

消費者庁 資料

令和4年3月

全国生活衛生・食品安全関係主管課長会議

【目次】

○消費者安全課	1
○表示対策課	12
○食品表示企画課	28

令和3年度全国生活衛生・
食品安全関係主管課長会議資料

消費者庁消費者安全課



消費者安全課の取組について

令和4年3月〇〇日

消費者庁消費者安全課

食品安全に関するリスクコミュニケーション

消費者庁が行ってきたリスクコミュニケーションは、平成23年に発生した東京電力福島第一原子力発電所の事故を受け、食品中の放射性物質が中心。

ほかに、消費者の関心が高いテーマ（健康食品、食品安全全般）で実施。



2021年度は1月末時点

(年度)

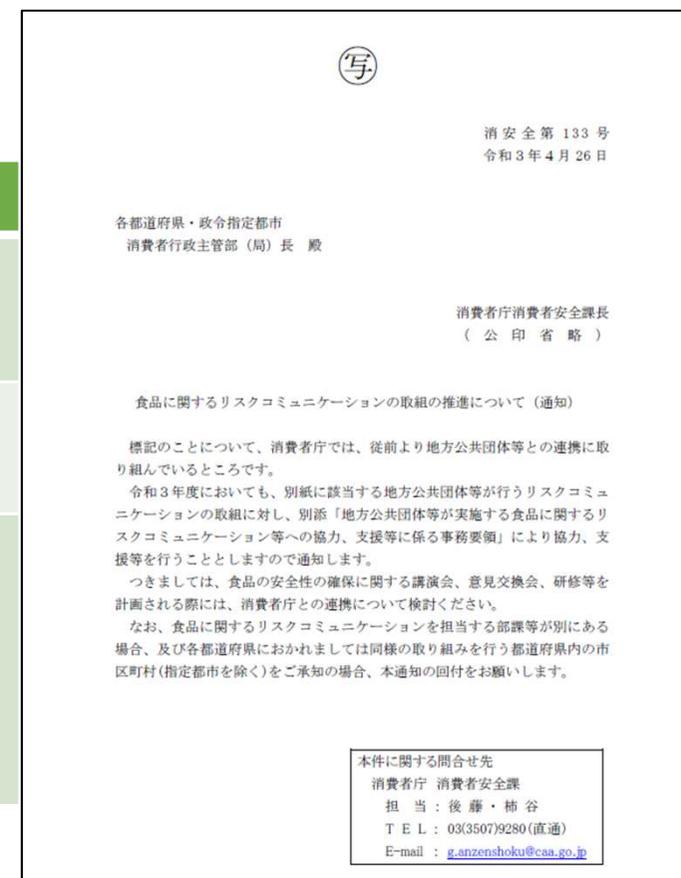
主なテーマ	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	合計
食品中の放射性物質	45	175	99	99	100	100	108	136	111	79	79	1,131
牛海綿状脳症(BSE)	—	2	2	—	—	2	—	—	—	—	—	6
健康食品	3	—	3	2	2	2	5	8	5	1	1	32
輸入食品	—	3	—	—	—	1	—	—	—	—	1	5
農薬	—	—	—	1	2	—	—	—	—	—	2	5
食中毒	—	—	—	—	4	—	—	—	—	1	1	6
食品添加物	—	—	—	—	—	1	1	1	1	1	—	5
食品安全の考え方	—	—	—	—	3	3	21	26	38	19	4	114
合計	48	180	104	102	111	109	135	171	155	101	88	1,304

消費者庁が行うリスクコミュニケーションの支援

地方公共団体や消費者団体等が行うリスクコミュニケーションの取組を支援しています。

- 対象機関：地方公共団体や消費者団体等
- 対象事業：食品安全に関する講演会・意見交換会
イベント等において食品安全情報を発信する取組 等
- 支援内容（例）：

	当庁と共催の場合	当庁と共催でない場合
講師	講師の紹介と旅費及び謝金の負担（当庁職員の派遣も可）	講師の紹介（当庁職員の派遣も可）
会場	借料の一部（又は全部）の負担	—
その他	<ul style="list-style-type: none"> パンフレット「食品と放射能Q&A」、「健康食品Q&A」の提供 参考となる運営マニュアルやシナリオ例の提供 効果的リスコミの取組紹介、プランニングの助言※ 等 ※共催の場合に限る 	



次年度も同様の通知を发出予定

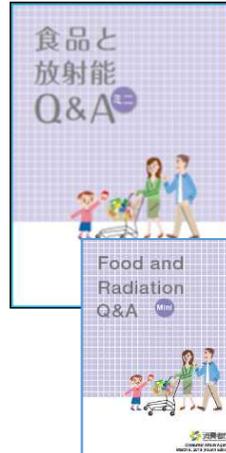
消費者向けの情報提供

パンフレット

【食品中の放射性物質】



食品と放射能Q&A
(改訂第15版)



食品と放射能
Q&Aミニ
(改訂第7版)

日本語のほか、
英語、中国語、
韓国語版も作
成

【健康食品】



健康食品Q&A
(第2版)



健康食品
5つの問題

- 地方公共団体等の消費相談等窓口での配布・希望者に無償で提供
- webサイトへの掲載

Webサイト



中毒の予防には時間と温度の管理が重要です。テイクアウト食品を食べるときと比べて、調理してから食べるまでの時間が長くなります。さらに、夏期は気温と湿度が高くなり、食中毒の事故が起こるリスクが高くなるので、以下のポイントを意識しつつ、安全な食生活をとりましょう。

ポイント
食品を購入したらすぐに帰宅し、長時間持ち歩かないようにしましょう。
万が一、すぐに食べられない場合、冷蔵庫で保存する等、長時間常温で放置しないようにしましょう。
加熱するときは中心までしっかり加熱しましょう。食べる前にはしっかり手洗いをしましょう。

※URL>
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/food_safety/food_safety_sustai/notice/notice_004.html

SNS



↑ Twitter
Facebook →

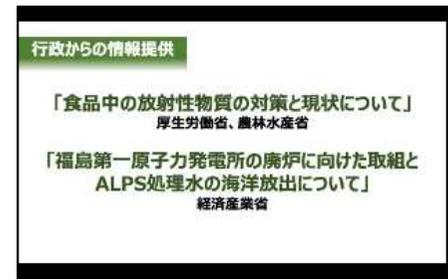
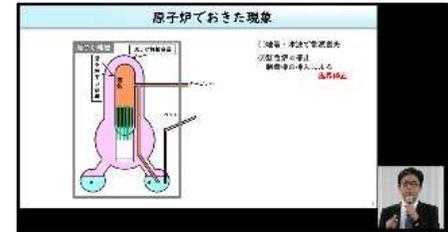


食品と放射能に関する正しい理解の増進

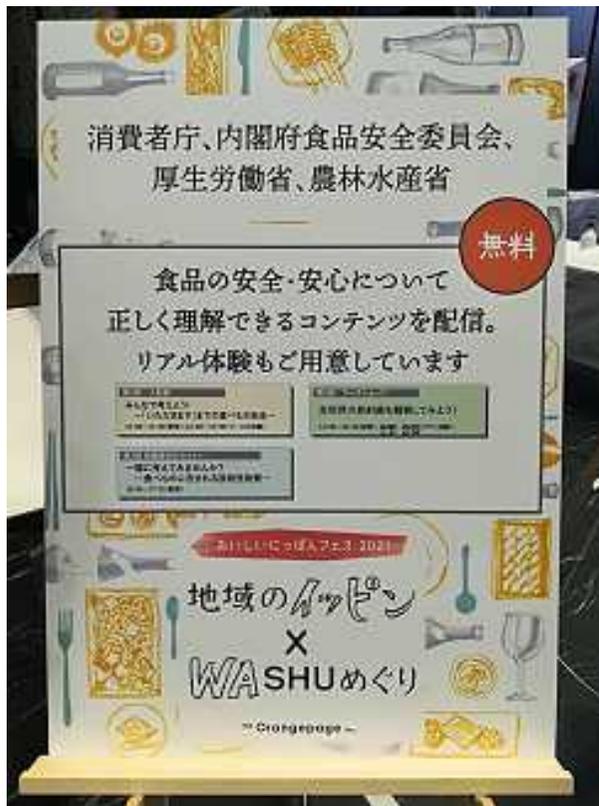
WEB意見交換会「一緒に未来を考える～食品中の放射性物質～」 (一般向け、大学生向け)



- 基調講演
「食品中の放射性物質の基本的な知識及び安全性について」
福島県立医科大学保健科学部
診療放射線科学科准教授 佐藤久志氏
- 行政担当による情報提供
(厚生労働省・農林水産省・経済産業省)
- 意見交換 (パネルディスカッション)
コーディネーター：
フリージャーナリスト・キャスター 葛西賀子氏
パネリスト：
福島県立医科大学保健科学部診療放射線科学科准教授 佐藤久志氏
株式会社ワンダーファーム 代表取締役 元木寛氏
株式会社ビビッドガーデン 代表取締役社長 秋元里奈氏
公益財団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会食生活委員会委員 武士俣淑恵氏



子育て世代等向け情報発信 (おいしいにっぽんフェス2021への出展)



食の安全・安心を学ぼう！食べよう！伝えよう！
～集まれ 食の安心ひろめ隊員～

- 1部「人形劇」みんなで考えよう～「いただきます」までの食べものの安全～
野菜・果物のキャラクターたちが、食べものをめぐるなぜなにはてな？をクイズ形式でといていきます。親子で一緒にみてください♪
- 2部「ワークショップ」自然界の放射線を観察してみよう！
目に見えなくて関係ないと思っていた「放射性物質」が、実は生活に密接していたことを解説！また実験では、放射性物質をミエル化！？
- 3部「セミナー」一緒に考えてみませんか？～食べ物に含まれる放射性物質～
ちょっと大人の視点から「放射性物質」を考え、子どもたちの未来を考えたい保護者向けセミナー。

(参加者1,165名)



風評被害に関する消費者意識の実態調査

【目的】

被災県の農林水産物等について、消費者が買い控え行動をとっている場合の理由等を継続的に調査し、今後のリスクコミュニケーションでの説明内容を始めとする各般の風評被害対策及び消費者理解の増進等に関する取組に役立てる。

