

東京都における 健康食品対策について

- 広告表示に関する生活文化局の取組み -

平成22年12月24日
消費者委員会資料

東京都生活文化局消費生活部取引指導課

1 景品表示法による指示・指導

□ 不当表示発見の端緒

職員による職権探知

都民からの申告

消費生活センター等関係機関からの通知

など

□ 調査 違反が認められる表示については事業者に対し、指示又は注意指導

1 - 2 指示・指導の実績

□ 指示(景品表示法第7条に基づく)

健康食品関係

平成21年度 1件

平成22年度(9月末現在) 1件

□ 指導

健康食品関係

平成21年度 103件

平成22年度(9月末現在) 26件

2 インターネット広告表示監視事業

- 事業開始：平成21年度～
- 規模：年間2万件
- 対象：一般都民が閲覧可能なインターネット広告
- 監視・指導方法：検索サイト及びショッピングモール（合計10サイト）において、毎月テーマを定めて、キーワード検索。上位に検索された広告の中で、景品表示法上の不当表示にあたるおそれのある表示について調査し、事業者に指導。

2 - 2 平成21年度インターネット広告表示監視事業

- 平成21年度全指導件数 182件(136事業者)
- うち 健康食品の広告表示に関する指導
25件(23事業者)

[内訳] ・ダイエット6件 ・美容・美肌4件
・体臭・口臭対策5件 ・健康増進4件
・花粉症対策3件 ・子供用サプリ3件

[不当表示別]

優良誤認25件、有利誤認2件(重複あり)

2 - 3 平成22年度インターネット広告表示監視事業

平成22年度

- 景品表示法による健康食品の広告表示への監視・指導の強化
- 指示の実施(平成22年9月7日)

ダイエット食品等の24商品に関して、消費者を著しく優良誤認・有利誤認させる表示があった1事業者に対して、指示

2 - 4 指示のプレス発表

平成22年9月7日
生活文化局

ドロップ SHIPPING サービス事業者に 表示の改善を指示！

～ ダイエット食品等について、サイト上に不当な表示 ～

東京都は、自社及び傘下のドロップシッパー（登録会員）のインターネット通販サイトで、ダイエット食品など24商品について不当な表示を行ったドロップ SHIPPING サービス事業者に対し、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）第7条の規定に基づき、本日付けで、表示の改善を指示しました。

2 - 5 指示を行った健康食品の不当表示

□ ダイエット食品

「レースクイーンが15kgもDOWN！？ 専門家配合サプリ」、「最初の1日で3kgも、7日で8kg近くも！？ 10日目には使用ストップ」

□ ダイエット食品

「2週間以上使うと、ガリガリ状態に・・・！？ 飲み続けるとうそのように軽くなり始め、一週間で4.3kgも・・・」、「第一次モニターの98.8%が変化を実感」

2 - 6 指示を行った健康食品の不当表示

□ ダイエット食品

「数量限定なのでお早めに」、「どんなにこびりついたブヨブヨも、完全なまでにバラバラにしてサヨナラ！」

□ ダイエット食品

「特価1,980円（2,079円〔税込み〕）希望小売価格9,334円」、「2週間で18kg！一度のトイレで3kgも!？」

2 - 7 インターネット広告表示監視事業における他法所管部署との連携

- 薬事法等に抵触するおそれのある広告表示を発見した場合 東京都福祉保健局健康安全部に情報提供
- 特定商取引法に抵触するおそれのある広告表示を発見した場合 当課で対応

2 - 8 インターネット広告の問題点

- 誇大広告が目立つ
 - 目に留まりやすいように過激化しがち
 - チェック機能が働きにくい
- 販売事業者に法令知識や自覚が不足
 - 誰でも手軽に参入できるネット通販
 - 製造事業者等の提供する情報をそのまま転記して客観的事実は未確認

3 五都県広告表示等適正化推進協議会

- 構成

東京都、埼玉県、千葉県、
神奈川県、静岡県

- 5都県合同で調査・指導

【平成21年度】

健康食品・美容機器の体験談広告について、3事業者を合同で文書指導

3 - 2 五都県合同指導のプレス発表

* 埼玉県・千葉県・神奈川県・静岡県においても同時発表
平成22年2月23日

使用前 使用後

ホントかな??“体験談”広告…

- 3事業者に五都県で合同指導 -

五都県(東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県・静岡県)では、最近増えている購入者の体験談・写真等で若返りや美顔を強調した健康食品や美容機器の広告表示について、合同調査を実施しました。その結果、不当景品類及び不当表示防止法(以下「景品表示法」という。)に違反するおそれのある表示が確認された3事業者に対して、本日付けで指導を行いました。

3 - 3 合同指導を行った健康食品の 不当表示

- 購入者の大きな顔写真(商品使用前と使用後等)・年齢を強調して掲載

商品に高い美容効果があるようにみせかけていたが、購入者として写真が掲載された者の多くが契約タレントやモデルであった。また、掲載された写真はプロがヘアメイクして、プロカメラマンにより撮影されていた。

- 「 名様限定 本日より 日間限り」

人数と期間を限定しているかのように表示していたが、そうではなかった。

4 不当表示に対する当局の取組み

- 景品表示法に基づく適正かつ厳格な指導の実施
- インターネット広告表示監視事業(年2万件)の継続的实施
- 他法所管部署との連携の強化
(東京都消費生活対策推進会議、健康食品対策推進連絡会等)
- 事業者向けコンプライアンス講習会の開催
(景品表示法・特定商取引法)