

瘦身効果等を標ぼうするいわゆる健康食品の広告等について

昭和60年6月28日薬監第38号

厚生省薬務局監視指導課長通知

最近、新聞、雑誌、新聞折り込みチラシ、カタログ等において瘦身効果、伸長効果、豊胸効果を標ぼうするいわゆる健康食品（以下「瘦身指向食品等」という。）が多く見受けられる。これらの中には、医薬品とまぎらわしいもの、虚偽、誇大な表示広告を伴うものが多く、国民の健康衛生上及び商品選択上の問題を引き起こすこととなるため、従来より薬事法、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）によって指導取締りの一層の徹底が求められている。

かかる現状に鑑み、今般、公正取引委員会と協力し、薬事法及び景品表示法からみた瘦身指向食品等の広告等に対する注意点を別紙のとおり作成したので、関係部局及び関係団体との綿密な連絡のもとに、これが指導取締りについて遺憾なきを期されたい。

[別添]

痩身効果等を標ぼうするいわゆる健康食品の広告等の注意点（チェックポイント）

第1 はじめに

痩身効果、伸長効果（背を高くする効果）、豊胸効果を標ぼうするいわゆる健康食品（以下「痩身指向健康食品」という。）の広告等において、薬事法、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）に抵触するものが多く見受けられる。

薬事法は、医薬品等の製造、販売、表示、広告等を規制し、もってこれらの品質、有効性及び安全性を確保し、国民の保健衛生に資することを目的としているものである。食品との関連における医薬品の範囲については、昭和46年6月1日薬発第476号薬務局長通知「無承認無許可医薬品の指導取締りについて」において示しているところであり、医薬品に該当するか否かの判断の主たる要素は、標ぼうされた効能効果、成分本質、形状、用法用量であって、これらが医薬品的なものは注意が必要である。

また、景品表示法は、不当な景品類や表示による顧客の誘引を防止することにより公正な競争を確保し、もって一般消費者の利益を保護することを目的としているものであり、同法では客観的に事実と反して痩身効果等があるかのように誤認される表示はもとより、合理的な根拠に基づいていない表示及び広告は、不当な表示となるおそれがある。

このような観点から、痩身指向食品等の広告等に対し、少なくとも、次の各点についてチェックを行う必要がある。

第2 チェックポイント

1 医薬品に該当するものではないこと

(1) 成分本質、形状等が医薬品でないこと

痩身指向食品等の中には、食品に使用することの認められない成分（リパーゼ等の消化酵素、センナ等）を配合したものや、食品に使用した場合には、錠剤、カプセル等の医薬品的な形状にすることが認められない成分（プランタゴ・オバタ種皮、決明子、ハトムギ、カルシウム等）を配合した錠剤、カプセルなどが見受けられるが、これらは医薬品に該当するため、食品として広告、販売することはできない。このように、痩身指向食品等の広告等のチェックに当たっては、まず、成分本質、形状について十分な調査が必要である。

(2) 医薬品的な効能効果の標ぼうがないこと

ア 痩身効果について

単にカロリーの少ないものを摂取することにより、摂取する総カロリーが減少して結果的に痩せることは医薬品的な効能効果とはいえないが、次のような人体に対する作用によって痩せるとすることは、医薬品的な効能効果に当たるので、このような効果を標ぼうすることは認められない。

- (ア) 体内に蓄積された脂肪等の分解、排泄
- (イ) 体内組織、細胞等の機能の活性化
- (ウ) 「宿便」の排泄、整腸、瀉下
- (エ) 体質改善
- (オ) その他

認められない標ぼうの例示は、それぞれ、次のとおりである。

(ア) 体内に蓄積された脂肪等の分解、排泄

認められない作用例	成分例
<ul style="list-style-type: none">・○○○の働きで体内の余分な脂肪を分解し、体外に排出する。・既に体内に蓄積している無駄な脂肪も○○○の強力な作用で分解して、太りにくい体質に変身させる。・○○○は、糖が脂肪に合成されるのを抑え脂肪を体外に排出してしまう働きをもっています。・ただ飲むだけで、どんどん脂肪を落とし、短期間で抜群の効果を発揮・脂肪燃焼効果も大きい・ぜい肉となって、体内にたまっている余分な脂肪の代謝を促す	<p>「ウーロン茶抽出物」、「ウーロン茶サポニン」、「大豆抽出物」、「大豆サポニン」、「レシチン」等</p> <p>「プロテイン」、「アミノ酸」</p> <p>「ビタミンB群」</p>