【調査対象地域】 以下に居住する20～60歳代の男女（回答数5,176人）

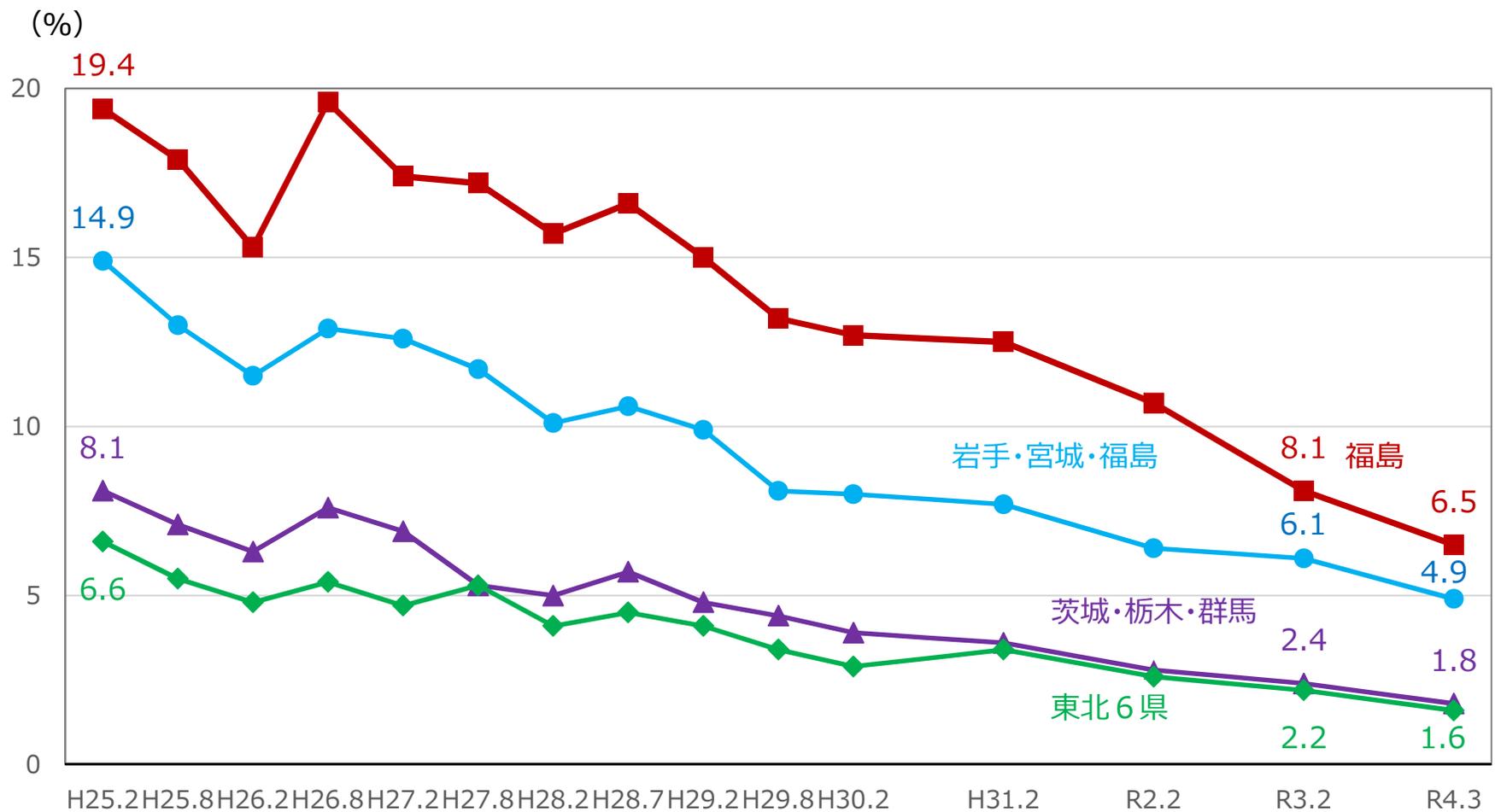
- 被災県：岩手県、宮城県、福島県、茨城県
- 被災県産農産物の主要仕向先県等：
埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、大阪府、兵庫県

回数	実施時期	回数	実施時期
第1回	2013（平成25）年2月	第9回	2017（平成29）年2月
第2回	8月	第10回	8月
第3回	2014（平成26）年2月	第11回	2018（平成30）年2月
第4回	8月	第12回	2019（平成31）年2月
第5回	2015（平成27）年2月	第13回	2020（令和2）年2月
第6回	8月	第14回	2021（令和3）年2月
第7回	2016（平成28）年2月	第15回	2022（令和4）年3月
第8回	8月		

「風評被害に関する消費者意識の実態調査」の概要

○ 放射性物質を理由に購入をためらう食品の産地

※産地を気にする理由として「放射性物質の含まれていない食品を買いたいから」と回答した者に対し、購入をためらう産地を尋ねたもの



事故情報データバンク

○事故情報データバンクは消費者庁に集約された事故情報を公表するデータベース

消費者庁、厚生労働省、経済産業省、農林水産省、国土交通省、日本司法支援センター（法テラス）、独立行政法人日本スポーツ振興センター、独立行政法人国民生活センター、全国の消費生活センター、公益財団法人日本中毒情報センターの情報を登録

概要

○2009年度以降の食品、製品、サービス等による事故情報を登録

⇒約31万件の消費生活上の事故情報を検索可能

○事故発生日、発生場所、事故状況、被害の程度等の事故の概要等を掲載

○厚生労働省からは食中毒統計資料の食中毒事件一覧速報及び食中毒部会後の確定内容を登録

○消費者庁と国民生活センターが連携して運用

サイト画面

事故情報データベースシステム 生命・身体被害に関する「消費生活上の事故情報」を公開しています	トップ	操作方法	よくある質問	利用上の注意
	お問い合わせ	リンク集	文字を標準に戻す	文字を大きくする

🔍 事故情報を閲覧する

過去の登録事故情報データベースから、検索・閲覧が可能です。

複数の単語をスペース区切りで指定できます。何も入力せずに 検索すると、全ての事故情報を検索します。

登録件数 (H21年9月～)

313,254件

フリーワードの入力

検索する

詳しい条件で検索する

事故情報データベースからのお知らせ

■旧システムのURLの停止について

本システムでは、2022年3月末で、2021年3月まで利用していた旧システムのURL (<http://www.jikojo.go.jp/>)を停止します。

2022年4月以降、旧システムのURLで接続した場合、本システムへの転送は行われず、接続エラーとなります。

ご利用のブラウザの「お気に入り」等に旧URLでリンクを保存されている方は、以下の現URLをクリックして、新たに「お気に入り」等の保存をお願いします。

<https://www.jikojo.caa.go.jp/>

※各機関のHPにおいて、旧URLのリンクを掲載していただいている場合には、お手数をおかけしますが、現URLへの修正をお願いいたします。

注目事故情報リスト

- ▶ 暖房器具の事故 **[NEW]**
- ▶ リチウム電池内蔵充電器の事故
- ▶ 高齢者の事故
- ▶ 乳幼児の事故

URL : <https://www.jikojo.caa.go.jp/ai-national/>

消費者庁リコール情報サイト

○関係機関や地方公共団体、事業者等が発信している回収や無償修理等の情報を集約し、消費者に情報提供するため、平成24年4月より運用開始（1か月当たりのアクセス数：約150万件）。

※関係機関：国土交通省（自動車）、厚生労働省（医薬品、化粧品、食品衛生等）、経済産業省（家電製品、住居品等）、消費者庁（食品表示）、医薬品医療機器総合機構【PMDA】（医薬品等）、製品評価技術基盤機構【NITE】（製品）など

○リコール情報検索
商品カテゴリーまたはキーワードによるリコール情報が検索可能

○重要なお知らせ
重大製品事故（死亡、30日以上の治療を要する傷病、一酸化炭素中毒、火災等）が発生しているリコール製品のうち、最新のものから8件を表示

○新規登録情報
新たに登録されたリコール情報を表示

○リコールメールサービス
日々更新されるリコール情報をメール配信
全体版のほか、「高齢者向け」「子ども向け」を配信

○対象別ページ
高齢者向け・子ども向け用品（子ども向け用品及び食品のアレルギー物質の表示欠落に関する情報）に関するリコール情報を別途集約

○関連情報
リコール関連のニュースリリースや、食品衛生申請等システムの案内、製品安全に関する相談先、海外のリコール情報などを表示

令和3年度全国生活衛生・
食品安全関係主管課長会議資料

消費者庁表示対策課

食品表示対策室

ヘルスケア表示指導室

令和3年6月25日

新型コロナウイルスに対する予防効果を標ぼうする健康食品の表示に関する改善要請及び一般消費者等への注意喚起について

消費者庁は、今般の新型コロナウイルス感染症の拡大に乘じ、インターネット広告において、新型コロナウイルスに対する予防効果を標ぼうする健康食品に対し、緊急的措置として、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要請（別紙1）を行うとともに、SNS等を通じて一般消費者等への注意喚起（別紙2及び別紙3）を行いました。

新型コロナウイルスについては、その性状特性が必ずしも明らかではなく、かつ、民間施設における試験等の実施も困難な状況にあります。また、一部の大学等の研究機関において、食品成分により新型コロナウイルスの不活化を実証したとする研究結果が報告されておりますが、いずれも試験管内での実験結果であり、当該食品成分を含む特定の健康食品を摂取することによる新型コロナウイルス感染や重症化の予防効果が実証されているものではありません。

このような現状において、新型コロナウイルスに対する予防効果を標ぼうする健康食品については、現段階においては客観性及び合理性を欠くものと考えられ、一般消費者の商品選択に著しく誤認を与えるものとして、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）の規定に違反するおそれが高いものと考えられます。

そこで、消費者庁では、今般の緊急事態宣言が発出された令和3年4月以降、インターネット広告において、新型コロナウイルスに対する予防効果を標ぼうする健康食品の表示について、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）の観点から緊急監視を実施しているところです。

現在までのところ、インターネット広告において健康食品の販売をしている43事業者による49商品について、一般消費者が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し、新型コロナウイルスの感染予防について誤った対応をしてしまうことを防止する観点から、当該表示を行っている事業者等に対し、改善要請を行いました。

