

## 機能性表示食品制度スタートを検証する！

～よりよい制度にしていくための今後の課題と私たちにできること～

日時; 11 月 12 日(月)13:30～16:30

会場; 日本食品衛生センター研修室



今回のセミナーには、消費者団体や企業、事業者団体等から約80名の皆さまの参加がありました。

最初に、ASCON理事長の阿南より、ごあいさつとともにASCONが取り組んできた『食品表示法』及び「機能性表示食品制度」に関わる活動の報告を行いました。

また、10月20日に設立した「ASCON科学者委員会」の報告を行い、本日ご参加いただいた科学者委員会副委員長の鈴木勝士先生を紹介しました。

その後、パネルディスカッション参加の4名の方々からそれぞれの取組みをご報告いただき、全体でディスカッションを行いました。

ディスカッションでは、届出されている製品に対する疑問や、選択する消費者に対し、情報をわかりやすく正しく伝えていくことの必要性、成分の「分析法」確立の必要性、届出されない「いわゆる健康食品」に対する規制の重要性と行政の取締りの在り方、「食品」とは何か・どうあるべきかから考えることの重要性、サプリメントをとることよりも食生活を見直すことの重要性、消費者からの相談に応えられる専門家の必要性、医薬品との相互作用を薬剤師や、サプリメントアドバイザーなどが専門家として情報提供する可能性など、さまざまな視点から問題提起や提案がありました。梅垣氏からは機能性食品を使う場合には、いつどのくらい使用し、健康状態がどうかということなどをメモしておこうというアドバイスもありました。

アンケートには13名の方々にご回答くださいました。「さまざまな立場の専門家からお話が聞けて良かった」、「消費者に正しく伝えることの重要性、そして難しさを実感。企業として取組の必要性を感じた。」など、率直なご意見をいただきました。ありがとうございました。是非ご覧ください！

※別紙「アンケートまとめ」

## ☆「機能性表示食品制度消費者からみた課題」

消費生活コンサルタント 森田 満樹 氏

- 機能性表示食品とは(\*健康食品の分類 \*制度ができるまで \*制度のつくり \*ガイドラインの構成)
- 届出内容で明らかになったこと(\*安全、機能性、品質の問題 \*情報の問題) ○受理内容からみた新制度の課題 ○新制度をどう考える?
- 全ての保健機能食品に義務付けられている表示は?
- 食品安全や表示を理解するために必要なリテラシー

## ☆消費者に役立つ機能性表示食品とは?

“表示は消費者のためにある!” “限定的な科学的根拠の製品をどのように活用するか?”

国立研究開発法人 医療基盤・健康・栄養研究所 国立健康・栄養研究所情報センター長 梅垣敬三氏

- 食品表示と各関係者等 ○食品表示の全体像と食品表示法 ○食品と医薬品の大まかな分類
- 食品名と想定される利用対象者 ○諸外国の食品の健康強調表示の状況 ○機能性表示食品制度(届出制)
- トクホと機能性表示食品の類似点と相違点 ○本来の食品の要件とは? ○食品の形態をしていることの利点と欠点 ○特定成分の摂取量と生体影響の関係 ○原材料情報 vs 製品情報 ○安全性と有効性の考え方の違い
- 原因を取り除くことが重要 ○特定保健用食品に求められている許可等の要件 ○製品の表示内容を確認
- 消費者に求められる健康被害の未然防止・拡大防止への対応 ○正しい解釈のための消費者教育
- 消費者と専門職等のコミュニケーションの充実が重要⇒違法製品や粗悪な製品の選択、間違っただけの問題が解決できる! =個々の消費者に適した安全で効果的な製品の利用方法を提供

## ☆「機能性表示食品制度における業界の対応と課題」

日本チェーンドラッグストア協会 事務総長 宗像 守 氏

- 機能性表示食品制度とその期待 ○制度の対象となる食品の3分類 ○機能性表示食品の販売チャネル ○医薬品および食品の分類と機能性表示食品 ○食品の用途・機能別分類と表示 ○今後の店舗における機能性表示食品の展開 ○ドラッグストアとスーパーマーケットのコラボ研究 ○「健康食品市場創造研究会」 ○新制度における販売方法の研究 ○商品体系別のカテゴリーテーマ ○現在の健康食品売り場(包装・容器に合わせた陳列)と今後の健康食品売り場 ○ドラッグストアの商品構成と売り場づくり ○商品陳列及び棚割り ○今後の販売者の課題 ○店舗から提供される情報(米国の例) ○三次元情報の提供体制⇒リアル店舗の「三次元情報」の提供体制

## ☆「機能性表示食品等の広告の適正化の取組みについて」

消費者庁表示対策課 食品表示対策室 室長 三上 伸治 氏

- 機能性表示食品の広告の留意点(景品表示法、健康増進法)
  - ⇒機能性表示食品の広告に対する規制は、基本的には、これまでのトクホの広告と同様の考え方
  - ⇒新たな制度が運用される各段階会に応じて、広告作成者を含む関連事業者等に適正表示を周知。
- 機能性表示食品の広告等に関する主な留意点(平成27年6月19日公表)
  - ⇒「機能性表示食品の届出等に関するガイドライン」に基づき届け出た内容に即したものとし、景品表示法及び健康増進法にも留意する。
  - ⇒広告や容器包装を作成する場合は、「事実をありのままに表示する」、「一般消費者の自主的かつ合理的な商品選択に資するものとする」
- 広告の留意事項 ○適正利用の啓発 ○「健康食品」に関する意識(都政モニターアンケートより)

## 受理内容からみた新制度の課題

(消費者庁に対して)

- ・ 食品安全委員会など公的機関が安全性について疑義を示した製品、機能性関与成分については、届出を受理するべきではない
- ・ サプリメント形状の加工食品の販売実績を、食経験として認める場合の判断基準を明確にするべき
- ・ 新制度の周知が不足しており、消費者が判断できるようにもっと情報提供を

(事業者に対して)

- ・ 事業者には、機能性の科学的根拠の薄弱なもの、査読付き論文ではない場合などの製品の届出は止めてほしい
- ・ 医薬品の相互作用が消費者に伝わるように、消費者とのコミュニケーション手段を構築してほしい
- ・ 正しい表示と適正な広告宣伝を、適正広告基準など事業者団体で作成して、消費者を誤認させないようにしてほしい