(イ) 体内組織、細胞等の機能の活性化

認められない作用例	成分例
<ul style="list-style-type: none">・人間は、首の後ろや背骨に沿って、褐色脂肪（ブラウンファット）と呼ばれる組織があり、その組織は体重を常に理想的に保つ役割をもっています。・・・この褐色脂肪の動きを活発にしてウエイトコントロールを効果的に行わせるのが○○○です。・○○○が肥満の根本原因とも言うべき褐色脂肪を活性化し、正常化してくれる。・成長ホルモンの分泌を活発にする○○○。成長ホルモンは体の成長を促す働きもあり、これにより余分な脂肪が効果的に分解され、ぜい肉のないスリムな健康体をつくる。	<p>「月見草オイル」、「ガンマ・リノレン酸」</p> <p>「アミノ酸」等</p>

(ウ) 「宿便」の排泄、整腸、瀉下

認められない作用例	成分例
<ul style="list-style-type: none">・腸の活性化を図り、頑固な宿便をスムーズに排出することに強力な効果を発揮します。・腸のぜん動運動を活発にし、便秘を解消・腸内クリーン化・○○○は腸内を活発にするために、女性の敵である腸内老廃物（宿便）をきれいに掃除しますので、ニキビやシミ、小じわ等のトラブル肌にも素晴らしい効果を発揮します。・○○○は、その強力な作用により、腸内のビフィズス菌を増殖し、醗酵を促進させます。このときに発生する炭酸ガスが腸壁を広げ、ヒダの間にこびりついた宿便を落とし体外に排出させるわけです。	<p>「植物繊維」、「海藻」</p> <p>「乳酸菌」</p> <p>「酵素」</p>

(エ) 体質改善

認められない作用例	成分例
<ul style="list-style-type: none">・一回やせてしまえば体質が変わって、もう太る心配なし。・減量しながら体質改善できるわけです。・褐色脂肪細胞の機能が活発に働くようになれば、自然に肥満体質は改善されます。やせる体質をつくる。・やせにくく、太りにくい体がつくられる。	「ウーロン茶サポニン」、「大豆サポニン」、「プロテイン」、「海藻」、「月見草オイル」、「リノール酸」、「レシチン」等

(オ) その他

認められない作用例	成分例
<ul style="list-style-type: none">・〇〇〇は、肥満感の信号を送って食べ過ぎを防止する全く新しいタイプの成分です。空腹に悩まされない楽な減量をお約束します。・食欲を抑え・発汗と利尿作用を高め	「フェニールアラニン」 「グルコフラングリン」

また、上述のような具体的な作用の説明がない場合であっても、特定の成分によって、減量が達成できるとすることは、当該成分の薬理作用を暗示しており、医薬品適な効能効果に当たるので、このような効果を標ぼうすることは認められない。

認められない作用例	成分例
<ul style="list-style-type: none">・1 カプセルに〇〇〇の△△△kg分の減量成分が含まれている。・〇〇〇と〇〇〇のダブル効果で健康的に急速減量ができる仕組み	「ウーロン茶サポニン」、「大豆サポニン」、等

なお、痩身食品等の広告において、上記のような痩身効果等に加え、次のような効能効果をあわせ標ぼうするものが多いので注意が必要である。

認められない作用例	成分例
<ul style="list-style-type: none">・老化を防ぎ皮膚や細胞を生き生きさせて・「若返りのビタミン」といわれている〇〇〇も配合・細胞の活性化	「ビタミンE」その他ビタミン類

イ 伸長効果について

特定の製品を窃取するだけで容易に背が伸びるをすることは、医薬品的な効能効果にあたるので、このような効果を標ぼうすることは認められない。

認められない作用例	成分例
<ul style="list-style-type: none"> ・脚をぐんぐんのばす ・現代伸長科学の快挙！！驚異の高純度自然伸長〇〇〇完成 ・のびの止まったと思われる人でものびます。 ・1日一粒のむだけでグリーンと脚がのびて背が高くなる。 	「カルシウム」、「マグネシウム」、「ビタミンD」、「ビタミンB1」、「C. G. F」、「プロテイン」等