また、改善要請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、不当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

電話：03-3507-8800（代表）

ホームページ：<https://www.caa.go.jp/>

<別紙 1 >

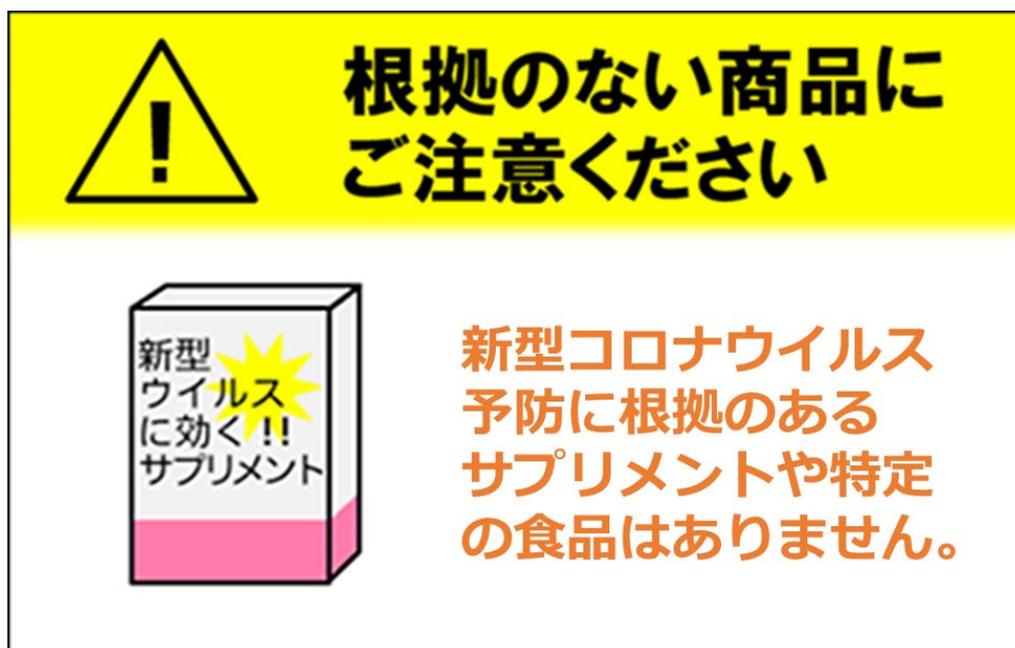
商品区分	表示されていた効果等
<p style="text-align: center;"> いわゆる健康食品 (カプセル、錠剤、粉末等) 【43 事業者 49 商品】 </p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ コロナウイルス感染症患者の死因となる重篤な急性呼吸器症候群、肺炎を治すための既存の有効な方法として、ビタミンCの使用は臨床的にも実証 ・ 1日3gのビタミンCが新型コロナ予防に効果的 ・ ビタミンDでコロナ予防、〇〇サプリがお勧め！ ・ 柿渋含有飴において 新型コロナウイルスの不活化を実証 ・ 「柿渋でコロナ無害化」〇〇大学が発表 ・ 柿タンニン×茶カテキンの抗ウイルス力に着目！実験で柿タンニンと茶カテキンが、それぞれ新型コロナウイルスを不活性化する効果を確認 ・ コロナ対策に！チャーガ茶、世界的な研究施設が「新型コロナウイルスに効く」と認めたキノコ ・ コロナに負けるな！チャーガ茶で免疫力UP ・ 新型コロナウイルスを予防する効果的な対策は、チャーガ茶を飲むだけ ・ チャーガ茶、コロナに負けない抗酸化作用で免疫アップ、アガリクスの23倍の抗酸化作用 ・ 新型コロナウイルスの増殖を抑制する5-A-L-A（5-アミノレブリン酸） ・ 〇〇大学が5-A-L-A（5-アミノレブリン酸）による新型コロナウイルス感染症原因ウイルスの増殖を阻害するとの研究結果を発表 ・ 〇〇大学から、最新の新型コロナの現状を踏まえた科学的根拠のあるラクトフェリン摂取の推奨がなされています ・ 新型コロナウイルス、インフルエンザウイルス対策に「月桃抽出液」をお勧めです！

<別紙2>

消費者庁ツイッター、フェイスブック

「消費者庁 新型コロナ関連消費者向け情報」公式LINE

○「新型コロナウイルス予防に効果あり」等の広告表示に注意！！



消費者庁は、新型コロナウイルスの予防効果を標ぼうする健康食品の不当表示に対する監視指導を実施しています。新型コロナウイルス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ので御注意ください。

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

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

「消費者庁 新型コロナ関連消費者向け情報」公式LINE LINE ID : @line_caa

<参考情報>

○健康食品の安全性・有効性情報

感染予防によいと話題になっている食品・素材について

<https://hfnet.nibiohn.go.jp/notes/detail.php?no=2142>

新型コロナ関連 消費者の方々へのメッセージ

● **新型コロナウイルス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。**



一部の大学等の研究機関において、食品成分により新型コロナウイルスの不活化を実証したとする研究結果が報告されておりますが、いずれも試験管内での実験結果であり、当該食品成分を摂取することによる新型コロナウイルス感染及び重症化の予防効果が実証されているものではありません。そのような広告等にはご注意ください。


 国立研究開発法人 医薬基盤・健康・栄養研究所
「健康食品」の安全性・有効性情報
Information system on safety and effectiveness for health foods
 新型コロナウイルス感染予防によいと話題になっている食品・素材について



健康維持の基本は、「栄養バランスのとれた食事、適度な運動、十分な休養」です。**食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを心がけましょう。**

令和4年2月18日

新型コロナウイルスに対する予防効果を標ぼうする商品等の表示に関する改善要請及び一般消費者等への注意喚起について

消費者庁は、今般の新型コロナウイルス感染症の拡大に乘じ、インターネット広告において、新型コロナウイルスに対する予防効果を標ぼうする健康食品、空間内のウイルス対策を標ぼうする商品等（以下「ウイルス予防商品」という。）に対し、緊急的措置として、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要請（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。

新型コロナウイルスについては、その性状特性が必ずしも明らかではなく、かつ、民間施設における試験等の実施も困難な現状において、ウイルス予防商品の広告表示については、現段階においては客観性及び合理性を欠くおそれがあると考えられ、一般消費者に誤認を与えるおそれがあるものとして、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）の規定に違反するおそれが高いものと考えられます。

そこで、消費者庁では、令和2年2月以降、新型コロナウイルスの感染拡大状況を見据え、インターネット広告において、新型コロナウイルスに対する予防効果を標ぼうするウイルス予防商品の表示について、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）の観点から緊急監視を実施してきたところです。

令和3年12月から現在までのところ、インターネット広告においてウイルス予防商品の販売をしている39事業者による33商品（令和2年2月以降、合計226事業者による249商品又は役務。）について、一般消費者が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し、新型コロナウイルスの感染予防について誤った対応をしてしまうことを防止する観点から、当該表示を行っている事業者等に対し、改善要請を行いました。

また、改善要請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、不当表示に対する継続的な監視を実施し、景品表示法等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

電話：03-3507-8800（代表）

ホームページ：<https://www.caa.go.jp/>

<別紙 1 >

商品区分	表示されていた効果等
<p>いわゆる健康食品 (カプセル、錠剤、粉末等) 【28 事業者 28 商品】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今話題の5-A L A (5-アミノレブリン酸)をサプリメントで摂取、コロナ対策 COVID-19 感染予防、免疫力アップ ・ 5-A L A (5-アミノレブリン酸)ミトコンドリア活性化、コロナ対策 ・ ○○大学の研究で話題、コロナウイルスの増殖を抑える効果がある5-A L A (5-アミノレブリン酸) ・ コロナ対策、免疫力UP、毎日1杯の味噌汁(メラノイジン)でアンチエイジング ・ コロナウイルスは免疫力UPが大切！フコイダン免疫力アップ ・ 新型コロナウイルスが心配なこの時代おススメの野草茶、スイカズラ ・ コロナ対策にビタミンD ・ 亜鉛やビタミンが豊富に含まれているので、コロナ禍の免疫力アップに効果バツゲン ・ はちみつの薬効、免疫力アップによる風邪予防、細菌やウイルスの撃退、コロナに負けない ・ ビフィズス菌で、コロナ対策、免疫を高め、病気に負けない体を作る ・ 【新型コロナウイルス感染症に効く】ロシアの世界的な研究機関が認めたキノコ「チャーガ」の効能 ・ 「柿渋」入り飴やラムネでコロナ不活化、○○大学が、「柿渋」が新型コロナウイルスを無害化させるという研究結果を発表
<p>首掛け型空間除菌剤 (二酸化塩素) 【8 事業者 2 商品】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 首掛けタイプ ストラップ付 コロナ対策 ウイルス対策 安全安心 無毒 ・ 感染予防 コロナ対策 電車・オフィス・学校など人の集まる場所や身の回りの空間のウイルス対策
<p>抗ウイルス処理カーテン 【2 事業者 2 商品】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ コロナウイルス粒子を破壊！カーテンにも「安全」洗濯しても効果が続く！だから安心！カーテンの繊維に吸着したウイルスにアタック！ ・ 【抗ウイルス可能】 【新型コロナ対策】

商品区分	表示されていた効果等
<p style="text-align: center;">マイナスイオン発生器 【1事業者1商品】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ その浮遊粒子を重くして着地させることで、呼吸で吸い込むウイルスや菌の濃度をできるだけ下げます。「感染防止」、「コロナ対策」に役に立つと思います。 ・ 用途：感染防止 ウイルス 花粉 たばこ コロナ 除菌 殺菌 消臭対策

<別紙2>

消費者庁ツイッター、フェイスブック

「消費者庁 新型コロナ関連消費者向け情報」公式LINE

○「新型コロナウイルス予防に効果あり」等の広告表示に注意！！



**新型コロナウイルス予防効果をうたう
根拠のない商品にご注意ください**

消費者の皆様におかれましては、引き続き、「三つの密」を徹底的に避ける、人と人との距離の確保、手洗いなどの手指衛生、ワクチン接種後もマスクを着用する等の基本的な感染対策の実施をお願いします。



