



平成19年度みやぎNPO夢ファンド助成事業
「薬食ビジラン・P-net のための基盤整備」

～保健的食品に関する実態調査～

調査結果報告



平成20年3月

特定非営利活動法人
ふあるま・ねっと・みやぎ

この報告書は、特定非営利活動法人ふあるま・ねっと・みやぎの事業ひとつである「薬食ビジラン・P-net」を推進するための基盤整備事業として、平成 19 年度みやぎNPO夢ファンド「スタートアップ支援プログラム」の助成を受けて実施した調査の結果をまとめたものです。

「薬食ビジラン・P-net」は、保健的食品（健康に良いと期待して摂取される食品群の総称）による健康被害や疾病治療への悪影響を避けるために、不適切な情報や商品の流通状況に目を配り、有害事象事例等を収集して行政や社会にフィードバックする情報ネットワークです。

平成20年3月

特定非営利活動法人ふあるま・ねっと・みやぎ

目 次

1. 目的	1
2. 調査	1
3. 結果	1
1) 所定フォームによる随時調査	1
2) アンケートによる意識調査	1
3) 保健的食品の実態調査	3
4. 解析と考察	6
1) 所定フォームによる随時調査	6
2) アンケートによる意識調査	6
3) 保健的食品の実態調査	7
4) まとめ	9
5. 資料	11
1) 保健的食品の実態調査の手引き	11
2) 保健的食品の実態調査データ	13
3) 携帯専用販売サイトに見られた違反広告等報告	27

1. 目的

- 1) 健康被害および経済被害に結びつくような、不適切な商品や表示などの情報を収集し、被害回避のための情報として発信する
- 2) 得られた情報を、必要に応じて行政、医療従事者、生活者に提供し、改善や予防のために役立てる

以上の事業（薬食ビジラン・P-net）を進めるために、調査内容、調査方法および調査対象などを考慮した予備的な調査をおこなう

2. 調査

保健的食品について、薬事法および健康増進法違反（の疑い）事例、健康被害（の疑い）事例などの実態を調査する

- 1) 所定フォームによる随時調査： 問題事例を把握した時に随時報告
対象：薬剤師および医師

- 2) アンケートによる意識調査
対象：医師 200 名 および 薬剤師 100 名

- 3) 調査項目等を決めた一斉調査
対象：一般ボランティア 30 名

3. 結果

- 1) 所定フォームによる随時調査：医療職現場における問題事例報告数

報告者の職種	問題性の区分	調査期間
		2006年9月～2007年11月
薬剤師	健康障害が疑われるケース	6
	情報や商品に問題があるケース	6
	健康不安、経済不安に関するケース	2
医 師	健康障害が疑われるケース	1
	情報や商品に問題があるケース	—
	健康不安、経済不安に関するケース	—

2) アンケートによる意識調査

【医師200名を対象とする調査】

インターネット上の病院・医院検索サイト「マイクリニック」に掲載されている仙台市の5つの区の病院、診療所で内科を標榜している40施設を上から順番に選び、内科担当医師を対象としてハガキによるアンケートを実施した

「健康食品」に関する意識調査（医師）	
総数（廃業等で返送されたものを除く）	193
有効回答	47（24%）
青葉区	7
宮城野区	5
若林区	9
泉区	6
太白区	7
不明	13

問 1	診察の際に患者さんに健康食品の使用を聞きますか	
	1. よく聞く	10
	2. 聞くことがある	26
	3. ほとんど聞かない	9
	4. 聞いた事がない	1
	5. その他（ ）	1
問 2	患者さんの健康食品の使用についてどうお考えですか	
	1. 健康被害がおきなければ問題ないと思う	17
	2. できるだけやめてもらいたいが、本人の意思を尊重する	12
	3. 薬との相互作用がある場合はやめてもらう	20
	4. 健康食品の使用をやめるように伝えている	5
	5. その他	4
問 3	健康食品の正しい情報は入手できていますか	
	1. 情報は定期的に調べている	1
	2. 必要に応じて調べている	17
	3. 情報がなく困っている	22
	4. とくに情報の必要性を感じていない	5
問 4	健康食品による健康被害を疑った事例はありますか	
	また薬の作用への影響が疑われた事例はありますか	
	ある	24
	ない	22
	無回答	2

【薬剤師100名を対象とする調査】

（社）宮城県薬剤師会の薬局検索サイトに掲載されている薬局・薬店の管理薬剤師を対象として、ハガキによるアンケートを実施した

健康食品に関する意識調査(薬剤師)	
総数（廃業等で返送されたものを除く）	99
有効回答	21（21%）
青葉区	8
宮城野区	5
若林区	2
泉区	3
太白区	3

問1	<p>服薬指導の際に患者さんに健康食品の使用を聞きますか</p> <p>1. よく聞く</p> <p>2. 聞くことがある</p> <p>3. ほとんど聞かない</p> <p>4. 聞いた事がない</p> <p>5. その他（ ）</p>	<p>4</p> <p>12</p> <p>3</p> <p>1</p> <p>2</p>
問2	<p>患者さんの健康食品の使用についてどうお考えですか</p> <p>1. 健康被害がおきなければ問題ないと思う</p> <p>2. できるだけやめてもらいたいが、本人の意思を尊重する</p> <p>3. 薬との相互作用がある場合はやめてもらう</p> <p>4. 健康食品の使用をやめるように伝えている</p> <p>5. その他</p>	<p>7</p> <p>3</p> <p>11</p> <p>4</p>
問3	<p>健康食品の正しい情報は入手できていますか</p> <p>1. 情報は定期的に調べている</p> <p>2. 必要に応じて調べている</p> <p>3. 情報がなく困っている</p> <p>4. とくに情報の必要性を感じていない</p>	<p>1</p> <p>15</p> <p>5</p>
問4	<p>健康食品による健康被害を疑った事例はありますか</p> <p>また薬の作用への影響が疑われた事例はありますか</p> <p>ある</p> <p>ない</p>	<p>4</p> <p>17</p>

③ 保健的食品の実態調査：調査項目等を決めた一斉調査（５．資料参照）

本調査は、市民ボランティアが日常生活の中で接する広告表示・表現、販売方法等について感じたことを、所定のフォームにより調査し報告をしたものである

（１）調査実施者：公募による市民ボランティア 30 名

（２）調査対象：保健的食品（健康食品、サプリメント、特定保健用食品、栄養機能食品他）に関する広告表示・表現および販売方法等

（３）調査地域：仙台市および近郊

（４）調査内容：健康増進法や薬事法違反と思われる事例収集

（５）調査期間：平成 19 年 10 月 1 日から 10 月 30 日の 1 ヶ月間

（６）事前研修：平成 19 年 9 月 23 日

- ・保健的食品の広告表示・表現における問題点について
- ・調査目的・方法について
- ・調査・報告の事例研究

（７）調査結果：

調査員	募集数	実施者数	報告書提出者数	男女比	年齢構成
	33	30	27	男 6 女 21	20代2、30代2、40代2、 50代7、60代12、70代2

① 広告物の表示・表現について、法的な違反が疑われると感じた事例

調査した食品の区分	報告件数	調査した広告物	件数	調査対象となった主な成分 (問題ありと感じた商品数)
①いわゆる健康食品 (健康補助食品、 サプリメント、 健康食品など)	152	1. チラシ広告	82	グルコサミン・コンドロイチン 系(22)、コラーゲン系 (8)、クロレラ系(7)、ブ ルーベリー系(6)
		2. 雑誌・新聞広告	61	
		3. テレビコマーシャル		
		4. インターネット広告	9	
②特定保健用食品 (トクホ)	9	1. チラシ広告	3	豆豉エキス(4) イマーク、エボックD、 清祥茶房、緑養快日
		2. 雑誌・新聞広告	6	
		3. テレビコマーシャル		
		4. インターネット広告		
③栄養機能食品	8	1. チラシ広告	3	ハツ目ウナギ、スッポン ブルーベリー、キトサン・アシタ バ
		2. 雑誌・新聞広告	5	
		3. テレビコマーシャル		
		4. インターネット広告		
合計	169			
医薬品	3	新聞広告	3	コンドロイチンZS錠(2) パニオン(1) ラクシースルーS(2)
総数	172			

