

健康食品の表示の検討に係るヒアリング

平成23年2月25日(金) 消費者委員会



社団法人 日本通信販売協会

会長 宮島 和美

1. 健康食品の現状と課題

① 消費者の利用実態

東京都：「毎日使用」「時々使用」

⇒ 41.2% (2010年「都民の健康と医療に関する実態と意識」)

長野県：「利用している」

⇒ 34.5% (2008年「県民健康栄養調査」)

奈良県食品生活相談センター：「健康食品を利用したことがある」

⇒ 93% (2007年「健康食品の使用実態などについてのアンケート」)

三菱総合研究所：「健康食品の利用経験あり」

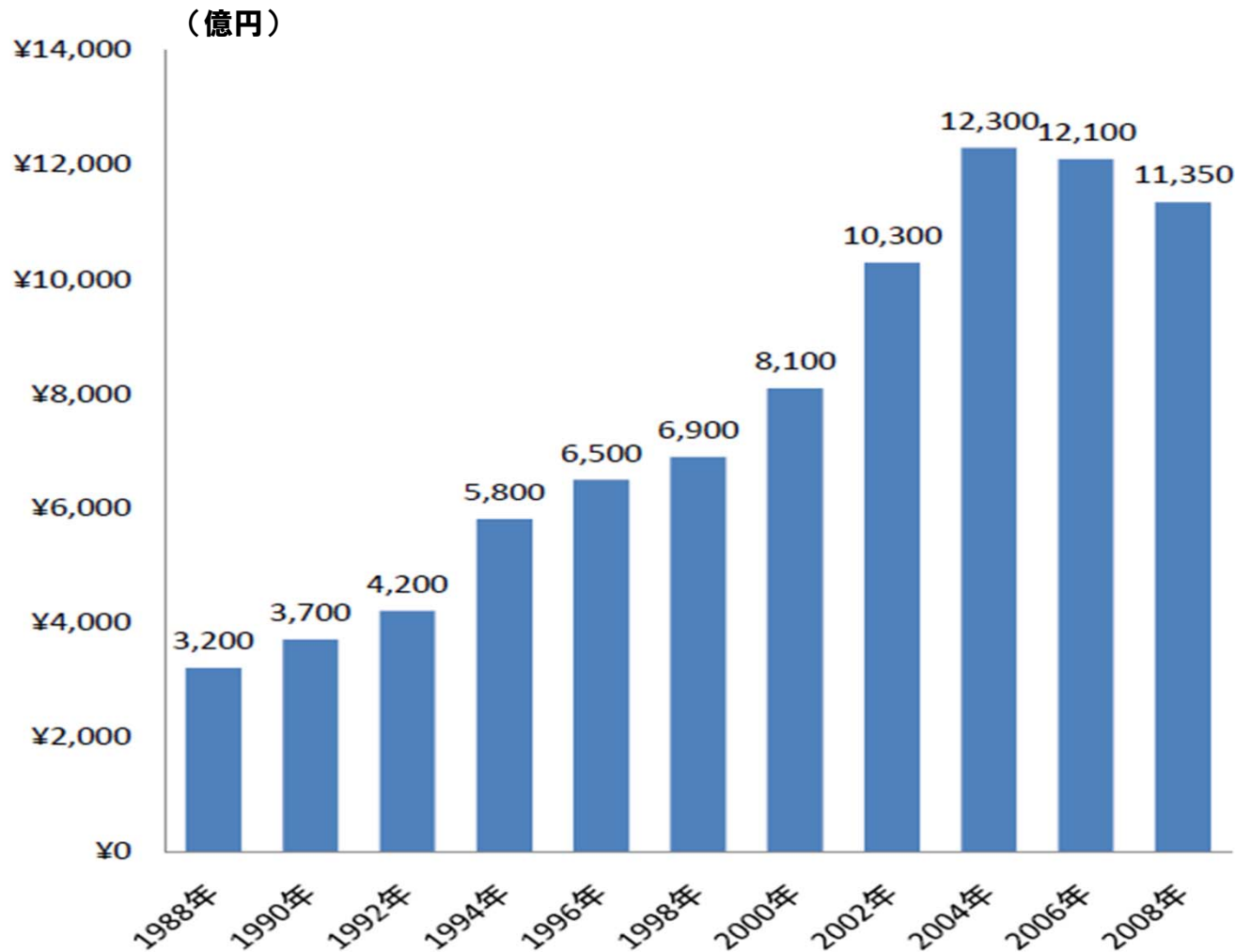
⇒ 82% (2008年「健康食品の利用に関する3万人調査」)