消費者庁は、新型コロナウイルスの予防効果を標ぼうする商品等の不当表示に対する監視指導を実施しています。健康食品、空間内のウイルス対策を標ぼうする商品等の商品については、当該ウイルスに対する効果を裏付ける根拠があるものとは認められないおそれがありますので御注意ください。

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

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

「消費者庁 新型コロナ関連消費者向け情報」公式LINE LINE ID : @line_caa

<参考情報>

○健康食品の安全性・有効性情報

感染予防によいと話題になっている食品・素材について

<https://hfnet.nibiohn.go.jp/notes/detail.php?no=2142>

○新型コロナウイルスの消毒・除菌方法について

消毒や除菌効果をうたう商品は、目的に合ったものを、正しく選びましょう。

<https://www.caa.go.jp/notice/entry/020418/>

新型コロナウイルス感染予防によいと話題になっている食品・素材まとめ
(国立研究開発法人 医薬基盤・健康・栄養研究所調べ 2021/08/11 時点)

現時点で、新型コロナウイルス感染症に対する予防効果が確認された食品・素材の情報は、見当たりません。

いくつかの食品・素材においては、新型コロナウイルス感染症に対する予防効果が検討されていますが、現時点ではいずれも予備的な検討であり、科学的根拠を示すまでには至っていません。

インフルエンザや風邪に対する予防効果が期待される素材の情報について、国立研究開発法人 医薬基盤・健康・栄養研究所において、【別紙】のとおり人を対象に効果を検討した報告を調べました。

本情報は、米国国立医学図書館が作成している信頼されたデータベースを用いて調査されたものです。

これらのうち、インフルエンザや風邪に対して予防効果が確認された素材は、「新型コロナウイルスに対する効果がある」といったような、誤った健康情報が流される危険性があります。毎日の健康情報に注意しましょう。

なお、インフルエンザや風邪に対して予防効果が確認された報告があるとされている素材であっても、予防効果が確認されなかった報告の両方が存在している場合や、報告が1報しかなく、今後更なる研究が必要な素材もあります。詳しい情報は、以下の国立研究開発法人 医薬基盤・健康・栄養研究所のホームページで確認するようにしてください。

○感染予防によいと話題になっている食品・素材について
<https://hfnet.nibiohn.go.jp/notes/detail.php?no=2142>

新型コロナウイルス感染予防によいと話題になっている食品・素材 まとめ (ver. 20210811)

現時点で、新型コロナウイルスに対する予防効果を示した食品・素材の情報は見当たりません。

＜インフルエンザ、風邪や上気道感染症などの予防効果を検討した結果の分類＞

報告レベル A: 現時点では報告はない
B: 効果が確認されなかった報告がある
C: 効果が確認された報告がある

注: BとCの●が付された素材には、報告例が1報しかないものが含まれる。
: Cに●が付された素材であっても、効果が確認されなかった報告があるものが含まれる。

食品・素材名	新型コロナウイルス	インフルエンザ			風邪など		
	A	A	B	C	A	B	C
1 ビタミンD	●		●	●		●	●
2 納豆	●	●			●		
3 オリーブ葉エキス	●	●				●	
4 マヌカハニー	●	●			●		
5 水素水	●	●			●		
6 プロバイオティクス (乳酸菌・ビフィズス菌など)	●	●				●	●
7 ニンニク	●		●		●		
8 ビタミンC	●	●				●	●
9 タンポポ茶	●	●			●		
10 プレバイオティクス (β-グルカン、オリゴ糖など)	●	●				●	●
11 ケイ素(シリカ)	●	●			●		
12 ビタミンA	●	●				●	
13 鉄	●	●			●		
14 亜鉛	●	●				●	●
15 セレン	●	●			●		
16 エキナセア	●	●				●	●
17 ラクトフェリン	●	●					●
18 エルダーベリー	●	●				●	
19 みそ、大豆	●	●			●		
20 ニコチアミン (大豆などの成分)	●	●			●		

＜インフルエンザ、風邪や上気道感染症などの予防効果を検討した結果の分類＞

報告レベル A：現時点では報告はない
 B：効果が確認されなかった報告がある
 C：効果が確認された報告がある

注：BとCの●が付された素材には、報告例が1報しかないもの含まれる。
 :Cに●が付された素材であっても、効果が確認されなかった報告があるもの含まれる。

食品・素材名	新型コロナウイルス	インフルエンザ			風邪など		
	A	A	B	C	A	B	C
21 緑茶(浸出液)	●			●	●		
22 カテキン(緑茶などの成分)	●	●			●		
23 海藻(昆布、もずく、めかぶ)	●	●			●		
24 フコイダン (海藻などに含まれる成分)	●	●			●		
25 重曹	●	●			●		
26 CBD(カンナビジオール)	●	●			●		
27 タイム	●	●			●		
28 ユーカリ	●	●			●		
29 ティートリー	●	●			●		
30 ミドリムシ(ユーグレナ)	●	●				●	
31 フランキンセンス(乳香)	●	●			●		
32 ペパーミント	●	●			●		
33 スイカズラ	●	●			●		
34 月桃	●	●			●		
35 パパイヤ葉	●	●			●		
36 ネットル	●	●			●		
37 リポポリサッカライド(LPS)	●	●			●		
38 大麦	●	●			●		
39 チャーガ	●	●			●		
40 柿渋	●	●			●		
41 5-アミノレブリン酸(5-ALA)	●	●			●		
42 朝鮮ニンジン(高麗人参)	●	●			●		

なお、この情報はPubMedを用いて検索した結果を示しています。各食品・素材の摂取による予防効果およびその報告の有無は、罹患および症状の有無を指標として、情報確認を行っています。

国立研究開発法人 医薬基盤・健康・栄養研究所

「健康食品」の安全性・有効性情報 <https://hfnet.nibiohn.go.jp/>

1 景品表示法及び健康増進法に基づくインターネット広告の緊急監視

- ・ R2年3月10日 30事業者46商品
- ・ R2年3月27日 34事業者41商品
- ・ R2年6月5日 35事業者38商品
- ・ R3年2月19日 45事業者42商品
- ・ R3年6月25日 43事業者49商品
- ・ R4年2月18日 39事業者33商品

健康食品、マイナスイオン発生器、除菌スプレー等
合計**226事業者249商品**に対し改善要請

※既に全ての商品の表示の改善を確認。その後も継続的な監視を実施し、法に基づく適切な措置を実施。

【緊急監視において改善要請を行った主な商品】

- いわゆる健康食品(ビタミンA、ビタミンC、ビタミンD、亜鉛、オリーブ葉エキス、タンポポ茶、マヌカハニー、納豆、みかん、ウコン、あおさ、水素水、乳酸菌、黒ニンニク、海藻フコダイン、コーヒーポリフェノール、茶ポリフェノール、茶カテキン、5-ALA、柿渋、チャーガ等)
- マイナスイオン発生器、イオン空気清浄機
- 空間除菌剤(首下げ型、据置型)、除菌・抗菌スプレー(アミノ酸、光触媒等)、アロマオイル

2 景品表示法の観点からの再発防止等の指導

- ・ **マスクのおとり広告**を行っていた**2事業者**(R2年3月27日)
- ・ **携帯型(首下げタイプ)の空間除菌用品**を販売していた**5事業者**(R2年5月15日)
- ・ **抗体検査キット**を販売していた**9事業者**(R2年12月25日、R3年3月26日)、**研究用抗原検査キット**を販売していた**2事業者**(R3年3月26日)

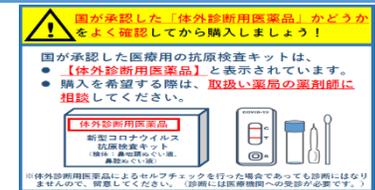
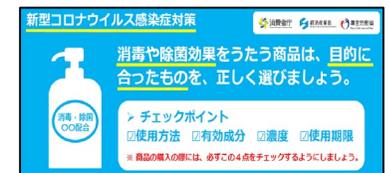
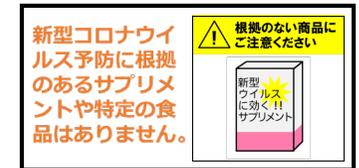
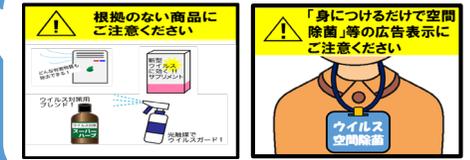
3 景品表示法違反として措置命令

- ・ 表示よりアルコール濃度が大幅に低い**手指用洗浄ジェル**を販売していた**1事業者**(R2年5月19日)、**アルコールスプレー**を販売していた**1事業者**(R2年12月9日)
- ・ 表示より有効塩素濃度が大幅に低い又は除菌効果を標ぼうする**次亜塩素酸水**を販売していた**9事業者**(R2年12月9日、R3年3月10日、同11日)
- ・ **携帯型の空間除菌用品・空気清浄用品、車内・室内用の空間除菌用品、マイナスイオン発生機、オゾン除菌消臭器**を販売していた**15事業者**(R2年8月28日、同12月22日、R3年1月15日、同3月18日、同31日、同6月11日、同15日、同17日、同7月28日、同12月16日、R4年1月20日、同2月2日、同3日)
- ・ 亜塩素酸による空間除菌等を標ぼうする**除菌スプレー**を販売していた**5事業者**(R3年3月4日、同4月9日)
- ・ 新型コロナ等への効果を標ぼうする**健康食品**を販売していた**1事業者**(R3年3月9日)

4 その他注意喚起等

- ・ 厚労省・経産省と合同で、**新型コロナウイルス消毒・除菌方法**を取りまとめ公表(R2年6月26日)
- ・ **消毒・除菌商品の購入や使用上の注意点**を取りまとめ公表(R2年7月1日)
- ・ 厚労省と合同で、**抗原検査キットの購入における注意点**を公表(R3年10月12日)

SNS等を通じた消費者への注意喚起 (Twitter, Facebook等)



