

令和4年3月31日

認知機能に係る機能性を標ぼうする機能性表示食品の表示 に関する改善指導及び一般消費者等への注意喚起について

消費者庁は、インターネット広告において認知機能に係る機能性を標ぼうする機能性表示食品に対し、届出後の事後チェックとして、景品表示法（優良誤認表示）及び健康増進法（食品の虚偽・誇大表示）の観点から表示の適正化について改善指導（別紙1）を行うとともに、SNSを通じて一般消費者等への注意喚起（別紙2）を行いました。

認知機能に係る機能性を標ぼうする機能性表示食品については、令和4年2月末現在で223件の商品が販売されているところ、これら商品は、対象者の範囲や認知機能の作用領域に関する届出表示の内容が複雑で一般消費者に誤認されやすいこと、認知機能が改善できることを強調した誇大広告においては、認知症や物忘れが予防・改善できるものと一般消費者に誤認されやすく、そのような誤認が生じた場合、適切な診療等の機会を逸してしまうおそれがあることなどを踏まえ、主に令和4年2月、現行販売されている商品のインターネット広告について、「機能性表示食品に対する食品表示等関係法令に基づく事後的規制（事後チェック）の透明性の確保等に関する指針」（令和2年3月24日消表対第518号、消食表第81号消費者庁次長通知）に基づき、景品表示法（優良誤認表示）及び健康増進法（食品の虚偽・誇大表示）の観点から一斉監視を行いました。

その結果、当該商品の効果について著しく優良等であるものと誤認することを防止する観点から、①景品表示法及び健康増進法に基づき、物忘れや認知症の治療又は予防効果等の医薬品的効果効能が得られるかのような表示をしていた3事業者3商品に対して改善指導を行うとともに、②健康増進法に基づき、届出された機能性の範囲を逸脱した表示をしていた112事業者128商品に対して改善指導を行いました（別紙1）。

また、改善指導の対象となった事業者がオンライン・ショッピングモールに出店している場合には、当該オンライン・ショッピングモール運営事業者に対しても情報提供を行いました。

消費者庁では、引き続き、機能性表示食品の適正な広告表示の確保の観点から、継続的な事後チェックを実施してまいります。

【本件に対する問合せ先】

消費者庁 表示対策課

電話：03-3507-8800（代表）

ホームページ：<https://www.caa.go.jp/>

<別紙 1 >

指導件数	表示されていた機能性等の例
<p>景品表示法及び健康増進法に基づく改善指導 【3事業者3商品】</p>	<p>○物忘れや認知症の治療又は予防効果等の医薬品的効果効能が得られるかのような表示</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「認知症予防の救世主〇〇大学教授監修」と表示 ・「2025年には65歳以上の5人に1が認知症に」と表示 ・「認知症は物忘れだけではありません！、トイレで用を足せない、徘徊する、暴言を吐く、幻覚を見る、異性に抱きつく、暴力を振るう、不潔なままでいる、認知症の原因は40代から始まっている！」と表示 ・「認知症の代表的疾患であるアルツハイマー病は、記憶をつかさどる海馬の萎縮が脳全体で起きることにより発症」と表示 ・「海馬の萎縮は、脳細胞を死滅させてしまう『アミロイドβ』というタンパク質が40代から数十年かけて脳に蓄積していくことで引き起こされる。そのため、認知機能を維持しておくには少しでも早めの対策が必要。」と表示 ・「認知症は早めに対策すれば発症や悪化を防げる」と表示 ・「アルツハイマー病モデルマウスが野生型マウスと同程度まで記憶障害が改善」と表示 <p>○届出表示の一部を切り出して強調することで、届出された機能性の範囲を逸脱した表示</p> <ul style="list-style-type: none"> ・届出表示の内容が「認知機能の一部である空間認知能や場所を理解するといった記憶力を維持する機能があることが報告されています」と限定されているにもかかわらず、「記憶力維持！」と表示 ・届出表示の内容が「人の顔や物を置いた場所、戸締りをしたことを覚えておくなど、認知機能の一部である視覚的な記憶力を維持する機能が報告されています。」と限定されているにもかかわらず