②商品パッケージの表示について法的な違反が疑われると感じた事例

表示区分		調査対象		表示例
①商品名（販売名）について	1 2	1. 現物（商品）	1	でるでる、聴快音、 ブルーベリアイ、うるおい スリムマッハ、精媚胆 ふしぶし、節楽、楽肝
		2. チラシ広告		
		3. 雑誌・新聞広告	6	
		4. テレビコマーシャル		
		5. インターネット	5	
② 説明文・写真・イラストなどについて	1 4	1. 現物（商品）	3	効果を暗示するイラスト、写真
		2. チラシ広告	2	
		3. 雑誌・新聞広告	3	
		4. テレビコマーシャル		
		5. インターネット	5	

③販売方法について法的な違反が疑われると感じた事例

調査した販売方法		対象とされていた商品	内容
①販売店でのポップ	1	ルテイン	目の絵を描いて効果暗示
②奨め方	2		健康不安をかき立てて、 予防・治療効果などを暗示
③SF商法	1		
④キャッチセールス、			
⑤インターネットなど＊	5	ダイエット系	治療効果、体験募集など

＊詳細は「4. 解析と考察」を参照

④その他

販売に関して、大量購入の強要など、問題があると思われること	7	<ul style="list-style-type: none"> ・ 最初で最後の1回限り ・ 効いた、治った・・・大感謝体験談～格安販売 ・ 豪華プレゼント中・・・
-------------------------------	---	--

【報告会時のアンケート結果】

☆調査をしてみて健康食品に対して見方が変わりましたか

変わった	13人	(87%)
変わらない	0人	(0%)
どちらともいえない（あまり満足できなかった）	2人	(13%)

コメント：

- ・ 被害者の方がかなり世の中にいる事が察せられた
- ・ 広告の文面を注意してみるようになった
- ・ サプリメントを使っている方を気をつけて見るようになった
- ・ 誇大広告が多すぎる
- ・ いままでより注意してみるようになった
- ・ からだに対する効果が載っていて、全て信じていたがだめなものがあるんだと変わった
- ・ 飲み合わせや食べ合わせが大事である（薬との関係）

- ・チラシを注意して読むようになった（効果について疑いを持って対応する）
- ・少々もう少し気をいれて見る

☆健康食品の現状をどのように思いますか

特に問題はない	1 人 （7%）
かなり問題がある	9 人 （60%）
問題はあるもののしかたがない	5 人 （33%）

☆問題があると答えた方におききします。どのような点に問題があるとお考えですか

健康食品の成分	5 人 （含量表示がない）
健康食品の広告・表示	11 人 （誇大）
健康食品の情報	1 人 （あふれている）
健康食品の販売方法	4 人 （SF的なものがある）
マスコミなどの報道のしかた	7 人 （あまり法律を気にしていない）
金銭的なこと	2 人 （高い）

☆健康食品に問題がある場合、市民が参加して実態を監視する方法は、問題解決に有効だと思いますか

有効だと思う	9 人 （60%）
あまり有効だとは思わない	1 人
どちらとも言えない	5 人 （33%）（監視するだけでは効果がない）

4. 解析と考察

1) 所定フォームによる随時調査：医療職現場における問題事例報告

この調査は、調査期間を2006年9月～2007年11月とした。この間に15例の報告があった。報告の内容は精査が必要であり、公表する段階にはないが、「健康食品」が服用薬や病気に悪影響を及ぼした事例が寄せられている。医師からの報告では、サプリメントとの関連が疑われる発疹出現の事例があった。

今回調査は例数が少ないが、今後は「薬食ビジラン・P-net 事業」の中心となるものであり、医師や薬剤師など医療職にあるものが、「保健的食品」の問題性を認識して取り組めば、健康被害等を回避するための有効手段となりうると思われる。今後も継続して事例を集めたい。

2) アンケートによる意識調査：医師200名、薬剤師100名を対象とした調査

回答率は医師24%、薬剤師21%で回答数は多くはないが、以下におおよその傾向を記す。診察や服薬指導時に、健康食品の使用を患者に聞くかどうかについては、医師、薬剤師共に、「よく聞く〈18%〉」「聞くことがある〈55%〉」であり、約20%の人が「ほとんど聞かない」または「聞いたことがない」と答えている。

患者の健康食品使用については、医師、薬剤師共に約30%の人が「健康被害が起きなければ問題ないと思う」と答えているが、70%前後の人は「やめてもらいたい」と思っている様子が見られる。

かがえた。「やめるように伝えている」のは医師 43%、薬剤師 60%であった。とくに薬剤師は、服用薬との相互作用（飲み合わせ）がある時にやめるように伝えている。健康被害を疑ったケースについては医師の 50%、薬剤師の 20%が経験していた。健康食品の「正しい情報の入手」については、薬剤師の 68%が「必要に応じて調べている」と答え、医師の 50%が「情報がなくて困っている」と答えている。薬剤師は服薬指導の時に飲み合わせのチェックのために調べていると思われる。

以上の結果から、全体の傾向としては、健康食品による健康被害や治療への悪影響を回避するための姿勢として評価できる結果であった。「正しい情報」が得にくいという状況が改善されれば、健康被害の把握などがより確実になると思われる。

今回のアンケートで実名記載に応じた方々を中心にネットワークを築き、問題事例などを共有することを進めていきたいと考えている。

3) 保健的食品の実態調査：一般ボランティア30名による調査項目等を決めた一斉調査

この調査は、「医薬品と保健的食品の正しい使用を支援する」という目的で実施している「出前講座」の「受け手」である一般生活者が、実生活の中でどのような「健康食品情報および商品」に出会っているのかを探るために実施されたものである。同時に参加ボランティアの方々による周囲へのよい波及効果も期待した。

（１）一般ボランティア30名の募集：ボランティア募集のチラシ1000枚を仙台市の各市民センターや公共施設、市内薬局店頭においてもらったほか、河北新報紙上においても紹介していただいた。電話等での問い合わせもあり、内容的には興味を持つ人が多かったものの、実際の参加には至らないことが多かった。理由としては、調査内容への理解が十分でなかったこと、事前研修参加が必須であり、その日時設定が平日の日中であったことなどがあげられると思う。市民グループ、企業などの呼びかけもありなんとか33名のボランティアが集まった。

（２）事前研修：事前研修には30名が参加した。この研修では、調査の目的、方法および「保健的食品」に潜む問題点を重点的に講義し、実際の報告用紙に即したチェックポイントについて解説を行った。参加者の経験談など、活発な意見交換もなされた。

（３）調査：期間を10月1日～10月30日とし、チラシ広告、雑誌・新聞広告、テレビコマーシャル、インターネット広告などの広告媒体および商品について問題性のチェックをおこなった。

（４）報告：報告は原則として報告会において発表、報告書の提出とした。報告会は11月15日に開催、19名が参加した。当日欠席の方は郵送による報告書の提出となったが、最終的には27名の提出に止まった。

報告会では、全員が熱心に感想などを述べ熱気に包まれた。認識を新たにしたという感想や広告等のあまりのひどさを目の当たりにして、自らの参加意義を確認したという声もあった。また会場で実施したアンケートでは、今回のような調査は、健康食品によって引き起こされる健康被害などを防止するために有効な方法であると答えている。

この報告会の様子は河北新報に紹介された。熱心な記者さんに感謝したい。

（５）結果：総数２１４件の事例が報告された。内訳は調査結果表に示したとおりである。

添付資料として提出された対象広告物は実に多様であった。限定された１ヶ月間の調査なので、新聞広告や折り込みチラシなどについては対象が重なっていることは否めないが、的確にポイントを把握していると思われた。報告内容については、事例毎に対象チラシ等をつきあわせて食品の区分や問題性の区分などを整理し、正確を期すために用語や表現を追加・修正した。

