

2013年（平成25年）9月9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」にあつては、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性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ちに、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つては、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可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したり、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かのようなイメージ”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

お問い合わせ先	消費者機構日本	専務理事	磯辺 浩一	事務局	武田 智直
			電話	03-5212-3066	fax 03-5216-6077