指導件数	表示されていた機能性等の例
	<p data-bbox="667 322 1193 356">らず、「認知機能を維持する」と表示</p> <p data-bbox="603 416 1353 551">○機能性表示食品を摂取しても解消に至らないにもかかわらず身体の組織機能等に係る不安や悩みを列挙した表示</p> <ul data-bbox="639 562 1353 1167" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="639 562 1353 786">・「あなたも『脳疲労』が蓄積していませんか？脳疲労の典型的な初期症状とは？よく眠れない・・・、便秘気味・・・、食事がおいしくない・・・、脳疲労は万病のもと！○○で脳の酸化を防ぎましょう！」と表示 <li data-bbox="639 797 1353 1167">・「あなたや身近なご家族にこんな事、起きてませんか？<input checked="" type="checkbox"/>一度聞いたことを聞き返してしまう、<input checked="" type="checkbox"/>探し物が増えるようになった、<input checked="" type="checkbox"/>スケジュールを忘れてしまう、<input checked="" type="checkbox"/>家族に心配されることが多くなった、<input checked="" type="checkbox"/>大事な要件を忘れることがある、<input checked="" type="checkbox"/>コミュニケーションがうまくいかない、1つでも当てはまれば記憶力や認知機能が低下しているかもしれません。」と表示 <p data-bbox="603 1227 1353 1317">○届出表示の内容について、消費者庁の許可や承認を受けているかのような表示</p> <ul data-bbox="639 1328 1353 1507" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="639 1328 1353 1507">・「機能性表示食品の取得、機能性表示食品とは安全性、科学的根拠を満たし、適切に情報提供を行うことが消費者庁により確認された商品です。」と表示 <p data-bbox="603 1563 1353 1653">○実験結果及びグラフを用いることにより、届出された機能性の範囲を逸脱した表示</p> <ul data-bbox="639 1664 1353 1984" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="639 1664 1353 1984">・届出表示の内容が「認知機能の一部である空間認知能や場所を理解するといった記憶力を維持する機能があることが報告されています」であるにもかかわらず、「高齢者の『徘徊』『転倒』に関連する『場所を認識する能力』が改善することが明らかに！」と、低下した認知機能が有意に改善した試験結果が得られたことを強調したグラ

指導件数	表示されていた機能性等の例
	フを表示
<p>健康増進法に基づく改善指導 【112 事業者 128 商品】</p>	<p>○届出された機能性の科学的根拠が得られた対象者の範囲が限定されているにもかかわらず、当該対象の範囲外の者にも同様の機能が期待できるものと訴求する表示</p> <ul style="list-style-type: none"> ・対象者が中高年であるにもかかわらず、「受験生の考える力を鍛えるために」、「こんな方におすすめ、勉強をがんばる学生」、「学校・塾でお子様の集中力アップに」と表示 <p>○届出表示の一部を切り出して強調することで、届出された機能性の範囲を逸脱した表示</p> <ul style="list-style-type: none"> ・届出表示の内容が「中高年の方の認知機能の一部である記憶力（言葉や図形などを覚え、思い出す能力）を維持することが報告されています。」と限定されているにもかかわらず、「記憶力を維持する」と表示 ・届出表示の内容が「健常な中高齢者の認知機能の一部である記憶力（言葉や見た物の思い出す力）の維持をサポートする機能が報告されています。」であるにもかかわらず、「認知機能改善」と表示 ・届出表示の内容が「加齢によって低下する脳の血流を改善し、認知機能の一部である記憶力（日常生活で生じる行動や判断を記憶し思い出す力）を維持することが報告されています。」であるにもかかわらず、「脳の血流を改善」と表示 <p>○機能性表示食品を摂取しても解消に至らないにもかかわらず身体の組織機能等に係る不安や悩みを列挙した表示</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「こんなことはありませんか？ あれはどこにしまったかしら・・・。最近よく忘れてしまう。人の名前をよく忘れるようになった。日付もとっ