【広告物の表示・表現について、法的な違反が疑われると感じた事例】

データの上で見ると、法的な違反が疑われる食品の区分では、いわゆる健康食品が１５２件で圧倒的であったが、トクホ９件、栄養機能食品８件など法的な規制を受けているものにも違反が疑われる例が見られたことは問題であると考ええる。また、「特定のクロレウ」など誰の目にも違反であるとは分かるチラシが、堂々と毎月出され、なんの取締も行われていないことは大きな問題であると思う。

【商品パッケージの表示について法的な違反が疑われると感じた事例】

平成１９年に厚生労働省から出された「４・１３事務連絡 医薬食品局監視指導・麻薬対策課 広告専門官通知」により、いわゆる健康食品のネーミングに規制がかかり、「つるつる」「すっきり」などが薬事法違反として禁止された。この視点からデータを見ると、チラシでは該当事例が減っているようであるが新聞広告、雑誌等では多く、インターネットではまだまだ多い。パッケージに表示が禁じられている表現等も依然として多い。

【販売方法について法的な違反が疑われると感じた事例】

販売方法については、アンケートではＳＦ商法の問題点が挙げられているが、調査ではチラシ等の対象物の収集はほとんど困難であるので、実態は反映されていない。

実際にはこの分野が野放し状態であるといえる。また、インターネット上での販売方法もまさに無法地帯である。

（６）今回の調査で明らかになった問題

①携帯専用販売サイトの実態

今回の調査で、２０代ボランティアの方から重要な問題提起があった。他の報告でもインターネット上の問題は把握されたところであるが、実施側の想定外であった「携帯専用販売サイト」の問題が明らかとなった。参考資料として報告者の感想を紹介した。今後社会的な問題として取り組むべきであろう。（５．資料参照）

②目に余る新聞全紙大広告

平成１９年の「４・１３事務連絡」により商品名に規制がかかったために、商品からは効果などを暗示させる名称が消えていった。しかしその後、新聞広告が変化した。全国紙がこぞって健康食品の全面広告を展開している。商品名は「グルコサミン」「ノコギリヤシ」など成分や素材の名前そのものであるが、写真入りの有名人の体験談や学者と称する人のコメント、または一見科学的な実験データなどを満載している。

③保健機能食品（特定保健用食品、栄養機能食品）の不適切な広告

国の制度として認められ、表示や記載内容が決められている保健機能食品も負けじと新聞に全面広告を載せ始めた。許可の根拠となっている科学的試験データなどを大々的に載せて許可

表示を超えた効果を暗示しているにもかかわらず、記載義務のある使用上の注意などは記載していないものがあった。医薬品と誤認する可能性がある。

栄養機能食品には大きな問題がある。効果の表示は指定成分（ビタミン12種、ミネラル5種）に関するものに限られているにもかかわらず、全面に大きく表示されているのは栄養機能成分とは関係のない成分や素材（ブルーベリー、スッポン、キトサンなど）の効果の暗示であり、ひどいものは指定成分の記載も見えない。これらのことはほとんどの栄養機能食品に見られることであり、制度を利用した（悪用した）商法である。制度の再検討が必要と考えられる。

同様に医薬品の全面広告も見られるようになった。読者の目にはこれら法的区分の異なる商品の区別がつかないと思われ、対象外の医薬品を違反事例としてあげた人もいた。医薬品が効能効果を謳っても違反ではないが、薬剤師の関与がなければ売れない医薬品（スイッチ OTC 薬）なのにその旨の記載がないものがあったことは、別の意味で不適切である。

ボランティアへのアンケートの中で、マスコミの責任が大きいと答えた人が多かった。

新聞広告について新聞各社の掲載基準にも問題があると考ええる。

④関連法の遵守と監視・処置

広告媒体として多種多様のものがあり、一般には表面化していない分野もあるので取締等も困難と思われる。しかし法律がある以上、遵守のための指導や取締は厳しく行うことが必要である。そのためのより実効性のある法整備や監視体制が望まれる。現在の薬事法の下で「クロレラ」や「ブルーベリー」など著名な商品が違法性のある広告を堂々と展開していることは問題である。今回の報告でもこの指摘は多かった。クロレラについては、名目は療法や研究であっても、商品に結びついていることは明らかであるし、ブルーベリー商品のネーミングにも違反例が見られた。

4) まとめ

当法人が会員の専門性を生かした社会貢献を実現していく上で、中心的な役割を果たすのが「薬食ビジラン・P-net」と名付けた情報収集システムであると考ええる。

このシステムは、保健的食品による健康被害や疾病治療への悪影響を避けるために、不適切な情報や商品の流通状況に目を配り、広く有害事例等を収集して行政や社会にフィードバックする情報ネットワークである。

今回の事業では、専門職（医師、薬剤師）に対する意識調査と一般生活者（ボランティア）による実態調査をおこなった。

医療職に対する調査では、回答者（医師）の半数が何らかの支障を体験している一方、保健的食品に潜む問題性を意識していない医師・薬剤師も多いことが分かった。このことから保健的食品についての正しい情報を提供すれば、より正確な実態把握ができるものと推察される。今回のアンケート調査は第一歩と考えているので、さらに情報交換などを進めて、医療職としての社会貢献を図っていきたいと考えている。

一般ボランティアによる保健的食品の実態調査では、事前研修で問題性やチェックポイントを学んでもらったこともあってか、しっかりとこちらの要求に応えてくれた。最初は戸惑いもあったようであるが、最終的に期待以上の熱心さで、調査への参加意義を感じてくれたようである。

保健的食品にひそむ問題性を認識したことで、大多数の方が、今回のような調査が「問題解決」

にとって有効であるとしている。今回は27名と少数ではあったが、確実に周辺への波及効果が期待される結果となった。

問題点としては、医療職対象のハガキアンケート調査で、回収率が20～25%にとどまったことおよび30名のボランティアを集めるのに苦労したことなどがあげられる。河北新報社が興味を持って新聞紙上に取り上げてくれたことは大きな力となったが、最大の原因は当法人の活動がまだまだ社会に認知されていないことだと感じている。

今回の調査は予備的なモデル事業と捉えて実施したものであり、調査規模としては小さい。

一般ボランティアによる調査は今後重要になると思うが、調査の性格上、即時的なボランティア募集では人的確保は難しい。今回の事前研修会のような学習会を広く開催してボランティア予備軍を養成しておくことが有効な方法と考えている。

また行政やマスコミの協力を得るような働きかけも重要と考えている。

最後に、今回の調査の対象としなかった分野について触れておきたい。

現在「健康食品」の販売形態として、「インターネットショップ」や「SF商法」が問題視されているが、「医療関係者が関与する代替療法」の問題も大きく、科学的な検証が十分でない商品を営利目的で巧みに販売していることは、患者やその家族の健康や心理状態に直接的に深く関わっている点で深刻である。この点に関しては、医療に従事するものがしっかりとした認識を持って健康被害等の実態を把握することが重要と考える。

5. 資料

1) 平成19年度みやぎNPO夢ファンド助成事業 保健的食品の実態調査の手引き

調査対象：特定保健用食品（トクホ）、栄養機能食品、その他の健康食品

（1）広告物の表示・表現について、法的な違反が疑われる事例を収集する

調査する広告物	規制される法律など	調 査 内 容	備 考
①チラシ広告 ②雑誌・新聞広告 ③テレビコマーシャル ④インターネット広告	a. 健康増進法違反 健康増進の効果等についての <u>虚偽誇大広告</u> ・著しく事実と相違する ・著しく人を誤認させる	<p>広告物の中に虚偽誇大広告に相当する文言がないか</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事実と反する・間違った情報 ・ 医薬品にしか認められていない文言が使われていないか 病名、症状名、治る、予防、改善 ・ 身体の機能の増強など ・ トクホや栄養機能食品にしか認められていない表現がないか 血圧高めの方に、おなかの調子を整えるなど ・ 栄養成分の効果など直接的でなくとも健康保持増進効果や特定の商品を連想させる表現、 ・ 商品の入手方法などに誘導する記載がないか ・ 体験談記事ではないか 	
	b. 薬事法違反	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告物の中に、病名や症状の記載や、治る、効く、改善する、予防するなどの表現がないか 糖尿病、高血圧、動脈硬化の人に、末期がんが治る、虫歯にならない、肥満解消など ・ 身体の機能などの増進・増強を謳っていないか・・・疲労回復、滋養強壮、強請・強壮、体力増強、食欲増進、老化防止、免疫機能の向上など 	

