

### 《目次》

1. 消費者機構日本の適格消費者団体認定有効期間が更新されました！
2. いわゆる健康食品の機能性表示について、反対意見を確認
3. 適格消費者団体のホームページより<7月31日～8月29日更新分>

## 1. 消費者機構日本の適格消費者団体認定有効期間が更新されました！

消費者団体訴訟制度を活用するためには、内閣総理大臣から適格消費者団体として認定を受ける必要があります。この認定の期間は3年間であり、認定期間の更新を3年に1度、申請し認められる必要があります。

本年8月22日が消費者機構日本にとって認定有効の期限であり、本年6月21日に認定有効期間の更新申請をしていたところ、本年8月6日に有効期間の更新が認められました。3年間（平成28年の8月22日まで）の有効期間となります。（消費者庁ホームページでの掲示は、次のURLを参照ください。 <http://www.caa.go.jp/planning/pdf/130822coj.pdf> ）

引き続き、適格消費者団体として、着実に差止請求関係業務に取り組んでまいります。皆様のご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

## 2. いわゆる健康食品の機能性表示について、反対意見を確認

「いわゆる健康食品」の広告については、科学的根拠に乏しい機能について、体験談やイメージにより、一定の機能があるかのような期待を消費者に抱かせる表示が横行している現状にあり、当機構としても問題意識を持っています。

今般、規制改革会議など国の方針として、「いわゆる健康食品」の機能性表示について、企業が科学的根拠を評価した上で、製造者の責任において表示できるように検討することが打ち出されました。

最近問題となったノバルティスファーマの降圧剤ディオバンの臨床試験数値の改ざん事件で、利害関係のある者が科学的評価に関与することが科学的評価の信頼性を損ないかねないことが問題視されたように、健康食品の機能性表示について、企業が科学的根拠を評価した上で、製造者の責任において表示できるようにすることは、機能性の面ばかりでなく消費者の健康という安全性の面からも問題であると考えられることから、各所管する担当大臣に対し、適格消費者団体である当機構としての意見を表明することを、先日の理事会で確認しました。意見内容は、次ページのとおりです。9月早々に提出する予定です。

2013年（平成25年）9月 日

規制改革会議担当大臣様

適格消費者団体 消費者機構日本  
特定非営利活動法人  
会長 青山 侑  
理事長 芳賀 唯史  
〒102-0085 東京都千代田区六番町 15 プラザエフ 6階

### 「いわゆる健康食品」の機能性表示について（意見表明）

私ども消費者機構日本（以下「当機構」という）は、消費者契約に関する調査、研究、事業者への不当行為の是正申入れ、消費者への情報提供等を通じ、消費者被害の拡大防止を図ることを目的に、消費生活の専門家と法律の専門家及び消費者団体などから構成されている特定非営利活動法人です。また、消費者契約法第 13 条に基づき、内閣総理大臣から適格消費者団体の認定を受けた団体です。

#### <意見>

当機構は、科学的根拠の不十分な「一般健康食品の機能性表示を可能とする仕組みの整備」に反対の意見を表明します。

#### <理由>

（いわゆる健康食品の広告表示をめぐる現状）

現在、我が国においては、「健康食品」に関する明確な定義はなく、大きく「国が特定の機能の表示などを許可したもの（特別用途食品や保健機能食品）」と「そうでないもの」に二分され、「いわゆる健康食品」は、「そうでないもの」に該当します。

「国が許可したもの」にあっては、その機能性の有無やその機能及び安全性に関する科学的評価の手法が一定存在しますが、「そうでないもの」については、存在しません。

いわゆる健康食品については、根拠が不明確なまま体験談やイメージ広告により、あたかも一定の機能が期待できるように宣伝しているものも多く、当機構では、優良誤認表示にあたりうるのではないかとの問題意識の下、検討をすすめています。