ウ 豊胸効果について

特定の製品を窃取するだけで容易に体の一部に特異的に効果（たとえば豊胸効果）が表れるとすることは、医薬品的な効能効果に当たるので、このような効果を標ぼうすることは認められない。

認められない作用例	成分例
<ul style="list-style-type: none"> ・1日一回飲むだけで、特別な運動の必要もなく、体の内側から自然にバストアップ、プロポーションアップに大きな効果がある。 ・〇〇〇は、女性ホルモンの分泌を活発にし、乳腺を内側からぐんぐん発達させる働きがあります。 ・〇〇〇は、乳房内の各細胞（乳腺、輪乳管、乳頭など）にダイレクトに働きかけ、活力を与えます。また、乳腺細胞の血流を増加させる作用により、乳頭のメラニン色素の沈着を防止します。さらに、バストの土台ともいべき大胸筋の発達を促進し、美しい張りのあるバストラインを作る働きもあります。 	「ジャムウ」、「酵素」、「タンポポの根」、「月見草オイル」等

2 不当表示に該当するものではないこと

前期1のとおり医薬品に該当するものは、薬事法違反となるので、一義的には、同法に基づき処理されることになる。また、次のア、イ及びウに該当する食品の表示その他の薬事法違反とならない表示であっても、下記のチェックポイントに該当する場合は、景品表示法の規制対象となる。

ア 単にその中に含まれるカロリーが少なく、その使用により体内に吸収されるカロリーが減少するため、やせると称するもの。

イ 身体の組織、機能にたいする作用には言及せず、やせると称するもの。

ウ 明らかに通常の食品であると認められるが、痩身、伸長又は豊胸の効果を標ぼうするもの

(1) 極めて短期間にやせるかのように表示していないか。

ある食品を摂取するこののみによって、「一ヶ月で10kg」、「一週間で4kg」やせることは通常ありえないので、このような表示は不当表示になるおそれがある。

(2) 成分に関する表示について

ア 痩せる効果があると称する成分が全く入っていないか又はほとんど入っていないということはないか。

成分が全く入っていないか又はほとんど入っていない場合には、痩せる効果があると称する成分の効能の有無に付いて判断するまでもなく不当表示になるおそれがある。

イ 痩せる効果の根拠としている成分が、実際には通常の食品に含まれている成分とほとんど

同じなのに、別なものであるように表示していないか。そうであれば不当表示になるおそれがある。

例えば、痩せる効果があると称している食品の主たる成分が脱脂粉乳（牛乳から乳脂肪分及び水分を取り除いた物）であるのに別の食品であるかのように表示している場合。

- (3) 医学、薬学、栄養学等学問上、その食品に痩せる効果がないことが明らかになっているものでないか。

この場合に、この食品に痩せる効果があるかのように表示すれば不当表示になるおそれがある。

例えば、一般消費者の中には、大豆たんぱく（プロテイン）が減食中の栄養補助食品として用いられるので、これを摂取すれば痩せると誤解している人がいるが、大豆たんぱくには痩せる直接的な効果がないことは、学問上明らかなことである。

また同様に、ビフィズス菌にも痩せる直接的な効果がないことは学問上明らかなことである。

- (4) 痩せる効果があるか否かが、学問上明らかになっていない場合に次のような表示をしていないか。

当該食品に、痩せる効果があるか否かが、学問上明らかになっていないにも係わらず、痩せる効果が客観的に実証されたり又は、客観的な裏付けがあるかのように誤認される次の様な表示は、不当表示になるおそれがある。

ア 痩せる原因の表示について

結果的に痩せる場合があるとしても、当該食品の摂取以外の要因（減食、運動等）によるものではないか。

例えば、当該食品を摂取しても、実際には、減食、運動等を、伴わなければ痩せないものであるにもかかわらず、単に「飲むだけで痩せる」、「これを飲めば1日3食しっかり食べても太らない。」、「食事制限なしにぐんぐんやせる」、「今までとおりの生活、食事ができるので誰でもが簡単に痩せられる。」、「運動は不要」等、その食品の摂取のみで痩せるかのような表示をしている場合。