(2) 商品パッケージの表示について法的な違反が疑われる事例を収集する

調査するパッケージ表示	規制される法律など	調 査 内 容	備 考
①商品名（販売名）	・薬事法	・商品名の中に、成分に関連した効能効果を示す表現を含むものがないか。 身体機能の向上や病気の改善を暗示するような言葉など	
②説明文・写真・イラストなど	・薬事法	・商品の説明や成分の説明の中に、病名や症状の記載や、治る、効く、改善する、予防するなどの表現または暗示的な表現がないか ・身体機能などの増進・増強を謳っていないか 疲労回復、滋養強壮、強請・強壮、体力増強、食欲増進、老化防止、免疫機能の向上など	

(3) 販売方法について法的な違反が疑われる事例を収集する

調査する販売法	規制される法律など	調 査 内 容	備 考
販売店でのポップ、奨め方、SF商法、キャッチセールス、インターネットなど	・薬事法	・販売店の売り場で商品に付けられているポップ類に2) -②のような表示がないか、また同様の効能効果をかたって奨めていないか ・SF商法、キャッチセールスなどで配られる勧誘チラシなどに(2) -①②のような表現はないか ・インターネット上のショップなどで(2) -①②のような表示をして販売に誘っていないか	

(4) その他

販売に関して、大量購入の強要など、問題があると思われること	
-------------------------------	--

2) 平成19年度みやぎNPO夢ファンド助成事業 保健的食品の実態調査データ

調査対象：特定保健用食品（トクホ）、栄養機能食品、その他の健康食品

(1) 広告物の表示・表現について、法的な違反が疑われる事例

規制される法律など	商品名	違反が疑われる内容・表現	理由	媒 体
a.健康増進法違反 健康増進の効果等についての虚偽誇大広告 ・著しく事実に相違する ・著しく人を誤認させる	<u>①健康食品</u> A-1 ス〇ム〇ッハX	・体内にいっぱい詰まった毒素をスピード排出 ・飲むだけで体内環境を正常化し・・・ ・ガンガン脂肪を燃やす ・やせやすい体質にグングン改善	・根拠不明の誇大表現が多すぎる 薬事法違反でもある	チラシ広告
	A-2 XXモ〇ター〇ュ式セット	・業界を震撼させる液体ダイエット ・体脂肪率がスイスイ下がる・・・ ・研究所とか研究陣などといっているが実態が不明 ・鈴〇佑〇という女性に誇大な宣伝をさせている	・上に同じ	チラシ広告
	A-3 発酵ブルーベリー	・ヨーロッパで1億9千万箱の実績。日本初！ 企業のネームバリューを利用している ・40歳からの、明るくクリアな毎日へ！（キャッチコピー） ・体験談風に、しょぼしょぼ、くしゃくしゃが無くなった	・販売数などで効果を暗示 ・ブルーベリーが目によいという暗示	新聞広告
	A-4 健康酵素〇	・商品とは関係ない「酵素の働きの説明」と「血液栄養分析LB Aの写真」を載せている	・商品の効果と誤認させる	チラシ広告
	A-5 クロレラ	・食品通信という形ではあるが、明らかに商品のPRであり販売である ・人口消化液を使った試験結果（消化率）のグラフを示して、消化・吸収がいいとしている ・エゾウコギとクロレラの働きを、研究論文および学術誌などより抜粋の形で取り上げ、独特の理論（相乗効果らしい）を展開しているが、ほとんどがヒトが食べた効果ではない	・ヒトでの消化吸収が優れているかのように誤認させる ・ヒトでの効果と誤認させる	チラシ広告

A-6 Q10リボ酸	<ul style="list-style-type: none"> ・人気No.1リ〇レス〇ム商品 ・体験談として、ポッコリおなかとおしりがぺったんこに・・ CoQ10, α-リボ酸、L-カルニチンが揃えば「ぺったんこ」 	・虚偽誇大広告	チラシ広告
A-7 α -リボ酸＋ フォースリール	<ul style="list-style-type: none"> ・飲んだら燃えた！ 本当にやせた！ ・シェアNo.1, 雑誌人気No.1 ・米国権威の2部門を受賞（トーマス・A・エジソン特許賞/ニュートラコン会議最優秀新素材 	<ul style="list-style-type: none"> ・エビデンスなし 虚偽誇大 ・体験談のみ ・効果と関係のない 受賞や特許 	通販 カタログ
A-8 豆乳クッキーダイエット	・専門機関モニターで驚きの結果が！96.8%がやせた？！	・誇大広告 エビデンスなし	チラシ広告
A-9 ポリフェノールウーロ茶	・つまめる脂を流して・燃やしてスッキリ	・誇大広告 エビデンスなし	通販 カタログ
A-10 サメの軟骨	<ul style="list-style-type: none"> ・2大栄養成分を高配合！！（コンドロイチン、グルコサミン） ・グルコサミンで高効率吸収！ 	・虚偽誇大 2大栄養成分？ 高効率吸収？	新聞広告
A-10 爽〇革命	<ul style="list-style-type: none"> ・口臭、体臭、加齢臭にも！驚きの消臭力 ・体中ピカピカに ・からだにやさしい天然素材 	・虚偽誇大表現	チラシ広告
A-11 サ〇ト〇ー セ〇ミ〇Eプラス	・新聞全紙の紙面いっぱい6名の各界著名人をして効能を語らせている。企業のブランド力を利用した広告	・6名の人には効果 があったとしても すべての人にいい というエビデンス はない（誇大）	新聞広告
A-12 グ〇ナ	<ul style="list-style-type: none"> ・グリシン＝休息アミノ酸 ・食品だから試している ・しっかり休めるようになった（薬事法にも抵触） 	<ul style="list-style-type: none"> ・休息アミノ酸とい う科学的でない表 現 ・食品だから安全と 誤認させる 	新聞広告
A-12 ア〇クアミノスリム	<ul style="list-style-type: none"> ・何もしないでやせちゃった！・ガンガン燃やす ・太りやすい体質を打破 	・虚偽誇大表現	チラシ広告

	A-13 グルコサミンEO2O	<ul style="list-style-type: none"> ・「スムーズな生活」を強調 ・すべて「体験談」であるが、「スムーズ＝膝などの関節の調子を改善」を連想させる ・製造メーカーが信頼できる＝効果がある 	<ul style="list-style-type: none"> ・薬事法違反に限りなく近い ・エビデンスのない体験談で効果を誤認させる 	新聞広告
	A-14 キオーオイ ヒアルロン酸コラーゲン	<ul style="list-style-type: none"> ・「スムーズな身体の動き」を強調 ・すべて「体験談」であるが、「スムーズ＝膝などの関節の調子を改善」を連想させる ・コラーゲン専門家の藤○大○郎博士のコメント付き 	<ul style="list-style-type: none"> ・薬事法違反に限りなく近い ・エビデンスのない体験談と博士のコメントで効果を誤認させる 	新聞広告
	A-15 沖縄乾燥もずく	<ul style="list-style-type: none"> ・「胃腸を保護して免疫力を高めるといわれている」フコイダン ・PETというがん検診を受けたとき「胃腸に問題はありません」と太鼓判を押された（有名人のコメント） 	<ul style="list-style-type: none"> ・間接的な表現で効果を示唆している ・直接関係のないPETと有名人を利用して、胃がん予防に効果があるように錯覚させる 	カタログ 雑誌
	A-16 大豆とごまのココア	<ul style="list-style-type: none"> ・ココアポリフェノール、ゴマリグナン、大豆イソフラボンを「女性に必要な三大栄養素」と謳っている 	<ul style="list-style-type: none"> ・虚偽誇大表示 栄養素ではない上 必要かどうかのエビデンスなし 	カタログ 雑誌
	A-17 ゆ○コラーゲンゼリー	<ul style="list-style-type: none"> ・老化対策、肝機能向上などを示唆する表現がある ・モンドセレクション受賞：世界に認められた高品質・味覚 ・私は57歳、54歳、50歳と使用前後の写真：10歳若返った気分！ ・減少するコラーゲンを一気に補給　・コラーゲンと天然ゆずの相乗パワー・超低分子でグングン吸収 	<ul style="list-style-type: none"> ・効果とは関係ない 受賞で誤認させる ・実証されていない成果 ・エビデンスのない誇大な表現 	カタログ 雑誌