健康食品は多くの消費者に愛用され、深く根付いた状況

1. 健康食品の現状と課題

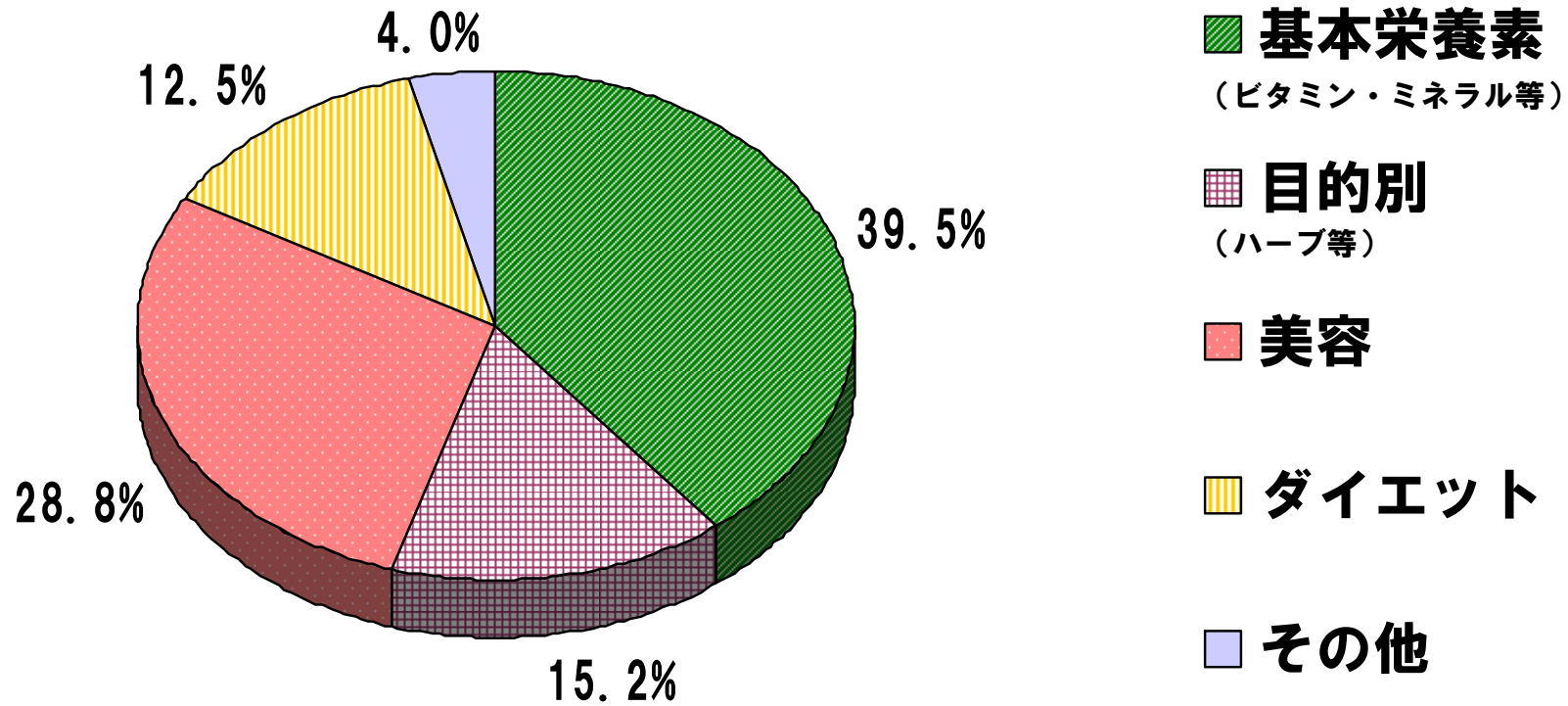
② 市場規模



小売ベースの推計値
<CMPジャパン調べ>

1. 健康食品の現状と課題

③ 企業における
商品売上構成例



1. 健康食品の現状と課題

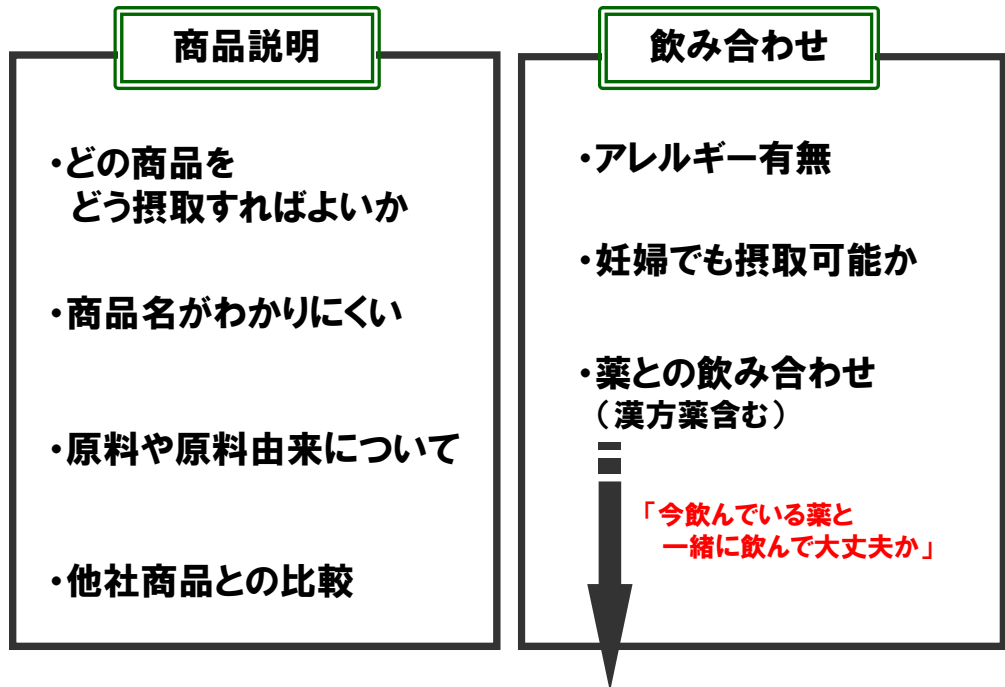
④ 企業に入る 消費者の声

ご購入者 約103万人 

月間 約1万5千件

＜健康食品に関する問合せ＞ ※1ヵ月あたり

商品説明	81%
薬との飲み合わせ	9%
健康相談	6%
その他	4%



薬剤師や管理栄養士による
健康食品と医薬品との飲み合わせに
対応しうる相談窓口の設置 5

1. 健康食品の現状と課題

⑤ 健康食品の役割と課題

<ポジティブ>

- ・ 栄養素の補給
- ・ 健康の維持・増進
- ・ 疾病予防の可能性
⇒科学的に
実証されているもの

葉酸

DHA

大豆
イソフラボン

カテキン

<ネガティブ>

消費者に身体的・経済的な危害
一部事業者の問題

- ・ 「疾病の治療」など虚偽・誇大な広告
- ・ 「医薬品の成分を含む」など
健康被害が懸念されるケース
(特に個人輸入)
- ・ 強引な販売や利殖を目的とする販売

2. 日本通信販売協会の取り組み

① 協会の概要-(1) 概歴

日本通信販売協会



年	1983	1984	1988	現在
	社団法人 日本通信販売協会 設立	消費者相談窓口として「通販110番」開設	訪販法により自主規制団体として位置付け	正会員 526社

通販110番

(消費生活アドバイザー等、専門有資格者が対応)

