

2010. 2. 4

神山美智子

健康食品に関する正しい情報提供について

2月4日は出席できませんので、簡単に意見を述べさせていただきます。

- 1 情報交換は理性的に行われなくてはならないにもかかわらず、現在テレビ、新聞、雑誌、インターネット等に氾らんする健康食品の宣伝広告は、意図的に消費者の感情を刺激し、効果を信じさせて販売促進しようとするものであり、消費者への正しい情報提供にとってマイナスである。これらの宣伝広告には必ず「個人の感想であって効果を謳うものではない」旨書かれているが、この注意書きを正しく理解している消費者は少ない。事業者はこのような注意書きをすることによって、自ら効果を謳っていることを自認しているに等しい。
- 2 統計資料が示すように、多くの消費者は訪問販売、通信販売によって健康食品を購入している。どちらの販売方法も現物で表示を確認することはできない。したがって、表示規制を厳しくしても無意味である。広告規制こそ大切である。
- 3 薬効を謳うという場合、体験談などもこれに含まれることになっているのに、テレビ広告などの「効果を謳うものではない」としながら登場する体験者の談話とイメージは、薬効を謳うものであるから、薬事法を厳正に適用することこそ、急務であると考えます。
- 4 健康増進法の「虚偽誇大広告禁止」条文は見直すべきである。虚偽でなく誇大でもない健康食品の効果効能に関する広告はまさしく薬事法違反である。「虚偽・誇大なら薬事法違反でなく健康増進法違反」、「虚偽・誇大でなく真実なら薬事法違反」というのは規制のあり方として不合理極まりない。

以上