

「健康食品」の表示等に関する調査〈調査結果に基づく所見表示〉

「行政評価・監視」は、東北管区行政評価局が行う行政改善活動の一つで、行政全般を対象として、主に合规性・適正性等の観点から評価を行い、行政運営の改善を推進するものです。

この調査は、**近年の健康ブーム**の中で、健康に関する効果や食品の機能等を表示して販売されている食品（栄養補助食品、健康補助食品、サプリメント等。以下「健康食品」という。）の利用が増える一方、**消費生活センターに「健康食品」に関する苦情相談が多数寄せられている状況**等を踏まえ、消費者保護の一層の推進を図る観点から、**全国で初めて**実施したものです。

- ①「健康食品」の虚偽誇大広告等に対する指導監督機関である東北厚生局の指導監督の実施状況、②東北厚生局と連携して指導に当たる県、保健所設置市の体制及び指導の実施状況、③食品表示・広告を所管することで関連する公正取引委員会事務総局東北事務所、東北農政局と東北厚生局との連携状況を調査（東北管区行政評価局が企画立案し、秋田・福島行政評価事務所を動員して調査を実施）

また、仙台市、秋田市及び福島市の市民1,200人を対象として「健康食品」に関する意識について調査を実施（平成19年1月。回収率45.4%）

- 調査結果に基づき、**平成19年4月10日（火）、東北厚生局、公正取引委員会事務総局東北事務所、東北農政局**に対して**所見表示**

〈本件照会先〉

総務省東北管区行政評価局
第一部第1評価監視官 中島政幸
TEL 022-262-8458

概要



調査の背景事情等

「健康食品」の広告等に対する規制

- 食品として販売する物については、健康増進法において健康保持増進効果等について著しく事実に相違する表示、又は著しく人を誤認させるような表示（虚偽誇大広告等）を禁止。違反者に対しては、勧告、措置命令、罰則（措置命令違反6月以下の懲役又は100万円以下の罰金）を適用。
- 「健康食品」は食品であるため、健康増進法のほか、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）、食品衛生法が適用。また、その広告等については、不当景品類及び不当表示防止法が適用。効能・効果を標ぼうした場合には、薬事法も適用。
- 「健康食品」のうち、国が健康増進法等において規定している食品は、以下のもののみ。
 - ① 特定保健用食品（個別に有効性・安全性について国の審査を受け、表示するには国の許可等が必要）
 - ② 栄養機能食品（栄養成分量が国が定めた規格基準に適合しているもの。表示するのに許可等は不要）

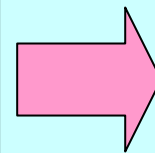
健康ブームの中で「健康食品」の市場規模は、1兆5千億円で、既に一般用医薬品の市場規模を逆転するまでに至っていると言われている。一方で全国の消費生活センターに寄せられた「健康食品」に関する苦情相談は約18,000件（平成17年度）に上り、健康被害に関する苦情相談も少なくない。

本調査の目的

消費者が適切な選択ができるよう「健康食品」の表示等の適正化を図り、消費者保護の一層の推進を図る。

所見表示事項

- 1 東北厚生局における的確な指導監督の実施
- 2 関係行政機関における連携の強化
 - (1) 国の関係行政機関における連携の強化
 - (2) 県及び保健所設置市における連携の強化等
- 3 消費者等への効果的な普及・啓発の実施



(通知先)

- ① 東北厚生局
 - ② 公正取引委員会事務総局東北事務所
 - ③ 東北農政局
- (通知日) 平成19年4月10日(火)
- } 2(1)のみ

「健康食品」に関する意識調査結果

① 「健康食品」に関する関心度

全回答者（545人）のうち**352人（64.6%）**が「非常に関心がある」又は「多少関心がある」と回答→「健康食品」に関する**関心度は高い**。

② 「健康食品」の利用経験

全回答者（545人）のうち、**323人（59.3%）**が「健康食品」を「利用している」又は「利用していたが、今は利用していない」と回答→多くの者が**利用経験あり**

