



日経ヘルス ビジネスカンファレンス2014-15

# 食品の「新機能性表示制度」 ~その最新動向と企業戦略~

食品の健康機能を企業責任で消費者にアピールできる「新機能性表示制度」が2015年春からスタートする。「栄養機能食品」「特定保健用食品(トクホ)」に続く第3の制度は企業や消費者にどんな影響をもたらすのか。解決すべき問題は? 官公庁、医療、健康食品業界の第一人者たちが意見を交えたセミナーの様子を紹介。



## 国民健康増進の鍵を担う 食品の新機能性表示制度

「2015年4月より、ついに食品の新機能性表示制度が施行されることとなりました。本制度は、国、消費者、事業者のそれぞれにメリットをもたらすものと確信しています」というのは、大阪大学大学院医学系研究科臨床遺伝子治療学教授の森下竜一氏。内閣府規制改革会議委員の一人として本制度の推進に関わり、官公庁と医学界、業界をつなぐキーマンとなっている氏の挨拶で、『食品の「新機能性表示制度」』セミナーは開幕した。

最初に登壇したのは、内閣総理大臣補佐官である和泉洋人氏。「機能性表示緩和の意義と方向性」と題した基調講演を行った。

和泉氏は制度の仕組みと取り組みの経緯を解説する中で、国民医療費の問題について言及。「国民医療費の3割を占めるのが生活習慣病。これは食生活や運動で改善できるものです。身近な健康食品などをその一助としていただくために、合理的な商品選択に資する表示制度として本制度を整備しました(和泉氏)」

「機能性表示検討の大反骨、本当に『消費者のため』だったのか」と銘打ったスピーチを行ったのは、公益社団法人 日本通信販売協会理事を務める、ファンケル代表取締役社長の宮島和美氏だ。「サプリメントは1兆2000億円の市場。健康寿命増進のキープアイテムとして、その需要はますます拡大していくと予想されます。機能性表示の緩和はその一歩であり、また改善すべき点は多い。今回の制度で食品による体の部位の健康維持に言及できるようになるが、今後はさらに事業者登録制の導入やサプリメント法などの制定も進めるべき。このサプリが何に効くのか、品質は安全なのかなど消費者が知りたい情報を分かりやすく伝えることが重要だ」と(宮島氏)

## 消費者目線で機能性表示 よりよい制度に育んでいく

「機能性表示検討の大反骨、本当に『消費者のため』だったのか」と銘打ったスピーチを行ったのは、公益社団法人 日本通信販売協会理事を務める、ファンケル代表取締役社長の宮島和美氏だ。「サプリメントは1兆2000億円の市場。健康寿命増進のキープアイテムとして、その需要はますます拡大していくと予想されます。機能性表示の緩和はその一歩であり、また改善すべき点は多い。今回の制度で食品による体の部位の健康維持に言及できるようになるが、今後はさらに事業者登録制の導入やサプリメント法などの制定も進めるべき。このサプリが何に効くのか、品質は安全なのかなど消費者が知りたい情報を分かりやすく伝えることが重要だ」と(宮島氏)

続いて、中央大学人間総合理工学教授の大橋靖雄氏は、「食品機能性表示の緩和と臨床試験・エビデンスをどう作るか、伝えるか?」というテーマで、効果を実証する試験の進め方を考察。チェックポイントを説明した。

「新機能性表示制度は一部の悪質な製品を駆逐する意味でも有効な手段。ただし、臨床試験の方法論については再考の余地もあり

まず『抗疲労食品の機能性評価試験から見る新機能性表示制



日経バイオテクシニアエディター  
河田 孝雄氏



中央大学人間総合理工学教授  
大橋 靖雄氏



公益社団法人 日本通信販売協会理事  
ファンケル代表取締役社長  
宮島 和美氏



新田ゼラチン ペプチド事業部  
井上 直樹氏

を与えるものであつてはならない。施行にあたっては、「安全性の確保」「機能性表示を行うにあたって必要な科学的根拠の設定」「適正な表示による消費者への情報提供」を基本原則とする必要がある、と強く訴えた。

二つ目の基調講演では、消費者庁次長の川口康裕氏が登場。新制度の概要紹介を行った。

「安全性については食経験の評価がこの制度において重要。機能性の科学的根拠は、臨床試験あるいはシステマティックレビューのいずれかで評価いただきます。食品表示基準を官報掲載した後、ガイドラインを発売し、説明会を開催した上で制度を実施していくことを考えています(川口氏)」

届け出された資料は、販売前から情報公開することを考えている、と述べた。

## 研究機関からメーカーまで 専門家の対応と提言

続く各講演では研究機関、メーカー、業界団体、大学、メディアの各立場から、新機能性表示制度に対する期待や提言が発表された。

度におけるエビデンスと表示について」と題する講演を行ったのは、独立行政法人理化学研究所ライフサイエンス技術基盤研究センター・センター長の渡辺恭良氏。「私たち疲労研究班(文科省)の調査では、日本人の約60%が疲労を感じ、約40%が慢性疲労を自覚していることが分かりました。疲労は未病のサイン。慢性化すれば疾病が発生する可能性も高くなります。とはいえ、疲労に効く薬はなく、機能性食品の摂取が現実的な選択肢。消費者の安全を守るためにも適切なエビデンスと機能性表示は急務の課題といえるでしょう(渡辺氏)」

次いで「コラーゲンペプチドのエビデンス その効果と作用機序」と題した企業プレゼンテーションを行ったのは、新田ゼラチンペプチド事業部の井上直樹氏。「コラーゲンペプチドとは、ゼラチンを分解し低分子化した高純度のたんぱく質で、体内に効率よくコラーゲンを摂取できるのが特長です。肌や髪などに対する美容効果のほか、骨や関節などへの健康作用についても数々のエビデンスを有しています。新機能性表示制度の施行により、マーケティングの可能性が大きく広がることを期待しています(井上氏)」

まず『抗疲労食品の機能性評価試験から見る新機能性表示制



5時間にわたるセミナー終了後は和やかな懇親会が行われ、各界の専門家同士の交流が図られた。



独立行政法人理化学研究所 ライフサイエンス  
技術基盤研究センター・センター長  
渡辺 恭良氏



消費者庁次長  
川口 康裕氏



内閣総理大臣補佐官  
和泉 洋人氏



大阪大学大学院医学系研究科  
臨床遺伝子治療学教授  
森下 竜一氏

「この取り組みは2015年春がゴールではありません。まずは施行2年後を目処に見直しを図り、よりよい制度に育てていきます(森下氏)」

消費者にも恩恵の多い新機能性表示制度。その動向に注目したい。