

サプリメントの取り扱いに関するガイドライン

公益社団法人 日本通信販売協会

近年、食生活の乱れや高齢化社会の進展などにより、健康の維持・増進などを目的とするサプリメントへの消費者ニーズが高まり、販売事業者も増えている。一方でサプリメントに関しては、広告表示や安全性などが問題となるケースも散見される。

本ガイドラインは、サプリメントを取り巻くこうした現状を打開し、サプリメントを取り扱う事業者が、消費者に対して適切で正確な情報を提供し、安心かつ安全に利用してもらうために事業者が遵守すべき基本的方針を定めたものである。

第1章 総則

(目的)

第1条 本ガイドラインは、サプリメントを取り扱う社団法人 日本通信販売協会（以下「本会」という。）の会員が、消費者が適切な商品選択ができるように正しい商品情報を提供するとともに、商品の安全性を確保するために必要な対策を講じることにより、消費者保護と通信販売事業の健全な発展に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 本ガイドラインにおいて、サプリメントとは、食生活を補う食品であり、かつ健康の維持・増進などを期待する成分を含有しているものをいう。

(適用範囲)

第3条 本ガイドラインは、サプリメントを取り扱う本会の会員に適用される。
2 前項に該当しない事業者においても、サプリメントを取り扱う際の参考として本ガイドラインを用いることができる。

(法令遵守)

第4条 会員は、サプリメントを取り扱うにあたって、健康増進法、食品衛生法、薬事法、JAS法、景品表示法、特定商取引法、製造物責任法等の関係法令及び通信販売倫理綱領・倫理綱領実施基準等を遵守すること。

(ガイドラインの見直し)

第5条 本ガイドラインは、法規制や消費者の認識の変化等、サプリメントを取り巻く諸環境の変化を踏まえて、適宜見直しを行うよう努めるものとする。

第2章 表示の基準

(表示の定義)

第6条 本ガイドラインにおいて、表示とは、消費者が商品選択するための情報を提供するための手段として、会員が販売するサプリメントの商品説明について行う広告及び法的に必要なその他の表示であって、次に掲げるものをいう。

- (1) 商品の容器、包装に記載する内容、添付文書及び小冊子等による広告
 - (2) カタログ、チラシ、パンフレット、説明書面等による広告（ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。）
 - (3) 電話等の口頭による広告
 - (4) テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、インターネット、電子メール等による広告
 - (5) その他商品の申込みを行うにあたって利用される前記に準じる広告その他の表示
- 2 第1項以外の取引内容に関する表示、二重価格表示等については、関係法令及び通信販売倫理綱領・倫理綱領実施基準を遵守すること。
 - 3 広告媒体には、商品名及び商品特徴を、可能な限り網羅して表示すること。

(商品・成分の機能)

第7条 会員は、商品や成分の機能に関して、食品の製造・販売に関する健康増進法、食品衛生法、景品表示法、JAS法、不正競争防止法などに違反する表示を行わないこと。また、疾病の治療など、薬事法に違反する表示、販売等を行わないこと。

(表示の根拠)

第8条 商品の機能等に関し、消費者の誤認を招く虚偽誇大な表示を行わないよう、表示を裏付ける合理的な根拠となる資料をあらかじめ有していること。

(摂取方法)

第9条 摂取方法については、機能や安全性に配慮し、消費者が間違った形で使用することのないように、分かりやすい形で明記すること。

(注意表示)

第10条 サプリメントの摂取は、食生活における補助的なものであり、バランスの良い食事を啓発する表示を行うように努めること。

- 2 通院中や薬を服用している場合、妊娠、授乳中、小児の場合などについて、医師や薬剤師などへ相談等を行うように注意喚起表示を行うこと。
- 3 取扱方法・保存方法について指示がある場合は、その内容の表示又はこれらを記載した説明書の添付を行うこと。なお、輸入品については、日本語による表示等を行うこと。

第3章 安全性の基準

(安全性の確保)

第11条 会員は、消費者にサプリメントを安心して利用してもらうために、食品の製造に関する法令・ガイドライン等の遵守に取り組み、サプリメント及びそれを製造するために用いられる原材料や製造方法の安全性を確保すること。

