

令和3年3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10月～12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10月から12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150事業者による152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10月から12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10月から12月まで	・「がん」、「生活習慣病」、「インフルエンザ」、「風邪」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 ・「免疫力」、「冷え性」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 ・「肌荒れ」、「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 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150事業者による152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	111*	112*
令和2年10～12月	150	152	—	—

※令和3年3月1日現在の実績（改善要請件数と改善件数の差となる1事業者（1商品）については、現在改善中）

#### 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、著しく事実に相違する表示をし、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つたときは、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10月から12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
生鮮食品 （畜産物） 【1商品】	・免疫力アップ、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
加工食品 （農産加工品、畜産加工品、水産加工品等） 【18商品】	・がん予防、生活習慣病、血液サラサラ、風邪・インフルエンザ予防、抗菌・殺菌作用、免疫力アップ、血行改善、冷え性、美肌、PMS（月経前症候群）、アレルギー、腸内環境改善、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
飲料等 （茶、コーヒー及びココア調製品、飲料、酒類） 【23商品】	・がん予防、生活習慣病予防、血液サラサラ、風邪・インフルエンザ予防、殺菌・抗菌・抗ウイルス作用、感染症予防、免疫力アップ、冷え性、ダイエット、美白・美肌、便秘、整腸、むくみ改善に効果を有すること等を標ぼうする表示
いわゆる健康食品 （カプセル、錠剤、顆粒状等） 【110商品】	・がん予防、生活習慣病、血液サラサラ、風邪・インフルエンザ・感染症予防、殺菌・抗菌・抗ウイルス作用、免疫力向上、冷え性改善、肌荒れ改善、ダイエット、腸内環境改善、便秘・便通改善、花粉症改善、デトックス、アレルギー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、美肌、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

# 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