	A-18 モロヘイヤ○粒	<ul style="list-style-type: none"> ・超栄養野菜 ・健康なお腹をささえる「モロヘキシソ」(特許取得) ・(財)日本健康・栄養食品協会会員 ・おなかぽっこり・・・すっきりしないよ～！というあなたに 	<ul style="list-style-type: none"> ・誇大表現 ・特許、協会会員など直接関係ない事柄を記して、誤認させる。薬事法に抵触の可能性あり 	チラシ広告
	A-19 万○酵素のひと粒のち○ら	<ul style="list-style-type: none"> ・万○酵素を食べやすい粒状にしたもの 	<ul style="list-style-type: none"> ・植物を発酵させ、生成した<u>成分</u>を濃縮したものであり<u>酵素</u>ではないので<u>酵素</u>を標榜するのは虚偽 	新聞広告
	A-20 琉球○酢	<ul style="list-style-type: none"> ・「ぷよぷよ、ぽっこり(巨大写真付き)」はクエン酸とアミノ酸不足。十分であれば、すっきり毎日健康 	<ul style="list-style-type: none"> ・間違った理論で誤認させている 	チラシ広告
	A-21 紀州の○本	<ul style="list-style-type: none"> ・健康維持の必需品 ・クエン酸は腸内に入るとアルカリ性になり、自然治癒力を高め下痢や便秘を防ぎ・・・血糖値を下げ、コレステロールを下げる・・・ ・ISO9001認証取得 	<ul style="list-style-type: none"> ・誤認を招く記述 ・薬事法にも抵触する効能表示 ・効果と無関係の承認記載 	新聞広告

b.薬事法違反	①健康食品			
	B-1 ノコギリヤシ	・夜中に何度も起きる ・どうもスッキリしない ・時間がかかりキレが・・	・排尿障害を暗示している	新聞広告
	B-2 潤〇（う〇る）	・ぶるぶる肌 ・早くて3日、遅くても1週間で違いが・・	・皮膚の機能改善を謳っている	ミニコミ紙
	B-3 ふるさと〇汁	・むくみは体のサイン・・・朝起きのむくれ顔・・・驚きのスッキリ体験など	・「むくみ」効くことを暗示	ミニコミ紙 体験談
	B-4 宝〇快〇強〇王DX	・各原料の説明：古来よりヨーロッパの・・・、アマゾン古来の・・・、鹿の角は東洋では大変希少で・・・など ・若い頃のようなほとばしりと活力が蘇る！	・起源・由来などの説明で疾病の予防などを暗示 ・排尿障害の改善	新聞広告
	B-5 クロレラ	・クロレラ（C.G.F）が細胞の若返りを促進する ・医薬品ではないから、医薬品と併用してもしなくても、副作用は一切ない ・万病の病名を次々に載せ、すべて体験談として語らせ、堂々と商品へ誘導している 研究会「解説特報」として毎月配布されるが、目に余るなぜ放置されているのか？	・身体機能の増強 ・医薬品との併用、副作用に言及 ・病名の羅列 ・理想的な体験談 ・商品への誘導	チラシ広告
	B-6 グルコサミン+コンドロイチン	・ふしぶしの健康に。あるいたり、すわったり！	・膝関節症への効果を暗示	チラシ広告
	B-7 デ〇ッ〇ス	輸入品： ・ロベリアが脳内でニコチンとすり替わり、飲むだけでたばこを吸ったときと同様の気分になる。禁煙、速効15分で効く！（成分ロベリアは医薬品に区分されている）	・医薬品と見なされる成分を配合 ・禁煙治療を謳う	カタログ 雑誌
	B-8 ト〇ム〇パ〇2	輸入品：人気沸騰ダイエット、効き過ぎにご注意！！ ・1ヶ月で10Kg、劇的に31Kg減量！ 新陳代謝を常に運動時と同じ状態にして、余分な脂肪をガンガン燃焼、除去	・記載内容から明らかな交感神経刺激作用がある成分を使用している	カタログ 雑誌 追加：インターネット

		<p>含有成分：クロミウム75mcg、バナジウム15mcg、グルコマンナン200mg、グルコサミンHCl 50mg、ココア抽出物162.5mg、緑茶抽出物125mg、ホーディアゴドニカクタス125mg 他 (1カプセルあたり)</p> <p>注意書き：・妊娠中の方、または授乳中の方は使用しないで下さい。・既往症のある方は、必ずかかりつけの医師にご相談の上ご使用下さい。・糖尿病、高血圧症の方はご使用にならないで下さい。・グルコサミンが含まれておりますので、甲殻類に対してアレルギーのある方はご使用前に医師などにご相談下さい。・お身体に合わないと感じた場合は、服用をおやめ下さい。・専門的なご質問に関しては、医師などにご相談されることをお勧めいたします</p> <p><追加情報>【食欲抑制成分】ホーディア・ゴドニは南アフリカ産のサボテンに似た植物。ホーディア・ゴドニの食欲抑制効果が科学的に証明されている？</p>	(エ フェドラを使用しているトームOもあるらしい)	
	B-9 ソ〇ス〇ム	<p>輸入品</p> <ul style="list-style-type: none"> ・飲んだその日から効く、13日で確かな効果！ ・医薬品と同様の注意書きがある 	・医薬品に相当する成分が含まれている可能性あり	カタログ 雑誌
	B-10 グ〇コ〇ァ〇ト	<p>輸入品</p> <ul style="list-style-type: none"> ・医師が処方したダイエットサプリ ・インシュリンの過剰分泌をブロックする ・医薬品と同様の注意書きがある 	・医薬品に相当する成分が含まれている可能性あり	カタログ 雑誌
	B-11 ノニ濃〇ソ〇ト	<ul style="list-style-type: none"> ・肥満、若さ、すっきり、美容に効果がある成分を列挙 ・シャキッと体重ダウン。ガッツンと完全燃焼！ ・140種以上の栄養素が体のアンバランスに直撃！ くびれ、透明感、朝シャッキリの大満足 ・体験談、博士のコメント（学者の言とは思えない意味不明のコメント） 	<ul style="list-style-type: none"> ・身体機能の増進増強を暗示 ・健康増進法誇大広告、事実誤認 	チラシ広告

