

令和2年11月5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（令和2年7月～9月）

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。

消費者庁では、令和2年7月から9月までの期間、インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示の監視を実施しました。

この結果、インターネットにおいて健康食品等を販売している112事業者による113商品の表示について、健康増進法第65条第1項の規定に違反するおそれのある文言等があったことから、これらの事業者に対し、表示の改善を要請するとともに、当該事業者がショッピングモールに出店している場合には、出店する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協力を要請しました。

消費者庁では、引き続き、健康食品等の広告その他の表示に対する継続的な監視を実施し、法に基づく適切な措置を講じてまいります。

### 【本件に対する問合せ先】

消費者庁表示対策課ヘルスケア表示指導室

電話 03(3507)9144

ホームページ <https://www.caa.go.jp/>

## 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：令和2年7月から9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、検索キーワードによる無作為検索の上、検索された商品の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	主な検索キーワード
令和2年7月から9月まで	<ul style="list-style-type: none"><li>・「コロナウイルス」、「熱中症」等の疾病の治療又は予防を目的とする効果があるかのような表現</li><li>・「免疫力」、「不眠」、「デトックス」等の身体の組織機能の一般的増強、増進を主たる目的とする効果があるかのような表現</li><li>・「ダイエット」等の身体を美化し、魅力を増し、容ぼうを変える効果があるかのような表現</li></ul> 等

### 2. 監視結果及び改善要請

監視の結果、インターネットにおいて健康食品等を販売している112事業者による113商品について、健康増進法第65条第1項の規定に違反するおそれのある文言等を含む表示を行っていたことが確認されたため、当該事業者に対し、当該表示の改善を要請した。

また、当該事業者がショッピングモールに出店している場合には、出店するショッピングモール運営事業者に対しても、同要請を行った旨を通知し、当該運営事業者に表示の適正化について協力を要請した。

### 3. 直近のインターネット監視結果

監視期間	改善要請件数		改善件数	
	事業者数	商品数	事業者数	商品数
令和元年度	278	337	278	337
令和2年4～6月	93	107	93	107
令和2年7～9月	112	113	—	—

#### 4. 参照条文

健康増進法（平成 14 年法律第 103 号）（抜粋）

（誇大表示の禁止）

第六十五条 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（次条第三項において「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。

2（略）

（勧告等）

第六十六条 内閣総理大臣又は都道府県知事は、前条第一項の規定に違反して表示をした者がある場合において、国民の健康の保持増進及び国民に対する正確な情報の伝達に重大な影響を与えるおそれがあると認めるときは、その者に対し、当該表示に関し必要な措置をとるべき旨の勧告をすることができる。

2 内閣総理大臣又は都道府県知事は、前項に規定する勧告を受けた者が、正当な理由がなくてその勧告に係る措置をとらなかったときは、その者に対し、その勧告に係る措置をとるべきことを命ずることができる。

3・4（略）

（注）健康増進法第 65 条第 1 項の「何人」の解釈については、「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 28 年 6 月 30 日全部改定）第 3 の 3 の（2）及び（3）を参照。

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/extravagant\\_advertisement/pdf/extravagant\\_advertisement\\_200331\\_0001.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/extravagant_advertisement/pdf/extravagant_advertisement_200331_0001.pdf)

<参考>

令和2年7月から9月までの期間に表示されていた健康保持増進効果等について  
(一部)

商品区分	表示されていた健康保持増進効果等
<p>加工食品 (農産加工品、畜産加工品、水産加工品等) 【9商品】</p>	<p>・免疫力アップ、うつ病、睡眠障害、精神安定、不安軽減、認知症、不妊症、アトピー症状、食欲増進、疲労回復、代謝促進、アンチエイジングに効果を有すること等を標ぼうする表示</p>
<p>飲料等 (茶、コーヒー及びココア調製品、飲料、酒類) 【11商品】</p>	<p>・免疫力向上・強化、PMS(月経前症候群)、花粉症、アレルギー症状、生活習慣病改善・予防、高血圧予防、動脈硬化予防、便秘改善、デトックス、整腸、基礎代謝向上、ダイエット、美肌に効果を有すること等を標ぼうする表示</p>
<p>いわゆる健康食品 (カプセル、錠剤、顆粒状等) 【93商品】</p>	<p>・コロナウイルス対策、ウイルス抑制、抗ウイルス・抗菌作用、免疫力向上・強化、免疫機能活性化、不眠・不眠症、睡眠障害、うつ症状、いびき改善、ストレス改善、抗がん、整腸、腸内フローラ改善、滋養強壮、疲労回復、熱中症、脱水症、夏バテ、日焼け、デトックス、ダイエットに効果を有すること等を標ぼうする表示 ・女性ホルモンの活性化に働きかけ、PMS(月経前症候群)、美肌、バストアップ、育毛に効果を有すること等を標ぼうする表示</p>

# インターネット監視とは

インターネット監視は、事業者の自主的な意思の下、健康増進法違反のおそれのある表示を修正又は削除させることにより、不適切な内容の表示を迅速かつ効率的に排除し、国民に対する正確な情報の伝達を促すことを目的として実施。

インターネット監視業務の執行イメージ