指導件数	表示されていた機能性等の例
	<p>さに聞かれると出てこない。ひょっとするとそれは・・・。加齢と共に起きる認知機能の一部（記憶力）の低下によるものかもしれません。</p> <p>☑よく知っている人の名前のはずなのに出てこない、☑物をしまった場所がわからなくなる、☑時間や場所の感覚が不確かになり、約束事を間違えるようになった、☑曜日や月を聞かれてとっさに答えられない、☑数日前の会話が思い出せない、☑本の内容やテレビの筋がわからなくなる」と表示</p> <p>・「記憶力や物忘れが気になる方に、☑近頃、物忘れが・・・、☑漢字がすぐに思い出せない、☑さっき聞いたことが出てこない、☑最近、記憶に自信がなくなってきた、☑あの人誰だったかな・・・、☑お店の名前が思い出せない、☑言おうとしている言葉がすぐに出てこない、☑そんなこと言ったかしら？」と表示</p> <p>・「年齢とともに低下する認知機能に不安を感じたら。最近、こんな『変化』を感じていませんか？知人の名前が出てこない、鍵をかけたか不安になる、車の運転に不安がある、集中力が続かない、漢字が思い出せない」と表示</p> <p>○届出表示の内容について、消費者庁の許可や承認を受けているかのような表示</p> <p>・「認知機能の機能性表示（臨床試験による）取得食品」と表示</p> <p>・「『機能性表示食品』に認定！認知機能の低下を抑制する効果が期待されるとして、消費者庁の機能性表示食品に、全国で初めて認定されました。」と表示</p> <p>○実験結果及びグラフを用いることにより、届出された機能性の範囲を逸脱した表示を行う場合</p> <p>・届出表示内容が「加齢に伴って低下する記憶力</p>

指導件数	表示されていた機能性等の例
	<p>(手がかりをもとに思い出す力) を維持することが報告されています。」であるにもかかわらず、「12 週間摂取し続けたところ、『記憶力』に関する試験である視覚性対連合記憶試験において、有意な改善が確認できました。」と、低下した認知機能が有意に改善した試験結果が得られたことを強調したグラフを表示</p> <ul style="list-style-type: none"> 届出表示内容が「健常な中高年の方の加齢に伴い低下する認知機能の一部である記憶力、空間認識力を維持する働きが報告されています。※記憶力とは、見たり聞いたりした内容を記憶し、思い出す力のことです。」であるにもかかわらず、「臨床試験で確認 ヒト試験において〇〇を摂ることで『記憶力、空間認識力への改善』を確認！」と、低下した認知機能が有意に改善した試験結果が得られたことを強調したグラフを表示

<別紙 2 >

消費者庁ツイッター、フェイスブック

○「認知症予防に効果あり」等の広告表示に注意！！



物忘れや認知症の治療又は予防に根拠のあるサプリメントや特定の食品はありません。ご注意ください。
また、認知機能に関する機能性表示食品が販売されていますが、対象者の範囲や機能性の内容が限定されています。ご自分に適した食品であるか、広告等の表示内容をしっかりご確認ください。



物忘れや認知症の治療又は予防に根拠のあるサプリメントや特定の食品はありません。ご注意ください。

また、認知機能に関する機能性表示食品が販売されていますが、対象者の範囲や機能性の内容が限定されています。ご自分に適した食品であるか、広告等の表示内容をしっかりご確認ください。

ツイッター https://twitter.com/caa_shohishacho

フェイスブック <https://www.facebook.com/caa.shohishacho>

<参考資料 1 >

○不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）（抄）

（不当な表示の禁止）

第五条 事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号のいずれかに該当する表示をしてはならない。

- 一 商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの

二、三（略）

○健康増進法（平成十四年法律第百三号）（抄）

（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）

<参考資料 2 >

機能性表示食品に対する食品表示等関係法令に基づく 事後的規制（事後チェック）の透明性の確保等に関する指針概要 （令和2年3月24日消表対第518号、消食表第81号消費者庁次長通知）

消費者庁では、機能性表示食品に関して、法執行の方針の明確化を図るため、事後チェック指針を令和2年3月に策定した。当該指針では、機能性表示食品の科学的根拠に関する事項のほか、広告その他の表示上の考え方等を定めている。後者については、顧客を誘引するために用いられている表示要素別に、届出された機能性の範囲を逸脱するなどにより景品表示法等の法令上問題となるおそれのある表示の事項を以下のとおり整理し、重点的な事後チェックを行っている。

- （1）解消に至らない消費者の健康上の不安や悩み等の例示
- （2）届出された機能性の範囲を逸脱した表示
 - ・ 許可成分以外の成分を強調した表示
 - ・ 医薬品的効果効能の標ぼう
 - ・ 対象者範囲を逸脱した表示
- （3）実験結果及びグラフの過大表示
- （4）医師や専門家等の不適切な推奨等
- （5）体験談の不適切使用
- （6）届出表示又は資料の一部を引用した過大な強調表示
- （7）No.1表示等の不適切使用
- （8）国の評価、許可等を受けたものと誤認される表示