

## 令和4年度第1回表示・広告調査結果「東京都消費生活調査員調査」

### 1 調査のテーマ

健康食品に関する広告表示

### 2 調査の目的

国民の健康志向の高まりから、健康食品が広く普及する中、各種広告媒体を使った広告・宣伝も活発に行われている。一方で、このような広告・宣伝の中には、健康の保持増進の効果等が必ずしも実証されていないにもかかわらず、「本商品を取るだけで病気を改善」「飲むだけで痩せる」「しっかりお腹の調子を整える」のような効果等を期待させる表示が見受けられる。

そこで今回は、健康食品に関するフリーペーパー、新聞折り込みチラシ、ポスティングチラシなどの広告において、著しく優良または有利であると誤認を与えるおそれのある表示を調査した。

### 3 調査対象表示媒体

新聞・雑誌広告、折り込みチラシ、ダイレクトメール、ポスティングチラシ等の他、フリーペーパーを調査対象とした。

なお、インターネットのホームページ等に表示されている広告は「調査対象外」とした。

### 4 調査期間

令和4年7月12日（火曜日）から同月25日（月曜日）まで

### 5 調査方法

消費生活調査員の身近にある新聞・雑誌広告、折り込みチラシ、ダイレクトメール、ポスティングチラシ、フリーペーパー等の健康食品に関する広告表示について、景品表示法上の不当表示にあたると思われる表現がないか調査した。

### 6 調査規模

調査員数	回答調査員数	有効回答数 (複数回答あり)
195名	176名	177件

#### 有効回答数177件のうち不当表示に対する調査員の判断

不当と思われる表示 有	151件
不当と思われる表示 無	26件

#### 7 不当表示等の判断理由の内訳（複数回答あり）

判断理由	件数
<b>優良誤認</b>	
効果・性能表示	86
No. 1等の比較表示	23
認定・認証の権威付け表示	5
打消し表示が適切でない	14
<b>有利誤認</b>	
キャンペーン期間等の表示	8
取引条件がわかりにくい表示	34
その他(事業者住所不明)	23

#### 8 調査員からの報告をもとに調査及び指導の対象とした広告表示例

調査員から「不当と思われる表示あり」と報告された広告のうち、**7事業者**の表示について、景品表示法第5条第1号・2号（優良・有利誤認）に抵触するおそれの有無について調査及び指導を行った。

**【優良誤認のおそれがあると思われる事例】**

- ・新聞折り込みチラシにおいて「日本で一番売れているサプリメント」「通販市場売上〇〇年連続No.1」と表示し、実態の根拠がなく、わかりにくいものであった。

**【有利誤認のおそれがあると思われる事例】**

- ・新聞折り込みチラシにおいて「30日分 1,944円が500円 特別キャンペーン」と表示し、キャンペーンの期間の日付が表示されていない。また、通常価格(1,944円)が不明瞭であり、消費者に500円が割安感を与えるものであった。