行政機関との情報交換機能

消費者向け講座、消費者生活相談員向け
研修への講師派遣

事業者相談(顧客対応・法律知識等)の対応

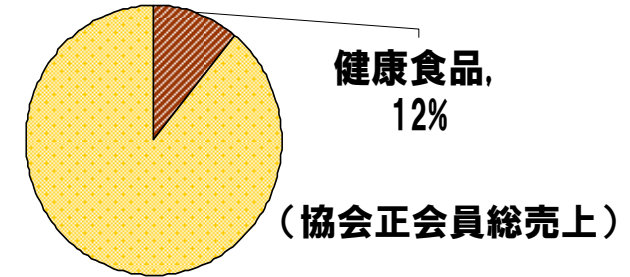
相談事例の会員へのフィードバック
⇒会報「JADMA NEWS」、年次報告書等

非会員からの相談にも対応

2. 日本通信販売協会の取り組み

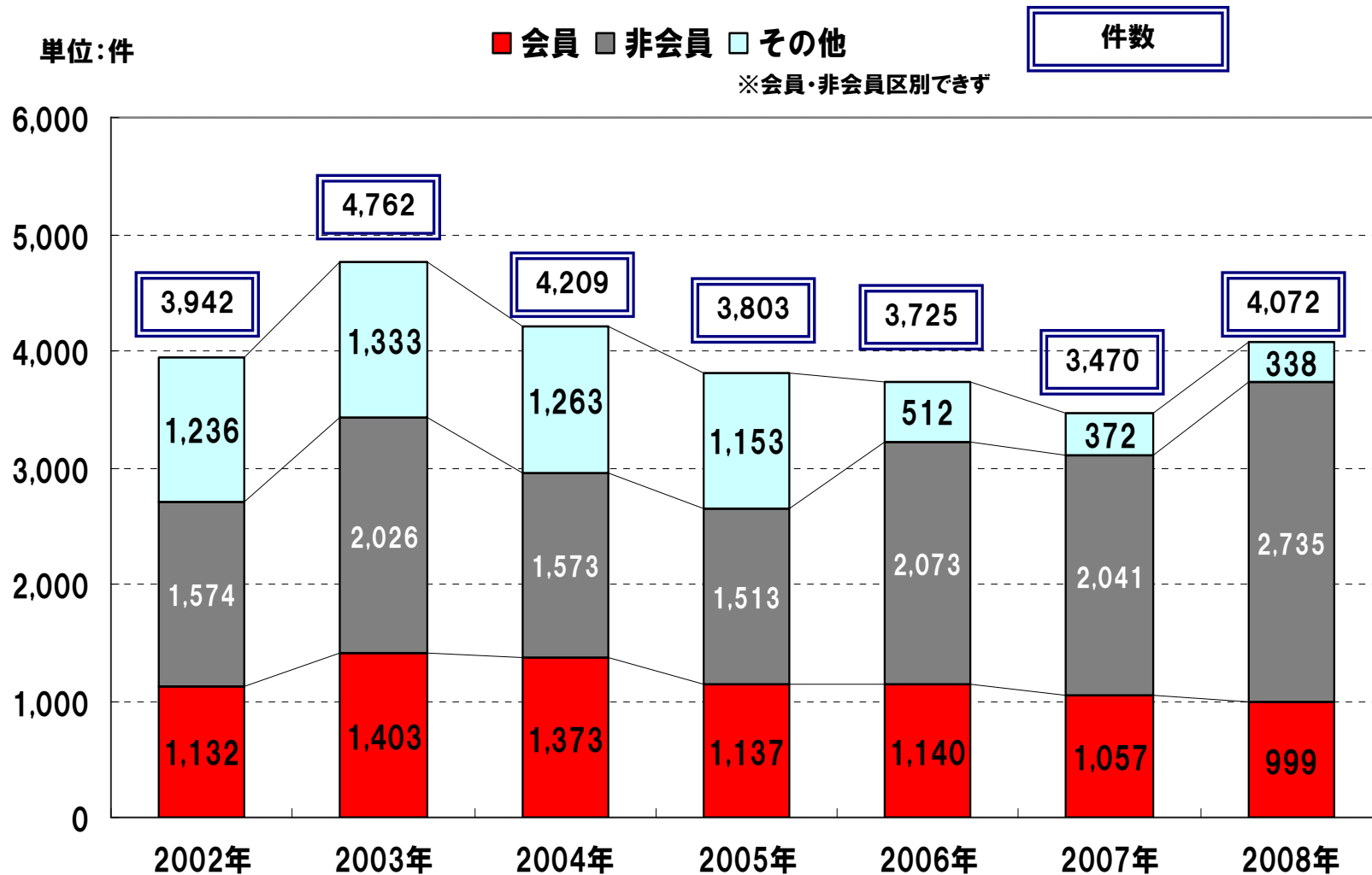
① 協会の概要-(2) 会員売上推移

通販市場は年々拡大



2. 日本通信販売協会の取り組み

① 協会の概要-(3) 通販110番 相談件数



2. 日本通信販売協会の取り組み

② 健康食品に関する取り組み

1) サプリメント部会の発足

JADMA会員の中でも大手10社で構成(売上計 約2,000億円)

⇒表示や安全性等の討議(各社 社長が出席)

2) ガイドラインの策定

上記サプリメント部会の成果物として

⇒表示・安全性・消費者対応に対し最低限遵守すべきルール

3) 登録制の導入

サプリメントを販売する事業者が

本社所在地・代表者・売上規模・取扱い製品・安全性チェックの方法等を登録

⇒今春より運用開始予定

3. 健康食品のあるべき姿

消費者の4つの権利を担保



1962年
ジョン・F・ケネディ大統領
「消費者利益の保護に関する特別教書」

安全である権利

知らされる権利

選択できる権利

意見を反映させる権利

現在 8つの権利に発展
2004年 消費者基本法に明記