また、「健康食品」の利用経験があると回答した者（323人）のうち、**239人（74.0%）**が**利用を中止した経験**があり、その理由（複数回答）として、「**効果がない**」[140人（58.6%）]、「**経済的に負担**」[124人（51.9%）]等と回答

③ 行政が重点的に取り組むべき事項

安心して「健康食品」を利用できるように、行政が重点的に取り組むべき事項として、「**広告や表示等に関する監視**」[367人（67.3%）]を挙げる者が最も多く、次いで「**法令に抵触した業者や健康被害が発生した『健康食品』の公表**」[358人（65.7%）]、「**市販品の成分検査の実施**」[325人（59.6%）]、「**『健康食品』に関する正しい知識の普及啓発**」[275人（50.5%）]と回答（複数回答）

所見表示 1 東北厚生局における的確な指導監督の実施

制度・仕組み

○地方厚生局が行う主な事務（「移管業務の実施について」（平成 16 年 3 月 25 日付け地発第 0325001 号、食安発第 0325004 号）

《事業者への指導》

①改善指導、②改善確認、③勧告措置、④命令措置

《県、保健所設置市との連絡調整》

①疑義照会への対応、②指導要請、③事例報告の受理・整理、④違反事例の調査・収去

《厚生労働本省との連絡調整》

①報告事例の送付、②指導要請

○勧告の対象事案（ガイドライン等）

①重篤な疾患を抱える患者が当該表示を根拠に当該商品を購入することにより適切な診療機会を逸して当該患者の健康の保持増進が図れなくなるおそれがある場合

②国民生活センターや消費生活センター等にその健康保持増進効果等について数多くの苦情等が寄せられている等「国民保健の向上を図る」という健康増進法の目的に照らして看過できない悪影響が及ぼされるおそれがある場合

調査結果

1 東北厚生局は、県及び保健所設置市（以下「県等」という。）からの虚偽誇大広告等と疑われる事案に対し指導を行った事例の報告の分析なし。また改善状況の確認もなし

県等が指導した広告等で当局の店頭調査等で特定できた 37 事業者のうち、

① 県等の指導に沿った改善措置を講じていないもの（15 事業者）

中には、他都道府県から健康被害の疑いがあることを理由に指導要請があり、県はパッケージ、インターネットについて改善を指導したが、改善状況の確認がなく、当該事業者は、未改善のまま販売を続け、新たな健康被害と疑われる事案が発生したケースあり

② 県等の指導事項は改善しているが、インターネット等の広告媒体について改善がなされていないもの（7 事業者）

（例）商品パッケージの「〇〇の疾病改善効果」（現在〇〇は、高血圧・脳溢血、・・・糖尿病などの改善に用いられます。）は、指導に沿って改善したが、ホームページでは依然として改善前の広告内容で販売

2 東北厚生局は、自ら行う探索は未実施。また、県等からの疑義照会には応じているが、国民の健康の保持増進に重大な影響を与える事案が発生していないことから、自ら行う指導も県等への指導要請もなし

6 消費生活センターに平成 16 年度～18 年度（4 月～12 月等）までに寄せられた「健康食品」に係る苦情相談は 1, 635 件。うち、健康被害等を理由に解約・返品等を訴えているとみられる事案は 78 件（4. 8%）。中には、虚偽誇大広告等に誘引されているものもあり

3 具体的な商品名等を表示していない広告等への対応が不十分

① 厚生労働省通達（ガイドライン等）では、広告等で具体的な商品名等を表示していなくても、消費者が容易に連絡先を認知できる形のもの、広告等に該当するとされているが、東北厚生局では、このような広告等について、県等に対し広告等に該当するか否かの確認等の要請なし、また自らの把握等もなし

② 当局において、このような広告（新聞折り込みチラシ）36 件（7 事業者）を確認（平成 18 年 10 月～19 年 2 月の間、秋田県、宮城県、福島県で発行されている地元紙 4 紙を対象）