インターネット等における健康食品等虚偽誇大広告の監視業務

事業概要・目的・必要性

- 健康・予防意識の高まりといったニーズの多様化が進む一方で、少子高齢化の進展により、健康食品が広く普及する中、虚偽・誇大な表示や広告が見受けられる。このため関係機関が連携して厳正な取締りを実施しているものの、不適正表示はあとを絶たない状況にある。
- いわゆる健康食品等を販売するインターネットサイトから、改善の必要な虚偽・誇大の疑いのある広告を含むサイトの抽出事務の請負を実施。
- 平成27年度から同制度に機能性表示食品が追加され、不適正表示が拡大する可能性がある。

事業イメージ・具体例

〔事業内容〕

- 改善の必要な虚偽・誇大の疑いのある広告を含むサイトの抽出
- 改善を要するサイトから、健康の保持増進効果に関して専門的な知見を有する者（健康食品アドバイザー・スタッフ等）による違反の蓋然性の高いものを選定
- 改善要請事務の代行

（参考）

健康食品アドバイザー・スタッフ

厚生労働省の審議会の提言を受け、平成14年2月、厚生労働省は、「保健機能食品やその他いわゆる健康食品について、正しい情報を提供し、身近で気軽に相談できる人材を養成する。」との目的にそって民間団体が行う保健機能食品等に係るアドバイザー・スタッフの養成の基本的考え方を通知し、民間5団体において、育成されている。

過去の実績

○インターネットにおける健康食品の広告への改善要請（事業者数）

平成25年度	平成26年度	平成27年度
210	84	400
平成28年度	平成29年度	平成30年度
336	381	274
令和元年度	令和2年度	令和3年度
278	454	409

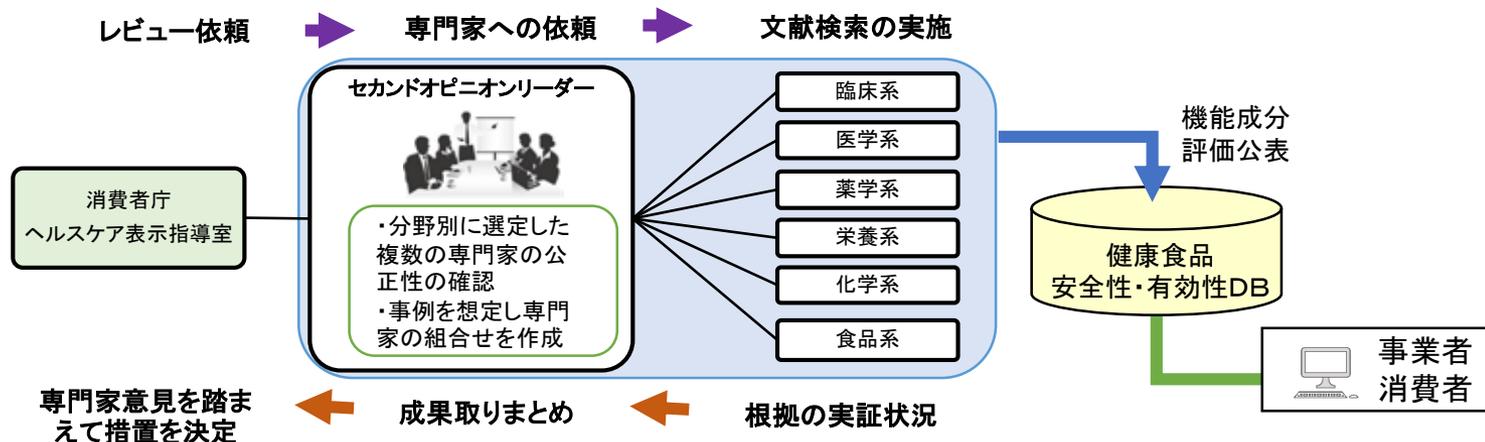
※ 令和3年度は、4月～9月の実績である。

期待される効果

- 虚偽又は誇大と思われる広告や不当表示の恐れのある宣伝から、違反の蓋然性の高いものを選定することで、迅速な違反行為の是正が図られるほか、類似の行為を行う事業者への抑止効果が期待される。

健康食品の機能性等に係るエビデンスのセカンドオピニオン事業

- 個別事案に応じて、各専門分野の専門家を複数選定し、迅速に適切なレビューを実施するためのセカンドオピニオンリーダーを担う中立公正な団体に、当該事業を委託する。
- 健康食品の安全性・有効性データベースを用いた国民への情報のフィードバック(アウトカム)。



セカンドオピニオン事業 素材情報データベース更新一覧

【令和3年度:60件・2月末実績まで】

更新月	素材名	分類
1	エノキタケ由来脂肪酸	新規
2	エリオジクチオール-6-C-グルコシド	見直し
3	ラフマ由来ヒペロシド、ラフマ由来イソクエルシトリン	見直し
4	α -シクロデキストリン	新規
5	ラフィノース、ラクチュロース、フラクトオリゴ糖、イソマルトオリゴ糖、 α -シクロデキストリン	-
6	ハクトウスギ	新規
7	本わさび由来6-メチルスルフィニルヘキシルイソチオシアネート(6-MSITC)	見直し
8	プレバイオティクス	新規
9	重合カテキン	-
10	没食子酸	-
11	チャーガ(カバノアナタケ)	見直し
12	カラマンシー	新規
13	Hi-BM(牛乳たんぱく分解物)	-
14	マヌカ	見直し
15	ハチミツ	見直し
16	LPS(リポポリサッカライド)	新規
17	ビオチン	見直し
18	イヌリン、クロロゲン酸	新規
19	ハイビスカス	見直し
20	シンバイオティクス	新規
21	乳酸菌	新規
22	ビフィズス菌	新規
23	プロバイオティクス	見直し
24	プーアル茶由来没食子酸	見直し
25	アリイン	-
26	乳酸菌、スフィンゴミエリン、コラーゲンペプチド	-
27	豚由来コンドロイチン硫酸	見直し
28	エルゴチオネイン	新規
29	ローヤルゼリー由来ペプチド、ローヤルゼリー由来10-ヒドロキシ-2-デセン酸	見直し
30	豚プラセンタ由来ペプチド	見直し
31	グルコラファニン	見直し
32	難消化性デキストリン、乳酸菌、フラクトオリゴ糖	-

更新月	素材名	分類
33	月桃葉抽出物(ジヒドロ-5,6-デヒドロカワイン、5,6-デヒドロカワイン)	新規
34	紫サツマイモ由来アントシアニン	新規
35	フィチン酸	新規
36	ベータ Congrugin	見直し
37	グルコサミン塩酸塩、カツオ由来エラスチンペプチド	-
38	アスタキサンチン、ヒハツ由来ピペリン類	-
39	米紅麹ポリケチド	見直し
40	カメリアサポニンB2	見直し
41	ぶどう由来プロアントシアニジン	見直し
42	レスベラトロール	見直し
43	DHA、EPA、ARA(アラキドン酸)	-
44	クルクミン、フェルラ酸、ホスファチジルセリン	-
45	桑の葉由来イミノシュガー	見直し
46	スペアミント由来ロスマリン酸	見直し
47	秋ウコン(ビスクロン、デヒドロジンゲロン)	見直し
48	枯草菌	見直し
49	セイヨウサンザシ由来フラボノイド、カプサイシン	-
50	乳酸菌、 β カロテン	-
51	セサミン	見直し
52	セサミン、セサモリン	見直し
53	ユーグレナグラシリスEOD-1株由来パラミロン(β -1, 3-グルカンとして)	見直し
54	ビフィズス菌、N-アセチルグルコサミン	-
55	乳酸菌、難消化性デキストリン	-
56	トマト由来食物繊維	見直し
57	プシコース	見直し
58	デルフィニジン-3,5-ジグルコシド	見直し
59	レモン由来モノグルコシルヘスペリジン	見直し
60	みかん混合発酵茶葉由来ヘスペリジン	-

令和3年度全国生活衛生・
食品安全関係主管課長会議資料

消費者庁食品表示企画課

食品添加物の不使用表示に 関するガイドライン検討会における 検討状況について

令和4年3月〇〇日

消費者庁食品表示企画課



「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」の概要

現行制度の概要

○一括名、簡略名・類別名表示 / 用途名の表示

食品添加物は、物質名で表示する他、一部の添加物は、一括名等で表示が可能。

○無添加、不使用の表示

- ・消費者の誤認を招く無添加表示の存在
- ・具体的な表示禁止事項の解釈を示す通知が不明確。
- ・「人工甘味料」、「合成保存料」等の用語が無添加表示のためだけに使用。

○栄養強化目的で使用した添加物の表示

- ・一部の食品(ジャム類等)を除き、表示が不要。

○普及、啓発、消費者教育

- ・食品添加物やその表示に関し、消費者の理解が進んでいない。

今後の整理の方向性

物質名等で表示を求める消費者からの要望

- ・見やすさ、なじみがある、表示可能面積不足等から、**現行制度を維持。**
- ・使用した個々の物質や目的について、事業者が消費者へ自主的な情報提供を実施。

- ・表示禁止事項を明確化するため、**「無添加表示」に関するガイドラインを策定。**

- ・消費者の誤認を防止する観点から、**「人工」、「合成」の用語を削除。**

- ・消費者の分かりやすさの観点から、**原則全ての加工食品に表示する方向で検討。**

- ・事業者の影響等の調査や消費者委員会食品表示部会の「表示の全体像」も踏まえる必要。

- ・行政機関、消費者、事業者団体が**連携し**、対象とする**世代に応じたアプローチ**を実施。

食品添加物の消費者理解の現状

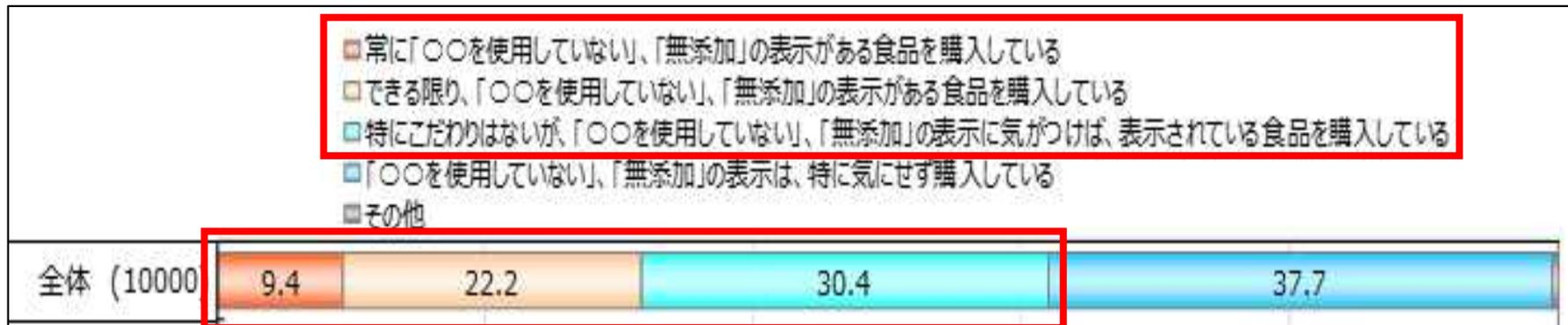
(平成29年度～令和2年度消費者意向調査報告書から)