また、いわゆる健康食品は、食品の特定の成分を濃縮したカプセル状、錠剤状、粉末状又はドリンク状の形態で販売されているものがその大半を占め、食経験がある成分であっても、濃縮され、かつ、容易手軽に摂取できるため、通常の食生活では想定できないほどの量を過剰に摂取することが考えられるほか、過剰に摂取した場合はもちろんのこと、そうでない場合であっても、アレルギー等の健康被害が生じないのか、医薬品を服用している者が摂取することで薬効を減じさせたり逆に増強させたりすることがないのかといった危険性についてもその評価と警告表示が必要であると考えられますところ、多くの場合そのような科学的評価も表示もなされていないのが現状です。

（機能性表示の前提となるべき科学的評価手法の確立）

このような現状の中、消費者庁は、いわゆる健康食品の表示のあり方を検討するにあたり、食品成分の機能性についての評価手法を検討するため、2011 年度に消費者庁「食品の機能性評価モデル事業」を実施しました。このモデル事業では、特定の 11 成分について機能性評価を試み、

評価を行う場合の主な課題が抽出されました。結論としては、利益相反の問題や出版バイアスの問題などが指摘され、「健康強調表示制度を検討する際に考慮すべき課題は多い」と総括されています。

このような経緯を踏まえれば、いわゆる健康食品の機能性表示を検討するにあたっては、まず上記モデル事業で示された課題に対応し、食品成分の機能性に関する科学的評価手法を確立することが必要です。

(これまでの経緯をふまえない規制改革会議の答申とその問題点)

ところが、これらの経緯をふまえた検討が行われないうまま、本年6月、規制改革会議から「一般健康食品の機能性表示を可能とする仕組みの整備」を求める答申が出されました。この答申は、「国ではなく企業が科学的根拠を評価した上で、企業の責任において表示する」ことを認めるように求めています。続いて、政府の日本再興戦略にも「食の有する健康増進機能の活用」として「いわゆる健康食品等の加工食品及び農林水産物に関し、企業の責任において科学的根拠をもとに機能性を表示できる新たな方策について、今年度中に検討を開始し、来年度中に結論を得た上で実施する」ことが書き込まれました。

しかし、食品の機能性に関する科学的評価にあっては、個社の研究データだけでは不十分であり、危険性をも含めた幅広く横断的な研究データを集めた評価が不可欠と考えられます。にもかかわらず、科学的根拠の議論を置き去りにして、製品開発企業の責任において機能性表示を認めるとする今回の答申は、昨今問題視されている降圧剤ディオバン（一般名バルサルタン）の問題と同様、いわば受験生が自ら試験の合否を判定するようなものであり、あまりにも拙速であると言わざるを得ません。科学的根拠をどのような方法によって確認するのかといった検討に立ち返るべきと考えます。

さらに、現在の特定保健用食品等の制度に加えて考え方の異なる仕組みが並行することになれば、消費者にとっては大変分かりにくいものとなり、消費者の合理的な判断や選択を害することにもなりかねません。

(まとめ)

体験談やイメージ広告等により、根拠が不明確なまま、あたかも一定の機能性が期待できるように宣伝しているものも多く、機能のメリットばかりが強調され、そのデメリットや危険性が表示されていない現状は、「これさえ摂取していれば不摂生な生活でも健康が維持できる」との誤解を与えたり、適切な時期に適切な医療を受ける機会を失ったり、過剰摂取や医薬品との飲み合わせにより健康被害を生じさせるなど、消費者である国民にとって不測の不利益を蒙りかねない危険な状態です。

政府は、科学的根拠をもった表示制度という観点から、これまでの検討経緯をふまえた上で、政策検討をすすめるべきであり、規制緩和ありきの拙速な対応をすすめるべきではありません。むしろ、根拠も不十分なままに体験談等による“健康増進に寄与するようなイメージ”だけで流通している「いわゆる健康食品」についての規制の強化を検討すべきです。

以上

### 3. 適格消費者団体のホームページより <7月31日～8月29日更新分>

本ニュースレターにおいて、消費者機構日本とその他の適格消費者団体が行っている事業者や業界団体等への申入れ・要請の活動についても、紹介させていただいております。各団体のホームページで、上記の間に公表された情報の見出しとリンク先をご案内しますので、詳細内容に関心のある方は、リンク先にアクセスしてください。