B-12 田七人参	<ul style="list-style-type: none"> ・血液サラサラ田七人参・・・使用前後の血液の様子を示す絵 ・こんな方に！糖尿病、高血圧、動脈硬化・・・根拠の説明が不適切 ・本場中国、稀少性を強調 	<ul style="list-style-type: none"> ・特定の臓器に関する効果に言及 ・疾病の治療への効果を暗示 	新聞広告
B-13 プエラリア入りダイエットお〇らクッキー	<ul style="list-style-type: none"> ・悩めるバストを魅力的に！ ・豊かなバストとスリムの秘密・・・ダイエットでスリムに・・・、しかしバストは豊に・・・ ・成分：プエラリア、コエンザイムQ10、ザクロエキス、大豆ペプチド、ローヤルゼリー、ミュレットエキス、コロハ、ナイアシン、イノシトール、葉酸、ビタミン8種 	<ul style="list-style-type: none"> ・特定の臓器に関する効果に言及 ・女性ホルモン作用があるとされる素材を配合し妊娠・授乳期、月経時、ホルモン補充治療時、避妊ピル使用時の摂取の注意記載がある 	カタログ雑誌
B-14 蜂の〇恵	<ul style="list-style-type: none"> ・メニエール、耳鳴り、難聴、ふらつき、めまい、不眠、育毛、更年期・・・病名を羅列 ・医師も実感のコメントあり（健康増進法違反も） ・特許、ISO取得など効果には関係がない表示（健康増進法違反も） 	<ul style="list-style-type: none"> ・治療効果を謳い、医師のコメントや特許等の表示で効果を暗示している（事実誤認） 	カタログ雑誌
B-15 菊芋〇	<ul style="list-style-type: none"> ・「糖を減らす」 ・医師も納得！（医科大学名誉教授のコメント） 	<ul style="list-style-type: none"> ・疾病の治療への効果を暗示 ・医師の解説で効果を暗示している（事実誤認） 	カタログ雑誌
B-16 ラ〇ク	<ul style="list-style-type: none"> ・乳酸には強力な抗ガン作用がある ・機能活性型乳酸ラック（濃縮粉末化：特許素材） ・抗ガン作用、正常な免疫機能を取り戻す（アレルギー、免疫疾患にも効果） ・医学博士のコメント 	<ul style="list-style-type: none"> ・治療効果を謳い、医師のコメントや特許等の表示で効果を暗示している（事実誤認） 	カタログ雑誌

B-17 しそ黒酢濃〇ソ〇ト	<ul style="list-style-type: none"> ・燃やせ減量魂（ダイエット）、1ヶ月で－3kg減 ・ブヨブヨ肥満、グズグズ花粉などの表現 ・有名女優のメッセージ 	<ul style="list-style-type: none"> ・疾病をイメージさせる言葉と肥満腹にメジャーを当てた写真を掲載 	チラシ広告
B-18 天〇の歌声ミ〇ティック	<ul style="list-style-type: none"> ・声につやが出て、高低音域ものび～る。豊かな声量 	<ul style="list-style-type: none"> ・身体の機能が改善される様な表現 	新聞広告
B-19 節楽スッキリ	<ul style="list-style-type: none"> ・散歩、屈伸、動きが違う！これ絶対オススメです・・有名女優に語らせている 	<ul style="list-style-type: none"> ・ひざ関節の不調が改善される事を示唆している 	チラシ広告
B-20 マカ〇	<ul style="list-style-type: none"> ・パワーがみなぎる・・と大評判 ・若い頃のパワーをもう一度取り戻したい・・など 	<ul style="list-style-type: none"> ・第三者的表現で効果を示唆している 	新聞広告
B-21 ピワの葉茶	<ul style="list-style-type: none"> ・疲れをとり、体の中の悪いものを体の外に出してくれる・・ 	<ul style="list-style-type: none"> ・身体の調子・機能の改善を示唆 	インターネット広告
B-22 温〇生姜	<ul style="list-style-type: none"> ・肩こり、便秘、だるさ、腰痛、肌荒れ、肥満、生理痛・・原因は「冷え」 	<ul style="list-style-type: none"> ・病名を挙げ、生姜の効果を記載 	チラシ広告
B-23 Mrs Diet	<ul style="list-style-type: none"> ・お腹の贅肉・セルライト・中年太り・下半身太り・産後太り・・飲むだけで確実にやせる！ ・カロリー消費・脂肪燃焼、血液サラサラ・毒素排出 ・橋〇由〇里なる者のエビデンスのないダイエット理論 	<ul style="list-style-type: none"> ・確実にダイエットが出来る ・身体の器官に働きに言及 	チラシ広告
B-24 フ〇コラ5〇〇	<ul style="list-style-type: none"> ・飲むコラーゲンで「年齢不詳美人」となる」 ・コラーゲンの1日必要量は5000～10000mgと断言 ・大勢の「美人」に効果を語らせている 	<ul style="list-style-type: none"> ・身体の機能の改善を示唆 ・必要量を満たさなければと思わせる 	チラシ広告
B-25 フラボノエ〇ス	<ul style="list-style-type: none"> ・ドロドロをサラサラにするイチョウ葉エキスを一粒中に80mg凝縮 	<ul style="list-style-type: none"> ・血液とは書いてないが明らかに血液性状に関する表現 	インターネット広告
B-26 ゆ〇コラーゲンゼリー う〇お〇宣言	<ul style="list-style-type: none"> ・食べるだけで、翌朝のハリ・ツヤが ・シワ、タルミがみるみる・・ 	<ul style="list-style-type: none"> ・皮膚の形状・機能が即効的に改善されとの表示 	チラシ広告

B-27 百〇水	<ul style="list-style-type: none"> ・飲むだけでらくらく簡単健康ダイエット ・体験談のみ ・さまざまな効果は薬事法でお伝えできません ・妊娠・授乳中でも、幼児にも安全 	<ul style="list-style-type: none"> ・簡単にダイエット ・薬事法と記載することで効果を暗示 ・効果抜群なのに妊娠・授乳に安全（エビデンスなし） 	チラシ広告
B-28 ダイエットプアール茶	<ul style="list-style-type: none"> ・ブヨブヨ度はお茶だけで変わる ・ダイエットプアール茶を飲んで、少なくとも10人の人に話したくなるほど感激しなければ返品可 	<ul style="list-style-type: none"> ・飲むだけでダイエットを示唆 	チラシ広告
B-29 スリムドカン （美〇室ヨ〇ダ）	<ul style="list-style-type: none"> ・体が腸から腐る ・腸内デトックス・どかんと便が出る ・腸の環境を整えないと免疫力低下、肌ボロボロ、アレルギー、糖尿病、がん・・・に 	<ul style="list-style-type: none"> ・虚偽誇大表示 ・下剤効果を暗示 ・疾病予防を暗示 	チラシ広告
B-30 楽肝	<ul style="list-style-type: none"> ・肝機能改善、血液浄化等肝臓を守ります 	<ul style="list-style-type: none"> ・臓器の機能に言及 	インターネット広告
B-31 ス〇パ〇クレソン〇X	<ul style="list-style-type: none"> ・中国では漢方薬、南米では咳止めシロップ ・ぜんそく・アトピーに方に 	<ul style="list-style-type: none"> ・外国の例を出し疾病への効果を暗示 	インターネット広告
B-32 骨美人	<ul style="list-style-type: none"> ・骨粗鬆症予防に1日1パック・・・ 	<ul style="list-style-type: none"> ・疾病予防効果を 	インターネット広告
B-33 Noni	<ul style="list-style-type: none"> ・血液サラサラ。高血圧、糖尿病の方はぜひおためし下さい 	<ul style="list-style-type: none"> ・疾病への効果を謳っている 	インターネット広告
B-34 スギナ茶	<ul style="list-style-type: none"> ・がんにも勝ったスギナ茶 ・がんを増殖させない ・バセドウ病、呼吸困難にも ・立〇岩式スギナ茶健康法：データで健康証明するのではなく 	<ul style="list-style-type: none"> ・疾病治療、予防を示唆 ・エビデンス不明 	インターネット広告
B-35 Actzyme	<ul style="list-style-type: none"> ・基礎代謝アップ、美肌、足のむくみや手足の冷え改善等々・ 	<ul style="list-style-type: none"> ・身体の機能改善を謳っている 	ミニコミ紙
B-36 100%杜仲茶	<ul style="list-style-type: none"> ・内臓脂肪撃退 	<ul style="list-style-type: none"> ・身体器官への作用に言及 	チラシ広告