問62 あなたは、「食品添加物」は、安全性が評価されたものや我が国において広く使用されて長い食経験のあるものとして国に認められたものが、食品の加工又は保存の目的で使用されていることを知っていますか。

調査年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
はい	35.8%	35.7%	36.3%	40.3%
いいえ	64.2%	64.3%	63.7%	59.8%

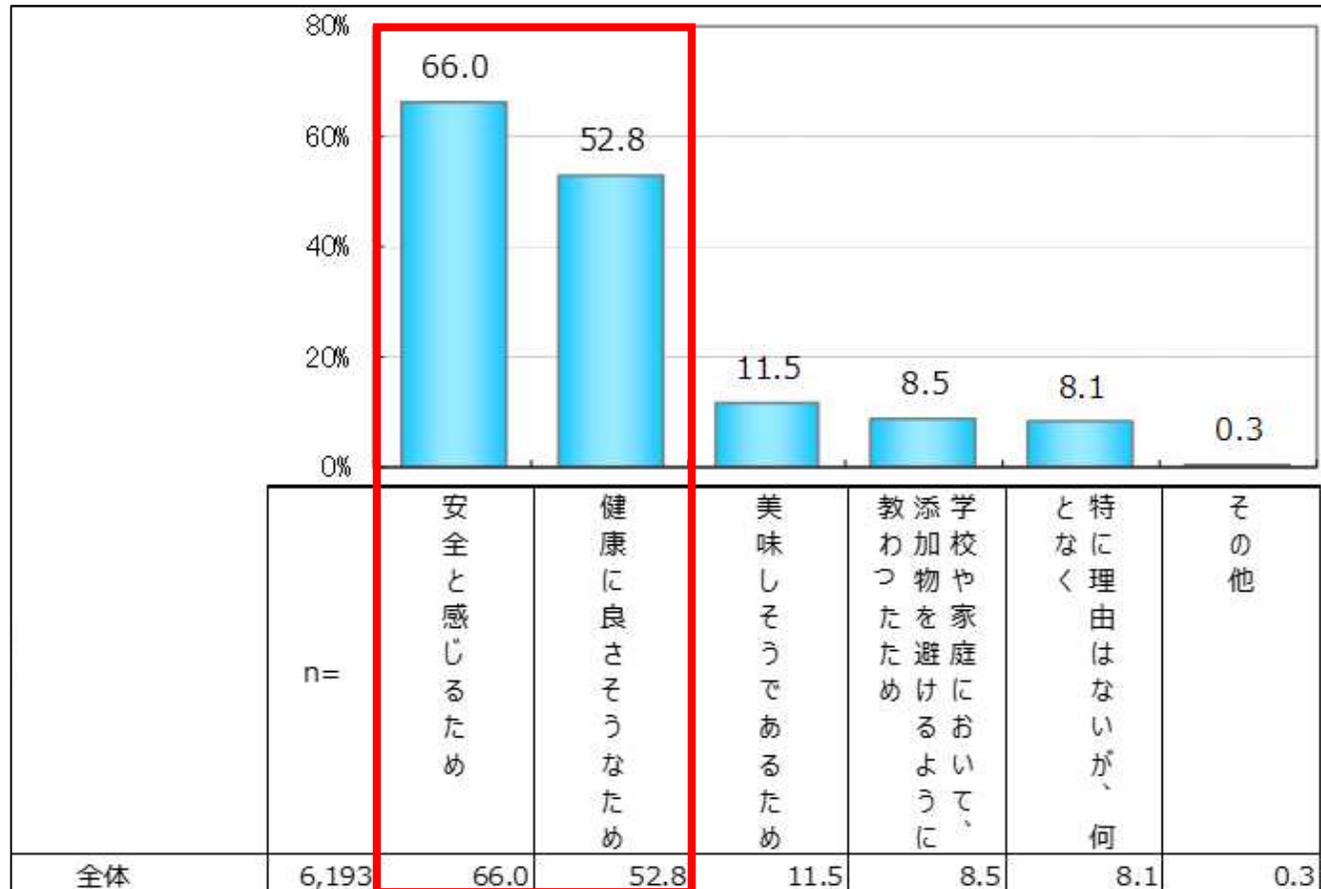
問64 現在販売されている食品には、「人工甘味料無添加」、「保存料を使用していません」、「合成着色料不使用」、「添加物不使用」など、添加物を使用していない旨の表示が見られます。あなたは商品選択の際にこのような表示を参考にしていますか。(お答えは1つ)

商品選択の際に添加物を使用していない旨の表示を参考にしているかについて、『〇〇を使用していない』、『無添加』の表示は、特に気にせず購入している」が37.7%と最も多く、次いで「特にこだわりはないが、『〇〇を使用していない』、『無添加』の表示に気がつけば、表示されている食品を購入している」が30.4%、「できる限り、『〇〇を使用していない』、『無添加』の表示がある食品を購入している」が22.2%、「常に『〇〇を使用していない』、『無添加』の表示がある食品を購入している」が9.4%。



問65 (購入時の商品選択の際、「添加物を使用していない旨の表示がある食品を購入している」という方にお伺いします。)あなたが「〇〇を使用していない」、「無添加」の表示がある食品を購入する理由をお教えてください。(お答えはいくつでも)

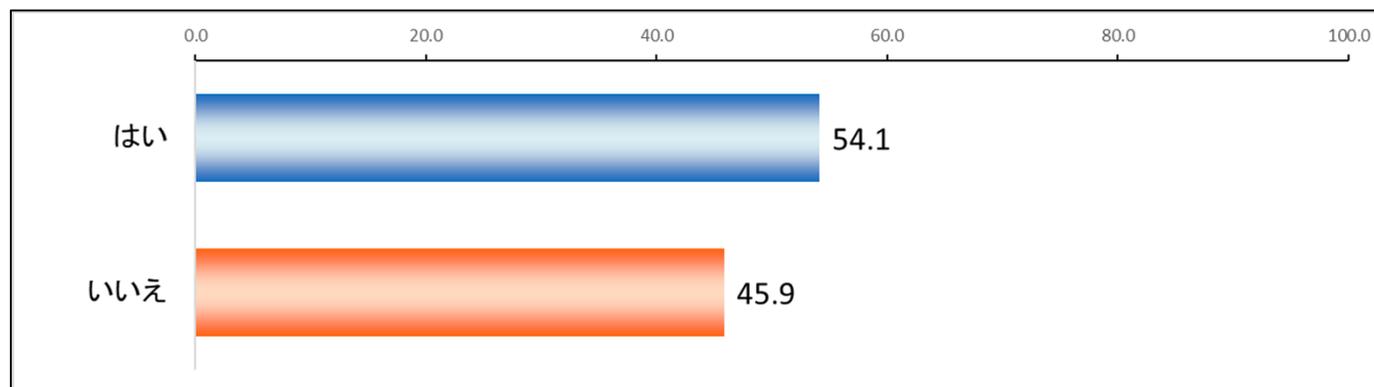
「添加物を使用していない旨の表示がある食品を購入している」と回答した者の購入理由について、「安全と感じるため」が66.0%と最も多く、次いで「健康に良さそうのため」が52.8%、「美味しそうであるため」が11.5%、「学校や家庭において、添加物を避けるように教わったため」が8.5%。



問66（購入時の商品選択の際、添加物を使用していない旨の表示がある食品を購入している」という方にお伺いします。）

あなたが「〇〇を使用していない」、「無添加」の表示がある食品を購入する際に、原材料や添加物が表示されている一括表示欄を確認していますか。

「〇〇を使用していない」、「無添加」の表示がある食品を購入する際に、原材料や添加物が表示されている一括表示欄を確認している者の割合は54.1%。



	全体	男性							女性								
		男性計	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	女性計	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
n=	6193	2739	166	344	450	412	383	488	496	3454	154	339	511	496	502	850	602
はい	54.1	51.1	57.8	50.0	55.3	48.5	46.0	51.2	51.6	56.6	45.5	46.0	54.8	56.9	59.8	59.9	59.3
いいえ	45.9	48.9	42.2	50.0	44.7	51.5	54.0	48.8	48.4	43.4	54.5	54.0	45.2	43.1	40.2	40.1	40.7

食品添加物の不使用表示に関するガイドライン検討会スケジュール

2021年3月

第1回

- ・食品添加物の不使用表示に関する議論の振り返り
- ・検討の進め方について

第2回

- ・関係者ヒアリング(消費者、事業者等)

第3回

- ・関係者ヒアリング(流通系)
- ・消費者意向調査報告

第4回(非公開)

- ・商品写真を用いた類型化

第5回(非公開)

- ・商品写真を用いた類型化

第6回

- ・食品表示基準第9条に該当するか否かの確認

第7回

- ・ガイドライン(案)の検討

パブリックコメント

第8回

- ・ガイドライン(案)の検討

2022年3月

ガイドラインの作成・公表

令和4年3月●日

食品添加物の不使用表示に関するガイドライン（案）

1. 背景及び趣旨

(1) 食品添加物は、食品安全委員会で安全性が評価され、厚生労働省での審議を経て食品衛生法（昭和22年法律第233号）に基づき成分規格や使用基準が設定され、食品表示法（平成25年6月28日法律第70号）に基づく食品表示基準（平成27年内閣府令第10号）によりその表示方法が規定されているところである。

