

国立健康・栄養研究所 健康食品
<https://hfnet.nih.go.jp/>

【問合せ先】国立研究開発法人 医薬基盤・健康・栄養研究所
 〒162-0636 東京都新宿区戸山1-23-1 電話 03-3209-5721

http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/161121premiums_3.pdf

⑤ バランス食生活

⑤ バランス食生活の啓発活動



【消費者庁ウェブサイトトップページでの周知】



【パンフレットによる周知】



【政府広報を活用した啓発】

- ・保健機能食食品について、バランスの良い食生活を基本に賢く利用を進めるために、政府広報による啓発を行っています。
- ・で政府広報における掲載状況は、消費者庁のツイッターで、広く消費者に周知しています。

媒体	時期	概要
モバイル端末 The News	27年12月	・スマートフォンのニュースサイト上の広告
音声広報CD 「明日への声」	29年1月	・点字図書館等への配布 ・インターネット上でも内容を音声や文字で紹介
モバイル端末 The News	29年2月	・スマートフォンのニュースサイト上の広告
ウェブサイト 政府広報 オンライン	29年3月～	・インターネット上の政府広報サイト内「暮らしに役立つ情報」コーナーで、特集を掲載
モバイル端末 Yahoo!ニュース	29年3月～4月	・スマートフォンのニュースサイト上の広告
政府広報ラジオ 秋元才加の Weekly Japan!!	29年6月	・ラジオ番組(全国38局ネット)で紹介