	B-37 荷○掌：ハーブ療法	<ul style="list-style-type: none"> ・特許名純天然血糖降下剤（薬ではなく食品あので安心です） ・神経障害、網膜症、じん症、高血圧、高脂血症、心筋梗塞、脳梗塞等々・・・も改善 ・伊○実○医学博士も内科医として推薦 NHK人間交差点、TBS夢の扉、日テレみのもんたのおもいきりテレビ多数出演 	<ul style="list-style-type: none"> ・疾病の治療を謳っている ・「権威」を利用して効果を暗示 ・療法としているが商品の販売をに繋がっていると思われる 	チラシ広告
--	-------------------	---	--	-------

c.不適切広告・表示	C-1②トクホ 豆鼓エキスつづタイプ	全紙広告で、大々的に宣伝しているにも拘わらず、トクホとしての注意事項が書かれていない。驚きの体験談や特別価格などを強調しており、糖尿病治療中の人々が摂る可能性が大きい	新聞広告
	C-2③栄養機能食品（VE） 強力すっぽんプラス	栄養機能食品（ビタミンE）の表示はあるが、強力すっぽんの効果を大々的に表示） 活力・元気・気力を充実・・・	新聞広告
	C-3③栄養機能食品（β-カロテン） ブルーベリーアイ	栄養機能食品（β-カロテン）の表示はあるが、ブルーベリーの効果の強調のみ 薬事法違反もある ・世界が認めた高品質～モンド・セレクション4年連続受賞商品（品質の高さで効果の高さを暗示） ・しょぼしょぼ、チカチカ、ぼやぼや。くっきり、はっきりしないなら・・・（目の症状を挙げ、改善を暗示） ”喜びの声”満載	チラシ広告
	C-4③栄養機能食品（VE） 冬虫夏草の力	指定成分ビタミンEの効果も記載されているが、冬虫夏草の効果を強調している 薬事法違反： ・滋養強壮、肥満、物忘れなどに効果がある ような表現 健康増進法違反： ・中国のマラソン軍団「馬軍団」が愛用しているとして注目を集めた・・・	チラシ広告

C-5③栄養機能食品 (ナイアシンか?) コラーゲンサイクル	パッケージに保健機能食品(栄養機能食品)の表示のみで、指定成分の表示がない コラーゲンのPRばかりで、栄養機能食品としては不適切な広告 薬事法違反:「コラーゲンサイクル28」というネーミングで、皮膚のターンオーバーを暗示。若わかさを保つために・・・というキャッチコピー 健康増進法違反:大学名誉教授のコラーゲンについてのコメント。コラーゲンの生体中の重要性を説き、足りなくなったら食品で補うことを推奨。低分子化したというコラーゲン(ペプチド)を摂れば必要なところでコラーゲンが生成されるように誤認させている	新聞広告
C-6③栄養機能食品 (β-カロテンか?) メニックスベリー	栄養機能食品と表示されているのに、指定成分や決められた表示がされていない。 健康維持、アンチエイジングにパワーを発揮・・・などアサイベリー商品のPRのみ。 薬事法違反:目のかすみ、ぼやけ、濁りがすっきり・・・など、身体機能の改善を謳っている。材料のアサイベリーは「ブラジルの奇跡」と呼ばれ・・・など 起源・由来を記述して効果を暗示	チラシ広告
C-7③栄養機能食品(VD) 強力サメ軟骨プラス	栄養機能食品と表示しているのに、指定成分以外の成分の効果のみをPR 薬事法違反:ふしふしの健康に・・・	新聞広告
C-8③栄養機能食品(VC) 聴快音	栄養機能食品と表示しているのに、指定成分以外の成分の効果のみをPR 薬事法違反:耳り、難聴、めまいを蜂の子パワーでしっかりブロック 「健康な耳をつくる」天然成分がたっぷり!	チラシ広告
C-9③栄養機能食品(VB ₁) 新グルコサミン	栄養機能食品と表示しているのに、指定成分以外の成分の効果のみをPR 薬事法違反:グルコサミンの「1日必要量」1500mg以上の記載。たっぷり大容量。立ち座りがラク	新聞広告
C-10①健康食品 十勝大豆の豆乳	1パックにイソフラボン90mgを含むが、トクホではないので「30mg規制」の対象にはならないと強調している。30mg規制は、通常の食事からとるイソフラボン量の上乗せ分を30mg以下とするものなので、当該豆乳を更年期障害対策として食事外にとるのであれば、90mgは過剰すぎる。間違った使用を誘発する可能性がある表示である	カタログ 雑誌
C-11③栄養機能食品(VA) ハッ目うなぎAE	パソコンや読書を長時間続ける方に・・・と栄養機能食品指定成分ビタミンAに許された効能表示(夜間の視力の維持)を逸脱している	チラシ広告

	C-12 ③栄養機能食品（VC） スーパーグルコサミン	・歩く、立つ、座るが思いのままに！ グルコサミン等の効果を示唆する表示のみで、しかも栄養機能食品指定成分ビタミンC に許された効能表示外である	新聞広告
--	-----------------------------------	---	------

（２）商品パッケージの表示について薬事法違反が疑われる事例

調査したパッケージ	商 品	内 容・表 現	理 由	媒 体
①商品名（販売名）に問題 があるもの	①-1 商品名：でるでる	体外排出を直接的に表現	下剤の効果、痩身効果を暗示	チラシ広告
	①-2 商品名： ブルーベリーアイ	商品名に”アイ（目）”が入って いる	ブルーベリーが目に効果があるかのような表示	チラシ広告
	①-3 商品名：聴快音	商品名に「聴」「快」「音」	耳の不調に効果がある事を示唆する漢字を連ねている	カタログ雑誌
	①-4 商品名： 天使の歌声ミスティック	商品名に「天使の歌声・・・」	声のつやや音域の広さが改善されるイメージを与える	カタログ雑誌
	①-5 商品名：フレッシュアイ	商品名に「アイ（目）」「フレッシュ」	目の機能を改善する効果を暗示	新聞広告
	①-6 商品名：節楽スッキリ	商品名に「節楽」	関節の不調に効果がある事を暗示	カタログ雑誌
	①-7 商品名：スリムマッハG	商品名に「スリム、マッハ」	ダイエット効果を暗示	チラシ広告
	①-8 商品名：ふしぶしリフレッシュ粒	商品名に「ふしぶし」	膝の曲げ伸ばし、骨密度改善の記載もある	カタログ雑誌

	①-9 商品名：ゆずコラーゲン ゼリーうるおい宣言	商品名に「うるおい」	皮膚の機能・状態を改善する事を示唆	チラシ広告
	①-10 商品名：ふしらく	商品名に「ふし、らく」 膝、関節が気になる・・・	・ 節、楽を容易に連想 ・ 関節の不調への効果を暗示	カタログ雑誌
	①-11 商品名：らくらく (ふしぶし系)	商品名に「らく」、カテゴリー名に 「ふしぶし」	・ 節、楽を容易に連想 ・ 関節の不調に効果がある事を暗示	チラシ広告
	①-12 商品名：すらっとシモン茶	商品名に「すらっと」 すらっとに続く道・・・	・ 痩身を暗示する	チラシ広告
	①-13 商品名：精媚胆	商品名に「精、媚、胆」 古来伝承天然活力成分13種配合	・ 精力増強剤を示唆	新聞広告
	①-14 商品名：楽肝	商品名に「楽、肝」	・ 肝機能改善を暗示	インターネット 広告
② 説明文・写真・イラストなどに問題があるもの	②-1 商品名：ブルーベリー	「見るチカラ」を応援します	・ 視力改善を暗示	現物（袋）
	②-2 商品名：フォースリーン、カルニチン	・ 除脂肪体重に着目！ ・ 燃焼系を目指す人に・・・	・ 食べただけで脂肪が燃焼するかのようないラスト・表現	現物（袋）
	②-3 商品名：ブルーベリーCoQ10 アイ	・ 商品名に「アイ(目)」	・ 視力改善を暗示	チラシ広告
	③-4 商品名：らくらくグルコサミン	・ 商品名に「らくらく」 元気そうにジョギングする人の写真、スムーズな動き	・ 節、楽を容易に連想 ・ 関節の不調に効果がある事を暗示	チラシ広告
	④-5 商品名：楽々コンドロイチン	・ 商品名に「楽々」 階段を上る写真	・ 節、楽を容易に連想 ・ 関節の不調に効果がある事を暗示	チラシ広告