しかしながら、食品表示基準上、食品添加物が不使用である旨の表示（以下「食品添加物の不使用表示」という。）に関する特段の規定はなく、現状では、食品関連事業者等が容器包装に、任意で「無添加」、「不使用」等の表示を行っている。

(2) 令和2年3月公表の「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」においては、

- ・食品表示基準第9条では表示すべき事項の内容と矛盾する用語や内容物を誤認させるような文字等を禁止してはいるものの、その解釈を示す食品表示基準Q&Aが網羅的ではない
- ・「無添加」等の表示方法を示す食品表示基準Q&Aが曖昧である
- ・「無添加」等の表示は商品の主要面に義務表示事項よりも目立つように表示されるケースがあり、本来見るべき一括表示欄が活用されていないといった現状等を踏まえ、食品表示基準第9条に規定された表示禁止事に当たるか否かのメルクマールとなるガイドラインを新たに策定することが提案された。

(3) これまでの消費者意向調査等においては、食品添加物は安全性が評価されていること等について十分に理解されていない、商品選択の際に食品添加物の不使用表示がある食品を購入している消費者が存在する、食品添加物の不使用表示がある食品を購入する際に一括表示欄を確認しない消費者が存在する、ということが分かった。

(4) このため、令和3年3月に食品添加物の不使用表示に関するガイドライン検討会を新たに設置し、消費者及び事業者へのヒアリングを行い、食品添加物の不使用表示の実態を把握し、実際の表示を基に検討を行った。実際の表示の中で、検討が必要な食品添加物の不使用表示を類型化し、さらに、各類型のうち、現時点で食品表示基準第9条第1項第1号、第2号及び第13号に規定された表示禁止事項に該当するおそれが高いと考えられる表示についてガイドラインを取りまとめた。

1 (5) 本ガイドラインは、食品関連事業者等が、食品表示基準第9条に規定され
2 た表示禁止事項に当たるか否か自己点検を行う際に用いることができるも
3 のである。
4

6 2. 適用範囲

7 食品表示基準の規定に基づき、一般用加工食品の容器包装における、食品衛生
8 法第4条第2項に規定する食品添加物の不使用表示について適用する。なお、食
9 品表示基準第14条及び第17条に基づき同基準第9条第1項の規定を準用する場
10 合においても、本ガイドラインを準用することとなる。
11

13 3. 食品添加物の不使用表示の類型及び食品表示基準第9条に規定された表示禁 14 止事項に該当するおそれが高いと考えられる表示

15 一般用加工食品の任意表示については、事実在即している限り、消費者の商品
16 の選択の機会確保のためや、食品関連事業者等の商品の訴求の観点から、表示を
17 行うか否か、また、その表示の方法も含め、食品関連事業者等に委ねられている
18 (食品表示基準第7条で定められた事項を除く。)

19 一方で、表示禁止事項を定めた食品表示基準第9条は、任意表示であったとし
20 ても、実際の食品より著しく優良又は有利であると誤認させる表示(同条第1項
21 第1号)、義務表示事項の内容と矛盾する表示(同項第2号)、内容物を誤認させ
22 るような表示(同項第13号)について、消費者の食品の選択の機会において正
23 確な情報たり得ないとして、そのような表示を例外的に禁止している。しかし、
24 そこでは、あらかじめ、どのような表示が消費者に対する正確な情報提供となる
25 表示なのか、また、どのような表示が消費者に誤認を与える表示なのか等は、詳
26 細に規定していない。現状では、食品関連事業者等が任意で「無添加」、「不使用」
27 等の表示を行っており、実際の商品における食品添加物の不使用表示の種類は
28 多岐に渡っている。このような食品添加物の不使用表示の現状及び前述の食
29 品表示基準第9条の性質から、不使用表示一つずつについて、同基準第9条に規
30 定された表示禁止事項に該当するか否かを列挙することは困難である。

31 (1) そこで、容器包装における表示を作成するに当たり注意すべき食品添加物
32 の不使用表示を以下の通り10の類型に分けた*。

33 類型1：単なる「無添加」の表示

34 類型2：食品表示基準に規定されていない用語を使用した表示

35 類型3：食品添加物の使用が法令で認められていない食品への表示

36 類型4：同一機能・類似機能を持つ食品添加物を使用した食品への表示

37 類型5：同一機能・類似機能を持つ原材料を使用した食品への表示

38 類型6：健康、安全と関連付ける表示

39 類型7：健康、安全以外と関連付ける表示

- 1 類型 8：食品添加物の使用が予期されていない食品への表示
- 2 類型 9：加工助剤、キャリアオーバーとして使用されている（又は使用さ
- 3 ていないことが確認できない）食品への表示
- 4 類型 10：過度に強調された表示

6 (2) さらに、各類型のうち、現時点で食品表示基準第 9 条に規定された表示禁
7 止事項に該当するおそれが高いと考えられる表示を以下の通りまとめた。
8 これらは、事業者が消費者に対して正確な情報提供を行うための留意点と
9 なるものである。

10 なお、実際の食品添加物の不使用表示が食品表示基準第 9 条に規定され
11 た表示禁止事項に該当するか否かは、各類型のうち、以下の表示禁止事項
12 に該当するおそれが高いと考えられる場合に当てはまることだけではなく、
13 商品の性質、一般消費者の知識水準、取引の実態、表示の方法、表示の対象
14 となる内容などを基に、ケースバイケースで全体として判断するものであ
15 る*。

16
17 **類型 1** 単なる「無添加」の表示

18 この類型は、無添加となる対象が不明確な、単に「無添加」とだけ記載し
19 た表示をいう。

20 本類型のうち、表示禁止事項に該当するおそれが高い場合として以下のよ
21 うなものが考えられる。

22 対象を明示せず単に無添加と表示をすると、何を添加していないのかが
23 不明確であるため、添加されていないものについて消費者自身が推察するこ
24 とになり、一般的に消費者が推察した内容が事業者の意図と異なる場合には
25 内容物を誤認させるおそれがある。

26 [例：無添加となる対象が不明確な、単に「無添加」とだけ記載した表示]

27
28
29 **類型 2** 食品表示基準に規定されていない用語を使用した表示

30 この類型は、無添加あるいは不使用と共に、食品表示基準において規定さ
31 れていない用語を用いる表示をいう。

32 本類型のうち、表示禁止事項に該当するおそれが高い場合として以下の
33 ようなものが考えられる。

34 食品衛生法において、食品添加物には化学的合成品も天然物も含まれて
35 おり、いずれも使用が認められている。

36
37
38 ※本ガイドラインの策定に当たっては、「強調表示に関するコーデックス一般ガイドライン」(CXG 1-1979) の考え方を一部
39 参考に用いた。

1 食品表示基準において、食品添加物の表示は化学的合成品と天然物に差
2 を設けず原則として全て表示することとし、「食品表示基準について」（平成
3 27年3月30日消食表第139号消費者庁次長通知）でも、食品添加物の表示
4 において「天然」又はこれに類する表現の使用を認めていない。なお、食品
5 表示基準における人工及び合成の用語は、令和2年7月に削除されている。

6 化学調味料の用語は、かつてJAS規格において使用されていたが、平成元
7 年には削除されており、食品表示基準において使用されたことはない。

8 人工、合成、化学及び天然の用語を用いた食品添加物の表示は適切とはい
9 えず、こうした表示は、消費者がこれら用語に悪い又は良い印象を持っている
10 場合、無添加あるいは不使用と共に用いることで、実際のものより優良又は
11 有利であると誤認させるおそれがある。

12 〔例：「人工甘味料不使用」等、無添加あるいは不使用と共に、人工、合成、
13 化学、天然等の用語を使用した表示
14 〕

16 **類型3** 食品添加物の使用が法令で認められていない食品への表示

17 この類型は、法令上、当該食品添加物の使用が認められていない食品への
18 無添加あるいは不使用の表示をいう。

19 本類型のうち、表示禁止事項に該当するおそれが高い場合として以下の
20 ようなものが考えられる。

21 食品添加物に関する法令において当該食品添加物が使用されることはな
22 い旨を知らず、当該食品添加物が使用された商品を望んでいない消費者は、
23 当該商品は不使用表示のない商品よりも優れている商品であると読み取る
24 おそれがあり、実際のものより優良又は有利であると誤認させるおそれがあ
25 る（例1、2）。

26 〔例1：清涼飲料水に「ソルビン酸不使用」と表示
27 （清涼飲料水へのソルビン酸の使用は使用基準違反である。）
28 例2：食品表示基準別表第5において名称の規定をもつ食品であり、特
29 定の食品添加物を使用した場合に、同別表第3の定義から外れる
30 当該食品添加物を無添加あるいは不使用と表示
31 〕

32 参考：「強調表示に関するコーデックス一般ガイドライン」（CXG 1-1979）
33 においては、当該食品への添加が認められていない場合、強調表示を用い
34 ることができない。

1 **類型4** 同一機能・類似機能を持つ食品添加物を使用した食品への表示

2 この類型は、「〇〇無添加」、「〇〇不使用」と表示しながら、〇〇と同一
3 機能、類似機能を有する他の食品添加物を使用している食品への表示をい
4 う。

5 本類型のうち、表示禁止事項に該当するおそれが高い場合として以下の
6 ようなものが考えられる。

7 消費者が、食品添加物が含まれている食品を回避したいと考えている
8 場合で、不使用表示の食品添加物と、それと同一機能、類似機能を有する食
9 品添加物の違いが表示において分からない場合、当該商品は、当該不使用
10 表示の食品添加物を使用している商品よりも優れている商品であると読み
11 取るおそれがあり、実際のものより優良又は有利であると誤認させるおそ
12 れがある（例1、2）。

13 例1：日持ち向上目的で保存料以外の食品添加物を使用した食品に、
14 「保存料不使用」と表示

15 例2：既存添加物の着色料を使用した食品に、〇〇

16 着色料が不使用である旨を表示（〇〇着色料とは、指定添加物の着
17 色料をいう。）

18
19 参考：「強調表示に関するコーデックス一般ガイドライン」（CXG 1-1979）に
20 においては、同程度に顕著な表現で明示されている場合を除き、当該食品に同
21 等な特質を与える他の物質により代替されている場合、強調表示を用いるこ
22 とができない。