所見表示要旨（対：東北厚生局）

- ① 個別の虚偽誇大広告等の排除に止まらず、事業者に係る広告等全般が改善されるよう指導の徹底を図ること。
- ② 県等からの報告を適切に分析するとともに、自ら積極的に情報収集活動を行い、健康保持増進効果等について複数回にわたり苦情が寄せられている等の悪質な事業者を把握すること。
- ③ 特定の食品の商品名等を明示していない広告等についても、その販売実態を把握し、所要の指導等を行うこと。
- ④ これらを踏まえて、事業者に対し、東北厚生局自ら指導する又は県等に指導を要請し、その改善状況の確認を励行し、勧告等を含めた対応をとること。

所見表示 2 - (1) 国の関係行政機関における連携の強化

制度・仕組み

- 公正取引委員会、厚生労働省、農林水産省は、食品表示に関し、相互の連携・協力を図るため、「表示行政の推進に関する相互の情報提供や協力体制の構築について」（平成 14 年 6 月）を合意（以下「3 省合意」という。）
- 東北厚生局は、3 省合意とは別に、健康増進法の適正な執行を図るため、情報提供の実施、監視指導体制の強化を目的として、公正取引委員会事務総局東北事務所、東北農政局等により構成する「食品の表示に係る東北ブロック行政機関等担当者会議」（平成 16 年 6 月。以下「東北ブロック担当者会議」という。）を設置

調査結果

1 食品に関連する表示・広告を担当する国の行政機関の連携を強化する余地あり

- ① 東北ブロック担当者会議は、関係機関の連携が図られるよう努めており、3 省合意の趣旨を実現する上で、活用が可能
- ② **平成 16 年 7 月以降**、国の関係行政機関から東北厚生局への情報提供は **11 件**。一方、当該関係機関が調査等で把握した事案の中には健康増進法違反の疑義がある事案あり

2 東北厚生局では、関係機関から情報提供を受けた上記 11 件のうち、健康増進法の観点から処理していない事案あり (2 件)

所見表示要旨（対：東北厚生局、公正取引委員会事務総局東北事務所、東北農政局）

「健康食品」を含む食品表示について、東北ブロック担当者会議を活用して、相互に協力し、以下の事項が実施可能となるよう連携を強化すること。

- ① 他法令の観点から疑義が持たれる事案は幅広に提供等すること。（東北厚生局、公正取引委員会事務総局東北事務所、東北農政局）
- ② 情報提供を受けた事案を適切に処理すること。（東北厚生局）

所見表示 2 - (2) 県及び保健所設置市における連携の強化等

制度・仕組み

厚生労働省は、厚生労働省通達（ガイドライン等）により、県等という。）の健康増進法所管課に対し、

- ① 食品衛生法、薬事法、JAS法等を所管する課（以下「関係課」という。）と情報を交換し、密接に連携・協力すること、
 - ② 消費者行政機関と定期的な連絡会を開催して、情報入手し、必要な措置をとること、
 - ③ 健康増進法第32条の2の規定に違反していると判断して指導を行ったもの及び違反しているかどうか判断できない広告等について、地方厚生局へ報告すること、
- 等を通知

調査結果

1 調査対象県等では関係課や消費生活センターとの連携が不十分

（調査対象県等：青森県、岩手県、秋田県、宮城県、福島県、仙台市、秋田市、郡山市）

調査対象県等の中で消費生活センターと定期的な連絡会を開催しているものなし。関係課との連携体制を整備しているのは、青森県と秋田県のみ。この結果、

- ① 東北厚生局が管内の県等（6県、4保健所設置市）から受けた報告（204件）のうち118件（57.8%）が事業者からの照会で、関係課からの情報提供は49件（24.0%）。（平成16年7月～18年10月）
- ② 秋田県、宮城県、福島県、仙台市、秋田市では、薬事法所管課が「健康食品」の広告等について指導を行っていないが、健康増進法所管課に報告していない事案が43件。中には、健康被害を訴える事案も含まれているが、これら事案は東北厚生局へ未報告（平成16年4月～18年10月）