(3) 販売方法について法的な違反が疑われる事例

調査した販売法	規制される法律など	調査内容	備考
販売店の店頭陳列ポップ、 インターネットなど (特に携帯専用販売サイト)	薬事法 薬事法	店頭陳列ポップ: ”目(絵)” の健康維持に「ルテイン」30粒 携帯専用販売サイトは、通常のインターネット販売サイトとは異なる複雑かつ巧妙なしくみでアクセスしてくる人を取り込む(例えばポイント制など) 通常のインターネット販売サイトでも違反例は横行しているが、その裏にはさらに悪質な世界が展開されているようである。しかもそれらのターゲットは、女子中高生から30代OL,主婦層(モニターの声として掲載されている例から推測)だと思われる。法律や健康意識などに無関心な層が狙われていることが問題である。 調査で見つけた商品: ファットブレイク、スピードシェイプボトムアップ、マックスアップキャンディ、ニュースリム、ゴージャスリッチ、デトスルー、アディベラ、GROWING、ウコンスリム	悪質な配信をおこなっているサイト ・ ixen ・ ミューティー ・ カラマガ・ XX-MAILなど

(4) その他

販売に関して、大量購入の強要など、問題があると思われること	<ul style="list-style-type: none"> ・ 最初で最後の1回限り! ✕切日があります、急いで下さい! (〇〇モ〇タ〇ニユ式セット) ・ 効いた、治った・・・大感謝などの体験談と格安販売への誘導(ほとんどの広告物) ・ 豪華プレゼント中・全員にもれなくゲルマニウムブレス時計プレゼント!(新グルコサミン)
食品以外 DETA GOMO	<ul style="list-style-type: none"> ・ 出た!! 生えた!! 2週間発毛法・毎晩つけるだけで毛が生える(薬事法違反)
医薬品 パニオン コンドロイチンZS錠 ラクシースルーS	<ul style="list-style-type: none"> ・ サプリメントや保健機能食品と紛らわしい紙面作りで、医薬品としての品位に欠けるばかりでなく、結果的にサプリメントなどの効果を印象づける役割を果たしている ・ スイッチOTC薬なのに、「薬剤師の説明を受けること」の記載がない

携帯専用販売サイトに見られた違反広告についての報告（20代ボランティア調査員）

今回私が調査したのは、携帯専用の販売サイトでした。

しかも、販売経路が複雑なため、違法行為が氾濫し、やりたい放題でした。

普通の携帯サイトであれば、素人の私でもパソコンで携帯専用サイトを見れるようなソフトを使って、画面をプリントアウトし、資料として添付する事も可能だったのですが、このような悪質といってもいいようなサイトでは、下に記すような手順で販売しているため、パソコンでの閲覧は、私の知識では無理でした。

ぜひ、下記のからくりとも言うべき仕組みをご覧ください、そのようなサイトで扱われている商品の撲滅につなげていただきたいと思います。

まず、いくつかの形態があるのですが、自分で登録したサイトから、広告のメールが送られてきます。私の場合は、サブアドレスや着メロ、デコメなどを無料で提供するサイトに登録しているのですが、無料の代わりに、定期的に広告の載ったメールが送られてきて、モノによってはその広告を見ることによって（'見る'とは、単に眺める、というのではなく、その広告のリンク先のサイトにまで行く事です）、ポイントが発生し、そのポイントを溜めると、それが自分で登録したサイト内でのお金代わりとなって様々なコンテンツがダウンロードできたりします。

特にそういうポイント制のところは、リンク先に行った時点で自分にポイントが加算される仕組みとなっているため（もちろん一度行ったところに同じリンクから再度行ってもさらにポイントは加算されないのですが）、ポイント管理のために、最初にそのサイトに登録した時点で、携帯の個体番号やアドレスなどで個別に識別管理されます。そして送られてくる広告のリンク先のアドレスは、その登録した会社のサーバを経由してポイントの付与を管理しているので、特殊なアドレスになっています（たぶん、私は詳しいわけではないのであくまで推測ですが）。ですので、そのリンクのアドレスをそのままパソコンで見ようとしても（たぶん）無理なのです。

ここまでは仕組み的な語でしたが、そのリンクから行った広告が本当にひどいのです。報告書に書いてあるものは、ほんの一部を代表して取り上げたに過ぎません。

そして、狡猾だと思うのですが、そのリンク先に行くと、その販売サイトが楽天に加盟していたりするので（一書上に、楽天のマークが出てくる）。すると、なんとなく安心してしまふ。楽天には、出店に際してそれなりに厳しい条件があるはずですし、大手で、まともなところも沢山ありますので、試しに上記のような特殊な経路を使った広告のアドレスからではなく、普通に表から楽天に入って行き、その販売サイトを検索し、その店の中で商品を検索してみるとその商品は、表では扱われていなかったり、ごくあっさりとした表現で販売されていたりしました（それでも法律に引っかかっているとは思いますが）。うまいこと楽天の販売形態を利用しているように見受けられました。

もう一つの販売経路として、自分のサイト（様々なサービスを提供する、規模の大きな会社です）でショッピングサイトも持ち、その中で、同様の悪質な表現を使った販売をし

ているところもありました。きっとこれも、そのサイト（会社）からの広告メールのリンクから行かない限り、表には出てこないページなのでしょう（億測に過ぎませんが）。

そのようなわけで、プリントアウトして提出する事も、アドレスを載せて確かめていただく事も不可能なものでした（きっと、私に配信されたアドレスから行ってみても、中間の管理サイトのサーバーで未登録と判断されて、そのサイトにはいけないのではと思います）。ですので、一番いいのは、実際に登録してみて、その配信されてくる広告メールを受信され、そのサイトに行って見ていただくことだと思います。

これらのサイトは、ある意味きちんとした利用者には無料で、広告主からの収入で運営されている会社なので、アドレスがどこかにもれて迷惑メールが大量に来るというようなことはありません。

ここにわずかですが、私が登録しているサイトで悪質な広告の配信があるものを挙げます。ちなみに私の携帯はドコモです。サイトの中には、他社に対応していないところもあるかもしれませんので、ドコモの携帯（iモード）で見ていただくことをおすすめします。たぶん全て、サイトを検索すれば出てくると思いますのでアドレスは省略いたします。

- ・ixen（イクセン。ポイント制で、様々なサービスを提供。独自のショップを持っている。ポイントにならないただの広告のメールもあり、それは無視が可能だが、内容がひどい）

- ・ミューティー（イクセン傘下の着メロサイトだが、独自にポイントゲットのためのメールを配信する事がある）

- ・デコ1とも（デコメのサービスを提供。ポイント制）

- ・カラマガ（空メールを送ると、そこから情報が受け取れるサービスを提供しているサイト。この広告メールは、そのカラメシステムを利用した人に勝手に送られてくるようになるが、ポイントでもサービスでもないの、無視が可能。しかし、リンク先の内容がひどかった）

- ・XX-MAIL（サブアドのサービスを提供。上記と同じく無視が可能だが、見ると内容がひどい）

私の思うところでは、調査書でも触れた事です、これらの携帯用コンテンツのサービスを利用する人というのは、中学生から 30 代くらいまでの健康に知識の乏しい（というか、余り興味のない）若年者と重なるという事です。実際に広告では、ポッキリ折れそうなくらいやせれるとか、指までガリガリにとか、平気で出てきます。十代の人たちが大人の知らないところで、知識のないままこれらのうたい文句に乗せられ、これらの商品を利用しているとしたらとても怖いことだと思います。

携帯専用販売サイトに見られた商品名

ファットブレイク、スピードシェイプボトムアップ、マックスアップキャンディ、ニュースリム、ゴージャスリッチ、デトスルー、アディベラ、GROWING、ウコンスリム