23
24
25 **類型5** 同一機能・類似機能を持つ原材料を使用した食品への表示

26 この類型は、「〇〇無添加」、「〇〇不使用」と表示しながら、〇〇と同一
27 機能、類似機能を有する原材料を使用している食品への表示をいう。

28 本類型のうち、表示禁止事項に該当するおそれが高い場合として以下の
29 ようなものが考えられる。

30 食品の特定の成分のみを抽出したこと等により、当該食品との科学的な
31 同一性が失われていると考えられるもので代替することは、社会通念上食
32 品であると考えられるもので代替することとは異なる。しかし、消費者が、
33 食品添加物が含まれている食品を回避したいと考えている場合で、社会通
34 念上食品であるとは考えられないもので代替されていると認知しない場合、
35 当該商品は、食品添加物を使用した商品よりも優良又は有利であると誤認
36 させるおそれがある（例1、2）

37 不使用表示と共に同一機能、類似機能を有する原材料について明示しな
38 い場合、消費者が当該原材料の機能であると分からず、他の原材料による機
39 能が作用していると読み取るおそれがあり、内容物を誤認させるおそれがあ

1 る（例1、2）。

2 例1：原材料として、アミノ酸を含有する抽出物を使用した食品に、
3 添加物としての調味料を使用していない旨を表示

4 例2：乳化作用を持つ原材料を高度に加工して使用した食品に、乳化剤
5 を使用していない旨を表示

6
7 参考：「強調表示に関するコーデックス一般ガイドライン」（CXG 1-1979）に
8 においては、同程度に顕著な表現で明示されている場合を除き、当該食品に同
9 等な特質を与える他の物質により代替されている場合、強調表示を用いるこ
10 とができない。

11
12
13 **類型6** 健康、安全と関連付ける表示

14 この類型は、無添加あるいは不使用を健康や安全の用語と関連付けている
15 表示をいう。

16 本類型のうち、表示禁止事項に該当するおそれが高い場合として以下の
17 ようなものが考えられる。

18 食品添加物は、安全性について評価を受け、人の健康を損なうおそれのな
19 い場合に限って国において使用を認めていることから、事業者が独自に健康
20 及び安全について科学的な検証を行い、それらの用語と関連付けることは困
21 難であり、実際のものより優良又は有利であると誤認させるおそれがある
22 （例1、2）。また、内容物を誤認させるおそれがある（例1、2）。

23 例1：体に良いことの理由として無添加あるいは不使用を表示

24 例2：安全であることの理由として無添加あるいは不使用を表示

25
26 参考：「強調表示に関するコーデックス一般ガイドライン」（CXG 1-1979）に
27 において、誤認させるおそれのある強調表示として「健康に良い」、「安全な」
28 が示されている。

29
30
31 **類型7** 健康、安全以外と関連付ける表示

32 この類型は、無添加あるいは不使用を健康や安全以外の用語（おいしさ、
33 賞味期限及び消費期限、食品添加物の用途等）と関連付けている表示をいう。

34 本類型のうち、表示禁止事項に該当するおそれが高い場合として以下の
35 ようなものが考えられる。

36 おいしい理由として食品添加物の不使用表示をする際に、おいしい理由と
37 食品添加物を使用していないこととの因果関係を説明できない場合には、実
38 際のものより優良又は有利であると誤認させるおそれがある（例1）。

39 「保存料不使用なので、お早めにお召し上がりください」と「開封後」に

1 言及せずに表示することで、期限表示よりも早く喫食しなければならないと
2 という印象を与えた場合には、食品表示基準第3条の規定により表示すべき事
3 項の内容と矛盾するおそれがある（例2）。

4 製品が変色する可能性の理由として着色料不使用を表示する際に、変色
5 と着色料の用途との関係について説明ができない場合には、内容物を誤認さ
6 せるおそれがある（例3）。

7 例1：おいしい理由として無添加あるいは不使用を表示

8 例2：「開封後」に言及せずに「保存料不使用なのでお早めにお召し上
9 がりください」と表示

10 例3：製品が変色する可能性の理由として着色料不使用を表示

13 類型8 食品添加物の使用が予期されていない食品への表示

14 この類型は、消費者が、通常、当該食品添加物が使用されていることを予
15 期していない食品への無添加あるいは不使用の表示をいう。

16 本類型のうち、表示禁止事項に該当するおそれが高い場合として以下の
17 ようなものが考えられる。

18 当該食品添加物が使用された商品を望んでいない消費者は、同種の製品
19 で一般的に食品添加物が使用されることがないため食品添加物の使用を予
20 期していない状況においては特に、当該商品は不使用の表示がない商品よ
21 りも優れている商品であると読み取るおそれがあり、実際のものより優良
22 又は有利であると誤認させるおそれがある（例1、2）。

23 例1：同種の製品で一般的に着色料が使用されておらず、かつ、食品
24 元来の色を呈している食品に、「着色料不使用」と表示

25 例2：同種の商品が一般的に当該食品添加物を使用していないことか
26 ら、消費者が当該食品添加物の使用を予期していない商品に対
27 して、当該食品添加物の不使用を表示（消費者が当該食品添加
28 物の使用を予期していない例としては、ミネラルウォーターに
29 保存料の使用、ミネラルウォーターに着色料の使用等をいう。）

31 参考：「強調表示に関するコーデックス一般ガイドライン」（CXG 1-1979）に
32 においては、通常、当該食品中に存在すると消費者が予期していない場合、強
33 調表示を用いることができない。

1 **類型9** 加工助剤、キャリアオーバーとして使用されている（又は使用され
2 ていないことが確認できない）食品への表示

3 この類型は、加工助剤、キャリアオーバーとして食品添加物が使用されて
4 いる（又は使用されていないことが確認できない）食品への無添加あるいは
5 不使用の表示をいう。

6 本類型のうち、表示禁止事項に該当するおそれが高い場合として以下の
7 ようなものが考えられる。

8 食品添加物の表示については、当該食品の原材料の製造又は加工の過程
9 まで確認を行うことが必要であり、一括表示外であっても、確認結果に基づ
10 いた表示を行わない場合、内容物を誤認させるおそれがある（例1、2）。

11 例1：原材料の一部に保存料を使用しながら、最終製品に「保存料不
12 使用」と表示

13 例2：原材料の製造工程において食品添加物が使用されていないこと
14 が確認できないため、自社の製造工程に限定する旨の記載と共に
15 無添加あるいは不使用を表示

17
18 **類型10** 過度に強調された表示

19 この類型は、無添加あるいは不使用の文字等が過度に強調されている表
20 示をいう。

21 本類型のうち、表示禁止事項に該当するおそれが高い場合として以下の
22 ようなものが考えられる。

23 表示が事実であれば直ちに表示禁止事項に該当するおそれがあるとはい
24 えないが、容器包装のあらゆる場所に過度に強調して不使用表示を行う場
25 合や、一括表示欄における表示と比較して過度に強調されたフォント、大
26 きさ、色、用語などを用いる場合は、消費者が一括表示を見る妨げとなり、
27 表示上の特定の食品添加物だけでなく、その他の食品添加物を全く使用し
28 ていないという印象を与えると、内容物を誤認させるおそれがある（例1、
29 2）。

30 他の類型項目と組み合わせさせた際、他の類型項目による誤認を助長させ
31 るおそれがある。

32 例1：商品の多くの箇所に、過剰に目立つ色で、○○を使用していない
33 旨を記載する

34 例2：保存料、着色料以外の食品添加物を使用している食品に、大き
35 く「無添加」と表示し、その側に小さく「保存料、着色料」と
36 表示

1 4. 本ガイドラインを含む食品添加物に関する普及、啓発

2 (1) 本ガイドラインは、食品関連事業者等が、食品表示基準第9条に規定され
3 た表示禁止事項に当たるか否か自己点検を行うことができるものであり、こ
4 れによって表示禁止事項に該当するおそれが高い食品添加物の不使用表示
5 が防止されることが期待される。このため、行政、事業者団体は、食品関連
6 事業者等に対して、本ガイドラインの活用方法について普及、啓発を行うこ
7 とが重要である。

8 また、食品関連事業者等は、意図せずに食品表示基準第9条に規定された
9 表示禁止事項に該当するおそれが高い表示をしてしまうことを防ぐため、表
10 示制度を含む食品添加物に関する制度や知識を更に深めることも重要であ
11 る。あわせて、消費者が表示をどのように受け止めるのかについて考えた上
12 で、正しい情報が伝わるよう表示内容を検討することも重要である。

13 (2) 行政は、消費者が食品添加物の不使用表示がなされている食品に対して正
14 しい商品の選択ができるよう、本ガイドラインについて消費者に普及、啓発
15 を行うことが重要である。

16 また、現在、消費者庁では、消費者における食品添加物への理解度を継続
17 的に調査しているところである。あわせて、行政、消費者団体、事業者団体
18 等では、表示制度を含む食品添加物に関する普及、啓発を実施しており、そ
19 れぞれの強みをいかして連携し、対象とする世代に応じたアプローチを行っ
20 ているところである。これら取組みを引き続き行い、消費者における食品添
21 加物への理解を更に深めていくことも重要である。

22
23
24 5. 本ガイドラインに基づく表示の見直し

25 本ガイドラインは、食品表示基準第9条に規定された表示禁止事項に当たる
26 か否かのメルクマールとなるものであり、同基準第9条に新たな規定を設ける
27 ものではないことから、本来であれば特段の経過措置期間を要するものではな
28 い。

29 しかし、食品表示基準第9条の解釈を示す食品表示基準Q&Aが曖昧等の理
30 由により、現在、表示禁止事項に該当するおそれが高いと考えられる表示が行わ
31 れている可能性がある。今回、禁止事項に該当するか否かのメルクマールが明確
32 になったことを踏まえ、食品関連事業者等は、本ガイドラインを用いて速やかに
33 表示の点検を行うことが必要である。その上で、包装資材の切替えに一定程度の
34 期間が必要であること等を考慮し、2年程度（令和6年3月末）の間に、適宜、
35 表示の見直しを行うことが求められる。

36 なお、この期間に製造・販売等された加工食品が見直し前の表示で流通するこ
37 とはやむを得ないと考えるが、2年に満たない間においても、可能な限り速やか
38 に見直しを行うことが望ましい。