2 県等における厚生労働省通知の趣旨の浸透が不十分

- ① 事業者からの事前相談を東北厚生局に報告しているものとしていないものがある等、県等によって区々な取り扱い。この結果、
 - i) 東北厚生局への報告件数は、最も多い青森県（53件）から最も少ない岩手県（3件）と格差あり（平成16年7月～18年10月）
 - ii) 宮城県では、事業者からの事前相談（105件）が未報告
- ② 調査対象県等では、青森県を除き、健康増進法所管課自らが立入調査や新聞広告、新聞折り込みチラシによる探索を実施するものなし
- ③ 当局において、i) 新聞折り込みチラシの収集（平成18年10月～19年2月、秋田県、宮城県、福島県内で発行されている地元紙4紙を対象に実施）で延べ48件（14事業者）、ii) 食料品店、観光土産店、自然食品店等の店舗調査及びインターネット検索により延べ60事業者の虚偽誇大と思料される広告等を把握

3 調査対象県等において、以上のような状況に対し、報告対象となる事例の範囲や報告事例の活用方針が分かりやすく明示されていないため、対応に苦慮している状況あり

所見表示要旨（対：東北厚生局）

- ① 県等に対し厚生労働省通達（ガイドライン等）の趣旨の理解を求め、健康増進法所管課と関係課（少なくとも食品衛生法、薬事法の所管課）及び消費生活センターとの連携体制を整備するよう助言すること。また、積極的な違反事例の把握及びこれに対する適切な指導並びに報告の励行を助言すること。
- ② 県等からの報告を必要とする事案の範囲及びその活用方策を明示することについて、所要の対応を取ること。

所見表示 3 消費者等への効果的な普及・啓発の実施

制度・仕組み

「健康食品」に係る被害の防止、トラブル等の防止を図るには、「健康食品」に関する正しい知識を身につけることが重要

調査結果

1 東北厚生局の普及啓発活動に活発化の余地

- 東北厚生局は、パンフレット作成、一般消費者を対象とした説明会や他行政機関等からの講師派遣要請には応じているが、ホームページを利用した「健康食品」に係る制度の周知なし

2 効果的・効率的な普及啓発活動を行うには、県等・関係団体等と密接な連携を図りつつ実施することが重要

県等や関係団体等の中には、積極的に普及啓発に努めている以下のような例あり

- **秋田県・福島県消費生活センター**：高齢者を対象とする「健康食品」の販売を巡るトラブルが多発しているため、マスコミの活用、広報誌への掲載、チラシの配布により、明確に i) 医薬品とは異なるので、効能効果を期待して購入しないこと、ii) 薬を飲んでいる人は、飲み合わせが悪い場合があるので注意が必要であることを周知
- **青森県**：食品表示の適正化は、加工業者、産地直売所、食品小売業者等が自ら行うことが重要との観点から、毎年度、これら事業関係者数百名を対象に指導者養成研修を開催
- **NPO法人**：食品と医薬品についての正確な情報と適切な利用方法を提供し、地域の人々の健康な生活を応援するため、i) 一般生活者を対象とする出前講座等の開催（年 20 回程度）、ii) 情報誌を年 4 回発行し会員に配付するとともに、ホームページにも掲載して、個別具体的な「健康食品」の説明と利用時の注意（特に薬との飲み合わせ）等の情報を発信

3 当局実施の意識調査結果では、国が認める健康食品の内容について知らない者が多い。一方、「健康食品」を購入する際に参考にしているものはマスコミによる情報とする者が多い。

- 制度の「内容まで知っている」とした者：特定保健用食品＝13.6%、栄養機能食品＝9.4%

所見表示要旨（対：東北厚生局）

「健康食品」に関する正しい知識の効果的・効率的な普及啓発を図る観点から、県等又は関係団体等と連携して、一層、消費者等に対する積極的な普及啓発に努めること。