なお、例えば、単に「つらい食事制限や厳しい運動の必要はありません。」、「わかりやすいダイエット指導書付き」等とのみ表示し、減食運動等が必要であることが不明瞭である場合も不当表示になるおそれがある。

イ 利用者の体験談について

利用者の体験談を自己の都合のよいように表示していないか。

- (ア) 架空の体験談を表示している場合

例えば、痩せる効果があったという礼状を掲載しているが、これも架空の物である場合。

- (イ) 利用者のその食品により痩せたと称する体験談のうち自己に都合のよい部分のみを掲載している場合。

例えば、体験談「・・・を飲んで3ヶ月で5kg痩せました。運動は、毎日、水泳を続けました。」とある場合にも係わらず、運動を行ったことは表示しないで、「3ヶ月で5kgやせた」と、痩せたことのみを表示している場合。

- (ウ) 利用者のその食品により痩せる効果があったとする物が僅かで、多くは効果がなかったとしているのに、痩せる効果があったとする者のみの体験談を掲載している場合。

- (エ) 関係者に特に依頼した体験談であるのに、一般の利用者の体験談であるかのように表示している場合。

ウ 著名人等の推薦について

著名人、専門家等の有識者又は団体の推薦を事実と反して表示していないか。

(ア) 推薦の事実がないにも係わらず、推薦を得ているかのように表示している場合。

(イ) 推薦が、その食品の痩せる効果を全面的に肯定しているのではないのに、そのうち、肯定部分のみを引用している場合。

(ウ) 関係者に特に依頼して行われた推薦にであるにも係わらず、客観的な立場からの推薦であるかのように表示している場合。

(エ) 実際には、その著名人等は当該食品を利用していないにもかかわらず、利用しているかのように表示している場合。

(オ) 推薦者の肩書きを、事実と反し、例えば、当該食品の利用者にとって信頼される専門家であるかのように表示している場合。

エ 当該食品の製造に関する技術等について

当該食品の製造に関する技術等について、優れたものであるかのように表示していないか。

(ア) 例えば、提携していると称する企業が架空で存在しないか、あるいは存在していても提携の事実がないにもかかわらず、事実と反し、薬学、栄養学、生物学等の分野において優れた企業と提携しているかのように表示している場合又は商標の使用許諾を得ているにすぎないのに特別の技術援助を受けているかのように表示している場合。

(イ) 特許権を有するかのように表示しているが、実際にはその事実がないか又は特許権を有していてもその特許が当該食品の製造方法または効果と無関係である場合。

オ 痩せる効果又は作用に関する実験の表示について

実験結果の表示が虚偽又は客観性をかいたものになっていないか。

例えば、実験の結果、痩せた者が数人とそうでない者が数十人とのデータがでていのに、痩せた者の事のみを表示している場合。

また、複数の被験者のうち、結果的に体重が減少するものがあつたとしても、被験者が異なる生活条件の下で、異なる量のカロリーをとり、異なる量の運動をしたような場合であるのに、この実験の条件のうち自己に都合の悪い部分を表示しないで、誰にでも痩せる効果があるように表示している場合。

カ 痩せる効果の根拠となる学術論文の引用について

その論文が、食品の痩せる効果について全面的に肯定しているのではないのに、肯定的部分のみを引用し、あるいは断定していないのに断定しているかのように引用していないか。

キ その他

痩せる効果について事実と反し、「・・・kgも痩せた実証例が」、「世界中で認められた〇〇の痩せる効果」、「痩せる効果が学問的に確認された。」、「ヨーロッパで〇万人、アメリカで〇万人が痩せた実証例が」、「モニター〇千人が痩せる効果を確認」等、痩せる効果が一般的であり、又は学問的に認められているかのように表示していないか。

なお、上記のチェックポイントは、痩身指向食品についてのものであるが、伸長効果、豊胸効果を標ぼうする食品についても同様のチェックを行う必要がある。

(注) 第2、2の「表示」とは、容器、包装上の表示のみでなく、媒体の如何を問わず広告の全てをいう。