



「健康食品」の表示等に関する調査結果に基づく所見表示（ポイント）

（所見表示先）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
（所見表示日）平成 19 年 4 月 10 日（火）
（調査実施時期）平成 18 年 12 月～19 年 3 月

1 「健康食品」に係る広告等の適正化の必要性

(1) 市民の意識（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」と回答しており、「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」と回答しており、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）

(2) 消費生活センターに寄せられた「健康食品」に係る苦情相談

今回調査対象とした 6 消費生活センター（秋田県、宮城県、福島県、秋田市、仙台市、郡山市）において、平成 16～18 年度（注）に「健康食品」に関する**苦情相談が 1,635 件**。そのうち、**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が、78 件（4.8%）**。中には、**虚偽誇大広告等に誘引されているものあり**

（注）平成 18 年度数値は、消費生活センターごとに把握時点に差異あり

意識調査
結果の概
要参照

公表資料
P 2 参照

《「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）

2 調査結果の改善意見（所見表示事項）の要旨

(1) 東北厚生局における的確な指導監督の実施

(主な問題点)

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

i) 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

ii) 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は未改善のもの（7事業者）

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、自らが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寄せられた「健康食品」に係る苦情相談1,635件のうち、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

→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

当局において、このような広告（新聞折り込みチラシ）を36件（7事業者）確認

公表資料
P2参照

《改善意見（所見表示事項）》（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、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。

(2) 関係行政機関における連携の強化

(主な問題点)

ア 国の関係行政機関における連携の強化

① 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、上記11件のうち、2件について未処理

公表資料
P3参照

イ 県等における連携の強化等

① 関係課や消費生活センターとの連携が不十分

→薬事法所管課が指導を行っていないながら、健康増進法所管課に未報告となっている事案43件

公表資料
P4参照

- ② 県等における厚生労働省通知の趣旨の浸透が不十分
- i) 東北厚生局への報告方法等が県等により区々(報告件数に格差：最多＝青森県(53件)、最小＝岩手県(3件))
 - ii) 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・折り込みチラシによる探索を行うところなし
 - 当局で違反広告等と思料される広告等を多数把握(新聞折り込みチラシ：延べ48件(14事業者)、店舗調査・インターネット検索：延べ60事業者)
- 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

《改善意見(所見表示事項)》

- ア 国の関係行政機関の連携強化(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、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く提供等すること。(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)
- イ 県等における連携強化等(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。

(3) 消費者等への効果的な普及・啓発の実施 (主な問題点)

- 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・関係団体等の中には、出前講座の実施、ホームページにおける情報発信等、きめ細かな普及啓発活動を実施しているものあり
- 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を知らない者が多い。一方、「健康食品」を購入する際に参考になっ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%

公表資料
P5参照

《改善意見(所見表示事項)》

「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。