- 2 自社で製造した商品でなくても、商品の品質・安全性には、販売者が責任を負うことを認識して販売すること。そのためには、製造者・輸入業者等から、必要な情

報を入手し、自社において品質・安全性を確認した上で販売を行うこと。

(原材料の安全性)

第 12 条 原材料の安全性確保のための情報等を収集すること。また、原材料のトレーサビリティや製造工程、品質管理に関する正確な情報の収集に努めること。

(製品の安全性)

第 13 条 販売する商品の安全性の確保のため、使用されている原材料や工程使用剤などについての安全性を確認すること。また、適切な原材料管理・製造工程管理を行うとともに、残留農薬、重金属等の管理や微生物検査の実施など、商品の品質管理を徹底すること。

(製造工程管理による安全性)

第 14 条 成分の濃縮等の加工工程を経る錠剤、カプセル状等の商品は、GMP（原材料等の受け入れから最終商品の包装・出荷に至るまでの全工程における製造管理・品質管理の体制の整備）又は同等の規格を取得した工場、もしくはそれらに準じた工場で製造することが望ましい。また、原材料についても、製品に準じて製造されていること。

(安全性確保の実施状況の確認)

第 15 条 原材料及び商品の安全性の確保の実施状況について、定期的に確認すること。販売後も商品及び使用している原材料や製造方法の安全性に係る情報の収集に努め、懸念事項があれば速やかに対処、改善すること。

第 4 章 消費者への対応・情報提供

(相談窓口の設置)

第 16 条 消費者からの相談等を受け付ける窓口を常時設置し、その連絡先を消費者に明示すること。なお、相談窓口については各社でその情報を蓄積するよう努めること。

(商品情報の提供)

第 17 条 サプリメントを取り扱うにあたっては、商品情報を提供できる能力を持つ窓口を設置し、その連絡先を消費者に明示すること。ただし、消費者からの相談・苦情に対応する窓口と共通でも可とする。

2 提供する情報は、商品、品質、安全性に関する情報などが考えられる。

3 窓口は、サプリメントに関連して適切な情報を提供することのできる能力を有する担当者の常駐、又はその者による監修を受けられる体制にあることが望ましい。

(相談・苦情への対応)

第 18 条 会員は、消費者からの相談・苦情に対して、適切かつ迅速な処理に務めること。また、消費者に危害が及ぶおそれがある事実を把握した場合、購入者が特定で

きる通信販売の特長を活かし、速やかに顧客に連絡し、必要な措置を講じるとともに、関係機関への報告等を行うこと。

(情報開示)

第 19 条 消費者の利益を確保するため、通信販売の広告媒体を使用するなどして、サプリメントの正しい利用法や安全性に関する情報などの積極的な提供に努めること。

第 5 章 内部規程、管理体制等

(内部規定)

第 20 条 会員は、サプリメントを取り扱うにあたって、関係法令を遵守するために内部規程を策定し、文書化し、これを実行すること。

2 会員は、内部規程をサプリメントに関係する従業者に周知すること。

3 会員は、サプリメントを取り巻く諸環境の変化を踏まえて、サプリメントを適切に取り扱うために、適宜内部規程を見直すこと。

第 6 章 本会が行う処理及び調整

(苦情処理)

第 21 条 本会は、消費者等から会員に対する苦情等について解決の申出があったときは、その相談に応じ、当該会員に対してその内容を通知し、迅速な処理を求めるものとする。

2 会員は、消費者等からの申し出に基づいて本会が調整にあたる場合は、本会が提示する処理方法に協力すること。

(改善指導)

第 22 条 本会は、会員が行った行為等について、本ガイドラインに抵触するおそれがあると認めるときは、該当する行為等を改善するよう要請することができる。

2 会員は、本会が行う改善要請に対して、正当な理由がある場合を除いて、これを拒んではならない。

(非会員への対応)

第 23 条 本会の指導の及ばない非会員において、消費者が不利益を被るおそれがある行為や、業界への信用を損ねる可能性がある行為等が認められた場合は、必要に応じて行政機関・関係団体等へ情報を提供することができる。

備考：

本ガイドラインは、平成 21 年 6 月 1 日から施行する。