団体名 (ホームページアドレス)	公表情報＝申入れ・要請・公表等の概要 (詳細はリンク先アドレスで確認)
<p>《消費者支援ネット北海道》 <a href="http://www.e-hocnet.info/index.php">http://www.e-hocnet.info/index.php</a></p>	<p>□8月20日 結構式場を運営するグローブエンターテインメント(株)からホクネットの要望を踏まえた約款改定がなされたので公開します。詳しくは下記を参照ください。 <a href="http://www.e-hocnet.info/detail.php?ct=mi&amp;no=244">http://www.e-hocnet.info/detail.php?ct=mi&amp;no=244</a></p>
<p>《埼玉消費者被害をなくす会》 <a href="http://saitama-higainakusukai.or.jp/">http://saitama-higainakusukai.or.jp/</a></p>	<p>□7月31日 埼玉消費者被害をなくす会が、この間、事業者へ是正を求めた取り組みについて一覧形式で報告されました。詳しくは下記を参照ください。 <a href="http://saitama-higainakusukai.or.jp/topics/130731_02.html">http://saitama-higainakusukai.or.jp/topics/130731_02.html</a></p>
<p>《消費者機構日本》 <a href="http://www.coi.gr.jp/">http://www.coi.gr.jp/</a></p>	<p>※この期に公表された情報はございません。 これまでの公表情報については、左記のホームページをご覧ください。</p>
<p>《全国消費生活相談員協会》 <a href="http://www.zenso.or.jp/index.html">http://www.zenso.or.jp/index.html</a></p>	<p>※この期に公表された情報はございません。 これまでの公表情報については、左記のホームページをご覧ください。</p>
<p>《消費者被害防止ネットワーク東海》 <a href="http://www.a-c-net.com/">http://www.a-c-net.com/</a></p>	<p>※この期に公表された情報はございません。 これまでの公表情報については、左記のホームページをご覧ください。</p>
<p>《京都消費者契約ネットワーク》 <a href="http://kccn.jp/index.html">http://kccn.jp/index.html</a></p>	<p>※この期に公表された情報はございません。 これまでの公表情報については、左記のホームページをご覧ください。</p>
<p>《消費者支援機構関西》 <a href="http://www.kc-s.or.jp/">http://www.kc-s.or.jp/</a></p>	<p>□8月9日 貸衣装会社(株)レンタルブティックひろに対して申入書兼消契法41条1項に基づく事前請求書を送付しました。経緯ならびに請求書については下記を参照ください。 <a href="http://www.kc-s.or.jp/detail.php?n_id=10000391">http://www.kc-s.or.jp/detail.php?n_id=10000391</a> □8月29日 インターネット宿泊予約会社のクーコム(株)から申入れに対する回答を受領しました。詳しくは下記を参照ください。 <a href="http://www.kc-s.or.jp/detail.php?n_id=10000395">http://www.kc-s.or.jp/detail.php?n_id=10000395</a></p>
<p>《ひょうご消費者ネット》 <a href="http://hyogo-c-net.com/">http://hyogo-c-net.com/</a></p>	<p>※この期に公表された情報はございません。 これまでの公表情報については、左記のホームページをご覧ください。</p>
<p>《消費者ネット広島》 <a href="http://www.shohinet-h.or.jp/">http://www.shohinet-h.or.jp/</a></p>	<p>※この期に公表された情報はございません。 これまでの公表情報については、左記のホームページをご覧ください。</p>
<p>《消費者支援機構福岡》 <a href="http://www.cso-fukuoka.net/">http://www.cso-fukuoka.net/</a></p>	<p>※この期に公表された情報はございません。 これまでの公表情報については、左記のホームページをご覧ください。</p>
<p>《大分県消費者問題ネットワーク》 <a href="http://oita-shohisyanet.jp/">http://oita-shohisyanet.jp/</a></p>	<p>※この期に公表された情報はございません。 これまでの公表情報については、左記のホームページをご覧ください。</p>

(以上)